

Hva med miljøet?

Forbrukerens holdning til miljøsertifisering

Bacheloroppgave ved markedshøyskolen

2 juni 2014

“Hvordan påvirker ulike variabler nordmenns holdninger til miljøsertifiseringer i hotellbransjen i Norge, og hvordan er sammenhengen mellom nordmenns holdning til miljøsertifiseringer og deres valg av et miljøsertifisert hotell?”

Studentnummer: 982541

6372

982843

Emnekode: BCR3100

Oppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Markedshøyskolen. Markedshøyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater og konklusjoner eller anbefalinger.

Sammendrag

Denne bacheloroppgaven tar for seg aspektet rundt holdninger, mer spesifikt hvordan menn og kvinners holdninger ovenfor miljøsertifisering på norske hotell er. Vi lot oss derfor bli inspirert av miljødepartementet sine uttalelser, der det ble fremlagt følgende hovedutfordringer i henhold til norsk miljøpolitikk: å møte klimautfordringene, bevare det biologiske mangfoldet, sikre kulturminner, bekjempe miljøgifter og forurensning, samt å bruke arealene på en bærekraftig måte.

I følge regjeringens reiselivsstrategi fra 2007, er Norges merkevare, som en nasjon med uberørt natur, stillhet og ro, noe regjeringen vil bevare. Og videre blir det fremlagt en forventning om at reiselivsnæringen skal ta ansvar for å bære dette videre.

På bakgrunn av dette ble problemstillingen vår følgende: *“Hvordan påvirker ulike variabler nordmenns holdninger til miljøsertifiseringer i hotellbransjen i Norge, og hvordan er sammenhengen mellom nordmenns holdning til miljøsertifiseringer og deres valg av et miljøsertifisert hotell?”*

Videre har vi noen underspørsmål for å dekke andre viktige faktorer i henhold til miljøsertifiseringer, disse lyder slik: *“Hvordan kan miljøsertifisering måle seg med pris og praktiske faktorer når forbrukeren skal velge hotell i Norge?”*

”Påvirker ulike demografiske faktorer forbrukernes holdninger til miljøsertifisering av hotellbransjen i Norge?”

“Hvilken sammenheng er det mellom holdninger til miljøsertifiseringer og valg av et miljøsertifisert hotell for opphold i Norge?”

For å kunne bygge opp under vårt valg, var det viktig for oss å finne tilstrekkelig nok med kilder som kunne støtte opp vår egen undersøkelse. Det tok ikke lang tid før vi kunne se at dette temaet har blitt forsket på av flere tidligere, noe som ga oss nok forskningsrapporter og avhandlinger å forankre oss i.

Undersøkelsen tar for seg en teoretisk del, en metodisk del og en analysedel med fem hypoteser. Vi har valgt å benytte oss av kvantitativ metode i denne undersøkelsen, noe vi forankrer i oppgavens tema, som kan besvares ved å undersøke i et bredt perspektiv, dette ved å benytte oss av en populasjon av størrelse. Grunnet mangel på økonomiske ressurser, har vi benyttet oss av et bekvemmelighetsutvalg, noe som gjør at resultatene ikke kan bli betraktet som generaliserbare.

Gjennom denne oppgaven har vi valgt å ta for oss spørsmålet om hvorvidt det foreligger en sammenheng mellom holdninger til miljøsertifisering og valg av hotell i Norge. Vi har også ønsket å se om miljøsertifiseringer spiller en rolle for forbrukerens valg av hotell, målt sammen med andre faktorer som er relevante til valg av et hotellopphold, som pris, beliggenhet, komfort, utseende, fasiliteter og renhold.

Innholdsfortegnelse

1.0 Forord.....	7
2.0 Innledning.....	8
3.0 Problemstilling og tema.....	9
3.1 Avgrensninger.....	10
4.0 Oppgavens struktur.....	11

Teori og hypoteser

5.0 Teoretisk tilnærming.....	14
5.1 Holdninger.....	14
5.2 Grunnleggende holdningsteori.....	15
5.3 Kan holdninger påvirke vår atferd?.....	16
5.4 Kan atferd påvirke våre holdninger?.....	17
5.5 Trekomponentmodellen	18
5.6 Forholdet mellom de tre holdningskomponentene.....	19
5.7 Theory of Reasoned Action (TRA).....	20
5.8 The Theory of Planned Behavior (TPB).....	21
5.9 Holdning til miljø.....	22
5.9.1 Demografiske faktorer og holdninger.....	23
5.9.2 Miljøsertifiseringer og holdninger.....	25
6.0 Hypoteser.....	27

Metode

7.0 Metodisk tilnærming.....	32
7.1.0 Forskningsstrategi.....	32
7.1.1 Kvantitativ metode.....	33
7.2 Forskningsdesign.....	33
7.3 Innsamlingsmetode.....	34
7.4.0 Utforming av spørreskjema.....	35
7.4.1 Operasjonalisering.....	36
7.4.2 Måleskala og målenivå.....	37

7.5 Pretesting.....	38
7.6.0 Utvalg.....	38
7.6.1 Bekvemmelighetsutvalg.....	39
7.7 Datainnsamling.....	39
7.8 Frafall	40
8.0 Reliabilitet og validitet.....	40
8.1 Begrepsvaliditet.....	41
8.2 Statistisk konklusjonsvaliditet.....	42
8.3 Intern og ekstern validitet.....	42
9.0 Etikk.....	43

Analyse

10.0 Analyse.....	45
10.1 SPSS.....	45
10.2 Resultater.....	45
11.0 Drøfting.....	54
12.0 Konklusjon.....	57
13.0 Forslag videre.....	58
14.0 Litteraturliste.....	59
14.1 Rapporter.....	61
14.2 Internettartikler.....	62

Vedlegg

1. Faktoranalyser

1.1 Holdning

1.2 Atferd

2.0 Hypotese I Pris - Miljøsert

3.0 Hypotese II Alder - Holdning

4.0 Hypotese III Kjønn - Holdning

5.0 Hypotese IV Utd - Holdning

6.0 Hypotese V Holdning - Atferd

7.0 Kjennskap til miljøsertifiseringer

Figurer

Figur 1. Trekomponentmodellen

Figur 2. Theory of Reasoned Action

Figur 3. Hypotese II, Alder og holdning til miljøsertifiseringer

Figur 4. Hypotese III, Kjønn og holdning til miljøsertifisering

Figur 5. Hypotese IV, Utdanningsnivå og holdning til miljøsertifisering

Figur 6. Hypotese V, Holdning til miljø og valg av et miljøsertifisert hotell

Diagrammer

Diagram 1. Prosentvis fordeling av enhetene etter alder.

Diagram 2. Prosentvis fordeling av enhetene etter kjønn.

Diagram 3. Prosentvis fordeling av enhetene etter utdanningsnivå.

Diagram 4. Kjennskap til Svanen

Diagram 5. Kjennskap til Miljøfyrtårn

Diagram 6. Kjennskap til Norsk Økoturisme

Diagram 7. Kjennskap til ISO 14001

Diagram 8. Viktighet av pris i %.

Diagram 9. Viktighet av miljøsertifiseringer i %.

Diagram 10. Alder og holdning til miljøsertifiseringer. Spredning av svar.

Diagram 11. Holdning til miljøsertifiseringer fordelt på kjønn.

Diagram 12. Holdning til miljøsertifiseringer fordelt på utdanningsnivå.

Diagram 13. Sammenheng mellom holdning til miljøsertifiseringer og valg av et miljøsertifisert hotell

Tabeller

Tabell 1. Holdning til miljøsertifiseringer etter kjennskap til Svanen, Miljøfyrtårn, Norsk Økoturisme og ISO14001

1.0 Forord

Dette er vår avsluttende oppgave i vår Bachelorgrad i Reiselivsledelse ved Markedshøyskolen. Vi hadde i utgangspunktet flere temaer vi ville undersøke, og fant det til tider litt vanskelig for å bestemme oss. Etter litt tenkning falt vi til slutt på miljøsituasjonen innenfor hotell, da dette var et tema vi alle fant svært spennende.

Gjennomføringen i denne oppgaveprosessen har vært en utfordring, men likevel svært lærerikt.

I forbindelse med denne oppgaven ønsker vi derfor å takke vår veileder Marit Anti for en solid og innsiktsfull veiledning. Hun har gitt gode råd som vi har hatt bruk for i denne forskningsprosessen. Vi vil også takke våre respondenter som har gitt oss de svarene vi har trengt for å innhente de dataene vi har hatt bruk for i videre forskning. Tusen takk!

Vi vil også takke hverandre for et godt samarbeid gjennom disse månedene.

God lesning!

Oslo, 2 Juni 2014

982541, 982843, 6372

2.0 Innledning

I følge nettsiden www.miljostatus.no, står vi ovenfor en økende bekymring for dagens miljøutfordringer. Det blir på nettsiden forklart at vi står ovenfor langt mer komplekse og større miljøutfordringer enn hva vi har gjort tidligere. I en rapport lagt frem av Forente Nasjoner (IPCC 2013), legger klimapanelet frem at det er mer enn 95 prosent sikkerhet for at halvparten av temperaturendringene som er målt siden 1951 er menneskeskapt.

Reiselivsnæringen er også delaktig i denne påvirkningen. Vi får forklart dette gjennom regjeringens reiselivsstrategi (2007), som siterer European Environment Agencies (EEA) sin rapport, «Europe's Environment the Fourth Assessment», der de hevder at reiselivet er blant de viktigste sektorene som fører til endringer i klima og biologisk mangfold, og som samtidig legger stort press på arealene i kyst og fjellområder.

I henhold til overnatting innen reiselivsnæringen, skriver Jacobsen og Viken (2008) at hotell representerer et forbruk som er fire til seks ganger høyere enn overnatting i lettere anlegg, og innehar ca fire til fem ganger så stort CO₂-utslipp per person per natt. Samtidig er dette noe som blir imøtekommet. Ett av tiltakene som har blitt igangsatt for å bevare miljøet, er miljøsertifiseringer av bedrifter (NOU 1995). Noe vi er ute etter i denne oppgaven er å svare på spørsmål om hvordan norske menn og kvinner seg bak miljøsertifisering? Er dette noe de er opptatt av? Vil de kunne velge et hotell på bakgrunn av denne faktoren? Eller vil andre faktorer være mer viktig?

Undersøkelsen vi har utført, ser på holdninger til miljøsertifiseringer hos menn og kvinner fra 18 år og oppover. Her vil vi se om det foreligger forskjell på kjønn, alder og utdanning når det gjelder deres holdning til viktigheten av miljøsertifiseringer på norske hotell. Vi ønsker i tillegg å undersøke om respondentene innehar kjennskap til ulike miljøsertifiseringer. Samtidig vil vi også se om de selv mener sertifiseringsordninger er viktigere enn andre faktorer som: pris, beliggenhet, komfort, utseende, fasiliteter og renhold.

Ut ifra vår problemstilling har vi basert oss på tidligere forskning, og derfra ønsket vi å se om kjønn, alder og utdanning hadde en sammenheng med holdning til miljøsertifisering eller om det var andre faktorer som spilte mer inn på denne sammenhengen.

3.0 Tema og problemstilling

Miljøvern og reiseliv, som hotellnæringen er en del av, er temaer vi ønsket å undersøke nærmere i forbindelse med vår bacheloroppgave. I tillegg til å inneha empiri fra tidligere ansettelse ved hotell, er samtlige gruppedeltakere reiselystne personer, som ofte bor på hotell. Med dette i bakhånd har vi alle utviklet en form for interesse for bransjen, og var interessert i å forske på fenomener som relaterer til dette. Miljø og miljøvern er også temaer som personlig står oss nært. Vi ønsket derfor å vinkle vårt tema inn i denne retningen, slik at vi til slutt endte opp med å ville skrive om miljøsertifiseringer innen hotellbransjen i Norge.

Som beskrevet innledningsvis er det per i dag økende fokus på miljø og miljøvern, og miljøsertifiseringer spiller dermed en stadig større rolle i vår hverdag. Miljøet og klimaet er et stadig større tema, og er i følge United Nations Environmental Programme; “Annual Report” fra 2012 på vei i en negativ retning. Rapporten forklarer at store deler av disse klimaendringene som er i gang, hovedsakelig er menneskeskapt. Michel Jarraud, generalsekretær i World Meteorological Organization (WMO), sier samtidig dette; “I de kommende ti år, vil klimaendringene omtrent kun ha negative følger, hvor byer, økosystem og vanntilførsel vil være de områdene som vil bli hardest rammet” (Michel Jarraud i Chicago Tribune 31.3.2014).

Miljø og miljøvern er temaer som det har blitt forsket mye på, som danner grunnlag for mange akademiske kilder vi kunne gjennomgå og bli inspirert av, blant annet Bernt Aardal (1993). Holdninger og forbrukeratferd er også temaer som omtales i flere bøker og akademiske artikler, for eksempel Svartdal (2011), Brochs-Haukedal (2012), Kotler (2005) og Shiffman, Kanuk og Hansen (2012). I litteraturgjennomgangen kunne vi imidlertid ikke finne mye forskning på holdning til *miljøsertifiseringer*. Vi ønsket derfor å undersøke temaet nærmere ved å ta utgangspunkt i eksisterende teorier om holdninger til miljøvern og se om de også gjelder for miljøsertifiseringer. Dette ledet oss til følgende hovedproblemstilling:

“Hvordan påvirker ulike variabler nordmenns holdninger til miljøsertifiseringer i hotellbransjen i Norge, og hvordan er sammenhengen mellom nordmenns holdning til miljøsertifiseringer og deres valg av et miljøsertifisert hotell?”

Vi ønsker med denne forskningen å se på hvilke demografiske variabler kan være med på å avgjøre forbrukernes holdninger til miljøsertifiseringer, hvorvidt disse holdningene samsvarer

med faktisk valg av et miljøsertifisert hotell og hvor avgjørende miljøsertifiseringer (samt kjennskap til dem) er ved bestilling av et hotellopphold i Norge. Dette gir grunnlag for følgende underproblemstillinger:

“Hvordan kan miljøsertifisering måle seg med pris og praktiske faktorer når forbrukeren skal velge hotell i Norge?”

”Påvirker ulike demografiske faktorer forbrukernes holdninger til miljøsertifisering av hotellbransjen i Norge?”

“Hvilken sammenheng er det mellom holdninger til miljøsertifiseringer og valg av et miljøsertifisert hotell for opphold i Norge?”

De praktiske faktorene vi har tatt for oss er: Beliggenhet, komfort, fasiliteter, utseende og renhold. Med demografiske faktorer mener vi ulike deler av befolkningen fordelt på grunnlag av: Alder, kjønn, utdanning, sivil status, familietyper og størrelser, inntekt, religion, nasjonalitet og yrkesgrupper. Vi har valgt ut de vi så som relevant i henhold til vår oppgave, som ble følgende: kjønn, alder og utdanningsnivå.

3.1 Avgrensinger

Miljø og klima er et stort tema, vi måtte derfor sette noen avgrensninger. Da samtlige i vår gruppe er elever ved reiselivslinjen, ville vi avgrense oss til å ta for oss noe innen denne næringen. Som mange andre næringer står også reiselivet ved begynnelsen av det 21. århundret ovenfor vesentlige miljøutfordringer (Jacobsen og Eide 2002). Reiselivsnæringen er i likhet med miljø og klima, et stort tema, og vi var derfor nødt til å finne ut hvilken del av bransjen vi var interessert i å se nærmere på.

Ved å gå gjennom teori og ulike rapporter som tok for seg miljøsertifisering innen hotell, fikk vi tanken om å teste ut akkurat dette - hvordan er forbrukernes holdninger til hotellenes miljøtiltak? Er dette noe forbrukeren bryr seg om? Er det ulikt ut i fra hvem vi spør? Hvilke faktorer spiller inn i deres avgjørelse om hotell? I henhold til respondenter valgte vi å avgrense oss til å la undersøkelsen omfatte kun den norske befolkning.

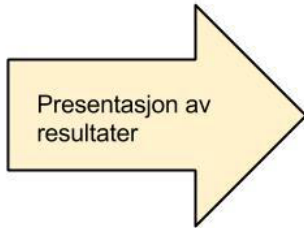
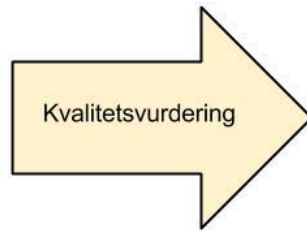
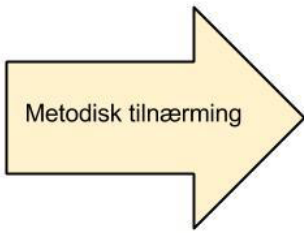
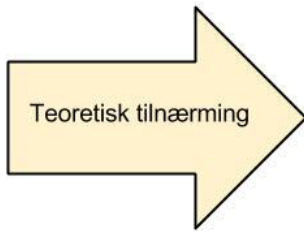
Med denne retningslinjen i grunn, hadde vi flere ulike teoretiske kilder å forankre oss i. Dette er et tema som har blitt forsket på tidligere, av blant annet Bernt Aardal (1993) sin avhandling;

“Energi og miljø. Nye stridsspørsmål i møte med gamle strukturer” og Europakommisjonen sin rapport: “Attitudes Of European citizens towards the environment” (2008).

Det var i et tidlig stadie at vi fant ut at vi ville benytte oss av sammenligninger med andre faktorer for å skildre sammenhenger. Med dette så vi at demografiske punkt, samt pris og praktiske faktorer kunne være interessante. Her valgte vi å avgrense oss bort fra faktorer som vi i denne sammenheng ikke så som relevant i henhold til oppgaven. Dette kan eksemplifiseres med demografiske aspekt som; Familiestørrelse, sivilstatus etc, samt praktiske faktorer som blant annet, hotellets personale.

4.0 Oppgavens struktur

For å kunne presentere en ryddig og oversiktlig oppgave, har vi valgt å fordele oppgaven inn i seks deler. Først og fremst vil vi gi en presentasjon av oppgaven i seg selv; problemstilling, bakgrunnen for den og avgrensninger. Deretter går vi inn på den teoretiske delen av oppgaven. Her har vi valgt å legge hovedvekt på teori om holdninger, med forklaring og forankring i ulike holdnings- og handlingsmodeller. I henhold til holdninger vil vi se på ulike deler av temaet, ved å fange det meste av dens omfattende natur, da med henblikk på de aspekt som er av relevans til vår problemstilling. Deretter vil vi gå over til miljørettede temaer. Her vil vi presentere generelle holdninger til miljø, miljøsertifiseringer i hotell og bærekraftig reiseliv, samtidig vil vi gå inn på temaet om holdninger til miljø ut i fra valgte demografiske faktorer. Den tredje store delen i vår oppgave er dens metodiske del. I denne delen presenterer vi vår forskningsstrategi og gjennomføring, samt de aspektene vi benytter oss av underveis i undersøkelsen. Videre går vi gjennom en kvalitetsvurdering, med henhold til forskningens validitet og reliabilitet. Analysedelen, som er neste steget har vi valgt å dele opp i to deler, der vi først presenterer resultater og senere drøfter dem og presenterer våre funn. Oppgaven avsluttes ved å legge frem en konklusjon samt forslag til videre forskning.



