

Handelshøgskolen ved UiT

Intensjon til å bo i et mindre kystsamfunn

Hva påvirker stedslojalitet, botilfredshet og stedstilknytning til Båtsfjord kommune?

Caroline Otelie Halvorsen og Victoria Jensen

Masteroppgave i ledelse, innovasjon og marked, BED-3902, juni 2024



Forord

Denne masteroppgaven markerer avslutningen på mange fine studieår, og vi sitter nå med en mastergrad i Ledelse, innovasjon og marked, med fordypning i markedsstrategi. Våre år på Handelshøgskolen i Tromsø ved UiT Norges arktiske universitet har gitt oss kunnskap og personlig utvikling. Vi ser tilbake på årene med glede og stolthet.

Valget av tema for masteroppgaven stammer fra et sterkt engasjement for region Nord-Norge. Fraflytting er et samfunnsaktuelt tema som vi har funnet enorm interesse for. Gjennom arbeidet med denne oppgaven har vi tilegnet oss verdifull kunnskap og innsikt som vi tar med oss videre i vårt fremtidige arbeidsliv. Vi håper at vi med dette kan bidra til å styrke og utvikle Nord-Norge på en positiv måte.

Vi ønsker å rette en stor takk til vår veileder Professor Svein Ottar Olsen. Vi setter stor pris på det engasjementet du har vist ved å følge oss tett gjennom hele prosessen fra start til slutt. Du har bidratt med kunnskap og kompetanse for oppgaven og alltid vært tilgjengelig når det har trengtes. Med tydelige krav og forventninger har du fått oss til å prestere, selv i tyngre perioder. Vi er takknemlige for ditt bidrag til oppgaven vår.

Videre ønsker vi å takke ytterligere forelesere ved Handelshøgskolen for kunnskap som har kommet til nytte i vår studie. Takk til lokalsamfunnet og ordføreren i Båtsfjord kommune for stort engasjement i forbindelse med oppgaven. Vi vil også takke medstudenter som har bidratt med både utveksling av kunnskap og gode sosiale pusterom. Familie og venner rettes en stor takk til som gode støttespillere gjennom studietiden.

Til slutt må vi takke hverandre for det gode samarbeidet. Vår enighet og gode humør gjennom forskningsperioden har gjort masterskrivingen til en positiv opplevelse. Vi tar med oss kunnskap, erfaringer, minner og gode relasjoner fra tiden vår på Handelshøgskolen, og ser nå frem til å bidra i arbeidslivet i Nord-Norge.

Tromsø, 1. juni 2024

Caroline Otelie Halvorsen & Victoria Jensen

Sammendrag

Formålet med denne oppgaven er å undersøke hvilke faktorer som betyr noe for stedslojalitet (intensjon til å bo) i et mindre kystsamfunn. Oppgaven fokuserer spesielt på hvordan botilfredshet og stedstilknytning påvirker stedslojalitet. Studien legger vekt på stedsattraktivitet og sosial påvirkning som sentrale påvirkningsfaktorer. Båtsfjord kommune er valgt som case for oppgaven, og både nåværende og tidligere innbyggere utgjør studiens populasjon.

Det teoretiske rammeverket baserer seg på Oliver (1999) sitt lojalitetshierarki, hvor handlingslojalitet, affektiv lojalitet og kognitiv lojalitet er erstattet med de teoretiske begrepene intensjon til å bo, botilfredshet, og stedsattraktivitet. Videre er rammeverket utvidet med stedstilknytning og sosial påvirkning, inkludert sosial og deskriptiv norm, for å kunne bidra til ytterligere forklaring av stedslojalitet.

Datainnsamling ble gjort med elektronisk spørreskjema som ble distribuert gjennom lokale Facebooksider og gjennom kommunens nettverk, med bistand fra ordføreren i Båtsfjord. Totalt var det 271 respondenter som svarte på undersøkelsen, hvorav 266 av disse ble inkludert i analysene. Dataen ble videre analysert i analyseverktøyet SPSS med tilleggspakken AMOS, hvor det ble gjennomført faktoranalyser, korrelasjonsanalyse og samlet analyse av vår teoretiske modell (SEM-analyse).

En beskrivende analyse av intensjon til å bo, botilfredshet og stedstilknytning viste at respondentene overordnet var positive til Båtsfjord kommune. Omtrent halvparten av respondentene rapporterte at de ønsket å bo i Båtsfjord i fremtiden. De fleste var tilfredse med Båtsfjord som bosted, samtidig som det var en høy grad av tilknytning til kommunen. Tilgangen på natur, naturlandskapet, roen i området, luftkvaliteten, tryggheten og sikkerheten, samt menneskene i Båtsfjord, er de attraktivitetsattributtene som respondentene er mest tilfredse med. På den andre siden viste resultatene at respondentene er minst tilfredse med transportmuligheter, særlig bussforbindelser og busstilbud.

Analysen av validitet og reliabilitet av de ulike begrepene viste behov for justeringer i faktorstrukturen og å eliminere enkelte indikatorer for å oppnå tilfredsstillende validitet og reliabilitet. Intensjon til å bo og flytte fremsto som to motpoler av samme begrep (stedslojalitet), og derfor ble bare intensjon til å bo inkludert videre. Botilfredshet og stedstilknytning ble tilpasset med enkelte eliminerings. Faktoranalysene av

stedsattraktivitetsattributtene resulterte i to nye faktorer utover de vi tok utgangspunkt i basert på teorien. Noen indikatorer kunne heller ikke kategoriseres i disse dimensjonene med tilfredsstillende reliabilitet. Stedsattraktivitet ble derfor analysert med åtte faktorer og tre begreper målt med én indikator. Valideringen av sosial og deskriptiv norm viste seg å være tilfredsstillende uten noen justeringer.

Resultatene av vår samlede strukturmodell viser at stedslojalitet er drevet av botilfredshet og sosial norm. Stedstilknytning viser seg derimot å ikke ha påvirkning på intensjon til å bo. Botilfredshet påvirkes av sosial norm, jobbmuligheter, urbanitet, åpenhet og mangfold, offentlige tjenester og klima. Stedstilknytning er først og fremst påvirket av deskriptiv norm, men også botilfredshet, transportmuligheter og natur har betydning.

I en tid hvor fraflytting og befolkningsreduksjon i Finnmark og øvrige distrikter er dagsaktuelle temaer, kan funnene fra studien gi nyttig innsikt for lokalpolitikere og kommunale myndigheter som står ovenfor slike utfordringer. Forståelse for sammenhengen mellom de ulike faktorene og deres påvirkning på beslutningen om å bo i et mindre kystsamfunn, er viktig for å utvikle strategier og tiltak som kan øke botilfredshet, stedstilknytning og stedslojalitet.

Nøkkelord: Stedslojalitet, intensjon til å bo, affektiv lojalitet, botilfredshet, stedstilknytning, kognitiv lojalitet, stedsattraktivitet, sosial påvirkning, sosial norm, deskriptiv norm, Båtsfjord kommune.

Innholdsfortegnelse

1	Innledning	1
1.1	Problemstilling	2
1.2	Nytteverdi	3
1.3	Oppgavens struktur	4
2	Teoretisk rammeverk	5
2.1	Faglig tilnærming og valg av begrepsmodell.....	5
2.1.1	Den affektive vurderingen av et sted, botilfredshet, stedstilknytning og identitet til et sted.....	6
2.1.2	Den kognitive vurderingen av et sted, stedsomdømme og stedsattraktivitet.....	7
2.1.3	Stedslojalitet er avhengig av sosial påvirkning.....	9
2.2	Valg av begrepsmodell	10
2.3	Stedslojalitet: Intensjon til å bo eller flytte	11
2.4	Botilfredshet og stedstilknytning	12
2.4.1	Botilfredshet.....	12
2.4.2	Stedstilknytning	13
2.5	Stedsattraktivitet som kognitiv vurdering av ulike egenskaper med et sted.....	15
2.5.1	Urbanitet og mangfold	16
2.5.2	Natur og rekreasjon.....	17
2.5.3	Jobbmuligheter.....	19
2.5.4	Kostnadseffektivitet	22
2.5.5	Sosiale forhold	24
2.5.6	Transportmuligheter.....	25
2.6	Sosial påvirkning	27
2.6.1	Sosial norm og deskriptiv norm.....	27
3	Metodisk tilnærming.....	30
3.1	Valg av forskningsdesign.....	30

3.2	Utvalg og datainnsamling	30
3.3	Operasjonalisering av begreper.....	31
3.3.1	Stedslojalitet: Intensjon til å bo eller flytte	31
3.3.2	Generell tilfredshet med Båtsfjord som bosted.....	32
3.3.3	Stedstilknytning	32
3.3.4	Stedsattraktivitet	32
3.3.5	Sosial påvirkning	33
3.4	Undersøkelsens troverdighet.....	33
3.4.1	Reliabilitet.....	34
3.4.2	Validitet.....	35
3.5	Analyse av data	36
3.5.1	Eksplorerende faktoranalyse.....	36
3.5.2	Bekreftende faktoranalyse	36
3.5.3	Korrelasjonsanalyse	37
3.5.4	Analyse av strukturmodell	38
4	Analyse og resultater.....	39
4.1	Utvalg.....	39
4.2	Tilfredshet og stedsattraktivitet ved å bo i Båtsfjord.....	40
4.3	Faktoranalyse av begreper	43
4.3.1	Intensjon, botilfredshet, stedstilknytning og sosial påvirkning	43
4.3.2	Stedsattraktivitet	46
4.4	Korrelasjonsanalyse	50
4.5	Analyse av begrepsmodellen (SEM-analyse)	53
4.6	Modifisert analyse av sentrale relasjoner.....	56
5	Diskusjon og konklusjon	58
5.1	Validering av begrepene	59
5.2	Botilfredshet og sosial norm har positiv påvirkning på stedslojalitet.....	60

5.3	Åpenhet og mangfold, og klima forklarer mest av variasjon i botilfredshet	61
5.4	Botilfredshet påvirker stedstilknytning.....	62
5.4.1	Natur, transportmuligheter og deskriptiv norm har påvirkning på stedstilknytning.....	63
5.5	Teoretiske og praktiske implikasjoner	64
5.6	Begrensninger og videre forskning.....	65
	Referanseliste.....	67
	Vedlegg.....	77
	Vedlegg 1. Eksplorerende faktoranalyse - intensjon, botilfredshet og stedstilknytning.....	77
	Vedlegg 2. Eksplorerende faktoranalyse - sosial påvirkning.....	78
	Vedlegg 3. Eksplorerende faktoranalyse - stedsattraktivitet.....	78
	Vedlegg 4. Analyse av målemodell	80
	Vedlegg 5. Målemodell - alternativ modell	81
	Vedlegg 6. Spørreundersøkelse	82
	Vedlegg 7. Bruk av kunstig intelligens.....	93

Tabelliste

Tabell 1. Beskrivende statistikk - utvalg.....	39
Tabell 2. Bekreftende faktoranalyse – intensjon til å bo, botilfredshet, stedstilknytning og sosial påvirkning	45
Tabell 3. Bekreftende faktoranalyse - stedsattraktivitet	49
Tabell 4. Korrelasjonsmatrise – intensjon til å bo, botilfredshet, stedstilknytning, stedsattraktivitet og sosial påvirkning.....	52
Tabell 5. Bekreftede og avkreftede hypoteser	53

Figurliste

Figur 1, Begrepsmodell for stedslojalitet.....	11
Figur 2. Deskriptiv statistikk – intensjon til å bo, botilfredshet og stedstilknytning.....	41
Figur 3. Deskriptiv statistikk - stedsattraktivitetsattributter	42
Figur 4. SEM-analyse av vår faglige analysemodell med visse begrepsendringer.....	56
Figur 6. Alternativ modell.....	57

1 Innledning

Med kystlinje som strekker seg langs Norges nordligste geografiske områder, fremviser Finnmark et mangfold av unike og uforlignelige landskap. Kystområdene har et arktisk preg med et marint kystklima, samtidig som innlandet består av tørre, bølgende landskap som utgjør Finnmarksvidda. Vest i regionen finner vi imponerende alpine trekk, med majestetiske fjelltopper, dype daler og tidvis isbreer. Imidlertid står Finnmark overfor en demografisk realitet som skiller seg markant fra resten av landet. Med bare 1,4% av Norges befolkning som har valgt å bosette seg her, representerer innbyggerne i Finnmark en markant minoritet. Denne demografiske situasjonen har gitt økt bekymring hos lokale myndigheter og politikere for befolkningsutviklingen, og har nødvendiggjort spesielle tiltak for å motvirke fraflytting. Et eksempel på tiltak er gjeldsreduksjon for de som har bodd og arbeidet i Finnmark eller utvalgte kommuner i Troms i en sammenhengende periode på 12 måneder. Fra 1. august 2023 har også barn i Finnmark og Nord-Troms (tiltakssonen) tilgang til gratis barnehageplass, en politikk som oppmuntrer til økt bosetting i regionen.

Øst i Finnmark ligger Båtsfjord kommune. Med sin beliggenhet på rundt 70,6 grader nord og 29,7 grader øst, er dette et sted som skiller seg ut som en unik bostedsdestinasjon. Båtsfjord er kjent som fiskerihovedstaden, og kommunens økonomi er sterkt knyttet til både fiskeri og reiseliv (Båtsfjord kommune, u.å.). Stedet ble oppdaget som en naturlig og trygg havn, og gjennom årene har større fiskeindustribedrifter vært stabile arbeidsgivere og avgjørende for veksten i folketallet. Likevel har periodiske tap av arbeidsplasser i fiskerisektoren hatt betydelige konsekvenser for befolkningsutviklingen (Båtsfjord kommune, u.å.). Den lokale servicenæringen har også vært i kontinuerlig utvikling, og i de senere årene har den økt sin markedsandel utenfor Båtsfjord. Dette har styrket området motstandsdyktighet mot lokale økonomiske svingninger (Båtsfjord kommune, u.å.). Det lokale næringslivets evne til kontinuerlig modernisering og styrking av kompetanse har vært en konstant drivkraft for Båtsfjords posisjon som en ledende aktør i utviklingen av kystområdene. Spesielt bemerkelsesverdig er kommunens suksess med å opprettholde helårige arbeidsplasser i fiskerindustrien. Med 74% av kommunens totale sysselsatte i privat sektor (2020), har Båtsfjord oppnådd den høyeste andelen privat sysselsatte i Finnmark og er blant de tre høyeste i nordnorske kommuner (Båtsfjord kommune, u.å.).

Spørsmål om hvorfor individer ønsker å bli boende eller flytte fra et sted, og hva som skaper følelser som tilfredshet og tilhørighet til ulike områder er sentrale temaer innen flere fagfelt

inkludert psykologi, sosiologi, økologi, geografi og markedsføring (Insch & Florek, 2008; Zenker & Rütter, 2014). Eksempelvis understreker Zenker et al. (2013a) nødvendigheten av å markedsføre byer for å oppnå differensiering og peker på økende konkurranse om bedrifter og kvalifisert arbeidskraft mellom byer. Dette fremhever behovet for å utvikle byer som merkevarer (Zenker et al., 2013a). Videre bidrar markedsforskere med innsikt gjennom å fokusere på faktorer som gjør et område attraktivt og grunner til at mennesker bosetter seg eller forlater et sted, samt hvorfor turister gjentar sine besøk. Dette bidrar til forståelsen av hva som skaper tilfredshet, tilknytning og lojalitet til et sted (Hernández et al., 2007; Insch & Florek, 2008; Tilaki et al., 2021).

Botilfredshet kan indikere stedslojalitet gjennom hvor fornøyde innbyggerne er med sitt nåværende bosted (Hidalgo & Hernandez, 2001). På den andre siden beskriver stedstilknytning den dypere emosjonelle tilknytningen mennesker har til et sted (Zenker & Rutter, 2014). Forskning antyder at innbyggernes botilfredshet og stedstilknytning er basert på en sammensetting av stedets attraktivitet, gjennom ulike egenskaper, attributter eller kvaliteter (Chen et al., 2019; Sørli, 2009; Tilaki et al., 2021; Zenker et al., 2013b). I lys av dette vil vi i vår studie utforske hvordan faktorer som urbanitet og mangfold, natur og rekreasjon, jobbmuligheter, kostnadseffektivitet, sosiale forhold og transportmuligheter påvirker attraktiviteten til et sted. Vi vil også utforske hvordan stedsattraktivitet og sosial påvirkning bidrar til å forklare botilfredshet, stedstilknytning og intensjon til å ville bo (stedslojalitet) i et mindre kystsamfunn i Finnmark (Ajzen, 1991; Styliadis et al., 2016).

1.1 Problemstilling

Denne oppgaven tar for seg Båtsfjord som case for å utforske hvilke faktorer som påvirker lojalitet og intensjon til å bo i et mindre kystsamfunn. Vi vil anvende en tilfredshets-tilnærming for å analysere disse faktorene (Insch & Florek, 2008; Tilaki et al., 2021; Zenker et al., 2013a; Zenker et al., 2013b). Evalueringen vil fokusere på innbyggernes erfaringer med å bo i Båtsfjord, og vil særlig vektlegge botilfredshet (Hidalgo & Hernández, 2001) og stedstilknytning (Hernandez et al., 2007; Zenker & Rütter, 2014) som begreper for å forstå lojalitet og intensjon til å bo. Videre vil vi undersøke hvilke spesifikke kvaliteter ved Båtsfjord og hvordan sosial påvirkning bidrar til tilfredshet, tilknytning og lojalitet. Dette leder oss til følgende problemstilling:

“Hvilke faktorer påvirker stedslojalitet og intensjon til å bo i et mindre kystsamfunn?”

I denne studien vil vi benytte Olivers (1999) lojalitetshierarki som det overordnede faglige rammeverket, og fokusere på kognitiv, affektiv og handlingsorientert lojalitet til et geografisk område. Vi vil spesielt undersøke atferdsmessig lojalitet blant innbyggerne i Båtsfjord, som reflekteres i deres ønske om å fortsette å bo i, eller eventuelt flytte fra kommunen. De kognitive og affektive faktorene ved stedet vil bli analysert som årsaker til stedslojalitet (Oliver, 1999). For å utforske den affektive lojaliteten til stedet, vil vi studere beboernes tilfredshet med stedet (botilfredshet) (Hidalgo & Hernández, 2001) og deres følelsesmessige tilknytning (stedstilknytning). Stedstilknytning inkluderer tilknytning til både stedets fysiske omgivelser og de sosiale båndene til personer knyttet til stedet (Hernandez et al., 2007; Zenker & Rütter, 2014).

Videre vil vi kartlegge de kognitive vurderingene gjennom å identifisere hvilke kvalitetsattributter eller bostedskarakteristika som er avgjørende for innbyggernes tilfredshet og tilknytning, samt deres innvirkning på intensjonen til å bo (stedslojalitet). Disse kvalitetsattributtene danner grunnlaget for kognitiv lojalitet ved å indikere hvilke egenskaper ved Båtsfjord som vurderes som positive eller minst negative (Oliver, 1999). Tidligere forskning har vist at sosial påvirkning spiller en viktig rolle for individuell atferd (Ajzen, 1991) inkludert intensjon til å flytte og bo (Jin et al., 2022). Med bakgrunn i dette vil vi også undersøke hvordan sosial norm og deskriptiv norm påvirker tilfredshet og tilknytning, samt intensjon til å bli boende. Vi ønsker å undersøke dette i en begrepsmodell for stedslojalitet, hvor spesifikke egenskaper og sosial påvirkning har innvirkning på generelle vurderinger av botilfredshet, stedstilknytning og intensjon til å bo (Sørli, 2009; Zenker et al., 2013b).

1.2 Nyttverdi

Erfaringene fra Båtsfjord gir verdifulle lærdommer for kystsamfunn som opplever nedgang i arbeidsplasser og økende fraflytting. Ved å markedsføre seg som en attraktiv kommune for både næringsvirksomhet og bosetting, har Båtsfjord demonstrert hvordan en region kan sikre sin levedyktighet og økonomiske velstand på lang sikt. I tider med demografiske utfordringer blir markedsføring av et bosted like viktig som markedsføringen av en turistdestinasjon. Dette gjelder spesielt for avsidesliggende områder som Finnmark, hvor det er avgjørende å tiltrekke og beholde innbyggere for å opprettholde lokalsamfunnets funksjonalitet og kulturelle rikdom. Effektiv markedsføring kan derfor være nøkkelen til å snu fraflyttingstrender og stimulere befolkningsvekst. Dette vil ikke bare tiltrekke nye

innbyggere, men også bidra til å stabilisere regionen og motvirke negative effekter av befolkningsnedgang.

1.3 Oppgavens struktur

Oppgaven er strukturert i fem hovedkapitler. I kapittel to presenteres det teoretiske grunnlaget. Her utarbeides en begrepsmodell, og det gjennomgås relevant teori og tidligere forskning knyttet til oppgavens fokusområder, inkludert stedslojalitet, botilfredshet, stedstilknytning, stedsattraktivitet og sosial påvirkning. Metodekapittelet kommer følgende med en detaljert redegjørelse for den metodiske tilnærmingen og gjennomføringen av studien, samt beskrivelse av operasjonaliseringen. Diskusjon av styrker og begrensninger ved den valgte tilnærmingen legges også frem for å sikre oppgavens troverdighet med hensyn på validitet og reliabilitet. Kapittel fire fremviser resultatene og funnene fra analysene av den innsamlede dataen. Avslutningsvis, i kapittel fem, diskuteres funnene opp mot det teoretiske grunnlaget. Her vurderes også implikasjoner og begrensninger, og det legges frem forslag til videre forskning.

2 Teoretisk rammeverk

Dette kapitlet tar for seg den faglige tilnærmingen til oppgaven og definerer sentrale begreper vedrørende problemstillingen. Først presenteres den faglige tilnærmingen og vår utviklede begrepsmodell. Deretter kommer en redegjørelse av de avhengige variablene intensjon til å bo, botilfredshet og stedstilknytning, før vi går inn på de uavhengige variablene innen stedsattraktivitet og sosial påvirkning.

2.1 Faglig tilnærming og valg av begrepsmodell

Som presentert i innledningen er det mange ulike tilnærminger for å studere et steds attraktivitet for å flytte til, bo eller besøke (Afshardoost & Eshaghi, 2020; Peng et al., 2020; Stylidis et al., 2016; Sørli, 2009; Zenker et al., 2013a; Zenker et al., 2013b). I denne oppgaven integrerer vi noen av de ulike tilnærmingene, men med utgangspunkt i Oliver (1999) sin definisjon og klassifisering av lojalitetsbegrepet som et hierarki. Dette omfavner en sekvens som starter med kognitive vurderinger av opplevd kvalitet på spesifikke egenskaper ved et objekt (sted eller kommune), over til affektive vurderinger av generell tilfredshet (bolykke), som videre fører til individuell motivasjon (intensjon og forpliktelse) og endelig faktisk atferd (valg av bosted). Vi benytter hierarkiet for å identifisere faktorer som påvirker stedslojalitet. Det påfølgende kapitlet er strukturert etter lojalitetsnivåene (Oliver, 1999).

Lojalitet omhandler en persons forpliktelse til gjentagende handling over tid og er avgjørende for å opprettholde langvarige relasjoner med kunder, eller innbyggere i dette tilfellet. Oliver (1999) definerer lojalitet som “[...] a deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product/service consistently in the future, thereby causing repetitive same-brand or same brand-set purchasing, despite situational influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior”. Denne definisjonen setter lojalitet i en forbrukerkontekst og kan omtales som merkevarelojalitet. I denne konteksten tolkes produktet eller merkevaren som stedet eller kommunen Båtsfjord.

Oliver (1999) kategoriserer lojalitet i fire faser: handlingslojalitet, konativ lojalitet, affektiv lojalitet og kognitiv lojalitet. De ulike fasene indikerer styrken av lojaliteten og sier noe om hvor stor barriere det er for å velge et annet alternativ. Det sterkeste nivået av lojalitet er handlingslojalitet. Dette er oppnådd når forbrukeren har følelse av atferdsforpliktelse overfor merkevaren. Konativ lojalitet refererer til når forbrukeren føler en forpliktelse til merkevaren

og har intensjon til gjenkjøp (Oliver, 1999). I denne studien integrerer vi handlingslojalitet og konativ lojalitet som den atferdsmessige lojaliteten til et sted. Mer konkret vil stedslojalitet i vår oppgave omhandle intensjon til å bo i Båtsfjord, eventuelt intensjon til å flytte fra.

2.1.1 Den affektive vurderingen av et sted, botilfredshet, stedstilknytning og identitet til et sted

Affektiv lojalitet er utviklet når forbrukeren er tilfreds med produktet og liker eller har en positiv holdning til produktet (Oliver, 1999). Oliver (1999) definerer tilfredshet som “[...] pleasurable fulfillment”, hvor forbruket møter et ønske eller behov på en tilfredsstillende måte. Affektiv lojalitet øker barrieren for merkebytte og reduserer behovet for variasjonssøking. Tilfredshet defineres som en tilstand hvor en person føler seg fornøyd med sin situasjon, og er en affektiv respons som ofte sammenlignes med forventningene satt i forkant (Oliver, 1999). Selv om tilfredshet i markedsføringsperspektivet ofte knyttes til lojalitet, hvor vedvarende tilfredshet kan lede til lojal atferd, er det ikke alltid en direkte sammenheng mellom tilfredshet og lojalitet.

Brown et al. (2012) definerer stedstilfredshet som “The psychological state achieved when a place fulfils some needs, which does not necessarily require a positive bond to place”. Denne tilnærmingen indikerer at en kan være tilfreds med bostedet uten å oppleve tilknytning til stedet. Stedstilknytning er et mye undersøkt begrep innen stedsforskningen, og det finnes en rekke ulike definisjoner og tilnærminger i teorier om stedslojalitet, attraktivitet og omdømme. Overordnet dreier stedstilknytning seg om det følelsesmessige båndet en person har til et spesifikt sted (Hernández et al., 2007; Inch & Florek, 2008; Zenker & Rutter, 2014).

Hernández et al. (2007) understreker i sin definisjon av stedstilknytning at komfort og trygghet ved et sted er essensielle for at tilknytning skal oppstå. Dette forutsetter positive følelser og opplevelser knyttet til stedet. Denne tilnærmingen indikerer at stedstilfredshet kan ses som en påvirkende faktor for stedstilknytning, som støttet av Inch og Florek (2008) og Zenker og Rutter (2014). I vår oppgave vil vi definere botilfredshet og stedstilknytning som to separate begreper, som hver for seg kan påvirke stedslojalitet. Botilfredshet beskriver følelsen av å like eller mislike Båtsfjord, mens stedstilknytning beskriver følelsen av tilknytning til stedet. Vi antar at stedsattraktivitet kan ha ulik påvirkning på botilfredshet og stedstilknytning.

Stedsidentitet er et lignende fenomen som også beskriver relasjonen mellom en person og dens omgivelser. Det finnes teorier som skiller fenomenet inn i to ulike aspekter: personers

stedsidentitet og identiteten til et sted (Peng et al., 2020). Personers stedsidentitet innebærer individets identifisering med et sted, mens identiteten til et sted refererer til den kognitive oppfattelsen av stedet, noe som i vår teori anses som stedsattraktivitet (Peng et al., 2020). Stedsidentitet er grunnleggende fordi fenomenet defineres som en viktig del av den personlige identiteten (Zenker og Rütter, 2014), og kan dermed vurderes som et begrep sterkt assosiert med definisjonen på stedstilknytning. Dette begrepet stammer fra identitetsteori (Stets & Burke, 2000) og fokuserer på graden en person identifiserer seg med eller kategoriserer seg selv innenfor en definert gruppe eller samfunn. Stedsidentitet er formet gjennom det fysiske miljøet (Peng et al., 2020) og påvirker individers personlige identitet, sosiale identitet, holdninger og atferd.

Forståelsen av stedsidentitetsbegrepet er utfordrende, gitt de utydelige skillene og relasjonene det har til andre begreper innen stedsforskningen. I vår studie integrerer vi stedstilknytning og stedsidentitet som det samme fenomenet, som begge reflekterer den følelsesmessige tilknytningen en person har til et sted.

2.1.2 Den kognitive vurderingen av et sted, stedsomdømme og stedsattraktivitet

Kognitiv lojalitet baserer seg på om forbrukerens oppfattelse av at et produkt eller merke (objekt) er å foretrekke over andre på grunnlag av egenskaper (attributter). Det er den svakeste graden av lojalitet og vil brytes dersom det er et alternativ som viser seg å ha bedre egenskaper eller sammensetning av egenskaper (Oliver, 1999). Det finnes en rekke studier som har undersøkt hva som gjør et sted attraktivt både å bo og besøke. Ulike teoretiske begrunnelser undersøker hvilke kategorier av egenskaper eller enkeltegenskaper som oppleves som viktige, avgjørende eller fremtredende for å forme et steds generelle attraktivitet (Kotler et al., 1993, Stylidis et al., 2016, Sørli, 2009, Peng et al., 2020, Zenker et al., 2013a).

