



Universitetet
i Stavanger

NORSK HOTELLHØGSKOLE
BACHELOROPPGAVE

STUDIUM:

Bachelor i Reiselivsledelse

OPPGAVEN ER SKREVET INNEN FØLGENDE

FAGOMRÅDE:

Bærekraftig reiseliv og destinasjonsutvikling

ER OPPGAVEN KONFIDENSIELL? Nei.

TITTEL:

Naturbaserte reiselivsdestinasjoner - deres vei mot en mer bærekraftig fremtid

ENGELSK TITTEL:

Nature-based tourism destinations - their path to a more sustainable future

FORFATTER			VEILEDER:
Kandidatnummer:	Studentnummer:	Navn:	Lukasz Andrzej Derdowski
5520	256024	Lisa Rude	

Naturbaserte reiselivsdestinasjoner - deres vei mot en mer
bærekraftig fremtid

Norsk Hotellhøgskole

Bachelor i Reiselivsledelse

20 Studiepoeng



Universitetet
i Stavanger

Lisa Rude

Mai 2022

Forord

Denne oppgaven er skrevet som en avslutning på bachelorstudiet i Reiselivsledelse på Norsk Hotellhøgskole ved Universitetet i Stavanger, våren 2022. Bacheloroppgaven er et resultat av tre svært lærings- og kunnskapsrike år på studiet. Valg av tema gjenspeiler personlig interesse for natur og bærekraft, og et ønske om å oppnå mer kompetanse. Grunnlaget for tema er basert på samfunnsrelevans og en viktig del av fremtiden.

Jeg vil gjerne takke min veileder Lukasz Andrzej Derdowski for god oppfølging og veiledning gjennom prosessen, og gode råd når jeg har trengt det som mest. Jeg vil også rette en takk til mine medstudenter for gode diskusjoner rundt oppgaven, og som har støttet meg gjennom hele studieløpet.

God lesing!

Stavanger, mai 2022

Lisa Rude

Sammendrag

Det er mange som bruker naturen som et avbrekk fra hverdagens travle dager, og er et sted man kan finne ro og nyte de behagelige omgivelsene omgitt av et fantastisk dyreliv. Derfor har mange blitt engasjert i å bevare og beskytte den slik at vi kan oppleve naturen som den er i mange år til. Både den yngre og eldre generasjonen ser viktigheten av denne bevaringen, men det er viktig at naturbaserte reiselivsdestinasjoner tar ansvar og går frem som et godt eksempel. Derfor ønsker jeg å undersøke hvilke tiltak disse reiselivsdestinasjoner kan gjennomføre for å beskytte det naturlige miljøet. Dette resulterer i problemstillingen *“Hva slags strategier kan naturbaserte reiselivsdestinasjoner ta i bruk for å beskytte det naturlige miljøet?”*

For å kunne besvare problemstillingen har jeg valgt å benytte meg av litteraturstudie som metode. Det er tatt utgangspunkt i relevant teori som angår naturbasert reiseliv, bærekraft og strategi. Videre ser jeg på allerede eksisterende forskning som jeg har funnet på ulike databaser ved hjelp av spesifiserte søkeord og søkestrategi. Deretter diskuterer jeg resultatene som kommer frem i forskningsartiklene.

Det kommer frem flere interessante funn som viser engasjement, og tre av seks av mine utvalgte artikler viser til miljøkunnskap blant turistene som en viktig del av bærekraftig utvikling på naturbaserte reiselivsdestinasjoner.

Innholdsfortegnelse

Forord.....	3
Sammendrag.....	4
Tabell og figurliste.....	6
1.0 Innledning.....	1
2.0 Teori.....	2
2.1 Reiselivsdestinasjoner.....	2
2.2 Naturbasert reiseliv.....	5
2.3 Strategi.....	7
2.4 Bærekraft: Generell forståelse.....	9
2.5 Bærekraft og det naturlige miljøet.....	10
3.0 Metode.....	12
3.1 Problemstillingen.....	12
3.2 Valg av metode.....	13
3.3 Søkeprosessen.....	15
3.4 Selve søket.....	17
3.5 Kildekritikk.....	18
3.6 Forskningsetikk.....	19
4.0 Resultater.....	19
5.0 Diskusjon.....	27
5.1 Likheter mellom strategiene.....	27
5.2 Strategier som skiller seg ut.....	28
5.3 Bærekraftige holdninger.....	29
5.4 Datainnsamling fremstilt i artiklene.....	30
6.0 Konklusjon.....	31
6.1 Videre forskning.....	32
7.0 Litteraturliste.....	33

Tabell og figurliste

Figur 1. “Tourist destinations”. Cook, Hsu & Marqua (2014)	3
Tabell 1. Fremstilling av artikkel 1	20
Tabell 2. Fremstilling av artikkel 2	21
Tabell 3. Fremstilling av artikkel 3	22
Tabell 4. Fremstilling av artikkel 4	23
Tabell 5. Fremstilling av artikkel 5	25
Tabell 6. Fremstilling av artikkel 6	26

1.0 Innledning

I det samfunnet vi lever i er det et høyt fokus på bærekraft, både hos enkeltmenneske og i organisasjoner. “Bærekraft utvikling vil si en utvikling som tilfredsstillende behovene til mennesker som lever nå, uten å ødelegge fremtidige generasjoners muligheter til å tilfredsstille sine behov” (Tjernshaugen, 2022). Vi står overfor utfordringer når det kommer til å bevare det naturlige miljøet, og derfor er naturbaserte reiselivsdestinasjoner nødt til å finne strategier som kan beskytte det. Disse strategiene går ut på å ha en målsetting og finne ut hvordan man skal jobbe seg mot den (Pettersen, 2020, s. 17). De er nødt til å se mulighetene til forbedring og ta tak i det på en måte som gjør dagens turisme tilfredsstillende, i tillegg til de neste generasjonene.

Jeg ser at reiselivsdestinasjoner tar ansvar og gjør en innsats, men vi er fremdeles ikke i mål og det er enda mer som kan bli bedre. Det er viktig at det blir gjort noe med nå, før det er for sent. Derfor er det viktig at det gjøres ytterligere forskning rundt dette temaet. Hensikten er at turister skal kunne bruke naturen for alt det er verdt uten å ødelegge den.

Forskningen er bygget på et teoretisk rammeverk som tar for seg strategi, reiselivet og hvilken betydning det har for naturen. En generell forståelse av bærekraft og hvor stor innflytelse turister kan ha er nødvendig å få frem og som driver mitt forskningsspørsmål.

Forskningen vil gi en forståelse av hva reiselivet gjør for å ta vare på ressursene sine, både til hensyn for seg selv, men også for turistene i lang tid fremover

Studiens hovedmål er å besvare forskningsspørsmålet *“Hva slags strategier kan naturbaserte reiselivsdestinasjoner ta i bruk for å beskytte det naturlige miljøet?”*

2.0 Teori

I teorien tar jeg for meg ulike begreper og forklarer de for å få en bedre forståelse videre i teksten. Det blir brukt flere begreper som kanskje ikke alle er like kjent med og som blir brukt i flere sammenhenger senere i oppgaven. Dette skaper en bedre forståelse og vil bli lettere å se sammenhengen.

2.1 Reiselivsdestinasjoner

Reiselivet er noe vi stadig hører om og som mange er godt kjent med. Reiselivet dekker alt fra transport, overnatting og servering til kultur- og aktivitetstilbud. Derfor kan man si at det rommer store deler av det som foregår utenfor hjemmet (Arntzen & Kristiansen, 2019).