Teori og hypoteser

5.0 Teoretisk tilnærming

I dette kapittelet ønsker vi å beskrive det teoretiske fundamentet som er bygd opp for vår oppgave. Vi har i denne oppgaven gått igjennom flere ulike teorier og forskning på holdninger, atferd, miljø og miljøsertifiseringer. Først og fremst går vi igjennom definisjoner av holdninger, deretter holdningsteori og trekomponentsmodellen før vi går videre inn på holdnings- og handlingsmodellen, deretter ser vi på forskjellige aspekter innen miljø og miljøsertifiseringer, for så å se på hypotesene

5.1 Holdninger

Holdninger er et begrep som vi i utgangspunktet bruker for å beskrive noe vi ikke kan se. En persons holdninger lar seg ikke beskrive direkte, men kommer til uttrykk gjennom ytringer og handlinger. (Svartdal 2011)

I følge boken «Psykologi: En introduksjon» (Svartdal, 2011) handler holdninger om en persons innstilling ovenfor noe. Enten den er positiv eller negativ, er det som sagt overfor noe, altså - personer, objekter og situasjoner. Dette aspektet er ofte hva personen føler og hva personen typisk gjør i henhold til noe. Holdninger skifter som regel ikke fra dag til dag, men er oftest noe vedvarig ved en persons personlighet.

Med begrepet holdninger befinner vi oss i skjæringspunktet mellom individ- og sosialpsykologi. Her kan vi ta holdninger inn i den delen som handler om sosiale prosesser, dette fordi holdninger er en psykologisk tilstand. Dette igjen, får kun mening og blir relativt i relasjon til objekter, situasjoner og menneskene i vår omgivelse. (Kaufmann og Kaufmann 2009)

Holdninger har, i følge Svartdal (2011), tre aspekter; emosjonelt, kognitivt og atferdsmessig, og ut ifra disse kan de måles. Emosjonelle holdninger kan måles ut ifra forandring av pupillene, skjelving eller muskelreaksjoner i ansiktet. Kognitivt kan måles ut ifra utsagn, altså det personen sier, eller indirekte utsagn (det personen mener å si). Atferdsmessig er det enkleste å registrere, dette da det faktisk er noe en person gjør overfor det aktuelle objektet eller holdningen det gjelder. Gjennom vår kvantitative undersøkelse ønsker vi derfor å måle det kognitive og atferdsmessige aspektet ved holdninger til miljøsertifiseringer.

Holdninger er stort sett tillærte, men det er dermed ikke sagt at de ikke kan forandres (Svartdal, 2011). Et sentralt punkt i forskning om holdninger, er forholdet mellom holdninger og atferd. Dette vil si hva personen gjør (atferd) på bakgrunn av kognisjon og emosjon - følelser og tenkning.

5.2 Grunnleggende holdningsteori

Holdningsteori blir forklart på bakgrunn av tre grunnleggende temaer innenfor humanvitenskapene. Først kommer forholdet mellom tenkning og atferd, som blir forklart med spørsmålet om vi i det hele tatt handler i tråd med våre tanker og forestillinger. Og i så fall - hvilke sammenhenger er det mellom våre forestillinger om og handlinger andre kan observere? Deretter kommer temaet som berører organiseringen av vår mentale verden: Er oppfatninger av ulike objekter uavhengig av hverandre, eller er det en systematisk sammenheng mellom dem? Det tredje temaet forsøker å hente frem svar på hvorfor flere mennesker, i noen tilfeller, deler de samme oppfatningene av enkelte saker og hendelser. (Brochs-Haukedal 2012)

Holdninger blir forklart av Vigdis Bunkholdt (2002), som noe vi lærer fra mange ulike kilder. Dette er kilder som vi som personer møter gjennom livet, som familie, skole, venner, jobb etc. og gjennom massemedia som aviser, fjernsyn og radio blir vi også påvirket. Noen holdninger blir lært for å oppnå goder for en selv, andre holdninger har en sammenheng med sentrale verdier, noe man bruker for å bekrefte egen identitet. Videre forklares det at det innenfor holdningsteori finnes minst tre grupper av teorier for hvordan holdninger dannes og utvikles, disse er: læringsteori, funksjonell teori og konsistensteorier.

Løvland (1999) forklarer at de viktigste er Heiders balanseteori fra 1946, Ossgoods og Tannenbaums samvarsteori fra 1955, Festningers kognitiv dissonansteori fra 1957 og Rosenbergs affektiv-kognitive konsitensteori fra 1960. Det blir forklart at konsistensteoriene forklarer holdning ut fra hvordan personen selv forsøker å balansere kognitive og affektive elementer. Dette har over tid utviklet seg fra vektleggelse av holdning som et valens mellom holdningsobjektet og invididet, til senere teorier som på sin side vektlegger på hvilken måte de kognitive prosessene støtter de affektive delene av holdningene.

I henhold til læringsteori, er det særlig Fishbein (1963) som blir relevant, med sitt syn på holdninger som summen av styrken til ett sett attributter. Her forklares det at holdningsstyrken

bestemmes ut i fra styrken i tilknytning til hver av attributtene, samt viktigheten den igjen har for personen i seg selv.

Den tredje hovedkategorien innen holdningsteori blir forklart som: de funksjonelle teorier. Disse blir blant annet fremført av Katz (1960). Her blir holdninger sett på som et uttrykk for grunnleggende motiver hos individet, som blir eksemplifisert med; ego-forsvar, nyttemaksimering og verdiuttrykking. Her innehar holdningene en slags instrumentfunksjon hos personen for å kunne maksimere sin nytte ovenfor sine omgivelser. Disse holdningene har samtidig en funksjon i å uttrykke personens oppfattede verdisyn, samt å skape et bilde ovenfor sine omgivelser.

Forsvar av selvoppfatningen, samt å beskytte følelsesbasisen hos individet blir av Løvland (1999) forklart som den tredje funksjonen, mens den fjerde er å skape orden i kunnskap og helhet overfor omgivelsene.

5.3 Kan holdninger påvirke vår atferd?

Forskning viser til at det ikke alltid er samsvar mellom holdning og atferd (Svartdal 2011). En av de mest kjente studier i henhold til dette er La Piere sin «Attitude vs Action»-studie (1934) som undersøkte sammenhengen mellom menneskers holdninger og deres faktiske handlinger og Undersøkelsen ble utført på følgende måte: en hvit akademiker drar på en reise rundt i USA i 1930 årene. Med seg har han et kinesisk ektepar. På denne tiden var det en utbredt diskriminering av asiater, samtidig som det heller ikke eksisterte noen lover mot raseiskriminering. Bare ett av de to hundre hotellene og overnattingsstedene nektet de overnatting iløpet av turen. Dermed var det i handling/praksis ingen diskriminering å spore. Når reisen var over ble de samme to hundre overnattingsstedene tilskrevet, og de ble spurt om de ville ha akseptert et kinesisk par som besøkende. Av de 128 stedene som svarte, ble det rapportert at 92% svarte nei. Her var det altså misforhold mellom uttrykt holdning og faktisk atferd. Samtidig skal det også sies at den åpenbare metodiske svakheten ved denne undersøkelsen var, altså hvorvidt dette ekteparet ikke ble nektet service da de var i selskap med den hvite mannen.

Hva skjer når en person gjør noe som ikke samsvarer med sin egen holdning? Dette kan være holdninger til miljø og miljøsertifiseringer; «jeg vet det er skadelig for miljøet at jeg ikke tenker

på miljøsertifisering» og «jeg bryr meg ikke om miljøsertifiseringer». Kognitiv dissonans vil nettopp si det at ens holdning ikke tilsvarer med ens atferd. Det kan altså være mange årsaker til at holdning og atferd ikke stemmer overens. Det er derfor vanskelig å si om det er samsvar mellom ord og handling. (Brocks-Haukedal 2012)

Spesielt med tanke på vår studie, kan det forekomme at det er de som sier at de er miljøbeviste og bryr seg om miljøsertifiseringer på hotell, men som i virkeligheten ikke gjør det. Dette kan støttes opp gjennom Europakommisjonen sin rapport: “Attitudes Of European Citizens Towards the Environment” (2008), hvor respondentene viste en positiv innstilling til miljøvernet, med en vilje til å gjøre noe, men som ikke gjennomførte det i praksis.

5.4 Kan atferd påvirke våre holdninger?

I følge Holt (2012) sies det at under riktige forhold, vil våre holdninger lede til vår atferd, men vi kan også utvikle holdninger som er i tråd med vår atferd. Når det gjelder å endre holdninger kan vi her belyse en sentral teori; “Theory of Cognitive Dissonance” (Festinger 1957). Mennesker har et stort behov for å være konsistente, og på denne måten vil menneskers holdninger, meninger og atferd som regel være i samsvar med hverandre- men det finnes unntak. Når to eller flere kognisjoner motsier hverandre (som “jeg bryr meg om miljøsertifiseringer” og “jeg ligger helst på et hotell som er billig versus et hotell som er dyrt til tross for miljøsertifiseringer”) vil denne personen oppleve en ubehagelig tilstand av spenning, som Festinger kaller for kognitiv dissonans. Personen vil imidlertid sjelden akseptere denne dissonansen, og vil derfor prøve å rettferdiggjøre sin atferd. Rettferdiggjørelsen kan for eksempel skje ved at personen sier til seg selv at prisen ikke er verdt miljøsertifiseringen.

Kognitiv dissonans er et psykologisk begrep og forklarer ubehag ved å ha to eller flere motstridene tanker samtidig. I følge Festinger (1957) kan forholdet mellom kognitive elementer (følelser, tanker, holdninger og kunnskap om egen atferd) enten være dissonant, irrelevant eller konsistent.

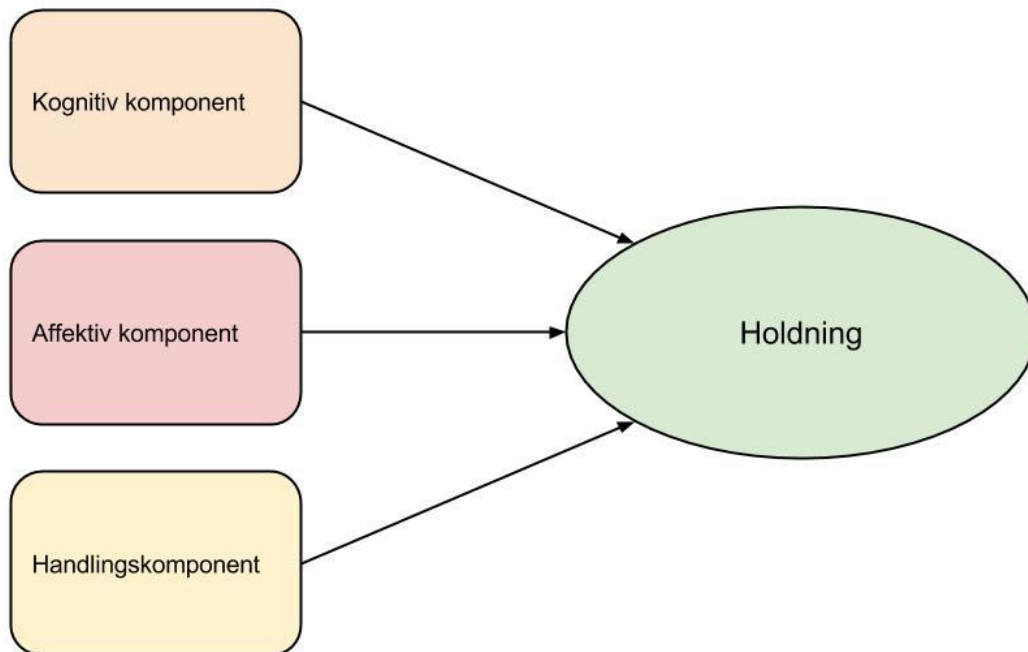
I følge boken “Arbeids- og Lederpsykologi” (Brochs og Haukeland 2012) går noen kognitive teorier under konsistensteorier, og gjennom denne teorien kan man få en forståelse av hvordan holdninger forandrer seg. Poenget i konsistensteorier er at personene opplever det ubehagelig at holdninger og handlinger ikke er vedvarig. Inkonsistensen kan da være en motiverende faktor til

å endre holdningene etter atferden slik at den blir vedvarig. Holdningsforandringer får dermed et sterkere preg av rasjonaliseringer i psykisk forstand.

5.5 Trekomponentmodellen

Trekomponentmodellen, eller ABC modellen som den også blir kalt, står for A affektiv, B behavior og C cognition. Trekomponentmodellen er teorien om at en holdning er sammensatt av tre komponenter: en kognitiv komponent, en affektiv komponent og en handlingskomponent. Disse tre til sammen skal gi oss en bedre innsikt til å se sammenhengen mellom holdning og atferd. Den kognitive komponenten forteller noe om tankeinnholdet i en holdning; altså det en tenker og mener ovenfor et objek. Den affektive komponenten i holdninger omhandler følelser og affekter, og kommer gjerne til uttrykk gjennom sympati eller antipati ovenfor andre mennesker. Handlingskomponenten forteller oss noe om personens observerbare atferd overfor holdningsobjektet eller hva personen hevder om sine handlinger overfor objektet. (Kauffmann og Kauffmann, 2009)

Vi vil i vår oppgave skildre hvorvidt det inngår en sammenheng mellom våre respondenters holdning til miljøsertifiseringer og deres atferd. Vil andre aspekt ved hotellet telle mer enn hvorvidt de er miljøsertifisert eller ikke? Til tross for respondentenes eventuelle sterke holdning til miljøsertifiseringer, er ikke det nødvendigvis noe som kan belyses i deres holdninger, da dette er aspekt som ut i fra denne modellen fremtrer i ulike komponent. Vi vil ut i fra dette benytte oss av modellens belysning av nettopp disse ulike aspektene, og hvorvidt det fremstår en sammenheng eller ikke.



Figur 1. Trekomponentmodellen

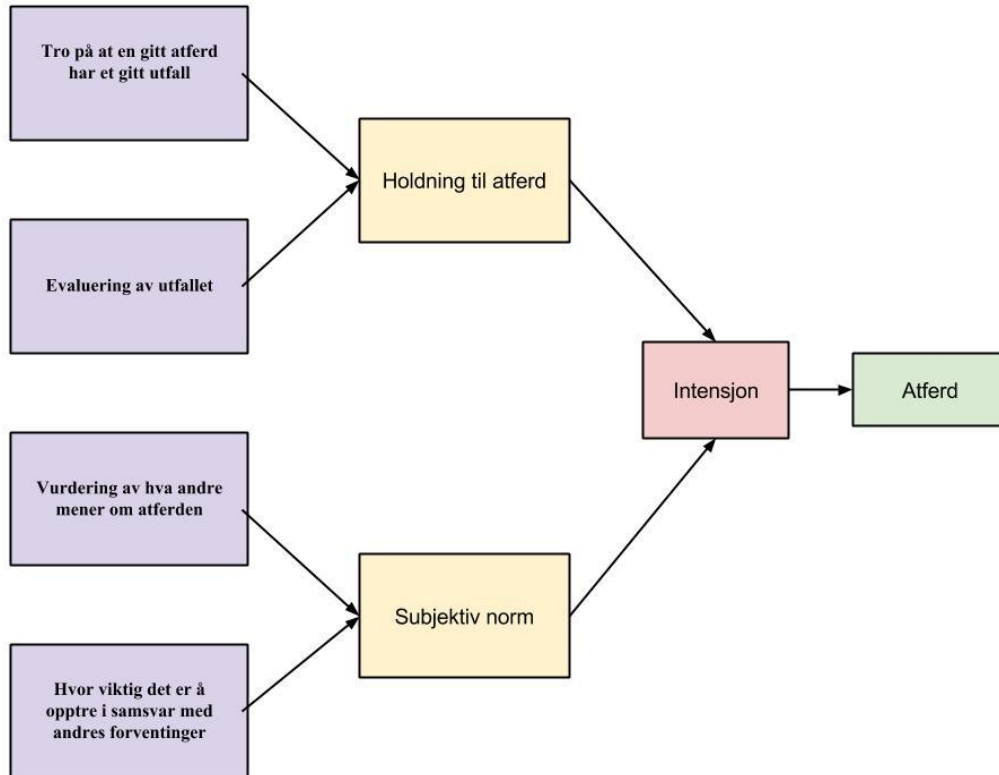
5.6 Forholdet mellom de tre holdningskomponentene

Som trekomponentmodellen viser til, er det som navnet også tilsier, tre ulike komponenter i henhold til holdninger. Videre forklarer Brochs-Haukedal (2012) at det blir ilagt et blikk på det faktum at de fleste har erfaring med at det ikke bestandig er noen entydig sammenheng mellom individers holdning til et gitt objekt i henhold til valens. Samtidig blir det forklart at til tross for dette, er det vanligvis forholdsvis høy grad av sammenheng i praksis. Videre blir det forklart at våre holdninger utmerker seg stort sett ved at de har forholdsvis høy grad av konsistens i henhold til valens. Vurdert fra den kognitive komponenten, forklares det at en sterk negativ eller positiv holdning til et objekt vanligvis medfører en tendens til å handle deretter.

5.7 Theory of Reasoned Action (TRA)

Holdning til atferd er en del av «the Theory of Reasoned Action»-modellen (Ajzen og Fishbein 1980), også kalt TRA eller på norsk “teorien om overveid handling”. Teorien om overveid handling baserer seg på Fishbeins holdning til objekt-modellen. Den forsøker å forklare holdningen en har til å gjøre ovenfor et objekt, f.eks. kjøpe det, snarere enn ens holdning til selve objektet (Schiffman, Kanuk og Hansen 2012).

Sammen med det som kalles for subjektiv norm, er holdning til atferd med på å bestemme kjøpsintensjonen og atferden til en forbruker. Det som avgjør holdningen til atferd er summen av: 1) tro på at en gitt atferd har et gitt utfall og 2) evalueringen av utfallet. Subjektiv norm består av vurdering av hva andre mener om atferden og hvor viktig det er å opptre i samsvar med andres forventinger. På samme måte som trekomponentmodellen inneholder teorien om overveid handling en kognitiv, en affektiv og en handlingskomponent (Shiffman, Kanuk og Hansen 2012). Disse er imidlertid fordelt på en annen måte enn i trekomponentmodellen (se figur 2). Denne tilnærmingen til holdningsantydning synes å være mer korrekt med tanke på ønsket forutsett atferd enn den som forekommer av Fishbeins tidligere holdning til objekt-modellen.



Figur 2. Theory of Reasoned Action

5.8 Theory of Planned Behavior (TPB)

Som en forlengelse av TRA, teorien om overveid handling, kom Ajzen i 1991 med “the Theory of Planned Behavior”, på norsk kalt for teorien om planlagt atferd, som bedre skulle forklare hvordan atferd kan forstås som en konsekvens av individets intensjoner. I teorien om planlagt atferd legger Ajzen (1991) til et nytt element som spiller en rolle for kjøpsintensjonen; forbrukerens selvoppfattede evne til å kunne utføre handlingen. Spørsmålet om hvorvidt personen faktisk viser en bestemt atferd som han eller hun har tanker om å utføre, bestemmes blant annet av personenens opplevelse av å kunne kontrollere atferden. Med å kunne kontrollere atferden menes at en kan utføre en handling og man vet hva utfallet er.