Motivasjonen for å flytte til et sted er ofte basert på forventninger, men kan endres gjennom personlige erfaringer. Faktorene som motiverer en person eller familie til å bosette seg et sted kan variere betydelig fra det som tiltrekker en turist (Niedomysl, 2010; Rogerson, 1999; Stylidis, 2016). Turismeforskning fokuserer ofte på å kartlegge turistenes vurderinger av et reisemål, definert gjennom destinasjonens fysiske utseende og det sosiale miljøet (Stylidis, 2016). Destinasjonsimage spiller en kritisk rolle i å forutsi turistenes vurderinger og valg av en destinasjon, både før, under og etter et opphold (Afshardoost & Eshaghi, 2020). Denne

vurderingen har også den mest betydelige effekten på viljen til å anbefale et sted videre (Afshardoost & Eshaghi, 2020). Egenskapene som påvirker folks valg av reisemål er ofte forskjellige fra de som er avgjørende for hvor en ønsker å bosette seg permanent (Sørлие, 2009). For kognitiv vurderingen av et sted, en by eller en region, benyttes ulike tilnæringer: stedsattraktivitet (Kotler et al., 1993; Sørлие, 2009), stedsomdømme (Stylidis et al., 2016), stedets identitet (Peng et al., 2020) og stedstilfredshet (Zenker et al., 2013a).

Stedsattraktivitet kan forstås som en samling av tro, forventninger, ideer og inntrykk folk har om et sted (Kotler et al., 1993). En sentral del av denne forskningen er å kategorisere hvilke egenskaper som er fremtredende og avgjørende for å velge en destinasjon fremfor en annen, samt hva som former den generelle totalvurderingen av et sted. For eksempel peker Sawicki (1989) på klima og livskvalitet som indikatorer på attraktivitet, mens Florida og Rössel (2006) understreker viktigheten av lokale og nasjonale myndigheters innsats for å fremme økonomisk utvikling. Dette økonomiske perspektivet har imidlertid vekket debatt blant akademikere. Nedomysl (2010) er en av kritikerne som argumenterer for at attraktiviteten til et sted ikke bør vurderes utelukkende på økonomiske premisser. Han mener at stedsattraktivitet kommer fra individuelle perspektiver og at det er en kompleks prosess å vurdere et steds tiltrekningskraft, som fører til en preferanse for et sted fremfor et annet (Nedomysl, 2010).

Stylidis et al. (2016) sin forskning identifiserer fire avgjørende kategorier som gir en omfattende måling av beboeres stedsomdømme. Disse er kategorisert som fysisk utseende, sosialt miljø, underholdningsmuligheter og samfunnstjenester (Stylidis et al., 2016). På samme måte forsker Peng et al. (2020) på begrepet stedsidentitet som sentralt ved stedets tiltrekningskraft. Studien kategoriserer stedsidentitet inn i fysisk form, symbolsk form og institusjonell form. Fysisk form inkluderer landskap, arkitektur, arealbruk og andre fysiske karakteristikk som former utseendet og følelsen av området (Peng et al., 2020). Den symbolske formen omhandler meninger og kulturelle uttrykk. Dette kan inkludere dialekter, kulturelle tradisjoner og historiske hendelser som sammen skaper en rikere forståelse av stedet (Peng et al., 2020). Den institusjonelle formen omhandler både uformelle og formelle systemer, som lokalstyre, næringsliv, utdanning og kulturelle institusjoner, og hvordan disse påvirker oppfattelsen av stedet (Peng et al., 2020).

Citizen Satisfaction Index modellen (CSI) skapt av Zenker et al. (2013b) foreslår en forenklet metode for å forstå stedstilfredshet, som fungerer som en indikator på samme fenomen. CSI-

modellen tar for seg fire nøkkeldimensjoner for kategorisering som bidrar til å forbedre byen for innbyggerne: urbanitet og mangfold, natur og rekreasjon, arbeidsmuligheter og kostnadseffektivitet (Zenker et al., 2013b). På samme måte har den norske forskeren Sørлие (2009) utforsket bolyst og stedsattraktivitet gjennom en rekke variabler som motiver for å flytte til og bo i distriktene. Hans funn bekrefter at arbeidsmuligheter, miljøaspekter, sosiale og fysiske forhold i nærmiljøet, samt stedets identitet spiller en avgjørende rolle i hvordan et steds attraktivitet vurderes (Sørлие, 2009).

Forskerne fremhever ulike perspektiver på hva som bidrar til et steds tiltrekningskraft, omdømme og attraktivitet som kognitiv vurdering. Ved å integrere disse forskjellige perspektivene kan vi få en mer helhetlig forståelse av drivkreftene bak bolyst, spesielt hvilke egenskaper ved stedet som gjør det attraktivt. I vår studie blir bedømmelsen av et steds tiltrekningskraft og omdømme betegnes som stedsattraktivitet og utgjør den kognitive lojaliteten i modellen. Vi vil senere i oppgaven gi en mer utfyllende begrunnelse av hva vi mener kan være de mest sentrale egenskapene som gjør Båtsfjord til et attraktivt sted å bo.

2.1.3 Stedslojalitet er avhengig av sosial påvirkning

Utover kognitive egenskaper ved Båtsfjord (stedsattraktivitet), vil vi inkludere sosial påvirkning som en uavhengig variabel i vår studie. Som et nøkkelbegrep innen atferdsteori spiller sosial påvirkning en viktig rolle i å forme menneskelig oppførsel gjennom samfunnets normer, holdninger, og tro (Cialdini & Jacobsen, 2021). Normer, både skrevne og uskrevne, er avgjørende for å forstå og påvirke individers handlinger og beslutninger i ulike kontekster (Cialdini, 2012). Denne delen av studien representerer en utvidelse av Oliver (1999) sitt lojalitetshierarki. Utvidelsen av begrepsmodellen finner sin relevans i hvordan forventninger fra andre påvirker botilfredshet, stedstilknytning og stedslojalitet.

Sentralt ved atferdsteori har forskning belyst to hovedformer for norm. Subjektive normer som fokuserer på opplevd sosialt press fra teorien om planlagt atferd (TPB) (Ajzen, 1991), og Cialdini (2012) sitt skille mellom sosiale normer (det folk bør gjøre) og deskriptive normer (det folk faktisk gjør) (Cialdini & Jacobsen, 2021). Innenfor TPB blir normer sett på som en nøkkelvariabel for å forklare en persons intensjoner og dermed atferd (Ajzen, 1991). For å utforske sosial påvirkning, tar vi hensyn til både sosiale og deskriptive normer (Cialdini & Jacobsen, 2021). Disse normene påvirker ikke bare hverdagslige valg og interaksjoner, men også større livsvalg, og understreker kompleksiteten og kraften i sosial påvirkning (Ajzen, 1991; Cialdini, 2012; Cialdini & Jacobsen, 2021; Jin et al., 2022).

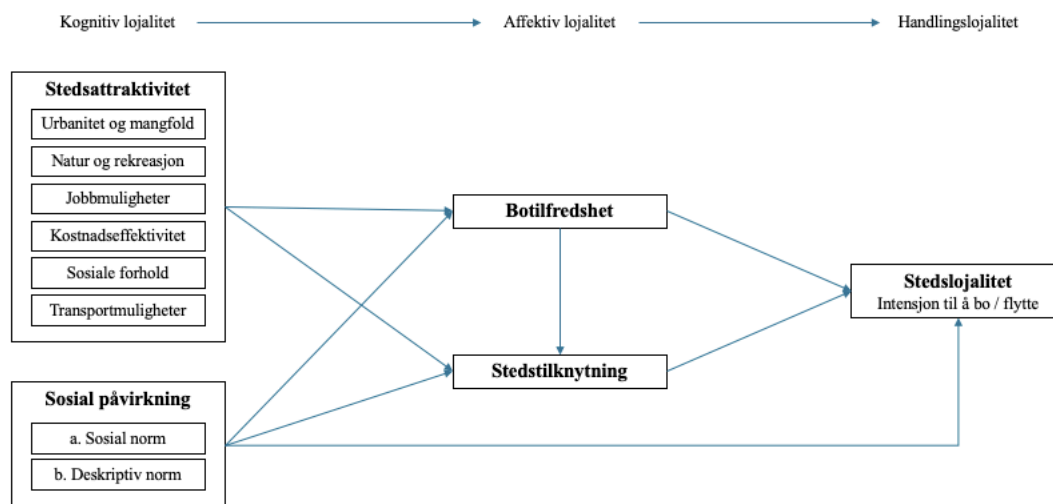
2.2 Valg av begrepsmodell

Begrepsmodellen i Figur 1 utgjør vår faglige tilnærming for å avdekke hvilke påvirkningsfaktorer som kan forklare variasjoner til stedslojalitet. Modellen bygger på de presenterte begrepene. Hensikten er å undersøke sammenhengen mellom de ulike variablene og deres relative styrker. Vi vil se på hvordan den kognitive lojaliteten (definert som stedsattraktivitet) og sosial norm påvirker affektiv lojalitet (botilfredshet) og stedstilknytning, samt effekten av disse faktorene på stedslojaliteten.

Stedslojalitet inkluderer intensjon til å bo og intensjon til å flytte fra Båtsfjord kommune. Botilfredshet baserer seg på den helhetlige tilfredsheten med Båtsfjord som bosted (Hidalgo & Hernández, 2001). Tilknytningsbegrepet i denne studien inkluderer stedstilknytning og stedsidentitet, og omfatter følelsen av komfort, trygghet og tilhørighet til Båtsfjord (Hernández et al., 2007). Botilfredshet og stedstilknytning vil utgjøre det affektive aspektet ved modellen.

I vår analyse av stedsattraktivitet vil vi ta utgangspunkt i fire kategoriserte egenskaper eller karakteristika av et sted basert på CSI-modellen til Zenker et al. (2013b). Disse spesifikke egenskapene er avgjørende for vår måling av de ulike kategoriene av stedsattraktivitet. Det er viktig å merke seg at individers forskjellige vurderinger av disse egenskapene vil påvirke de endelige faktorløsningene. Videre vil vårt teoretiske rammeverk omkring stedsrelaterte egenskaper integrere innsikter fra annen relevant litteratur. Dette inkluderer Sørli (2009) sin studie, samt vitenskapelige artikler som dekker emner som stedsomdømme (Stylidis et al., 2016), stedsattraktivitet (Kotler et al., 1993), stedets identitet (Peng et al., 2020) og stedstilfredshet (Zenker et al., 2013a).

Inkluderingen av sosial påvirkning i den kognitive fasen er av stor betydning ettersom den former individets forventninger, noe som direkte påvirker både intensjonen til handling og faktisk atferd (Ajzen, 1991). Denne faktoren omfatter både sosiale- og deskriptive normer. I konteksten av Båtsfjord, forventer vi at sosial påvirkning vil ha en direkte effekt på intensjon til å bli boende eller flytte, men også indirekte gjennom botilfredshet og stedstilknytning.



Figur 1, Begrepsmodell for stedslojalitet

2.3 Stedslojalitet: Intensjon til å bo eller flytte

Intensjon benyttes for å predikere fremtidig atferd og omhandler enkeltpersoners vilje til å utføre spesifikke handlinger (Ajzen, 1991). Dette indikerer hvor mye innsats en person er villig til å investere, der sterk intensjon øker sannsynligheten for at handling utføres (Ajzen, 1991). I stedsforskning er flere begreper benyttet som mål for intensjonslojalitet. Forskere har undersøkt intensjon om positiv stedsomtale, intensjon til å bo, intensjon til å bli boende, intensjon til å flytte, valg av etablering og lignende (Dandy et al., 2019; Fang, 2006; Sørli, 2009; Zenker et al., 2013a; Zenker & Rütter, 2014).

Ifølge teorien om planlagt atferd (Ajzen, 1991) er intensjon påvirket av holdninger, subjektiv norm og oppfattet atferdskontroll. Spesifikt for stedsforskning er tilfredshet med eget bosted kartlagt som en viktig faktor for intensjon til å bo eller flytte (Fang, 2006; Zenker & Rütter, 2014). Videre viste også studien til Zenker og Rütter (2014) at stedstilknytning og positiv holdning til stedets merkevare bidro til å forsterke denne sammenhengen.

Vår definisjon av intensjon inkluderer individets ønsker, planer, vilje eller forventninger tilknyttet intensjon til å bo og intensjon til å flytte fra Båtsfjord (Ajzen, 2002). Et todimensjonalt intensjonsbegrep tar sikte på å fange opp ambideksteri i innbyggernes intensjonslojalitet. Vi ønsker å undersøke om disse intensjonene utgjør motstridende konsepter eller ikke. Vi antar derfor at intensjon til å bo og intensjon til å flytte vil være sterke indikatorer på hvorvidt innbyggerne faktisk blir boende, bosetter seg eller flytter fra i fremtiden.

2.4 Botilfredshet og stedstilknytning

Affektiv lojalitet baserer seg som tidligere nevnt på den følelsesmessig evaluering av objektet (Oliver, 1999). I denne sammenheng refereres det til den følelsesmessige forpliktelsen til stedet Båtsfjord. I vår undersøkelse utgjør botilfredshet den affektive lojaliteten, som videre utvides med stedstilknytning. Begge begrepene er introdusert tidligere, men vil bli ytterligere drøftet i de følgende delkapitlene.

2.4.1 Botilfredshet

I denne studien er det tilfredsheten av Båtsfjord kommune som er gjenstand for vurdering. Tilfredshet oppstår når forbrukernes følelse av glede eller skuffelse etter forbruket møter eller overgår forventingene (Oliver, 1999). Utilfredshet kan derimot oppstå dersom opplevelsen ikke lever opp til disse forventingene. Derfor er erfaring med objektet et viktig premiss når en undersøker forbrukernes tilfredshet (Oliver, 1999).

Det finnes flere ulike begreper som tar for seg tilfredshet til et sted. Alle referer til ulike aspekter av tilfredshet knyttet til et sted eller et område som objekt. Eksempelvis har forskere undersøkt stedstilfredshet (place satisfaction) (Tilaki et al, 2021), innbyggertilfredshet (citizen satisfaction) (Zenker et al., 2013b; Zenker & Rütter, 2014) og beboertilfredshet (resident satisfaction) (Hidalgo & Hernández, 2001; Tilaki et al, 2021). Selv om litteraturen ikke klart skiller mellom disse begrepene, er stedstilfredshet distinkt ved at det adresserer en helhetlig vurdering, uavhengig av om de bor der eller ikke. På den andre siden er innbyggertilfredshet og beboertilfredshet knyttet til evaluering av eget bosted.

Vi vil benytte begrepet botilfredshet for å måle tilfredshet i denne studien. Botilfredshet er forstått som den overordnede eller generelle tilfredsheten og indikerer affektiv lojalitet. Begrepet blir definert i henhold til Hidalgo og Hernández (2001) som “den positive eller negative følelsen en beboer har til Båtsfjord”. Denne følelsen oppfattes som den emosjonelle responsen eller vurderingen en person har til Båtsfjord som eget bosted, og tar sikte på å fange den subjektive opplevelsen av å bo der (Hidalgo & Hernández, 2001). Videre kan individer oppleve botilfredshet når følelsen oppfyller et behov eller ønsket mål på en behagelig måte.

Oliver (1999) understreker at tilfredshet kan utvikle seg til lojalitet. En rekke andre forskninger har også bekreftet denne sammenheng (Anderson et al., 1994; Labarbera & Mazursky, 1983). Utviklingen av lojalitet kan forekomme når kunden opplever hyppige eller

kumulative opplevelser av tilfredshet med objektet (Oliver, 1999). Med andre ord vil ikke enkeltstående positive opplevelser med Båtsfjord nødvendigvis føre til lojalitet, men gjentatte positive opplevelser over tid kan skape en sterk og vedvarende lojalitet. Spesifikt fant Fang (2006) og Zenker og Rütter (2014) at stedstfredshet sterkt reduserte intensjon til å forlate et sted. Basert på dette utleder vi følgende hypoteser for botilfredshet og intensjon:

H1a: Botilfredshet har positiv effekt på intensjon til å bo

H1b: Botilfredshet har negativ effekt på intensjon til å flytte

2.4.2 Stedstilknytning

Stedstilknytning referer til den affektive tilknytningen en person har til et bestemt sted (Zenker & Rütter, 2014). Dette kan være tilknytningen til ulike steder som et hus, et nabolag, eller et område, samt de sosiale relasjoner forbundet med stedet. I denne oppgaven er det tilknytningen til en by som er interessant å undersøke. Hernandez et al. (2007) definerer stedstilknytning som “the affective link that people establish with specific settings, where they tend to remain and where they feel comfortable and safe.”. Det innebærer altså at stedet gir en følelse av komfort og trygghet.

Zenker og Rütter (2014) deler stedstilknytning i to dimensjoner: fysisk og sosial tilknytning. Samtidig som *fysisk stedstilknytning* er relatert til egenskapene ved stedets omgivelser er *sosial stedstilknytning* de sosiale båndene personer forbinder med stedet. Hidalgo & Hernandez (2021) sine funn viser at sosial tilknytning har en større effekt på individets stedstilknytning enn fysiske tilknytning har. Annen forskning har vist at stedstilknytning kan inkludere stedstilhørighet og stedsidentitet (Sørli, 2009). Disse konseptene overlapper hverandre ved at stedstilhørighet tar for seg den affektive tilknytningen og følelsen av tilhørighet, mens stedsidentitet tar for deg hvordan et sted blir en del av og påvirker individet. Sørli (2009) fremhever betydningen av stedsidentitet i beslutningsprosessen for valg av bosted, der tilhørighetsfølelsen og den emosjonelle tilknytningen er kritiske komponenter ved avgjørelsen.

Stedstilhørighet som ofte er dypt forankret i individets personlige historie og erfaringer, kan manifestere seg som en sterk følelse av hjem, komfort og sikkerhet (Sørli, 2009). Stedstilhørighet er sentralt i å forstå hvorfor individer føler seg tiltrukket mot bestemte steder, samt velger å bli der på tross av potensielle utfordringer (Sørli, 2009). Videre er denne tilknytningen ikke bare personlig, men kan også være knyttet til kollektive identiteter og

fellesskap, hvor et sted blir et sentralt element i sosial sammenheng og gruppetilhørighet (Sørli, 2009).

I kontrast fokuserer *stedsidentitet* på hvordan et sted påvirker og former individets identitet (Sørli, 2009). Dette omfavner hvordan fysiske omgivelser, kulturelle elementer, historiske kontekster og sosiale interaksjoner på et bestemt sted bidrar til å forme en persons selvoppfattelse og identitet. Stedsidentitet er et dynamisk fenomen som utvikler seg over tid og reflekterer det komplekse samspillet mellom individ og sted (Sørli, 2009). Dette innebærer en forståelse av at steder ikke bare er fysiske rom, men også bærer symbolikk, minner, og betydning som integreres i individets selvforståelse (Sørli, 2009).

Både stedstilhørighet og stedsidentitet er essensielle for å forstå forholdet mellom individets identitet og deres fysiske og sosiale miljø (Sørli, 2009). Forskning understreker at følelsesmessige bånd til et sted spiller en sentral rolle i utformingen av stedsidentitet (Hague & Jenkins, 2004). Disse båndene kan omfatte en sterk tilhørighetsfølelse til både mennesker og det sosiale miljøet på et spesifikt sted, og er ofte knyttet til personlige erfaringer og minner (Hague & Jenkins, 2004; Williams & Stewart, 1998). For unge voksne kan slike bånd være avgjørende i valget om å bli eller returnere til deres opprinnelige samfunn.

Vi vil i vår definisjon av stedstilknytning ta utgangspunkt i definisjonen presentert av Hernandez et al. (2007). Stedstilknytning defineres dermed som den følelsesmessige tilknytningen innbyggerne har til Båtsfjord kommune, hvor stedet gir dem følelse av hjem og trygghet. Når innbyggerne føler seg tilknyttet til Båtsfjord på denne måten, kan stedet betraktes som en integrert del av deres identitet (Sørli, 2009).

Litteraturen indikerer at forskere har sett på ulike faktorer for å forklare stedstilknytning. Forskning viser at fødselsted og lengden på booppholdet har en positiv sammenheng med tilknytningen til stedet (Hernández et al., 2007). Zenker og Rütter (2014) fant at stedstilfredshet er den sterkeste indikatoren på stedstilknytning. På samme måte viste forskning av Inch og Florek (2008) og Chen et al., (2019) at tilfredshet var med på å forklare stedstilknytningen. Vi utformer dermed følgende hypotese:

H2a: Botilfredshet har positiv effekt på stedstilknytning

Sørli (2009) påpeker at stedstilknytning spiller en viktig rolle for intensjon til å bli boende. Forskningen viser også at en sterk tilknytning til et sted kan forme ens stedsidentitet, og

omvendt, en velutviklet stedsidentitet kan styrke følelsen av tilhørighet. Videre har studier som Dandy et al. (2019) og Zenker et al. (2013a) dokumentert en positiv sammenheng mellom stedstilknytning, valg av bosted og bostedslojalitet. Zenker og Rütter (2014) fant at stedstilknytning også reduserer intensjon om å flytte fra et sted. Basert på dette har vi formulert følgende hypoteser vedrørende stedstilknytning og intensjonen til å bo og flytte:

H2b: Stedstilknytning har positiv effekt på intensjon til å bo

H2c: Stedstilknytning har negativ effekt på intensjon til å flytte

2.5 Stedsattraktivitet som kognitiv vurdering av ulike egenskaper med et sted

Slik som tidligere nevnt er det ulike tilnærminger til kognitiv vurdering av et sted (Kotler et al., 1993; Peng et al., 2020; Stylidis et al., 2016; Sørli, 2009; Zenker et al., 2013a). I vår tilnærming har vi valgt å ta utgangspunkt i begrepet stedsattraktivitet. Stedsattraktivitet definert som kognitiv lojalitet, baserer seg på oppfattelsen av at et produkt er å foretrekke fremfor et annet på bakgrunn av kvalitetsattributtene (Oliver, 1999). I denne sammenheng er det attributtene ved stedet Båtsfjord som utgjør eller former stedsattraktiviteten som kognitivt fenomen. Når en undersøker hva som påvirker individers intensjon til å bosette seg på et bestemt sted, er teorien om stedsattraktivitet sentral. Dette konseptet representerer summen av tro, ideer og inntrykk individer har om et sted (Kotler et al., 1993), og fungerer som den trekkende faktoren (Li et al., 2020).

Forskning avslører at den spesifikke og totale opplevelsen av et sted har en kritisk rolle i å forme innbyggers og potensielle nykommeres preferanser, holdninger og atferd til området (Stylidis, 2016). Videre har faktorer som lokal infrastruktur, sosiale nettverk, kulturelle tilbud og miljøkvalitet vist seg å være avgjørende elementer som bidrar til et steds generelle attraktivitet (Stylidis, 2016). En sammensetting av mange faktorer kan påvirke individets intensjon til å bo, gjennom at attraktivitet leder til generell tilfredshet og tilknytning (Yuksel et al., 2010). Dermed kan stedsattraktivitet ha en indirekte påvirkning på stedslojalitet, gjennom affektiv lojalitet.

CSI forklarer stedsattraktivitet og stedstfredshet gjennom fire faktorer: urbanitet og mangfold, natur og rekreasjon, jobbmuligheter og kostnadseffektivitet (Zenker et al., 2013b). Urbanitet og mangfold innebærer stedets muligheter, som kulturelle arrangementer og shopping. Videre inkluderer det også stedets grad av åpenhet for ulike kulturer og

subkulturer. I forskningen deres var dette den sterkeste indikatoren på tilfredshet. Natur og rekreasjon viser til stedets tilgang på parker og åpne områder, samt forurensingsgrad og ro. Jobbmuligheter omhandler mulighetene for jobb, men inkluderer også elementer som for eksempel lønn (Zenker & Rütter, 2014). Kostnadseffektivitet vurderer oppfattelsen av kostnadene ved å bo på stedet.

En studie omkring distrikter og perifere regioner i Norge fokuserte på motivet bak folks valg knyttet til bolyst og stedsattraktivitet (Sørli, 2009). Sentrale faktorer fra studien inkluderte arbeidsmuligheter, miljøaspekter, samt sosiale- og fysiske forhold ved nærmiljøet. Disse viste seg å være avgjørende for vurdering av et steds attraktivitet i norske kontekster. Sørli (2009) la også til kategoriene familie- og helsehensyn i undersøkelsen sin, noe som viste seg å ha betydning for å få individene til å bli boende i distriktet (Sørli, 2009).

I vår oppgave definerer vi stedsattraktivitet i henhold til CSI-modellen (Zenker et al, 2013b). Vi ønsker å se nærmere på stedsattraktivitet gjennom faktorene urbanitet og mangfold, natur og rekreasjon, jobbmuligheter og kostnadseffektivitet. Videre anerkjenner vi betydningen av Sørli (2009) sin forskning, og inkluderer derfor fysiske- og sosiale forhold, samt nærmiljø og tilgjengelighet. Gjennom denne integrerte tilnærmingen sikter vi mot å utvikle en dypere forståelse av hva som bidrar til attraktiviteten til et sted, og hvordan disse elementene samhandler innenfor den satte konteksten.

2.5.1 Urbanitet og mangfold

Urbanitet og mangfold har vist seg å være grunnleggende aspekter av stedsattraktivitet, og er dermed ofte avgjørende for hvordan et sted blir oppfattet og verdsatt av innbyggere eller besøkende (Zenker et al., 2013b). Urbanitet refererer til de karakteristiske kvalitetene ved bylivet, samtidig som mangfold omfatter variasjonen av kulturer, subkulturer og mennesker med ulike bakgrunner (Zenker et al., 2013a; Zenker et al., 2013b). Vi ønsker å identifisere konkrete egenskaper som representerer disse begrepene. Ved å forstå disse elementene bedre, håper vi å bidra til en dypere innsikt i hva som gjør et sted mer attraktivt enn andre.

Urbanitet inkluderer en rekke kulturelle aktiviteter, som teater og klubber, samt tilgjengeligheten av shoppingmuligheter og ulike tjenester. Det er dynamikken som er skapt av mennesker i konstant bevegelse og de visuelle inntrykkene som definerer et urbant landskap (Zenker et al., 2013b). Zenker et al. (2013b) mener at byens energi og atmosfæren er avgjørende for å tiltrekke folk.

Mangfoldet i en by er også viktig for stedsattraktiviteten. Dette omfatter mangfoldet av kulturer og subkulturer, som viser seg gjennom mat, kunst, språk og daglige sosiale interaksjoner (Zenker et al., 2013b). Åpenhet og toleranse er nøkkelkomponenter som ikke bare fremmer inkludering og samhørighet, men også bidrar til innovasjon og kreativ tenkning. Steder som verdsetter og fremmer mangfold har vist seg å tiltrekke et bredt spekter av mennesker, noe som beriker bylivet og gjør det mer motstandsdyktig mot økonomiske forandringer (Zenker et al., 2013b).

I vår oppgave vil kategorien urbanitet og mangfold inkludere egenskaper som kulturtilbud (underholdning, uteliv, cafe, spisesteder, aktivitets- og fritidstilbud), servicetilbud (butikkutvalg, helsetjenester, barnehage- og skoletilbud), mangfold (sosialt-, økonomisk- og kulturelt mangfold), åpenhet og toleranse.

Zenker et al. (2013a) hevder at urbanitet og mangfold er den faktoren med størst innvirkning på botilfredshet. Videre ser en også at det finnes sammenheng mellom urbanitet og mangfold, og stedstilknytning (Zenker et al., 2013b). Når enkeltpersoner opplever og engasjerer seg med ulike kulturer, subkulturer og mennesker med forskjellige bakgrunner, kan det bidra til å skape en dypere forbindelse til stedet de bor gjennom tilknytning. Felles viser indikatorene innenfor denne kategorien et stort omfang av hva stedsattraktivitet kan innebære. Urbanitet og mangfold blir dermed en faktor som har indirekte påvirkning på stedslojalitet, gjennom den affektive lojaliteten (Yuksel et al., 2010). Vi har derfor med bakgrunn i denne teorien utformet følgende hypoteser:

H3a: Urbanitet og mangfold har positiv effekt på botilfredshet

H3b: Urbanitet og mangfold har positiv effekt på stedstilknytning

2.5.2 Natur og rekreasjon

Natur og rekreasjon er sentralt i bedømmelse av stedsattraktivitet (Zenker et al., 2013b). Zenker et al. (2013b) inkluderer i denne kategorien elementer fra stedets omgivelser, slik som natur og grønne områder, tilgang på elver og vannkanter, parker, åpne områder og andre rekreasjonsområder som inkluderer utendørsaktiviteter. Videre innebærer det også i hvilken grad stedet oppfattes som rent, både i gatene og luften, samt støynivå.