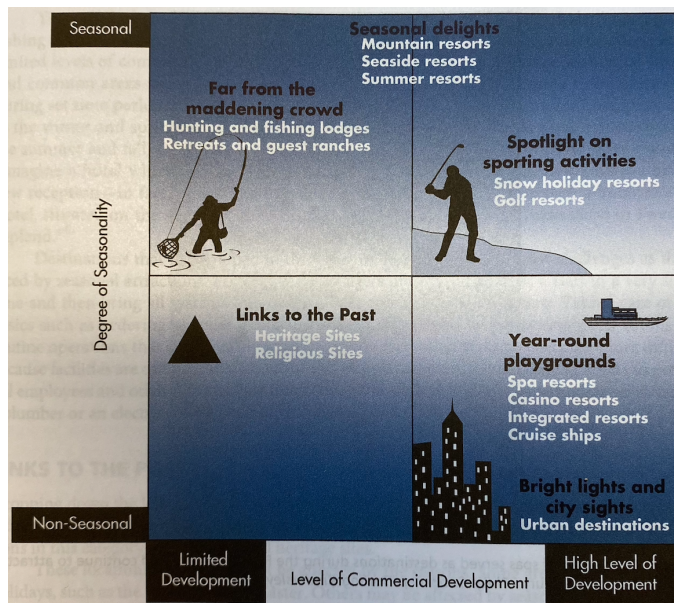
Mennesker søker etter opplevelser som skiller seg ut fra hverdagen for å få en forandring og nye inntrykk, og søker derfor etter steder utenfor hjemmet. Disse reiselivsdestinasjonene befinner seg på ulike områder, som kan tilby forskjellige opplevelser. En destinasjon er “et geografisk avgrenset område hvor både offentlige og private aktører opererer sammen”

(Innovasjon Norge, 2017, s. 12). Det finnes forskjellige typer steder som kan bli klassifisert som en destinasjon. Dette kan for eksempel være landlige tilfluktssteder eller store travle byer. Stedene kan ha mange av de samme aktivitetene og fasilitetene, men de skiller seg fra hverandre ettersom hvordan de møter de operasjonelle problemene. Dette kan være bemanning, hvordan destinasjonen velger å møte gjesters ulike forventninger, og hvordan de styrer kontantstrømmer. Dette kan selvfølgelig variere ut fra geografisk plassering, størrelse, markeder og i hvilken sesong de opererer i (Cook, Hsu & Marqua, 2014, s. 226-228).

2.1.1 Forskjellig type destinasjoner

Forfatterne Cook, Hsu og Marqua presenterer de forskjellige type destinasjonene i en figur. Der klassifiserer de destinasjonene basert på variasjon av sesong og kommersiell utvikling,

og viser seks kategorier hvor de er strategisk gruppert på grunnlag av like kjennetegn (Cook et al., 2014, s. 228-229).



Figur 1. "Tourist destinations". Cook, Hsu & Marqua (2014)

Kategorien *seasonal delights* har delvis sesongbaserte destinasjoner. Dette betyr at de blir styrt av beliggenhet og værforholdene. Samtidig er disse destinasjonen under kommersiell utvikling. Tidligere har disse destinasjonene oppstått på grunnlag av naturen og klima som en fordel. I senere tid har de lagt til rette for aktiviteter som foregår utenom hovedsesongen. I figuren drar de frem blant annet feriesteder som er lokalisert på fjellet og langs kysten. Det er destinasjoner som er tilrettelagt for sesong. Samtidig opererer de i andre sesonger. For eksempel kan feriesteder langs kysten tiltrekke seg turister om vinteren i tillegg til sommeren, fordi enkelte ønsker en varmere vinterferie, istedenfor å tilbringe ferien på fjellet (Cook et al., 2014, s. 232).

Destinasjoner som går under kategorien *far from the maddening crowd*, er avhengig av sesong på grunn av værforholdene. Hvis destinasjonen ligger høyt på fjellet kan det være snø

om vinteren og dermed gjøre aktiviteter umulig. Mens avsidesliggende destinasjoner som ligger i lavlandet kan utføre aktivitetene hele året. Eksempelet som kommer frem i figuren, jakt- og fiskehytter, er et godt eksempel på akkurat dette. Det er lett å fiske dersom hytta ligger et sted hvor vannet aldri fryser til is, men hvis den befinner seg et sted med vinter i løpet av sesongen blir det vanskeligere. Disse destinasjonen står overfor utfordringen med sesongarbeidere, som arbeidstaker må ansette og instruere på kort tid hver sesong (Cook et al., 2014, s. 230-231). På slike feriesteder er de også avhengige av aktører innenfor transport, som for eksempel buss- og taxi selskaper. Utfordringen til disse destinasjonene er å få disse aktørene til å investere på samme sted til lik tid (Cook et al., 2014, s. 228-229).

Den tredje kategorien, *spotlight on sporting activities*, er også sesongbasert og er i høy grad utviklet. For eksempel er alpinanlegg svært avhengige av snø og kaldt klima, noe som gjør det umulig å drive i sommermånedene. For mange destinasjoner som dette kan oppleve det upraktisk med tanke på økonomien og bemanning. De er avhengig av at andre aktører vil investere i fasiliteter som hotell og hytter, transport og annen servering i de samme månedene. De må også ha ansatte som er sesongarbeidere, og det kan være en utfordring (Cook et al., 2014, s. 233).

Links to the past er destinasjoner som er knyttet til fortiden. Dette kan for eksempel være historiske museer, kulturminner og religiøse steder. Disse stedene er ikke nødvendigvis sesongbasert og kan drives hele året. Noe som kan avgjøre om destinasjonen er sesongbasert er religiøse steder hvor høytider inntreffer. Dette gjør det lettere med tanke på bemanning og økonomisk stabilitet, men samtidig er det begrenset utvikling (Cook et al., 2014, s. 231-232).

Kategorien *year-round playgrounds* er svært utviklet kommersielt og er lite påvirket av klimaet i de ulike sesongene. På disse stedene er det en stor variasjon av aktiviteter. Dette kan for eksempel være spa eller cruise (Cook et al., 2014, s. 235-242).

Den siste kategorien som blir nevnt i figuren er *bright lights and city sights*. Dette er enestående turistdestinasjoner som er velutviklet og tiltrekker seg mange turister. Disse destinasjonene er byer som har unik karakter, som for eksempel en kjent strand, fin arkitektur eller god mat (Cook et al., 2014, s. 244).

2.2 Naturbasert reiseliv

Naturbasert reiseliv har ikke en samlet definisjon, men flere definisjoner som tar for seg flere områder ved naturbasert reiseliv. Derfor har Fredman, Wall-Reinius og Lundberg identifisert fire temaer knyttet til definisjonen: (i) besøkende i et naturområde, (ii) opplevelser av naturmiljøer, (iii) aktivitetsdeltakelse og (iv) normative aspekter knyttet til for eksempel bærekraftig utvikling og lokale påvirkninger. Selv om det ikke er en felles enighet knyttet til definisjonen, så er det en felles forståelse av at det handler om å oppleve naturen, aktiviteter knyttet til naturens omgivelser og turisme som er avhengig av naturmiljøet, og ikke minst er det viktig å beskytte naturområdene (Fredman, Wall-Reinius & Grundén, 2012).

Det er ikke nødvendigvis en bestemt attraksjon eller severdighet som tiltrekker de besøkende, det kan være et helt landskap. Landskapet kan den være en attraktiv funksjon i seg selv, uten at det er en bestemt severdighet, som gjør at folk oppsøker destinasjonen. Det er mange turister som reiser til Norge for å oppleve naturen, men natur har de i alle land. Derfor kan vi si at for eksempel nordlyset, midnattssolen eller fjordene er det som tiltrekker turistene hit (Kamfjord, 2015, s. 142-143). Dette er attraktive funksjoner av landskapet som tiltrekker seg

turister. “Det er områdets landskap i seg selv som representerer, ikke de tilrettelagte attraksjonene” (Kamfjord, 2015, s. 142). Dette er mye av det naturbaserte reiselivet handler om. Det trenger ikke nødvendigvis være aktiviteter som drives basert på naturens egenskaper, men at folk har et ønske om å oppleve hvor vakker og fin naturen er i seg selv.

Mye av det naturbaserte reiselivet baserer seg på aktivitet og bruk av kroppen i rolige og vakre omgivelser. Aktivitets- og opplevelsestilbudene er mange og det finnes noe for alle og enhver (Kamfjord, 2015, s. 144). Det kan for eksempel være fiske, sykling, hundekjøring, gå på langrennsski, gå turer på fjellet og mye mer. Det finnes ikke grenser på hva naturen har å by på av ressurser og grunnlag for opplevelser, så lenge det blir gjort på den riktige måten (Kamfjord, 2015, s. 144). Det er hvert fall helt sikkert at naturen har mye å by på og det er mange reiselivsbedrifter som er avhengige av den. Flere bedrifter og attraksjoner er sesongbasert og er avhengige av at det naturlige miljøet holder seg stabilt. For at videre generasjoner skal kunne oppleve det vi gjør i dag er det viktig at vi tar vare på den, men dette kommer jeg tilbake til litt senere.