Ajzen (1991) skiller mellom faktisk kontroll og opplevd kontroll. Vi kan oppleve at vi har kontroll over atferden men egentlig er det bare tilfeldig. I følge han bestemmes personens

opplevelse av kontroll av de tanker vedkommende gjør seg om sannsynligheten for at en besitter de evner og ferdigheter som skal til for å nå sine mål.

5.9 Holdning til miljø

Befolkningens proaktive holdning til miljøet er i følge regjeringen (NOU 1995) noe som startet å vise seg på slutten av 1960-tallet. Dette begynnende fokuset var noe som kom i forbindelse med den økte veksten av miljøforurensning - et resultat av økt forbruk og produksjon. Dette førte til en fremvekst av frivillige miljøorganisasjoner, offentlig miljøadministrasjon, samt reguleringer som skulle ha som formål å beskytte miljøet.

Samtidig understrekes det at det blant de fleste forbrukere, ikke var noe generell interesse for miljøet. Denne problematikken var hovedsakelig begrenset innenfor mindre grupper og miljøer. Ting begynte å endre seg i midten av 1980-tallet, mye i forbindelse med Tsjernobyl-ulykken. Nå hadde folk generelt begynt å åpne øynene for hva påvirkningen på miljøet kunne føre til av katastrofale ulykker, samt dens skadefunksjon på ozonlaget. (NOU 1995)

Siden 1987 har miljøsaken vært en gjenstand for internasjonalisering, inkorporering og integrering. Miljøtanken har stort sett kommet over de dagene da miljøbevegelsene ble ansett som "outsidere". (Jacobsen og Viken, 2008)

I dag kan miljøbevisstheten vises gjennom ulike aspekt, som for eksempel reklame. Ulike bedrifter bruker stadig vekk miljøhensyn som markedsføring for sine tjenester og produkter. Samtidig har det blitt avdekket flere som fremstiller seg selv som mer hensynsfull i henhold til miljøet enn hva virkeligheten tilsier. Dette har medført en innføring av blant annet miljøsertifiseringer. (NOU 1995)

I et bredere spekt, kan man se på Europa og deres holdninger til miljøvern. Europakommisjonen kom ut med en rapporten "Attitudes Of European Citizens Towards the Enviroment" (2008), hvor de gjennom en undersøkelse kom frem til at den gjennomsnittlige europeer innehar en voksende proaktiv holdning til miljøet, og er inneforstått med hvilken betydning miljøet har til deres liv. Hele 96% av de spurte hevdet at det å beskytte miljøet er viktig for dem personlig, hvor igjen to tredjedeler av denne gruppen hevder at det er *veldig* viktig. Disse holdningene reflekteres i deres vilje til å støtte politiske fremskritt for miljøet, samt at de selv hevder at de innehar miljøvennlige holdninger. Samtidig viser det seg at til tross for europeernes miljøvennlige holdninger, blir det ikke nødvendigvis gjenspeilet i direkte handlinger. Dette

understrekes gjennom kommisjonens resultater, som tilsier at det så lite som 17% av de som svarte på undersøkelsen kunne vært villig til å endre på personlige gjøremål som gikk utover deres egen hverdag. Dette kan eksemplifiseres med blant annet villigheten til å benytte sin bil i mindre grad enn hva de gjør per i dag. Undersøkelsen konkluderte derfor med at til tross for at 75% av de undersøkte hevder at de ville gått til verks for å være mer miljøvennlige, ved å blant annet gå til innkjøp av mer miljøvennlige produkter, vil de fleste ikke gå hele veien, ved å gjennomføre det i praksis. (Europakommisjonen 2008)

Temaet som tar for seg en mangel på sammenheng mellom holdning og atferd er også noe som blir bygget under i artikkelen; "International Tourists' Environmental Attitude towards Hotels in Accra" (Mensah og Mensah, 2013) her blir det forklart at grønn turisme er stadig økende, og at miljø er et begrep som også er voksende innenfor turismen. Det forklares samtidig at hotellgjester har påpekt at de er opptatt av at hotellet de besøker, skal være opptatt av miljøet. Videre legges det frem en undersøkelse, hvor hotellgjester ble spurt om deres meninger i henhold til hotellnæringens påvirkning på miljøet. I denne undersøkelsen svarer majoriteten at de ikke tror hotellnæringen har en direkte ødeleggende effekt på miljøet, men at næringen samtidig har en påvirkning på de generelle miljøutfordringer. Videre ut i fra dette, svarte hele 83% av de spurte at de var villig til å betale mer for oppholdet dersom hotellet var miljøvennlig. På en annen side, understrekes det et ironisk faktum, som innebærer at hotellenes generelle forbruk av blant annet vann, energi etc, faktisk blir forverret på bakgrunn av gjestenes høye forbruk.

5.9.1 Demografiske faktorer og holdninger

Wells og Prenskey (1996) har utviklet en teori som tilsier at demografiske faktorer, som er en del av forbrukerens bakgrunnskaraktistikk, er sentrale for deres holdninger. Med forankring i denne teorien ønsket Shwu-Ing (2003) å teste om demografiske faktorer har noe å si for forbrukernes holdninger til e-handel. Studiets resultater støttet denne teorien og bekreftet at demografiske faktorer, som blant annet kjønn, alder og utdanningsnivå, påvirker ens holdning til å foreta kjøp på internett.

I henhold til miljø fremviser Statistisk Sentralbyrå en undersøkelse gjennomført av OECD (SSB 2011) som hadde som formål å se om det fantes forskjell på kvinner og menn sine holdninger til miljø og miljøtiltak. Undersøkelsen tok for seg fem områder: resirkulering, vann og energisparing, økologiske matvarer og transport. Disse undersøkelsene understreker at kvinner

innehar mer vilje til å endre sin atferd for å endre på miljøet. I henhold til transport, var det mindre villighet til å endre sine vaner for menn enn for kvinner. Samtidig viser undersøkelsene at til tross for kvinners innstilling på å kunne endre seg, så har begge kjønn relativ lik atferd når det kommer til miljøtiltak som blant annet: resirkulering, økologisk mat og vann og energisparing. Ved å vise til samme atferd som menn, til tross for sterkere holdninger til å foreta miljøtiltak, viser kvinnene her at deres holdninger og atferd ikke nødvendigvis har en sammenheng. (SSB 2011)

Denne manglende sammenhengen er noe som kan underbygges i følgende utsagn av Kjell Magne Håkonsen:

“Er det slik at mennesker oppfører seg og handler i samsvar med holdningene sine? Er svaret ja, så betyr det at en persons holdninger kan brukes til å forutsi - *predikere* - hvordan han eller hun vil oppføre seg. Men det finnes flere studier som viser at det ikke er noe entydig forhold mellom en persons holdninger og atferd.” (Håkonsen 2009, 206)

I likhet med SSB sine undersøkelser som vi viser til ovenfor konkluderer Aardal (1993) det samme, nemlig at kvinner innehar en sterkere holdning til miljøvern enn menn. I tillegg til dette foretar Aardal i sine analyser også en måling på hvorvidt dette kan måle seg på tvers av andre faktorer, og konkluderer med følgende:

“Kvinner er mer verneorienterte enn menn, selv når man tar hensyn til forskjeller i utdanningsnivå, alder, generasjonstilknytning og yrke.” (Aardal 1993, 15).

I henhold til hvorvidt utdanning har en effekt på holdningen til miljøsertifiseringer, har vi tatt utgangspunkt i konklusjoner fra Holtebekk (2005). Denne oppgaven tar utgangspunkt i diskusjonen mellom Inglehart og Aardal (1993), som legger vekt på verdier og plassering i samfunnet for å forklare variasjoner i holdninger til miljøvern. Disse analysene har blant annet tatt for seg hvorvidt utdanning har en påvirkning på folkets holdning til miljøvernproblematikken. Analysene viser til at det faktisk er en sammenheng i dette tilfellet. De med utdanning har en sterkere holdning til miljøvern i forhold til de uten utdanning. Samtidig blir det poengtert at det foreligger en usikkerhet på hvorvidt det faktisk er individets yrke fremfor utdanning som har mest å si i henhold til et individs holdning til miljøet. Aardal argumenterer på bakgrunn av dette at det forholdsvis er utdanning som ofte står bak en persons yrke, og derfor vil fungere som en indirekte påvirkning.

I henhold til alder får vi forklart gjennom Aardal (1993) sin rapport at det foreligger en lineær sammenheng mellom nettopp denne faktoren og miljøholdning. Innen denne faktoren vil vi også vise til undersøkelsen som ble gjennomført av Shwu-Ing (2003), som også kunne understreke sammenhengen mellom alder, som en demografisk faktor, og holdning.

5.9.2 Miljøsertifiseringer og holdninger

I følge Energirådet Innland sine nettsider er miljøsertifisering en mulighet til å integrere miljøfokus innad i bedriften. Det stadige generelle miljøfokuset i samfunnet genererer en mulighet for bedriften å ekspandere, da med tanke på at flere næringer og selskap gjerne vil samarbeide med andre miljøfokuserte bedrifter. I henhold til reiselivet vil vi igjen vise til artikkelen (Mensah og Mensah 2013) hvor det blir påpekt en voksende interesse blant reisende til å tenke i grønnere baner. For å kunne vise til at bedriften følger miljøfokuserte retningslinjer er miljøsertifisering en mulighet.

I følge Innovasjon Norge har vi fem miljøsertifiseringer i reiselivsnæringen, hvorav fire av dem er relevant i henhold til direkte hoteldrift. Disse er: “Svanen”, “Miljøfyrtårn”, “Norsk Økoturisme” og “ISO 14001”. Sertifiseringen “Blått flagg”, har vi valgt å ekskludere fra oppgaven, da denne ikke er av relevanse for oppgavens tema. Dette kan begrunnes på bakgrunn av Innovasjon Norge sin hjemmeside som forklarer at blått flagg er en sertifiseringsordning som belager seg hovedsakelig for strender og marinaer. Videre i henhold til hotellbransjen sier Innovasjon Norge følgende om disse miljøsertifiseringene:

Svanen - Sertifiserte Svanebedrifter finnes innenfor restauranter eller hotell og overnattingsbedrifter. Svanebedrifter må tilfredsstillere strenge kriterier knyttet til energi- og vannforbruk, avfallssortering og bruk av kjemikalier. Svanemerket er en sertifisering som krever at kvantitative miljøkriterier oppfylles, som for eksempel, energikonsum per person og spillvannets kvalitet. Samtidig sier Jacobsen og Eide (2002) at fremfor å kun vise til at virksomheten forplikter seg til miljøforbedringer, har svanemerket den samme målestokken for alle hotellene som bærer merket.

Per i dag er det i følge Svanemerket sin egen hjemmeside, 75 Svanemerkede hotell i Norge.

ISO 14001 - Standarden ISO 14001 er et redskap for å gi bedriften gode rutiner, organisering og kontroll på sitt miljøarbeid. I Norge vil man i hovedsak finne ISO 14001-sertifiseringer på hotell. Antallet bedrifter som er sertifisert med ISO 14001 er 700.

Regjeringen forklarer på sin hjemmeside at ISO-sertifiseringen er et verktøy som forteller at hotellet har et styringssystem og at det med det er hotellets egne miljøtiltak som avgjør hvor gode de egentlig er på miljø.

Miljøfyrtårn - Sertifiserte Miljøfyrtårnbedrifter finnes innenfor hotell, aktivitetsbedrifter, alpinanlegg, transportselskap med mer. Det stilles konkrete krav til bedriftene på områder som avfall, energi, transport og bruk av kjemikalier. Antalle bedrifter som er sertifisert som Miljøfyrtårn er 2605. (Buskerud Fylkeskommune 2010)

Norsk Økoturisme - De fleste norske økoturismebedrifter er aktivitetsbedrifter. Det stilles strenge krav til internt miljøarbeid, natur- og kulturbruk og vertskapsrollen, - og et aktivt forhold til sitt lokalmiljø.

Denne sertifiseringsordningen ble opprettet for det norske reiseliv i 2008, og har 16 sertifiserte bedrifter. Den bygger på internasjonale prinsipper og ivaretar internasjonale mål for økoturisme som er anbefalt av Forente Nasjoner, samt den Internasjonale Økoturismeforeningen. (www.klimaloftet.no)

Rapporten “Sertifisering av reiseliv - miljøtiltak eller markedsføring?” (Haaland og Aas 2006) viser til at forbrukeren stadig blir mer opptatt av de synlige miljøaspektene, som eksemplifiseres med blant annet ren og uberørt natur og frisk luft. På en annen side viser den til lav fokus på bedriftenes interne miljøfokusering, som avfallshåndtering, utslipp, energisparing etc. På bakgrunn av dette har Innovasjon Norges initiativ, ved å prioritere kun fem sertifiseringsordninger (Svanen, Miljøfyrtårn, Norsk Økoturisme, ISO14001 og Blått Flag), på sin side fungert som hensiktsmessig i et markedspektiv.

Undersøkelsene viser også at pris er viktigere for forbrukeren enn miljøsertifisering. Sertifisering blir heller ikke bestandig ansett som synonymt med høy kvalitet på produktet/tjenesten.

Rapporten “Tourism Certification: An Analysis of Green Globe 21, and other Tourism Certification Programmes” (WWF 2000), viser til at et bredt spekter av undersøkelser har vist til at reisende i teorien er åpne for å velge miljøvennlige alternativ for reisen, og at de i tillegg er

villig til å betale ekstra for disse produktene. På en annen side har rapporten også undersøkt det fra ulike bedrifters perspektiv, som British Airways og TUI. Svarene de har fått fra dette perspektivet viser seg å stå i kontrast til hva forbrukerne selv hevder. Her viser det seg at forbrukerne i praksis prioriterer andre valg enn miljøvennlige, når de bestiller og utfører reisen.

Vi har, for å finne grunnleggende informasjon om antall hotell/bedrifter som er sertifisert, hovedsakelig tatt utgangspunkt i Rapporten gjennomført av Buskerud Fylkeskommune; “Forstudiet bærekraftprogrammet” (2010). Vi er derfor innforstått med at antallet bedrifter som er sertifisert under de ulike sertifiseringsordningene i rapporten kan være endret per i dag. Det var kun miljømerket Svanen som kunne presentere nyere tall, da gjennom sin hjemmeside www.svanemerket.no. Vi har forsøkt å finne konkret informasjon om antall hotell som innehar de ulike sertifiseringene - uten hell. Vi la derfor i den sammenheng ut antall bedrifter fremfor spesifikt hotell.

6.0 Hypoteser

Henry Olsson og Stefan Sørensen (2009) forklarer at hypotese , av gresk *Hypothesis*, betyr antakelse, forutsetning eller grunntanke. Man danner en hypotese ved å sette ulike begreper i relasjon med hverandre. Videre forklarer de at vitenskapelig hypotese er en dannelse for å kunne forklare relasjonen mellom to eller flere begreper. Hypotesenes antakelser skal kunne bli testet, hvor de videre skal kunne enten bli verifisert eller falsifisert.

For å undersøke og finne svar på vår problemstilling har vi i denne oppgaven valgt å ta for oss fem hypoteser, som vi forankrer i ulike akademiske kilder. Disse har som formål å undersøke: hvor viktig miljøsertifiseringer er for forbrukerne ved bestilling av hotell i Norge, sammenhengen mellom demografiske faktorer og holdning til miljøsertifiseringer, samt sammenhengen mellom holdninger og atferd, i henhold til miljøsertifiseringer.

Hypotese I

Pris er en viktigere faktor enn hotellets miljøsertifiseringer ved valg av hotell i Norge

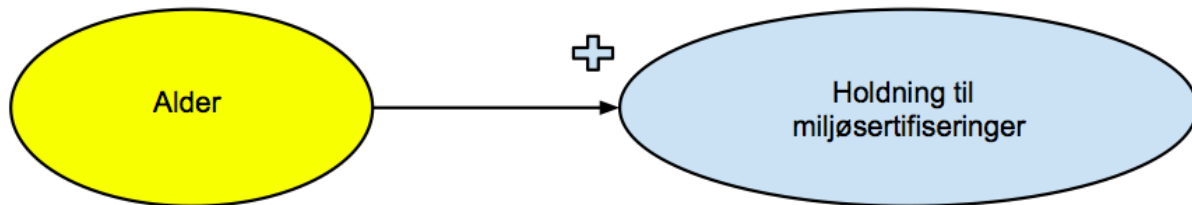
I rapporten “Først mot fremtiden” (2010), utgitt av Buskerud fylkeskommune som en plan i henhold til reiselivet, samt “Tourism Certification: An Analysis of Green Globe 21, and other Tourism Certification Programmes” (WWF 2000) blir det forklart at pris er en viktigere faktor

enn hotellets eventuelle miljøsertifisering når forbrukeren skal ta sitt valg. På bakgrunn av dette var vi interessert i å utprøve dette som vår hypotese, for å se om det i vårt tilfelle ville bli verifisert. Kotler (2005) nevner også pris som en faktor som kjøpere er interessert i når de skal velge hotell, i tillegg til blant annet renhold og beliggenhet. Praktiske faktorer, som renhold, beliggenhet samt to andre faktorer ønsker vi derfor å se deskriptivt på i vår analyse.

Hypotese II

Det er en positiv og lineær sammenheng mellom alder og holdning til miljøsertifiseringer for hoteller i Norge

For å bygge under denne hypotesen, har vi tatt utgangspunkt i Bernt Aardal (1993) sin avhandling, "Energi og miljø. Nye stridsspørsmål i møte med gamle strukturer." I denne forskingsrapporten konkluderer Aardal med at det finnes en lineær, positiv sammenheng mellom alder og holdning til miljøvern. På bakgrunn av dette var vi interessert i å se om denne teorien forstøtt er aktuell i dag, over tjue år senere, og i sammenheng med miljøsertifiseringer.

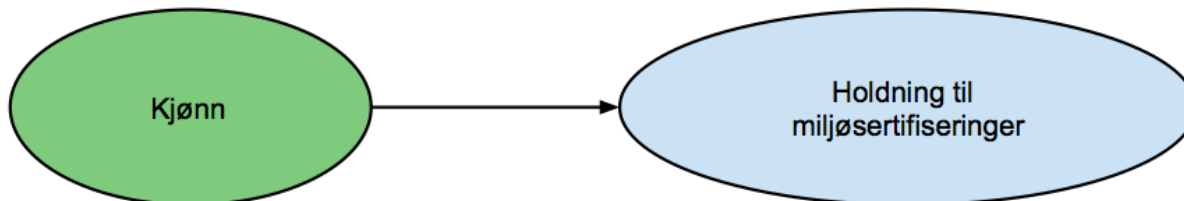


Hypotese III

Kvinner har en sterkere holdning til miljøsertifiseringer for hoteller i Norge enn menn.

