

TÅGET TILL EUROPA

EN KVANTITATIV STUDIE OM VILKA FAKTORER SOM
PÅVERKAR SVENSKA KONSUMENTERS BENÄGENHET
ATT RESA MED TÅG INOM EUROPA

GUSTAV OLSSON

OLIVIA DEHLIN

Bachelor Thesis

Stockholm School of Economics

2021



Tåget till Europa: En kvantitativ studie om vilka faktorer som påverkar svenska konsumenters benägenhet att resa med tåg inom Europa

Abstract:

The transport industry is responsible for more than 20% of global Co2 emissions, which has resulted in an ongoing debate and several initiatives on EU-level to enable a united European railway as a step towards more sustainable travelling. This quantitative study, based on the Theory of Planned behaviour, aims to investigate which factors affect Swedish consumers' willingness to travel by train to other European countries for entertainment purposes, and the relative importance of these factors. The discoveries suggest that Attitude is best used to predict behaviour, in comparison to Subjective norm and Perceived behaviour control. In turn, Attitudes are best predicted by (in hierarchical order) Environmental impact, Price, Ease of booking and Convenience. Based on these insights, implications for policymakers and commercial actors are presented.

Keywords: Sustainable transportation, Sustainable tourism, Train travelling, Attitudes, Theory of Planned Behaviour

Authors:

Olivia Dehlin (24104), Gustav Olsson (24225)

Tutor:

Henrik Glimstedt, Associate Professor, Department of Marketing and Strategy

Examiner:

Patric Andersson, Associate Professor, Department of Marketing and Strategy

Bachelor Thesis

Bachelor Program in Business & Economics

Stockholm School of Economics

© Olivia Dehlin & Gustav Olsson, 2021

Innehållsförteckning

1. Introduktion	5
1.1 Bakgrund	5
1.2 Problemformulering	6
1.3 Syfte och frågeställningar	7
1.4 Avgränsningar	7
1.5 Förväntat bidrag	7
1.6 Uppsatsens disposition	8
2. Tidigare litteratur och teoretiskt ramverk	8
2.1 Historisk forskning om attityders påverkan på resebeteende	8
2.2. Theory of Planned Behaviour	9
2.3 Kritik av Theory of Planned Behaviour (TPB)	11
2.4 Tidigare litteratur relaterat till TPB och val av transportmedel	12
2.4.1 Direkta variabels relation till beteendeintention	12
2.4.2 Indirekta variabler	12
2.5 Hypoteser baserade på TPB	14
3. Metod	15
3.1 Vetenskapligt tillvägagångssätt	15
3.1.1 Theory of Planned Behaviour	15
3.1.2 Urval av variabler	15
3.2 Enkätutformning	16
3.3 Undersökta variabler	17
3.3.1 Beroende variabel	17
3.3.2 Direkta mått	18
3.3.2.1 Attityd	18
3.3.2.2 Subjektiv norm	18
3.3.2.3 Upplevd beteendekontroll	18
3.3.3 Indirekta mått	19
3.3.3.1 Föreställningar om beteendet	19
3.3.3.2 Föreställningar om normer	19
3.3.3.3 Föreställningar om kontroll	20
3.4 Datainsamling och analys	21
3.4.1 Datainsamling	21
3.4.2 Analys av data	21
3.5 Reliabilitet and validitet	21
3.5.1 Reliabilitet	21
3.5.2 Validitet	22
3.5.2.1 Intern validitet	22
3.5.2.2 Extern validitet	22

4. Resultat	23
4.1 Direkta mått	23
4.2 Indirekta mått	24
4.2.1 Indirekt mått på Attityd	25
4.2.2 Indirekt mått på Subjektiv Norm	26
4.2.3 Indirekt mått på Upplevd Beteendekontroll	27
4.3 Resultat i relation till hypoteser	28
5. Diskussion	29
5.1 Sammanfattning av fynd och dess relation till tidigare litteratur	29
5.2 Implikationer	30
5.3 Begränsningar och kritik gentemot studien	33
6. Referenser	35
Appendix	39

1.Introduktion

1.1 Bakgrund

I december 2015 slöts det så kallade Parisavtalet som en reaktion på en oroande klimatutveckling där merparten av världens nationer förband sig att aktivt begränsa den globala uppvärmning genom minskade utsläpp av växthusgaser. En betydande sektor i detta avseende är transportsektorn, vilken står för en dryg femtedel av de globala koldioxidutsläppen. I absoluta termer har sektorns utsläpp på global nivå ökat med 78% mellan 1990 och 2019 (European Commission, 2020).

En väsentlig andel av transportsektorn utgörs av resande i nöjessyfte. Människor har ett stort intresse av att resa och se nya delar av världen; inte minst har denna inneboende önskan tydliggjorts i och med de restriktioner den pågående Covid-19-pandemin medfört. Data från European Travel Commission (ETC, 2021) publicerad i April 2021 visar exempelvis att 56% av europeerna planerar att genomföra en resa innan Augusti 2021. En majoritet av internationella turister väljer idag att resa med flyg eller bil inom Europa då det uppfattas som mer bekvämt, praktiskt samt enklare att planera och boka. Vissa destinationer förlitar sig dessutom uteslutet på existerande avtal med flygbolag (ETC, 2021). Det kan konstateras att båda dessa transportmedel, i dagsläget medför betydande koldioxidutsläpp vilket inte ger förutsättningar för hållbart resande på längre sikt (Naturskyddsföreningen).

För att förena människors efterfrågan på resor med en hållbar framtid finns ett tydligt behov av att utforska alternativa transportmedel. Tåg är ett lovordat hållbart transportmedel, och stora satsningar görs nu för att ge bättre förutsättningar för tågresande. År 2014 införde EU bland annat *Det fjärde järnvägspaketet* som syftar till att reducera de hinder som finns för skapandet av ett gemensamt europeiskt järnvägsområde (Europeiska rådet, 2017). Vidare presenterades 2019 *The European Green Deal*, i vilken ett skifte mot mer hållbara transportmedel lyfts fram som en viktig komponent för att uppnå de klimatmål som satts (ETC, 2020). Trots att det finns en stor medvetenhet kring utsläppen förknippade med flyg och bil är andelen turister som väljer tåg som transportmedel inom Europa mycket låg; år 2018 var andelen av europeiska

resenärer som reste med tåg endast 2% (ETC, 2020). Detta kan dock variera länder emellan beroende på närhet till andra europeiska länder samt utbud av tågresor. Givet tågets klimatvänliga egenskaper, dess idag mycket begränsade marknadsandel och de stora satsningar som görs för att ändra detta finns en enorm potential för järnvägen att bidra till ett mer hållbart resande¹.

Emellertid sker stora teknologiska framsteg inom både bilindustrin och flygindustrin främst i form av elektrifiering. År 2020 utgjorde rena elbilar 9,6 % av alla nyregistrerade bilar och laddhybrider 22,6 % (Bil Sweden, 2021). 2020 gjordes även testflygningar av elflyg på kortare sträckor med upp till nio passagerare, och i framtiden spås de spela en stor roll i att reducera utsläpp från flygsektorn, åtminstone när det kommer till europeiska inrikesflyg. I Norge finns målsättningar om att samtliga inrikesflyg ska vara eldrivna senast 2040. ELISE, Elektrisk Lufttransport i Sverige, utvecklar just nu flygmodeller som 2025 kommer att kunna transportera upp till 19 passagerare (Alsne, 2020).

Parallellt med elektrifiering av bil och flyg, sker även stora satsningar inom tågindustrin. I april 2021 meddelade SJ att de öppnar för resor ner till Europa med start senast sommaren 2022. Monica Lingegård, VD för SJ, har stark tilltro till den nya satsningen och räknar med högt bokningstryck. Hon menar att tåg till Europa är en prioritet, inte minst för att hålla jämna steg med flygbranschen där bokning med en kombination av olika bolag varit standard sedan lång tid tillbaka (Dagens Nyheter, 2021-04-14). Det pågår en större satsning på nattåg runt om i Europa; under 2021 kommer nattåg att börja köra sträckan Wien-Paris samt Zürich-Amsterdam. 2023 planeras det för Berlin-Bryssel och 2024 ansluter eventuellt Barcelona till det gemensamma nätverket (World Economic Forum, 2021).

1.2 Problemformulering

Tåg är ett fördelaktigt transportmedel ur klimatsynpunkt. Det finns möjligheter att boka tågresor inom Europa, ändå är det något en relativt liten andel, (2%, ETC, 2020) av europeiska resenärer nyttjar. Givet denna situation är det av intresse att undersöka vad

¹ Att tåg skulle vara ett mer hållbart alternativ till flyg eller bil förutsätter att energin som används för att transportera tågen är fossilfri. Om t.ex. kolkraft är den primära energikällan för att driva tåg kan graden av hållbarhet diskuteras.

som kan göras utifrån ett strategi- och marknadsföringsperspektiv för att förändra detta beteende.

1.3 Syfte och frågeställningar

För att förstå hur vi kan få en större andel europeiska resenärer att nyttja möjligheten att resa med tåg i Europa är det av grundläggande betydelse att förstå vad som styr konsumentens benägenhet att engagera sig i beteendet. Detta lyfts fram i flera studier, däribland Vredin Johansson (2005) samt Liu (2017) vilka beskriver att, om regeringar skall uppnå målen för en hållbar transportsektor, är det av avgörande betydelse att beslutsfattare förstår vilka faktorer som hindrar och påverkar individer vid val av klimatvänliga transportval. Således blir studiens huvudsakliga frågeställning: “Vilka faktorer påverkar svenska konsumenters benägenhet att ta tåget till andra europeiska länder i nöjessyfte, och vad är den relativa betydelsen av dessa?”

1.4 Avgränsningar

Då studien baseras på Theory of Planned Behaviour (TPB), vilken redogörs för i Avsnitt 2, tas ingen hänsyn till faktiskt beteende utan endast beteendeintention. Inte heller behandlas de externa orsakerna bakom respondenternas subjektiva uppfattningar, såsom politik, infrastruktur, ekonomi och teknisk utveckling. Till följd av resursbrist har vi valt att enbart undersöka nöjesresor och att begränsa oss till svenska konsumenter.

1.5 Förväntat bidrag

Studien förväntas bidra till att informera europeiska aktörer inom rese- och transportsektorn om vilka faktorer som påverkar konsumenters benägenhet att välja tåg som transportmedel för resor inom Europa, samt den relativa betydelsen av dessa faktorer.

Utifrån dessa insikter kan politiska beslutsfattare vägledas i frågor om vilka insatser och investeringar som bör prioriteras för att stärka tågets ställning som transportmedel vid resor inom Europa. Utöver politiska beslutsfattare förväntas dessa insikter även vara vägledande för kommersiella aktörer vid utformning av strategi, tjänsteerbjudande samt

identifiering av affärsmöjligheter. Vidare kan dessa insikter vägleda marknadsförare avseende innehåll och budskap för att maximera effekt av kommunikation.

Ur teoretisk synvinkel bidrar studien med testning av TPB och huruvida de förhållanden som teorin stipulerar råder, även inom den kontext denna studie avgränsats till.

1.6 Uppsatsens disposition

Inledningsvis redogörs för relevant litteratur och teori, vilket legat till grund för utformning av hypoteser och metodik. Detta följs sedan av ett metodavsnitt. Därefter presenteras resultat samt diskussion och implikationer i förhållande till dessa. Vidare presenteras begränsningar och förslag för framtida forskning. Slutligen redogörs för källhänvisning och appendix.

2. Tidigare litteratur och teoretiskt ramverk

Denna sektion presenterar tidigare litteratur och teorier som ligger till grund för studien. Inledningsvis beskrivs historisk forskning om attityders relation till resebeteende, följt av en redogörelse av det teoretiska ramverket TPB samt de variabler som ingår i modellen. Därefter diskuteras resultat av tidigare studier, vilka ger oss en indikation om de olika komponenternas betydelse och vad som faktiskt påverkar konsumenters benägenhet att resa med tåg till Europa.