2.2.1 Risiko med naturbasert reiseliv

Selv om det er mye bra som følger med bruken av naturen som et sted for opplevelser og morsomme aktiviteter, så følger det med noen risikoer. Bedrifter og guider opplever utfordringer med at kundene er uerfarne og mangler ferdigheter, noe som må til for å kunne delta på mange av aktivitetene. Det kan være at turistene er i fysisk dårlig form eller at de mangler evnen til å vurdere risiko. Dette gjør at turistene setter seg i farlige situasjoner og skader kan oppstå. Dette kommer av at de ønsker mestring, læring, spenning og spektakulære bilder som de kan dele på sosiale medier (Røkenes & Andersen, 2020). Bedriftene eller guidene skal følge bransjens standard for sikkerhet og opptre ansvarlig. Det er også

nødvendig å gi opplæring og informasjon til turistene. På den måten er turistene forberedt og vet hvilken risiko de utsettes for. Allikevel kan skader skje, fordi bedrifter og guider opplever når kundene deres kjøper guidetjenester, frikobler de seg fra ansvar. Da tenker de at alt ansvaret ligger hos bedriften og ikke hos dem selv. Det kan føre til at de opptrer uansvarlige og utsetter seg for mer risiko ved å ikke ta forhåndsregler for seg selv (Røkenes & Andersen, 2020).

2.3 Strategi

Det er flere hensikter med strategi og strategi har ulike definisjoner. De forskjellige definisjonene fremhever sammenhengen mellom planlegging og suksess. Poter sin definisjon, “som en kombinasjon av målene en bedrift vil oppnå, og virkemidlene de har valgt for å nå målene”, er én av mange (Larsen, 2020, s. 163). Mens Larsen forklarer strategi slik: “Strategi handler således om handlinger og om noe frem i tid - om å handle nå på vegne av *fremtid*” (Larsen, 2020, s. 18). De handler begge om å jobbe mot mål som er satt og ha en god plan for utførelsen slik at de vil lykkes med planen.

Strategi går ut på å ha en målsetting og hvordan man skal kunne jobbe seg frem mot den. Ofte er det snakk om bedriftsstrategi som bygger på teoretiske perspektiver på hvordan en bedrift kan oppnå økonomisk vekst og skape konkurransefortrinn, men det er ikke alle bedrifter og organisasjoner som har slike målsettinger (Pettersen, 2020, s. 17). En bedrift kan for eksempel ha et ønske om bærekraftig drift. Sann som i denne oppgaven skal jeg se på strategier naturbaserte reiselivsdestinasjoner kan ta i bruk for å beskytte det naturlige miljøet, og det er ikke for å skape økonomisk vekst eller konkurransefortrinn, men for å utarbeide bærekraftig utvikling.

Bedrifter og organisasjoner har ikke nødvendigvis den samme strategien hele tiden. Noen strategier kan holde over tid, men den er nødt til å holde takt med endringene som skjer rundt dem. Forventninger fra samfunnet kan være en faktor som gjør at bedrifter må gjøre endringer (Larsen, 2020). Som i det samfunnet lever i nå er bærekraft veldig viktig og noe kunder forventer at blir tatt hånd om. Dermed er bedrifter nødt til å sette søkelys på dette og har strategier som fokuserer på det. Da er man nødt til å finne ut hvor vi skal og hvordan skal man komme seg dit (Larsen, 2020).

2.3.1 De fem p-ene

Strategi er ikke én sak eller et forhold, men er ulike dimensjoner som utgjør et rammeverk for bedrifter. Ifølge Mintzberg består dette av fem elementer, som kalles de fem p-ene: Plan, Ploy, Pattern, Position og Perspective. Dette rammeverket viser at man kan ha en strategi i forkant, men at planen også kan endres underveis (Pettersen, 2020, s. 61-62). Derfor er gjelder ikke strategi bare langsiktig, men den planen man legger kan forandres underveis fordi noe uventet oppstår eller man ser en bedre løsning enn først antatt. For å besvare problemstillingen i denne oppgaven har jeg valgt å avgrense til to av disse strategiene, Plan og Mønster (Pattern).

Plan

Strategi som plan er selvforklarende, og går ut på å utforme en plan på bakgrunn av en målbevisst prosess. I denne prosessen må man notere seg hva som skal skje, hva som må gjøres og generelt notere seg hvordan man skal komme seg i mål (Pettersen, 2020, s. 61). Det er virksomhetens forhåndsbestemte plan, men samtidig er det viktig at det ikke legger en stopper for videre tenkning som kan utvikle strategien (Roos, von Krogh, Roos & Boldt-Christmas, 2014, s. 14).

Mønster (Pattern)

Strategi som mønster er når strategiplaner ikke alltid blir gjennomført som først antatt. Det er først i ettertid at man kan se tilbake på mønstrene i utviklingen til organisasjonen og ledelsens atferd. Det er her organisasjonen lærer av sine eventuelle feil og tar med seg erfaring videre.

Denne strategien består av delelementer: den tiltenkte strategien, som er planlagt og faktisk blir realisert, og den fremvoksende strategien, det er de som blir til på veien (Pettersen, 2020, s. 61).

2.4 Bærekraft: Generell forståelse

For å ta vare på og beskytte det naturlige miljøet vårt er det svært viktig at vi tar forhåndsregler og handler bærekraftig. Bærekraft blir brukt når noe passer med idealet om bærekraftig utvikling. “Bærekraft utvikling vil si en utvikling som tilfredsstiller behovene til mennesker som lever nå, uten å ødelegge fremtidige generasjoners muligheter til å tilfredsstille sine behov” (Tjernshaugen, 2022). Bærekraft dreier seg spesielt om å bekjempe fattigdom, ulikheter og stoppe klimaendringer (FN, 2022).

Bærekraftig utvikling handler ikke kun om å beskytte det naturlige miljøet vårt, i tillegg er det knyttet til økonomisk vekst og de sosiale forholdene i samfunnet (Castanho, Couto, Pimentel, Carvalho & Sousa, 2020). Økonomisk bærekraft går ut på å bruke ressursene slik at dagens økonomiske utvikling ikke går ut over den fremtidige økonomiske utviklingen. Det er derfor viktig at vi fordeler pengene der det trengs, og ikke bruker for mye på enkelte ting. På den måten vil flere ressurser være tilgjengelig, samtidig som det er økonomisk bærekraftig (NHO, 2020).

Mens sosial bærekraft går ut på å sikre at alle mennesker får et rettferdig og godt nok grunnlag for å kunne leve et anstendig liv. De sosiale forholdene handler om hvordan mennesker har det i samfunnet vi lever i. Utdanning, jobb, likestilling, kulturelt mangfold, godt helsetilbud og at rettighetene deres blir oppfylt er noen av områdene som mennesker kan bli berørt av når det kommer til de sosiale forholdene (NHO, 2020). Er disse tingene på plass, vil det føre til mer tilfredshet i befolkningen og de sosiale forholdene vil være bærekraftige.

2.4.1 FNs bærekraftsmål

De forente nasjoner (FN) har en felles arbeidsplan med bærekraftsmål som er felles for hele verden. Disse bærekraftsmålene består av 17 mål og 169 delmål, og målene ble laget på en demokratisk måte der det kom innspill fra hele verden, og som fikk sagt sin mening ved bruk av en spørreundersøkelse. Et av hovedprinsippene i bærekraftsmålene er at ingen skal utelates, så derfor må man prioritere de aller mest sårbare menneskene (FN, 2022). Disse bærekraftsmålene er til for at alle i verden skal ha det så godt som det er mulig, samtidig som vi tar hensyn til alle som kommer etter oss. Et område som det er mye fokus på er utdanning. Med utdanning kan mennesker få seg en god jobb, som igjen kan få dem ut av fattigdom. Utdanning har mange gode ringvirkninger og kan forbedre mange menneskers liv (NHO, 2020).

2.5 Bærekraft og det naturlige miljøet

Bevaring av det naturlige miljøet handler om flere ting. Det går blant annet ut på å bevare og videreutvikle landskapskvalitet, på den måten at landskapets fysiske og visuelle integritet ikke degraderes. Det handler også om å støtte bevaringen av naturområder, dyreliv og minimere ødeleggelser av disse. I tillegg handler det om å minimere reiselivsbedrifters og turistenes forurensing, og dette gjelder forurensing av luft, vann og land. Det innebærer attpå å

minimerer forbruket av avfall, spesielt forbruket av ikke-fornybare ressurser (Kamfjord, 2015, s. 265).

2.5.1 Økoturisme

Begrepet økoturisme oppstod på 1980-tallet og brukes med litt forskjellige definisjoner og krav til innhold, men generelt innebærer det at turismen vektlegger den reisendes økologiske, sosiale og kulturelle ansvar (Kamfjord, 2015, s. 269). Økoturisme tar stort ansvar i forhold til miljøhensyn og stiller høye krav til reiselivsnæringen og turistene. De verdsetter bærekraftig reiseliv og det omfatter for det meste naturbasert reiseliv. Økoturismen stiller høye krav til miljø og er opptatt av å formidle og lære videre (SNL, 2020).