Når kunnskapsbanken for Nord-Norge undersøkte årsaken til at nordlendinger velger å flytte fra regionen, ble klima identifisert som en av de viktigste faktorene (Kræmer & Gundersen,

2024). Vær og klima har betydelig påvirkning på mange aspekter av menneskers tilstedeværelse, inkludert deres subjektive velvære (Rehdanz & Maddison, 2004). Videre har dette også vist seg å ha påvirkning på helse, klær, ernæringsbehov og fritidsaktiviteter (Rehdanz & Maddison, 2004), samt humør og generell tilfredshet (Connolly, 2012). Dette kan skyldes påvirkninger fra gjennomsnittstemperatur, mengde nedbør, antall soltimer og fuktighet. Yangzhou og Ritchie (1993) hevder at natur og klima er blant de viktigste faktorene for hva som gjør en destinasjon attraktiv for turister. Behagelig vær har vist seg å ha betydelig positiv påvirkning på innbyggernes oppfatning av turisme og støtte i turismeutvikling (Stylidis, 2016).

Klimaet varierer utfra beliggenhet og preferansene om været er i stor grad subjektive. Generelt sett har forskning vist at mennesker foretrekker varmere temperaturer i de kaldeste månedene og kjøligere temperaturer i de varmeste månedene for å optimalisere trivsel (Rehdanz & Maddison, 2004). Videre viser det seg at nedbør er en faktor som reduserer livstilfredsheten, særlig for kvinner (Connolly, 2012).

I tilfellet av Båtsfjord kommune preges klimaet av relativt stabile, men lave gjennomsnittstemperaturer gjennom hele året. Regionen har også særegne klimatiske forhold som inkluderer midnattssol om sommeren og mørketid om vinteren. Naturen i Båtsfjord er preget av unikt arktisk landskap, med Øst-Finnmarks særegne preg. Studier viser at nettopp naturomgivelser har tydelig påvirkning på generell livstilfredshet (Biedenweg et al., 2017; Chang et al., 2020). Tilgang på varierte naturomgivelser, som villmark, parker og strender, har tydelig relasjon til økt livstilfredshet (Chang et al., 2020).

Sørli (2009) sin forskning fremhever betydningen av positive fysiske omgivelser i nærmiljøet som omhandler de materielle og miljømessige egenskapene. Han påpeker at disse indikatorene ofte er kritiske for å nå stedsattraktivitet, spesielt i distriktsonråder (Sørli, 2009). Viktigheten av elementer som unik utsikt viser betydelige resultater i studien, gjennom at det skaper et spesielt samspill mellom stedets visuelle karakter og individuelle preferanser (Sørli, 2009). I tillegg er det funnet at tilstedeværelsen av naturutsikt fra vinduer hjemme eller på arbeidsplassen bidrar til høyere livstilfredshet (Chang et al., 2020).

Beslutninger om hvor en ønsker å bo er ofte basert på både det fysiske miljøet og personlige livsstilsvalg (Sørli, 2009). Disse utgjør stedsattraktivitetsattributter, som videre er avgjørende for å nå en følelsesmessig tilknytning og kan dermed øke individets lojalitet til

destinasjonen (Yuksel et al., 2010). Chen et al., (2019) bekrefter dette ved å vise at naturlige omgivelser har en positiv effekt på innbyggernes trivsel, noe som kan bidra til å gjenopprette følelsen av velvære etter negativ påvirkning.

I vår oppgave vil vi i kategorien natur og rekreasjon inkludere spesifikke egenskaper som naturlandskapet, tilgang på natur, spekter av utendørsaktiviteter og klimaet i form av nedbør, soltimer og temperatur. Vi vil også undersøke kategorier ved miljøkvaliteter som renheten, roen (stillhet og fredelighet) og luftkvaliteten.

Zenker og Rütter (2014) konstaterte at natur og rekreasjon hadde en direkte påvirkning på stedstilfredsheten og indirekte på forpliktelse eller lojalitet. Dette synet støttes også av funnene til Chen et al. (2019) som viste at innbyggernes oppfatning av kvaliteten på de naturlige omgivelsene påvirker deres tilfredshet med bostedet. Basu et al. (2020) legger frem viktigheten av å føle tilknytning til naturen, og viser til at relasjoner folk danner med sitt naturlige miljø er essensielle for deres følelse av stedstilknytning. Båtsfjord kommune er tett på naturen, omringet av fjell og Barentshavet. Det antas at tilgangen på natur og rekreasjon har stor betydning for innbyggernes oppfatning av Båtsfjord som et attraktivt sted og deres generelle tilfredshet, samt tilknytning til stedet som boplass. Vi har derfor utarbeidet følgende hypoteser:

H4a: Natur og rekreasjon har positiv effekt på botilfredshet

H4b: Natur og rekreasjon har positiv effekt på stedstilknytning

2.5.3 Jobbmuligheter

Zenker et al. (2013b) definerer jobbmuligheter som en kombinasjon av faktorer som inkluderer generelle lønnsnivåer, karriere- og forfremmelsesmuligheter, økonomisk vekst og tilgjengeligheten av profesjonelle nettverk. Styliadis (2016) understreker at tilgjengeligheten og kvaliteten på jobbmuligheter spiller en avgjørende rolle ved stedsattraktivitet.

Jobbmuligheter påvirker direkte økonomisk stabilitet, personlig velferd, og sosial mobilitet, og er derfor en viktig faktor i innbyggernes vurdering av sitt lokalsamfunn (Styliadis, 2016).

Styliadis (2016) og Zenker et al. (2013b) fremhever viktigheten av karrierevekst- og forfremmelsesmuligheter, samt tilgjengeligheten av profesjonelle nettverk som sentrale faktorer for attraktivitet. I vår oppgave vil vi legge spesiell vekt på egenskaper med næringslivet og jobbmuligheter samt muligheten for arbeidsplass, karrieremuligheter og nettverk, det generelle lønnsnivået og den generelle økonomiske veksten.

Næringsliv og nettverk

I distriktskommuner er veksten i antall arbeidsplasser avgjørende (Vareide, 2016). Dette indikerer tilgjengeligheten av arbeid og potensialet for karrierevekst. Vareide (2016) peker på viktigheten av å styrke eksisterende næringer for å øke attraktiviteten i et område.

Eksempelvis bør steder med en dominans av besøksnæringer fokusere på å forbedre besøksattraktiviteten, samtidig som industrielle områder bør utforske muligheter innen produksjon i den eksisterende næringen (Vareide, 2016).

Fiskerihovedstaden Båtsfjord illustrerer denne teorien gjennom sin sterke tilknytning til historien og fiskeriindustrien (Fiskarlaget, 2024). Merkevaren Fiskerihovedstaden har ikke bare blitt et symbol på arbeidsplasser gjennom lokale fiskebruk, men også en bærebjelke for både økonomien og identiteten til næringslivet, og lokalsamfunnet (Båtsfjord kommune, u.å.; Fiskarlaget, 2024). I Gerrard (2016) sin forskning om lokalsamfunn vises det at tydelige næringsliv skaper en arena for relasjoner innenfor lokalnæringen, der en tydelig og sterk næring kan bidra til å trekke mellom relasjoner og kjennskap. Næringen skaper et sosialt fellesskap som bidrar til å gjøre stedet til noe mer enn bare et avgrenset geografisk område (Gerrard, 2016, s. 76).

Det viser seg at det å vokse opp på et mindre sted i Finnmark gir erfaringer som skiller seg fra områder med flere arbeidsplasser (Paulgaard, 2015, s. 123). Ungdom i Barentsregionen står overfor utfordringer knyttet til arbeidsmuligheter, særlig på grunn av den geografiske plasseringen (Bæck & Paulgaard, 2012). Det fremkommer misnøye til bostedet knyttet til begrensede fremtidsmuligheter, til tross for et fellesskap omkring sterk kjærlighet for hjemlassen (Bæck & Paulgaard, 2012). Sørli (2009) støtter perspektivet, gjennom at bosetting i sentrale områder ofte skyldes bedre jobbmuligheter, som bidrar til et miljø for karrierevekst.

Til tross for at byene anses som de primære arenaene for karriereutvikling, finnes det en misoppfatning av dette (Aadland, 2023). Det er viktig å vurdere distriktene som levedyktige alternativ for karrierebygging. Distriktskommuner tilbyr større utviklingsmuligheter sammenlignet med større byer, delvis fordi konkurransen om stillinger kan være mindre intense (Aadland, 2023). Sosiale nettverk på mindre steder skiller seg markant fra større byer med å være "tettere" (Gullestad, 1978). Rekruttering skjer ofte gjennom personlige nettverk basert på kjennskap og venner, noe som antyder en dypere og mer personlig tilknytning innad

i disse samfunnene (Gullestad, 1978, s. 126). Det legges til rette for etablering av dypere bekjentskap som bidrar positivt til individets livskvalitet og tilknytning (Gullestad, 1978, s. 126; Sandanger et al., 1995, s. 200).

I tillegg til dette fremhever Paulgaard (2015) stoltheten knyttet til næringsliv og arbeidsplasser blant unge som vokser opp på mindre sosialiserte steder. Det å være omgitt av både trygge og kjente omgivelser skaper følelsesmessig positiv verdi (Moilanen, 2019). Disse følelsesmessige verdiene som skapes av stedsattraktivitet kan sees på som den affektive lojaliteten som har en indirekte påvirkning på stedslojalitet (Yuksel et al., 2010).

Økonomisk stabilitet

Økonomisk stabilitet er fundamentalt for å skape attraktive og levedyktige lokalsamfunn. Denne stabiliteten sikrer et robust finansielt system som kan motstå eksterne sjokk og forstyrrelser, samtidig som det effektivt formidler finansiering, utfører betalinger og omfordeler risiko (Norges bank, 2023). I en verden hvor økonomisk usikkerhet kan ha vidtrekkende konsekvenser, fungerer finansiell stabilitet som et anker som hjelper samfunn å navigere gjennom turbulente perioder (Holmsen, 2014).

Fiskerinæringen fremstår som en sektor med betydelige økonomiske svingninger. Denne uforutsigbarheten antyder at fiskerinæringens økonomiske stabilitet er styrt av naturlige sykluser (Fiskarlaget, 2024). Dette kan komplisere beslutningsprosesser for de som ønsker å bosette seg i disse områdene. På tross av naturens fenomener er fiskerinæringen en av de mest verdiskapende sektorene i norsk økonomi (Ytreberg, 2020). Dette illustrerer den betydelige økonomiske verdien som fiskerisektoren representerer.

Økonomisk stabilitet fungerer som et fundamentalt trygghetsmoment for individer når de tar beslutninger om bosetting og karrierevalg, ofte med preferanse for jobbmuligheter som tilbyr høyere lønnsbetingelser (Torp, 2005). Dette fenomenet støtter Zenker et al. (2013b) som peker på økonomiske forhold innenfor kategorien jobbmuligheter som en nøkkeldriver for et steds attraktivitet. Med utgangspunkt i at attraktivitet påvirker affektiv lojalitet (Yuksel et al., 2010), foreslår vi derfor følgende hypoteser innenfor kategorien jobbmuligheter:

H5a: Jobbmuligheter har positiv effekt på botilfredshet

H5b: Jobbmuligheter har positiv effekt på stedstilknytning

2.5.4 Kostnadseffektivitet

I den senere tidens by- og regional utviklings forskning, representerer kostnadseffektivitet en fremtredende kategori i diskusjonen om stedsattraktivitet (Sørлие, 2009; Zenker et al., 2013b). Denne kategorien inkluderer elementer som generelt prisnivå, levekostnader, leiepriser og tilgjengelighet på boliger, noe som direkte påvirker en persons økonomiske stilling og livskvalitet (Zenker et al., 2013b). Ved å sette fokus på økonomisk tilgjengelighet, understreker forskningen hvor essensielt det er å vurdere hvordan kostnadene ved å leve og bo på et bestemt sted påvirker stedets attraktivitet.

Sørлие (2009) fokuserer på aspekter som bolig og eiendomsverdier i sin forskning. Han påpeker at tilgjengeligheten og prisen på passende boliger har en betydelig innvirkning på valg av bosted. Studien viser imidlertid at disse faktorene ikke nødvendigvis er avgjørende for beslutninger om bosetting i distriktsområder i Norge (Sørлие, 2009). Det fremkommer at i mindre samfunn kan andre økonomiske faktorer relatert til kostnadseffektivitet veie tyngre i beslutningen om å bli boende eller flytte. Dette tyder på at faktorer som kommunens generelle prisnivå og en persons økonomiske situasjon kan være like viktige for om et sted anses som attraktivt (Sørлие, 2009).

Annen teori tar diskusjonen et steg videre ved å belyse viktigheten av å velge et bosted som støtter den personlige og profesjonelle veksten, spesielt innenfor den økonomiske konteksten (Hutton, 2009). Selv om studien ikke direkte fokuserer på kostnadseffektivitet som en primær faktor, impliseres det at økonomiske forhold som generelt prisnivå og levekostnader er kritiske komponenter i beslutningsprosessen for valg av bosted (Hutton, 2009). Det antydes at byer som er attraktive grunnet deres mange tilbud av næringer og industrier, ofte har høyere levekostnader (Hutton, 2009). Dette kan påvirke individets vurdering av å bosette seg basert på personlig økonomi og stedets kostnadseffektivitet. Dette fremhever et viktig aspekt ved det å være tilfreds og tar for seg balansen mellom et steds tiltrekningskraft på grunn av økonomiske muligheter og økonomiske begrensninger.

Tiltakssonen i Nord-Troms og Finnmark representerer et interessant eksempel på hvordan økonomiske tiltak potensielt kan øke et steds attraktivitet. Denne strategien inkluderer lavere personskatt, fjerning av forbruksavgift på strøm, gratis barnehage og nedskrivning av studiegjeld i sonen (Pedersen, 2023). Ved å redusere det generelle prisnivået og levekostnader, samt gjøre boliger mer tilgjengelige, antyder regjeringens tiltak at økonomisk stilling og levekostnader er vesentlige for å skape tilfredshet med eget bosted (Pedersen,

2023). Dette reflekterer teorien om kostnadseffektivitet, hvor økonomiske insentiver antas å påvirke både individuelle valg og generell stedsattraktivitet (Zenker et al., 2013b). Vi vil i vår oppgave beskrive kategorien kostnadseffektivitet med egenskaper som gir assosiasjoner til det generelle prisnivået og levekostnadene, prisnivået på boligmarkedet og leie av bolig, samt tilgjengeligheten på boliger.

Interessant nok viser forskning utført av Zenker et al. (2013b) at samtidig som kostnadseffektivitet utgjør en klar kategori for vurdering av et steds attraktivitet, har det ikke en direkte innvirkning på innbyggernes generelle tilfredshet. Det understrekes derimot at dens betydning ligger i dens innvirkning på oppfattelsen av andre attraktivitetskategorier slik som urbanitet og mangfold, samt natur og rekreasjon (Zenker et al., 2013b). Videre viser forskningen til at kostnadseffektivitet kan ha sterk innflytelse på relaterte spørsmål, for eksempel folks avgjørelse når de har valget mellom å flytte til et annet sted (Zenker et al., 2013b).

Imidlertid blir en oppmuntrende trend i befolkningsvekst i Finnmark fremhevet av nylige studier (Berg, 2024). Det er rapportert at de fleste kommunene i Finnmark har opplevd befolkningsvekst etter at ytterligere økonomiske insentiver ble introdusert i tiltakssonen sommeren 2023 (Berg, 2024; Statsforvalteren, 2023). Disse funnene understøtter ideen om at nøye utformede økonomiske tiltak ikke bare kan øke stedsattraktiviteten, men også effektivt motvirke tidligere negative trender i befolkningsutviklingen. Den oppmuntrende befolkningsveksten i Finnmark bekrefter at nøye utformede tiltak kan reversere negative befolkningsutviklingstrender, samt stimulere stedsattraktivitet gjennom å nå økonomisk tilfredshet (Berg, 2024; Statsforvalteren, 2023).

Basert på vårt teoretiske grunnlag, som tar for seg at attraktivitet indirekte påvirker stedslojalitet gjennom affektiv lojalitet (Yuksel et al., 2010), ønsker vi å teste kostnadseffektivitetens relasjon både til botilfredshet og stedstilknytning. Vi foreslår derfor følgende hypoteser innenfor kategorien kostnadseffektivitet:

H6a: Kostnadseffektivitet har positiv effekt på botilfredshet

H6b: Kostnadseffektivitet har positiv effekt på stedstilknytning

2.5.5 Sosiale forhold

Sørli (2009) sin studie belyser hvordan sosiale og fysiske forhold i nærmiljøet påvirker et steds attraktivitet. Han hevder at disse forholdene ikke bare bidrar til å forme miljøet, men også fungerer som en personlig arena hvor individuelle interesser og stedets tiltrekningskraft møtes. Dette viser at de sosiale forholdenes betydning er dynamiske og varierer fra person til person, avhengig av individets egeninteresser (Sørli, 2009).

Sørli (2009) fremhever betydningen av sosiale forhold i nærmiljøet, inkludert sosial kontroll, vennekontakt, aksept og trygghet. Han identifiserer spesielt familie og helse som nøkkelfaktorer for bolyst, med spesiell relevans i distrikt Norge (Sørli, 2009). Videre understrekes det at sosiale nettverk og en følelse av tilhørighet, sammen med trygghet og aksept i lokalsamfunnet, er avgjørende faktorer som påvirker individers valg av bosted (Sørli, 2009). Det viser seg at stedstilknytning oppstår gjennom positive relasjoner til de fysiske og sosiale omgivelsene i et nabolag (Brown et al., 2003). Lavere frykt for kriminalitet og en forsterket fellesskapsfølelse bidrar til en dynamikk av varige, positive bånd mellom mennesker og deres omgivelser (Brown & Perkins, 1992; Brown et al., 2003). Dette er med på å skape en følelse av hjem for innbyggerne.

Norske studier påpeker at valg av bosted for unge voksne ofte er dypt forankret i sosiale og kulturelle bånd (Skogheim & Vestby, 2010). Disse båndene omfatter en følelse av tilhørighet, trygghet og personlige minner, og er sentrale faktorer i deres beslutning om hvor de ønsker å bo. Det viser seg at unge voksne ikke bare ser etter steder som dekker deres grunnleggende behov, men også steder som reflekterer personlig historie og sosial identitet (Skogheim & Vestby, 2010). Dette er særlig tydelig i mindre samfunn, der sosiale og kulturelle nettverk har større betydning (Hauge & Jenkins, 2004; Skogheim & Vestby, 2010; Williams & Stewart, 1998).

Litteraturen understreker den avgjørende rollen sosiale forhold spiller i individers beslutningsprosessen omkring ønsket om å bosette seg (Ramkissoon og Nunkoo, 2011). Dette er spesielt viktig i mindre samfunn der møteplasser ofte er hjertet i lokalsamfunnet og bidrar til en sterkere følelse av tilhørighet og identitet (Sørli, 2009). Dette viser til betydningen av gode sosiale møteplasser, som skaper en fysisk arena for å styrke sosiale bånd. De sosiale møteplassene fungerer da som knutepunkter hvor individer kan møtes for å utveksle ideer, sosialisere og føle tilhørighet i et samfunn. Forskning av Chen og Tsai (2007) og Chi og Qu (2008) støtter dette ved å påpeke at det sosiale miljøet er en integrert del av stedets identitet.

Vi vil i vår oppgave beskrive kategorien sosiale forhold med egenskaper som gir assosiasjoner til vennlighet blant menneskene i Båtsfjord, trygghet og sikkerhet, tilstedeværelse av jevnaldrende, samt tilgangen på sosiale møteplasser.

Det er påvist at en følelse av tilhørighet til et sted forsterker stedstilknytning (Brunette et al., 2005). Slik tilknytning er i stor grad avhengig av de sosiale forholdene som skaper et aktivt sosialt miljø, og fremmer en utvikling av sunne mellommenneskelige relasjoner (Brunette et al., 2005; Weijs-Perrée et al., 2017). Dette underbygger betydningen av sosiale møteplasser og andre arenaer for sosialisering blant lokalbefolkningen. Videre viser forskningen at sosiale forhold også fremmer stedstilfredshet gjennom positiv sosial dynamikk (Weijs-Perrée et al., 2017). Dette understreker hvordan et områdes sosiale forhold indirekte kan påvirke stedslojalitet via affektiv lojalitet (Brunette et al., 2005; Yuksel et al., 2010; Weijs-Perrée et al., 2017). På bakgrunn av denne teoretiske forståelsen har vi formulert følgende hypoteser:

H7a: Gode sosiale forhold har positivt effekt på botilfredshet

H7b: Gode sosiale forhold har positiv effekt på stedstilknytning

2.5.6 Transportmuligheter

Forskning viser at transportsystemers tilgjengelighet har stor innvirkning på et steds attraktivitet (Hunt et al., 1994). Mer spesifikt har studier funnet at reisetid og tilgangen til vei- og offentlig transport påvirker individets bosteds assosiasjoner med tilfredshet (Gundersen & Aarhaug, 2014; Hunt et al., 1994). Kategorien tilgjengelighet vil derfor omhandle tilgangen til flyforbindelser samt båt- og busstransport, i tillegg til veikvaliteten.

I Nord-Norge er tilgangen til helseinstitusjoner som sykehus, skole og barnehage, samt natur og turområder spesielt avgjørende for innbyggerne (Telemarksforskning, 2023). For å øke regionens tiltrekningskraft og hindre fraflytting, er det essensielt å fokusere på nærhet til disse insentivene (Telemarksforskning, 2023). Dette kan oppnås gjennom investering i transportinfrastruktur som sikrer bedre veier og styrker buss- og båtforbindelser (Telemarksforskning, 2023; Telemarksforskning, 2024). Slike investeringer skaper blant annet sentralisering og tilknytning gjennom tilgjengelighet, som videre stimulerer regional utvikling (Gundersen & Aarhaug, 2014).

Når det gjelder båt- og busstransport, spiller disse en kritisk rolle for tilgangen til utdanningsinstitusjoner som skoler og barnehager, spesielt i et kystsamfunn

(Telemarksforskning, 2024). Dette fremhever kollektivtransportens essensielle funksjon i å knytte lokalsamfunn og tilby nødvendige tjenester (Telemarksforskning, 2024). Imidlertid viser Hunt et al. (1994) sin studie at det kollektive tilbudet kun er avgjørende ved tilfredshet med eget bosted for de som regelmessig benytter seg av det offentlige transporttilbudet. Dette forutsetter at området har gode kollektive tjenester. I byer med begrenset kollektivtilbud blir innbyggerne dermed mer avhengig av å disponere egne kjøretøy (Hunt et al., 1994). Tilfredshet med eget bosted vil da være mer avgjørende i form av tilgang til og kvaliteten av veiene (Hunt et al., 1994; Schwanen & Mokhtarian, 2004).

Tilgang til godt utbygde veiforbindelser har vist seg å forbedre det kollektive transporttilbudet (Dawkins et al., 2015). Dette indikerer at tilstedeværelsen av kvalitetsveier ikke bare gjør det enklere for personbiler (Dawkins et al., 2015), men også fremmer tilgjengeligheten av andre transportmuligheter, slik som buss. Spesifikt har veiutbygging hatt betydelig positiv effekt på små regioners utvikling og befolkningsvekst, gjennom å skape tilgjengelighet (Gundersen & Aarhaug, 2014). Denne spesifikke tilgjengeligheten skaper attraktivitet gjennom å forbedre eksisterende tettstedsstruktur og styrke det allerede eksisterende tilbudet (Engebretsen & Gjerdåker, 2010). Vi vil i vår oppgave beskrive kategorien transportmuligheter med egenskaper som gir assosiasjoner til transportmuligheter, kvaliteten på veiene, veiforbindelser, bussforbindelser og busstilbudet, båtforbindelser og båttilbudet, samt flyforbindelser og flytilbudet.

Dersom en mindre plass knyttes til en større region som et resultat av forbindelser, kan dette øke attraktiviteten fra den større til den mindre regionen (Gundersen & Aarhaug, 2014). En slik forbindelse kan være en flyplass med gode flyforbindelser. Dette øker attraktiviteten ved å gjøre området mer synlig og redusere avstandene (Gundersen & Aarhaug, 2014; Telemarksforskning, 2024), samtidig som regionen naturlig knyttes til andre steder. Denne tilknytningen er avgjørende for å skape muligheter for innbyggerne og øke deres tilfredshet gjennom bedre tilgang på tjenester og ressurser (Telemarksforskning, 2024). Basert på dette har vi utarbeidet følgende hypoteser:

H8a: Gode transportmuligheter har positivt effekt på botilfredshet

H8b: Gode transportmuligheter har positivt effekt på stedstilknytning

2.6 Sosial påvirkning

Forståelsen av sosial påvirkning er sentral innenfor atferdsteori, gitt dens fundamentale rolle i å forme menneskelig atferd gjennom normer, holdninger, tro og koder for oppførsel (Cialdini & Jacobsen, 2021). Disse normene spiller en sentral rolle i å forklare, påvirke eller forstå folks intensjoner og atferd i en spesifikk kontekst (Ajzen, 1991), eksempelvis ved intensjon til å bo. Normer kan defineres som “[...] skrevne og uskrevne regler som påvirker individers atferd i et samfunn” (Haugseth & Tjora, 2023). Andre definerer norm som sosial påvirkning om hvordan individets handlinger, beslutninger og overbevisninger påvirkes av de rundt dem (Ajzen, 1991). Påvirkningen kan skje direkte gjennom mellommenneskelig kommunikasjon eller indirekte gjennom observasjon av andres atferd (Cialdini & Jacobsen, 2021). I vår oppgave vil sosial påvirkning defineres i henhold til Cialdini & Jacobsen (2021) sitt skille mellom sosial og deskriptiv norm. Sosial påvirkning blir ansett som en pådriver for affektiv lojalitet og stedslojalitet. Det følgende delkapitlene redegjør for disse.

2.6.1 Sosial norm og deskriptiv norm

Teorien om planlagt atferd (TPB) fremhever viktigheten av subjektive normer i å forklare en persons intensjoner og atferd (Ajzen, 1991). Normative oppfatninger indikerer hvor sannsynlig det er at personer eller grupper som står individet nært, godkjenner eller misliker en bestemt handling. Ajzen (1991) hevder at dette er essensielt for å forstå atferd. Med andre ord vil intensjon om å utføre en atferd være formet av blant annet subjektive normer (Jin et al., 2022).

Sosiale normer er en del av disse normative oppfatningene. Disse bidrar til å forme individets atferd ved å understreke forventningene om "riktig" atferd i henhold til samfunnets moral og etikk (Cialdini & Jacobsen, 2021). Sosiale normer krever kognitiv innsats og involverer evalueringer av sosial godkjenning (Cialdini, 2012). Dette kan påvirke individets beslutninger omkring en rekke aspekter i livet. Eksempelvis følelsen av at nære relasjoner forventer at en skal bosette seg eller bli i Båtsfjord kommune. Det er viktig å anerkjenne at samtidig som sosiale normer bidrar til å forme atferd, kan de også begrense individuell frihet og oppmuntrer til konformitet på bekostning av personlig og kreativ utfoldelse (Cialdini & Jacobsen, 2021). Slik styrer disse normene ikke bare individets sosiale interaksjoner, men også større livsvalg og atferdsmønstre.

Deskriptive normer gjenspeiler det som faktisk praktiseres eller anses som normalt innenfor en gruppe eller samfunn, selv om det ikke nødvendigvis er det mest korrekte å gjøre (Cialdini, 2012). Disse normene er basert på observasjoner av hva de fleste mennesker gjør i en gitt situasjon, og antyder at "hvis alle gjør det, så er det sannsynligvis akseptabelt for meg å gjøre det også" (Cialdini, 2012). I denne sammenheng kan deskriptiv norm fremkomme ved at en ser at andre bor i Båtsfjord. Denne formen for normer er kraftig fordi den påvirker atferd direkte gjennom handlinger, og understreker prinsippet om at handlinger ofte taler høyere enn ord (Danilov et al., 2021).

I lys av dette er deskriptive normer en fremtredende del av sosial påvirkning, fordi de uten uttrykk, informerer individer om hva som er typisk atferd (Cialdini & Jacobsen, 2021). Dette kan føre til en sterk motivasjon for å etterligne handlinger for å passe inn eller for å unngå å stikke seg ut (Danilov et al., 2021). Individets handlinger blir dermed ofte et speilbilde av det de observerer hos andre, noe som kan føre til en positiv bølge omkring felles handling, også innad i et samfunn. Det er imidlertid viktig å anerkjenne at disse normene kan lede til ulike utfall, avhengig av de spesifikke handlingene og konteksten de oppstår i (Cialdini, 2012). Dette nyanserte bildet illustrerer ikke bare kraften i kollektiv atferd, men også kompleksiteten og variasjonen i de konsekvensene eller utfallene som kan følge (Danilov et al., 2021).