2.1 Historisk forskning om attityders påverkan på resebeteende

Predicering av resebeteende baserat på vetenskap om människors attityder har intresserat forskare under lång tid och var populärt framförallt under 70- och 80-talet (Stopher, 1996), där ett flertal olika metoder och modeller användes (Everett and Watson, 1987). I allmänhet var resultaten icke tillfredsställande och 1979 postulerade Dumas (1979) att det inte fanns någon accepterad teori om resebeteende som inkluderar attityder, vilken kan användas för att predicera faktiskt beteende. Dock har dessa icke tillfredsställande resultat antagits bero på bristande metodik och inte på bristande relation mellan attityder och beteende. En teoretisk modell, vilken adresserade detta problem, är TPB.

2.2. Theory of Planned Behaviour

TPB, *Theory of Planned Behaviour*; (Ajzen, 1991) är en välkänd teori inom beteendepsykologi, vilken avser predicera och förklara mänskliga beteenden i specifika sammanhang. Vid en litteraturgenomgång har det konstaterats att det finns ett starkt empiriskt stöd för TPB och att den tillämpats på en lång rad olika och vitt skilda beteenden, i allt från röstning i politiska val, till hälsorelaterade beteenden (Manstead & Parker, 1995).

TPB-modellen är numera det vanligast förekommande verktyget för att studera relationen mellan attityder och resebeteende (Bamberg et al., 2003, Chen & Chao, 2011, Chen & Lai, 2011, Thøgersen & Møller, 2008, Heath & Gifford, 2002). Detta faktum

bekräftar lämpligheten i senare metodval. Statens väg- och transportforskningsinstitut har fastslagit att TPB är en användbar modell för att studera resebeteende (Nolén, 1998), vilket ytterligare styrker att det är en lämplig teori i detta sammanhang.

TPB hävdar att beteendeintention har god bäring på faktiskt beteende (Forward, 1996). Vid tidigare studier där sambanden mellan intention och beteende mätts har korrelationskoefficienterna varierat mellan 0,72 och 0,96 (Eriksson, 2007). Implikationen av detta är att, i de fall faktiskt beteende inte kan mätas, är mätning av Intention ett fullgott alternativ. Dessa intentioner härleds i sin tur från Attityder, Subjektiva normer och Upplevd beteendekontroll (direkta mått).

- *Attityd* definieras i denna studie som en relativt varaktig tendens att reagera på någon eller någonting på ett sätt som reflekterar en positiv eller negativ värdering av personen eller föremålet (Manstead, 1995).

- *Subjektiv norm* definieras i denna studie som i vilken utsträckning respondenten uppfattar att dennes omgivning anser att denne bör agera på ett visst sätt.

- *Upplevd beteendekontroll* definieras i denna studie som uppfattningen av hur väl man tror sig klara av att utföra beteendet i en given situation, dvs. om man som helhet tycker att beteendet är lätt eller svårt att utföra.

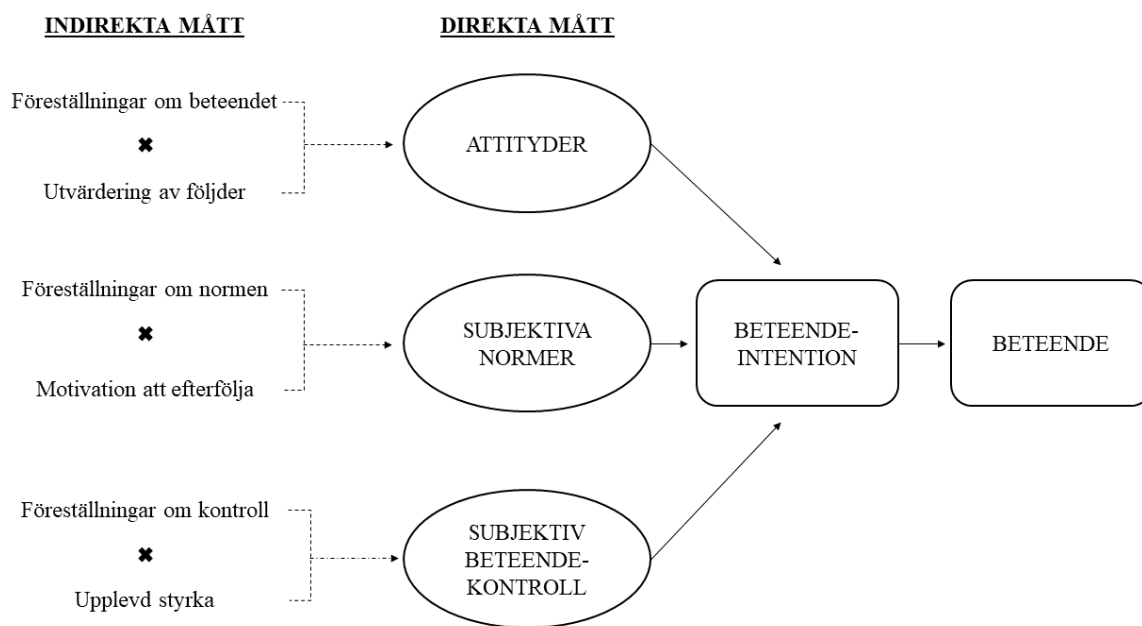
Dessa mått härleds i sin tur från olika föreställningar (indirekta mått). Det går att dela in dessa föreställningar i tre olika typer:

- *Föreställningar om beteendet*, vilket antas influera attityder gentemot beteendet. I allmänhet skapar vi människor oss föreställningar om ett objekt genom att associera det med olika attribut såsom andra objekt, egenskaper eller händelser. Avseende attityder gentemot beteenden sammankopplas beteendet med olika följder man förväntar sig att beteendet skall leda till (Ajzen, 1991).

- *Föreställningar om normer*, vilka utgör den underliggande determinanten för Subjektiva normer. Dessa föreställningar utgörs av uppfattad sannolikhet att andra individer accepterar eller förkastar utförandet av ett visst beteende (Ajzen, 1991).

- *Föreställningar om kontroll*, vilka utgör grunden för uppfattningar om beteendekontroll. Dessa avser närvaro eller frånvaro av tillräckliga resurser och möjligheter. Dessa kan formas av både tidigare upplevelser eller andrahandsinformation om beteendet. Desto fler resurser och möjligheter en individ upplever att den har, och desto färre hinder och restriktioner de förutser, desto större borde deras upplevda kontroll över beteendet vara (Ajzen, 1991).

Utöver dessa variabler antar TPB att externa variabler avseende demografi, personlighet med mera förvisso har en påverkan på beteenden. Detta antas dock ske indirekt genom att först påverka ovan nämnda variabler, varför beaktande av externa variabler inte medför nämnvärt förbättrade förklaringsvärden (Ajzen, 1991).



Figur 1: Theory of Planned Behaviour

2.3 Kritik av Theory of Planned Behaviour (TPB)

Kritik har lyfts om att TPB inte besitter förmågan att förutspå beteende till önskad grad. Det har till exempel påvisats att teorin fungerar sämre i studier som i högre grad applicerats ute i den riktiga världen och där utfall uppmätts objektivt, än i de studier som innefattat universitetsstudenter och där utfall uppmätts via självskattningsformulär

(Sniehotta et al., 2014). Det har även ifrågasatts huruvida en studie baserad på endast fyra faktorer skulle vara tillräckligt för att kunna förutspå faktiskt beteende, som dessutom väljer att utesluta undermedvetna influenser och emotioner (Conner et al., 2013). Kritik har även lyfts fram om att TPB varken tar hänsyn till personliga egenskaper hos respondenterna eller externa förhållanden (Liu, 2017).

Flera studier om relationen mellan attityder och beteende har kunnat påvisa betydelsefull diskrepans mellan attityd och beteende, särskilt när attityderna i fråga är vagt relaterade till det faktiska beteendet. Att mäta sannolikheten i ett enskilt beteende, som att någon väljer ekologiskt i matbutiken skulle till exempel vara svårt givet att attityden som mäts är respondentens allmänna inställning till klimatfrågan (Vredin Johansson, 2005).

2.4 Tidigare litteratur relaterat till TPB och val av transportmedel

TPB har som tidigare redogjorts för applicerats på en mängd olika studier med anknytning till resebeteende. Generaliserbarheten hos studiernas resultat kan dock ifrågasättas då de ofta utgår från specifika kontextuella faktorer, såsom syfte med transporten, transportmedel, befolkning och geografi. Betydelsen av sådana kontextuella faktorer åskådliggörs inte minst i Forwards (2004) studie där samma metodik gav betydande skillnader i resultat beroende på om det var Amsterdam, Barcelona, Köpenhamn eller Göteborg som studerades samt om transportmedlet var gång, cykel eller bil. För att formulera välinformerade hypoteser har en genomgång gjorts av ett urval av studier på området.

2.4.1 Direkta variabelers relation till beteendeintention

Det kan utifrån ett flertal studier konstateras att attityder har signifikant bäring på resebeteende (Parkany et al., 2004, Beirão & Sarsfield Cabral, 2007) och att detta är en viktigt determinant. Även Vredin Johanssons (2005) studie bekräftar attityders påverkan på människors val av transportmedel. De lyfter även fram relevansen av förståelse av relationen mellan dessa variabler (Intention och Attityder) för beslutsfattare och aktörer inom rese- och transportbranschen, vilket sannolikt kan bidra till utformning av riktlinjer när det kommer till hållbara transporter. I Forwards (2004) studie, vilken

utreder valet mellan transportmedel (tåg, cykel, till fots), påvisas å andra sidan att Upplevd beteendekontroll är den faktor med störst förklaringsvärde av Intention, följt av Subjektiv norm och därefter Attityder. Davis et.al (2002) påvisar vidare att beteendets karaktär i stor grad kan anses ha en påverkan på hur stor effekt Upplevd beteendekontroll har, beroende på mängden omgivande faktorer som ligger utanför subjektets kontroll.

2.4.2 Indirekta variabler

Tidigare studier visar alltså att alla tre direkta variabler, Attityd, Subjektiv Norm och Upplevd beteendekontroll, har någon slags bäring på Intention. I termer av indirekta variabler, i form av förklarande faktorer, finns, kopplat till resebeteende, främst data på Attityder.

När det kommer till bakomliggande faktorer till Attityd fastslås i en studie av Liu (2017), vilken behandlar kollektivtrafik i Taiwan, att priset är av störst betydelse vid val av transportmedel följt av tid och bekvämlighet. Detta bekräftas av Johansson Vredin (2005) i vilken både pris och tid anses mest signifikanta tätt följda av flexibilitet samt bekvämlighet. Att pris och tid har störst påverkan med komfort som en sekundär aspekt stöds även av Hergesell & Dickinger (2013), som undersöker hållbara transportalternativ vid semesterresor hos studenter. Sammanfattningsvis påvisar tidigare litteratur att pris och tid värderas högst, följt av komfort. Resultaten är dock komplexa med varierande betydelse av olika delkomponenter till tid (punktlighet, restid dörr till dörr) samt visar på en negativ tröskel för resor med tåg över fem timmar (Hergesell & Dickinger, 2013).

I en kandidatuppsats om paketresor i samband med tågresor av Barten & Hernqvist (2020) kunde påvisas att i de fall respondenten starkt identifierade sig med tågresande; i detta fall var de aktiva i en sluten Facebookgrupp för sk *tågentusiaster*; värderades pris och bekvämlighet betydligt högre än restid vid valet av tåg.

Det har även påvisats att en positiv inställning till miljö ökar sannolikheten att välja ett hållbart transportmedel såsom tåg, framför mindre hållbara alternativ (Vredin Johansson, 2005).

I termer av bakomliggande faktorer till Subjektiv norm kan utifrån tidigare studier (på andra områden än transport) konstateras att personer som står en nära (Familj) har större inverkan på individens Subjektiva norm än andra (Vänner) (Eriksson, 2007).