Som følge av økoturismen og det økte fokuset på bærekraft i naturbaserte reiselivet har det kommet flere sertifiseringsordninger. En av disse er Norsk Økoturisme som er en sertifiseringsordning for bedrifter som produserer blant annet naturopplevelser. Bedrifter som tilhører Norsk Økoturisme må følge strenge krav til internt miljøarbeid (Kamfjord, 2015, s. 268). En annen sertifiseringsordning som opererer i Norge er Blått Flagg. Dette er et miljøsertifikat for strender og marinaer. Strender med denne sertifiseringen betyr at det er bra vannkvalitet, sanitære forhold, avfallshåndtering, info om offentlig transport og driver miljøvennlig drift på generell basis (Kamfjord, 2015, s. 268). Disse sertifiseringsordningene bidrar til å fremme økoturisme både i Norge, men også internasjonalt. For å bli en del av Norsk Økoturisme må bedrifter gjennom en omfattende prosess før den blir godkjent. Dette er med på å styrke bedriftene og medfører godt omdømme, noe som kan tiltrekke seg enda flere kunder (Kamfjord, 2015, s. 269).

3.0 Metode

I dette kapittelet tar jeg for meg metoden som er brukt til å forme denne oppgaven.

En metode benyttes som et verktøy for å samle inn data til oppgaven. Metoden er til for å organisere, bearbeide, analysere, tolke og samle inn fakta på en måte som er oversiktlig. På denne måten kan leserne finne ut hvordan jeg har kommet frem til den dataen som forekommer i oppgaven (Halvorsen, 2008, s. 20-21).

3.1 Problemstillingen

Det er flere grunner til at jeg har kommet frem til den problemstillingen jeg har. Først måtte jeg finne ut hvilket tema jeg ville skrive om. Under hele studieforløpet har jeg synes bærekraftig utvikling og viktigheten av det vært interessant, og ikke minst hvor relevant det er for den verden vi lever i den dag i dag. Samtidig har jeg en stor interesse for naturen.

Derfor ønsket jeg å slå disse sammen og endte derfor med denne problemstillingen *“Hva slags strategier kan naturbaserte reiselivsdestinasjoner ta i bruk for å beskytte det naturlige miljøet?”*

Det andre som lå til grunn for denne problemstillingen og hvordan jeg skulle formulere den var valg av metode. Dersom dette er en litteraturstudie er det viktig å ha presis og klar problemstilling, som ikke rommer for stort forskningsspørsmål. Når problemstillingen min er presis, så er det lettere å finne artikler med akkurat det jeg ønsker å studere. Underveis i prosessen har problemstillingen forandret seg, ettersom jeg søkte meg frem til artikler jeg synes virket interessante. Temaet har hele veien vært det samme, men akkurat hva jeg ønsket å spisse meg inn på var noe uklart i starten. På grunn av dette har jeg sett det nødvendig å forandre enkelte ord eller oppbyggingen av problemstillingen. Ettersom jeg gjorde dette kom jeg frem til artikler som la frem studier som var relevante og interessante til denne oppgaven.

3.2 Valg av metode

Når man skal velge metode for innsamling av data må man se på hva den ideelle fremgangsmåten er og om det er praktisk gjennomførbart. Samtidig skal det være tidsmessig realistisk (Dalland, 2020, s. 56). Valg av metode avhenger også av hva problemstillingen for undersøkelsen er, og hva slags samfunnsforhold som skal undersøkes (Grønmo, 2021).

3.2.1 Litteraturstudie

Ordet *litteraturstudie* er ganske selvforklarende, det er *litteraturen* du studerer. Denne studien kan bestå av teoretiske artikler, og empiriske artikler som er samlet (Støren, 2013, s. 16). Det jeg ønsker å finne ut, vil påvirke hvilke data jeg ser etter (Dalland, 2020, s. 199). I en litteraturstudie, også kalt litteraturoppgave, litteraturgjennomgang, litteraturprosjekt eller sammenfatningsartikler, finner man data med kunnskap som allerede eksisterer i form av artikler. Derfor vil ikke en litteraturstudie forme ny kunnskap, men kan formidle den videre til flere slik at kunnskapen sprer seg (Støren, 2013, s. 16-17).

Det kan være mange fordeler med å gjennomføre en litteraturstudie. Du kan tilnærme deg mer kunnskap innenfor et tema som du ikke kan så mye om, eller du ønsker å utvide din eksisterende kunnskap enda mer. En annen fordel er å avsløre de studiene som allerede er gjort bra. På den måten sløser du ikke bort tiden din på noe som allerede eksisterer. I tillegg kan en litteraturstudie hjelpe deg med å se hvor det trengs mer forskning og mangler, som kan gi deg ideer for videre forskning. Tilslutt kan nye konklusjoner komme frem, som vil sette forskningen i større sammenheng (Knopf, 2006). Samtidig er det noen ulemper og utfordringer med å utføre en litteraturstudie. Det kan være vanskelig å sammenfatte forfatterens funn i undersøkelsen. Altså finne hva hovedtendensene i funnene deres er og sammenligne funnene (Støren, 2013, s. 43).

3.2.2 Hvorfor jeg valgte litteraturstudie

En av grunnene til at jeg valgte litteraturstudie som metode er fordi det allerede eksisterer materiale som belyser elementene i min problemstilling. Litteraturstudie er en måte å analysere data som allerede eksisterer (Støren, 2013, s. 16-17). På grunnlag av dette kan jeg tilnærme meg masse kunnskap i prosessen, som jeg kan ta med meg videre ut i arbeidslivet og generelt. Det kan i tillegg være interessant å sette dette ut i praksis, dersom det er mulig å gjennomføre. Dette er grunnene for at jeg valgte litteraturstudie som min forskningsmetode.

3.2.3 Kvantitativ og kvalitativ forskning

I en kvalitativ undersøkelse er analyse og fortolkning integrert i datainnsamlingen, mens i kvantitative undersøkelser vil dataene analyseres og tolkes etter innsamlingen (Halvorsen, 2008, s. 131). Eksempler på kvantitative tilnærminger er bruk av spørreskjema hvor det stilles presise spørsmål (Halvorsen, 2008, s. 144-146). I kvalitative tilnærminger brukes det for eksempel dybdeintervjuer hvor informanten forteller om egne erfaringer og holdninger (Halvorsen, 2008, s. 138).

Ettersom problemstillingen min tar for seg flere elementer, vil det være naturlig å ta for meg både kvalitative og kvantitative undersøkelser i denne studien. Den rommer både de store undersøkelsene som tar for seg tallene som kommer frem i en kvantitativ undersøkelse. Samtidig er det hensiktsmessig å gå mer i dybden, og dermed foreta seg kvalitativ undersøkelse. På grunnlag av problemstillingen er det naturlig å inkludere gruppene som driver reiselivsdestinasjonene, men samtidig er det nødvendig å få frem turistenes behov og meninger. Ettersom disse gruppene varierer i antall, så er både kvalitative og kvantitative undersøkelser aktuelle i denne oppgaven. Samtidig viser det seg at mange av de svakhetene

som følger med kvantitative undersøkelser, kan kvalitative undersøkelser oppveie med sine sterke sider. Det samme gjelder andre veien. Derfor er det en fordel å kombinere disse datainnsamlingsmetodene for å belyse problemstillingen min (Halvorsen, 2008, s. 149).

3.3 Søkeprosessen

For å gjøre en god utført søkeprosess for å finne den mest relevante forskningen, er det nødvendig å ha en god fremgangsmåte (Folkehelseinstituttet, 2018, s. 26-27). Søket etter riktig litteratur er omfattende, og informasjonsinnhenting er planmessig og begrunnet. Man utfører søket i flere databaser med hjelp av søkeord. Søkeprosessen følger inklusjons- og eksklusjonskriterier, og et utvalg av systematisk valgte søkeord (Solhaug, 2017).

3.3.1 Inklusjonskriterier

For å kunne avgrense søket og finne frem til relevant litteratur måtte jeg benytte meg av inklusjonskriterier (Støren, 2013, s. 39). Disse var som følge:

- Artiklene må ta for seg strategier retta mot bærekraft for det naturlige miljøet på en reiselivsdestinasjon
- Artiklene må være skrevet på engelsk eller norsk
- Artiklene kan ikke være eldre enn 10 år
- Det må være fagfelleurderte artikler

Språk var det nødvendig å avgrense til engelsk og norsk for å kunne forstå innholdet. I tillegg er dette et internasjonalt språk og dermed fant jeg flere artikler ved hjelp av denne avgrensningen. Gode studier som er gjennomført vil bli presentert på engelsk, dersom de ønsker å formidle det til så mange som mulig.