Sosial påvirkning gir forståelse for hva som er sosialt akseptert eller avvist, og hva som praktiseres og anses som normalt innenfor ulike samfunn. Som nevnt understreker TPB at disse normene styrer individets handlinger og atferd. Årsaken til dette kan forklares med motivasjon om å oppnå sosial aksept (Cialdini, 2012). Assche et al. (2019) fant i sin studie at normer var assosiert med redusert intensjon til å flytte. I denne konteksten kan det bety at individets intensjon eller valg om å bo eller flytte fra Båtsfjord kommune sterkt er påvirket av normene i nærmiljøet. Med bakgrunn i dette har vi utledet følgende hypoteser for sosial og deskriptiv norm mot intensjon:

H9c: Sosial norm har positiv effekt på intensjon til å bo

H9d: Sosial norm har negativ effekt på intensjon til å flytte

H10c: Deskriptiv norm har positiv effekt på intensjon til å bo

H10d: Deskriptiv norm har negativ effekt på intensjon til å flytte

Det er betydelig støtte i litteraturen at sosial og deskriptiv norm er assosiert med intensjon (Armitage & Conner, 2001). Når det gjelder sammenhengen mellom normer, og tilfredshet og tilknytning er litteraturen mer begrenset. Assche et al. (2019) hevder at tilfredshet har en medierende effekt på sammenhengen mellom norm og intensjon til å flytte. Dette kan forklares med at normer er en viktig del av det “sosiale limet” som holder samfunn sammen (Assche et al., 2019). Videre understreker Sørli (2009) viktigheten av det sosiale aspektet som sosial påvirkning kan indikere, i forbindelse med botilfredshet og stedstilknytning. Ingvardson & Nielsen (2019) fant også støtte i sin studie for positiv sammenheng mellom norm og tilfredshet. Eksempelvis kan felles handlinger skape tilfredshet ved å fremme positive atferdsmønstre (Cialdini, 2012). Vi har derfor utformet følgende hypoteser vedrørende sosial påvirkning, og botilfredshet og stedstilknytning:

H9a: Sosial norm har positiv effekt på botilfredshet

H9b: Sosial norm har negativ effekt på stedstilknytning

H10a: Deskriptiv norm har positiv effekt på botilfredshet

H10b: Deskriptiv norm har negativ effekt på stedstilknytning

3 Metodisk tilnærming

Det følgende kapittelet presenterer oppgavens metodiske fremgangsmåte. Vi vil først beskrive forskningsdesign, metode, utvalgsstrategi og datainnsamlingsmetode. Videre fremstilles operasjonaliseringen av begrepene og oppgavens troverdighet i henhold til reliabilitet og validitet. Avslutningsvis vil vi redegjøre for hvordan den innsamlede dataen ble analysert i programvarene IBM SPSS Statistics (SPSS) med tilleggspakken Analysis of Moment Structures 27 (AMOS).

3.1 Valg av forskningsdesign

Denne oppgaven har som formål å forklare innbyggernes intensjon om å bo i Båtsfjord kommune. For å besvare oppgavens problemstilling har vi brukt et kvantitativt forskningsdesign til å belyse en teoretisk forklaringsmodell, diskutert i kapittel 2. Vi har valgt spørreskjemaundersøkelse fordi denne metoden egner seg godt for analyse av relasjoner mellom variabler (Bell et al., 2019). Dette gir oss muligheten til å utforske årsakssammenhengene mellom stedsattraktivitet, sosial påvirkning, botilfredshet, stedstilknytning og intensjon til å bo eller flytte. Designet kan beskrives som deduktivt, da det tar utgangspunkt i eksisterende teorier og forskning (Bell et al., 2022).

Spørreskjemaet ble utviklet med datainnsamlingsverktøyet Nettskjema. Det er basert på det teoretiske rammeverket og begrepsmodellen. Denne datainnsamlingsmetoden egner seg godt til å samle inn store mengder data fra mange respondenter effektivt (Bell et al., 2022).

Utfordringer med denne metoden er risikoen for at spørsmålene oppfattes som tvetydige eller vanskelige for respondentene. Siden de besvarte spørreskjemaet for seg selv, hadde vi dermed ingen mulighet til å oppklare i slike tilfeller. For å minimere risikoen for dette hadde vi i forkant av innsamlingen pre-testet spørreskjemaet på medstudenter og bekjente, for å få tilbakemeldinger og forslag til endringer. Skjemaet ble også gjennomgått sammen med veileder før det ble distribuert.

3.2 Utvalg og datainnsamling

Populasjonen for undersøkelsen er innbyggere i Båtsfjord samt tidligere bosatte. Årsaken til dette er at vi ønsker å forklare deres tilfredshet med å bo i kommunen. Det er dermed nødvendig at respondentene har erfaring med stedet som bosted. Utvalget kan beskrives som et bekvemmelighetsutvalg (Bell et al., 2022). Dette er et ikke-sannsynlighetsutvalg, og kan dermed ikke generaliseres til populasjonen.

Spørreskjemaet ble distribuert i ulike sosiale kanaler i midten av april 2024 og var åpent for svar i 8 dager. Vi delte lenke til nettskjemaet i to ulike Facebook-grupper: *Dette skjer i Båtsfjord* og *Båtsfjords informasjonsside*, samt Facebooksiden: *Fiskerihovedstaden*. I tillegg har ordføreren i Båtsfjord hjulpet oss med distribuering gjennom kommunekontoret og sitt øvrige nettverk. Totalt var det 271 respondenter som svarte på undersøkelsen, hvor 62% var kvinner og 37,6% menn.

For å sikre at respondentene hadde erfaring med Båtsfjord som bosted, ble de i starten av undersøkelsen spurt følgende kontrollspørsmål: *Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune*. De som svarte *Nei* på dette spørsmålet ble direkte sendt til kvitteringssiden. Videre fikk de spørsmålet: *Jeg er bosatt i Båtsfjord kommune nå*, hvor de som svarte *Nei* på dette ikke fikk spørsmål vedrørende *Intensjon til å flytte fra Båtsfjord kommune*. I tillegg måtte respondentene være over 16 år for å sikre at de kunne gi informert samtykke til å delta i undersøkelsen.

3.3 Operasjonalisering av begreper

Operasjonaliseringen av de ulike begrepene ble utviklet med utgangspunkt i relevant forskningslitteratur. De fleste begrepene er operasjonalisert med Likert-skala, der respondentene ble bedt om å uttrykke graden av enighet eller uenighet i den fremlagte påstanden. Stedsattraktivitet ble derimot operasjonalisert med en semantisk differensialskala, der respondentene måtte evaluere ulike elementer ved Båtsfjord på en skala fra *god til dårlig*, *bra til dårlig*, *billig til dyrt* og *vennlig til uvennlig*. Alle begrepene er målt med en 7-punkts skala, hvor verdien 4 tilsvarte nøytralitet/midtpunkt. I tillegg ble respondentene bedt om å oppgi informasjon om følgende demografiske variabler: “Lengde på bo-opp hold”, “Kjønn”, “Alder”, “Yrkessituasjon” og “Høyeste fullførte utdanning”. For å sikre at respondentene bodde eller hadde bodd i Båtsfjord kommune og litt informasjon om boopp holdet, hadde vi tre innledende spørsmål i undersøkelsen: “Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune”, “Jeg er bosatt i Båtsfjord kommune nå” og “Jeg har bodd i Båtsfjord kommune hele livet”.

3.3.1 Stedslojalitet: Intensjon til å bo eller flytte

Stedslojalitet ble operasjonalisert som intensjon til å bo og til å flytte. Intensjonslojalitet er, som diskutert i teorikapitlet, en vanlig form for lojalitet generelt (Oliver, 1999) og stedslojalitet spesielt (Zenker og Rütter, 2014). Vi inkluderte både intensjon til å bo og til å

flytte fordi vi var noe usikker på om begrepene var i motsetning til hverandre som lojalitetsbegrep. Innholdet i intensjonsbegrepet er hentet fra Ajzen (2002).

For å operasjonalisere *intensjon til å bo* ble respondentene stilt følgende påstander: “Jeg ønsker å bo i Båtsfjord kommune de neste fem årene”, “Jeg har planer om å bo i Båtsfjord kommune de neste fem årene” og “Jeg har et mål om å bo i Båtsfjord kommune de neste fem årene” (1 = svært usannsynlig, 7 = svært sannsynlig).

For å operasjonalisere *intensjon til å flytte* ble respondentene stilt følgende påstander: “Jeg har planer om å flytte fra Båtsfjord kommune i fremtiden”, “Jeg har et mål å flytte fra Båtsfjord kommune i fremtiden” og “Jeg har et ønske om å flytte fra Båtsfjord kommune i fremtiden” (1 = sterkt usannsynlig, 7 = svært usannsynlig).

3.3.2 Generell tilfredshet med Båtsfjord som bosted

For å operasjonalisere *botilfredshet* ble respondentene stilt følgende påstander: “Alt i alt er jeg fornøyd med Båtsfjord kommune som bosted” og “Jeg liker å bo i Båtsfjord kommune”. I tillegg måtte respondentene ta stilling til påstanden: “Hvordan vil du vurdere Båtsfjord kommune som?” med følgende skalaer: utilfredsstillende/tilfredsstillende, kjedelig/spennende, negativt/positiv, dårlig/bra. Disse indikatorene er vanlig for å måle tilfredshet generelt, samt i studier av botilfredshet spesielt (Zenker et al., 2013b).

3.3.3 Stedstilknytning

For å operasjonalisere *stedstilknytning* ble respondentene stilt følgende påstander: “Båtsfjord kommune føles som hjemme”, “Jeg føler meg som en Båtsfjording”, “Det er mange ting som knytter eller binder meg i Båtsfjord kommune”, “Båtsfjord kommune er en viktig del av hvem jeg er som menneske” og “Det er ingen andre steder jeg heller ville bodd enn i Båtsfjord kommune” (1 = sterkt uenig, 7 = svært enig). Disse indikatorene for stedstilknytning er basert på tilpasninger fra tidligere litteratur (Hidalgo & Hernandez, 2001; Zenker & Rütter, 2014).

3.3.4 Stedsattraktivitet

For å måle egenskaper ved Båtsfjord kommune har vi hentet inspirasjon fra ulike studier som har målt stedsattraktivitet (Kotler et al., 1993; Sørli, 2009), stedsomdømme (Stylidis et al., 2016), stedsidentitet (Peng et al., 2020) og stedstilfredshet (Zenker et al., 2013a). I operasjonaliseringen av kategoriene innenfor stedsattraktivitet benytter vi påstanden “Hvordan vil du beskrive følgende egenskaper ved Båtsfjord kommune” for å vurdere

egenskapene på en semantisk skala, fra svært dårlig – svært bra. Eksempelvis ble *urbanitet* og *mangfold* målt gjennom å evaluere Båtsfjord kommunes tilbud og mangfold gjennom respondentenes oppfatninger av “Butikkutvalget”, “Kulturtilbudet”, “Aktivitet- og fritidstilbudet”, “Helsetjenestene”, “Barnehagetilbudet”, “Skoletilbudet”, “Mangfoldet” og “Åpenhet og toleranse” (Zenker et al., 2013b). Tilsvarende operasjonalisering ble benyttet for å operasjonalisere de resterende kategoriene innenfor stedsattraktivitet: *natur og rekreasjon*, *jobbmuligheter*, *kostnadseffektivitet*, *sosiale forhold* og *transportmuligheter* (Aadland, 2023; Paulgaard, 2015; Chen et al., 2019; Dawkins et al., 2015; Engebretsen & Gjerdåker, 2010; Gerrard, 2016; Gullestad, 1978; Gundersen & Aarhaug, 2014; Holmsen, 2014; Hunt et al., 1994; Hutton, 2009; Pedersen, 2023; Ramkissoo & Nunkoo, 2011; Rehdanz & Maddison, 2004; Skogheim & Vestby, 2010; Stylidis, 2016; Sørli, 2009; Telemarksforskning, 2024; Torp, 2005; Vareide, 2016; Zenker et al., 2013a; Zenker et al., 2013b; Zenker og Rütter, 2014).

3.3.5 Sosial påvirkning

Som nevnt i teorikapittelet forventet vi at sosial påvirkning kan påvirke stedslojalitet (Ajzen, 1991; Cialdini & Jacobsen, 2021). Vi valgte også å skille mellom sosial norm og deskriptiv norm med utgangspunkt i tidligere forskning (Ajzen, 1991; Cialdini & Jacobsen, 2021). Indikatorene for å måle disse to begrepene er hentet fra normteori, studert av Cialdini (2012) og Cialdini og Jacobsen, (2021).

For å operasjonalisere *sosial norm* ble respondentene stilt følgende påstander: “Personer som er viktige for meg ønsker at jeg skal bo i Båtsfjord kommune”, “Personer som er viktige for meg forventer at jeg skal bo i Båtsfjord kommune” og “Personer som er viktige for meg oppfordrer meg til å bo i Båtsfjord kommune” (1 = sterkt uenig, 7 = svært enig).

For å operasjonalisere *deskriptiv norm* blir respondentene stilt følgende påstander: “Jeg kjenner mange som bor i Båtsfjord kommune”, “Jeg har mange venner som bor i Båtsfjord kommune” og “Personer som er viktige for meg bor i Båtsfjord kommune” (1 = sterkt uenig, 7 = svært enig).

3.4 Undersøkelsens troverdighet

For å sikre undersøkelsens troverdighet vil den være forankret i både reliabilitet og validitet. I de følgende delkapitlene vil vi utføre en detaljert gjennomgang av disse sentrale begrepene.

3.4.1 Reliabilitet

Reliabilitet er en avgjørende komponent i kvantitative undersøkelser, som refererer til nøyaktigheten og konsistensen i dataene som samles inn (Johannessen et al., 2011, s. 250). Den omhandler hvilke typer data som brukes, metodene for datainnsamling, og behandlingen av disse dataene. Det er essensielt at dataene er pålitelige, slik at funnene ikke påvirkes av selve undersøkelsesmetoden (Johannessen et al., 2011, s. 250). Dette sikres gjennom ulike teknikker for å teste dataenes reliabilitet.

For å vurdere om en forskningsmetode gir konsistente resultater, analyseres det om samme prosedyre kan reprodusere lignende funn over tid (Johannessen et al., 2011, s. 27).

Johannessen et al. (2011) påpeker viktigheten av at andre forskere skal kunne gjenta studien under lignende forhold og oppnå tilsvarende resultater. Gjennom repetisjon av målingene sikres det at resultatene er stabile, og dermed reliable (Johannessen et al., 2011, s. 27).

Studiens design er derfor nøye basert på tidligere etablerte målinger og operasjonaliseringer knyttet til våre utvalgte variabler, for å styrke reliabiliteten ytterligere.

For å vurdere reliabiliteten i vår undersøkelse har vi benyttet intern konsistens, som er en anerkjent metode for å måle konsistensen av et sett av indikatorer, eller "items" (Ringdal, 2018, s. 108). Her benyttes Cronbach's Alpha (CA) som indikator (Ringdal, 2018, s. 374). Cronbach's Alpha beregner hvor godt en gruppe av indikatorer samlet måler en underliggende konstruksjon (Ringdal, 2018, s. 367). En Alpha verdi på 0,70 anses generelt som en akseptabel nedre grense for tilfredsstillende reliabilitet. Når denne grensen når eller overskrides kan vi være mer sikre på at de observerte korrelasjonene faktisk speiler reelle sammenhenger og ikke bare tilfeldigheter eller feil forårsaket av upålitelige målinger (Ringdal, 2018, s. 367). I noen sammenhenger kan et reliabilitetsmål på over 0,60 aksepteres, slik som ved eksplorerende faktoranalyser. Dette skyldes at det primære målet her ofte er å utforske datamaterialet fremfor å bekrefte teorier (Ringdal, 2018, s. 367). Med våre høye Cronbach's Alpha verdier fant vi det passende å holde oss til den etablerte nedre grensen på 0,70.

For å vurdere reliabiliteten i bekreftende faktoranalyse, anvendes målet Composite reliability. En høy Composite reliability indikerer at indikatorene er konsistente med hverandre og måler det samme konseptet på en pålitelig måte. Tilsvarende Cronbach's Alpha anses Composite reliability som akseptabel over 0,70 (Moksness & Olsen, 2018).

3.4.2 Validitet

En undersøkelses validitet dreier seg om i hvilken grad undersøkelsen er egnet til å gi gyldige svar på problemstillingen eller forskningsspørsmålet. Det skilles mellom ulike former for validitet (Johannessen et al., 2011, s. 407). Intern validitet vurderer om studien er godt designet for å etablere årsakssammenhenger. Høy intern validitet indikerer at studien gir pålitelige forklaringer og dermed troverdighet (Johannessen et al., 2011, s. 407). Ekstern validitet handler om i hvilken grad funnene fra studien kan generaliseres til andre populasjoner eller kontekster (Johannessen et al., 2020, s. 410). Mer spesifikt omhandler overførbarhet (ekstern validitet) anvendelsen av data som er samlet inn i en bestemt kontekst for å generalisere forskningsbasert kunnskap om et fenomen, i dette tilfellet intensjon til å bo. Dette innebærer utviklingen av teorier, konsepter og tolkninger som bidrar til å belyse fenomenene som blir undersøkt (Johannessen et al., 2011, s. 252).

Våre definisjoner og operasjonaliseringer er basert på tidligere forskning med god validitet. Dette etablerer et solid fundament for begrepsvaliditeten i vår studie. Begrepsvaliditet er essensielt for å evaluere korrelasjonen mellom de fenomenene vi undersøker og dataene vi samler (Johannessen et al., 2011, s. 44). Denne tilnærmingen sikrer at våre konklusjoner er nøyaktige og ikke gir et feilaktig bilde av funnene.

Diskriminant validitet er viktig for å sikre at måleverktøyene klart kan skille mellom ulike konstruksjoner (Bell, 2022, s. 176). Denne formen for validitet bekrefter at hvert verktøy måler et unikt fenomen, uten å forveksle det med andre variabler. Det å opprettholde slik validitet er avgjørende for å unngå å forvrengte forskningsresultatene (Bell, 2022, s. 176). For å sikre god diskriminant validitet, skal indikatorene vise lave faktorladninger ($< 0,30$) på faktorer de ikke er ment å måle (Ringdal, 2018). I vår studie testet vi diskriminant validitet med faktor- og korrelasjonsanalyser for å forsikre oss om at de ulike måleverktøyene opererte uavhengig av hverandre.

Konvergent validitet undersøkes for å vurdere i hvilken grad ulike måleverktøy som er ment å måle det samme konstruktet, faktisk gir sammenfallende resultater (Bell, 2019, s. 174). Dette måles ved å sammenligne korrelasjoner mellom resultater fra forskjellige verktøy. En høy korrelasjon indikerer at begge verktøyene nøyaktig måler det samme konstruktet. For å bekrefte konvergent validitet strebet vi etter en faktorladning på minst 0,50, og optimalt over 0,70 (Hair et al., 2013). Dette bekrefter at begrepene er konsistent relaterte til tidligere forskning og forventninger (Bell, 2019, s. 174).

3.5 Analyse av data

I det følgende delkapittelet vil vi redegjøre for metodene som er benyttet for å analysere den innsamlede dataen i SPSS og AMOS. Analyseteknikkene som er benyttet er eksplorerende faktoranalyse, bekreftende faktoranalyse, korrelasjonsanalyse og analyse av strukturmodell. I tillegg vil vi presentere beskrivende statistikk for å forklare variasjon i datasettet.

3.5.1 Eksplorerende faktoranalyse

Faktoranalyse benyttes for å undersøke relasjoner mellom ulike variabler i datasettet (Byrne, 2016). Ved å undersøke dette kan en få informasjon om variablenes faktorer. Eksplorerende faktoranalyse brukes for situasjoner hvor sammenhengen mellom variablene er ukjente (Byrne, 2016). I vår analyse er eksplorerende faktoranalyser benyttet for å avklare at variablene faktisk måler de konstruksjonene de er tiltenkt i henhold til teorien (Bell et al., 2019, s. 570). For eksempel at påstandene laget for faktoren “intensjon” faktisk lader (korrelerer) med den tiltenkte faktoren. Egenverdien (eigenvalue) skal måle 1 eller høyere for indikatorene, for at samme konsept grupperes under samme faktorladning. Videre har vi benyttet varimax-rotasjon for å forenkle fortolkningen av faktorene ved å maksimere summen av varians for hver faktor (Bell et al., 2019, s. 177). Dette gjør det enklere å skille mellom dem. Innstillingen suppress small coefficients er satt til 0,2 for å utelate lave korrelasjoner fra resultatene. Denne innstillingen brukes for å fokusere analysen på de mest betydningsfulle relasjonene ved å ekskludere mindre korrelasjoner. Dette gjør tolkningen mer håndterbar og resultatene mer pålitelige.

Den eksplorerende faktoranalyse er gjennomført med Principal Components Analysis (PCA) for å redusere kompleksiteten i datasettet. Ved å anvende PCA kunne vi identifisere og fjerne mindre relevante variabler, noe som tillot en mer fokusert og effektiv faktoranalyse (Laerd Statistics, u.å.). Dette er viktig for å sikre at de gjenværende variablene i analysen representerer de mest betydningsfulle mønstrene og bidrar til en mer presis tolkning av underliggende relasjoner. Som nevnt tidligere har vi i den eksplorerende analysen testet validitet og reliabilitet i faktorene ved å analysere faktorladningene internt og kryssladninger, samt Cronbach`s Alpha. Indikatorer med lave interne faktorladninger eller høye kryssladninger er vurdert for eliminering til videre analyse.

3.5.2 Bekreftende faktoranalyse

Bekreftende faktoranalyse benyttes også for å undersøke hvordan og i hvilken grad de observerte variablene er knyttet til deres underliggende latente faktorer (Byrne, 2016). I

motsetning til eksplorerende faktoranalyser tester den bekreftende faktoranalysen målemodellen opp mot teori (Christophersen, 2013). For å gjennomføre de bekreftende faktoranalysene har vi benyttet programvaren AMOS.

I den bekreftende faktoranalysen analyseres også reliabilitet og validitet. Validitet vurderes med standardiserte faktorladninger, som tidligere nevnt regnes som akseptable med verdi over 0,5. Videre benyttes Composite reliability (CR) for å indikere variablenes reliabilitet. Denne verdien bør være over 0,7 (Moksness & Olsen, 2018).

For å vurdere om selve indikatorsettet er tilfredsstillende, analyseres modelltilpasningen. Dette vurderes på bakgrunn av Kji-kvadrat/DF (Degrees of Freedom), PCLOSE, CFI (Comparative Fit Index), RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) og TLI (Tucker Lewis Index) (Byrne, 2016). I våre analyser har vi lagt særlig vekt på RMSEA. Kravene for modelltilpasningen er basert på retningslinjene presentert av Byrne (2016) og Hair et al. (2013). Kji-kvadrat/DF verdien regnes som god ved verdier under 0,5. CFI sammenligner den innhentede dataen med teorimodellen, hvor verdi over 0,9 regnes som akseptabel. RMSEA regnes som en av de viktigste og mest informative indikatorene i bekreftende faktoranalyse. Denne metoden tester hvor godt modellen passer til dataen. Verdier under 0,5 regnes som gode og øvrig grense for hva som er akseptabelt er 0,8. PCLOSE tester sannsynligheten for å observere RMSEA-verdien gitt nullhypotesen, og anses som akseptabel med verdi over 0,5. TLI indikerer en god tilpasning med verdier over 0,9.

3.5.3 Korrelasjonsanalyse

Korrelasjonsanalyse benyttes for å undersøke samvariasjon mellom variablene i datasettet. Analysen sier noe om forholdet og styrken i korrelasjon og fremstilles i en korrelasjonsmatrise. Vi har benyttet SPSS for å fremstille korrelasjon, samt standardavvik og gjennomsnitt for variablene.

Pearsons R eller korrelasjonskoeffisienten undersøker hvor sterk den lineære sammenhengen mellom to variabler er (Bell et al., 2019, s. 323; Johannessen et al., 2011, s. 317). Verdien kan variere fra 1 til -1, hvor 0 indikerer ingen korrelasjon mellom variablene og, 1 og -1 indikerer perfekt korrelasjon. Jo nærmere verdien er til 1 eller -1, jo sterkere er korrelasjonen. Om verdien er positiv eller negativ indikerer retningen av sammenhengen (Bell et al., 2019, s. 323). Hva som regnes som sterk og svak korrelasjon varierer, men Johannessen et al. (2020) foreslår følgende tommelfingerregel: 0 – 0,19 = veldig svak, 0,2 – 0,39 = svak, 0,4 – 0,69 =

moderat, $0,7 - 0,89 =$ høy og $0,9 - 1 =$ veldig høy. Dersom korrelasjonskoeffisienten overstiger 0,8 indikerer dette at variablene måler det samme fenomenet. Dette kalles multikollinearitet og indikerer at begrepene har lav diskriminant validitet (Johannessen et al., 2020). Multikollinearitet gjør det vanskelig å få statistisk signifikante resultater da det er umulig å avgjøre hvilken variabel det er som påvirker. Korrelasjonsmatrisen viser også om og i hvilken grad samvariasjonen er statistisk signifikant og hvor sannsynlig det er at fremstillingen er korrekt. Dette baseres på signifikansnivåer hvor $p < 0,01$ indikerer den sterkeste graden av signifikansnivå, følgelig av $p < 0,05$ og $p < 0,1$ (Bell et al., 2019, s. 329; Hair et al., 2013, s. 20).

3.5.4 Analyse av strukturmodell

Den siste analysen som ble gjennomført var Structural equation modeling (SEM-analyse) i AMOS. Dette er en statistisk metode som brukes til å undersøke og analysere komplekse relasjoner mellom variabler (Byrne, 2016). SEM-analyse er den beste multivariate prosedyren for å teste validitet og teoretiske forhold mellom konstruksjoner representert av flere variabler. Analysen inkluderer to modeller: en målemodell og en strukturmodell. Målemodellen kobler de observerte indikatorene til deres underliggende konstruksjoner. Strukturmodellen kobler de latente variablene sammen for å utforske de direkte og indirekte effektene mellom dem. Dette gjør det mulig å teste hypotesene og undersøke strukturen i den teoretiske modellen. For å teste tilpasning mellom den teoretiske modellen og de empiriske resultatene i SEM-analysene har vi rapportert noen vanlige former for tilpasningsindekser. I tillegg til indeksene presentert i kapittel 4.5.2 (bekreftende analyse), inkluderer SEM-analysen også Critical Ratio (C.R.) og forklart varians (R^2). Critical Ratio (C.R.) viser styrken på relasjonene i modellen og skal være høyere enn 1,96 (Byrne, 2016). Her benyttes det samme signifikansnivå som for korrelasjonsanalysen (Bell et al., 2019, s. 329; Hair et al., 2013, s. 20).

4 Analyse og resultater

I dette kapitlet presenteres resultatene fra analysene av den innsamlede dataen. Kapitlet starter med presentasjon av undersøkelsens utvalg og deskriptiv statistikk. Deretter fremstilles resultatene fra de eksplorerende faktoranalysene, bekreftende faktoranalysene og korrelasjonsanalysen. Avslutningsvis presenteres resultatene av analysen av strukturmodellen.

4.1 Utvalg

Totalt var det 271 respondenter som besvarte spørreundersøkelsen, hvor av 5 besvarelser ble forkastet på grunn av feil svar på introduksjonsspørsmålet (Bor du eller har bodd i Båtsfjord). Utvalget vi tok med oss videre bestod dermed av 266 respondenter. Av disse var det 165 (62%) kvinner og 100 (37,6%) menn. Respondentene er fra 16 år og aldersgruppen 25-35 år utgjør den største delen. De fleste er fulltidsansatte (61,3%), derimot varierer utdanningsnivået i større grad: (høyere utdanning (1-3 år) = 26,7%, høyere utdanning (4 år eller mer) = 24,4% og videregående skole = 22,6%). 160 respondenter er bosatt i Båtsfjord kommune nå, og 60 av disse har bodd der hele livet. Statistikken fra de generelle opplysningene er fremstilt i tabell 1.