	Liu (2017)	Johansson Vredin (2005)	Hergesell & Dickinger (2013)	Barten & Hernqvist (2020)
1	Pris	Pris	Pris	Pris
2	Tid	Tid	Tid	Bekvämlighet
3	Bekvämlighet	Flexibilitet	Bekvämlighet	Tid
4	-	Bekvämlighet	-	-

Tabell 1: Rangordning av förklarande variabler till Attityd

2.5 Hypoteser baserade på TPB

Med utgångspunkt i resultat från nämnda studier formulerades följande hypoteser för studien:

<p>H1: Upplevd beteendekontroll är den variabel som i störst utsträckning predicerar beteendeintention, i relation till Attityder och Subjektiv norm</p> <p>H2: Pris och restid är de faktorer som i störst utsträckning predicerar Attityd</p> <p>H3: Personer 'som står respondenten närmast' är de som i störst mån predicerar Subjektiv norm</p> <p>H4: Lång restid är den faktor som i störst utsträckning predicerar Upplevd beteendekontroll</p>

Figur 2: Hypoteser om svenska konsumenters benägenhet att resa med tåg till Europa

Hypotes 1 behandlar Direkta mått och deras relation till beteendeintention. Den tar stöd av resultat från tidigare studier om resebeteenden. Till grund för denna hypotes ligger även antaganden om att resande med tåg innehåller flera osäkra moment som står utanför individens kontroll, såsom restid, antal byten och bokningsmöjligheter.

Hypotes 2 behandlar de föreställningsbaserade variabler som predicerar Attityd och är grundad på tidigare studier (se tabell 1), vilka sammantaget antyder att Pris och Restid har stor bäring på Attityd i liknande kontexter.

Hypotes 3 behandlar de föreställningsbaserade variabler som predicerar Subjektiv norm. Denna hypotes är grundad i resultat från tidigare studier, visserligen av andra kontexter, vilka hävdar att personer som står en närmare har större påverkan på Subjektiv norm.

Hypotes 4 behandlar de föreställningsbaserade variabler som predicerar Upplevd beteendekontroll. Denna hypotes är främst grundad i resultat från en mindre pilotstudie som gjordes i syfte att identifiera vilka faktorer som skulle ingå i den enkätundersökning som nämns i efterföljande avsnitt. Där framstod lång restid som den faktor som utgjorde störst hinder.

3. Metod

3.1 Vetenskapligt tillvägagångssätt

3.1.1 Använd metod

Denna studie syftar till att förklara vilka faktorer som påverkar svenska konsumenters benägenhet att resa med tåg till Europa, samt den relativa betydelsen av dessa faktorer. Studien tar primärt utgång i en deduktiv ansats där etablerad teori, i detta fall TPB, används för att förklara de olika faktorernas påverkan. Emellertid är studiens fynd och implikationer delvis av induktiv karaktär då dessa inte enbart ämnar bekräfta befintlig teori utan även bidra till ny förståelse och kunskap på området.

Studien är utformad som en tvärsnittsstudie där vi med hjälp av en kvantitativ enkätundersökning, på ett systematiserat sätt kunnat inhämta och statistiskt utvärdera data för att finna variation och relation mellan variabler och för att urskilja generaliserbara mönster. Enkätundersökningen utfördes i form av ett frågeformulär som respondenterna själva besvarade.

En alternativ metod hade varit att använda sig av strukturerade intervjuer. Fördelen med strukturerade intervjuer är att datan blir mer uttömmande och nyanserad, samt att man kan följa respondenternas tankegångar, dock finns invändningar till metoden såsom att personen som intervjuar influerar respondenten åt något håll, graden av influens är dock omdiskuterad (Bryman & Bell 2015). Trots fördelarna valdes metoden dock bort till följd av resursbrist. Just på grund av denna resursbrist bedömdes enkätundersökningen som ett bra alternativ.

3.1.2 Urval av variabler

I syfte att identifiera faktorer som kan anses utgöra betydande hinder, vilket ligger till grund för mätning av Upplevd beteendekontroll i huvudstudien, gjordes en pilotstudie utifrån ett bekvämlighetsurval på tio personer. Utifrån fördefinierade svarsalternativ, samt möjligheten att svara fritt ställdes frågan ”Vilka faktorer eller omständigheter

skulle försvåra för dig att ta tåget ut i Europa?” Utifrån dessa svar kunde urskiljas att Restid, Antal byten och Bokningsmöjligheter var tre betydande faktorer.

Avseende indirekt mått på Subjektiv norm gjordes, i likhet med tidigare studier, en distinktion mellan tre grupper. Detta i syfte att kartlägga om någon utav dessa grupper har större påverkan på respondentens Subjektiva norm. Dessa tre grupper var:

1. Min följarskara på sociala medier
2. Mina kollegor/ klasskompisar/bekanta
3. Personer som står mig närmast

Avseende indirekt mått på Attityd och vilka faktorer som förklarar detta, har Hergesell & Dickinger (2013) jämfört olika transportmedel mot varandra med hjälp av variablerna Pris, Tid och Bekvämlighet. Vi har emellertid valt att nyansera begreppen tid och bekvämlighet för att täcka in ett större spann preferenser hos våra respondenter. Vi har även valt att inkludera faktorn miljöpåverkan då vi anser att den är högst relevant med tanke på den debatt som förs kring miljö och hållbarhet i samhället i stort. Att miljöpåverkan har bäring i val av transportmedel har även påvisats av Vredin Johansson (2005). De sju olika indirekta variabler med avseende på Attityd som definierats är:

1. Restid från dörr till dörr
2. Tillförlitlighet
3. Antal byten
4. Bekvämlighet
5. Enkelhet att boka
6. Pris
7. Miljöpåverkan

3.2 Enkätutformning

Med utgångspunkt i TPB och dess variabler utformades en enkätundersökning (Se Appendix 8 för fullständigt formulär). Formuläret distribuerades online via Facebook och riktades till svensktalande respondenter. Enkäten skapades i Microsoft forms och bestod av 28 frågor i slumpartad ordning som alla var obligatoriska att svara på.

Inledningsvis beskrevs syftet med studien, svarstid, att alla svar är anonyma samt möjligheten att vara med och delta i utlottningen av ett presentkort på Systembolaget. Därefter efterfrågades samtycke till villkor i enlighet med GDPR.

Samtliga frågor besvarades utifrån likertskalor med förkodade svarsalternativ, vilket underlättade statistisk analys av data. Målsättningen var att frågeställningarna skulle återspegla respektive mått så gott som möjligt, och för att öka tillförlitligheten i mätningarna ställdes i flera fall ett flertal frågor med avseende på varje mått. Som ett mått på hur väl frågorna mäter samma fenomen mättes intern konsistens i form av Cronbachs alpha (se Appendix 1 för redogörelse).

3.3 Undersökta variabler

3.3.1 Beroende variabel

Den beroende variabeln vi önskar mäta (Beteendeintention) är definierad utifrån Ajzens (2002) föreskrivna ramverk **TACT** - **T**arget, **A**ction, **C**ontext, **T**ime och definieras som: *Sannolikheten att respondenten kommer resa med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år.* För att mäta denna intention fick respondenterna besvara två frågor:

1. *Jag har för avsikt att resa med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år, vilken besvarades utifrån skalan 1 (Inte alls sannolikt) till 7 (Mycket sannolikt).*
2. *Det är sannolikt att jag kommer resa med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år, vilken besvarades utifrån skalan 1 (Instämmer inte alls) till 7 (Instämmer helt).*

3.3.2 Direkta mått

3.3.2.1 Attityd

För att erhålla ett direkt mått på Attityden till beteendet fick respondenterna besvara två olika påståenden kopplade till frågan *“Att resa med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år uppfattar jag som”*. De två olika skalorna gick från 1 (Mycket otrevligt) till 7 (Mycket trevligt), 1 (Mycket dåligt) till 7 (Mycket bra).

3.3.2.2 Subjektiv norm

För att erhålla ett direkt mått på respondenternas Subjektiva norm fick respondenterna besvara två frågor:

1. *“Personer som är viktiga för mig är positiva till att jag tar tåget till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa”*, vilken besvarades utifrån skalan 1 (Instämmer inte alls) till 7 (Instämmer helt).
2. *“Personer i min närhet vars åsikter jag respekterar hade stöttat mig i att ta tåget till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år”*, vilken besvarades utifrån skalan 1 (Instämmer inte alls) till 7 (Instämmer helt).

3.3.2.3 Upplevd beteendekontroll

För att erhålla ett direkt mått på respondenternas Upplevda beteendekontroll fick respondenterna besvara två frågor:

1. *“Att ta tåget till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år är för mig”*, vilken besvarades utifrån skalan 1 (Helt omöjligt) till 7 (Helt möjligt)
2. *Om jag hade velat, hade jag kunnat, ta tåget till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år*; vilken besvarades utifrån skalan 1 (Instämmer inte alls) till 7 (Instämmer helt)

3.3.3 Indirekta mått

3.3.3.1 Föreställningar om beteendet

Två frågor ställdes med avseende på var och en av de sju identifierade följderna av att “resa med tåg till en stad i Europa (*Paris, Berlin, Amsterdam, etc*) i nöjessyfte någon gång under nästa år”.

Dels mättes *Föreställningens styrka, Behaviour belief strength (b)*, genom att låta respondenterna skatta i vilken uträkning de anser att sju påstådda följder är ett resultat av beteendet, utifrån skalan 1 (Instämmer inte alls) till 7 (Instämmer helt). Dels mättes *Utvärdering av följder, Outcome evaluation (e)*, genom att låta respondenterna skatta hur viktiga dessa följder är för dem, utifrån skalan 1 (Extremt oviktigt) till 7 (Extremt viktigt). Utifrån dessa mått beräknas ett aggregerat “föreställningsbaserat” mått på attityd genom att multiplicera respektive par av svar och summera dessa produkter.

$$A \propto \sum b_i e_i$$

A : Attityd

b_i : Belief strength (Föreställningens styrka)

e_i : Evaluation of the beliefs' attribute (Utvärdering av följder)

3.3.3.2 Föreställningar om normer

Dels mättes *Föreställningar om normen, Normative belief (n)* genom att kartlägga respondenternas uppfattade inställningar hos olika grupper i respondenternas omgivning, från 1 (Mycket negativ) till 7 (Mycket positiv). Dels mättes *Motivation att efterfölja, Motivation to comply (m)* genom att kartlägga hur stor vikt som lades vid respektive grupps åsikter, från 1 (Mycket oviktiga) till 7 (Mycket viktiga). Utifrån dessa två mått beräknas ett aggregerat “föreställningsbaserat” mått på Subjektiv norm genom att multiplicera respektive par av svar och summera dessa produkter.

$$SN \propto \sum n_i m_i$$

SN : Subjektiv norm

n_i : Normative belief (Normativ föreställning)

m_i : Motivation to comply (Motivation att efterfölja)

3.3.3.3 Föreställningar om kontroll

Dels mättes *Föreställningar om kontroll*, *Control belief* (c), genom att ställa två frågor avseende i vilken uträkning respondenterna anser att de tre faktorerna utgör hinder. Varje fråga utgjordes av ett påstående, vilka respondenterna kunde svara 1 (Instämmer inte alls) till 7 (Instämmer helt). De tre faktorer som utkristalliserades som potentiellt betydande hinder för beteendet var utifrån pilotstudien Restid, Antal byten och Bokningsmöjligheter. Dels mättes *Upplevd styrka*, *Perceived power* (p), hos varje av dessa faktorer, alltså i vilken uträkning faktorerna faktiskt hindrar respondenterna från att utföra beteendet. Utifrån dessa två mått beräknas ett aggregerade "föreställningsbaserat" mått på Upplevd beteendekontroll, *Perception of behavioral control* (PBC), genom att multiplicera respektive par av svar och summera dessa produkter:

$$PBC \propto \sum c_i p_i$$

PBC : Perception of behavioral control (Föreställning om beteendekontroll)

c_i : Control belief (Föreställning om kontroll)

p_i : Perceived power of the particular control factor (Upplevd styrka)

3.4 Datainsamling och analys

3.4.1 Datainsamling

Enkäten distribuerades via författarnas respektive nätverk av vänner på Facebook och låg uppe 18/4 -25/4 2021. Facebook valdes utifrån dess höga räckvidd och målgruppen var svenska konsumenter.

3.4.2 Analys av data

Datan från frågeformuläret i Microsoft Forms exporterades till Microsoft Excel för formatering och strukturering samt framtagning av deskriptiv statistik i form av medelvärden och standardavvikelse. Därefter exporterades datan till SPSS.