Tidsrom på 10 år tilbake i tid var et annet kriterie. For å finne relevant forskning som er relevant i nyere tid var dette nødvendig. Ønsket mitt om å lære mer om temaet som jeg kan ta

med meg videre i arbeidslivet kommer også til grunne for avgrensingen. Da er det relevant at den forskningen jeg fant kan sammenlignes med tiden og samfunnet vi lever i den dag i dag.

*Fagfelle*vurderte artikler måtte være en del av inklusjonskriteriene. Dette vil si at artiklene er vurdert og godkjent av anonyme eksperter innenfor fagfeltet. Da stilles det spørsmål ved forskningens kvalitet, om resultatene og om konklusjonen er i takt med det forskningen forsøkte å finne ut av (Utdanningsforskning, 2016). Dette vil sikre at de artiklene jeg bruker er gode kilder.

3.3.2 Eksklusjonskriterier

Alt utenom det som er nevnt som inklusjonskriterier vil gå under som eksklusjonskriterier. Samtidig ser jeg det nødvendig å nevne noen som kanskje det kan stilles spørsmål ved, som jeg ikke inkluderte som et kriterie i søkeprosessen. I noen tilfeller kan det være nødvendig å avgrense søket etter for eksempel land, regioner eller kontinenter. I denne oppgaven ønsket jeg ikke det, fordi de relevante forskningsartiklene jeg fant var spredt i geografi og så heller ingen problemer ved det. Utover dette ekskluderte jeg artikler som var eldre enn 10 år, artikler med annet språk enn norsk og engelsk, og artikler som ikke var fagfelle

3.3.3 Søkeord

Når man skal starte selve søket er det viktig å søke på alle relevante synonymer og staveformer innenfor temaet (Kirkehei & Ormstad, 2013). Dette er en av stegene jeg har gjort i min søkeprosess. Samtidig har jeg tatt i bruk inklusjonskriteriene som er nevnt. For å finne frem til søkeord jeg bruke tok jeg utgangspunkt i hva problemstillingen min er "*Hva slags strategier kan naturbaserte reiselivsdestinasjoner ta i bruk for å beskytte det naturlige miljøet?*", og benyttet meg av ordene der som et utgangspunkt for søkeordene. Jeg brukte

engelske søkeord slik at søkeresultatene var lesbare (Kirkehei & Ormstad, 2013). De søkeordene som var naturlig å bruke var: *tourism destination*, *sustainability*, *strategy* og *nature*.

Tourism destination er et begrep som ikke har noen gode synonymer, og derfor brukte jeg kun dette. Det er et presist ord som omfavnet akkurat det jeg var på leting etter.

Sustainability er et ord som kan relatere til flere områder. Det omfavner flere felt og jeg så det nødvendig å bruke synonymer og andre begreper for å komme frem til artiklene som var relevant for meg. Begrepene jeg brukte i tillegg var *environmental sustainability*, *sustainable development* og *climate change*.

Strategy var også blant søkeordene. Her benyttet jeg flere synonymer og begreper som kunne lede til disse strategiene som jeg var på utkikk etter. Ved hjelp av ordene *project*, *method*, *technique* og *plan of action* fant jeg relevante artikler.

Nature var et annet søkeord som var nødvendig å tilføye søket. Selv om dette er et relativt konkret ord, brukte jeg *natural environment* som et annet begrep for å tilspisse søket mitt.

3.4 Selve søket

Selve søket etter artikler tok sted mellom 15. februar og 17. mars. I søkeprosessen tok jeg i bruk databasen Oria. Der fant jeg flere relevante artikler og fortsatte søket mitt der. Selv om jeg fant mye relevant på Oria gjorde jeg søk på databasen Google Scholar i tillegg. To av artiklene jeg har med i denne oppgaven er hentet fra Google Scholar.

Da jeg søkte i databasene kombinerte jeg søkeordene ved hjelp av en søkestrategi, såkalt “boolske operatorer” som AND og OR. I slutten av hvert ord har jeg tatt i bruk noe som heter “trunkering”. Da erstattet jeg slutten av et ord med en stjerne. Som for eksempel brukte jeg *strateg**, og dermed søker jeg både etter *strategy* og *strategies* (Kirkehei & Ormstad, 2013).

Under selve søket benyttet jeg inklusjons- og eksklusjonskriteriene, og søkestrategiene som nevnt ovenfor. Det første jeg gjorde etter det var å lese overskriftene og om noen av søkeordene mine var inkludert. På denne måten kunne jeg allerede ekskludere mange artikler. Neste steg var å lese sammendraget på de artiklene som virket interessante. Her kunne jeg se bort ifra mange av artiklene som viste seg å ikke være relevante allikevel. De artiklene som virket relevante noterte jeg ned. Siste steget var å lese gjennom artiklene, fant hensikten med studien, undersøke hvilken metode de hadde tatt i bruk, og se resultatet av studien. I dette steget var det noen av artiklene som jeg måtte utelukke. Her ekskluderte jeg artikler på grunnlag av mangel på relevans.

3.5 Kildekritikk

Kildekritikk omhandler litteraturen som er anvendt i oppgaven, og man må vurdere kildens relevans opp mot tema og problemstillingen (Dalland, 2020, s. 143). Man må vurdere og karakterisere litteraturen som er funnet. Hensikten med kildekritikk er at leseren skal få innblikk i refleksjonene jeg har gjort når det kommer til relevans og gyldighet litteraturen har når det gjelder å belyse problemstillingen. Den skal ikke vurdere den faglige kvaliteten på kilden, men at jeg har vurdert i hvilken grad litteraturen jeg har funnet kan brukes til å beskrive og belyse problemstillingen min (Dalland, 2020, s. 152).

3.5.1 Fagartiklenes kvalitet

Jeg har valgt seks artikler som jeg mener er relevante og kan bidra til å belyse problemstillingen. Alle artiklene har jeg kommet frem til via internett og alle er

fagfelleurdert og publisert i tidsskrifter som er pålitelige. Samtidig var det litt utfordrende å finne artikler som tok for seg det synsvinkelen jeg ønsket. Det var mye litteratur som belyser temaet i min problemstilling, men i en annen vinkling og derfor ikke relevant å bruke. Det kan hende jeg har oversett noen artikler som kunne være interessante for denne oppgaven, men jeg er fornøyd med litteraturen jeg har funnet og jeg mener de er gode og relevante for problemstillingen min.

3.6 Forskningsetikk

I forskning vil etiske dilemmaer oppstå og man må ta stilling til disse prinsippene (Larsen, 2007, s. 15). Etikk er altså læren om moral og hvordan man bør handle (Sagdahl, 2020). De etiske dilemmaene kan oppstå ved valg av tema og problemstilling, datainnsamlingen eller ved bruk og formidling av forskning (Larsen, 2007, s. 15). Det er viktig at personene i undersøkelsen ikke føler seg støtt eller at tema og problemstillingen er betegnet som uetisk. For å unngå at noen blir støtt er det viktig for mange at de forblir anonyme og dette er en forutsetning for at de deltar. Likeledes gjelder frivillig deltagelse. Det er viktig at deltakerne vet at det er helt frivillig å delta i undersøkelsen og kan trekke seg uten å oppgi grunn (Dalland, 2020, s. 172-174). I de artiklene jeg har med i denne oppgaven har jeg forsikret meg at deltakerne i undersøkelsene som blir gjennomført er frivillig med, forblir anonyme og at spørsmålene ikke kan oppfattes som støtende på noen som helst måte.

4.0 Resultater

I denne delen av oppgaven tar jeg for meg resultatene som kommer frem i de artiklene som er fokusert på. Denne delen er nødvendig for ha kontroll over de resultatene som kommer frem og som ligger til grunne for den videre drøftingen. Ved hjelp av inklusjons- og

eksklusjonskriteriene som er satt, som kommer frem i metoden, forsikrer jeg meg at artiklene er relevante.