Rapporter vi forankrer vår teori på underveis i oppgaven, har etter diverse undersøkelser konkludert med at kvinner innehar en sterkere holdning til miljøet enn menn. I denne kategorien baserer vi oss blant annet på statistikker utarbeidet av Statistisk Sentralbyrå (SSB 2011), Bernt Aardal sin avhandling; "Energi og miljø, Nye stridsspørsmål i møte med gamle strukturer." (1993) og Europakommisjonen sin rapport: "Attitudes Of European Citizens Towards the Environment" (2008). Vi har på bakgrunn av funnene i disse kildene blitt interessert i å utrede

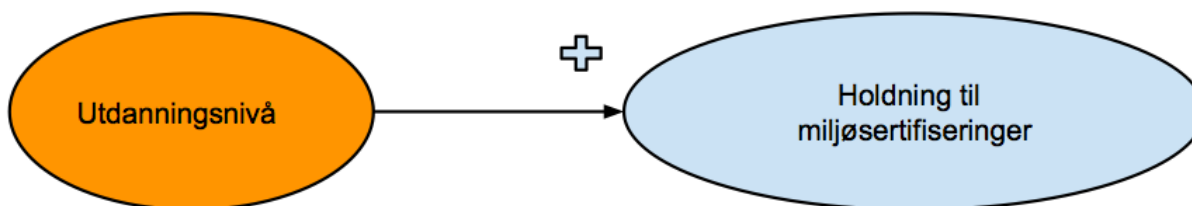
om dette også gjelder i vårt tilfelle, og ønsker derfor å se om kvinner har en sterkere holdning til miljøsertifiseringer enn menn.



Hypotese IV

Det er en positiv sammenheng mellom utdanningsnivå og holdning til miljøsertifiseringer ved bestilling av hotellopphold i Norge.

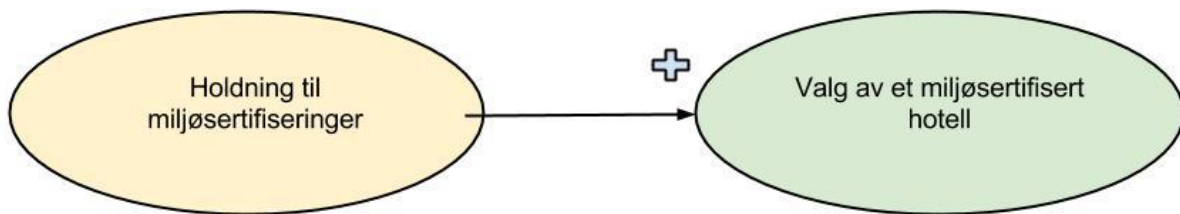
Vi har valgt å forankre denne hypotesen i resultatene fra forskning gjort av Holtebekk (2005). Hennes oppgave tester ut sammenhengen mellom blant annet utdanningsnivå og holdning til miljøvern og konkluderer med en positiv sammenheng mellom disse variablene. Denne korrelasjonen hadde også blitt testet og verifisert av Aardal (1993) i hans avhandling som tar for seg verdier og plassering i samfunnet for å forklare variasjoner i holdninger til miljøvern. I denne avhandlingen hadde Aardal kommet frem til en konklusjon som tilsier at utdannelse har en påvirkningskraft på holdning til miljøvern. I vår forskning er vi interessert i å se om denne sammenhengen også er til stede mellom den uavhengige variabelen utdanningsnivå og den avhenige; holdning til miljøsertifiseringer.



Hypotese V

Det er en positiv sammenheng mellom holdning til miljøsertifiseringer og valg av miljøsertifiserte hotell.

Brochs-Haukedal (2012) sier blant annet at en sterk negativ eller positiv holdning til et objekt vanligvis medfører en tendens til å handle deretter. Håkonsen (2009) er blant de akademikere som står på den annen siden og viser til flere forskninger som har mislykkes med å bekrefte at holdninger i seg selv kan predikere atferd. Rapporten fra WWF (2000) påpeker at mange turister har sterke positive holdninger til miljøvennlige valg, men at de i praksis ikke gjennomfører dem. Med forankring i disse og tidligere omtalte holdnings- og handlingsteorier, der det nevnes at holdninger kan påvirke atferd og/eller omvendt, ønsker vi å undersøke om det finnes en positiv sammenheng mellom menneskers holdninger til miljøsertifiseringer og deres valg av et miljøsertifisert hotell ved bestilling av hotell i Norge.



I tillegg til valgte hypoteser, har vi av personlig interesse ønsket gjennom dette studiet å se om kjennskap til de fire miljøsertifiseringer; Svanen, Miljøfyrtårn, Norsk Økoturisme og ISO14001, har en positiv virkning på holdning til miljøsertifiseringer.

METODE

7.0 Metodisk tilnærming

Akademisk forskning baserer seg på en vitenskapelig tenkemåte. Denne tenkemåten representerer en prosess som søker å oppnå uavhengig viten om fenomener man ønsker å undersøke. I forskningsprosessen legger en frem teoretiske føringer for hvordan verden, dens fenomener og hendelser skal forstås, og avklarer forskerens rolle i hele prosessen. Den metodiske tilnærmingen kan forklares som forskningsprosessens fremgangsmåte, som brukes for å samle inn data til det vi ønsker å undersøke eller få vite mer om, samt løse de spørsmål eller problemer vi vil ha en ny erkjennelse for. (Arntzen og Tolsby 2010)

I dette kapittelet skal vi beskrive og forklare de metodiske valg vi har tatt i undersøkelsesprosessen. Det innledes med en beskrivelse av vår valgte forskningsstrategi og design, deretter går vi over på presentasjon av innsamlingsmetoden samt beskriver hvordan vi har utformet vårt innsamlingsinstrument. Der utdypes det punkter som blant annet operasjonalisering, måleskala og målenivå. Til slutt legger vi frem vår utvalgsprosedyre, samt de etiske aspekter en må ha i bakhodet ved forskning.

7.1.0 Forskningsstrategi

Det finnes to ulike forskningsstrategier man skiller mellom i samfunnsvitenskapelig forskning; den kvantitative som baserer seg på talldata, og den kvalitative som baserer seg på tekstdata. De ulike strategiene varierer blant annet i kunnskapssyn, der den kvalitative forholder seg til en sosialt konstruert verden og den kvantitative til en objektiv verden. Innen forskning er det også vanlig å snakke om å tilnærme seg et problem innenfra eller utenifra, induktivt eller deduktivt. Den kvalitative forskningen bygger ofte på induktive prosesser, der en søker å oppdage begreper innenfra og lage teori gjennom observasjoner, mens den kvantitative bygger på deduksjon, det vil si at den måler begreper som hentes fra teorien. Metodene har sine svake og sterke sider, derfor bør metodevalget skje med tanke på hva en skal undersøke, og med grunnlag i problemstillingen man har valgt. (Ringdal 2013)

Triangulering betyr, i følge Brannen (1995), å kombinere den kvalitative og kvantitative forskningsstrategi, og er også en mulighet å benytte seg av i ens forskning. Dette i form av at den ene metoden er underordnet, for eksempel ved en fokusgruppe som forundersøkelse og

kvanitativt eksperiment basert på fokusgruppen som hovedundersøkelse, eller ved at begge metodene er likestilte.

For å finne svar på vår problemstilling har vi funnet det mest relevant å kun benytte oss av den ene strategitypen, den kvantitative. Vårt valg begrunner vi i problemstillingens natur, samt vårt ønske om å teste ut allerede eksisterende teorier i praksis. Den deduktive måten å tilnærme seg problemet på synes vi var mest riktig i dette tilfellet, da vi ønsket å forholde oss objektivt til forskningen og undersøke det “utenfra”.

7.1.1 Kvantitativ metode

Kvantitative undersøkelser er basert på innsamling av data i form av tall og søker å avdekke relasjoner mellom valgte variabler, ved hjelp av statistiske metoder. Den kvantitative metoden brukes til å teste hypoteser og hjelper, hvis det gjøres riktig og med en tilstrekkelig mengde data, å forklare sammenhengen mellom fenomener og å trekke generaliserbare konklusjoner. (Murray Thomas 2003; Balnaves og Caputi 2001).

7.2 Forskningsdesign

Forskningsdesign, også kalt for forskningsopplegg, er forskerens mer eller mindre detaljerte plan for hvordan han eller hun skal sikre seg at forskningsmessige mål nås. Ulike lærebøker i metode opererer med ulike designtyper. Blant annet Grenness (2001) og Grønhaug (1993) skiller mellom tre typer design; eksplorativt, deskriptivt og kausalt. Det eksplorerende designet brukes blant annet til å formulere problemstillinger, presisere begreper, utvikle hypoteser og gir innsikt og forståelse ved å «gå i dybden» på problemstillingen. Det deskriptive designet beskriver karakteristika ved grupper, estimerer andel individer med visse egenskaper eller bestemt atferd og søker å predikere bestemte atferd. Kausalt design brukes for å fremskaffe belegg for årsak/virkning-effekter mellom variabler. I likhet med Grennes (2001) ser vi at det i virkeligheten er naturlig å blande sammen de ulike designtyper, selv om de i teorien er ulike og ses på separat. I henhold til disse designtyper er vårt forskningsopplegg en blanding av både eksplorativt design, brukt til å utføre litteratursøket og utvikle hypoteser, deskriptivt design til å utvikle og gjennomføre spørreundersøkelser, samt det kausale designet som brukes til å avklare sammenhengene mellom den avhengige og de uavhengige variablene vi undersøker.

Ringdal (2013) og Bryman (2004) bruker derimot en annen kategorisering av forskningsdesign, som vi også ønsker å forholde oss til i denne oppgaven. De skiller mellom fem ulike typer design: eksperimentelt, tverrsnitt, langsgående, casestudie og komperativt design. Innenfor kvantitative forskningsstrategier i samfunnsvitenskapene brukes eksperimentelt design sjeldent, og er mest vanlig for årsaksanalyser. Tverrsnittdesign, som vi har valgt å benytte oss av i vår forskning, er med spørreundersøkelser og levekårundersøkelser det mest brukte forskningsopplegget i sosiologi. Tverrsnittdesignet er også svært vanlig å bruke i andre samfunnsfag. Ved bruk av tverrsnittdesign baserer undersøkelsene seg på ett tidspunkt, mens i langtidsgående design følger man analyseenheter eller case over tid, for eksempel i panelundersøkelser, prospektive eller retrospektive undersøkelser. Casestudier og komperativt design er spørreundersøkelser man foretar i for eksempel en bedrift og/eller mellom to eller flere bedrifter. Disse to designtyper bygger på et lite antall analyseenheter, som da kan være individer, bedrifter, organisasjoner eller land og benyttes i både kvalitativ og kvantitativ forskning. Casestudier er mest vanlige for den kvalitative metoden, mens komperative studier også er mye brukt i kvantitativ forskning. (Ringdal 2013)

I dette tilfellet har vi valgt å bruke tverrsnittdesign fordi denne designtypen anså vi som mest hensiktsmessig, med tanke på innsamling av store mengder data fra mange enheter som vi ønsket å bruke til å teste våre hypoteser. Grunnet tidsmessige begrensninger var vi også nødt til å velge et design som ikke var avhengig av å følge enhetene over tid.

7.3 Innsamlingsmetode

I tverrsnittdesign, som er vår valgte forskningsopplegg, har vi valgt å benytte oss av spørreundersøkelse, også kalt survey, som innsamlingsmetode. Begrepet survey i markedsforskning refererer vanligvis til innsamling av data fra et representativt utvalg og egner seg til å samle inn forskjellig type data. Dette ut ifra holdninger, kunnskapsvariabler, atferd og videre informasjon som demografi og sosiøkonomiske faktorer (Selnes 1999).

Denne metoden er basert på kvantitativ forskningsstrategi. I følge Ringdal (2013) er tverrsnittundersøkelsen den mest vanlige spørreundersøkelsen, som baserer seg på et representativt utvalg, der respondenten kun blir spurt en gang. Det som karakteriserer en survey er høyt standardiserte intervjuer, det vil si at alle som blir spurt får identiske spørsmål, lagt frem på samme måte. Noen av de forskjellige teknikkene som benyttes i spørreundersøkelser er

selvutfyllingsskjemaer, som kan være brev, epost, eller elektroniske skjemaer som fylles ut på internett. Formålet med denne metoden er å gjennom et bredt spekter av enheter eliminere tilfeldige målefeil og gi pålitelige data. Det man da kan miste ved bruk av denne form for forskningsopplegg er muligheten til å følge opp uventet og interessant informasjon ved et intervju. En spørreundersøkelse består nesten alltid av lukkede spørsmål med faste svaralternativer som leses opp av respondenten. I sammenheng med vår oppgave har vi valgt å sende ut en spørreundersøkelse lagt frem på internett, i ulike kanaler som facebook, epost, og It's Learning, med beregnet tidsbruk på ca fem minutter.

7.4.0 Utforming av spørreskjema

Ifølge Selnes (1999) er erfaring og kunnskap en viktig faktor for at et spørreskjema skal bli best mulig. Det finnes gode og dårlige spørreundersøkelser, men ikke noe man kan fastslå som riktige eller sanne løsninger. Det man bør ha, før man konstruerer et spørreskjema, er en bestemt datainnsamlingsmetode. Det stilles forskjellige krav til de forskjellige innsamlingsmetodene, dette med hensyn til omfang, kompleksitet i spørsmålene og layout. Her stilles det også ulike krav om hvordan vi skal bygge opp interessen og motivasjonen til å svare på en spørreundersøkelse. Felles for de fleste er at man starter utformingen av spørsmålene med å liste opp det man ønsker å få vite noe om. I vårt tilfelle var det følgende faktorer som vi ønsket å undersøke: demografiske faktorer (alder, kjønn og utdanningsnivå) og begreper: holdninger til miljøsertifiseringer, atferd (valg av et miljøsertifisert hotell), kjennskap til miljøsertifiseringer, samt viktighet av ulike faktorer ved bestilling av hotell i Norge. Deretter skal det utarbeides spørsmål som fanger opp disse begrepene. Det er på dette nivået en starter operasjonaliseringen, det vil si at man begynner å fange opp eller måle begrepene. Det er som regel ikke lett å vite hva en skal spørre om i en spørreundersøkelse, og av den grunn ender mange opp med for mange spørsmål for å sikre seg svar. Dette kan dermed resultere i å være negativt. Spørsmål som en ikke har tenkt godt over, ender i følge Ringdal (2013) ofte opp med å gi lite interessant informasjon. Sammen med utforming av spørsmål følger utforming av svar. Det er viktig å tenke gjennom hva slags svaralternativer man skal benytte; prestrukturerte, semistrukturerte eller åpne svar. Vi har i vår undersøkelse inkludert prestrukturerte svar for spørsmål om begreper samt for kjønn og utdanningsnivå, mens det for alder og antall hotellopphold de siste to årene ble åpne svar benyttet. Videre i svarutviklingen velges det måleskalaer samt målenivå, og når det er klart

er det spørsmålsrekkefølge og layout som må utarbeides. Når ens survey er klar og utvalget av populasjonen er nærmere bestemt, er det anbefalt å preteste spørreundersøkelsen. I pretest skal altså et lite utvalg av utvalget gå gjennom undersøkelsen for å se om respondenten og forskeren er enige om alle spørsmål, svar og om alt fungerer som det skal. Etter som regel få justeringer er spørreundersøkelsen klar for datainnsamling fra hele utvalget.

7.4.1 Operasjonalisering

I følge Holme og Krohn Solvang (2004) vil operasjonalisering innebære overgangen fra teori til empiri. Det er her man skal knytte det teoretiske grunnlaget man har utviklet, sammen med den konkrete samfunnspraksisen. Dette innebærer også et bindeledd mellom forsker og undersøkelsesenhets virkelighetsforståelse. Man kan ut ifra sin egen forståelse ha gjort en operasjonalisering av det teoretiske grunnlaget man har innhentet og mene at det både er dekkende og fruktbart, men man kan ikke trekke beslutninger om at undersøkelsesenheten opplever det på samme måte.

Operasjonalisering tar utgangspunkt i den teorien en har lagt til grunn, altså det komplekse bilde av sammenhenger en har utviklet og ønsker å prøve ut. Man kan ikke prøve ut disse teoretiske begrepene direkte innenfor et kvantitativt undersøkelsesopplegg. Begrepene bør være mest mulig entydig; jo mer entydig, desto bedre svar vil man få. Det som kan være et problem er at man ikke får de svarene man egentlig ønsker. Det avgjørende blir da å se om operasjonaliseringen som en gjør er fruktbar og dekkende, både for en selv og de som deltar i undersøkelsen. Man vet ikke med sikkerhet at dette vil være tilfelle, men man kan gjennom en pretest få prøvd ut operasjonaliseringen og da se om den fungerer. (Holt m.fl. 2004)

Ved utarbeidelsen av vår spørreundersøkelse hadde vi som mål å måle følgende begreper: holdning til miljøsertifiseringer, forbrukerens atferd ved valg av hotell, viktighet av miljøsertifiseringer samt kjennskap til de ulike sertifiseringene. For å måle begrepet holdning forankret vi våre spørsmål i holdningsmodellen, der vi ønsket å finne ut både det kognitive og emosjonelle aspektet ved holdninger. I tillegg inkluderte vi et spørsmål om holdning til miljøvern for å se om det også ville passe inn i holdningsindeksen og til sammen hadde vi tre spørsmål som ville måle holdninger til miljøsertifiseringer (se vedlegg 1). I henhold til atferd, som da er et mer sammensatt begrep valgte vi å stille åtte spørsmål (se vedlegg 2), for å kunne være mer sikre på at vi måler riktig begrep. Alle disse spørsmålene ble etter en godkjent faktoranalyse inkludert i

indeksen atferd. Viktighet av de ulike faktorer ved valg av hotell i Norge bestemte vi, etter lange diskusjoner, å ta hver for seg og kun bruke deskriptivt. For å likevel måle begrepet viktighet i de ulike tilfellene stilte vi kun direkte spørsmål, basert på lignende spørreundersøkelser. Det samme gjaldt operasjonalisering av begrepet kjennskap, som vi også da valgte å bruke deskriptivt for alle fire miljøsertifiseringene, og ikke i form av en samlet indeks.