För att kontrollera prediceringen av de direkta måtten Attityd, Subjektiv norm och Upplevd beteendekontroll gentemot den beroende variabeln Intention utfördes en multipel regressionsanalys. För att kontrollera hur dessa direkta mått korrelerar med motsvarande indirekta föreställningsbaserad mått genomfördes ett Pearson's korrelationstest. För att skapa en djupare förståelse kring vilka bakomliggande föreställningar som påverkar de direkta måtten, utfördes multipla regressionsanalyser med avseende på respektive föreställnings produktpar. För att kunna uttala sig kring de olika betavikternas storlekar utfördes i samband med regressionsanalyserna t-tester. För alla statistiska tester användes ett alfa om högst 0,05, vilket föreskrivs av litteratur (Bryman & Bell, 2015).

3.5 Reliabilitet and validitet

3.5.1 Reliabilitet

Reliabilitet säkerställer att data mäts på ett korrekt och trovärdigt sätt (Bryman & Bell, 2015). Det finns flera tillvägagångssätt för att mäta detta. Vi har valt att undersöka förenligheten av utfallet med hjälp av *Internal consistency reliability* som skattas med hjälp av Cronbachs alfa på en skala mellan 0 och 1, där 0 står för avsaknad av intern reliabilitet och 1 för perfekt intern reliabilitet. För att Cronbachs alfa ska anses godtagbart bör det vara på minst 0,7 (Bryman & Bell, 2015). I denna studie har vi uppnått Cronbachs alfa på minst 0,7 i majoriteten av fall, dock ej samtliga, vilket bör betraktas som en svaghet hos studien avseende reliabilitet.²

² Värdena skall tolkas med förbehåll för att Cronbach's alfa generellt sett skall beräknas på ett större antal påståenden som alla mäts på en identisk skala. Såldes föreligger vissa frågetecken kring de beräkningar som utförts till följd av att de berört få (ofta två) påståenden som därtill mätts på olika skalor.

3.5.2 Validitet

Validitet är ett mått för att påvisa relevans i det som mäts (Bryman & Bell, 2015) och kan delas in i intern och extern validitet.

3.5.2.1 Intern validitet

Intern validitet förklarar i vilken utsträckning studien haft en påverkan på respondentens beteende eller svar i ett experiment (Söderlund, 2010). För att minimera påverkan försåg vi respondenterna med enkätfrågorna i slumpartad ordning samt kvalitetssäkrade i viss mån flervalsfrågor med hjälp av pilotstudier. Vi ställde i slutet av undersökningen en så kallad *Instructional manipulation check (IMC)* för att säkerställa att respondenterna uppfattat undersökningens innehåll korrekt och därmed ytterligare stärka den interna validiteten. Frågan lydde *Handlade den här undersökningen om tåg?* och försågs med svaren *Ja*, *Nej* och *Vet ej*.

3.5.2.2 Icke representativt urval

Då insamlade enkäter inte kan anses komma från ett representativt urval måste stor försiktighet tillämpas när det kommer till att försöka generalisera eventuella resultat.

4. Resultat

4.1 Direkta mått

Utifrån mätningarna av de direkta måtten kunde konstateras att på en skala från 1 (lägst/mest negativt) till 7 (högst/mest positivt), så uppgick i snitt måttet på Attityd till 5,68 (SD=1,09), med andra ord en relativt positiv attityd. Måttet på Subjektiv norm uppgick till 5,24 (SD=1,18), med andra ord en relativt positiv norm. Måttet på Beteendekontroll uppgick till 5,72 (SD=0,92), med andra ord en relativt hög beteendekontroll.

För att kontrollera prediceringen av de direkta måtten gentemot den beroende variabeln Intention utfördes en multipel regressionsanalys. För att genomföra en multipel regressionsanalys behövde följande antaganden bekräftas:

- N=98 respondenter är tillräckligt givet det antal oberoende variabler som används i analysen (Memon et al., 2020).
- Antagandet om singularity håller för samtliga oberoende variabler.
- Mått på kollinearitet var inom tillåtna värden (Se Appendix 2) (Coakes, 2005; Hair et al., 1998).
- Q-Q-plot (Se Appendix 6), skevhet och toppighet (Se Appendix 7) för den beroende variabeln, Intention, bekräftar antaganden om normalfördelning (George & Mallery, 2010).

Utifrån regressionsanalysen konstateras att modellen som helhet förklarar 34% (se Tabell 2) av variansen i den beroende variabeln Intention. Ajzen & Fishbein (1980) menar att ett förklaringsvärde om minst 25% är att betrakta som högt. I ljuset av de, för vissa variabler, tillfredsställande resultaten på t-testerna ges förutsättning att uttala sig om dessa betaviktens respektive storlekar. Således kan konstateras att Attityder är den förklarande variabel med i särklass störst förklaringsvärde gentemot Intention. Denna var även den enda av de tre förklarande variablerna som bidrog med en statistiskt signifikant beta-vikt.

Tabell 2

Bakomliggande variabler till måttet Beteendeintention (beroende variabel)

Multipl regressionsanalys

Effect	Estimate (M)	SE	95% CI		p	Beta
			LL	UL		
Attityder	5,68	,1103	1,465	1,903	<0,01	0,47
Subjektiv norm	5,24	,1190	1,004	1,476	>0,05	0,15
Upplevd beteendekontroll	5,72	,0929	1,535	1,904	>0,05	0,10

$R^2_{adj} = 0,34$ $F=17,979$ ($p < 0,001$). $N=98$, betamåttet är standardiserat.

4.2 Indirekta mått

Utifrån mätningarna av de direkta måtten kunde konstateras att på en skala från 1 (lägst/mest negativt) till 7 (högst/mest positivt), så uppgick i snitt det föreställningsbaserade måttet på Attityd till 4,16 (SD=0,67), med andra ord varken positiv eller negativ attityd. Det föreställningsbaserade måttet på Subjektiv norm uppgick till 4,16 (SD=0,67), med andra ord varken positiv eller negativ norm. Det föreställningsbaserade måttet på Beteendekontroll till 4,00 (SD=0,02), med andra ord varken positiv eller negativ norm.

För att kontrollera huruvida de föreställningsbaserade måtten på Attityd, Subjektiv norm och Upplevd beteendekontroll korrelerar med respektive motsvarande direkta mått utfördes Pearsons korrelationstest vilket gav följande, statistiskt signifikanta ($p < 0,001$) korrelationskoefficienter: Attityd - Behavioral beliefs: 0,49, Subjektiv norm - Normative beliefs: 0,37, Upplevd beteendekontroll - Control beliefs: 0,28.

För att skapa en djupare förståelse kring vilka föreställningar som påverkar de direkta måtten utfördes multipla regressionsanalyser med avseende på respektive föreställnings

produktpar. För att genomföra dessa multipla regressionsanalyser behövde följande antaganden bekräftas:

- N=98 respondenter är tillräckligt givet det antal oberoende variabler som används i analyserna (Memon et al., 2020).
- Antagandet om singularitet håller för samtliga oberoende variabler.
- Mått på kollinearitet var inom tillåtna värden (Se Appendix 3, 4, 5) (Coakes, 2005; Hair et al., 1998)
- Q-Q-plot (Se Appendix 6), skevhet och toppighet (Se Appendix 7) för de beroende variablerna bekräftar antaganden om normalfördelning (George & Mallery, 2010)

4.2.1 Indirekt mått på Attityd

I tabell 3 redogörs för deskriptiv statistik för indirekta variabler bakom det indirekta måttet Attityd. Ett högt medelvärde för Behavioural belief strength (b) indikerar att respondenter har en positiv uppfattning av faktorn och ett lågt medelvärde att de har en negativ uppfattning. På samma sätt indikerar ett högt medelvärde för Outcome evaluation (e) att faktorn har en stor betydelse och ett lågt medelvärde att den har en liten betydelse.

Utifrån analysen av de bakomliggande faktorerna till Attityd (se tabell 3) kan konstateras att respondenterna uppfattar att restiden dörr till dörr är relativt lång och att många byten krävs. De uppfattar vidare att komforten är relativt låg och att det är relativt dyrt. Dessutom uppfattar de att det är relativt svårt att boka. Emellertid anser respondenterna att tåg har goda miljöeffekter och att det är ett tillförlitligt resealternativ. Gällande vilken vikt respondenterna fäster vid dessa faktorer går det utifrån analysen inte att urskilja några faktorer som skulle vara av större betydelse än andra. Således kan det konstateras att samtliga faktorer förefaller vara av relativt stor betydelse.

I termer av faktisk bäring på Attityd kan konstateras att Pris, Enkelhet att boka, Miljöpåverkan och Bekvämlighet har en statistiskt signifikant prediceringskraft av det direkta måttet Attityd. I ljuset av de, för vissa variabler, tillfredsställande resultaten på t-testerna (se Tabell 4) ges förutsättning att uttala sig om dessa betaviktors respektive storlekar.

Således kan det konstateras att Miljöpåverkan är den faktor med störst beta-vikt, följt av Pris och Enkelhet att boka, vilka har samma vikt, följt av variabeln Komfort, vilken i jämförelse med de andra signifikanta variablerna var den minst viktiga. Större produkt av (b*e) med avseende på dessa fyra variabler, var för sig, predicerar alla en mer positiv Attityd. Resultaten av testerna ger ej förutsättningar att uttala sig om resterande variabelers bäring på Attityd.

Tabell 3³

Deskriptiv statistik indirekta variabler Attityd

Effect	Behavioural belief strength (b)		Outcome evaluation (e)	
	M	SD	M	SD
Komfort	3,41	0,91	5,56	1,01
Pris	3,59	0,95	5,89	0,98
Restid dörr till dörr	3,28	0,98	5,55	1,12
Enkelhet att boka	3,91	1,07	5,56	1,12
Antal byten	3,91	1,07	5,56	1,12
Miljöpåverkan	4,86	0,85	5,49	1,36
Tillförlitlighet	5,01	1	5,53	1,08

³ Behaviour belief strength (b) 1=Instämmer inte alls 7=Instämmer helt
Outcome evaluation (e) 1=Mycket oviktigt 7=Mycket viktigt

Tabell 4*Bakomliggande variabler till det indirekta måttet på Attityd (beroende variabel)**Multipel regressionsanalys*

Effect	Estimate (M)	SE	95% CI		p	Beta
			LL	UL		
Komfort	18,791	,5609	1,678	3,904	<0,01	0,276
Pris	21,092	,6787	3,745	6,439	<0,001	0,402
Restid dörr till dörr	17,913	,6129	,697	3,130	>0,05	0,039
Enkelhet att boka	21,730	,7452	4,251	7,209	<0,001	0,402
Antal byten	21,765	,6043	4,566	6,965	>0,05	-0,39
Miljöpåverkan	27,143	,9032	9,350	12,935	<0,001	0,522
Tillförlitlighet	27,577	,7609	10,066	13,087	>0,05	0,176

$R^2_{adj} = 0,353$ $F = 8,556$ ($p < 0,001$) $N=98$, betamåttet är standardiserat

4.2.2 Indirekt mått på Subjektiv Norm

I tabell 5 redogörs för deskriptiv statistik för indirekta variabler bakom det indirekta måttet Subjektiv norm. Ett högt medelvärde för Normative belief strength (n) indikerar att respondenterna uppfattar att gruppen är positivt inställda till beteendet, och ett lågt att de har en negativ inställning. För Motivation to comply (m) indikerar ett högt medelvärde att gruppens åsikter värderas till stor grad och ett lågt medelvärde att de värderas till mindre grad.

Utifrån analyserna av de bakomliggande faktorerna till Subjektiv norm (se tabell 5) kan konstateras att alla tre grupper uppfattas vara relativt positivt inställda till att respondenten reser med tåg. Avseende hur de olika gruppernas åsikter värderades kan konstateras att “Personer som står mig närmast” var viktigast, följt av “Mina kollegor/klasskompisar/bekanta” och sist “Min följarskara på sociala medier”. I ljuset av de, för vissa variabler, tillfredsställande resultaten på t-testerna (se tabell 6) ges förutsättning att uttala sig om dessa betaviktens respektive storlekar. Emellertid var det enbart gruppen “Personer som står mig närmast” som bidrog med signifikant predicering av det direkta måttet Subjektiv norm. Större produkt av (n*m) med avseende på “Person som står mig närmast” predicerar starkare Subjektiv norm. Resultaten av testerna ger ej förutsättningar att uttala sig om resterande variabelers bäring.