Tabell 1. Beskrivende statistikk - utvalg

	Antall svar	Antall svar i prosent
Kjønn		
Kvinne	165	62%
Mann	100	37,6%
Annet / ønsker ikke å oppgi	1	0,4%
Alder		
16 - 25 år	44	16,5%
26-35 år	60	22,6%
36-45 år	42	15,8%
46-55 år	52	19,5%
56-64 år	37	13,9%
65+ år	31	11,7%

Yrkessituasjon		
Student eller deltidsansatt	37	13,9%
Fulltidsansatt	163	61,3%
Selvstendig næringsdrivende	16	6%
Pensjonist, uføretrygdet eller arbeidsledig	39	14,7%
Annet	11	4,1%
Høyeste fullførte utdanning		
Grunnskole	26	9,8%
Videregående skole	60	22,6%
Fagskole/fagutdanning	36	13,5%
Høyere utdanning (1-3 år)	71	26,7%
Høyere utdanning (4 år eller mer)	65	24,4%
Annet	8	3%

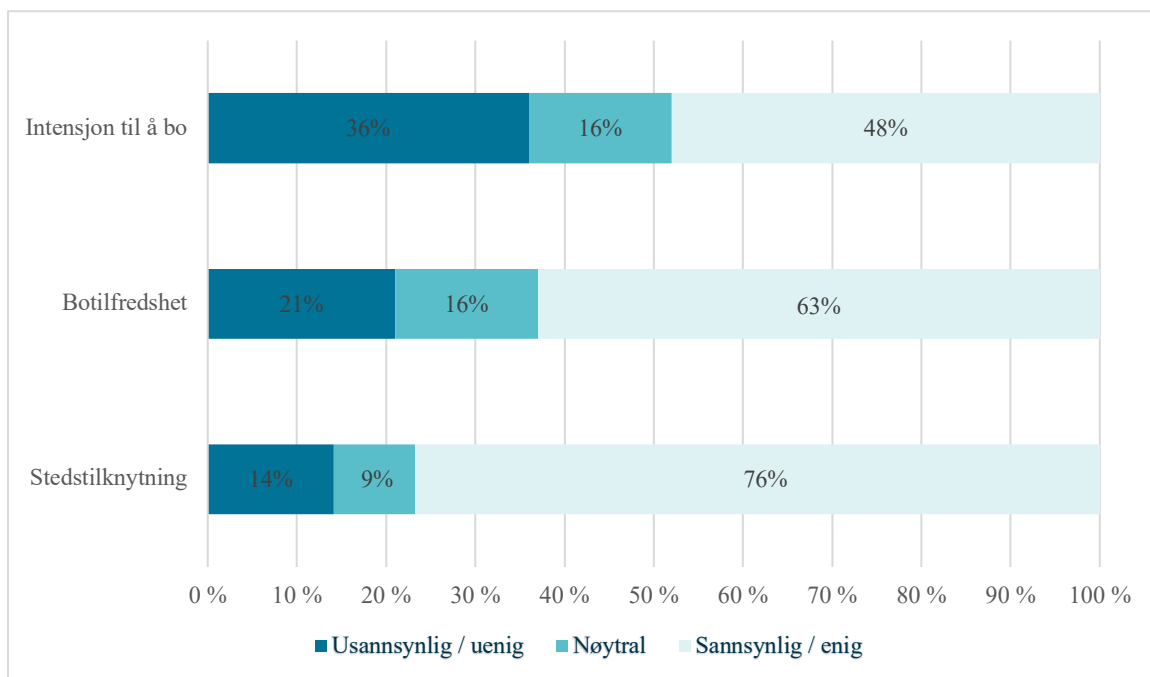
4.2 Tilfredshet og stedsattraktivitet ved å bo i Båtsfjord

Hvor tilfreds er vårt utvalg med å bo i Båtsfjord? Hvilke egenskaper med Båtsfjord (stedsattraktivitet) verdsetter de høyest? Dette er to spørsmål med generell interesse for de fleste som bor i og vil bo i kommunen, samt politikere og samfunnsinteresserte generelt. Derfor vil vi innledningsvis besvare disse spørsmålene gjennom noen enkle beskrivende statistiske analyser utført på variablene intensjon, tilfredshet og tilknytning, samt gjennom stedsattraktivitetsattributtene. Analysene ble utført på det totale utvalget av 266 respondenter og alle påstandene er målt på en 7-punkts skala.

Intensjon til å bo, botilfredshet og stedstilknytning

Figur 2 illustrerer beskrivende statistikk vedrørende respondentenes intensjon, tilfredshet og tilknytning til Båtsfjord kommune. Intensjon er basert på resultatene fra spørsmålet “Jeg ønsker å bo i Båtsfjord kommune de neste fem årene” og er målt på en skala som går fra usannsynlig/sannsynlig. Som figuren viser, rapporterte flertallet av respondentene at det er sannsynlig at de ønsker å bo i Båtsfjord kommune de neste fem årene (48%). En betydelig andel respondenter indikerer imidlertid en lav grad av intensjon til å bo (36%). Videre er gjennomsnittet på 4,28 som viser tendenser mot en høyere intensjon og standardavviket på

2,47 viser at det er stor spredning av svarene på skalaen. Botilfredshet er i denne fremstillingen basert på resultatene fra spørsmålet “Alt i alt er jeg fornøyd med Båtsfjord kommune som bosted”. Helhetlig ser vi at de fleste er fornøyde, med et gjennomsnitt på 4,85 og et standardavvik på 1,68. Majoriteten av respondentene har svart at de er enig i påstanden (63%), samtidig som kun 21% er uenig. Stedstilknytning er basert på resultatene fra spørsmålet “Jeg føler meg som en Båtsfjording”. Her har 76% av respondentene svart at de er enig i påstanden, samtidig er bare 14% uenig. Gjennomsnittet for denne indikatoren er 5,64 og standardavviket 1,99. Vi kan med andre ord konkludere med at vårt utvalg føler en svært høy tilknytning til Båtsfjord, de fleste er tilfredse med kommunen, men at det bare er halve populasjonen som er klar på at de ønsker å bo på stedet de kommende fem årene.

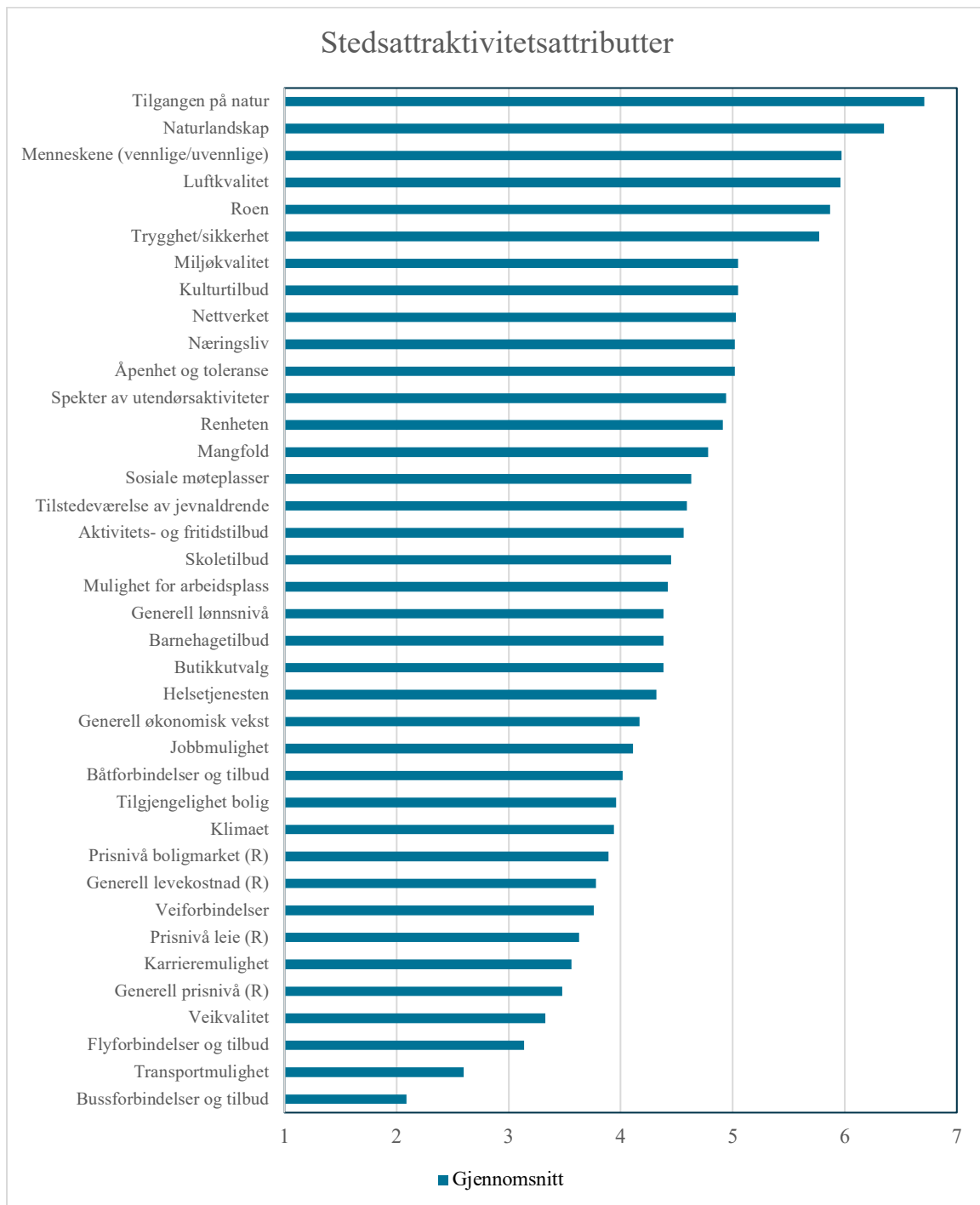


Figur 2. Deskriptiv statistikk – intensjon til å bo, botilfredshet og stedstilknytning

Stedsattraktivitet

Figur 3 gir en detaljert oversikt over hvordan respondentene vurderer ulike aspekter av stedsattraktivitetstilbudet i Båtsfjord. Av de undersøkte attributtene rangerer tilgangen til natur høyest med et gjennomsnitt på 6,71, tett etterfulgt av naturlandskapet med en score på 6,35. Disse funnene indikerer en sterk tilfredshet med naturbaserte kvaliteter i området. Videre viser resultatene at respondentene også er ganske tilfredse med flere andre elementer som roen i området (5,87), luftkvaliteten (8,96), tryggheten og sikkerheten (5,77), samt menneskene i Båtsfjord (5,97). På den andre siden av spekteret er tilfredsheten med transportmuligheter, særlig bussforbindelser og busstilbud, bemerkelsesverdig lav med

vurderinger på henholdsvis 2,09 og 2,60. Disse funnene understreker området styrker i natur og de sosiale aspektene, samtidig viser de at respondentene er minst fornøyde med transportmulighetene.



Figur 3. Deskriptiv statistikk - stedsattraktivitetsattributter

4.3 Faktoranalyse av begreper

I den første analysen gjennomførte vi tre eksplorerende faktoranalyser i SPSS.

Faktoranalysene ble fremstilt i henhold til begrepene slik de hørte sammen i begrepsmodellen, for å sikre om begrepene hadde diskriminerende validitet. Vi benyttet Principal components og Varimax som rotasjonsmetode. For å få en oversiktlig analyse har vi valgt å ekskludere faktorladninger under 0,3 i fremstillingen. Egenverdi (eigenvalue) ble satt til 1 slik at faktorene som ladet dette eller høyere ble en egen faktor. Videre er alle faktorene testet med reliabilitetsanalyse for å sjekke Cronbach`s Alpha verdi.

Med utgangspunkt i den eksplorerende faktoranalysen gjennomførte vi videre en bekreftende faktoranalyse i AMOS. Ettersom det er den bekreftende faktoranalysen som blir gjenstand for videre analyse av strukturmodellen, er det den som er fremstilt i tabellform. Tabellene på de eksplorerende analysene er lagt ved som vedlegg 1-3.

4.3.1 Intensjon, botilfredshet, stedstilknytning og sosial påvirkning

I den eksplorerende faktoranalysen av intensjon, botilfredshet og stedstilknytning ladet variablene på tre faktorer hvor faktor 1 inkluderte påstandene om botilfredshet, faktor 2 stedstilknytning og faktor 3 intensjon til å bo og flytte (se vedlegg 1).

Intensjonsbegrepet vårt var i utgangspunktet todimensjonalt og inkluderte intensjon til å bo og intensjon til å flytte. Faktoranalysen viste imidlertid at disse kom ut som samme begrep. Korrelasjonen mellom disse begrepene var 0,8***. Som følge av dette har vi valgt å eliminere intensjon til å flytte. I de videre analysene er det derfor kun benytte begrepet intensjon til å bo (Faktor 3). Intensjon til å bo er målt med tre indikatorer, som alle har faktorladninger over 0,8 og en Cronbach`s Alpha verdi på 0,97.

I begrepet *Botilfredshet* inkluderte vi alle seks påstandene om botilfredshet fra spørreskjemaet. Samtlige indikatorer ladet høyt i faktoren med verdier over 0,77. Dette indikerer konvergent validitet. Videre observerte vi ingen betydelige kryssladninger med andre faktorer, som bekrefter diskriminant validitet. Botilfredshet (Faktor 1) har en Cronbach`s Alpha verdi på 0,96 og dermed ble alle begrepene beholdt i denne faktoren.

Stedstilknytning kom ut med alle fem påstandene. Fire av disse påstandene ladet høyt internt i faktoren, med verdier over 0,7. Indikatoren “Det er ingen andre steder jeg heller ville bodd” hadde høy kryssladning i alle 3 faktorene, og ladet lavest i den tiltenkte faktoren (faktor 2). I tillegg økte Cronbach`s Alpha verdien i faktor 2 ved å slette denne indikatoren

(fra 0,91 til 0,92). “Det er ingen andre steder jeg heller ville bodd” er derfor eliminert for videre analyse.

I den eksplorerende faktoranalysen av *sosial påvirkning* ladet indikatorene på 2 faktorer som forventet (se vedlegg 2). Innenfor *Sosial norm* (faktor 1) er det 3 indikatorer hvor alle lader med verdi over 0,8 og en Cronbach`s Alpha verdi på 0,88. *Deskriptiv norm* (Faktor 2) har 3 indikatorer med faktorladning over 0,7 og en Cronbach`s Alpha verdi på 0,77.

Resultater fra den bekreftende faktoranalysen

Etter den eksplorerende faktoranalysen i SPSS, gjennomførte vi bekreftende/konfirmerende faktoranalyse i tilleggsprogrammet AMOS. Resultatet fra denne analysen er fremstilt i Tabell 2, hvor vi også har inkludert hovedresultatene fra den eksplorerende faktoranalysen til høyre i tabellen (CA + faktorladninger). Intensjon til å flytte er ekskludert da den ikke ble identifisert som en egen faktor i den eksplorerende faktoranalysen. Det samme gjelder indikatoren “Det er ingen andre steder jeg heller ville bodd”, da den ikke ladet som forventet.

Den bekreftende faktoranalysen av intensjon til å bo, botilfredshet, stedstilknytning, sosial norm og deskriptiv norm viste at indikatoren “Jeg liker å bo” (botilfredshet) hadde høye kryssladninger med intensjon til å bo og stedstilknytning. Det samme gjelder indikatoren “Båtsfjord kommune er en viktig del av hvem jeg er som menneske” (stedstilknytning), som hadde høye kryssladninger med botilfredshet. Vi valgt å eliminere disse indikatorene for videre analyser da de ikke er avgjørende for å fange opp et eget aspekt av faktorene, og de andre indikatorene er tilstrekkelig for å måle begrepene. Videre har vi også latt indikatorene “Alt i alt er jeg fornøyd” og “Utilfredsstillende/tilfredsstillende” korrelere i analysen for å oppnå en tilfredsstillende modelltilpasning. Ved å eliminere disse og tillate korrelasjon har alle faktorene god konvergent validitet, med interne faktorladninger over 0,65, samt tilfredsstillende CR over 0,7. Målemodellen viser en tilfredsstillende tilpasning med Kji-kvadrat/DF = 2,656, P-verdi = 0,0, CFI = 0,958, RMSEA = 0,079 og TLI = 0,947 (se tabell 2).

Tabell 2. Bekreftende faktoranalyse – intensjon til å bo, botilfredshet, stedstilknytning og sosial påvirkning

	Standard faktorladning	Composite reliability	Cronbach`s Alpha / Faktorladning
Intensjon til å bo		,95	,97
Jeg ønsker å bo	,92		,87
Jeg har planer om å bo	,97		,92
Jeg har et mål om bo	,98		,91
Botilfredshet		,77	,97
Alt i alt er jeg fornøyd	,81		,81
Jeg liker å bo	—		,77
Utilfredsstillende/tilfredsstillende	,87		,83
Kjedelig/spennende	,82		,80
Negativt/positivt	,95		,88
Dårlig/bra	,97		,87
Stedstilknytning		,78	,92
Båtsfjord kommune føles som hjemme	,88		,80
Jeg føler meg som en Båtsfjording	,86		,89
Det er mange ting som knytter eller binder meg til	,84		,83
Båtsfjord kommune er en viktig del av hvem jeg er som menneske	—		,86
Sosial norm		,80	,88
... ønsker at jeg skal bo i Båtsfjord	,84		,82
... forventer at jeg skal bo i Båtsfjord	,83		,91
... oppfordrer meg til å bo i Båtsfjord	,87		,87
Deskriptiv norm		,75	,77
Jeg kjenner mange som bor i Båtsfjord	,80		,87
Jeg har mange venner som bor i Båtsfjord	,79		,82
Personer som er viktige for meg bor i Båtsfjord	,65		,73

Note: Kji-kvadrat/DF = 2,656. P-verdi = 0,0. CFI = 0,958. RMSEA = 0,079. TLI = 0,947

4.3.2 Stedsattraktivitet

I den eksplorative analysen av stedsattraktivitet forventet vi seks faktorer basert på faglig kategorisering fra litteraturen (se figur 1). Den eksplorative faktoranalysen ga oss to ekstra faktorer, samt flere indikatorer som ikke kunne kategoriseres til disse 8 dimensjonene med tilfredsstillende reliabilitet (se vedlegg 3). Denne restkategorien ble videre gjenstand for en ytterligere faktoranalyse for å se om mer enn en av indikatorene kunne kategoriseres som en teoretisk faktor.

Kategoriene *urbanitet og mangfold*, og *natur og rekreasjon* kom ut som fire faktorer istedenfor to som vi forventet. Den opprinnelige kategorien sosiale forhold ble ikke identifisert som forventet i faktoranalysen, og denne kategoriens tiltenkte indikatorer er derfor fordelt i de faktorene de ladet på. I tillegg ble tre indikatorer identifisert som individuelle faktorer (“Klima”, “Tilgjengelighet på boliger” og “Trygghet og sikkerhet”), grunnet manglende overensstemmelse med faktorstrukturen og teorien. Reliabilitetsanalysen viste heller ikke til en høyere Cronbach`s Alpha verdi ved å inkludere disse i de tiltenkte faktorene. Stedsattraktivitetsbegrepet vårt består dermed av følgende åtte faktorer etter faktor og reliabilitetsanalysene: “Jobbmuligheter”, “Urbanitet og mangfold”, “Transportmuligheter”, “Miljøkvalitet”, “Kostnadseffektivitet”, “Åpenhet og mangfold”, “Offentlige tjenester” og “Natur”, samt tre individuelle faktorer (“Klima”, “Tilgjengelighet på boliger” og “Trygghet og sikkerhet”).

Jobbmuligheter (faktor 1) kom ut med 6 indikatorer: “Karrieremuligheter”, “Jobbmuligheter”, “Mulighet for arbeidsplass”, “Næringslivet”, “Det generelle lønnsnivået” og “Den generelle økonomiske veksten”. I henhold til den foreslåtte kategoriseringen i operasjonaliseringen inkluderte denne faktoren også “Nettverket”. Denne indikatoren er flyttet til faktor 6, da den ikke ladet som forventet i faktor 1 og heller ikke kunne vise til høyere Cronbach`s Alpha verdi ved å inkluderes. Indikatorene for jobbmuligheter har faktorladninger over 0,6 og en Cronbach`s Alpha på 0,91.

Urbanitet (faktor 2) kom ut med fem indikatorer: “Butikkutvalg”, “Kulturtilbudet”, “Aktivitets og fritidstilbudet”, “Utendørsaktiviteter” og “Tilgang på sosiale møteplasser”. I tillegg ladet “Mangfold” og “Tilstedeværelse av jevnaldrende” i denne faktoren. Imidlertid ble disse to indikatorene med faktorverdi under 0,5 valgt å flytte til Faktor 6. Dette vil bli nærmere forklart i avsnittet om faktor 6. De gjenværende indikatorene i faktoren har faktorladninger på over 0,5, og en Cronbach`s Alpha på 0,82.

Transportmuligheter (faktor 3) kom ut med alle 6 påstandene vi hadde valgt i vår operasjonalisering av begrepet: “Transportmulighetene”, “Kvalitet på veiene”, “Veiforbindelsene”, “Bussforbindelser og busstilbudet”, “Båtforbindelser og båttilbudet” og “Flyforbindelser og flytilbudet”. Påstandene lader med verdi over 0,6, med indikatoren “Transportmuligheter” som høyeste verdi (0,76), samt en Cronbach`s Alpha på 0,82.

Miljøkvalitet (Faktor 4) kom ut med fire av indikatorene fra den opprinnelige kategorien *natur og rekreasjon*. Faktor 4 inkluderer indikatorene “Miljøkvalitet”, “Renhet”, “Roen” og “Luftkvalitet”. Indikatorene har faktorladninger over 0,6 og en Cronbach`s Alpha verdi på 0,83.

Kostnadseffektivitet (Faktor 5) kom ut med 4 indikatorer “Det generelle prisnivået (R)”, “De generelle levekostnadene (R)”, “Prisnivået på boligmarkedet (R)” og “Prisnivået for å leie bolig (R)”. Indikatorene er reversert for å samsvare med verdiene til de andre indikatorene, dette er markert med “R” i tabellen. I henhold til teorien inkluderte denne faktoren også indikatoren “Tilgjengelighet på boliger”, men den er satt som individuell faktor da den ikke ladet som forventet på faktor 5, og heller ikke kunne vise til høyere Cronbach`s Alpha verdi ved å inkludere den. De resterende indikatorene har faktorladninger over 0,7 og en Cronbach`s Alpha på 0,82.

Åpenhet og mangfold (Faktor 6) har blitt en ny faktor satt sammen av fem indikatorer som med utgangspunkt i teorien var tiltenkt kategoriene urbanitet og mangfold (“Mangfold” og “Åpenhet og toleranse”), jobbmuligheter (“Nettverk”) og sosiale forhold (“Menneskene i Båtsfjord” og “Tilstedeværelse av jevnaldrende”). Faktoren fanger opp et sosialt fenomen og har fått navnet *Åpenhet og mangfold*. Både indikatoren “Mangfold” og “Tilstedeværelse av jevnaldrende” har lav intern ladning i faktoren (henholdsvis 0,43 og 0,43) samt høye kryssladninger med faktor 2. Vi har likevel valgt å inkludere begge indikatorene i faktoren da de har en sterkere konseptuell sammenheng og skaper tydeligere skille mellom faktor 2 og 6. I tillegg kunne det ikke vises til en høyere Cronbach`s Alpha verdi ved å eliminere disse to indikatorene fra faktoren. Faktor 6 består dermed av fem indikatorer med en Cronbach`s Alpha på 0,84.

Offentlige tjenester (Faktor 7) inkluderer følgende tre indikatorer: “Helsetjenester”, “Barnehagetilbud” og “Skoletilbud”. “Helsetjenester” har lav faktorladning (0,48), men er likevel beholdt da den stemmer i henhold til teorien og det ikke kunne vises til en høyere Cronbach`s Alpha ved å eliminere denne. Faktoren har en Cronbach`s Alpha verdi på 0,76.

Natur (Faktor 8) inkluderer de to siste indikatorene fra *natur og rekreasjon*: “Naturlandskapet” og “Tilgangen på natur”. Indikatorene har faktorladning på henholdsvis 0,8 og 0,85, samt en Cronbach`s Alpha verdi på 0,8.

Resultater fra den bekreftende faktoranalysen

Den bekreftende faktoranalysen av stedsattraktivitet gav 35 indikatorer (se tabell 3). Indikatoren “Tilstedeværelse av jevnaldrende” er ekskludert da den korrelerte høyt med indikatoren “Tilgangen på sosiale møteplasser” som tilhører en annen faktor. Vi har tillatt korrelasjon (merket ↔) mellom en rekke indikatorer internt i faktorene for å oppnå en bedre tilpasning i modellen: “Jobbmuligheter” ↔ “Muligheten for arbeidsplass”, “Det generelle lønnsnivået” ↔ “Den generelle økonomiske veksten”, “Veiforbindelsene ↔ “Kvaliteten på veiene”, “Luftkvaliteten” ↔ “Roen” og “Menneskene i Båtsfjord” ↔ “Åpenhet og toleranse”. Med disse justeringen har samtlige indikatorer standard faktorladninger over kravet på 0,5. Når det gjelder reliabiliteten har alle faktorene tilfredsstillende verdier, foruten om faktoren “Offentlige tjenester” som har en lavere CR på 0,64. Målemodellen viser en tilfredsstillende tilpasning med Kji-kvadrat/DF = 1,848, P-verdi = 0,31, CFI = 0,912, RMSEA = 0,057, og TLI = 0,900.

Tabell 3. Bekreftende faktoranalyse - stedsattraktivitet

	Standard faktorladning	Composite reliability	Cronbach`s Alpha / Faktorladninger
Jobbmuligheter		,82	,91
Karrieremuligheter	,66		,69
Jobbmuligheter	,72		,87
Mulighet for arbeidsplass	,75		,85
Næringslivet	,79		,65
Det generelle lønnsnivået	,86		,69
Den generelle økonomiske veksten	,84		,64
Urbanitet		,90	,82
Butikkutvalget	,65		,73
Kulturtilbudet	,59		,72
Aktivitet- og fritidstilbudet	,78		,68
Utendørsaktiviteter	,78		,52
Tilgangen sosiale møteplasser	,69		,63
Transportmuligheter		,76	,82
Transportmulighetene	,62		,76
Kvaliteten på veiene	,69		,63
Veiforbindelsene	,64		,68
Bussforbindelser og busstilbudene	,64		,73
Båtforbindelser og båttilbudet	,56		,61
Flyforbindelser og flytilbudet	,78		,67
Miljøkvalitet		,87	,83
Miljøkvalitet	,64		,70
Renhet	,63		,71
Roen	,76		,73
Luftkvalitet	,84		,75
Kostnadseffektivitet		,79	,82
Det generelle prisnivået (R)	,60		,76
De generelle levekostnadene (R)	,59		,85
Prisnivået på boligmarkedet (R)	,91		,78
Prisnivået for å leie bolig (R)	,73		,81

	Standard faktorladning	Composite reliability	Cronbach's Alpha / Faktorladninger
Åpenhet og mangfold		,82	,84
Mangfold	,56		,43
Åpenhet og toleranse	,77		,80
Nettverk	,69		,63
Tilstedeværelse av jevnaldrende	—		,43
Menneskene i Båtsfjord er: (uvennlig/vennlig)	,82		,76
Offentlige tjenester		,64	,76
Helsetjenester	,78		,48
Barnehagetilbud	,62		,81
Skoletilbudet	,73		,62
Natur		,83	,80
Naturlandskapet	,82		,80
Tilgangen på natur	,88		,85

Note: Kji-kvadrat/DF = 1,848. P-verdi = 0,31. CFI = 0,912. RMSEA = 0,057. TLI = 0,900.

4.4 Korrelasjonsanalyse

Resultatet fra korrelasjonsanalysen er presentert i Tabell 4. De variablene som er faktorisert er markerte med "F" i korrelasjonsmatrisen. Stjernene i modellen marker signifikansnivå på 0,01 nivå (***), 0,05 nivå (**) og 0,1 nivå (*).

Korrelasjonsanalysen viser at ingen av verdiene overstiger 0,69, slik at sannsynligheten for manglende diskriminant validitet er liten. Ingen av verdiene på kostnadseffektivitet viser seg å være signifikante eller å ha betydelig korrelasjoner, og er dermed ikke gjenstand for videre analyse av mulige signifikante relasjoner i våre hypoteser. Intensjon og botilfredshet korrelerer høyt med en korrelasjonskoeffisient på 0,58**, samt botilfredshet og stedstilknytning på 0,57**. Dette er som forventet da begrepene er teoretisk tilknyttede (se figur 1), samt at respondentene jevnt over var svært tilfreds med Båtsfjord kommune. Intensjon og stedstilknytning har en korrelasjonskoeffisient på 0,47**.

Intensjon har høyest korrelasjon med sosial norm (0,61**), samtidig som deskriptiv norm har en lav korrelasjon på 0,32**. Videre viser korrelasjon mellom intensjon og stedsattraktivitet til lavere person r-verdier, med urbanitet (0,45**) og åpenhet og mangfold (0,42**) som de

høyeste. Disse resultatene er som forventet da stedsattraktivitet i henhold til teorien ikke har en tydelig direkte kobling til intensjon.