7.4.2 Måleskala og målenivå

Å måle noe innebærer at en tildeler egenskapen man skal måle et tall som skal representere den verdien egenskapen har. I følge Holme og Solvang (2004) er egenskapen til den kvantitative metoden dermed at en kan bryte ned egenskapene i tallstørrelser. Det kan variere hvor mange tall som kan tilordnes en egenskap, det samme gjelder informasjonsinnholdet som ligger i de ulike tallene. Det som kan være viktig er å være kritisk prøvende, da det er lett å tøyne data mer enn det hovedsakelig er grunnlag for. Man kan derfor på denne måten bruke mer raffinerte statistiske metoder. Videre skal man endre data til tall, det er her teknisk mulig å bruke enhver statistisk metode uten at systemet reagerer. Før man kan måle en variabel må målenivå identifiseres, slik at også måleskala kan velges ut fra det. Blant målenivåer skiller vi mellom fire typer: nominal, ordinal, intervall og forholdstall (Holme og Solvang 2004). For å undersøke kjennskap og kjønn benyttet vi oss av nominalsкала. Ordinalsкала ble brukt for å måle utdanningsnivå. For måling av holdning og atferd ble intervallsкала benyttet, mens alder og antall hotellopphold ble målt ved hjelp av forholdstall. Som følge av valg av målenivå er valg av riktig måleskala viktig i denne sammenheng. Dette for at respondentene skal kunne merkere det området/tallet/begrepet som best mulig gjenspeiler deres oppfatning. I følge Johannessen (2004) er det for intervallsкалаen, som vi også bruker mest i undersøkelsen, fem svaralternativer i ens måleskala som er et minimum for å kunne gjennomføre mer avanserte statistiske analyser. Dette er derfor antall svar vi har valgt å forholde oss til i vår spørreundersøkelse. Våre ytterpunkter på skalaen varierer fra type spørsmål vi stiller. I måling av holdninger og atferd er ytterpunktene svært uenig = 1 og svært enig = 5, mens de for eksempel i viktighetsspørsmål kalles for ikke viktig = 1 og svært viktig = 5.

7.5 Pretesting

I spørreundersøkelser foreligger det som regel feil, som blant annet uklarheter i sammenheng med blant annet dårlige og lange spørsmål som kan virke unødvendige. I denne sammenheng utfører man en pretest. En pretest har som formål å luke ut slike feil. Første steg i en pretest er å få beslutningstaker, andre ressurspersoner og eventuelt et utvalg av målgruppen til å gå gjennom spørreskjemaet ut i fra problemstilling og informasjonsbehov. (Selnes 1999)

I henhold til vår oppgave hadde vi på forhånd tatt kontakt med vår veileder for å gå gjennom våre spørsmål i første utkast. Ut i fra dette møtet fikk vi en oversikt over hvilke spørsmål vi skulle luke ut og omformulere. På bakgrunn av vårt valg av undersøkelsesdesign og utvalg, tok vi for oss fire tilfeldige personer mellom 20 og 35 år. Ved å la disse gjennomføre undersøkelsen og tolke spørsmålene ble vi informert om hvorvidt disse spørsmålene var hensiktsmessig å benytte i undersøkelsen. Etter noen små justeringer på bakgrunn av dette var vi herved klar for å sende ut vår undersøkelse.

7.6.0 Utvalg

Populasjon i henhold til en undersøkelse er den gruppen av personer, institusjoner, eller andre fenomen som man ønsker å få mer kunnskap om. Utvalget er det utsnittet av populasjonen eller universet som vi faktisk undersøker. (Befring 2010)

Det vanligste i henhold til en undersøkelse, er at man tar et utvalg av populasjonen og bruker heretter utvalget som en indikasjon på hvordan populasjonen ser ut. Selv om man kunne i teorien intervju hele populasjonen, ville det som regel bli svært kostbart og tidkrevende. Et utvalg vil mest sannsynlig gi større nøyaktige estimater. Det er viktig å presisere hvilke enheter som skal inkluderes og hvem som skal ekskluderes, samt hvor man skal presisere de geografiske grensene for populasjonen. (Selnes, 1999)

Vi har i vår oppgave ønsket å kunne uttale oss om Norges befolkning, det vil si at vår populasjon er alle nordmenn. Gunnet lite økonomiske ressurser har vi valgt å gå ut i fra et ikke-sannsynlighetsutvalg, og rette oss inn mot bekvemmelighetsutvalg, noe som gjør at vi likevel ikke kan generalisere resultatene til hele populasjonen. Utvalget ble kontaktet gjennom sosiale media som; Facebook, hvor vi benyttet oss av ulike gruppesamfunn, samt statusoppdateringer og

direktemeldinger til bekjente. Vi benyttet oss også av epost, både privatmail og skolens interne, samt den digitale studentplattformen It´s Learning.

7.6.1 Bekvemmelighetsutvalg

Bekvemmelighetsutvalg er en retning man kan gå dersom man vil samle informasjon raskt og billig. Dette foregår ved at man kontakter de utvalgsenheterne man har tilgjengelig. Dette for eksempel ved at man tar de som befinner seg på bestemt sted til bestemt tid.

Bekvemmelighetsutvalg benyttes ofte til pretesting av spørreskjemaer, samt en del i forbindelse med eksplorative undersøkelser. Problemet som kan oppstå i sammenheng med denne typen utvalg er at man ikke har noen mulighet for å vurdere til hvilken grad det er et representativt utvalg. I tillegg foreligger det sannsynligvis store systematiske skjevheter. (Selnes 1999)

Som tidligere nevnt, har vi i denne oppgaven valgt å gå i denne retningen av utvalg, på bakgrunn av lite økonomiske ressurser tilgjengelig. Sosiale medier og epost har for oss fungert godt og har resultert i overkant av 200 respondenter (N=223), som er en blanding av arbeidskollegaer, venner og bekjente.

7.7 Datainnsamling

Det finnes ulike måter å samle inn data på til en spørreundersøkelse. Ringdal (2013) forklarer at det grovt sett finnes tre hovedkategorier, disse er følgende: besøksintervju, telefonintervju og spørreskjema. Om spørreskjema, som vi har valgt å benytte oss av i vår oppgave forklares det følgende: Ved utfylling av spørreskjema vil respondentene først og fremst legge merke til aspekt som utseendet på skjemaet, og hvordan ordene er formulert. Disse respondentene har skjemaet foran seg, og kan bruke den tiden de trenger. Her kan de diskutere svarene med andre, samtidig som de har muligheten til å endre på sine egne svar underveis. Dette kan føre til ulike forutsetninger og svarimpulser, samt ulik tolkning av hvert enkelt spørsmål. Valget av innsamlingsmetode kan ha eventuelle konsekvenser i henhold til utformingen av spørsmål og spørreskjema i en undersøkelse. Måten man velger å samle inn data på er både med på å bestemme hvorvidt kvaliteten er god, samt kostander, tidsbruk, administrasjon og svarprosent. En må derfor vurdere hvilken metode man ønsker å benytte.

I henhold til datainnsamling kan man møte på flere barrierer, som blant annet feilkilder. Selnes (1999) forklarer at dersom man er klar over de potensielle feilkildene i forbindelse med

datainnsamlingen, er det en større sannsynlighet for at man unngår feilene. Det finnes to hovedtyper av feilkilder i henhold til denne typen forskning. Disse er: utvalgsfeil og målefeil. Utvalgsfeil representerer feil som er innebygget i utvalgsplanen. Målefeil er feil som følger av blant annet dårlig spørreskjema, dårlige intervjuere, manglende svar/og eller feil ved databehandlingen. (Selnes 1999).

Samtidig kan man også komme borti type 1 og type 2-feil, hvor type 1-feil blir forklart som en hypotese som blir forkastet til tross for at den er sann, sannsynligheten for denne typen feil blir bestemt ut ifra signifikansnivået. Feil av type 2, blir også kalt betafeil, består i å la være å forkaste en falsk hypotese. (Ringdal 2013)

I vår oppgave har vi valgt å ta for oss datainnsamling gjennom internett, der spørreundersøkelsen ble laget på www.surveymonkey.com. Link til spørreskjemaet ble sendt til bekvemmelighetsutvalget gjennom sosiale medier, epost og It´s Learning, og spørreundersøkelsen har blitt besvart av 223 respondenter.

7.8 Frafall

Dersom man mister noen respondenter i løpet av testperioden vil det betegnes som frafall. Her må man finne ut om disse frafallene er systematisk forskjellige fra de vi har igjen. Vurdering av intern validitet innebærer med andre ord, en gjennomgang av de utenforliggende typer av alternative forklaringsfaktorer, og videre en sannsynliggjøring av at de ikke har spilt noen rolle, eventuelt hvordan vi har tatt hensyn til dem. (Selnes, 1999).

I vår oppgave hadde vi 2 av 223 frafall på bakgrunn av deres lave alder (<18). I henhold til måling av begreper som holdning og atferd, som i vår undersøkelse ikke ble satt som obligatoriske spørsmål, hadde vi et frafall på 37 og 40.

8.0 Reliabilitet og validitet

Reliabilitet og validitet er et av de grunnleggende problemer i all vitenskapelig forskning, spesielt ved kvantitative, deduktive undersøkelser (Tuhren 2009). Reliabilitet, altså undersøkelsens pålitelighet, innebærer at målingene er riktig utført. En reliabel undersøkelse må bygge på et representativt utvalg av personer, slik at tilfeldigheter ikke påvirker resultatet. Reliabilitet kan, i følge Reve (1985), ses i sammenheng med begrepsvaliditet. Det sier noe om hvorvidt våre målinger er fri for målefeil og er derfor en nødvendig, men ikke tilstrekkelig

betingelse for validitet. I vår forskning har vi tatt hensyn til allmennkildekritikk, men grunnet økonomiske og tidsmessige begrensninger hadde vi ikke mulighet for å benytte test-retest-teknikken som sikrer reliabilitet. For å likevel sørge for best mulig reliabilitet (og begrepsvaliditet) foretok vi korrelasjonstester blant spørsmål som skulle måle samme variabel, og sikret at alle har en høy grad av intern konsistens.

Validitet dreier seg om undersøkelsens gyldighet, det vil si om den måler det vi tror den måler (Kerlinger 1973). I følge Reve (1985) kan mangel på validitet blant begreper eller variabler føre til feilaktige slutninger, og resultere i at forskeren uttaler seg om sammenhenger hun eller han ikke har godt nok grunnlag til å si noe om. Han skiller mellom fire hovedtyper av validitet: begrepsvaliditet, statistisk konklusjonsvaliditet samt intern og ekstern validitet.

8.1 Begrepsvaliditet

Begrepsvaliditet er den overordnede formen for validitet og sier noe om samsvaret mellom et teoretisk begrep og et operasjonelt mål (Reve 1985). Den er nødvendig for å kunne gi generaliserbare, tolkbare og meningsfulle forskningsresultater. Begrepsvaliditet sjekkes ved å teste ulike begreper i spørreundersøkelsen, om underliggende spørsmål måler samme begrep eller ei. Begrepsvaliditeten kan testes gjentatte ganger for både konvergent og diskriminant (divergent) validitet (Grenness 2012), og benyttes ofte i store forskningsprosjekter med sterke tids- og økonomiske ressurser.

Konvergent validitet sier noe om samsvarer mellom multiple mål og/eller metoder og testes enkelt gjennom korrelasjonsteknikker. Divergent validitet setter lys på i hvilken grad et begrep skiller seg fra et annet begrep og korrelasjonsteknikker benyttes her også til å teste ut denne type validitet. (Reve 1985)

For å ivareta kravet om begrepsvaliditet i vår undersøkelse for begrepene holdning, atferd, kjennskap og demografiske faktorer forklarte vi først i teorikapittelet og avsnittet om perasjonalisering hva vi legger inn i disse begrepene. Videre utførte vi faktoranalyser (se vedlegg nr 1 og 2) for spørsmål som refererer til begrepene: holdning og atferd. For variabelen holdning hadde vi tre ulike spørsmål som gjennom faktoranalysen viste seg å være homogene ($>.5$)*, mens det på atferd var åtte ulike spørsmål, som gjennom faktoranalysen også ble funnet homogene. På bakgrunn av disse funnene slo vi sammen spørsmål som er ment å måle samme variabler og på denne måten laget to valide indekser: holdning og atferd.

* Kravet for homogenitet baserer seg på teori fra blant annet Anupam, Bandyopadhyay og Chakraborty (2011)

8.2 Statistisk konklusjonsvaliditet

Etter at man fastslår begrepsvaliditet i en undersøkelse er neste steget å se på statistisk konklusjonsvaliditet. Statistisk konklusjonsvaliditet sier noe om i hvilken grad vi trekker riktige eller falske konklusjoner om kovarians fra statistiske analyser (Reve 1985). Bruk av allerede validerte spørreskjemaer kan i følge Reve (1985) være en enklere måte å gå frem på i stedet for å validere spørreskjemaene selv, noe vi delvis har benyttet oss av i denne forskningen. Hvorvidt vår forskning innehar statistisk konklusjonsvaliditet drøftes i slutten av denne oppgaven, under “Drøfting”.

8.3 Intern og ekstern validitet

De to validitetsformer som ikke alltid inkluderes i metodiske lærebøker, er den såkalte interne og eksterne validiteten. Grunnen til at de ikke alltid blir tatt med i betraktningen, er at de først og fremst benyttes som kvalitetsindikatorer for eksperimentelt design. Intern validitet forteller oss i hvilken grad vi kan konkludere med at resultatet av eksperimentet gjør oss i stand til å identifisere et årsak-virkningsforhold. Undersøkelsen skal være fri for feil, som for eksempel innhenting eller registrering av feilaktig informasjon til denne forskningen. Ekstern validitet refererer til i hvilken grad vi kan generalisere resultatene, altså hvorvidt de kan gjøres gjeldende for andre situasjoner enn de vi har undersøkt. (Grenness 2012)

I vår forskning ivaretar vi kravet om intern validitet ved å bruke akademiske kilder som forskningsrapporter, artikler og bøker for å støtte vår teori og hypoteser. I henhold til registrering av data i SPSS har vi vært påpasselige med å dobbeltsjekke om alt utføres riktig og ingen tall forandres. I størst mulig grad benyttet vi oss av automatiske funksjoner for omgjøring av orddata fra spørreskjemaet til talldata i SPSS. Dette for å unngå registreringsfeil.

Grunnet bekvemmelighetsutvalg i vår undersøkelse tilfredsstillers vi ikke kravet til ekstern validitet og våre resultater kan derfor ikke generaliseres til hele populasjonen, altså hele Norges befolkning.

9.0 Etikk

Forklart av Johannessen, Tufte og Kristoffersen (2011), handler etikk om prinsipper og forskjellige retningslinjer, om handlinger man gjør er rette eller gale. Disse retningslinjene er naturligvis like viktig innen forskningsvirksomhet som all annen virksomhet i samfunnet. Ethiske problemstillinger kan oppstå når forskeren er i kontakt med mennesker i forbindelse med datainnsamling, spesielt i den kvalitative forskningsmetoden, det kan enten foregå gjennom observasjon, intervju eller et eksperiment. Det er visse retningslinjer en forsker må ta hensyn til i forhold til sine utvalgte respondenter. Retningslinjene kan, i følge Nerdrum (1998), betegnes i tre typer hensyn en forsker må ta hensyn til. Disse er:

- 1) Informantens rett til selvbestemmelse og autonomi. Her har informanten gitt uttrykk for informert og frivillig samtykke til å delta, og kan på et hvilket som helst punkt trekke seg ut av undersøkelsen uten noe form for ubehagelighet. Her er det snakk om informert samtykke, når man kan identifisere personene som skal delta, må det videre innhentes samtykke fra disse.
- 2) Forskerens plikt til å respektere informantens privatliv. Her skal folk ha rett til å bestemme hvem de "slipper" inn i livet sitt, og hva som kan slippes ut gjennom informasjon. Her skal man kunne nekte forskeren adgang til opplysning om seg selv. Konfidensialitet er noe en forsker må ivareta.
- 3) Forskerens ansvar for å unngå skade. Dette punktet er mer relevant i forhold til medisinsk forskning, men det gjelder selvsagt også for samfunnsvitenskapelig forskning. Det er mye som må vurderes her - er innsamlingen at data sårbare og overfølsomme områder osv.

I henhold til vår spørreundersøkelse som foregikk på en kvantitativ metode, og igjennom internett er anonymitet svært viktig. Dette for at respondenten skal føle seg anonym og kunne svare så fritt som mulig, vi oppgav ikke på spørreundersøkelsen sin layout at den var 100% anonym, noe som i utgangspunktet burde vært med for at spørreundersøkelsen skal kunne være mer tillitsfull, men derimot får respondenten opp en personvernpolicy ved enden av spørreundersøkelsen, der vil respondenten kunne lese at undersøkelsen ivaretar personens identitet og data og at det er like viktig for den som utfører undersøkelsen at personvern blir ivaretatt.

ANALYSE

10.0 Analyse

All dataanalyse, kvalitativ så vel som kvantitativ, har som formål å frembringe orden og oversikt i vårt datamateriale (Grenness 2012).

I denne delen av oppgaven skal vi først presentere vårt analyseverktøy, SPSS, med ulike analysetyper innenfor kvantitativ forskning, samt resultater fra vår spørreundersøkelse.

10.1 SPSS

“Statistical Package for the Social Sciences”, også kalt SPSS, er et dataprogram for statistisk analyse av kvantitative data. Dette statistikkprogrammet brukes til organisering og analyse av innsamlede data fra spørreundersøkelser. Blant mulige analyser som kan foretas i SPSS er det univariate analyser som ser på fordeling av enheter på én variabel, bivariate analyser som ser på fordeling av enhetene på to variabler, eller multivariate analyser der tre eller flere variabler inngår i analysen. (Johannessen 2004)

I analysen av våre kvantitative data har vi konsentrert oss om univariate og bivariate analyser. Vi benytter oss av frekvenstabeller, korrelasjonsanalyser samt regresjonsanalyse. For riktig tolkning av data benyttet vi oss av akademiske hjelpemidler, blant annet Johannessen (2004), Pallant (2010) og Anupam, Bandyopadhyay og Chakraborty (2011).

10.2 Resultater

I dette avsnittet ønsker vi å presentere undersøkelsens resultater. Vi begynner med deskriptive univariate analyser av de ulike variabler vi har undersøkt (kjønn, alder, utdanningsnivå og kjennskap til miljøsertifiseringene) og ser på fordelingen mellom enhetene. Deretter går vi over på testing av våre fem hypoteser og sammenhengen mellom kjennskap og holdning til miljøsertifiseringer, da ved hjelp av univariate og bivariate analyser, samt en regresjonsanalyse for å teste hypotese nr fem.

Vi har i vår spørreundersøkelse fått inn 223 svar, derav to av dem valgte vi å utelukke på grunn av for lav alder som falt utenfor vår måleskala (1: 18-30, 2: 31-44, 3: 45+).

Gjennomsnittsalderen, mean, var på 29,51 år. Aldersfordelingen i vår forskning viste en hovedvekt av respondenter i aldersgruppen 18 til 30 år (Diagram 1), med hele 72,6 % av de spurte, dvs at den ikke tilfredsstillt krav til normalfordeling.