Tabell 5⁴

Deskriptiv statistik indirekta variabler Subjektiv norm

Grupper	Normative belief strength (n)		Motivation to comply (m)	
	<i>M</i>	SD	<i>M</i>	SD
Min följarskara på sociala medier	5,09	1,07	2,14	1,39
Mina kollegor/ klasskompisar/bekanta	5,41	1,05	3,1	1,56
Personer som står mig närmast	5,47	1,21	4,45	1,65

⁴ Normative belief strength (n) 1=Mycket negativt 7=Mycket positivt
Motivation to comply (m) 1=Instämmer inte alls 7=Instämmer helt

Tabell 6

Bakomliggande variabler till det indirekta måttet Subjektiv norm (beroende variabel)

Multipel regressionsanalys

Grupper	Estimate (M)	SE	95% CI		p	Beta
			LL	UL		
Min följarskara på sociala medier	10,99	,793	-6,58	-3,44	>0,05	0,179
Mina kollegor/ klasskompisar/bekanta	16,57	,888	-1,19	2,33	>0,05	-0,189
Personer som står mig närmast	24,59	1 138	6,33	10,85	<0,001	0,507

$R^2_{adj} = 0,20$ F=9,071 (p < 0,001) N=98, betamåttet är standardiserat

4.2.3 Indirekt mått på Upplevd Beteendekontroll

I tabell 7 redogörs för deskriptiv statistik för indirekta variabler bakom det indirekta måttet Upplevd beteendekontroll. Ett högt medelvärde för Control belief strength (c) indikerar att respondenterna upplever faktorn positivt och ett lågt att de upplever den negativt. Ett högt medelvärde för Control belief power (p) betyder i sin tur att respondenterna upplever att faktorn utgör ett stort hinder och ett lågt medelvärde att det upplevs som ett litet hinder.

Utifrån analysen av de bakomliggande faktorerna till Upplevd beteendekontroll (se tabell 7) konstateras att respondenterna uppfattar restiden som relativt lång, att det krävs relativt många byten och att det varken är lätt eller svårt att boka. Gällande i vilken utsträckning dessa faktorer hindrar respondenten från att utföra beteendet utgör restid det största hindret, följt av antal byten och sist bokningsmöjligheter. I ljuset av de, för vissa variabler, tillfredsställande resultaten på t-testerna (se Tabell 8) ges förutsättning att uttala sig om dessa betaviktens respektive storlekar. Emellertid var det enbart faktorn antal byten som bidrog med signifikant predicering av det direkta måttet Upplevd beteendekontroll. Större produkt av (c*p) med avseende på Antal byten predicerar lägre uppfattad beteendekontroll. Resultaten av testerna ger ej förutsättningar att uttala sig om resterande variablers bäring.

Tabell 7⁵

Deskriptiv statistik indirekta variabler Upplevd beteendekontroll

Effect	Control belief strength (c)		Control belief power (p)	
	<i>M</i>	SD	<i>M</i>	SD
Restid	3,07	0,81	5,28	1,36
Antal byten	3,19	1,08	4,95	1,44
Bokningsmöjligheter	4,05	1,25	3,93	1,58

⁵ Control belief strength (c) 1=Instämmer inte alls 7=Instämmer helt
Control belief power (p) 1=Mycket liten 7=Mycket stor

Tabell 8

*Bakomliggande variabler till det indirekta måttet på Upplevd beteendekontroll
(beroende variabel)*

Multipl regressionsanalys

Effect	Estimate (M)	SE	95% CI		p	Beta
			LL	UL		
Bokningsmöjligheter	13,867	,5986	-3,321	-,945	> 0,05	0,068
Antal byten	13,628	,4235	-3,213	-1 532	0,031	-0,23
Restid	15,214	,6261	-2,028	,457	> 0,05	0,058

$R^2_{adj} = 0,064$ $F=3,221$ ($p = 0,026$) $N=98$, betamåttet är standardiserat

4.3 Resultat i relation till hypoteser

Tabell 9

Resultat i relation till hypoteser

H1	Upplevd beteendekontroll är den variabel som i störst utsträckning predicerar beteendeintention, i relation till Attityder och Subjektiv norm	Saknar empiriskt stöd
H2	Pris och restid är de faktorer som i störst utsträckning predicerar Attityd	Saknar empiriskt stöd
H3	Personer 'som står respondenten närmast' är de som i störst mån predicerar Subjektiv norm	Har empiriskt stöd
H4	Lång restid är den faktor som i störst utsträckning predicerar Upplevd beteendekontroll	Saknar empiriskt stöd

H1: Denna hypotes saknar empiriskt stöd. Attityder var den faktor med starkast predicering av beteendeintention, samt den enda faktorn med signifikant beta-koefficient.

H2: Denna hypotes saknar empiriskt stöd, då Miljöpåverkan var den faktor med högst signifikant beta-koefficient, dock följt av Pris och enkelhet att boka, vilka båda hade identiskt stora beta-koefficienter, där vikten hos faktorn Pris i viss mån bekräftar vår hypotes. Vidare var Komfort den signifikanta faktor med lägst beta-koefficient.

H3: Denna hypotes har empiriskt stöd då detta var den grupp med högst signifikant betakoefficient.

H4: Denna hypotes saknar empiriskt stöd då faktorn Antal byten hade den enda signifikanta beta-koefficienten.

5. Diskussion

I ljuset av den pågående klimatdebatten och de initiativ som genomförs på EU-nivå för att främja en sammanhängande europeisk järnväg fanns ett intresse av att förstå vad som påverkar svenska konsumenters benägenhet att resa med tåg till Europa. Att SJ öppnade upp för bokningsmöjligheter till Europa 2022 stärkte uppfattningen om studiens relevans.

Studien tog utgång i TPB, som menar att beteendeintention är en god proxy för faktiskt beteende. Beteendeintention kan förklaras av tre faktorer; Attityd, Subjektiv norm och Uppfattad beteendekontroll, vilka i sin tur baseras på olika föreställningar.

5.1 Sammanfattning av fynd och dess relation till tidigare litteratur

Predicering av Beteendeintention: Attityd hade en hög positiv signifikant predicering av beteendeintention. Subjektiv norm och Uppfattad beteendekontroll hade lägre positiv predicering av beteendeintention, dock ej signifikant. Dessa fynd är delvis i linje med tidigare studier (Parkany et al. 2004, Beirão and Sarsfield Cabral, 2007) där det konstaterats att Attityd har signifikant predicering gentemot Intention vid val av transportmedel. Fynden står dock i kontrast till Vredin Johanssons studie (2005) i vilken Upplevd beteendekontroll var den faktor med störst förklaringsvärde, följt av Subjektiv norm och sist Attityder.

Predicering av Attityd: Variationen i Attityd kan prediceras av följande signifikanta bakomliggande föreställningar (i fallande ordning):

1. Miljöpåverkan (vilken uppfattades vara god, samt viktigt)
2. Pris (vilket uppfattades relativt dyrt, samt viktigt)
Enkelhet att boka (vilket uppfattades som relativt svårt, samt viktigt)
3. Bekvämlighet (vilken uppfattades som relativt låg, samt viktig)

Pris uppfattas av respondenter som mycket viktigt, vilket är i linje med tidigare forskning av Liu (2017) som menar att pris är av störst betydelse vid val av transportmedel, följt av tid och bekvämlighet. Johansson Vredin (2005) påvisar också att pris är av störst betydelse. De nämner även tid och flexibilitet som viktiga faktorer, något vi dock ej kunnat styrka.

Predicering av Subjektiv norm: Variationen i Subjektiv norm prediceras av uppfattad attityd och grad av beaktning avseende gruppen "Personer som står mig närmast". I genomsnitt var dessa positivt inställda till beteendet och respondenterna värdesätter deras åsikter högt. Dessa fynd ligger i linje med vad Eriksson (2007) anför, nämligen att personer som står en nära (Familj) har större inverkan på individens Subjektiva norm än andra (Vänner).

Predicering av Upplevd beteendekontroll: Variationen i Upplevd beteendekontroll påverkas av variabeln Antal byten. I genomsnitt uppfattades det som att resor med tåg inom Europa medförde många byten och att detta hindrade sådant beteende i relativt stor grad.

Resultat i relation till TPB: I relation till TPB ger studien stöd för delar av teorin då vi kunna påvisa en signifikant och relativt stark relation mellan Attityder och Intention. Emellertid fann vi ej signifikanta relationer varken mellan Subjektiv norm och Intention eller Uppfattad beteendekontroll och Intention. Avseende relationerna mellan de föreställningsbaserade måtten och de direkta måtten kunde vi för samtliga tre grupper finna signifikanta korrelationer vilket även det bekräftar teorin som vetenskaplig modell.

5.2 Implikationer

Baserat på de statistiskt signifikanta resultat studien påvisat, presenteras med förbehåll för det icke-representativa underlag som legat till grund för studien, följande implikationer:

Utifrån studien kan konstateras att intentionen att resa med tåg inom Europa i stor grad kan prediceras av Attityden gentemot detta beteende. Då denna intention antas förutspå

faktiskt beteende blir det relevant för aktörer med intresse av att få fler att resa med tåg inom Europa att förstå vilka variabler som i sin tur förklarar dessa skillnader i attityder. Det har påvisats att faktorerna Miljöpåverkan, Pris, Enkelhet att boka och Bekvämlighet alla bidrar med en signifikant predicering av Attityd, där den förstnämnda har störst bäring och den sistnämnda minst. I kombination med insikter om respondenternas uppfattningar i förhållande till dessa faktorer nås följande viktiga insikter:

Avseende miljöpåverkan kan det konstateras att den uppfattas vara god och att respondenterna i genomsnitt värdesätter detta högt. För marknadsförare och kommunikatörer är detta en värdefull insikt så tillvida att de med utgångspunkt i detta kan arbeta med att förvalta och förstärka denna uppfattning.

Avseende Pris på tågresor inom Europa fastslås att det, i genomsnitt, uppfattas som högt samtidigt som det är av stor betydelse. Denna diskrepans presenterar möjligheter till konstruktiva åtgärder som kan leda till mer positiv Attityd och i slutändan större sannolikhet att faktiskt utföra beteendet. Sådana åtgärder bör syfta till att sänka priser och förändra konsumenters uppfattning om prisbilden, alternativt utreda huruvida konsumenters uppfattningar om pris faktiskt stämmer överens med den verkliga prisbilden och om så ej är fallet minska ett sådant eventuellt informationsgap. Politiker och beslutsfattare på nationell och europeisk nivå, med intresse av att få fler att resa med tåg, kan förvalta denna insikt genom att skapa förutsättningar för lägre priser, exempelvis genom subventioner. Kommersiella aktörer kan använda denna insikt i förhållande till deras prissättning, och marknadsförare och kommunikatörer kan utgå från dessa insikter i kommunikation i förhållande till pris.

Avseende Enkelhet att boka konstateras att det, i genomsnitt, uppfattas som relativt svårt samtidigt som det är en viktig faktor. Även denna diskrepans presenterar möjligheter till konstruktiva åtgärder som kan leda till högre Attityd och i slutändan större sannolikhet att faktiskt utföra beteendet. Sådana åtgärder bör syfta till att förenkla bokningen av tågresor inom Europa, alternativt utreda huruvida konsumenters uppfattning i denna fråga stämmer överens med de möjligheter som finns och om så ej är fallet minska ett sådant eventuellt kunskapsgap. Politiker och beslutsfattare framförallt på europeisk nivå, med intresse av att få fler att resa med tåg, kan förvalta denna insikt genom att skapa förutsättningar för enklare bokningsmöjligheter. Detta gör

sig särskilt gällande då enkla bokningsmöjligheter kan antas bygga på internationellt samarbete och gemensam infrastruktur för bokning, likt Amadeus (Amadeus, 2021) för flygbranschen. Internationella politiska samarbeten kan antas vara en god plattform för att få till stånd sådana samarbeten. Vidare kan kommersiella aktörer utifrån denna insikt förstå behovet av att förbättra sitt erbjudande avseende enklare bokningsmöjligheter, alternativt utbilda och informera konsumenterna om befintliga bokningsmöjligheter.