Botilfredshet er den avhengige variabelen som jevnt over viser høyest sammenheng med stedsattraktivitetsegenskapene. De sterkeste sammenhengene er mellom botilfredshet, og åpenhet og mangfold (0,69**) og urbanitet (0,66**). Korrelasjonsmatrisen viser også høy korrelasjon til jobbmuligheter (0,6**), miljøkvalitet (0,53**), offentlige tjenester (0,52**) og klima (0,54**). Sosial norm har en korrelasjon til botilfredshet på 0,49**.

Stedstilknytning har høyest korrelasjon med deskriptiv norm (0,61**) og sosial norm (0,53**), samt attraktivitetsattributtene åpenhet og mangfold (0,55**) og urbanitet (0,5**).

Blant stedattraktivitetsegenskapene er det urbanitet, og åpenhet og mangfold som viser seg å ha høyest korrelasjon med de avhengige variablene, mens transportmuligheter, tilgjengeligheten på boliger, og trygghet og sikkerhet har svakest sammenheng (se tabell 4).

Tabell 4. Korrelasjonsmatrise – intensjon til å bo, botilfredshet, stedstilknytning, stedsattraktivitet og sosial påvirkning

	CA	Gj. snitt	Std. av.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1. Intensjon til å bo (F)	,97	4,9	2,44	1															
2. Botilfredshet (F)	,97	4,68	1,46	,58***	1														
3. Stedstilknytning (F)	,92	5,5	1,75	,47**	,57***	1													
4. Jobbmuligheter (F)	,91	4,28	1,25	,36***	,60***	,38***	1												
5. Urbanitet (F)	,82	4,71	1,14	,45***	,66***	,50***	,54**	1											
6. Transportmuligheter (F)	,82	3,16	1,11	,27***	,40***	,36***	,48***	,41***	1										
7. Miljøkvalitet (F)	,83	5,45	1,07	,33***	,53***	,43***	,51***	,53***	,33***	1									
8. Kostnadseffektivitet (F)	,82	3,7	0,97	-,115	,05	,019	,05	,05	-,01	,111	1								
9. Åpenhet og mangfold (F)	,84	5,08	1,11	,42***	,69***	,55***	,59***	,63***	,39***	,55***	,17***	1							
10. Offentlige tjenester (F)	,76	4,38	1,23	,33***	,52***	,34***	,58***	,57***	,50***	,38***	,01	,50***	1						
11. Natur (F)	,80	6,53	0,74	,32***	,41***	,44***	,28***	,49***	,16***	,45***	,80	,39***	,22***	1					
12. Klima	NA	3,94	1,7	,35***	,54***	,35***	,37***	,54***	,33***	,37***	,07	,37***	,30***	,33***	1				
13. Trygghet og sikkerhet	NA	5,77	1,3	,29***	,40***	,36***	,40***	,42***	,28***	,48***	,05	,44***	,40***	,38***	,23***	1			
14. Tilgjengelighet på bolig	NA	3,96	1,3	,28***	,30***	,25***	,43***	,28***	,29***	,25***	,12	,29***	,30***	,16**	,21***	,23***	1		
15. F Sosial norm	,88	4,57	1,7	,61***	,49***	,53***	,40***	,47***	,24***	,32***	-,11	,39***	,26***	,35***	,38***	,31***	,26***	1	
16. F Deskriptiv norm	,77	4,77	1,23	,32***	,42***	,61***	,29***	,45***	,24***	,38***	,14**	,52***	,21***	,35***	,28***	,35***	,20***	,51***	1

4.5 Analyse av begrepsmodellen (SEM-analyse)

Det siste steget av analyseprosessen er analyse av strukturen og relasjonene i vår faglige analysemodell (SEM-analyse). Formålet med disse analysene er å systematisk utforske mulige relasjoner mellom variablene i vår konseptuelle modell. For å utføre disse analysene ble strukturmodellen konfigurert i AMOS med faktorer og tilhørende indikatorer fra faktoranalysene. SEM-analysen presenteres gjennom en målemodell og en evaluering av modelltilpasning. Vi vil først fremstille en fullstendig spesifisert modell, hvor samtlige faktorer er gjensidig forbundet, etterfulgt av presentasjon av en alternativ modell. Den alternative modellen betrakter alternative forhold og strukturer mellom variablene for å utforske alternativer for dataen.

I tabell 5, figur 4 og i vedlegg 4 har vi presentert resultatene fra våre analyser av alle relasjonene som vi utviklet i teoridelen. Disse er fremstilt som standard estimat eller β verdier. I faktoriseringsprosessen er det kommet frem nye begreper som har endret våre faglige forutsetninger. Dette gjelder i kategoriseringen av stedsattraktivitet. De er tatt med ved å splitte hypotesene ytterligere i flere bokstaver. Disse er fremhevet med “^” på hypotesene til venstre i tabell 5. Relasjonene med tre stjerner (***) indikerer sterke forbindelser mellom variablene. Intensjon til å flytte ble eliminert i den eksplorerende faktoranalysen og deres tilhørende hypoteser er derfor ikke inkludert i tabell 5 og vedlegg 4. Det samme gjelder hypotesene til kostnadseffektivitet da korrelasjonsanalysen viste at denne faktoren ikke hadde noen signifikant korrelasjon med de andre variablene.

Tabell 5. Bekreftede og avkreftede hypoteser

Hypotese	β	Bekreftet / avkreftet
H1a : Botilfredshet har positiv effekt på intensjon til å bo	,36***	✓
H2a : Botilfredshet har positiv effekt på stedstilknytning	,22***	✓
H2b : Stedstilknytning har positiv effekt på intensjon til å bo	,09	✗
H3a [^] : Urbanitet har positiv effekt på botilfredshet	,12**	✓
H3b [^] : Urbanitet har positiv effekt på stedstilknytning	-,05	✗
H3c [^] : Offentlige tjenester har positiv effekt på botilfredshet	,102*	✓
H3d [^] : Offentlige tjenester har positiv effekt på stedstilknytning	,02	✗
H4a [^] : Miljøkvalitet har positiv effekt på botilfredshet	,07	✗
H4b [^] : Miljøkvalitet har positiv effekt på stedstilknytning	,03	✗

H4c[^] : Natur har positiv effekt på botilfredshet	,04	X
H4d[^] : Natur har positiv effekt på stedstilknytning	,15***	✓
H4e[^] : Klima har positiv effekt på botilfredshet	,20***	✓
H4f[^] : Klima har positiv effekt på stedstilknytning	,01	X
H5a : Jobbmuligheter har positiv effekt på botilfredshet	,12**	✓
H5b : Jobbmuligheter har positiv effekt på stedstilknytning	-,08	X
H6b[^] : Tilgjengelighet på bolig har positiv effekt på botilfredshet	-,003	X
H6c[^] : Tilgjengelighet på bolig har positiv effekt på stedstilknytning	,23	X
H7a[^] : Åpenhet og mangfold har positiv effekt på botilfredshet	,33***	✓
H7b[^] : Åpenhet og mangfold har positiv effekt på stedstilknytning	,12*	✓
H7c[^] : Trygghet har positiv effekt på botilfredshet	-,01	X
H7d[^] : Trygghet har positiv effekt på stedstilknytning	-,003	X
H8a : Gode transportmuligheter har positiv effekt på botilfredshet	-,01	X
H8b : Gode transportmuligheter har positiv effekt på stedstilknytning	,12**	✓
H9a : Sosial norm har positiv effekt på botilfredshet	,13***	✓
H9b : Sosial norm har positiv effekt på stedstilknytning	,17***	✓
H9c : Sosial norm har positiv effekt på intensjon	,45***	✓
H10a : Deskriptiv norm har positiv effekt på botilfredshet	-,02	X
H10b : Deskriptiv norm har positiv effekt på stedstilknytning	,33***	✓
H10c : Deskriptiv norm har positiv effekt på intensjon til å bo	-,11**	X

Note: Kji-kvadrat/DF = 0,786. CFI = 1,000. RMSEA = 0,000. TLI = 1,000. R² Intensjon = 0,491.

✓ = Bekreftet

X = Avkreftet

[^] = Nye hypoteser

*Relasjonskoeffisient er signifikant på et 0,10-nivå

**Relasjonskoeffisient er signifikant på et 0,05-nivå

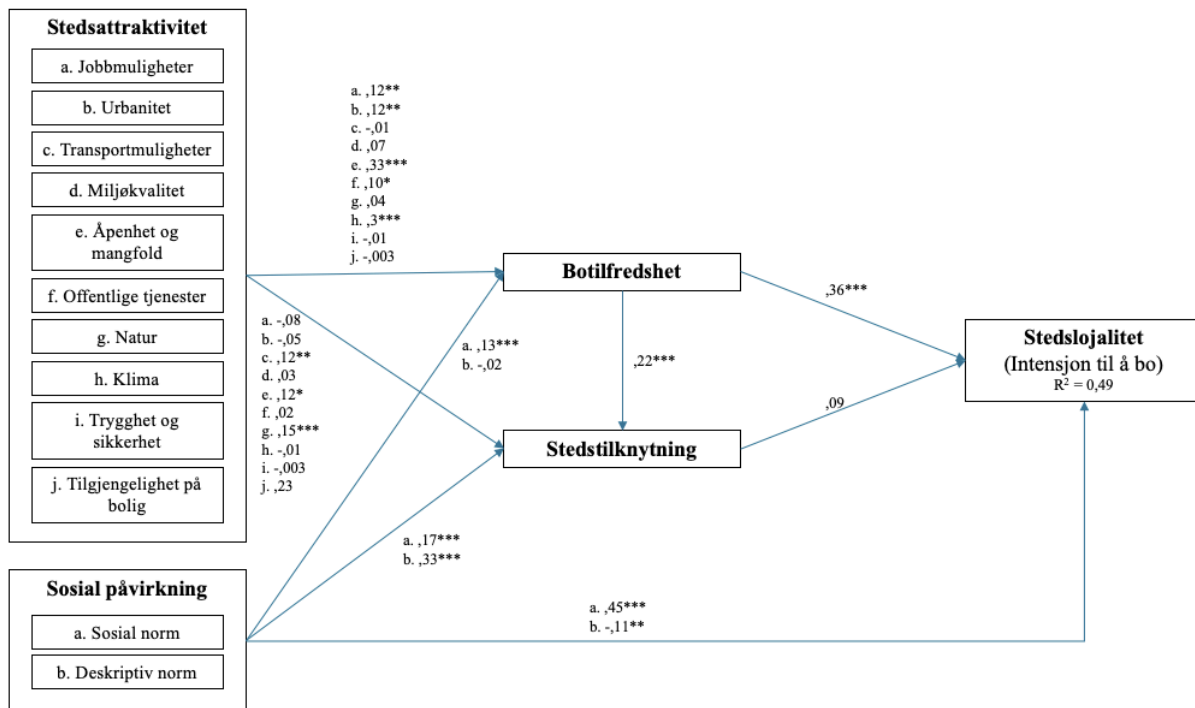
***Relasjonskoeffisient er signifikant på et 0,01-nivå

Analysen indikerer at den forklarte variansen for intensjon til å bo er betydelig, med 49,1% (R²). Dette tyder på at nesten halvparten av variansen i intensjonsnivået kan forklares gjennom de inkluderte variablene. Botilfredshet er betydelig relatert til intensjonen til å bo (H1a: $\beta = 0,36***$) og stedstilknytning (H2a: $\beta = 0,22***$). Stedstilknytning er ikke signifikant relatert til intensjon og støtter derfor ikke H2b ($\beta = 0,09$). Urbanitet (H3a[^]: $\beta = 0,12**$), offentlige tjenester (H3c[^]: $\beta = 0,102*$), klima (H4e[^]: $\beta = 0,2***$) og jobbmuligheter

(H5a: $\beta = 0,12^{**}$) har alle en sterk relasjon med botilfredshet. Natur (H4d[^]: $\beta = 0,15^{***}$) og transportmuligheter (H8b: $\beta = 0,12^{**}$) er signifikant relatert til stedstilknytning. Åpenhet og mangfold er relatert til både botilfredshet (H7a[^]: $\beta = 0,33^{***}$) og stedstilknytning (H7b[^]: $\beta = 0,12^*$). Dette antyder at disse aspektene er sentrale faktorer i sammenheng med botilfredshet og stedstilknytning. Sosial norm er signifikant relatert til botilfredshet (H9a: $\beta = 0,13^{***}$), stedstilknytning (H9b: $\beta = 0,17^{***}$) og intensjon (H9c: $\beta = 0,45^{***}$). Deskriptiv norm er signifikant relatert til stedstilknytning (H10b: $\beta = 0,33^{***}$) og intensjon (H10c: $\beta = -0,11^{**}$). H10c er likevel avkrefte til tross for signifikant relasjon, da relasjonen er negativ. Disse resultatene indikerer at sosial påvirkning er avgjørende i sine relasjoner.

Analysen gir også innsikt i hvilke faktorer og indikatorer som ikke oppnår statistisk signifikans. Den direkte effekten av stedstilknytning til intensjon til å bo er ikke signifikant, noe som viser til kompleksitet i relasjonen mellom tilknytning og intensjon. Videre er flere kategorier innenfor stedsattraktivitet, inkludert jobbmuligheter, urbanitet, miljøkvalitet, offentlige tjenester, klima, trygghet og sikkerhet, og tilgjengelighet på bolig, ikke signifikante i forhold til stedstilknytning eller botilfredshet.

Resultatene viser at botilfredshet spiller en mer dominerende rolle enn stedstilknytning når det gjelder intensjon til å bo. Sosial norm har også vist seg å ha en betydelig påvirkning på intensjon til å bo. Botilfredshet forklares av jobbmuligheter, urbanitet, åpenhet og mangfold, offentlige tjenester og klima. Stedstilknytning forklares av transportmuligheter, åpenhet og mangfold, natur og deskriptiv norm. I neste fase av analysen vil vi fokusere på disse faktorene for å utdype vår forståelse av deres roller. Dette vil gi oss en naturlig overgang til en mer detaljert modell hvor vi vil utforske forholdene i relasjonene basert på de signifikante resultatene.



Figur 4. SEM-analyse av vår faglige analysemodell med visse begrepsendringer

Note: Kji-kvadrat/DF = 0,786. CFI = 1,000. RMSEA = 0,000. TLI = 1,000.

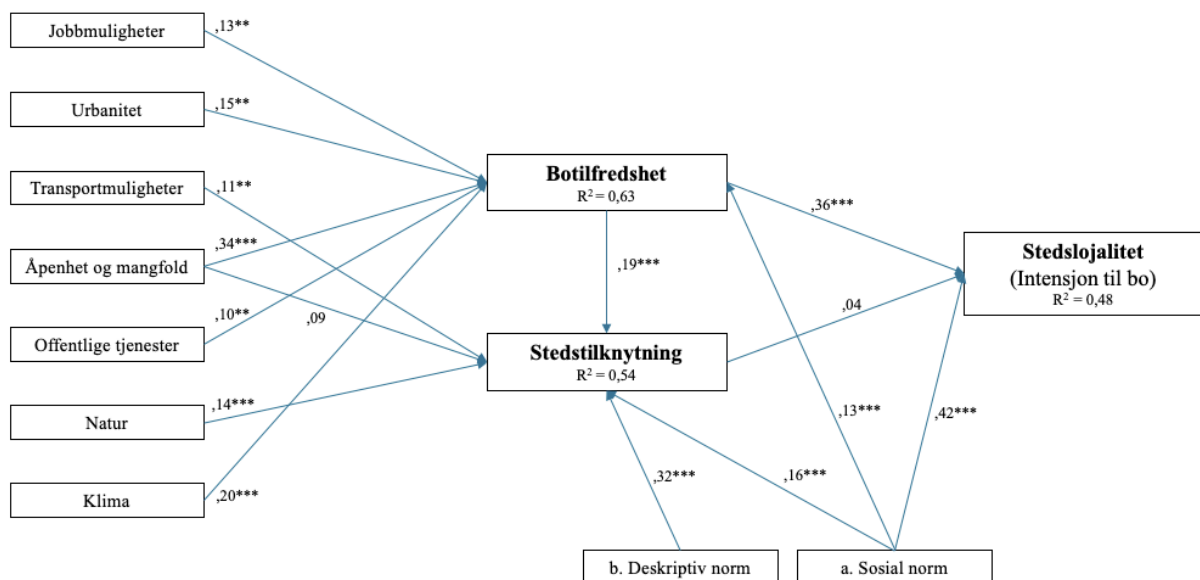
4.6 Modifisert analyse av sentrale relasjoner

Tabell 5 oppsummerer hvilke hypoteser som er bekreftet og hvilke som er avkreftet. Gitt at flere direkte effekter var ikke-signifikante, valgte vi å gjennomføre en ny test av modellen etter å ha ekskludert de ikke-signifikante resultatene og de tilsvarende avkreftede hypotesene. Hypotesen H2b viste ikke-signifikante resultater, men er tatt med etter som vi anser den som et sentralt resultat i vår analyse.

Figur 5 og vedlegg 5 viser resultater fra den modifiserte strukturmodellen, som kun inkluderer de signifikante relasjonene fra den tidligere SEM-analysen. Fra modellen kan vi se at botilfredshet er det som påvirker intensjon i størst grad ($\beta = 0,36^{**}$). Botilfredshet påvirker også stedstilknytning ($\beta = 0,19^{**}$) som i noe grad påvirker intensjon til å bo ($\beta = 0,04$). Åpenhet og mangfold ($\beta = 0,34^{***}$) og klima ($0,2^{***}$) forklarer mest variasjon i botilfredshet. Transportmulighet ($\beta = 0,11^{**}$) og natur ($\beta = 0,14^{***}$) forklarer mest variasjon i stedstilknytning. Figuren viser også at sosial norm har stor betydning for intensjon til å bo ($\beta = 0,41^{***}$), samt noe påvirkning på botilfredshet ($\beta = 0,13^{***}$) og stedstilknytning ($\beta = 0,16^{***}$). Deskriptiv norm forklarer mest av variasjon i stedstilknytning ($\beta = 0,32^{***}$).

Den forenklete modellen gir oss gode resultater, se vedlegg 5. Analysen viser til signifikante verdier på Kji-kvadrat/DF (0,660), TLI (1,0151), CFI (1,000) og RMSEA (0,000). Modellen viser en høy forklaringskraft for botilfredshet, hvor 63% av variansen i botilfredshet forklares av de uavhengige variablene. For stedstilknytning forklarer modellen 54% av variansen, noe som også viser god forklaringskraft. Når det gjelder intensjon til å bo, forklarer modellen 48% av variansen. Imidlertid antyder dette at det også er andre faktorer utenfor modellen som påvirker intensjon.

Funnene viser at botilfredshet er den sterkeste prediktoren for intensjon til å bo, og at åpenhet og mangfold, samt klima er avgjørende for botilfredshet. Videre har sosial norm betydelig innflytelse på intensjon. Stedstilknytning viser seg imidlertid å ha liten innflytelse på intensjon. For stedstilknytning er deskriptiv norm, botilfredshet og natur avgjørende.



Figur 5. Alternativ modell

Note: Kvi-kvadrat/DF= 0,660. CFI = 1,000. RMSEA = 0,000. TLI = 1,0151.

5 Diskusjon og konklusjon

Formålet med denne oppgaven var å undersøke hva som har påvirkning på innbyggeres intensjon til å bo i et mindre kystsamfunn. For å gjennomføre studien ble Båtsfjord kommune benyttet som case, med innbyggere og tidligere innbyggere som populasjon. Oppgavens rammeverk baserte seg på Olivers lojalitetshierarki (Oliver, 1999), som tar for seg fire nivåer av lojalitet: kognitiv lojalitet, affektiv lojalitet, konativ lojalitet og handlingslojalitet. I denne sammenhengen forenklet vi modellen til tre nivåer av lojalitet, hvor konativ lojalitet og handlingslojalitet er slått sammen som den atferdsmessige lojaliteten. Kognitiv lojalitet ble forstått som stedsattraktivitet, affektiv lojalitet som botilfredshet og atferdsmessig lojalitet som intensjon til å bo. Intensjon er med andre ord i denne studien benyttet som mål for stedslojalitet. Videre utvidet vi rammeverket med sosial påvirkning som en uavhengig variabel. Dette begrepet inkluderte både sosial og deskriptiv norm. I tillegg inkluderte vi stedstilknytning i begrepsmodellen som et identitetsmål.

Begrepsmodellen ble utarbeidet basert på tidligere forskning omkring blant annet stedsattraktivitet (Kotler et al., 1993; Sørli, 2009), stedsomdømme (Stylidis et al., 2016), stedsidentitet (Peng et al., 2020), stedstilfredshet (Zenker et al., 2013a) og lojalitet (Ajzen, 1991; Oliver, 1999). Operasjonaliseringen ble utviklet i henhold til det teoretiske grunnlaget for å sikre validitet og reliabilitet i studien. Dataen ble samlet inn ved hjelp av et elektronisk spørreskjema distribuert gjennom spesifikke Facebooksider. Ordføreren i Båtsfjord kommune bidro også til å spre undersøkelsen innenfor kommunens nettverk. Totalt deltok 266 respondenter, hvorav 160 nåværende innbyggere og 106 tidligere innbyggere i Båtsfjord kommune. Alle respondentene var over 16 år og 62% var kvinner. De fleste var fulltidsansatte (61%) og med høyere utdanning (51%). Dataen ble analysert ved hjelp av analyseverktøyene SPSS og AMOS med faktoranalyse, korrelasjonsanalyse og SEM-analyse.

I dette kapitlet vil vi først diskutere våre resultater i validering av begrepene, og deretter studiens resultater og funn. I diskusjon av studiens resultater og funn presenteres først de underliggende faktorene tilknyttet intensjon, deretter de elementene som påvirker botilfredshet, og til slutt redegjøres det for faktorene som forklarer stedstilknytning. Avslutningsvis i kapitlet presenteres implikasjonene ved studien, og forslag til videre forskning.

5.1 Validering av begrepene

For å teste reliabiliteten og validiteten til begrepene i spørreskjemaet gjennomførte vi eksplorerende og bekreftende faktoranalyser, samt en korrelasjonsanalyse. Disse analysene indikerte at de fleste målene våre er tilfredsstillende. Imidlertid viste den eksplorerende faktoranalysen at intensjon til å bo og intensjon til å flytte oppfattes som samme fenomen. Med et flerdimensjonalt intensjonsbegrep forventet vi å fange opp en mulighet for at intensjon til å bo i noen grad kunne forenes med intensjon til å flytte: en form for ambivalens. Siden analysen viste at dette ikke var tilfellet, valgte vi å utelukke intensjon til å flytte i de videre analysene. Fra faktoren botilfredshet valgte vi å fjerne indikatoren “Jeg liker å bo” på grunn av mangel på diskriminant validitet. Det samme gjelder indikatorene “Det er ingen andre steder jeg heller ville bodd” og “Båtsfjord kommune er en viktig del av hvem jeg er som menneske” fra faktoren stedstilknytning.

I faktoriseringen av stedsattraktivitet har vi gjort flere endringer i strukturen på grunn av resultatene fra analysene. De seks kategoriene som opprinnelig var identifisert basert på etablert teori, ble utvidet og omstrukturert til åtte faktorer/dimensjoner i henhold til våre analyser. I tillegg var det tre indikatorer som ikke passet inn i disse faktorene med tilfredsstillende reliabilitet og validitet: “Klima”, “Trygghet og sikkerhet” og “Tilgjengelighet på bolig”. Disse ble derfor tatt med videre som “begreper” målt med en indikator. Indikatoren “Tilstedeværelse av jevnaldrende” ble eliminert fra analysene da den ikke ga valide resultater innenfor den faktoren den tilhørte.

Etter omstruktureringen satt vi igjen med følgende åtte faktorer som betegnelse for stedsattraktivitet: jobbmuligheter, urbanitet, transportmuligheter, miljøkvalitet, kostnadseffektivitet, åpenhet og mangfold, offentlige tjenester og natur. Senere ble kostnadseffektivitet eliminert fra studien da denne ikke ga signifikante resultater i korrelasjonsanalysen. Sosial påvirkning definert som sosial norm og deskriptiv norm var begge reliable og valide i vår modell. Med disse justeringene var samtlige begreper tilfredsstillende valide og reliable. Et lite unntak er “offentlige tjenester” som hadde en noe lavere intern konsistens (Composite reliability på 0,64).

5.2 Botilfredshet og sosial norm har positiv påvirkning på stedslojalitet

I denne studien kan vi bekrefte at *botilfredshet* har en sterk påvirkning på *stedslojalitet* (intensjon til å bo). Begrepet har vi definert som “den positive eller negative følelsen en beboer har til Båtsfjord” (Hidalgo & Hernández, 2001) og fanger opp den subjektive opplevelsen av å bo. Våre funn antyder at botilfredshet direkte påvirker og forklarer innbyggernes stedslojalitet, inkludert aversjon mot å flytte og et vedvarende ønske om å bo i Båtsfjord. Dette predikerer at botilfredshet påvirker i hvilken grad innbyggerne blir boende i fremtiden (Ajzen, 1991). Dette er i tråd med Oliver (1999) sin lojalitetsteori, samt andre studier av stedslojalitet (Anderson et al., 1994; Labarbera & Mazursky, 1983). Funnene viser at positive følelser overfor bostedet øker sannsynligheten for å utvikle en dypere lojalitet til stedet, uttrykt gjennom intensjon til å bo.

SEM-analysen viser ikke at det er signifikant lineær sammenheng mellom *stedstilknytning* og stedslojalitet slik som vi forventet. Dette funnet er overraskende da vi antok at en sterk følelse av tilknytning til stedet ville føre til en større intensjon til å bo. Dette indikerer at til tross for at en føler tilknytning til stedet, vil en ikke nødvendigvis ha intensjon om å bo der i fremtiden. Dette resultatet avviker fra det teoretiske grunnlaget, ettersom både Sørli (2009) og Hernandez et al. (2007) hevder at stedstilknytning påvirker beslutningen om bosted og innbyggernes tendenser til å bli værende. Zenker og Rütter (2014) fant også at stedstilknytning reduserer intensjon til å flytte. Til tross for mangelen på signifikante resultater på at stedstilknytning påvirker intensjon, viser korrelasjonsmatrisen at det er en moderat korrelasjon mellom stedstilknytning og intensjon. Dette antyder at stedstilknytning likevel kan ha en indirekte effekt på stedslojalitet, muligens gjennom andre variabler.

Sosial norm er det som har sterkest innvirkning på stedslojalitet. Sosial norm omhandler forventningene i omgivelsene om hva en bør eller skal (Cialdini & Jacobsen, 2021). I denne studien er begrepet basert på om personer som er viktige for individet ønsker, forventer og oppfordrer vedkommende til å bo i Båtsfjord. Vi ser fra resultatene at forventninger fra nære bekjente har en betydelig påvirkning på individets intensjon til å bo. Det kan forklares med at slike forventninger skaper et sosialt press som kan bidra til å forsterke beslutningen om å bli på stedet, samt en følelse av forpliktelse eller ansvar for å oppfylle dem (Ajzen, 1991). Forventningen kan også indikere tilstedeværelsen av sosial støtte og relasjoner på hjemstedet.

Dette funnet støtter Sørli (2009) sin påstand om at sosiale aspekter i et samfunn er viktige for valg av bosted.

Botilfredshet og sosial norm ser dermed ut til å spille en mer avgjørende rolle for valg av bosted, enn stedstilknytning. Det kan tenkes at praktiske hensyn vurderes som viktigere enn stedstilknytning i denne konteksten. Selv om innbyggerne har en følelsesmessig tilknytning til Båtsfjord, kan de realistiske vurderingene av fremtidige muligheter drive dem til ønsket om å flytte.

5.3 Åpenhet og mangfold, og klima forklarer mest av variasjon i botilfredshet

Studien påviste at *botilfredshet* er signifikant assosiert med *jobbmuligheter*, *urbanitet*, *åpenhet og mangfold*, *offentlige tjenester*, *klima* og *sosial norm*. Blant stedsattraktivitetskategoriene er åpenhet og mangfold den kategorien som sterkest forklarer botilfredshet. Åpenhet og toleranse er nøkkelkomponenter som fremmer inkludering og samhørighet (Zenker et al., 2013b). Basert på resultatene kan vi fastslå at åpenhet og mangfold er en fundamental driver for tilfredshet med Båtsfjord som et attraktivt og engasjerende bosted for sine innbyggere. Vi ser også at klima har sterk påvirkning på botilfredshet. Viktigheten av de fysiske omgivelsene i nærmiljøet omhandler ofte miljømessige egenskaper (Sørli, 2009). Teorien har trukket frem at klima anses som en av de viktigste faktorene for ønsket om å bo, spesielt i Nord-Norge (Kræmer & Gundersen, 2024). Klimaets betydelige påvirkning på menneskers velvære støttes dermed gjennom denne studien ved å bekrefte den sterke relasjonen til botilfredshet.