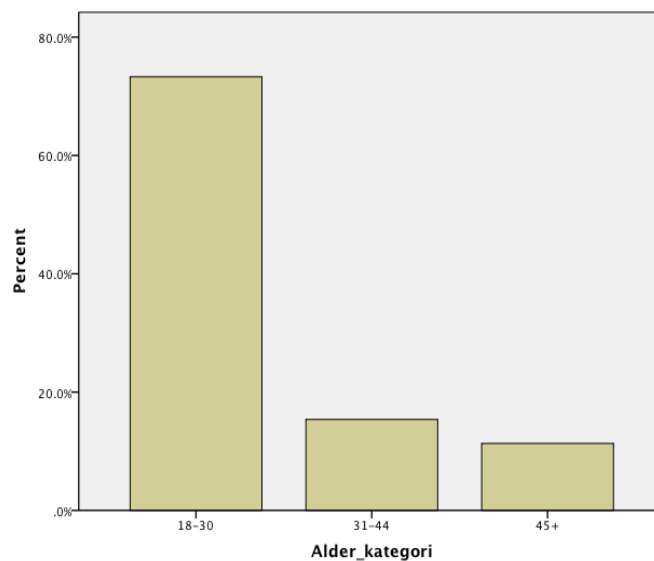


Diagram 1. Prosentvis fordeling av enhetene etter alder.

I undersøkelser som tar for seg kjønn som en av sine variabler, vil man gjerne at fordelingen skal være lik på begge kjønn. Kjønnfordelingen i vår undersøkelse viste at det var en liten overvekt av kvinnelige respondenter, 57,3%, mot 42,6 % menn (diagram 2).

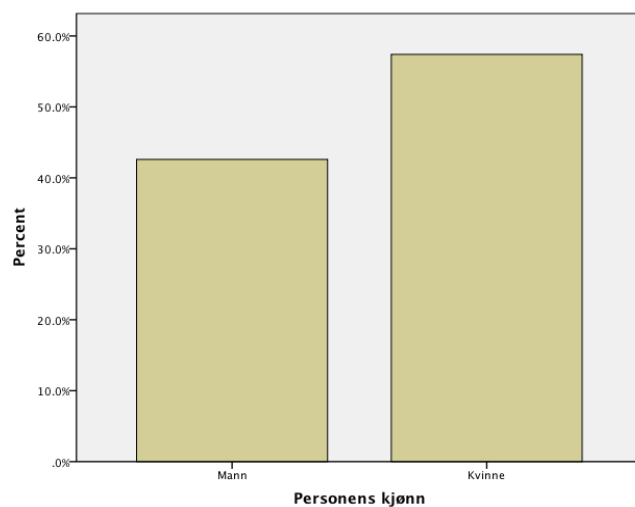


Diagram 2. Prosentvis fordeling av enhetene etter kjønn.

Når det kommer til utdanningsnivå var det i vår spørreundersøkelse en hovedvekt av respondenter med bachelorgrad, BA, (47,1%), videregående skole, VGS, (38,6%) og mastergrad, MA, (9,9%) som sin høyeste fullførte utdanning, mens utdanningsgruppene for doktorgrad, PHD, grunnskole og ingen utdanning sto til sammen for 4.4% av utvalget. Krav til normalfordeling blir likevel tilfredsstillt, da skjevhet er på $-.018$, kurtosis på $.378$ og standardavviket er på $.74610$. Homogenitet ble også funnet holdbar (over $.05$).

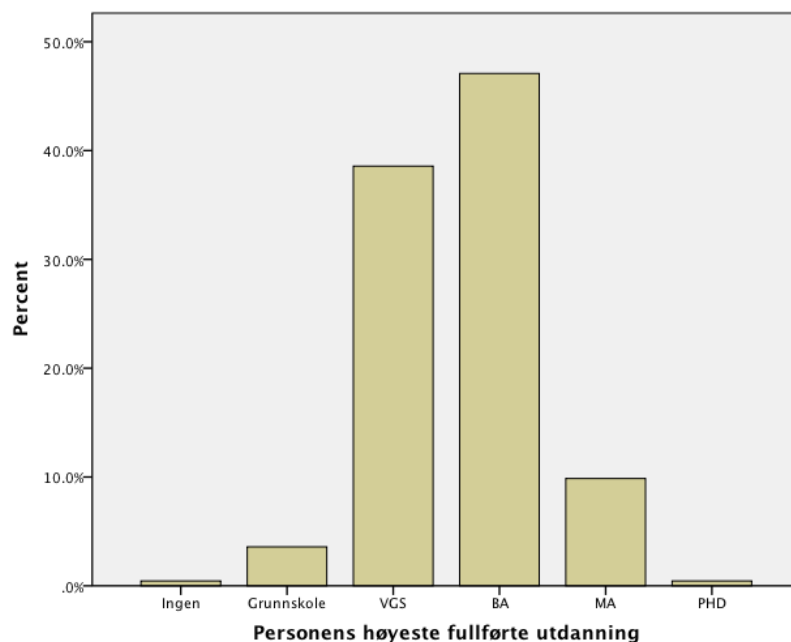


Diagram 3. Prosentvis fordeling av enhetene etter utdanningsnivå.

Gjennom vår undersøkelse har vi også kartlagt nordmenns kjennskap til miljøsertifiseringene, som også vises grafisk i diagram 4, 5, 6 og 7, der blått representerer antall enheter med kjennskap til sertifiseringene og grønt det motsatte. Funnene er interessante og belyser at miljøsertifiseringen Svanen (diagram 4) er den mest kjente sertifiseringen, med 62,8% av respondentene som hadde kjent til den da de tok undersøkelsen. Miljøfyrtårn (diagram 5) var det 38,6% av respondenter som kjente til, det vil si at de fleste ikke hadde kjennskap til denne sertifiseringen. Det samme gjaldt sertifiseringene Norsk Økoturisme (diagram 6), 8,1%, og ISO 14001 (diagram 7), 17,5%, der svært få hadde krysset av på at de kjente til disse sertifiseringene.

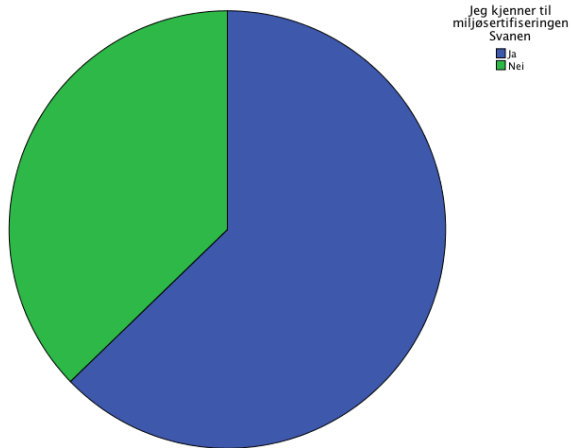


Diagram 4. Kjennskap til Svanen

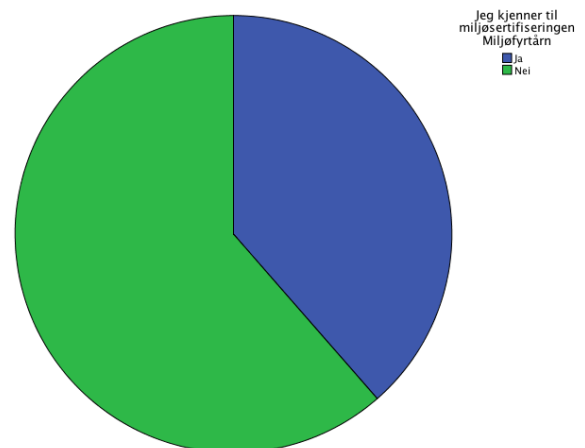


Diagram 5. Kjennskap til Miljøfyrtårn

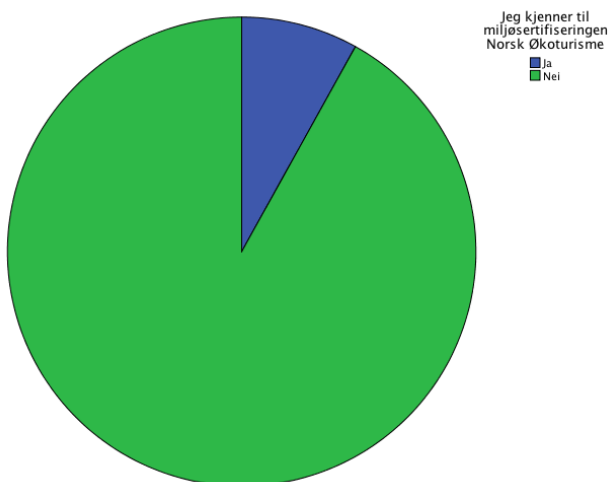


Diagram 6. Kjennskap til Norsk Økoturisme

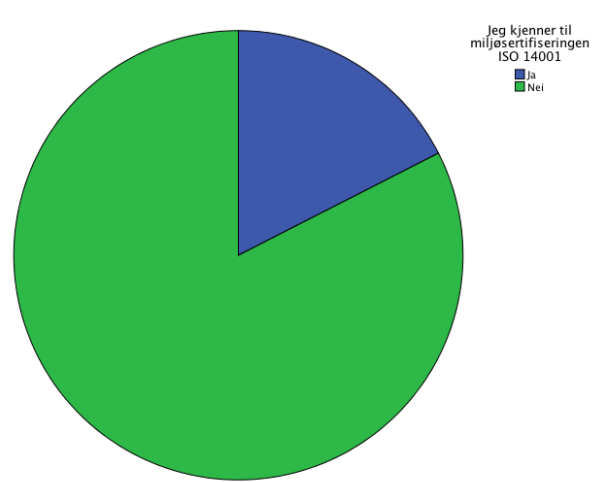


Diagram 7. Kjennskap til ISO 14001

Hypotese I

Pris er en viktigere faktor enn hotellets miljøsertifiseringer ved valg av hotell i Norge

For å finne ut hvilken av faktorene: pris eller miljøsertifiseringer er viktigst for forbrukere når de bestiller hotellopphold i Norge foretok vi en deskriptiv analyse av gjennomsnittsverdiene.

Resultatet viste en tydelig forskjell mellom pris og miljøsertifiseringer, 4.0905 mot 2.9749, noe som antyder at pris er en viktigere faktor ved bestilling av hotell enn miljøsertifiseringer. Dette

kan også tydelig ses ut fra grafene under som presenterer viktighet av pris (diagram 8) og viktighet av miljøsertifiseringer (diagram 9). Hypotese nr èn blir derfor verifisert.

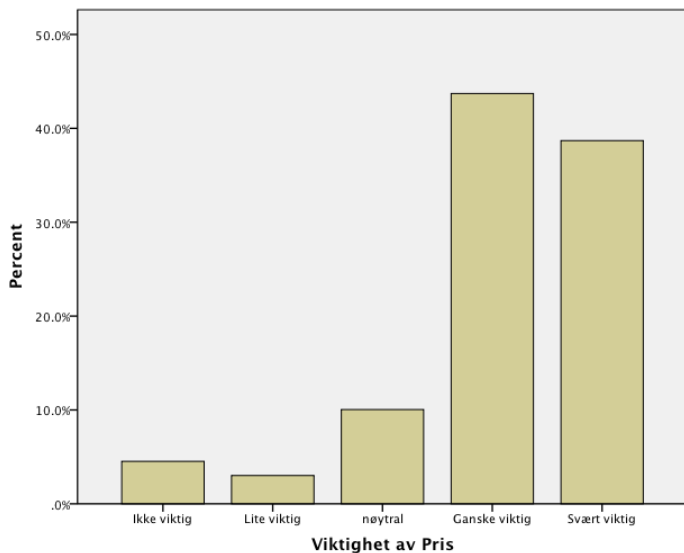


Diagram 8. Viktighet av pris i %.

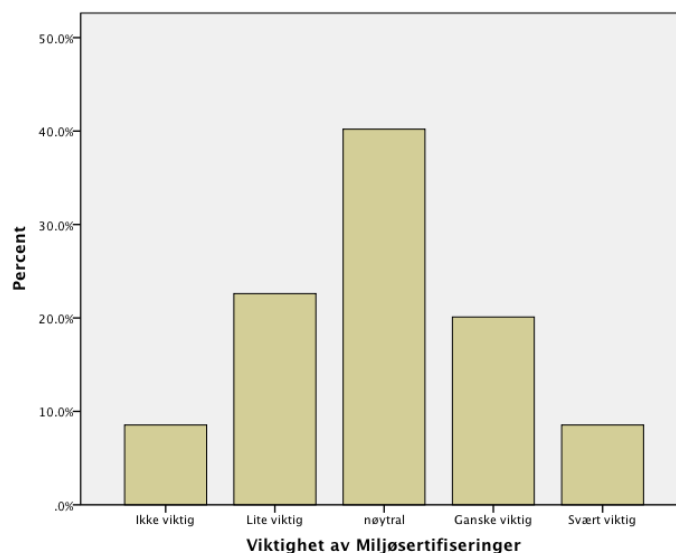


Diagram 9. Viktighet av miljøsertifiseringer i %.

I vår undersøkelse, som forklart innledningsvis, valgte vi også å se på praktiske faktorer; beliggenhet, komfort, utseende, fasiliteter og renhold, for å se hvor viktige disse er for valg av hotell i Norge, i tillegg til pris og miljøsertifiseringer. Gjennom vår deskriptive analyse har vi funnet ut at renhold er den mest avgjørende faktoren ved valg av hotell i Norge (Mean=4,5226), etterfulgt av beliggenhet (Mean=4.3568) og pris som den tredje viktigste faktor. Miljøsertifiseringer kom på siste plass blant viktige faktorer og utseende på nest siste plass (Mean=3.3819), rett etter fasiliteter (Mean=3.5176).

Hypotese II

Det er en positiv og lineær sammenheng mellom alder og holdning til miljøsertifiseringer.

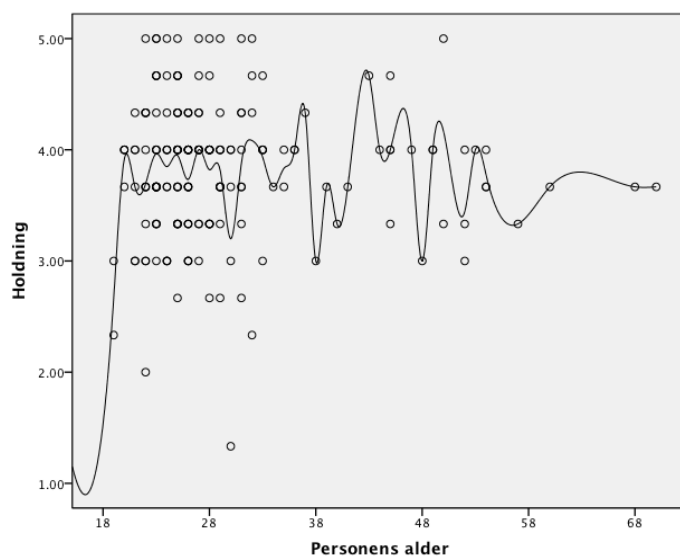
For å finne ut om det er en positiv og lineær sammenheng mellom alder (uanvendig variabel) og holdning til miljøsertifiseringer (avhengig variabel) foretok vi en regresjonsanalyse mellom alder (ikke gruppert, measure: scale) og indeksen holdning. Betaværdien var på .007, noe som tilsvarer en svært svak positiv påvirkning, og resultatet var i tillegg ikke signifikant (sig = .924). Adjusted R2 var lav (-.005), noe som tilsier at alder står for kun 0,5% av forklaringen på forbrukernes

holdninger til miljøsertifiseringer. Dette betyr også at det er mange andre faktorer som påvirker forbrukernes holdninger. Hypotesen om positiv sammenheng mellom alder og miljøsertifiseringer må derfor forkastes.

Diagram 10. Alder og holdning til miljøsertifiseringer. Spredning av svar.

Hypotese III

Kvinner har en sterkere holdning til miljøsertifiseringer enn menn.



For å se om kjønn spiller en rolle for holdning til miljøsertifiseringer foretok vi en T-test der testvariabelen var holdning og grupperingsvariabelen var kjønn. Resultatet viste en forholdsvis sterk positiv holdning hos kvinner, Mean=3.9572, og hos menn var gjennomsnittet på 3.6061. Dette betyr at kvinner har en signifikant sterkere holdning til miljøsertifiseringer enn menn. Som man også kan se fra grafen under er standardavviket hos kvinner lavere enn hos menn (.51739 mot .69822), noe som tilsier at kvinner er mer enige med hverandre enn menn om sin holdning til miljøsertifiseringer. Hypotese nr tre blir derfor verifisert.

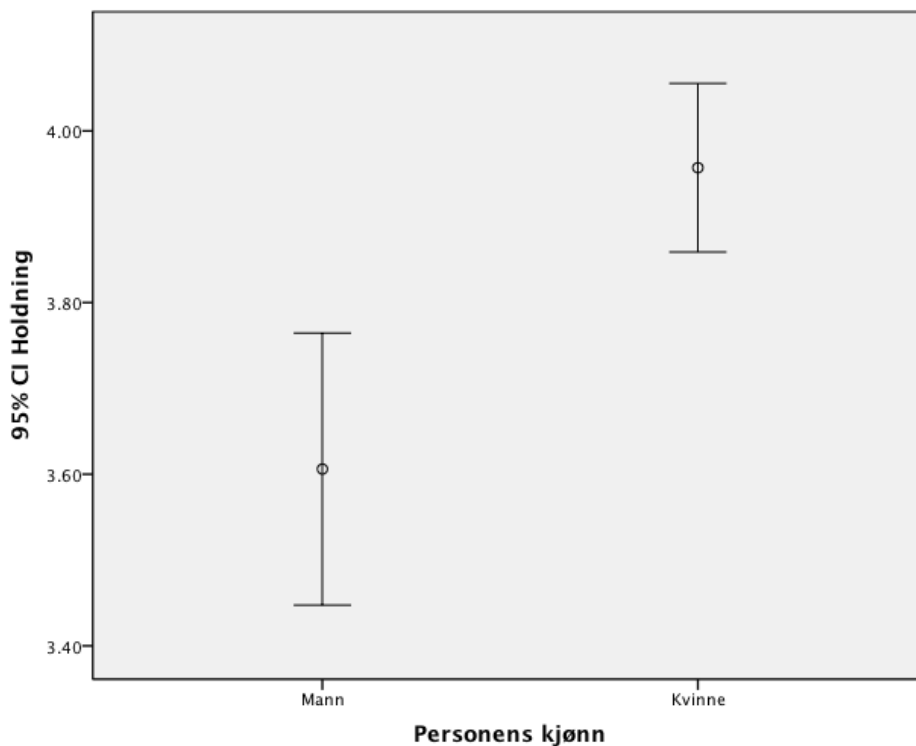


Diagram 11. Holdning til miljøsertifiseringer fordelt på kjønn.

Hypotese IV

Det er en positiv sammenheng mellom utdanningsnivå og holdning til miljøsertifiseringer.

Da det i vår undersøkelse ikke ble funnet normalfordeling innen utdanningsnivå, med svært få respondenter med høyeste fullførte utdanning som PHD (doktorgrad), grunnskole og ingen utdanning, har vi valgt å ekskludere disse gruppene fra analysen for å sikre mer signifikante resultater. I One-Way ANOVA-testen vi foretok ble derfor kun tre grupper inkludert: VGS, BA, MA. Resultatene fra testen viser at sammenhengen mellom utdanningsnivå og holdning til miljøsertifiseringer ikke er signifikant ($\text{sig} = .847$). Dette vil si at forbrukernes utdanningsnivå ikke påvirker deres holdning til miljøsertifiseringer og som vi kan se i grafen under er det ingen positiv lineær sammenheng mellom høyere utdanning og sterkere holdning. Hypotese nr fire blir derfor forkastet på bakgrunn av disse funn.