Tabell 1. Fremstilling av artikkel 1

Artikkel 1	Sustainability of nature: The power of the type of visitors
Tidsskrift (årstall)	Environmental Engineering and Management. (2014)
Forfattere	María Cordente-Rodríguez, Juan-Antonio Mondéjar-Jiménez & Juan-José Villanueva-Álvaro.
Land	Spania
Database	EBSCO
Hensikt med studien	Studien er utført for å vite motivasjonen bak reisen til de besøkende på destinasjonen, og hvordan destinasjonen kan tiltrekke seg folk med atferd som fører til bærekraft.
Metode	Kvantitativ studie. Spørreundersøkelse utført på 428 gyldige respondenter; turister som besøker naturområder i Serranía Alta de Cuenca, Spania. Undersøkelsen tok sted fra juli til september.
Resultater	Resultatet viser at det er to segmenter som skiller seg ut. Den største av de er turister som ønsker å nyte naturen som motiv. Undersøkelsen viser at besøkende som identifiserer seg med naturområdet viser mer hensyn til det, og har et ønske om å ta vare på den. Derfor burde destinasjonen tiltrekke seg turister som

	<p>kan identifisere seg med naturområdet, og på den måten vil de besøkende ha en atferd som vil bidra til bærekraft. Derfor er segmentering av de tilreisende en strategi for å oppnå bærekraft. De som kommer for naturopplevelsen kommer med en større miljøbevissthet, og dermed ha en forståelse av bærekraft. Når destinasjonen kjenner deres besøkende er det lettere å legge til rette for de, og få fornøyde kunder som vil tiltrekke seg flere turister med like intensjoner.</p>
--	--

Tabell 2. Fremstilt av artikkel 2

Artikkel 2	The sustainability of climate change adaptation strategies in New Zealand's ski industry: a range of stakeholder perceptions
Tidsskrift (årstall)	Journal of Sustainable Tourism. (2014)
Forfattere	Debbie Hopkins
Land	New Zealand
Database	Taylor & Francis Online
Hensikt med studien	Undersøke om det eksisterer andre strategier enn falsk snøproduksjon som kan forlenge bedriftenes sesong, og som er bærekraftig for naturen og miljøet.
Metode	Kvalitativ metode. Spørreundersøkelsen består av 33

	semistrukturerte dybdeintervjuer, hvorav disse er aktører som er påvirket av klimaendringer. De ble spurt om to spørsmål: (1) “Hva oppfattes som de viktigste tilpasningsstrategiene for Queenstowns skiindustri?” (2) “Hvordan oppfatter skibransjens stakeholdere gjeldende tilpasningsstrategier når det gjelder bærekraft?”
Resultater	I denne undersøkelsen kommer det frem at nåværende aktører har liten interesse av å ta hensyn til de langvarige konsekvensene av å drive med falsk snøproduksjon, som forårsaker økning av CO2-utslipp og vannforbruket. De ønsker ikke å tilpasse seg miljøendringene, men heller fortsetter handlinger som utsetter miljø- og naturmessig bærekraft. Samtidig foreslås det strategier som kan egne seg her. Dette er for eksempel overgang til helårsturisme, sette sammen flere bedrifter eller utvikle anlegget til et høyere punkt med mer snø.

Tabell 3. Fremstilt av artikkel 3

Artikkel 3	Strategies for Developing Nature-based Tourism Destination in the Dieng Plateau as a Sustainable Tourism
Tidsskrift (årstall)	Open Journal Systems. (2019)
Forfattere	Ayu Setya Kemalasari, Malidya Puspita & Meisa Sofia
Land	Indonesia

Database	Public Knowledge Project
Hensikt med studien	Å formulere en strategi som skal utvikle naturbasert turisme på destinasjonen ved å identifisere den nåværende utviklingen, formulere problemene og begrensningene ved hjelp av SWOT-analyse (Strength, Weakness, Opportunity og Threat).
Metode	Kvalitativ metode. Datainnsamlingen i denne studien er basert på litteraturstudier, observasjoner og intervjuer med sentrale stakeholdere; samfunnsledere, statlige staber i planlegging og reiselivskontoret.
Resultater	Gjennom observasjoner og intervjuer fant de ut hvordan folk bruker, forvalter og tar vare på naturen. På den måten får de en oversikt på den nåværende situasjonen på destinasjonen. Deretter kan man lage en SWOT-analyse, som bidra til å se hvor svakhetene ligger og hva mulighetene for bærekraft på den naturbaserte destinasjonen er. Da blir man oppmerksom på hva som må forbedres, og starte arbeidet ut fra det som kommer frem i analysen.

Tabell 4. Fremstilt av artikkel 4

Artikkel 4	Influence of Environmental Knowledge on Affect, Nature Affiliation and Pro-Environmental Behaviors among Tourists
Tidsskrift (årstall)	Sustainability. (2018)

Forfattere	Min-Seong Kim, Jinwon Kim & Brijesh Thapa
Land	Sør-Korea
Database	MDPI
Hensikt med studien	Undersøke hvor mye subjektiv og objektiv miljøkunnskap påvirker turistenes atferd i naturen.
Metode	Kvantitativ metode. Spørreundersøkelse med 7-punkt skala, hvor 1 er helt uenig og 7 er helt enig. Det er 304 gyldige respondenter: lokale reisende. Av disse er 54.9% menn.
Resultater	Det kommer frem at turister med følelsesmessig tilknytning til naturen, altså subjektiv miljøkunnskap, har evnen til å forstå hvor viktig det er å ta vare på naturen. Med det kommer studien frem til ulike strategier som kan bidra til å spre kunnskap til andre turister, som vil føre til at naturen blir beskyttet. Dette er blant annet at reiseledere kan styrke kunnskapen ved hjelp av aktiviteter og opplæring av temaene miljøvern, bevaring og bærekraftig utvikling. De kan også tilby turer og tjenester som underviser og bevisstgjør bruken av naturen. Gjennom slike turer kan de tilreisende utvikle kunnskapen om miljøet og naturen på destinasjonen, og dette vil forandre deres miljøpåvirkning på destinasjonen.

Tabell 5. Fremstilt av artikkel 5

Artikkel 5	Demand of the tourists visiting protected areas in small oceanic islands: the Azores case-study (Portugal)
Tidsskrift (årstall)	Environment, Development and Sustainability. (2014)
Forfattere	Rose Emília Queiroz, José Guerreiro & Maria Anunciação Ventura
Land	Portugal
Database	Springer Link
Hensikt med studien	Analysere de besøkendes profil og preferanser på øygruppa Azores for å utvikle en strategisk planlegging for bærekraftig utvikling i naturen.
Metode	Kvalitativ metode. Spørreundersøkelse bestående av 21 spørsmål som var delt inn i to deler. Del 1 ble formålet for besøket evaluert, om det var første besøk og fokuset på natur. Del 2 karakteriserte turistenes miljøkunnskap. Respondenter er 531 turister som besøkte Azores. Datainnsamlingen ble utført via spørreskjemaer gjennom personlige intervjuer. 72.7% av respondentene er fra Nord- og Sentral-Europa.
Resultater	Gjennom spørreundersøkelsen fant de ut at det er nødvendig å øke miljøbevissthet og naturverdier blant turistene. Denne informasjonen skal bli promotert via forvaltningsorganer for de eksisterende verneområdene, lokale vitenskapsselskaper og frivillige organisasjoner. Guider har også potensiale til å bidra til

	å beskytte naturområdene ved å påvirke turistenes atferd knyttet til bevaring og tolkning av det naturlige miljøet.
--	---

Tabell 6. Fremstilt av artikkel 6

Artikkel 6	Sustainability of nature walking trails: predicting walking tourists engagement in pro-environmental behaviors
Tidsskrift (årstall)	Asia Pacific Journal of Tourism Research. (2021)
Forfattere	Sooyoung Choi & Insin Kim
Land	Sør-Korea
Database	Taylor & Francis Online
Hensikt med studien	Forstå hvordan turistenes miljøvennlige atferd kan fremmes i naturlige turstier og hvor viktig det er å sette søkelys på effektive strategier.
Metode	Kvantitativ studie. Spørreundersøkelse med 5-punkt skala, hvor 1 er helt uenig og 5 er helt enig. Undersøkelsen ble utført på 273 gyldige respondenter; turister som ferdes på turstier.
Resultater	Utstyre resirkulerende søppelbøtter, distribuere søppelsekker til turister som ferdes på turstiene og gjennomføre kort opplæring om bærekraft på stedet. Det bidrar til at folk plukker søppel på turen sin, dessuten implementerer det en miljøbevissthet og tanke hos turistene som bevisstgjør dem om å behandle naturen med respekt, og det kan bidra til en atferdsendring som gjør at de opptrer ansvarlig.

Det som kommer frem i denne analysen skal jeg diskutere i neste kapittel. Her vil jeg se på sammenhenger mellom resultatene, samtidig som jeg ser på hva som skiller seg ut. Videre ser jeg på ulike holdninger og hvordan datainnsamlingen har foretatt seg.

5.0 Diskusjon

I resultatene som kommer frem i artiklene kan jeg se flere likheter og sammenhenger mellom de forskjellige studiene som er gjort når det kommer til strategier naturbaserte reiselivsdestinasjoner kan ta i bruk for å beskytte det naturlige miljøet på deres destinasjon. Det er noen av resultatene som foretar seg flere strategier som en reiselivsdestinasjon kan gjennomføre.