Avseende Bekvämlighet konstateras att tågresor inom Europa, i genomsnitt, uppfattas som relativt obekväma samtidigt som bekvämligheten är en viktig faktor. Även denna diskrepans presenterar möjligheter till konstruktiva åtgärder som kan leda till högre Attityd och i slutändan större sannolikhet att faktiskt utföra beteendet. Sådana åtgärder bör syfta till att förbättra komforten vid tågresor inom Europa, alternativt utreda huruvida konsumenters uppfattning i denna fråga stämmer överens med faktisk komfort och om så ej är fallet minska ett sådant eventuellt kunskapsgap. Kommersiella aktörer kan förvalta denna insikt genom att exempelvis, beroende på vad konsumenterna lägger in i begreppet Komfort, förbättra komforten genom tystare kabiner, bekvämare säten, bättre mat, bättre faciliteter.

Den inbördes hierarkiska ordningen dessa fyra variabler emellan med avseende på Attityd, visar att Miljöpåverkan har störst bäring, följt av Pris och Bokningsmöjligheter och sist Komfort, vilket ger vägledning i frågor om prioritering vid begränsade resurser. Exempelvis ger denna studie stöd för att kommersiella aktörer bör prioritera prissänkningar framför investeringar i högre komfort.

5.3 Begränsningar och kritik gentemot studien

Resultaten presenterade i denna studien bör tolkas med hänsyn taget till studiens begränsningar.

Det urval som legat till grund för studien är inte fullt ut representativt för den population studien undersöker (svenska konsumenter) då urvalet i stor uträkning bestod av vänner och bekanta, företrädesvis unga, högutbildade i storstadsområden, vilka fått ta del av enkätundersökningen via sociala medier. För att undvika ett icke representativt urval bör respondenter kontaktas på ett slumpmässigt vis och enkäten distribueras via flera olika

kanaler och till olika avsändare (Simmons & Nelson, 2018). Framtida forskare uppmanas att genomföra studier som bidrar till mer allmängiltiga resultat i frågan.

Dessutom föreligger betydande risker med att distribuera frågeformulär online då respondenterna möjligen inte betraktar frågorna på samma sätt eller inte svarar sanningsenligt eller rättvisande exempelvis på grund av normer och förväntningar eller bristande engagemang (Bryman & Bell, 2018). Detta är dock något vi tvingats bortse från till följd av begränsningar vad gäller tid och resurser. Vidare gjordes ett relativt begränsat urval (N=98), vilket utgör en möjlig delförklaring till de icke-signifikanta beta-koefficienter som uppmättes (Memon et al., 2020).

Enkäten saknade vissa uppenbara frågor, såsom tidigare erfarenhet av tågresor till och inom Europa. Det finns även en möjlighet för att enkätfrågorna kan ha missuppfattats. De angivna städerna Paris, Berlin och Amsterdam kan ha haft en inverkan på svaren, och frågan bör ställas vilket utfall vi fått om vi istället använt oss av städer som Lübeck, Rotterdam och Gdansk.

I fråga om reliabilitet och intern konsistens kan konstateras att icke-tillfredsställande värden på Cronbachs alfa ($< 0,7$) uppnåddes för ett par variabler. Detta talar för att dessa frågor inte förmått mäta samma underliggande effekt/fenomen. En potentiell förklaring till detta ligger hos brister av utformningen av enkätfrågorna. Detta hade kunnat kontrolleras och åtgärdas genom fler och mer djupgående pilotstudier. Denna bristande interna konsistens utgör även det en möjlig delförklaring till de icke-signifikanta beta-koefficienter som uppmättes.

Vidare kan kritik riktas mot det faktum att respondenterna rimligen kan antas ha liten eller ingen erfarenhet av det enkäten undersökte, givet den i dagsläget begränsade omfattningen av internationellt tågresande inom Europa. Respondenterna har alltså fått uttrycka sina uppfattningar i relation till ett beteende de aldrig utfört. Detta kan betraktas som en betydande svaghet i studien då svaren i stor grad baseras på antaganden och inte egna upplevelser. Emellertid ger studien i sådana fall en god bild över vilka antaganden respondenterna gör i förhållande till beteendet, vilket även det har relevans för forskningsfrågan. Respondenternas begränsade erfarenhet kan potentiellt vara en förklarande faktor till varför uppfattad beteendekontroll fick ett

relativt svagt predicerande styrka gentemot attityd, i motsats till vad vår hypotes stipulerade. Tidigare erfarenhet av tågresa inom Europa är något vi i efterhand hade önskat att vi ställde ytterligare frågor kring och något vi uppmanar framtida forskare att ta i beaktning.

Det bör även tas i beaktning att de frågor respondenterna besvarat utgår från ett hypotetiskt scenario sommaren 2022, under vilken Covid-19-pandemin inte längre antas råda. Detta är omöjligt att förutspå även om mycket i dagsläget tyder på att så kommer vara fallet. Vi har valt att bortse från eventuella vaccin-pass och internationella skillnader vad gäller restriktioner.

6. Referenser

- Alsne, Magnus. 2020. *Det elektriska flyget redo för nya höjder*. Uppsala universitet. 5 maj 2020. Url: <https://www.uu.se/nyheter/artikel/?id=14674&typ=> hämtad: 2021-05-10
- Ajzen I, Fishbein M. *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, New Jersey, Prectice Hall, 1980.
- Ajzen, Icek. 1991. *The theory of planned behavior*. University of Massachusetts at Amherst
- Ajzen, Icek. 2002. *Constructing a tpb questionnaire: conceptual and methodological considerations*. September, 2002 (revised january, 2006) url: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.601.956&rep=rep1&type=pdf>hämtad: 2020-05-09
- Amadeus.com. 2021. <https://amadeus.com/en>. Hämtad 2021-05-16.
- Bamberg, s. 2003. How does environmental concern influence specific Environmentally related behaviors? A new answer to an old question. *Journal of environmental psychology*, 23, 21-32.
- Barten, Mette & Hernqvist, Emelie. 2020. *Paketresa på räls - en undersökning om attityder, möjligheter och utmaningar för tåg ut i europa*. Kandidatuppsats, handelshögskolan i göteborg <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/6520>
- Beir o, g. & Sarsfield Cabral, j. 2007. Understanding attitudes towards public transport and private car: a qualitative study. *Transport policy*, 14, 478-489.
- Bil Sweden, 2021. *2020 ett coronapräglat fordonsår med rekordstark utveckling för laddbara bilar*. 4 januari 2021. Url: https://www.bilsweden.se/statistik/nyregistreringar_per_manad_1/nyregistreringar-2020/2020-ett-coronapraglat-fordonsar-med-rekordstark-utveckling-for-laddbara-bilar hämtad: 2021-05-10
- Bryman, Alan & Bell, Emma. 2015. *Business research methods, 5th edition*. Oxford university press, Oxford.
- Chen, c.-f. & Chao, w.-h.2011. Habitual or reasoned? Using the theory of planned behavior, technology acceptance model, and habit to examine switching intentions toward public transit. *Transportation research part f: traffic psychology and behaviour*, 14, 128-137.

- Chen, c.-f. & Lai, w.-t. 2011. The effects of rational and habitual factors on mode choice behaviors in a motorcycle-dependent region: evidence from taiwan transport policy, 18, 711-718.
- Coakes s. J. *Sps: analysis without anguish: version 12.0 for windows*. Queensland, Australia: wiley; 2005. Url: [[google scholar](#)] hämtad: 2021-05-16
- Conner, M., Gaston, G., Sheeran, P., & Germain, m. 2013. Some feelings are more important: cognitive attitudes, affective attitudes, anticipated affect, and blood donation. *Health psychology*, 32, 264–272. 10.1037/a0028500 [crossref], [pubmed], [web of science ®], [google scholar]
- Dagens Nyheter. 2021. Sj startar biljettbokning till kontinenten – vd räknar med högt tryck url:
<https://www.dn.se/ekonomi/sj-startar-biljettbokning-till-kontinenten-vd-raknar-med-hogt-tryck> hämtad: 2021-05-16.
- Davis, I. E., ajzen, i., saunders, j., & williams, t. 2002. The decision of african american students to complete high school: an application of the theory of planned behavior. *Journal of educational psychology*, 94, 810-819.
- Dumas, J. 1979. Traveller attitude-behaviour implications for the operation and promotion of transport systems. *Transportation research record* 723, 64-71.
- Eriksson, Adam. 2007. *Attityd till att fullfölja nuvarande studier: en applikation av "the theory of planned behavior"*. Högskolan i Dalarna.
<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:518263/fulltext01.pdf>
- ETC, European Travel Commission. 2020. *White paper rail transport for transport for international tourism in europe*. Url:
<https://etc-corporate.org/reports/white-paper-on-rail-transport-for-international-tourism-in-europe/> hämtad: 2021-04-25
- ETC, European Travel Commission. 2021. *Monitoring sentiment for domestic and intra-european travel - wave 6*. Url:
<https://etc-corporate.org/reports/monitoring-sentiment-for-domestic-and-intra-european-travel-wave-6/> hämtad: 2021-05-10
- Everett, P. B. & Watson, b. G. 1987. Psychological contributions to transportation. In: d. Stokols and i. Altman. (eds.). *Handbook of environmental psychology*. John wiley and sons. New york; usa.

- Europeiska rådet. 2017. *The 4th railway package: measures to improve europe's railways*. Url:<https://www.consilium.europa.eu/sv/policies/4th-railway-package/>
hämtad: 2021-04-25
- European Commission, 2020. *Mapping human emissions on earth. Edgar - emissions database for global atmospheric research*. Url: <https://edgar.jrc.ec.europa.eu>
hämtad: 2021-04-21
- Forward E.E. 1996. *What is the value in attitude studies?* Paper originally presented at the international conference on road safety in Europe, Birmingham, uk 9-11 september 1996
- Forward, Sonja 2004. The prediction of travel behaviour using the theory of planned behaviour. *Traffic and transport psychology*. 481-492.
10.1016/b978-008043925-9/50045-1.
- George, & Mallery. 2010. *Spss for windows step by step: a simple guide and reference*. Google scholar.
- Hair jr., J. F. Et al. 1998. *Multivariate data analysis with readings*. Englewood cliffs, nj: Prentice-hall
- Heath, Y. & Gifford, r.2002. Extending the theory of planned behavior: Predicting the use of public transportation1. *Journal of applied social psychology*, 32, 2154-2189
- Hergesell, Anja & Dickinger, Astrid. 2013. *Environmentally friendly holiday transport Mode choices among students: the role of price, time and convenience*. University Vienna.url:https://www.researchgate.net/publication/271929697_environmentally_friendly_holiday_transport_mode_choices_among_students_the_role_of_price_time_and_convenience
- Liu, Chien-Pang. 2017. *Understanding the factors influencing public transport mode choice in taiwan*. University college London.
https://discovery.ucl.ac.uk/id/eprint/1575564/1/liu_phd%20thesis-revised-chien-pang-sept-2017.pdf
- Manstead S.R, Parker D. 1995. Evaluating and extending the theory of planned behaviour. In stoebe and hewstone (ed). *European review of social psychology*, vol 6. John Wiley sons ltd.
- Memo, Ali. 2020. *Sample Size for Survey Research: Review and Recommendations*. *Journal of Applied Structural Equation Modeling* | eISSN: 2590-4221. URL:

- https://www.researchgate.net/publication/343303677_Sample_Size_for_Survey_Research_Review_and_Recommendations hämtad: 2021-05-16
- Naturskyddsföreningen. *Så står miljöbov är flyget*. Url:
<https://www.naturskyddsforeningen.se/flyginfo> hämtad: 2021-05-10
- Nolén, Sixten. 1998. *Kan hjälmanvändning hos vuxna förklaras utifrån "theory of planned behavior"?* - resultat från en pilotstudie. Vägverket. Url:
<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:669768/fulltext01.pdf>
hämtad:2021-05-10
- Parkany, E., Gallagher, r. & Viveiros, p. 2004. Are attitudes important in travel choice? *Transportation research record: journal of the transportation research board*, 1894, 127-139.
- Stopher, P.R. 1996. Household travel surveys: new perspectives and old problems.
Url:https://www.researchgate.net/publication/23526726_household_travel_surveys_where_are_we_going hämtad: 2021-05-11
- Simmons, J., Nelson, I., & Simonsohn, u. 2018. False-positive citations. (2), 255–259.
<https://doi.org/10.1177/1745691617698146>
- Sniehotta, Falko f, et al. 2014. *Time to retire the theory of planned behaviour*. *Healthpsychology review*. Volume 8.
Url:<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17437199.2013.869710> hämtad: 2021-05-10
- Söderlund, M. (2010). *Experiment med människor*. Malmö: Liber.
- Thøgersen, L. 2008. Promoting public transport as a subscription service: effects of a free month travel card. *Transport policy*, 16, 335-343.
- Vredin Johansson, Maria et al. 2005. *The effects of attitudes and personality traits on mode choice*. Swedish national road and transport research institute.
<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:519648/fulltext01.pdf>
- World Economics Forum. 2021. *Europe is turning to night trains to fight climate change*. Video. Url: <https://fb.watch/5fmuqcgro7/> hämtad: 2021-05-03

Appendix

Appendix 1 - Chronbachs alfa

Behaviour belief strength (b)	Cronbachs alfa
1. Restid från dörr till dörr	0,72
2. Antal byten	0,89
3. Komfort	0,77
4. Pris	0,86
5. Enkelhet att boka	0,94
6. Miljöpåverkan	0,85
7. Tillförlitlighet	0,70

Control belief strength (c)	Cronbachs Alfa
1. Restid	0,72
2. Antal byten	0,84
3. Bokningsmöjligheter	0,86

Intention:	0,838
Direkt Attityd:	0,828
Direkt Subjektiv norm:	0,664
Direkt Upplevd beteendekontroll:	0,568

Appendix 2: Korrelationsanalys inför multipel regressionsanalys avseende Intention - direkta variabler

		ATTITYDER	SUBJEKTIV NORM	BETEENDEKONTROLL
ATTITYDER	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	1	,506** 0,000	,324** 0,001
SUBJEKTIV NORM	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,506** 0,000	1	,313** 0,002
BETEENDEKONTROLL	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,324** 0,001	,313** 0,002	1

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

MULTIKOLLINARITET (Constant)	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
ATTITYDER	0,713	1,402
NORMER	0,719	1,391
BETEENDEKONTROLL	0,865	1,155

a. Dependent Variable:
INTENTION

Appendix 3 - Indirekta variabler attityd

		BEKVÄMLIGHET	PRIS	RESTID	ENKELHET ATT BOKA	ANTAL BYTEN	MILJÖ- PÅVERKAN	PUNKTLIGHET
BEKVÄMLIGHET	Pearson Correlation	1	,277**	0,124	,515**	0,075	0,092	0,061
	Sig. (2-tailed)		0,006	0,224	0,000	0,461	0,367	0,554
PRIS	Pearson Correlation	,277**	1	0,152	,416**	-0,065	,341**	-0,089
	Sig. (2-tailed)	0,006		0,136	0,000	0,527	0,001	0,386
RESTID	Pearson Correlation	0,124	0,152	1	0,176	,290**	0,092	0,080
	Sig. (2-tailed)	0,224	0,136		0,084	0,004	0,368	0,436
ENKELHET ATT BOKA	Pearson Correlation	,515**	,416**	0,176	1	-0,022	,331**	0,113
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,084		0,832	0,001	0,270
ANTAL BYTEN	Pearson Correlation	0,075	-0,065	,290**	-0,022	1	0,071	-0,041
	Sig. (2-tailed)	0,461	0,527	0,004	0,832		0,490	0,688
MILJÖPÅVERKAN	Pearson Correlation	0,092	,341**	0,092	,331**	0,071	1	,272**
	Sig. (2-tailed)	0,367	0,001	0,368	0,001	0,490		0,007
PUNKTLIGHET	Pearson Correlation	0,061	-0,089	0,080	0,113	-0,041	,272**	1
	Sig. (2-tailed)	0,554	0,386	0,436	0,270	0,688	0,007	

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

	Tolerance	VIF
BEKVÄMLIGHET	0,706	1,416
PRIS	0,710	1,409
RESTID	0,862	1,160
BOKA	0,601	1,665
ANTALBYTEN	0,870	1,150
MILJÖPÅVERKAN	0,738	1,356
PUNKTLIGHET	0,860	1,162

a. Dependent Variable: DIREKT ATTITYD

Appendix 4 - Indirekta variabler subjektiv norm

		FÖLJARSKARA SOCIALA MEDIER	KOLLEGOR/KLASSKOMPISAR/BEKANTA	NÄRMAST ANHÖRIGA
FÖLJARSKARA SOCIALA MEDIER	Pearson Correlation	1	,539**	,236*
	Sig. (2- tailed)		0,000	0,019
KOLLEGOR / KLASSKOMPISAR / BEKANTA	Pearson Correlation	,539**	1	,559**
	Sig. (2- tailed)	0,000		0,000
NÄRMAST ANHÖRIGA	Pearson Correlation	,236*	,559**	1
	Sig. (2- tailed)	0,019	0,000	

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

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

	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Min följarskara på sociala medier	0,704	1,421
Mina kollegor/ klasskompisar/bekanta	0,513	1,951
Personer som står mig närmst	0,682	1,467

a. Dependent Variable: DIREKT SUBJEKTIV
NORM

Appendix 5 - Indirekta variabler beteendekontroll

Collinearity Statistics

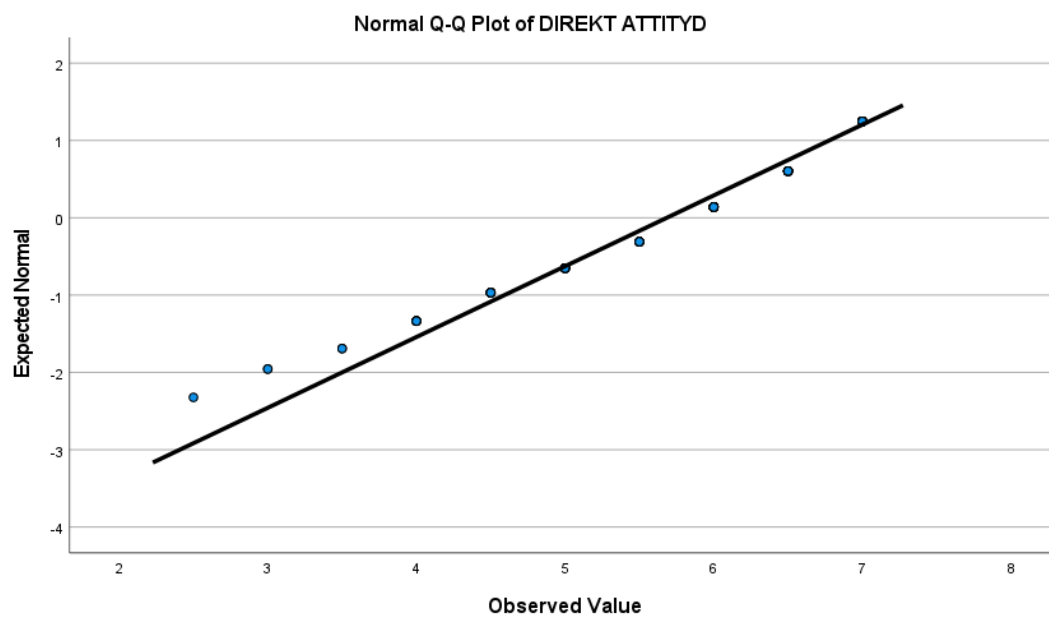
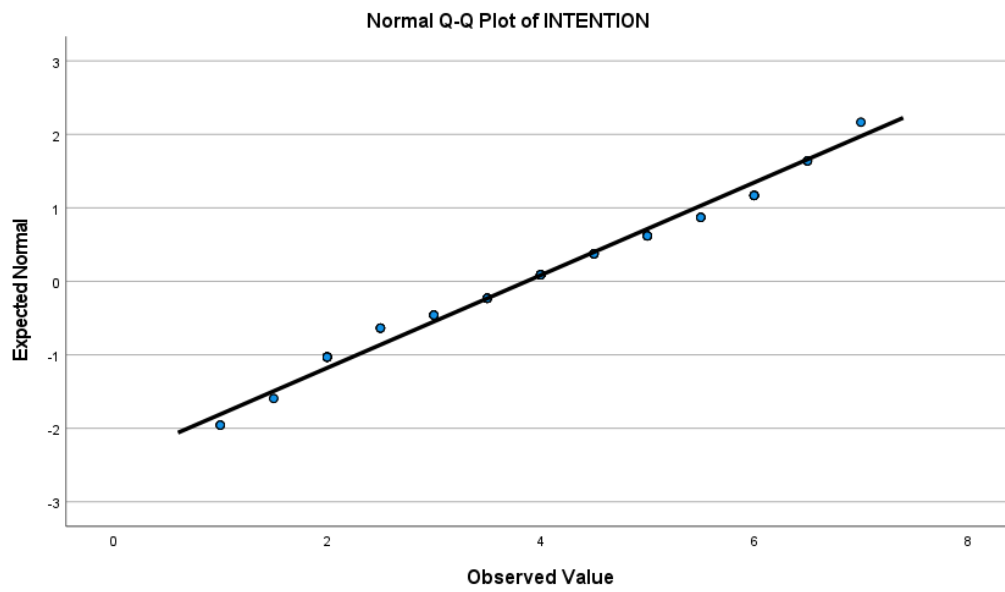
	Tolerance	VIF
BOKNING	0,666	1,502
RESTID	0,762	1,313
ANTAL BYTEN	0,689	1,451

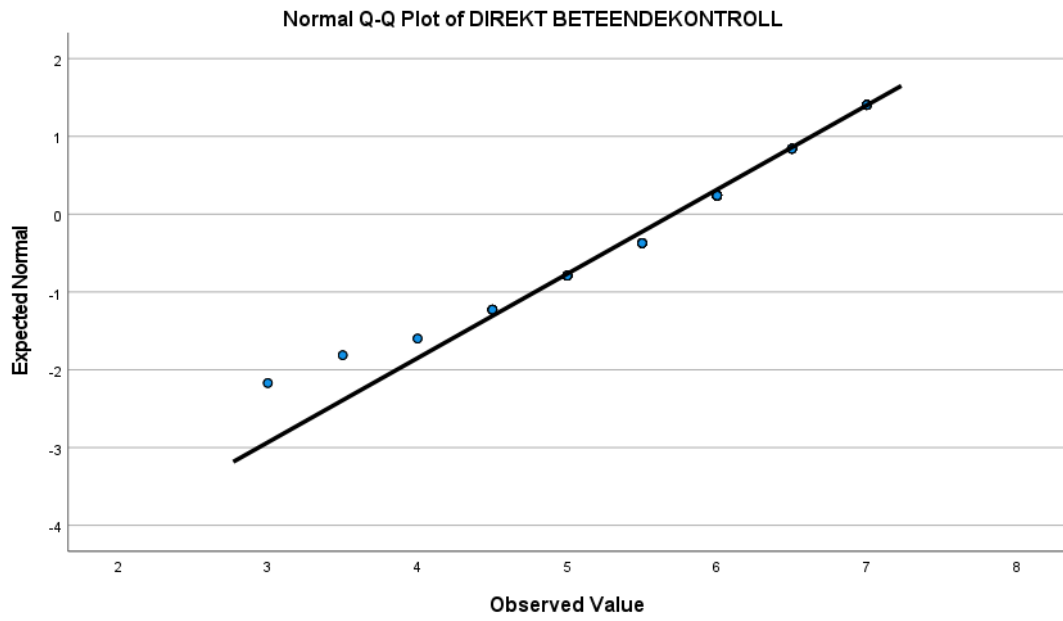
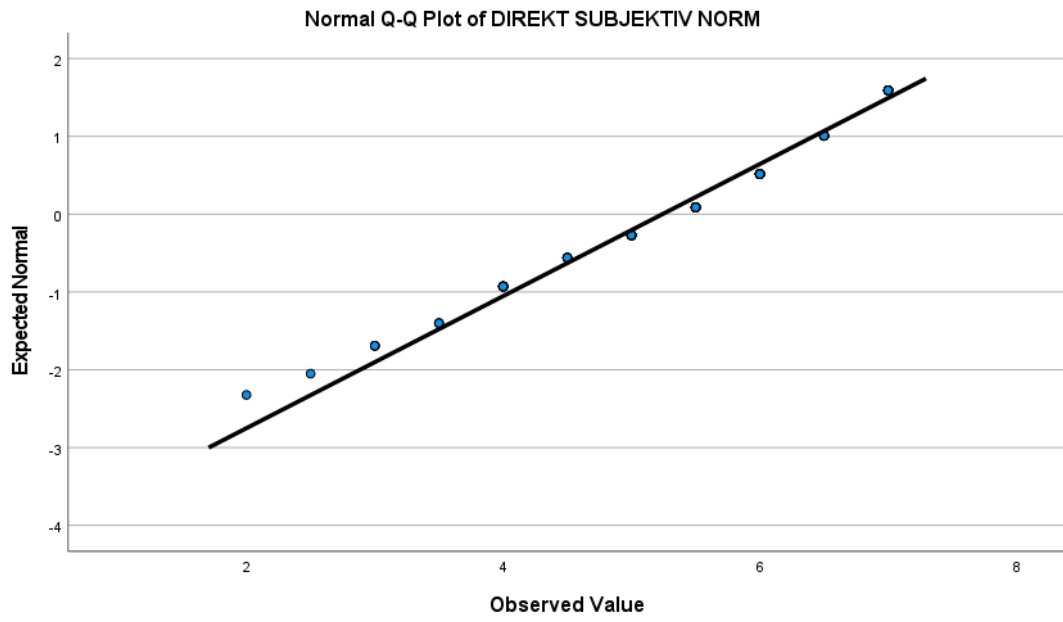
a. Dependent Variable: DIREKT
UPPLEVD BETEENDEKONTROLL