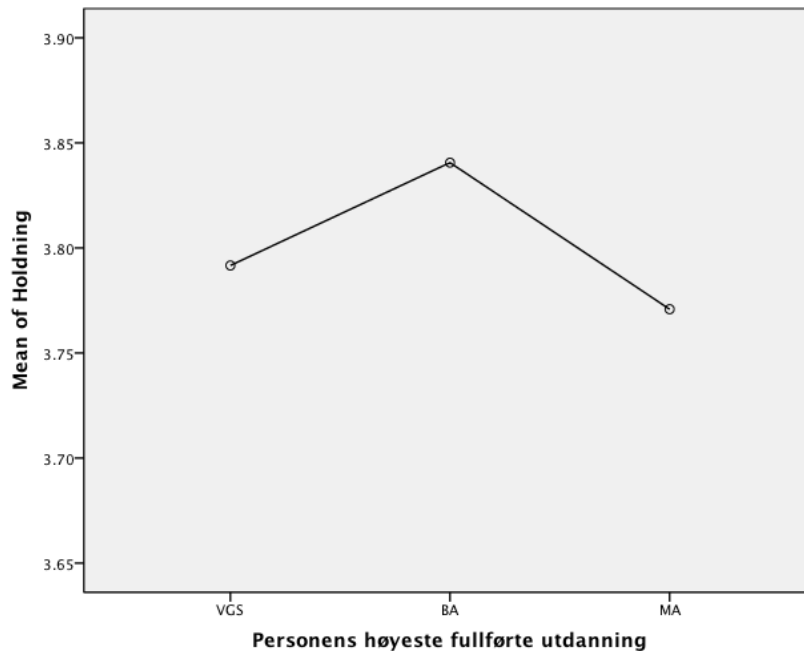


Diagram 12. Holdning til miljøsertifiseringer fordelt på utdanningsnivå.

Hypotese V

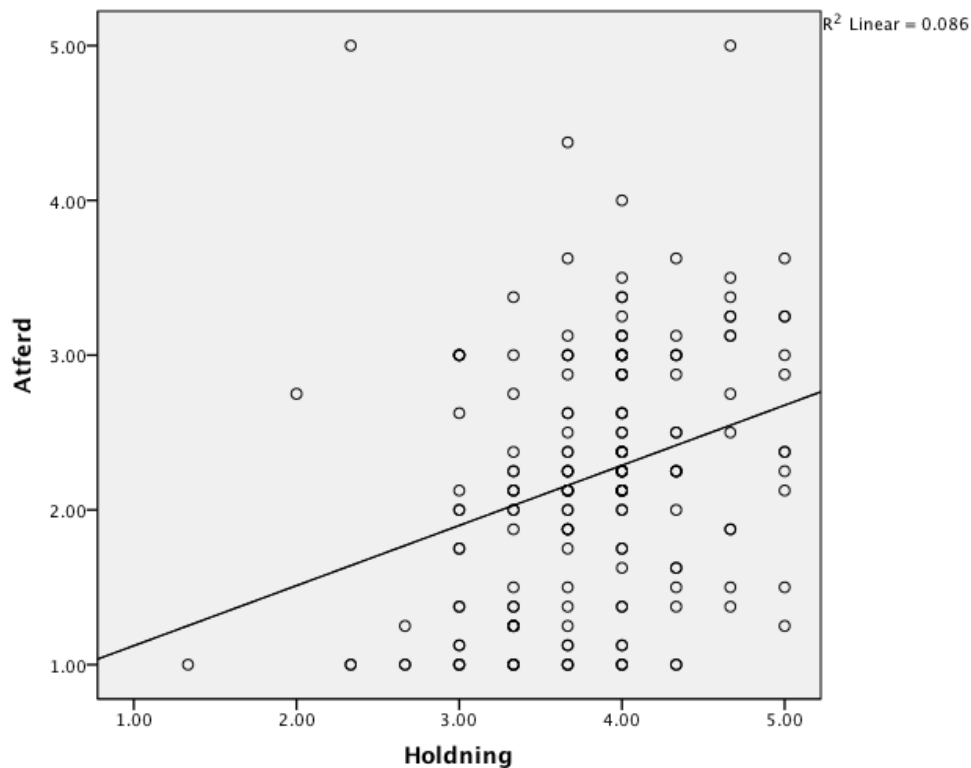
Det er en positiv sammenheng mellom holdning til miljøsertifiseringer og valg av miljøsertifiserte hotell.

For å undersøke i hvor stor grad forbrukernes holdning til miljøsertifiseringer resulterer i valg av et miljøsertifisert hotell, foretok vi en egen analyse. Vi testet korrelasjonen mellom holdning til miljøsertifiseringer og faktisk valg av et miljøsertifisert hotell ved bestilling av hotellopphold i Norge (atferd). Korrelasjonen mellom holdning og atferd var signifikant på 1%-nivå og lå på .293, som i følge Pallant (2010) er en meget svak samvariasjon og av ingen betydning. I følge Johannessen (2004) finnes det ingen fasitsvar på hva som er høy korrelasjon, men at det i samfunnsvitenskapene er vanlig å anse en korrelasjon på .2 - .3 som en moderat samvariasjon. Med forankring i Johannessen (2004) kan vi si at det foreligger en positiv sammenheng mellom holdning til miljøsertifiseringer og valg av et miljøsertifisert hotell, og dermed verifisere vår hypotese.

Samtidig ville vi også se hvor mye holdning til miljøsertifiseringer har å si for atferden. Ut i fra regresjonsanalysen vi foretok for holdning og atferd fant vi ut at R^2 var på .086, det vil si at det var høy spredning i svarene. Det betyr at atferden ikke avhenger mye av holdningen til

miljøsertifiseringer, slik at holdning forklarer kun 8,6 % av atferden. Våre funn er dessuten signifikante (sig. = .000)

Diagram 13. Sammenheng mellom holdning til miljøsertifiseringer og valg av et miljøsertifisert hotell



Kjennskap til miljøsertifiseringer har en positiv virkning på holdning til miljøsertifiseringer.

For å undersøke om kjennskap til miljøsertifiseringer har en positiv virkning på holdning til miljøsertifiseringer foretok vi en deskriptiv analyse av kjennskap til de ulike miljøsertifiseringer og deres virkning på holdning til miljøsertifiseringer. Ut fra tabellen under kan vi for det første se at det generelt ikke er mange som kjenner til andre miljøsertifiseringer enn Svanen. De som kjenner til Svanen har enn sterkere holdning til miljøsertifiseringer enn de som ikke kjenner til den (Mean=3.85 mot Mean=3.68). Respondenter som kjenner til miljøsertifiseringen Miljøfyrtårn har også en minimalt sterkere positiv holdning (Mean=3.82 mot Mean=3.80). Det er svært få som kjenner til Norsk Økoturisme (N=18), men de som gjør det har en betydelig sterkere holdning til miljøsertifiseringer (Mean=4.09) enn de som ikke gjør det (Mean=3.78). ISO14001 er det flere som kjenner til, men her viser resultatene seg å være omvendt. De som

ikke kjenner til denne miljøsertifiseringen har en sterkere positiv holdning (Mean=3.83) enn de som kjenner til den (Mean=3.74). På grunn av ulike resultater og ingen entydighet om at kjennskap til miljøsertifiseringer har en positiv virkning på holdning til miljøsertifiseringer kan vi ikke uttale oss om en sikker sammenheng mellom kjennskap til de ulike miljøsertifiseringer og holdning til miljøsertifiseringer generelt.

		Holdning	
		Mean	Count
Jeg kjenner til miljøsertifiseringen Svanen	Ja	3.85	140
	Nei	3.68	83
Jeg kjenner til miljøsertifiseringen Miljøfyrtårn	Ja	3.82	86
	Nei	3.80	137
Jeg kjenner til miljøsertifiseringen Norsk Økoturisme	Ja	4.09	18
	Nei	3.78	205
Jeg kjenner til miljøsertifiseringen ISO 14001	Ja	3.74	39
	Nei	3.83	184

Tabell 1. Holdning til miljøsertifiseringer etter kjennskap til Svanen, Miljøfyrtårn, Norsk Økoturisme og ISO14001

11.0 Drøfting

Vi har i denne oppgaven tatt for oss teorier som har blitt utprøvd fra flere år tilbake. Her eksemplifiserer vi med blant annet Aardal, som foretok sin forskning i 1993. Med tanke på generell utvikling gjennom tid var det i henhold til vår oppgave, var det interessant for oss å se om hypotesene våre ville samstemme med de tidligere teoriene, eller om det ville foreligge nye svar.

Med tanke på alder er det ikke i vår oppgave hensiktsmessig å generalisere, dette på bakgrunn av vårt bekvemmelighetsutvalg som resulterte i en lav aldersgruppe blant respondentene i vår undersøkelse, hovedsakelig respondenter i aldersgruppen 18-30. Valget av bekvemmelighetsutvalget har vi begrunnet med økonomiske årsaker, og er fult klare over dets betydning. Likevel så vi det hensiktsmessig å presentere undersøkelsens funn i denne i sammenheng. Det ble ikke funnet noen positiv og lineær sammenheng mellom alder og holdning til miljøsertifisering, noe som kan ha en sammenheng med at våre respondenter er av en yngre

generasjon enn hva Aardal hadde i sin avhandling. Det kan også tenkes at hans funn har blitt utdatert og at det foreligger et endret holdningsmønster den dag i dag.

I henhold til temaet om hvorvidt kvinner innehar en sterkere holdning enn menn til miljøsertifisering har vi underveis i oppgaven benyttet oss av kilder som understreker denne teorien. Da dette var noe vi var interessert i å se om fortsatt var tilfelle, inkluderte vi dette i vår undersøkelse. Med en gjennomsnitt på 3.9572 hos kvinner mot 3.6061 hos menn, kunne også vi konkludere med at kvinner sine holdninger i henhold til miljøsertifisering er sterkere enn hos menn. Det viste seg også at det hos menn foreligger en større uenighet blant menn, med et standardavvik på .69822, mot .51739 hos kvinnene. Slik kunne vi tyde at det var mer enighet blant kvinner enn blant menn, hvor kvinnene hadde flere like svar og stod mer på samme nivå generelt enn hva menn gjorde. Grunnet et stort antall respondenter og en forholdsvis lik kjønnsfordeling blant dem vil vi med ganske høy sikkerhet si at våre funn er signifikante.

Til tross for Aardal sin forskning som resulterte i en positiv respons på hvorvidt utdanning har en sammenheng med holdninger til miljøvern, tyder vår forskning på det motsatte. I våre konklusjoner kommer det frem til at sammenhengen mellom utdanningsnivå og holdning til miljøsertifiseringer ikke er signifikant. Det ble i vår forskning ikke funnet noen positiv lineær sammenheng, og vi måtte derfor forkaste denne hypotesen. Det som gjør forskningen på denne hypotesen usikker er mangel på normalfordeling i utdanningsnivået. Vi kan ikke uttale oss med signifikant sikkerhet om denne sammenheng på grunn av nettopp dette. Samtidig i sin forskning, legger Aardal også frem en teori, som forklarer at det kan foreligge en sjanse for at hans konklusjon om sammenheng mellom utdanning og holdning til miljøsertifiseringer, kan ha en sammenheng med respondentenes yrke. Dette vil bare kunne foreligge som en antakelse, da dette ikke var noe vi testet ut i vår undersøkelse.

I forbindelse med bestilling av et hotellopphold i Norge, som vi ser på først i vår undersøkelse, er det visse faktorer som klart er viktigere for forbrukere enn andre. Gjennom vår hypotese antok vi at pris er en viktigere faktor enn miljøsertifiseringen, når man skal velge hotell. Denne hypotesen ble verifisert gjennom forskningen, men flere interessante funn er det blitt lagt merke til.

Renhold og beliggenhet er faktorene som er av størst betydning for forbrukeren, noe som også

forekommer av Kotler (2005). Pris kommer på tredje plass, mens miljøsertifiseringene er den minst viktige faktoren. Hvorfor er dette tilfelle? Det er et spørsmål vi stiller oss nå i etterkant. Svarene kan være ulike, men et av våre teorier er liten synlighet av miljøsertifiseringer på de ulike bookingsider. Med dette mener vi at miljøsertifiseringer ikke er lagt frem i forbrukerens fokus, slik at han eller hun kan ta stilling til denne faktoren. I henhold til de ulike miljøutfordringer vårt samfunn står ovenfor i dag, synes vi at et større fokus på å fremheve sertifiseringene kunne bidra til økt oppmerksomhet rundt temaet, og gitt forbrukeren et bevisst valg som hun eller han må ta. Dette ville ført til en bedre forståelse av holdning til miljøsertifiseringer og atferd, altså valg av et miljøsertifisert hotell.

Så, kunne vi konkludere med at det var en sammenheng mellom holdning og atferd? Ut i fra korrelasjons og regresjonsanalysene viste det seg at det faktisk foreligger en sammenheng mellom holdning til miljøsertifisering og valg av et miljøsertifisert hotell. Denne sammenhengen er på .293, og indikerer en moderat sammenheng mellom variablene. Korrelasjonsnivået, som vi fikk på .293 er tolket ulikt på bakgrunn av de ulike teoretikerne Pallant (2010) og Johannesen (2004), noe som gjør at resultatene herunder kan få ulik konklusjon på bakgrunn av ulik teoretisk forankring. Vi har valgt å forankre vår tolkning i Johannesen (2004), som sier at denne sammenhengen er tilstede. Ut i fra regresjonsanalysen mellom holdning og atferd så vi også at verdien r^2 var svært lav, noe som betyr at holdning kun forklarer 8,6% av atferden. Dette igjen betyr at det er mange andre faktorer som spiller en rolle for atferd.

I tillegg til å undersøke våre hypoteser, så vi på sammenhengen mellom kjennskap til miljøsertifiseringer og holdning til dem. Det viste seg gjennom våre funn at de respondentene som kjente til miljømerket Svanen også kunne vise til en sterkere holdning til miljøsertifiseringer enn de som ikke kjente til dette merket. Dette var også tilfellet med de som kjente til miljøfyrtårn. I henhold til ISO14001 viste det seg på en annen side slik at de som ikke kjente til denne sertifiseringer faktisk innehadde en sterkere holdning til miljøsertifiseringer enn de som visste om den. Det var samtidig en hovedvekt av de som ikke visste til denne sertifiseringer (N=184), og kun 39 respondenter som kjente til den. Den sertifiseringsordningen som viste seg å være minst kjent var Norske Økoturisme. Denne sertifiseringer var kun kjent blant 18 respondenter. Allikevel viste det seg at de som faktisk visste om denne sertifiseringer også var

de som hadde den sterkeste holdningen til miljøsertifisering. Her kan vi spekulere i om hvorvidt det foreligger en grunn til å tro at en person med sterk holdning til miljøsertifisering også er de som innehar mest kunnskap om også de mer ukjente sertifiseringsordningene.

I henhold til statistisk konklusjonsvaliditet, der en skal spørre seg selv om studien er sensitiv nok til å trekke meningsfulle empiriske variasjoner om kovariasjon, samt om observert kovariasjon er tilstrekkelig sterk til å kunne gi tolkbare resultater, har vi ulike meninger.

Vår måling av begrepet holdninger til miljøsertifiseringer anser vi som tilfredsstillende, noe vi begrunner med inkludering av spørsmål om både affektive og kognitive aspekter ved holdninger, men vi stiller likevel et kritisk spørsmål til 100% sikkerhet. Våre resultater av måling på holdninger kan være litt usikre, noe vi begrunner i at vi bare har stilt tre spørsmål for å måle dette begrepet. To av spørsmålene spør direkte om holdning til miljøsertifiseringene, mens det i ett tilfelle er spørsmål om holdning til miljøvern. Dette er i utgangspunktet ikke det samme som holdning til selve miljøsertifiseringer, men på en annen side er det blitt bekreftet homogenitet blant alle disse tre spørsmålene i indeksen. Indeksen ble derfor funnet holdbar i dette tilfellet og vi antok at alle disse tre spørsmål måler samme begrep. Når det gjelder måling av atferd mener vi å ha en sterk statistisk konklusjonsvaliditet, da det begrepet ble målt gjennom hele åtte spørsmål som også viste homogenitet i sin indeks. Samtidig som vi mener å ha validiteten på plass for det begrepet, er det også i forhold til TRA- og TPB-teoriene en usikkerhet rundt atferdsbegrepet fordi det er sammensatt av mange faktorer og akademia har fortsatt ikke funnet klare indikatorer på atferd. Statistisk konklusjonsvaliditet i henhold til begrepet viktighet og kjennskap er også en usikkerhet i vårt tilfelle, da dette er begreper som kun er målt med et spørsmål på hver faktor, noe som minsker deres validitet.

12.0 Konklusjon

Tema for denne studien har vært miljøsertifiseringer i hotellbransjen i Norge. Vi har gjennom vår undersøkelse sett på hvilke faktorer forbrukeren ser på som viktige ved valg av hotellopphold innlands, hvilke holdninger nordmenn har til norske miljøsertifiseringer, hvilke demografiske variabler påvirker denne holdningen, samt undersøkt sammenhengen mellom holdninger til miljøsertifiseringer og valg av et miljøsertifisert hotell. I tillegg så vi på hvilken rolle kjennskap til de ulike miljøsertifiseringene spiller for selve holdningen. Resultatene har både ført til

verifisering og forkasting av de ulike hypoteser. Grunnet bekvemmelighetsutvalg, samt noenlunde usikker begreps- og konklusjonsvaliditet, ønsker vi å påpeke at denne studien ikke er generaliserbar til hele Norges befolkning. Denne kan imidlertid gi antydninger til eksisterende forhold, og er et grunnlag for videre og mer omfattende forskning innen temaet.

13.0 Forslag videre

I etterkant har vi lagt merke til visse svakheter i vår forskning og ønsker derfor å gi leseren føringer til videre forskning, på bakgrunn av våre refleksjoner. Et representativt utvalg, med normalfordeling innen utdanningsnivå og alder, hadde bidratt til å kunne generalisere svarene. Vi foreslår derfor videre testing av våre hypoteser, men da med et representativt utvalg. En mer omfattende måling av holdninger, med flere spørsmål som fanger opp ulike aspekter ved holdningene, kunne bidratt til en sterkere begrepsvaliditet og mer sikre resultater. Et annet forslag vi har er at variabelen kjennskap kunne blitt målt på en bedre måte, med intervallskala, slik at flere spørsmålene kunne blitt slått sammen til en indeks og dermed gi mer sikre funn. Det vi også synes kunne vært interessant, er å foreta et eksperiment, som ser forskjellene i holdninger til miljøsertifiseringer og valgt av et miljøsertifisert hotell mellom respondenter med kjennskap til miljøsertifiseringer og uten.