5.1 Likheter mellom strategiene

I artikkel 1 (2014) og i artikkel 4 (2018) kommer de besøkendes følelsesmessige tilknytning og identifisering vedrørende naturen tydelig frem i undersøkelsen, og derfor kan segmentering av de tilreisende brukes som en strategi. Dette er en av virkemidlene destinasjonene har valgt for å nå målet sitt (Larsen, 2020, s. 163). Man ser at de besøkendes følelsesmessige tilknytning til naturen gjør at deres motivasjon til å ta vare på den er langt større enn andre turistenes interesse. Det er gjerne slik at man vil jo ta vare på ting man er glad i så godt som mulig, og slik er det også for naturentusiaster. De ønsker å oppleve naturens skjønnhet i mange år til, i tillegg ønsker de å videreføre deres gode opplevelser med de generasjonene som kommer senere (Tjernshaugen, 2022). Derfor er det gunstig av destinasjonene å ville tiltrekke seg disse turistene. Ved å foreta seg segmentering kan destinasjonene markedsføre til de turistene de ønsker. Da kjenner destinasjonen sine besøkende og kan lettere legge til rette for de. De vil få fornøyde turister som gjerne kommer tilbake igjen med de samme gode intensjonene, og kanskje viderefører den gode opplevelsen

med andre som har følelsesmessig tilknytning til natur og forståelse av hvor viktig bærekraft er.

I artikkel 4 (2018) tar de også høyde for hvor viktig det er med miljøkunnskap, i tillegg til den indre motivasjonen. Sammen med artikkel 5 (2014) og artikkel 6 (2021) ser de på kunnskap som en stor fordel dersom turistene skal oppføre seg riktig i henhold til bevaring av naturen. Hvis turistene ikke har en følelsesmessig tilknytning som en motivasjon, så kan generell miljøkunnskap hjelpe dem med å forstå hvor viktig det er å bevare naturen. Denne informasjonen kan formidles gjennom reiseledere eller større forvaltningsorganer, som kan nå enda flere mennesker. For å utøve denne strategien er man avhengig av at det er engasjerte reiseledere som kan videreformidle temaene miljøvern, bevaring og bærekraftig utvikling. Dette kan for eksempel gjøres gjennom morsomme aktiviteter, leker eller quizer.

5.2 Strategier som skiller seg ut

I resultatene kommer det frem strategier som skiller seg ut og har en annen vinkling enn noen av de andre. Som for eksempel i artikkel 6 (2021) fokuserer destinasjonen på en strategi der de får besøkende til å foreta seg den fysiske jobben ved å bevare det naturlige miljøet. De oppfordrer turister til å bruke søppelbøtter som er satt ut og ta med seg søppelsekker slik at de kan plukke søppel på turen. Det er destinasjonen som har lagt til rette og distribuerer søppelsekker, men det er turistene som gjøre selve jobben med å plukke søppel og bruke søppelbøttene. Dette skiller seg fra de andre resultatene. Det legges vekt på turistenes oppførsel og handlinger mens de ferdes på de naturbaserte reiselivsdestinasjoner i flere av artiklene, men artikkel 6 (2021) skiller seg ut fordi her er det turistene som gjør det viktigste arbeidet og ikke destinasjonen.

Et annet resultat som kommer frem og som skiller seg ut fra de andre er i artikkel 3 (2019). Der vil de utarbeide en strategi ut fra hvordan destinasjonen sin nåværende situasjon er. De andre artiklene tar også vare på og forvalter naturen der det trengs, men artikkel 3 (2019) bruker en SWOT-analyse for å se hvor det er mest nødvendig og hvor mulighetene ligger. Når man utfører en swot-analyse, vil det variere fra destinasjon til destinasjon hva som faktisk må bli gjort. Det kommer an på hva som kommer frem i SWOT-analysen av hvor svakhetene ligger, og hvilket område som er mest sårbart. Ved å utføre en slik analyse av destinasjonen vil man få en god oversikt over alle styrker, muligheter, svakheter og trusler som må bli tatt tak i, og ikke minst hvor det lønner seg. Det gir et mer presist arbeid der det trengs mest, istedenfor å beskytte det naturlige miljøet på en generell basis slik som strategier i andre artikler legger frem. Ved bruk av denne strategien kan det oppstå noe uventet, og man skal ikke se bort ifra at planen forandres underveis og finner bedre løsninger. Dette kan for eksempel skje fordi svakhetene ved destinasjonen var større enn antatt. Men hvis planen ikke blir gjennomført som først antatt, så kan man gjøre endringer og heller se tilbake og ta med seg ny læring (Pettersen, 2020, s. 61).

5.3 Bærekraftige holdninger

Når jeg har analysert disse artiklene får jeg et inntrykk av at de fleste destinasjonene er genuint interessert og har en indre driv til å forbedre beskyttelsen av det naturlige miljøet. Samtidig har jeg tenkt på om noen av disse reiselivsdestinasjonen faktisk ønsker å satse på bærekraft som en fordel for det naturlige miljøet, eller om de gjør det kun for et godt omdømme. Som nevnt tidligere er bærekraft et tema som er stort i samfunnet og mennesker verdsetter bedrifter og organisasjoner som gjør en innsats for å forbedre miljøet. Derfor kan noen bedrifter se på dette som en måte å få flere kunder og for å ta seg bra ut. På den andre siden kan man jo tenke om det egentlig gjør noe. Hvis en bedrift kun tenker på de

økonomiske fordelene som gjelder dette, så er det viktigst at naturen blir bevart. Så lenge bedrifter og organisasjoner tar ansvar så er det bra.

Det kommer frem en annen holdning vedrørende bærekraft i forhold til de andre resultatene. I artikkel 2 (2014) blir det lagt frem flere metoder som kan bidra til bevaring av naturen og miljøet, men aktørene viser liten interesse av å tilpasse seg klimautfordringene som følger med å drive et alpinanlegg. Her er de mer opptatt av å drive destinasjonen som de alltid har gjort. På den ene siden kan det være at de er bekymret for endringer og hvordan det vil påvirke virksomheten og det økonomiske. På den andre siden er det viktig å se gevinstene. Det legges frem strategier som kan etablere nye muligheter, som kan hjelpe dem med å utvikle seg, og samtidig som de beskytter det naturlige miljøet. Forandringer er skummel for alle, men noen ganger er man nødt til å risikere noe for å kunne utvikle seg og for å bidra til noe større. Her er de ikke interessert i bærekraftig utvikling eller å ha et godt omdømme.

5.4 Datainnsamling fremstilt i artiklene

Store deler av datainnsamlingen i artiklene er hentet fra turistene som befinner seg på de ulike destinasjonene. Dette gjelder både i artikkel 1 (2014), artikkel 4 (2018), artikkel 5 (2014) og artikkel 6 (2021). Det viser at det legges stor vekt på turistenes meninger og oppfatninger. På den måten kan deres behov bli tilrettelagt så godt som mulig. Når de besøkende er fornøyd er sjansen for at de kommer igjen større, og det kan hende at de videreformidler den gode opplevelsen til andre mennesker. Målet i artikkel 1 (2014) og artikkel 4 (2018) er å tiltrekke seg turister som identifiserer seg med naturen og har en indre motivasjon til å ivareta den. Så når disse turistene besøker destinasjonen og behovene deres er tilfredsstilt, så vil de videreføre dette til mennesker de kjenner med de samme holdningene. Fordelen med å foreta spørreundersøkelser på de som faktisk besøker destinasjonen er at du

får en ærlig tilbakemelding, og de tilreisende kan se destinasjonen utenfra og oppleve ting annerledes, og har kanskje andre perspektiver på ting.

I de resterende artikkel legges det frem andre metoder for datainnsamling. Her er det ikke turister som har deltatt i undersøkelsene, men sentrale stakeholdere og aktører for destinasjonen. Det er deres meninger som har blitt tatt hensyn til. Det har blitt undersøkt hva slags holdninger de har til bærekraftig utvikling og deres interesse angående det tema, og hvordan de allerede bruker, forvalter og tar vare på naturen. Når man vil ha en forandring på destinasjonen er det viktig å få med seg aktørene og andre stakeholdere, så derfor er det lurt å foreta seg en undersøkelse som viser interessen blant disse før man foretar seg noe annet.