Jobbmuligheter, urbanitet og offentlige tjenester har noe påvirkning på botilfredshet. Det teoretiske grunnlaget fremhevet betydningen av jobbmuligheter for å oppnå stedsattraktivitet (Stylidis, 2016; Sørli, 2009; Zenker et al., 2013a; Zenker et al., 2013b) Vi kan i vår forskning bekrefte at denne kategorien har noe påvirkning på botilfredshet i Båtsfjord. Urbanitet og offentlige tjenester, sammen med åpenhet og mangfold, utgjør den opprinnelige kategorien urbanitet og mangfold som beskrevet av Zenker et al. (2013a; 2013b). Ifølge Zenker et al. (2013b) er det disse kvalitetene ved bylivet som gjør byen attraktiv. Til tross for at denne kategorien ikke ble identifisert som én tydelig faktor i faktoranalysene, bekrefter resultatene deres påstand om at urbanitet og mangfold har betydelig innvirkning på botilfredshet. Disse funnene understreker betydningen av tilgjengelighet og kvaliteten på stedsattraktivitetsattributter for tilfredsheten til innbyggerne.

På den annen side ga ikke analysen signifikant støtte for at *gode transportmuligheter, miljøkvalitet, natur, trygghet og sikkerhet, tilgjengelighet på bolig* og *kostnadseffektivitet* har påvirkning på intensjon til å bo. Tidligere studier har blant annet vist at reisetid og tilgang til vei- og offentlig transport påvirker individets bostedsassosiasjoner med tilfredshet (Gundersen & Aarhaug, 2014; Hunt et al., 1994). På samme måte fant Chen et al. (2019) at innbyggernes oppfatning av kvalitet på de naturlige omgivelsene påvirket deres tilfredshet med bostedet. Vår studie antyder imidlertid at disse variablene ikke har den forventede påvirkningen på tilfredshet ved å bo i Båtsfjord. Likevel viser korrelasjonsmatrisen at det er korrelasjon mellom intensjon til å bo og miljøkvalitet, transportmuligheter, natur, og trygghet og sikkerhet. Dette kan indikere at selv om disse faktorene ikke har en unik, direkte og signifikant påvirkning på botilfredshet, kan de ha en indirekte innflytelse på intensjon til å bo. Denne indirekte relasjon kan forekomme gjennom deres innvirkning på andre aspekter av opplevelsen av stedet.

Vår studie bekrefter at *sosial norm* har påvirkning på botilfredshet. Dette støtter opp under forskningen til Assche et al. (2019) som hevdet at sosial norm har positiv påvirkning på botilfredshet. Dette antyder at innbyggers botilfredshet øker dersom familie og nære ønsker og forventer at vedkommende skal bo i Båtsfjord. På den annen side ser vi at det ikke finnes signifikant støtte for at *deskriptiv norm* påvirker botilfredshet. Funnene indikerer at forventningen fra viktige personer i nærmiljøet bidrar til tilfredshet, mens observasjonen av deres faktiske atferd ikke har den samme effekten. Det kan tenkes at forventningene fra nærmiljøet indikerer en slags sosial anerkjennelse som er viktig for følelsen av tilfredshet. Med dette funnet ser vi at sosial norm ikke bare påvirker stedslojaliteten direkte, men også indirekte gjennom botilfredshet.

5.4 Botilfredshet påvirker stedstilknytning

Fra resultatene våre kan vi se at *botilfredshet* har positiv påvirkning på *stedstilknytning* som forventet. Dette er i tråd med hva Zenker og Rütter (2014) og Inch og Florek (2008) fant i sine studier, hvor de også observerte en sammenheng mellom høy grad av botilfredshet og sterk stedstilknytning. I vår studie definerer vi stedstilknytning som en tilknytning til et sted som fremkaller følelser av trygghet og komfort (Hernandez et al., 2007). Botilfredshet forklares som nevnt av flere faktorer, inkludert åpenhet og mangfold, urbanitet, klima, jobbmuligheter og offentlige tjenester. Samlet kan den generelle tilfredsheten påvirke individets opplevelse av trygghet og komfort på et sted. Videre kan det tenkes at positive

opplevelser og følelser tilknyttet hjemmet og nærmiljøet skaper økt følelsesmessig tilknytning til stedet. Dette kan forklare hvorfor høy botilfredshet fører til sterkere stedstilknytning.

5.4.1 Natur, transportmuligheter og deskriptiv norm har påvirkning på stedstilknytning

Analysene viser at *transportmuligheter* og *natur* har positiv påvirkning på stedstilknytning. Transportinfrastruktur, som veier og flyplasser, fungerer som bindeledd mellom ulike samfunn og områder (Gundersen & Aarhaug, 2014). Det kan tenkes at dette fremmer tilknytningen ved å gjøre det lettere for innbyggere å engasjere seg i aktiviteter på tvers av steder. Spesielt har også flyplasser en unik evne til å knytte mindre samfunn til større byer, og skaper dermed tilknytning over bredere geografiske områder. Våre funn gir støtte til Zenker og Rütter (2014) sin studie som påviser at natur direkte påvirker stedstilknytning og indirekte lojalitet. Vår definisjon av stedstilknytning viser til en dyp følelsesmessig tilknytning til et spesielt sted (Hernandez et al., 2007). Regelmessig interaksjon med natur kan derfor fremme denne tilknytningen. Dette understreker viktigheten av å integrere natur og grønne områder i byplanlegging for å styrke innbyggeres følelse av tilknytning til deres bosted.

Vi forventet at *jobbmuligheter*, *urbanitet*, *miljøkvalitet*, *åpenhet og mangfold*, *offentlige tjenester*, *klima*, *trygghet og sikkerhet*, *tilgjengelighet på bolig* og *kostnadseffektivitet* ville påvirke stedstilknytning. Resultatene fra SEM-analysen viste imidlertid ikke signifikante sammenhenger mellom disse stedsattraktivitets-faktorene og stedstilknytning. Til tross for dette, avdekket korrelasjonsmatrisen tydelige korrelasjoner mellom de nevnte variablene (med unntak av kostnadseffektivitet) og stedstilknytning, med urbanitet som den mest fremtredende faktoren. Disse funnene indikerer at selv om SEM-analysen ikke avslørte signifikante sammenhenger, kan det fortsatt være underliggende sammenhenger som påvirker stedstilknytning. Denne mangelen på signifikante funn kan potensielt forklares ved størrelsen på vårt utvalg, eller ved at andre variabler spiller en mer dominerende rolle i å forklare stedstilknytning.

Sosial norm viser seg å ikke ha signifikant påvirkning på stedstilknytning i henhold til SEM-analysen. Korrelasjonsmatrisen kan likevel bekrefte at det finnes en sammenheng mellom disse fenomenene. *Deskriptiv norm* er derimot klart og signifikant assosiert med stedstilknytning. Funnet er betydningsfullt fordi det indikerer at et nettverk av venner og nære personer som bor i Båtsfjord kan styrke ens tilknytning til stedet. Det kan tenkes at

tilstedeværelsen av kjentfolk bidrar til følelsesmessig og praktisk støtte, noe som øker følelsen av trygghet og komfort i Båtsfjord. Videre kan det bidra til å styrke fellesskapsfølelsen og øke stedstilknytningen. Dette stemmer overens med det Sørli (2009) hevdet om viktigheten av det sosiale aspektet i utviklingen av stedstilknytning. Funnet understreker viktigheten av å ha sosiale nettverk og relasjoner i utviklingen av stedstilknytning. For stedstilknytning er altså tilstedeværelsen av kjent i nærmiljøet avgjørende, mens forventningen fra nære personer ikke har samme påvirkning.

5.5 Teoretiske og praktiske implikasjoner

Denne studien bygger på et rammeverk av faktorer som påvirker intensjonen til å bo i et mindre kystsamfunn. Studien identifiserer og forklarer sentrale årsaker til stedslojalitet til Båtsfjord kommune. Temaet har vist seg å være av stor relevans i arbeidet med å motvirke den demografiske utfordringen med fraflytting. Forskningen bidrar med å legge et bedre grunnlag til å forme effektive strategier for å tiltrekke og beholde sine innbyggere. Resultatene er overførbare til andre kystsamfunn, noe som styrker dens generaliserbarhet. Denne studien kan være et viktig bidrag for lokalpolitikk og stedsutvikling ved å fremme småsamfunns unikhet og på denne måten beholde beboere og tiltrekke seg nye innbyggere.

Hovedresultatet fra vår studie belyser betydningen botilfredshet og sosial norm har på intensjon til bo. Dette understreker behovet for strategier som fokuserer på å styrke tilfredsheten og vedlikeholde positive sosiale normer innenfor samfunnet, for å opprettholde og øke befolkningstallene. Ved å implementere tiltak som fremmer inklusivitet, støtte og samhold, kan en styrke lokalsamfunnet. Dette kan inkludere initiativer som fellesskapsbyggende aktiviteter og kulturelle arrangementer som fremmer tilhørighet og lokalt engasjement. Innsikt i sosiale normers rolle kan også hjelpe til med å identifisere og motvirke potensielle negative normer som kan hindre tilfredshet og lojalitet.

Vår forskning avslører at botilfredshet skapes gjennom gode jobbmuligheter, urbanitet i lokalsamfunnet, et samfunn der åpenhet og mangfold inkluderes og ved å implementere gode offentlige tjenester. Samfunnsutviklere bør derfor fokusere på forbedring av offentlige tjenester og infrastruktur. Ved å utvikle et tydelig næringsliv kan en skape gode jobbmuligheter og flere arbeidsplasser som styrker botilfredsheten. Det bør legges vekt på å styrke og opprettholde sosiale nettverk gjennom å skape arenaer for urbanitet, åpenhet og mangfold. Studien indikerer at ved å skape et miljø hvor innbyggerne føler seg tilfreds kan kommuner som Båtsfjord øke innbyggernes lojalitet og redusere fraflyttingen. Dette

understreker viktigheten av å investere i tiltak som øker attraktiviteten og fremmer sosiale relasjoner i arbeidet med byutvikling.

De faktorene som påvirker stedstilknytning er botilfredshet, gode transportmuligheter, natur og deskriptiv norm. Det å sikre botilfredshet vil dermed ikke bare ha påvirkning på lojalitet til bostedet, men også tilknytning. For å styrke stedstilknytning bør det legges vekt på å sikre effektiv og pålitelige transporttilbud, samt forbedring av veiene for å skape forbindelser til omverden. Videre bør det legges vekt på å bevare de naturlige omgivelsene og tilgangen på natur. For eksempel ved å redusere forsøpling og ta naturhensyn i boligutbygging, samt utvikle naturstier og grøntområder. Deskriptiv norm viste seg å ha høyest effekt på stedstilknytning. Denne innsikten understreker betydningen av innbyggernes oppfatninger av hva som vanligvis gjøres i deres samfunn i utvikling av tilknytning til et lokalsamfunn. Synliggjøring av tilstedeværelsen av innbyggere i Båtsfjord vil dermed kunne styrke tilknytningen. Dette anser vi som det viktigste teoretiske bidraget i vår oppgave. Det fremhever behovet for å inkludere deskriptiv norm i modeller og teorier om stedstilknytning.

Samlet sett gir studien vår verdifull innsikt for stedsforskere, lokalsamfunn og samfunnsutviklere ved å avdekke de underliggende faktorene som påvirker innbyggernes lojalitet til et mindre kystsamfunn som Båtsfjord. Disse funnene kan benyttes for å utvikle målrettede tiltak og strategier som styrker lokalsamfunnet.

5.6 Begrensninger og videre forskning

På bakgrunn av masteroppgavens tidsbegrensning var det hensiktsmessig å benytte et bekvemmelighetsutvalg for å rekruttere deltakere til denne studien. Dette setter begrensninger for muligheten til å generalisere resultatene utover undersøkelsens utvalg (Bell et al., 2022). Denne studien har et nokså variert og jevnt fordelt utvalg med hensyn på demografi som kjønn og alder. Til tross for dette kan ikke utvalget regnes som representativt og det viktig å erkjenne at de som frivillig valgte å delta i undersøkelsen kanskje har en mer positiv holdning til Båtsfjord. Dette kan ha påvirket resultatene ved å begrense representasjon av mer negative synspunkter. Videre kunne undersøkelsen dratt fordel av et større utvalg for mer representative funn og økt troverdighet. Fremtidige studier bør derfor overveie å inkludere et større utvalg og sannsynlighetsutvalg, som gjør at funnene i større grad kan generaliseres. I tillegg er undersøkelsen utformet som en tverrsnittsundersøkelse som kun måler respondentenes oppfatning på et bestemt tidspunkt. Derfor kunne det vært interessant å følge opp studien over tid for å se i hvilken grad intensjon stemte overens med den faktiske

atferden og fastslå kausalitet. Dette ville også gitt et mer dynamisk bilde på hvordan faktorer som botilfredshet og stedstilknytning endrer seg over tid.

Det kan også være interessant for videre forskning å undersøke hvorvidt resultatene fra denne studien er overførbare til andre tilsvarende kontekster. For å fastslå om de identifiserte driverne for stedslojalitet, botilfredshet og stedstilknytning også gjelder for andre små kystsamfunn, både nasjonalt og internasjonalt. Dette kan bidra til å validere og styrke funnene, samtidig som det gir en bredere forståelse av hva som motiverer folk til å bo i slike områder. For eksempel kan en undersøke i hvilken grad de samme faktorene er viktige i kystsamfunn i Sør-Norge eller andre land. En annen vinkling er å undersøke stedsattraktivitetsattributtene i turismesammenheng og på denne måten kartlegge om de samme egenskapene er betydelige for besøkende av destinasjon.

Det kan være verdifullt å utforske alternative tilnæringer til studien. For eksempel å undersøke holdningen til å bo i mindre kystsamfunn i forhold til intensjon og planlagt atferd, i stedet for tilfredshet. En holdningstilnærming vil kunne inkludere vurderinger fra personer som ikke nødvendigvis har erfaring med å bo i landlige områder. Med en slik tilnærming kunne en undersøkt for eksempel stedsomdømme og den generelle oppfatningen av kystsamfunn. En annen vinkling kan for eksempel inkludere livskvalitet og velvære, for å undersøke hvordan botilfredshet og tilknytning påvirker disse faktorene. Dette vil bidra til en bredere forståelse av stedslojalitet og bosetningsmønstre, og gi verdifull innsikt for utviklingen av strategier og tiltak for å fremme bosetning og trivsel i slike samfunn.

En av studiens mest verdifulle funn er betydningen av sosial påvirkning på tilfredshet og tilknytning, særlig med tanke på den sterke forbindelsen mellom deskriptiv norm og stedstilknytning. Disse relasjonene kan være spesielt interessante å utforske videre for en dypere forståelse. For eksempel ved å undersøke relasjonene i andre kontekster eller samfunn.

Samlet sett gir oppgaven vår verdifulle teoretiske og praktiske implikasjoner som kan være til nytte i utviklingen av stedsforskning og lokalsamfunn. Oppgavens funn peker mot spennende muligheter for videre forskning av stedslojalitet, botilfredshet, stedstilknytning, stedsattraktivitet og sosial påvirkning i ulike kontekster og samfunn.

Referanseliste

- Aadland, I. (2023, 25. november). Ny ordning fikk Espen til Finnmark: – Et tiltak man vet fungerer. *iFinnmark*. <https://www.ifinnmark.no/ny-ordning-fikk-espen-til-finnmark-et-tiltak-man-vet-fungerer/s/5-81-1919946?fbclid=IwAR2NsvAGG4RuII7Tp1ySO1bjT8YTGrNnFo5pQEDC310zIq0xIZ7A87CP7UE>
- Afshardoost, M. & Eshaghi, M. S. (2020). Destination image and tourist behavioural intentions: A meta-analysis. *Tourism Management*, 81, 104154. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104154>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). Constructing a TpB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations.
- Anderson, E., Fornell, C. & Lehmann, D. (1994). Customers Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings From Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53–66. <https://doi.org/10.2307/1252310>
- Armitage, C. J. & Conner, M. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic review. *The British Journal of Social Psychology*, 40, 471-99. <https://doi.org/10.1348/014466601164939>
- Assche, J. V., Haesevoets, T. & Roets, A. (2019). Local norms and moving intentions: The mediating role of neighborhood satisfaction. *Journal of Environmental Psychology*, 63, 19–25. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2019.03.003>
- Bæck, U-D. K. & Paulgaard, G. (2012). Introduction: Choices, opportunities and coping in the face of unemployment: A changed labour market. I U. D. K. Bæck & G. Paulgaard (Red.), *Rural Futures?: Finding one's place within changing labour markets* (s. 9-21). Orkana akademisk. <https://doi.org/10.33673/OOa20194>
- Basu, M., Hashimoto, S. & Dasgupta, R. (2020). The mediating role of place attachment between nature connectedness and human well-being: perspectives from Japan. *Sustainability Science*, 15(3), 849-862. <https://doi.org/10.1007/s11625-019-00765-x>

- Båtsfjord kommune. (u.å.). *Strategisk næringsplan 2022-2024 for Båtsfjord kommune*.
<https://img5.custompublish.com/getfile.php/5131019.985.piwtbmplsipunm/Strategisk%09%20n%C3%A6ringsplan%202022%20%202024.pdf?return=www.batsfjord.kommune.no>
- Bell, E., Harley, B. & Brymann, A. (2019). *Business research methods* (5. utg.). Oxford University Press.
- Bell, E., Harley, B. & Bryman, A. (2022). *Business research methods* (6. utg.). Oxford University Press.
- Berg, E. (2024, 21. februar). Bikker 10.000 tusen innbyggere igjen: - Veldig gode nyheter. *iFinnmark*. <https://www.ifinnmark.no/bikker-10-000-innbyggere-igjen-veldig-gode-nyheter/s/5-81-1976170?fbclid=IwAR1rRAf6e1j7XYwH2UWOKKgmNsk9h1qXHkJgCavtAkdBlczpTBifcKHpwRU>
- Biedenweg, K., Scott, R. P. & Scott, T. A. (2017). How does engaging with nature relate to life satisfaction? Demonstrating the link between environment-specific social experiences and life satisfaction. *Journal of Environmental Psychology*, 50, 112-124. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.02.002>
- Brown, B. B., & Perkins, D. D. (1992). Disruptions in Place Attachment. I I. Altman, & S. Low (Red.), *Place Attachment* (s. 279-305). Plenum press.
- Brown, B., Perkins, D. D. & Brown, G. (2003). Place attachment in a revitalizing neighborhood: Individual and block levels of analysis. *Journal of Environmental Psychology*, 23(3), 259-271. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(02\)00117-2](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(02)00117-2)
- Brown, B., Altman, I. & Werner, C. M. (2012). Place Attachment. I S. J. Smith (Red.), *International Encyclopedia of Housing and Home* (s. 183-188). Elsevier Science. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-047163-1.00543-9>
- Brunette, K., Eisenstadt, M., Pukinskis, E. & Ryan, W. (2005, 2.-7. april). *Meeteetse: Social Well-Being through Place Attachment* [Paperpresentasjon]. CHI'05 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems, Portland Orgeon. <https://doi.org/10.1145/1056808.1057100>

- Byrne, M. B. (2016). *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming* (3. utg.). Routledge.
- Chang, C-C., Oh, R. R. Y., Nghiem, T. P. L., Zhang, Y., Tan, C. L. Y., Lin, B. B., Gaston, K. J., Fuller, R. A. & Carrasco, L. R. (2020). Life satisfaction linked to the diversity of nature experiences and nature views from the window. *Landscape and Urban Planning*, 202, 103874. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2020.103874>
- Chen, C.-F. & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- Chen, N., Hall, C. M., Yu, K. & Qian, C. (2019). Environmental Satisfaction, Residential Satisfaction, and Place Attachment: The Cases of Long-Term Residents in Rural and Urban Areas in China. *Sustainability*, 11(22), 6439. <https://doi.org/10.3390/su11226439>
- Chi, C. G.-Q. & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624-636. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.007>
- Christophersen, K. A. (2013). *Introduksjon til statistisk analyse: Regresjonsbaserte metoder og anvendelser*. Gyldendal akademisk.
- Cialdini, R. (2012). The Focus Theory of Normative Conduct. I P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski & E. T. Higgins (Red.), *Handbook of Theories of Social Psychology* (2. utg., s. 295-312). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446249222s>
- Cialdini, R. B. & Jacobson, R. P. (2021). Influences of social norms on climate change-related behaviors. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 42, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2021.01.005>
- Connolly, M. (2012). Some Like It Mild and Not Too Wet: The Influence of Weather on Subjective Well-Being. *Journal of Happiness Studies*, 14(2), 457-473. <https://doi.org/10.1007/s10902-012-9338-2>

- Dandy, J., Horwitz, P., Campbell, R., Drake, D. & Leviston, Z. (2019). Leaving home: place attachment and decisions to move in the face of environmental change. *Regional Environmental Change*, 19, 615-620. <https://doi.org/10.1007/s10113-019-01463-1>
- Danilov, A., Khalmetski, K. & Sliwka, D. (2021). Descriptive Norms and Guilt Aversion. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 191, 293-311. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2021.09.002>
- Dawkins, C., Jeon, J. S. & Pendall, R. (2015). Transportation Access, Rental Vouchers, and Neighborhood Satisfaction: Evidence From the Moving to Opportunity Experiment. *Housing Policy Debate*, 25(3), 497-530. <https://doi.org/10.1080/10511482.2014.986662>
- Engebretsen, Ø. & Gjerdåker, A. (2010). *Regionforstørring: Lokale virkninger av transportinvesteringer* (TØI Rapport 1057). Transportøkonomisk institutt. <https://www.toi.no/getfile.php/1314201-1271333995/Publikasjoner/TØI%20rapporter/2010/1057-2010/1057-hele%20rapporten%20nett.pdf>
- Fang, Y. (2006). Residential Satisfaction, Moving Intention and Moving Behaviours: A Study of Redeveloped Neighbourhood in Inner-City Beijing. *Housing Studies*, 21(5), 671-694. <https://doi.org/10.1080/02673030600807217>
- Fiskarlaget. (2024, 10. januar). *Forsvinner fiskeren, så dør alt ut*. Norges Fiskarlag. https://fiskarlaget.no/forsvinner-fiskeren-sa-dor-alt-ut/?fbclid=IwAR3zmTNQhml1aYknPy6B-h57jMHIIVvj-o0E_1NPmG8C9O4cfYmAA6rcKsA
- Gerrard, S. (2016). Fiskeværet – Et åpent og foranderlig lokalsamfunn. I M. Villa & M. S. Haugen (Red.), *Lokalsamfunn* (s. 72-94). Cappelen Damm.
- Gullestad, M. (1978). LOKALE SAMFUNN SOM SOSIALE NETTVERK: Livet i en gammel bydel. I T. Thuen & C. Wadel (Red.), *Lokale samfunn og offentlig planlegging: en artikkelsamling* (s. 63-160). Universitetsforlaget.
- Gundersen, F. & Aarhaug, J. (2014). *Transportinfrastruktur som vegen til bærekraftige regioner* (TØI Rapport 1346). Transportøkonomisk institutt. <https://www.vegvesen.no/globalassets/fag/fokusomrader/nasjonal-transportplan-ntp/2018-2029/toi-rapport-1346-2014-baerekraftige-regioner.pdf>

- Hague, C. & Jenkins, P. (2004). *Place identity, participation and planning*. Routledge.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J. & Black, W. C. (2013). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7. utg.). Pearson.
- Haugseth, J. F. & Tjora, A. (2023, 2. oktober). Norm. I *Store norske leksikon*.
<https://snl.no/norm>
- Hernández, B., Hidalgo, M. C., Salazar-Laplace, M. E. & Hess, S. (2007). Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of Environmental Psychology*, 27(4), 310–319. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2007.06.003>
- Hidalgo, M. C. & Hernández, B. (2001). PLACE ATTACHMENT: CONCEPTUAL AND EMPIRICAL QUESTIONS. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273–281. <https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0221>
- Holmsen, A. (2014). *Det teoretiske grunnlaget for makrotilsyn* [Paperpresentasjon]. Finansiell fagdag, Norges Bank. <https://norges-bank.brage.unit.no/norges-bank-xmlui/bitstream/handle/11250/2565745/Det%20teoretiske%20grunnlaget%20for%20makrotilsyn.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hospers, G.-J. (2006). The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life [Anmeldelse av *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*, av R. Florida]. *Creativity and Innovation Management*, 15(3), 323–324. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2006.00398.x>
- Hunt, J. D., McMillan, J. D. P. & Abraham, J. E. (1994). Stated Preference Investigation of Influences on Attractiveness of Residential Locations. *Transportation Research Record* 1466, 79-87. <https://onlinepubs.trb.org/Onlinepubs/trr/1994/1466/1466-011.pdf>
- Hutton, T. (2009). Who's Your City? How the Creative Economy Is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life - Richard Florida [Anmeldelse av *Who's Your City? How the Creative Economy Is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life*, av R. Florida]. *Economic Geography*, 85(3), 335–336. <https://doi.org/10.1111/j.1944-8287.2009.01036.x>

- Ingvardson, J. B. & Nielsen, O. A. (2019). The relationship between norms, satisfaction and public transport use: A comparison across six European cities using structural equation modelling. *Transportation Research Part A*, 126, 37-57.
<https://doi.org/10.1016/j.tra.2019.05.016>
- Insch, A. & Florek, M. (2008). A great place to live, work and play: Conceptualising place satisfaction in the case of a city's residents. *Journal of Place Management and Development*, 1(2), 138-149. <https://doi.org/10.1108/17538330810889970>
- Jin, C., Li, B., Jansen, S. J., Boumeester, H. J. F. M. & Boelhouwer, P. J. (2022). What attracts young talents? Understanding the migration intention of university students to first-tier cities in China. *Cities*, 128, 103802.
<https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103802>
- Johannessen, A., Christoffersen, L. & Tufte, P. A. (2011). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag* (3. utg.). Abstrakt forlag.
- Johannessen, A., Christoffersen, L. & Tufte, P. A. (2020). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag* (4. utg.). Abstrakt forlag.
- Kotler, P., Haider, D. H. & Rein, I. (1993). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*. Free Press.
- Kræmer, H. K. & Gundersen, J. (2024, 5. mars). Attraktive Nord-Norge. *iFinnmark*.
<https://www.ifinnmark.no/attraktive-nord-norge/o/5-81-1984730>
- LaBarbera, P. A. & Mazursky, D. (1983). A Longitudinal Assessment of Consumer Satisfaction/Dissatisfaction: The Dynamic Aspect of the Cognitive Process. *Journal of Marketing Research*, 20(4), 393–404. <https://doi.org/10.1177/002224378302000406>
- Laerd Statistics. (u.å.). *Principal Components Analysis (PCA) using SPSS*.
Statistics.laerd.com. <https://statistics.laerd.com/spss-tutorials/principal-components-analysis-pca-using-spss-statistics.php>
- Li, J., Dai, G., Tang, J. & Chen, Y. (2020). Conceptualizing Festival Attractiveness and Its Impact on Festival Hosting Destination Loyalty: A Mixed Method Approach. *Sustainability*, 12(8), 3082. <https://doi.org/10.3390/su12083082>

- Moilanen, M. (2019). Job is where your heart is? An analysis of geographical labour mobility among young adults. I U.-D. K. Bæck & G. Paulgaard (Red.), *Rural futures?: Finding one's place within changing labour markets* (s. 83-104). Orkana Akademisk.
<https://doi.org/10.33673/OOa20194>
- Moksness, L. & Olsen, S. O. (2018). Trust Versus Perceived Quality in Scholarly Publishing: A Personality-Attitude-Intention Approach. *College & Research Libraries*, 79, 671-684. <https://doi.org/10.5860/crl.79.5.671>
- Niedomysl, T. (2010). TOWARDS A CONCEPTUAL FRAMEWORK OF PLACE ATTRACTIVENESS: A MIGRATION PERSPECTIVE. *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, 92, 97–109. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0467.2010.00335.x>
- Norges Bank, (2023, 28. juni). *Rapports om finansiell stabilitet*. <https://www.norges-bank.no/tema/finansiell-stabilitet/rapporter-finansiell-stabilitet/>
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4), 33-44.
<https://doi.org/10.2307/1252099>
- Paulgaard, G. (2015). Oppvekst i tid og rom: Om betydningen av sted i studiet av ungdom. I M. Aure, N. G. Berg, J. Cruickshank & B. Dale (Red.), *Med sans for sted: Nyere teorier* (s. 117-132). Fagbokforlaget.
- Pedersen, R. (2023, 20. mars). Flytt til Nord-Norge – spar penger. *Smarte Penger*.
<https://www.smartepenger.no/pluss/1486-flytt-til-nord-norge>
- Peng, J., Strijker, D. & Wu, Q. (2020). Place Identity: How Far Have We Come in Exploring Its Meanings? *Frontiers in Psychology*, 11, 294.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00294>
- Ramkissoon, H. & Nunkoo, R. (2011). City Image and Perceived Tourism Impact: Evidence from Port Louis, Mauritius. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 12(2), 123-143. <https://doi.org/10.1080/15256480.2011.564493>
- Rehdanz, K. & Maddison, D. J. (2004). *The Amenity Value of Climate to German Households*, 57, 1-17. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.541109>