		BOKNING	RESTID	ANTAL BYTEN
BOKNING	Pearson Correlation	1	,441**	,521**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000
RESTID	Pearson Correlation	,441**	1	,408**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000
ANTAL BYTEN	Pearson Correlation	,521**	,408**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	

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

Appendix 6 – Q-Q Plots





Appendix 7: Analys av skevhet och toppighet

Variabler	Skevhet	Toppighet
Intention	0,076	-0,953
Direkt attityd	-0,714	-0,072
Direkt subjektiv norm	-0,420	-0,465
Direkt beteendekontroll	-0,710	0,487

Appendix 8 – Durbin Watson

Intention	2,088
Attityd	2,244
Subjektiv norm	2,205
Beteendekontroll	2,108

Appendix X – Detailed Questionnaire (in Swedish)

Stort tack för att du tar dig tid att genomföra vår undersökning och hjälper oss ett steg närmare examen! Syftet med undersökningen är att förstå hur olika attityder och andra faktorer påverkar svenskars inställning till att resa med tåg i Europa.

Genom att delta i undersökningen har du chansen att vinna ett presentkort à 500 KR på Systembolaget. Vinnaren meddelas via mejl i slutet av maj. För att delta i utlottningen, vänligen ange din mejladress nedan.

Det tar cirka 6 minuter att besvara enkäten. Frågorna är utformade utifrån ett hypotetiskt scenario år 2022 där ingen pandemi råder - svara som om så vore fallet. Klicka i det svaret som känns mest rätt, fundera inte för länge. Försök svara på alla frågor även ifall någon skulle upplevas som svår. Vissa frågor liknar varandra vilket är nödvändigt på grund av statistiska skäl. Dina svar kommer att behandlas konfidentiellt.

Enkätundersökningen ingår i ett projekt på Handelshögskolan i Stockholm. Om du har några frågor kring studien, vänligen kontakta Gustav Olsson (24225@student.hhs.se) eller Olivia Dehlin (24104@student.hhs.se).

För att kunna delta i studien behöver du ge samtycke till insamling av data. Vänligen läs följande information relaterat till dataskyddsförordningen GDPR.*

Typ av personuppgifter om dig som ska behandlas: initialer, kön, ålder och eventuellt e-postadress**

Projekt: Kandidatuppsats i Business & Economics

År och termin: 2021, Vårterminen

Ansvariga studenter för studien:

Gustav Olsson, BSc student 24255@student.hhs.se

Olivia Dehlin, BSc student 24104@student.hhs.se

Handledare och avdelning vid SSE: Henrik Glimstedt, Associate Professor

Department of Marketing & Strategy

Handledarens e-postadress: henrik.glimstedt@hhs.se

*As an integral part of the educational program at the Stockholm School of Economics, enrolled students complete an individual thesis. This work is sometimes based upon surveys and interviews connected to the subject. Participation is naturally entirely voluntary, and this text is intended to provide you with necessary information that may concern your participation in the study or interview. You can at any time withdraw your consent and your data will thereafter be permanently erased.

Anything you say or state in the survey or to the interviewers will be held strictly confidential and will only be made available to supervisors, tutors and the course management team. Secured storage of data. All data will be stored and processed safely by the SSE and will be permanently deleted when the project is completed.

Students responsible for the study or interview Supervisors and department at SSE. No personal data will be published. The thesis written by the students will not contain any information that may identify you as a participant to the survey or interview subject.

Your rights under GDPR. You are welcome to visit <https://www.hhs.se/en/about-us/data-protection/> in order read more and obtain information on your rights related to personal data.

****Om du önskar delta i utlottningen av ett presentkort på Systembolaget à 500 SEK**

- Jag har tagit del av informationen ovan och samtycker till att delta i denna studie
- Nej tack, jag samtycker inte till att delta i studien

Vänligen skriv dina initialer och dagens datum som signatur till frågan ovan om du valde alternativet, "Jag har tagit del av informationen ovan och samtycker till att delta i denna studie"

Om du önskar delta i utlottningen av ett presentkort på Systembolaget à 500KR, vänligen ange din mejladress nedan

Jag identifierar mig som:

- Kvinna
- Man
- Icke-binär
- Annat
- Vill ej uppge

Vad är din ålder?

- 14 år eller yngre
- 15-19 år
- 20-24 år
- 25-29 år
- 30-34 år
- 35-39 år
- 40-49 år
- 50-59 år
- 60-69 år
- 70-79 år
- 80-89 år
- 90+ år

Jag har för avsikt att resa med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år

- Mycket sannolikt
 - Sannolikt
 - Något sannolikt
 - Neutral
 - Något osannolikt
 - Osannolikt
 - Inte alls sannolikt
-

Det är sannolikt att jag kommer resa med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år

- Instämmer helt
- Instämmer
- Instämmer delvis
- Neutral
- Instämmer delvis inte
- Instämmer inte
- Instämmer inte alls

Att resa med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år uppfattar jag som

- Mycket trevligt
- Något trevligt
- Trevligt
- Neutral
- Något otrevligt
- Otrevligt
- Mycket otrevligt

Att resa med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år uppfattar jag som

- Mycket bra
- Något bra
- Bra
- Neutral
- Något dåligt
- Dåligt
- Mycket dåligt

När det kommer till att resa med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år så anser jag att...

Det är bekvämt	Det är prisvärt	Det går snabbt att ta sig dör till dör	Enkelt att boka tågresan	Det är få byten som behöver göras för att ta mig till min slutdestination	Tåg är ett miljövänligt transportmedel	Tåget avgår och ankommer i tid
----------------	-----------------	--	--------------------------	---	--	--------------------------------

- Instämmer helt
- Instämmer
- Instämmer delvis
- Neutral
- Instämmer delvis inte
- Instämmer inte
- Instämmer inte alls

När det kommer till att resa med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år så anser jag att...

Restiden dör till dör är lång	Det är många byten för att ta mig till min slutdestination	Det är dyrt	Det är obekvämt	Tåget avgår och ankommer i tid	Tåget avgår och ankommer i tid	Tåg är inte mer miljövänligt än andra transportmedel
-------------------------------	--	-------------	-----------------	--------------------------------	--------------------------------	--

- Instämmer helt
- Instämmer
- Instämmer delvis
- Neutral
- Instämmer delvis inte
- Instämmer inte
- Instämmer inte alls

Hur viktiga är följande faktorer för dig när det kommer till att resa med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år?

Restid dör till dör	Antal byten	Komfort	Pris	Enkelhet att boka	Miljöpåverkan	Punktlighet
---------------------	-------------	---------	------	-------------------	---------------	-------------

- Mycket viktig
- Viktig
- Något viktig
- Varken eller
- Något oviktig
- Oviktig
- Mycket oviktig

Personer som är viktiga för mig är positiva till att jag tar tåget till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa

- Instämmer helt
- Instämmer
- Instämmer delvis
- Neutral
- Instämmer delvis inte
- Instämmer inte
- Instämmer inte alls

Personer i min närhet vars åsikter jag respekterar hade stöttat mig i att ta tåget till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år

- Instämmer helt
- Instämmer
- Instämmer delvis
- Neutral
- Instämmer delvis inte
- Instämmer inte
- Instämmer inte alls

Hur ställer sig följande grupper till att du tar tåget till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år?

Min följarskara på sociala medier	Mina kollegor/ klasskompisar/bekanta	Personer som står mig närmst
-----------------------------------	--------------------------------------	------------------------------

- Mycket positivt
- Något positivt
- Positivt
- Neutral
- Något negativt
- Negativt
- Mycket negativt

Hur viktiga är följande gruppers åsikter kring huruvida du tar tåget till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år?

Min följarskara på sociala medier	Mina kollegor/ klasskompisar/bekanta	Personer som står mig närmst
-----------------------------------	--------------------------------------	------------------------------

- Positivt
- Neutral
- Något negativt
- Negativt
- Mycket negativt

Att ta tåget till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år är för mig

- Helt möjligt
- Möjligt
- Delvis möjligt
- Neutral
- Delvis omöjligt
- Omöjligt
- Helt omöjligt

Om jag hade velat, hade jag kunnat ta tåget till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år

- Instämmer helt
- Instämmer
- Instämmer delvis
- Neutral
- Instämmer delvis inte
- Instämmer inte
- Instämmer inte alls

Det finns få faktorer utanför min kontroll som påverkar huruvida jag kan ta tåget till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år

- Instämmer helt
- Instämmer
- Instämmer delvis
- Neutral
- Instämmer delvis inte
- Instämmer inte
- Instämmer inte alls

Jag förväntar mig att det finns enkla bokningsmöjligheter för att ta tåget till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år

- Instämmer helt
- Instämmer
- Instämmer delvis
- Neutral
- Instämmer delvis inte
- Instämmer inte
- Instämmer inte alls

Det kommer vara krångligt att boka tågresor till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år

- Instämmer helt
- Instämmer
- Instämmer delvis
- Neutral
- Instämmer delvis inte
- Instämmer inte
- Instämmer inte alls

Det tar lång tid att ta mig dit jag vill, om jag reser med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år

- Instämmer helt
- Instämmer
- Instämmer delvis
- Neutral
- Instämmer delvis inte
- Instämmer inte
- Instämmer inte alls

Det är tidseffektivt att resa med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år

- Instämmer helt
- Instämmer
- Instämmer delvis
- Neutral
- Instämmer delvis inte
- Instämmer inte
- Instämmer inte alls

Jag förväntar mig många byten för att ta mig till min slutstation när jag reser med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år

- Instämmer helt
- Instämmer
- Instämmer delvis
- Neutral
- Instämmer delvis inte
- Instämmer inte
- Instämmer inte alls

Det är få byten för att ta mig till min slutstation när jag reser med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år

- Instämmer helt
- Instämmer
- Instämmer delvis
- Neutral
- Instämmer delvis inte
- Instämmer inte
- Instämmer inte alls

I vilken utsträckning hindrar dessa faktorer dig från att resa med tåg till en stad i Europa (Paris, Berlin, Amsterdam, etc) i nöjessyfte någon gång under nästa år

Krångliga bokningssystem	Lång restid	Många byten
--------------------------	-------------	-------------

- Mycket stor
- Stor
- Ganska stor
- Neutral
- Ganska liten
- Liten
- Mycket liten

Du har svarat på en undersökning om färdssättet

- Häst och vagn
- Tåg
- Isbjörn

Undersöker webbenkäten tågresor till Europa?

- Ja
- Vet ej
- Nej