6.0 Konklusjon

I forhold til problemstillingen *“Hva slags strategier kan naturbaserte reiselivsdestinasjoner ta i bruk for å beskytte det naturlige miljøet?”* legger alle de utvalgte forskningsartiklene frem strategier som er mulig å utføre for naturbaserte reiselivsdestinasjoner. I fem av seks artikler ligger det positive innstillinger til grunne og et ønske om å utarbeide gode løsninger som kan beskytte det naturlige miljøet. Dette forteller meg at det er eksistere stort engasjement rundt dette temaet, både i bedrifter og blant mennesker generelt. Jeg mener at dette bygger på samfunnets engasjement rundt bærekraftig utvikling, og hvor mye fokus det er på dette ellers i hverdagen. Samfunnet forventer at folk tar hensyn til dette. Derfor er det mange bedrifter og organisasjoner innenfor reiselivet som jobber mye for å innfri seg kriterier innenfor bærekraft slik at de bidrar i det større bilde. I tillegg bygger dette et godt omdømme og positive assosiasjoner.

Forskningsartiklene viser at det er høyt fokus på turistene. I fire av seks artikler utføres spørreundersøkelser på de besøkende. Der kommer det frem hvilket forhold de har til bærekraft, hvor mye miljøkunnskap de sitter med, om det er første besøket deres, at formålet med besøket er naturopplevelser og andre meninger relatert til beskyttelse av det naturlige miljøet. Dette sier meg at de naturbaserte reiselivsdestinasjonen er opptatt av at turistene skal ha en så god opplevelse som mulig og tilrettelegger for dette, samtidig som de er opptatt av at de turistene som kommer har respekt for naturen.

Resultatene viser et høyt fokus på tilknytning til natur og miljøkunnskap som en viktig del av å beskytte det naturlige miljøet på naturbaserte reiselivsdestinasjoner. Dette er viktig for senere generasjoner og for naturens dyreliv og økosystemer som ikke skal bli forstyrret. Utfordringen med dette er at det er mange som ikke er vant med friluftsliv og har ikke mye kjennskap til det. Dette kan føre til stor belastning på det sårbare naturmangfoldet, plante- og dyrelivet.

6.1 Videre forskning

Naturbaserte reiselivsdestinasjoner ønsker å tiltrekke seg turister som sitter med kunnskap og forståelse om bærekraft fra før, og det er fremdeles aktører som tenker forretningsfordeler fremfor å beskytte det naturlige miljøet. Da mener jeg det er flere som trenger innføring i utfordringene vi står ovenfor. Den eksisterende forskningen rundt tema kommer med gode tiltak som kan bedre situasjonen, men det er fremdeles mangler og det burde komme mer forskning rundt dette. Det bør bli mer fokus på konsekvensene, slik at flere ser viktigheten av å ta vare på miljøet vårt. I tillegg trengs det ytterligere forskning og kartlegging på hvem som mangler denne miljøkunnskapen.

7.0 Litteraturliste

- Arntzen, J. G. & Kristiansen, I. S. (2019, 18. desember). Reiseliv. Hentet fra <https://snl.no/reiseliv>
- Castanho, R. A., Couto, G., Pimentel, P., Carvalho, C. B. & Sousa, Á. (2020). Territorial Management and Governance, Regional Public Policies and their Relationship with Tourism. A Case study of the Azores Autonomous Region. *MDPI*, 12(15). <https://doi.org/10.3390/su12156059>
- Choi, S. & Kim, I. (2021). Sustainability of nature walking trails: predicting walking tourists engagement in pro-environmental behaviors. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(26), 748-767. <https://doi-org.ezproxy.uis.no/10.1080/10941665.2021.1908385>
- Cook, R. A., Hsu, C. H. C. & Marqua, J. J. (2014). *Tourism: The Business of Hospitality and Travel*. Essex: Pearson Education Limited.
- Cordente-Rodríguez, M., Mondéjar-Jiménez, J. A. & Villanueva-Álvaro, J. J. (2014). Sustainability of nature: The power of the type of visitors. *Environmental Engineering and Management*, 13(10), 2437-2447. http://www.eemj.icpm.tuiasi.ro/pdfs/vol13/no10/Full/3_659_Cordente-Rodriguez_14.pdf
- Dalland, O. (2020). *Metode og oppgaveskriving* (7. utg.). Oslo: Gyldendal
- FN. (2022, 18. mars). FNs bærekraftsmål. Hentet fra <https://www.fn.no/om-fn/fns-baerekraftsmaal>
- Folkehelseinstituttet. (2018). *Slik oppsummerer vi forskning. Håndbok for Folkehelseinstituttet*. Oslo. Hentet fra

<https://www.fhi.no/globalassets/dokumenterfiler/rapporter/2018/slik-oppsummerer-vi-forskning-2018v2-endret-2021.pdf>

Fredman, P., Wall-Reinius, S. & Grundén, A. (2012). The Nature of Nature in Nature-based Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 289-309.

<https://doi-org.ezproxy.uis.no/10.1080/15022250.2012.752893>

Grønmo, S. (2021, 10. mai). Forskningsmetode - samfunnsvitenskap. Hentet fra

https://snl.no/forskningsmetode_-_samfunnsvitenskap

Halvorsen, K. (2008). *Å forske på samfunnet - en innføring i samfunnsvitenskapelig metode* (5. utg.). Oslo: Cappelens Forlag.

Hopkins, D. (2014). The sustainability of climate change adaptation strategies in New Zealand's ski industry: a range of stakeholder perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(1), 107-126. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.804830>

Innovasjon Norge. (2017). Standard for Bærekraftig reisemål. *Innovasjon Norge*, 12-15.

Hentet fra

https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/BR_standard_04_07_2017_oppdatering2019_424cc9e5-1091-462a-8cf7-5197e1828977.pdf

Kamfjord, G. (2015). *Det helhetlige reiselivsproduktet - reisemålet*. Oslo: Fagspesialisten.

Kemalasari, A. S., Ayu, M. P. & Sofia, M. (2019). Strategies for Developing Nature-based Tourism Destination in the Dieng Plateau as a Sustainable Tourism. *Open Journal Systems*, 56-65.

<http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/Proceeding/article/view/1264/117>

- Kim, M. S., Kim, J. & Thapa, B. (2018). Influence of Environmental Knowledge on Affect, Nature Affiliation and Pro-Environmental Behaviors among Tourists. *Sustainability*, 10(9). <https://doi.org/10.3390/su10093109>
- Knopf, J. W. (2006). Doing a Literature Review. *PS: Political Science & Politics*, 39(01), 127–132. <https://doi.org/10.1017/S1049096506060264>
- Larsen, A. K. (2007). *En enklere metode - Veiledning i samfunnsvitenskapelig forskningsmetode*. Bergen: Fagbokforlaget
- Larsen, C. L. (2020). Hva er din virksomhets strategi - og hva betyr den i praksis? Hentet fra <https://www.regnskapnorge.no/faget/artikler/medlemsaktuelt/hva-er-din-virksomhets-strategi--og-hva-betyr-den-i-praksis/>
- NHO. (2020, 6. januar). Bærekraftig utvikling blir viktigere for eiere, investorer og långivere. Hentet fra <https://www.nho.no/tema/energi-miljo-og-klima/artikler/bedriftene-ma-ogsa-vare-bare-kraftige/>
- Pettersen, L. (2020). *Hva er strategi?* Oslo: Universitetsforlaget.
- Queiroz, E. R., Guerreiro, J. & Ventura, M. A. (2014). Demand of the tourists visiting protected areas in small oceanic islands: the Azores case-study (Portugal). *Environment, Development and Sustainability*, 16, 1119-1135. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10668-014-9516-y>
- Roos, G., von Krogh, G., Roos, J. & Boldt-Christmas, L. (2014). *Strategi: en innføring* (6. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.

Røkenes, A. & Andersen, S. (2020). Risikostyring i naturbasert reiseliv. *Praktisk økonomi og finans*, 36(2), 153-163.

<https://doi-org.ezproxy.uis.no/10.18261/issn.1504-2871-2020-02-08>

Sagdahl, M. S. (2020, 30. juli). Etikk. Hentet fra <https://snl.no/etikk>

SNL. (2020, 18. november). Økoturisme. Hentet fra <https://snl.no/økoturisme>

Solhaug, S. (2017, 27. juni). Trenger du hjelp med et systematisk litteratursøk? Vi hjelper deg. Hentet fra

<https://www.ntnu.no/blogger/ub-samfunn/2017/06/27/trenger-du-hjelp-med-et-systematisk-litteratursok-vi-hjelper-deg/>

Tjernshaugen, A. (2022, 29. mars). Bærekraft. Hentet fra <https://snl.no/bærekraft>

Utdanningsforskning. (2016, 15. april). Hva er en fagfelleurdert artikkel? Hentet fra

<https://utdanningsforskning.no/artikler/2016/hva-er-fagfelleurdert-artikkel/>