14.0 Litteraturliste

- Aardal, Bernt. 1993. *Energi og miljø*. Oslo: Institutt for samfunnsforskning.
- Anupam, De, Gautam Bandyopadhyay og B. N. Chakraborty. 2011. *Application of the Factor Analysis on the Financial Ratios and Validation of the Results by the Cluster Analysis: An Empirical Study on the Indian Cement Industry* i *Journal of Business Studies Quarterly*. Vol. 2 Issue 3, 13-31.
- Ajzen, Icek. 1991. *The theory of planned behavior* i *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50 (2): 179–211.
- Arntzen, Erik og June Tolsby. 2010. *Studenten som forsker i utdanning og yrke*. Akershus: Høgskolen i Akershus.
- Balnaves, Mark og Peter Caputi. 2001. *Introduction to quantitative research methods: an investigative approach*. London: SAGE Publications Ltd.
- Brannen, Julia. 1995. *Mixing Methods: Qualitative and Quantitative research*. Aldershot Hants: Avebury.
- Brochs-Haukedal, William. 2012. *Arbeids- og lederpsykologi*. Oslo: Cappelen Akademisk.
- Befring, Edvard. 2010. *Forskningsmetode, med etikk og statistikk*. Oslo: Samlaget.
- Bryman, Alan. 2004. *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Bunkholdt, Vigdis. 2002. *Psykologi: En innføring for helse og sosialarbeidere*. 2. utgave. Oslo: Universitetsforlaget.
- Festinger L .1957. *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Stanford University Press.
- Fishbein, M og Icek Azjen. 1975. *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An introduction to theory and research*. MA: Addison-Wesley.
- Grenness, Tor. 2001. *Innføring i vitenskapsteori og metode*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Grenness, Tor. 2012. *Hvordan kan du vite om noe er sant?* Latvia: Cappelen Damm.
- Grønhaug, Kjell. 1993. *Problemer i empirisk forskning* i *Metoder og perspektiver i økonomisk-administrativ forskning*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Holt, Nigle, Andy Bremner, Ed Sutherland, Michael Vliek, Michael W. Passer og Ronald E. Holme, Idar Magne og Bernt Krohn Solvang. 2004. *Metodevalg og metodebruk*. Otta: Tano Aschehoug.

- Holtebekk, Birgit. 2005. *Hovedoppgave i sosiologi: Miljøvern - hva så?* Universitetet i Oslo: Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi. Lesedato: 13.04.2014
(<https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/15473/miljovern.pdf?sequence=2>)
- Håkonsen, Kjell Magne. 2009. *Innføring i Psykologi*. 4 utgave. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Jacobsen, Jens Kr. Steen og Kjartan Eide. 2002. *Turisme, turister og samfunn*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Jacobsen, Jens Kr. Steen og Arvid Viken. 2008. *Turisme, fenomen og næring*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Johannessen, Asbjørn. 2004. *Introduksjon til SPSS*. Oslo: Abstrakt forlag.
- Johannessen Asbjør, Per Arne Tuft og Line Kristoffersen. 2010. *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Abstrakt forlag
- Kaufmann, Geir og Astrid Kaufmann. 2009. *Psykologi i organisasjon og ledelse*. Bergen: Fagbokforlaget
- Katz, Daniel. 1960. *The Functional Approach To The Study Of Attitudes* i *Public Opinion Quarterly*. Vol. 24 (2): 163-204.
- Kerlinger, Fred. 1973. *Foundation of Behavioral Research*. Holt: Rinehart and Winston.
- Kotler, Philip. 2005. *Markedsføringsledelse*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- La Piere, Richard. 1934. *Attitudes vs Actions* i *Social Forces* Vol. (13): 230-237.
- Løvland, Jarle. 1999. *Arbeidstilfredshet - relevant mål i bedriftsutviklingsprosesser?* i *Økonomisk Fiskeriforskning*. Vol. 9 (2): 113-127.
- Mensah Ishmael og Rebecca Dei Mensah. 2013. *International Tourists' Environmental Attitude towards Hotels in Accra* i *International Journal of Academic Research in Business and Social*. Vol. 3 (5): 444.
- Murray, Thomas. 2003. *Blending Qualitative and Quantitative Research Methods in Theses and Dissertations*. Thousand Oaks: Corwin Press Inc.
- Odom, Leslie og Robin Henson. 2002. *Data Screening: Essential Techniques for Data Review and Preparation*. <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED466781.pdf>
- Olsson, Henry og Stefan Sørensen. 2009. *Forskningsprosessen, kvalitative og kvantitative perspektiver*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Pallant, Julie. 2001. *SPSS survival manual. A step by step guide to data analysis using SPSS for Windows (version 10 and 11)*. Buckingham: Open University Press

Ringdal, Kristen. *Enhet og mangfold*. 3. utg. Bergen: Fagbokforlaget.

Reve, Torger. 1985. *Validitet i økonomisk-administrativ forskning*. NHH, Institutt for organisasjonsfag.

Sharpley, Richard og David Telfer. 2008. *Tourism and Development: Concepts and Issues*. USA: Taylor and Francis Group.

Selnes, Fred. 1999. *Markedsundersøkelser*. Otta: Tano Aschehoug.

Shiffman, Leon, Leslie Kanuk og Havard Hansen. 2012. *Consumer Behaviour: A European Outlook*. Essex: Pearson Education Ltd.

Shwu-Ing Wu. 2003. *The relationship between consumer characteristics and attitude toward online shopping* i *Marketing Intelligence and Planning*. 21(1): 37-44.

Svartdal, Frode. 2011. *Psykologi: En introduksjon*. Oslo: Gyldendal akademisk.

Thuren, Torsten. 2012. *Vitenskapsteori for nybegynnere*. Oslo: Gyldendal akademisk.

Wells, William og David Prensky. 1996. *Consumer Behavior*. New York: John Wiley & Sons.

14.1 Rapporter

Europakommisjonen. 2008. "Attitudes Of European Citizens Towards the Enviroment".

Lesedato 14.4.2014:

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_295_en.pdf

IPCC. 2013. Lesedato 15.3.14: <http://www.climatechange2013.org/>

Haaland, Hanne og Øystein Aas. 2006. *Sertifisering av reiseliv - miljøtiltak eller markedsføring?*

NINA-rapport 144. Lesedato: 02.04.14:

<http://www.nina.no/archive/nina/PppBasePdf/rapport/2006/144.pdf>

Buskerud Fylkeskommune. 2010. Lesedato: 31.3.14:

<http://www.bfk.no/Documents/BFK/N%C3%A6ringsutvikling/Reiseliv/Regional%20delplan%20for%20reiselivet%20i%20Buskerud.pdf>

NOU 1995. Regjeringen. Lesedato 02.04.14:

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/bld/dok/nouer/1995/nou-1995-21/4/6.html?id=337770>

Regjeringen. 2007. Reiselivsstrategi. Lesedato: 3.2.2014

<http://www.regjeringen.no/upload/NHD/Vedlegg/strategier2007/reiselivsstrategi07-kap3-baerekraftig.pdf>

Synovate 2009, ”Miljømerking og Nasjonalparker Kvalitativ Rapport”. Utført på oppdrag av Innovasjon Norge. Lesedato: 02.04.14:

<http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=adbda0c0-6220-49bf-9675-a792f9b61d82%40sessionmgr4001&vid=4&hid=4110>

United Nations Environmental Programme. 2012. *Annual Report*. Lesedato: 16.2.14:

<http://www.unep.org/annualreport/2012/>

WWF. 2000. Lesedato 02.3.2014:

<http://www.wwf.org.uk/filelibrary/pdf/tcr.pdf>

14. 2 Internettartikler

“Attitudes Of European Citizens Towards the Environment”. 2008. Chicago Tribune 31.3. 2014.

Lesedato: 5.4.2014. http://articles.chicagotribune.com/2014-03-31/business/sns-rt-us-climate-ipcc-20140330_1_warming-ipcc-climate-change

SSB. 2011. Kjønnforskjeller i holdninger til miljø. Lesedato:

<http://www.ssb.no/forskning/energi-og-miljookonomi/energi-og-miljopolitikk/kj%C3%B8nnforskjeller-i-holdninger-til-milj%C3%B8-betyr-lite-for-atferd>

Innovasjon Norge. Miljøsertifiseringer i Norge.

<http://www.innovasjon norge.no/no/reiseliv/baerekraftig-reiseliv/miljosertifisering/#.U2C7EV4fY48>

Svanemerkede hoteller.

<http://www.svanemerket.no/produkter/producttype/?m1=300009&m2=300026&pt=299184#prodList>

Hvorfor Svanemerkede hoteller?

<http://www.regjeringen.no/nb/dokumentarkiv/stoltenberg-ii/bld/taler-og-artikler/2013/hvorfor-svanemerkede-hoteller.html?id=733361>

Miljøfyrtårnmerkede hoteller.

<http://rapportering.miljofyrtarn.no/CrystalReport/BransjekravPDFs/3.pdf>

Miljø og klimastatus

<http://www.miljostatus.no/Tema/Klima/> Lesedato: 20.06.201

Vedlegg

1.0 Faktoranalyser

1.1 Holdning

Factor Matrix^a

	Factor
	1
Jeg er opptatt av miljøvern.	.587
Jeg har tro på at miljøsertifiseringer bidrar til å forbedre miljøet.	.799
Jeg synes at norske hoteller skal være miljøsertifisert.	.724

Extraction Method: Maximum Likelihood.

a. 1 factors extracted. 4 iterations required.

1.2 Atferd

Factor Matrix^a

	Factor
	1
Hotellets miljøsertifiseringer er viktige for meg når jeg bestiller hotellopphold i Norge.	.725
Hotellets miljøsertifiseringer er avgjørende for mitt valg av hotell i Norge.	.783
Miljøsertifiseringer er viktigere for meg enn pris når jeg bestiller hotellopphold i Norge.	.879
Miljøsertifiseringer er viktigere for meg enn hotellets beliggenhet når jeg bestiller hotellopphold i Norge.	.920
Miljøsertifiseringer er viktigere for meg enn komfort når jeg bestiller hotellopphold i Norge.	.908
Miljøsertifiseringer er viktigere for meg enn hotellets utseende når jeg bestiller hotellopphold i Norge.	.772
Miljøsertifiseringer er viktigere for meg enn hotellets fasiliteter når jeg bestiller hotellopphold i Norge.	.850
Miljøsertifiseringer er viktigere for meg enn renhold når jeg bestiller hotellopphold i Norge.	.794

Extraction Method: Maximum Likelihood.

a. 1 factors extracted. 4 iterations required.

2.0 Hypotese I Pris - Miljøsert

Descriptive Statistics

	N	Mean
Viktighet av Pris	199	4.0905
Viktighet av Beliggenhet	199	4.3568
Viktighet av Komfort	199	4.0251
Viktighet av Utseende	199	3.3819
Viktighet av Fasiliteter	199	3.5176
Viktighet av Renhold	199	4.5226
Viktighet av Miljøsertifiseringer	199	2.9749
Valid N (listwise)	199	

3.0 Hypotese II Alder – Holdning

Statistics

alder_kategori

N	Valid	221
	Missing	2

alder_kategori

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-30	162	72.6	73.3	73.3
	31-44	34	15.2	15.4	88.7
	45+	25	11.2	11.3	100.0
	Total	221	99.1	100.0	
Missing	System	2	.9		
Total		223	100.0		

Custom Tables

[DataSet1] /Users/iwona/Desktop/spss/MiljøSert5nyeverdier.sav

		HoldningNY
		Mean
alder_kategori	18-30	3.81
	31-44	3.90
	45+	3.78

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.007 ^a	.000	-.005	.62346

a. Predictors: (Constant), Personens alder

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.004	1	.004	.009	.924 ^a
	Residual	71.522	184	.389		
	Total	71.525	185			

a. Predictors: (Constant), Personens alder

b. Dependent Variable: HoldningNY

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.798	.149		25.484	.000
	Personens alder	.000	.005	.007	.095	.924

a. Dependent Variable: HoldningNY

4.0 Hypotese III Kjønn - Holdning

T-Test

[DataSet1] /Users/iwona/Desktop/spss/MiljøSert5nyeverdier.sav

Group Statistics

Personens kjønn	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Holdning Mann	77	3.6061	.69822	.07957
Kvinne	109	3.9572	.51739	.04956

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	
Holdning	Equal variances assumed	8.445	.004	-3.939	184	.000	-.35113	.08913	-.52698	-.17527
	Equal variances not assumed			-3.746	132.380	.000	-.35113	.09374	-.53655	-.16570

Correlations

[DataSet1] /Users/iwona/Desktop/spss/MiljøSert5nyeverdier.sav

Correlations

		Personens kjønn	Holdning
Personens kjønn	Pearson Correlation	1	.279**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	223	186
Holdning	Pearson Correlation	.279**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	186	186

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

5.0 Hypotese IV Utd - Holdning

Oneway

[DataSet1] /Users/iwona/Desktop/spss/MiljøSert5nyeverdier.sav

Descriptives

HoldningNY

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
VGS	72	3.7917	.57718	.06802	3.6560	3.9273	2.33	5.00
BA	92	3.8406	.68737	.07166	3.6982	3.9829	1.33	5.00
MA	16	3.7708	.45082	.11271	3.5306	4.0111	3.00	4.67
Total	180	3.8148	.62458	.04655	3.7230	3.9067	1.33	5.00

Test of Homogeneity of Variances

HoldningNY

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.437	2	177	.240

ANOVA

HoldningNY

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.131	2	.065	.166	.847
Within Groups	69.697	177	.394		
Total	69.827	179			

Robust Tests of Equality of Means

HoldningNY

	Statistic ^a	df1	df2	Sig.
Welch	.184	2	48.196	.833
Brown-Forsythe	.212	2	110.483	.809

a. Asymptotically F distributed.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.029 ^a	.001	-.005	.62321

a. Predictors: (Constant), Personens høyeste fullførte utdanning
 b. Dependent Variable: Holdning

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.060	1	.060	.155	.694 ^a
	Residual	71.465	184	.388		
	Total	71.525	185			

a. Predictors: (Constant), Personens høyeste fullførte utdanning
 b. Dependent Variable: Holdning

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.744	.177		21.110	.000
	Personens høyeste fullførte utdanning	.026	.065	.029	.394	.694

a. Dependent Variable: Holdning

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.7443	3.8471	3.8118	.01807	186
Residual	-2.48803	1.20434	.00000	.62153	186
Std. Predicted Value	-3.740	1.950	.000	1.000	186
Std. Residual	-3.992	1.932	.000	.997	186

a. Dependent Variable: Holdning

		HoldningNY	
		Mean	Count
UTD_VGS_BA_MA	VGS	3.79	86
	BA	3.84	105
	MA	3.77	22

6.0 Hypotese V Holdning – Atferd

Correlations

		Holdning	Atferd
Holdning	Pearson Correlation	1	.293**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	186	183
Atferd	Pearson Correlation	.293**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	183	183

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

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Holdning ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Atferd

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.293 ^a	.086	.081	.78830

a. Predictors: (Constant), Holdning

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.585	1	10.585	17.035	.000 ^a
	Residual	112.475	181	.621		
	Total	123.061	182			

a. Predictors: (Constant), Holdning
b. Dependent Variable: Atferd

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.734	.364		2.017	.045
	Holdning	.388	.094	.293	4.127	.000

a. Dependent Variable: Atferd

7.0 Kjennskap til miljøsertifiseringer

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Viktighet av Pris	199	4.0905	1.00597	-1.446	.172	2.121	.343
Viktighet av Beliggenhet	199	4.3568	.77742	-1.565	.172	3.853	.343
Viktighet av Komfort	199	4.0251	.78777	-.671	.172	.644	.343
Viktighet av Utseende	199	3.3819	.95604	-.236	.172	-.048	.343
Viktighet av Fasiliteter	199	3.5176	.98905	-.302	.172	-.347	.343
Viktighet av Renhold	199	4.5226	.74416	-1.861	.172	4.418	.343
Viktighet av Miljøsertifiseringer	199	2.9749	1.05619	.050	.172	-.413	.343
Valid N (listwise)	199						

8.0 Spørreundersøkelsen

Spørreundersøkelse om hotellopphold i Norge.

Takk for at du tar deg tid til å besvare denne spørreundersøkelsen!

Beregnet tidsbruk: ca 5 minutter.

***1. Kjønn**

Mann

Kvinne

***2. Alder**

***3. Høyeste fullførte utdanning**

Grunnskole

Videregående skole

Høyskole- eller universitetsnivå, Bachelorgrad

Høyskole- eller universitetsnivå, Mastergrad

Høyskole- eller universitetsnivå, Doktorgrad

Ingen utdanning

Dine hotellopphold i Norge i løpet av de siste 24 måneder

***4. Hvor mange hotellopphold (minst én natt) har du hatt i Norge i løpet av de siste 24 måneder? Vennligst oppgi antall reiser, ikke netter.**

***5. Hva var hensikten med de fleste av dine hotellopphold i Norge i løpet av de siste 24 måneder?**

- Jobb
- Privat

Bestilling av hotellopphold i Norge

I denne delen vil vi gjerne at du forteller oss hvor viktig ulike faktorer er for deg når du skal bestille et hotellopphold i Norge. Vennligst svar på bakgrunn av ditt forrige svar om hensikten med dine hotellopphold, jobb eller privat.

*6. Hvor viktig eller uviktig er følgende faktorer for deg når du bestiller hotellopphold i Norge?

	Svært viktig	Ganske viktig	Nøytral	Lite viktig	Ikke viktig
Pris	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beliggenhet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Komfort	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utseende	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fasiliteter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Renhold	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miljøsertifiseringer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Miljøsertifiseringer i hotellbransjen i Norge

7. Jeg kjenner til følgende miljøsertifiseringer i hotellbransjen i Norge:

- Svanen
- Miljøfyrtårn
- Norsk Økoturisme
- ISO 14001

I denne delen ber vi deg om å oppgi hvor enig eller uenig du er i følgende påstander om miljøsertifiseringer og miljøvern.

*8. Hvor enig er du i følgende påstander:

	Svært enig	Enig	Verken enig eller uenig	Uenig	Svært uenig
Jeg er opptatt av miljøvern.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har tro på at miljøsertifiseringer bidrar til å forbedre miljøet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg synes at norske hoteller skal være miljøsertifisert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hotellets miljøsertifiseringer er viktige for meg når jeg bestiller hotellopphold i Norge.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hotellets miljøsertifiseringer er avgjørende for mitt valg av hotell i Norge.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miljøsertifiseringer er viktigere for meg enn pris når jeg bestiller hotellopphold i Norge.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miljøsertifiseringer er viktigere for meg enn hotellets beliggenhet når jeg bestiller hotellopphold i Norge.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miljøsertifiseringer er viktigere for meg enn komfort når jeg bestiller hotellopphold i Norge.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miljøsertifiseringer er viktigere for meg enn hotellets utseende når jeg bestiller hotellopphold i Norge.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miljøsertifiseringer er viktigere for meg enn hotellets fasiliteter når jeg bestiller hotellopphold i Norge.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miljøsertifiseringer er viktigere for meg enn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

renhold når jeg bestiller
hotellopphold i Norge.