- Ringdal, K. (2018). *Enhet og mangfold: samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode* (4. utg.). Fagbokforlaget.
- Rogerson, R. J. (1999). Quality of Life and City Competitiveness. *Urban Studies*, 36(5-6), 969–985. <https://doi.org/10.1080/0042098993303>
- Sandanger, I., Hjermann, A. B., Hagen, K. & Gundersen, M. (1995). Fra krisepsykiatrisk utrykningsteam til omsorgsfulle næringsmiljøer: Om kriser, lokalsamfunn og sosialt nettverk. I O. S. Dalgard, E. Døhlie & M. Ystgaard (Red.), *Sosialt nettverk: Helse og samfunn* (s. 198-218). Universitetsforlaget: I samarbeid med Senter for sosialt nettverk og helse.
- Sawicki, D. D. (1989). Places rated almanac: Your guide to finding the best places to live in America - Boyer, R., Savageau, D. [Anmeldelse av *Places related almanac: Your guide to finding the best places to live in America*, av R. Boyer & D. Savageau]. *Journal of the American Planning Association*, 54(3), 384-386.
- Schwanen, T. & Mokhtarian, P. L. (2004). The extent and determinants of dissonance between actual and preferred neighborhood type. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 31(5), 759–784. <https://doi.org/10.1068/b3039>
- Skogheim, R. & Vestby, G. M. (2010). *Kulturarv og stedsidentitet: kulturarvens betydning for identitetsbygging, profilering og næringsutvikling*. Norsk institutt for by- og regionforskning.
- Sørli, K. (2009). *Bolyst og stedsattraktivitet*. (Flytte O-2763). Norsk institutt for by- og regionforskning. <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/bitstream/handle/20.500.12199/2492/2009-111.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Statsforvalteren. (2023, 30. mars). *Barnehage for en ny tid*. Statsforvalteren i Troms og Finnmark. <https://www.statsforvalteren.no/troms-finnmark/barnehage-opplaring/barnehage/barnehagen-for-en-ny-tid/>
- Stets, J. E. & Burke, P. J. (2000). Identity Theory and Social Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, 63(3), 224–237. <https://doi.org/10.2307/2695870>

- Stylidis, D. (2016). The Role of Place Image Dimensions in Residents' Support for Tourism Development. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), 129-139.
<https://doi.org/10.1002/jtr.2039>
- Stylidis, D., Sit, J. & Biran, A. (2016). An Exploratory Study of Residents' Perception of Place Image: The Case of Kavala. *Journal of Travel Research*, 55(5), 659-674.
<https://doi.org/10.1177/0047287514563163>
- Telemarksforskning. (2023). *Attraktive Nord-Norge*. Kunnskapsbanken for Nord-Norge.
https://www.kbnn.no/files/K3_Attraktive-Nord-Norge-KBNN-2024.pdf
- Telemarksforskning. (2024, 25. januar). Attraktive Nord-Norge: Should I stay or should I go? *Kunnskapsbanken for Nord-Norge*. <https://www.kbnn.no/artikkel/attraktive-nord-norge-should-i-stay-or-should-i-go>
- Tilaki, M. J. M., Marzbali, M. H., Safizadeh, M. & Abdullah, A. (2021). Quality of place and resident satisfaction in a historic – religious urban settlement in Iran. *Journal of Place Management and Development*, 14(4), 462-480. <https://doi.org/10.1108/JPMD-07-2020-0067>
- Torp, H. (Red.). (2005). *Nytt arbeidsliv: medvirkning, inkludering og belønning*. Gyldendal akademisk.
- Vareide, K. (2016, 11. januar). *Attraktivitet, arbeidsplasser og verdiskaping*. TF-notat nr. 2. Distriktssenteret. <https://www.telemarksforskning.no/publikasjoner/attraktivitet-arbeidsplasser-og-verdiskaping/2900/>
- Weijs-Perrée, M., Van den Berg, P., Arentze, T. & Kemperman, A. (2017). Social networks, social satisfaction and place attachment in the neighborhood. *Region*, 4(3), 133-151.
<https://doi.org/10.18335/region.v4i3.194>
- Williams, D. R. & Stewart, S. I. (1998). Sense of Place: An Elusive Concept That Is Finding a Home in Ecosystem Management. *Journal of Forestry*, 96(5), 18-23.
<https://doi.org/10.1093/jof/96.5.18>

- Yangzhou, H. & Ritchie, J. R. B. (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, 32(2), 25–34.
<https://doi.org/10.1177/004728759303200204>
- Ytreberg, R. (2020, 28. desember). Fiskerne tjener rått og har skyhøy verdiskaping: – De som eier båtene har en helvetes jobb. *E24*. [https://e24.no/naeringsliv/i/9Ob3kp/fiskerne - tjener-raatt-og-har-skyhoey-verdiskaping-de-som-eier-baatene-har-en-helvetes-jobb](https://e24.no/naeringsliv/i/9Ob3kp/fiskerne-tjener-raatt-og-har-skyhoey-verdiskaping-de-som-eier-baatene-har-en-helvetes-jobb)
- Yuksel, A., Yuksel, F. & Bilim, Y. (2010). Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 31(2), 274-284. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.007>
- Zenker, S., Eggers, F. & Farsky, M. (2013a). Putting a price tag on cities: Insights into the competitive environment of places. *Cities*, 30, 133–139.
<https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.02.002>
- Zenker, S., Petersen, S. & Aholt, A. (2013b). The Citizen Satisfaction Index (CSI): Evidence for a four basic factor model in a German sample. *Cities*, 31, 156-164.
<https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.02.006>
- Zenker, S. & Rütter, N. (2014). Is satisfaction the key? The role of citizen satisfaction, place attachment and place brand attitude on positive citizenship behavior. *Cities*, 38, 11-17.
<https://doi.org/10.1016/j.cities.2013.12.009>

Vedlegg

Vedlegg 1. Eksplorerende faktoranalyse - intensjon, botilfredshet og stedstilknytning

	1 Botilfredshet	2 Stedstilknytning	3 Intensjon
Alt i alt er jeg fornøyd	,81		
Jeg liker å bo	,77	,33	,35
Utilfredsstillende/tilfredsstillende	,83	,32	
Kjedelig/spennende	,80		
Negativt/positivt	,88		
Dårlig/bra	,87		
Båtsfjord kommune føles som hjemme	,31	,80	
Jeg føler meg som en Båtsfjording		,89	
Det er mange ting som knytter eller binder meg til		,83	
Båtsfjord kommune er en viktig del av hvem jeg er som menneske	,35	,86	
Ingen andre steder jeg heller ville bodd		—	
Jeg ønsker å bo	,34		,87
Jeg har planer om å bo			,92
Jeg har et mål om bo			,91
Jeg har planer om å flytte fra (R)			,88
Jeg har et mål om å flytte fra (R)			,86
Jeg har et ønske om å flytte fra (R)			,89
Cronbach's Alpha	,96	,92	,97
Forklart varians (%)	61,6%	13,2%	10,6%

Vedlegg 2. Eksplorerende faktoranalyse - sosial påvirkning

	1 Sosial norm	2 Deskriptiv norm
... ønsker at jeg skal bo i Båtsfjord	,82	
... forventer at jeg skal bo i Båtsfjord	,91	
... oppfordrer meg til å bo i Båtsfjord	,87	
Jeg kjenner mange som bor i Båtsfjord		,87
Jeg har mange venner som bor i Båtsfjord		,82
Personer som er viktige for meg bor i Båtsfjord		,73
Cronbach's Alpha	,88	,77
Forklart varians (%)	57,15%	18,82%

Vedlegg 3. Eksplorerende faktoranalyse - stedsattraktivitet

	1 Jobb- muligheter	2 Urbanitet	3 Transport- muligheter	4 Miljø- kvalitet	5 Kostnads- effektivitet	6 Åpenhet og mangfold	7 Offentlige tjenester	8 Natur
Karrieremuligheter	,69	0,36						
Jobbmuligheter	,87							
Mulighet for arbeidsplass	,85							
Næringslivet	,65							
Det generelle lønnsnivået	,69							
Den generelle økonomiske veksten	,64							
Butikkutvalg		,73						
Kulturtilbudet		,72						
Aktivitet og fritidstilbudet		,68					,31	
Utendørsaktiviteter		,52		,34				
Tilgangen sosiale møteplasser		,63				,32		
Transportmulighetene			,76					
Kvaliteten på veiene			,63					
Veiforbindelsene		,33	,68					

	1 Jobb- muligheter	2 Urbanitet	3 Transport- muligheter	4 Miljø- kvalitet	5 Kostnads- effektivitet	6 Åpenhet og mangfold	7 Offentlige tjenester	8 Natur
Bussforbindelser og busstilbudene			,73					
Båtforbindelser og båttilbudet			,61				,34	
Flyforbindelser og flytilbudet			,67					
Miljøkvalitet				,70		,30		
Renhet	,31			,71				
Roen				,73				
Luftkvalitet				,75				
Det generelle prisnivået (R)					,76			
De generelle levekostnadene (R)					,85			
Prisnivået på boligmarkedet (R)					,78			
Prisnivået for å leie bolig (R)					,81			
Mangfold		,50				,43	,33	
Åpenhet og toleranse						,80		
Nettverk	,35					,63		
Tilstedeværelse av jevnaldrende		,48				,43		
Menneskene i Båtsfjord er: (uvennlig/vennlig)						,76		
Helsetjenester	,36	,32					,48	
Barnehagetilbud							,81	
Skoletilbudet		,43					,62	
Naturlandskapet								,80
Tilgangen på natur								,85
Cronbach`s Alpha	,91	,82	,82	,83	,82	,84	,76	,80
Forklart varians (%)	31,8%	8,4%	7%	5,3%	4,6%	4%	3,2%	2,9%

Vedlegg 4. Analyse av målemodell

Direkte effekter	Standard estimater	Critical Ratio	P-verdi
H1a: Botilfredshet → Intensjon	,36	6,51	***
H2a: Botilfredshet → Stedstilknytning	,22	3,19	***
H2b: Stedstilknytning → Intensjon	,09	1,51	,132
H3a [^] : Urbanitet → Botilfredshet	,12	2,02	,044**
H3b [^] : Urbanitet → Stedstilknytning	-,05	-,72	,473
H3c [^] : Offentlige tjenester → Botilfredshet	,102	1,95	,051*
H3d [^] : Offentlige tjenester → Stedstilknytning	,02	,40	,689
H4a [^] : Miljøkvalitet → Botilfredshet	,07	1,47	,142
H4b [^] : Miljøkvalitet → Stedstilknytning	,03	,59	,557
H4c [^] : Natur → Botilfredshet	,04	,802	,422
H4d [^] : Natur → Stedstilknytning	,15	2,92	***
H4e [^] : Klima → Botilfredshet	,20	4,25	***
H4f [^] : Klima → Stedstilknytning	,01	-,27	,788
H5a: Jobbmuligheter → Botilfredshet	,12	2,11	,035**
H5b: Jobbmuligheter → Stedstilknytning	-,08	-1,38	,18
H6b [^] : Tilgjengelighet på bolig → Botilfredshet	-,003	-0,62	,951
H6c [^] : Tilgjengelighet på bolig → Stedstilknytning	,23	,49	,628
H7a [^] : Åpenhet og mangfold → Botilfredshet	,33	5,78	***
H7b [^] : Åpenhet og mangfold → Stedstilknytning	,12	1,78	,075*
H7c [^] : Trygghet og sikkerhet → Botilfredshet	-,01	-,12	,908
H7d [^] : Trygghet og sikkerhet → Stedstilknytning	-,003	-,06	,952
H8a: Transportmuligheter → Botilfredshet	-,01	-,10	,921
H8b: Transportmuligheter → Stedstilknytning	,12	2,31	,021**
H9a: Sosial norm → Botilfredshet	,13	2,76	***
H9b: Sosial norm → Stedstilknytning	,17	3,05	***
H9c: Sosial norm → Intensjon	,45	8,04	***
H10a: Deskriptiv norm → Botilfredshet	-,02	-,48	,634
H10b: Deskriptiv norm → Stedstilknytning	,33	5,911	***
H10c: Deskriptiv norm → Intensjon	-,11	-1,98	,048**

Note: Kji-kvadrat/DF = 0,786. CFI = 1,000. RMSEA = 0,000. TLI = 1,000. R² Intensjon = 0,491

[^] = Nye hypoteser

* = Relasjonskoeffisient er signifikant på et 0,10-nivå

** = Relasjonskoeffisient er signifikant på et 0,05-nivå

*** = Relasjonskoeffisient er signifikant på et 0,01-nivå

Vedlegg 5. Målemodell - alternativ modell

	Standard estimat	C.R.	P-verdi
H1a: Botilfredshet → Intensjon	,36	6,4	***
H2a: Botilfredshet → Stedstilknytning	,19	3,12	***
H2b: Stedstilknytning → Intensjon	,04	,74	,46
H3a[^]: Urbanitet → Botilfredshet	,15	2,53	***
H3c[^]: Offentlige tjenester → Botilfredshet	,10	1,99	,05**
H4d[^]: Natur → Stedstilknytning	,14	3,05	***
H4e[^]: Klima → Botilfredshet	,20	4,48	***
H5a: Jobbmuligheter → Botilfredshet	,13	2,56	***
H7a[^]: Åpenhet og mangfold → Botilfredshet	,34	6,47	***
H7b[^]: Åpenhet og mangfold → Stedstilknytning	,09	1,43	,15
H8b: Transportmuligheter → Stedstilknytning	,11	2,31	,02**
H9a: Sosial norm → Botilfredshet	,13	3,05	***
H9b: Sosial norm → Stedstilknytning	,16	3,10	***
H9c: Sosial norm → Intensjon	,42	7,73	***
H10b: Deskriptiv norm → Stedstilknytning	,32	6,07	***

Note: Kvi-kvadrat/DF = 0,660. CFI = 1,000. RMSEA = 0,000. TLI = 1,015. R² Intensjon = 0,484.

*Relasjonskoeffisient er signifikant på et 0,10-nivå

**Relasjonskoeffisient er signifikant på et 0,05-nivå

***Relasjonskoeffisient er signifikant på et 0,01-nivå

Vedlegg 6. Spørreundersøkelse



Intensjon til å bo i Båtsfjord

Intensjon til å bo i Båtsfjord kommune

Om undersøkelsen

I forbindelse med vår masteroppgave i Ledelse, innovasjon og marked ved Handelshøgskolen i Tromsø, ønsker vi å undersøke intensjon til å bo i Båtsfjord kommune.

Vi vil kartlegge hva som gjør at en ønsker å bo i Båtsfjord kommune, eller eventuelt flytte fra. Vår undersøkelse fokuserer også på innbyggernes tilfredshet og tilknytning til byen. Vi ønsker en dypere forståelse for hva som gjør et mindre kystsamfunn, som Båtsfjord, attraktivt. Formålet med forskningen er å oppnå innsikt som blant annet kan bidra til positiv befolkningsutvikling i Nord-Norge.

OBS! For å delta må du være bosatt, eventuelt tidligere bosatt i Båtsfjord kommune, samt 16 år eller eldre.

Spørreundersøkelsen tar ca. 5-10 minutter å fullføre. Dersom det skulle være slik at du ikke finner et svaralternativ som passer deg, oppfordrer vi deg til å svare det som ligger nærmest din situasjon. Vi setter pris på at du svarer ærlig på spørsmålene.

Personvern og anonymitet

Alle svar er anonyme og ingen personopplysninger vil bli etterspurt. Ved å delta samtykker du til at dine anonymiserte svar anvendes i vår oppgave.

Spørsmål

Har du noen spørsmål til undersøkelsen ta gjerne kontakt på:

Epost: cha226@uit.no / vje013@uit.no

Tlf: 908 24 216 / 472 88 132

Tusen takk for at du deltar!

Mvh Caroline & Victoria

Masterstudenter ved Universitetet i Tromsø - Norges Arktiske Universitet



Foto Båtsfjord Brygge <httpswww.batsfjordbrygge.com>

Obligatoriske felter er merket med stjerne *

Bosted

Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune: *

Ja

Nei

Jeg er bosatt i Båtsfjord kommune nå: *



Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Ja

Nei

Jeg har bodd i Båtsfjord hele mitt liv: *




Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg er bosatt i Båtsfjord kommune nå:»

Ja

Nei

Generelle opplysninger

Hvor lenge har du bodd i Båtsfjord? *

 Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

<1 år (Mindre enn ett år)

1-5 år


5-10 år

10-15 år

15-20 år

20+ år

Kjønn *


 Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Kvinne

Mann

Annet / ønsker ikke å svare

Alder *

 Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

16-25 år

26-35 år


36-45 år

46-55 år

56-64 år

65+ år


Yrkessituasjon *

 Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Velg den som beskriver situasjonen din best.

- Student
- Deltidsansatt
- Student og deltidsansatt
- Fulltidsansatt
- Selvstendig næringsdrivende
- Pensjonist
- Uføretrygdet / arbeidsledig
- Annet

Høyeste fullførte utdanning *

 Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Velg den som beskriver situasjonen din best.

- Grunnskole
- Videregående skole
- Fagskole / fagutdanning
- Høyere utdanning (1-3 år)
- Høyere utdanning (4år eller mer)
- Annet

Obligatoriske felter er merket med stjerne *

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Intensjon til å bo i Båtsfjord kommune

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Hvilken intensjon har du til å bo i Båtsfjord kommune?

	1 = Svært usannsynlig	2	3	4 = Nøytral	5	6	7 = Svært sannsynlig
Jeg ønsker å bo i Båtsfjord kommune de neste fem årene *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har planer om å bo i Båtsfjord kommune de neste fem årene *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har et mål om å bo i Båtsfjord kommune de neste fem årene *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Obligatoriske felter er merket med stjerne *

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg har bodd i Båtsfjord hele mitt liv:»

Intensjon til å flytte fra Båtsfjord kommune

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg har bodd i Båtsfjord hele mitt liv:»

Hvilken intensjon har du til å flytte fra Båtsfjord kommune?

	1 = Svært usannsynlig	2	3	4 = Nøytral	5	6	7 = Svært sannsynlig
Jeg har planer om å flytte fra Båtsfjord kommune i fremtiden *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har et mål om å flytte fra Båtsfjord kommune i fremtiden *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har et ønske om å flytte fra Båtsfjord kommune i fremtiden *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Obligatoriske felter er merket med stjerne *

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Generell tilfredshet med Båtsfjord kommune som bosted

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

I hvilken grad er du uenig /enig i følgende påstander:

	1 = Svært uenig	2	3	4 = Nøytral	5	6	7 = Svært enig
Alt i alt er jeg fornøyd med Båtsfjord kommune som bosted *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg liker å bo i Båtsfjord kommune *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Hvordan vil du vurdere Båtsfjord kommune som bosted?

	1	2	3	4	5	6	7
Svært utilfredsstillende (1) / svært tilfredsstillende (7) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Svært kjedelig (1) / svært spennende (7) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Svært negativt (1) / svært positivt (7) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Svært dårlig (1) / svært bra (7) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Tilknytning til Båtsfjord kommune

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

I hvilken grad er du uenig /enig i følgende påstander:

	1 = Svært uenig	2	3	4 = Nøytral	5	6	7 = Svært enig
Båtsfjord kommune føles som hjemme *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg føler meg som en Båtsfjording *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det er mange ting som knytter eller binder meg i Båtsfjord kommune *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Båtsfjord kommune er en viktig del av hvem jeg er som menneske *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det er ingen andre steder jeg heller ville bodd enn i Båtsfjord kommune *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Stedsattraktivitet

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Hvordan vil du beskrive følgende tilbud og mangfold i Båtsfjord kommune:

	Svært dårlig	Dårlig	Litt dårlig	Nøytral	Litt bra	Bra	Svært bra
Butikkutvalget *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulturtilbudet (underholdning, uteliv, café og spisesteder etc.) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aktivitets- og fritidstilbudet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Helsetjenestene *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Barnehagetilbudet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skoletilbudet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mangfoldet (sosialt, økonomisk, kulturelt etc.) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Åpenhet og toleranse *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Obligatoriske felter er merket med stjerne *

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Hvordan vil du beskrive følgende egenskaper ved Båtsfjord kommune:

	Svært dårlig	Dårlig	Litt dårlig	Nøytral	Litt bra	Bra	Svært bra
Naturlandskapet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilgangen på natur *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klimaet (nedbør, soltimer, temperatur etc.) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spekteret av utendørsaktiviteter *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Hvordan vil du beskrive følgende egenskaper ved Båtsfjord kommune:

	Svært dårlig	Dårlig	Litt dårlig	Nøytral	Litt god	God	Svært god
Miljøkvaliteten *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Renheten *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Roen (stillehet, fred etc.) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luftkvaliteten *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Hvordan vil du beskrive følgende egenskaper ved Båtsfjord kommune:

	Svært dårlig	Dårlig	Litt dårlig	Nøytral	Litt bra	Bra	Svært bra
Karrieremulighetene *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jobbmuligheter *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muligheten for arbeidsplass *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Næringslivet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nettverket *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det generelle lønnsnivået *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Den generelle økonomiske veksten *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Hvordan vil du beskrive følgende egenskaper ved Båtsfjord kommune:

	Svært billig	Billig	Litt billig	Nøytral	Litt dyrt	Dyrt	Svært dyrt
Det generelle prisnivået *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De generelle levekostnadene *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prisnivået på boligmarkedet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prisnivået for å leie bolig *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

	Svært dårlig	Dårlig	Litt dårlig	Nøytral	Litt bra	Bra	Svært bra
Tilgjengeligheten på boliger *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Hvordan vil du beskrive følgende sosiale forhold ved Båtsfjord kommune:

	Svært dårlig	Dårlig	Litt dårlig	Nøytral	Litt bra	Bra	Svært bra
Tilgangen på sosiale møteplasser *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilstedeværelse av jevnaldrende *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tryggheten / sikkerheten *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

	Svært uvennlige	Uvennlige	Litt uvennlige	Nøytral	Litt vennlige	Vennlige	Svært vennlige
Menneskene i Båtsfjord kommune er: *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Hvordan vil du beskrive følgende egenskaper ved Båtsfjord kommune:

	Svært dårlig	Dårlig	Litt dårlig	Nøytral	Litt bra	Bra	Svært bra
Transportmulighetene *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kvaliteten på veiene *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veiforbindelsene *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bussforbindelsene og busstilbudet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Båtforbindingene og båttilbudet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flyforbindelsene og flytilbudet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sosial påvirkning

i Dette elementet vises kun dersom alternativet «Ja» er valgt i spørsmålet «Jeg bor eller har tidligere bodd i Båtsfjord kommune:»

Hvor uenig/enig er du i følgende påstander:

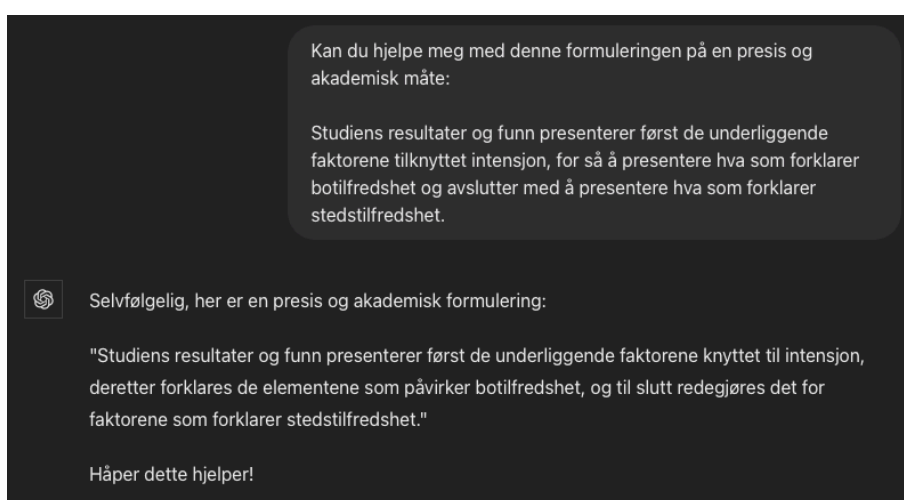
Personer som er viktige for meg ...

	Svært uenig	Uenig	Litt uenig	Nøytral	Litt enig	Enig	Svært enig
... ønsker at jeg skal bo i Båtsfjord kommune *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... forventer at jeg skal bo i Båtsfjord kommune *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... oppfordrer meg til å bo i Båtsfjord kommune *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vedlegg 7. Bruk av kunstig intelligens

I masteroppgaven har kunstig intelligens (ChatGPT, versjon 4 og 3.5) blitt benyttet som hjelpeverktøy. ChatGPT er benyttet for språkvask, for eksempel ved å presisere og dele opp allerede produsert tekst. Det er også benyttet for hjelp til tolkning og oversettelse av enkelte fagartikler for å bekrefte at vår oppfatning stemmer. Kunstig intelligens er på ingen måte benyttet for innhenting av informasjon eller generering av ny tekst til oppgaven. Vi vurderer dermed ikke bruken av kunstig intelligens til å ha noen betydning for studiens kredibilitet. Se eksempel:

Eksempel på språkvask:



Kan du hjelpe meg med denne formuleringen på en presis og akademisk måte:

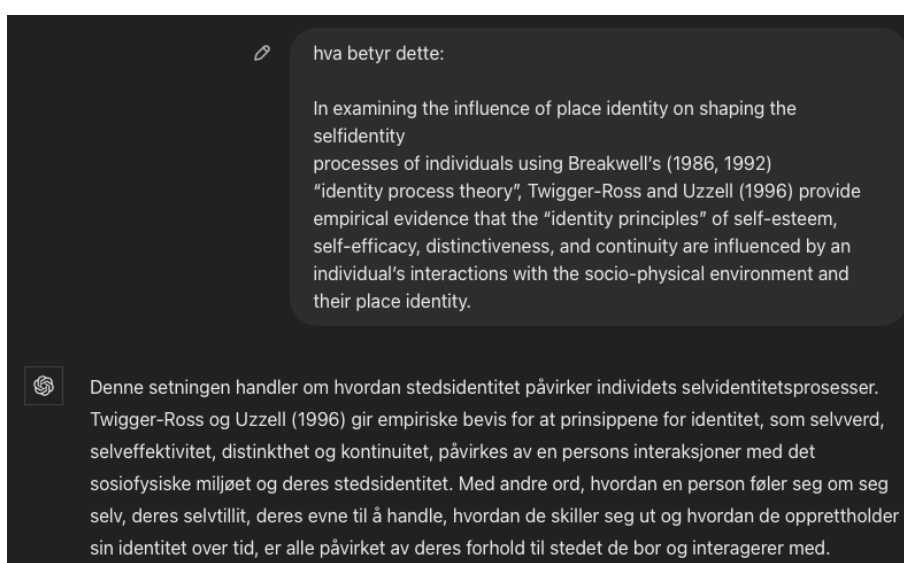
Studiens resultater og funn presenterer først de underliggende faktorene tilknyttet intensjon, for så å presentere hva som forklarer botilfredshet og avslutter med å presentere hva som forklarer stedstilfredshet.

Selvfølgelig, her er en presis og akademisk formulering:

"Studiens resultater og funn presenterer først de underliggende faktorene knyttet til intensjon, deretter forklares de elementene som påvirker botilfredshet, og til slutt redegjøres det for faktorene som forklarer stedstilfredshet."

Håper dette hjelper!

Eksempel på tolkning av fagartikkel:



hva betyr dette:

In examining the influence of place identity on shaping the selfidentity processes of individuals using Breakwell's (1986, 1992) "identity process theory", Twigger-Ross and Uzzell (1996) provide empirical evidence that the "identity principles" of self-esteem, self-efficacy, distinctiveness, and continuity are influenced by an individual's interactions with the socio-physical environment and their place identity.

Denne setningen handler om hvordan stedsidentitet påvirker individets selvidentitetsprosesser. Twigger-Ross og Uzzell (1996) gir empiriske bevis for at prinsippene for identitet, som selverv, selveffektivitet, distinkthet og kontinuitet, påvirkes av en persons interaksjoner med det sosiofysiske miljøet og deres stedsidentitet. Med andre ord, hvordan en person føler seg om seg selv, deres selvtillit, deres evne til å handle, hvordan de skiller seg ut og hvordan de opprettholder sin identitet over tid, er alle påvirket av deres forhold til stedet de bor og interagerer med.

