Turistar sin interesse for tilrettelagde aktivitetar og forvaltingstiltak i nasjonalparkane

Kva meiner dei som vitjar Hardangervidda nasjonalpark?

Jan Vidar Haukeland & Knut Veisten

PROTOUR A

Lom, 28. august, 2014

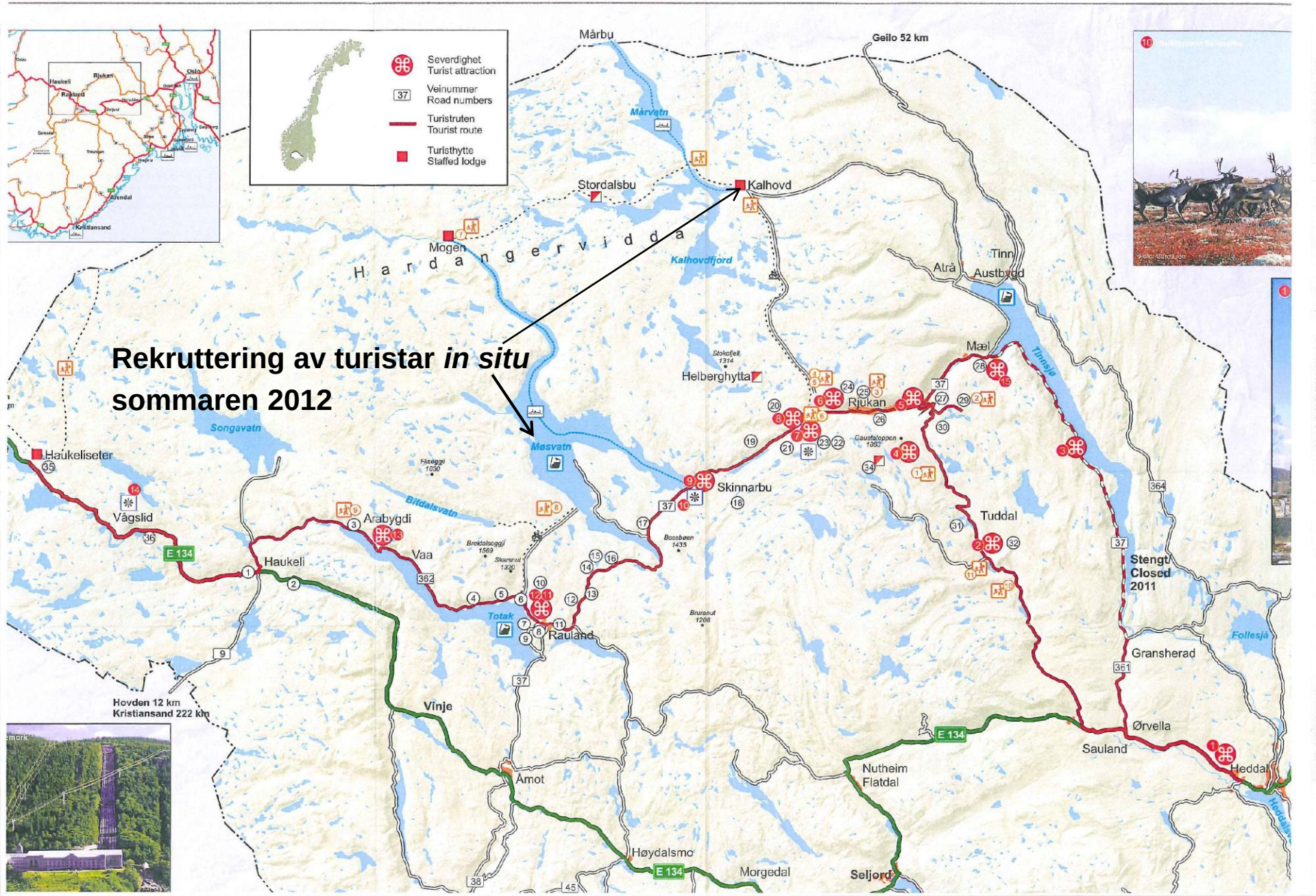


PROTUR A:

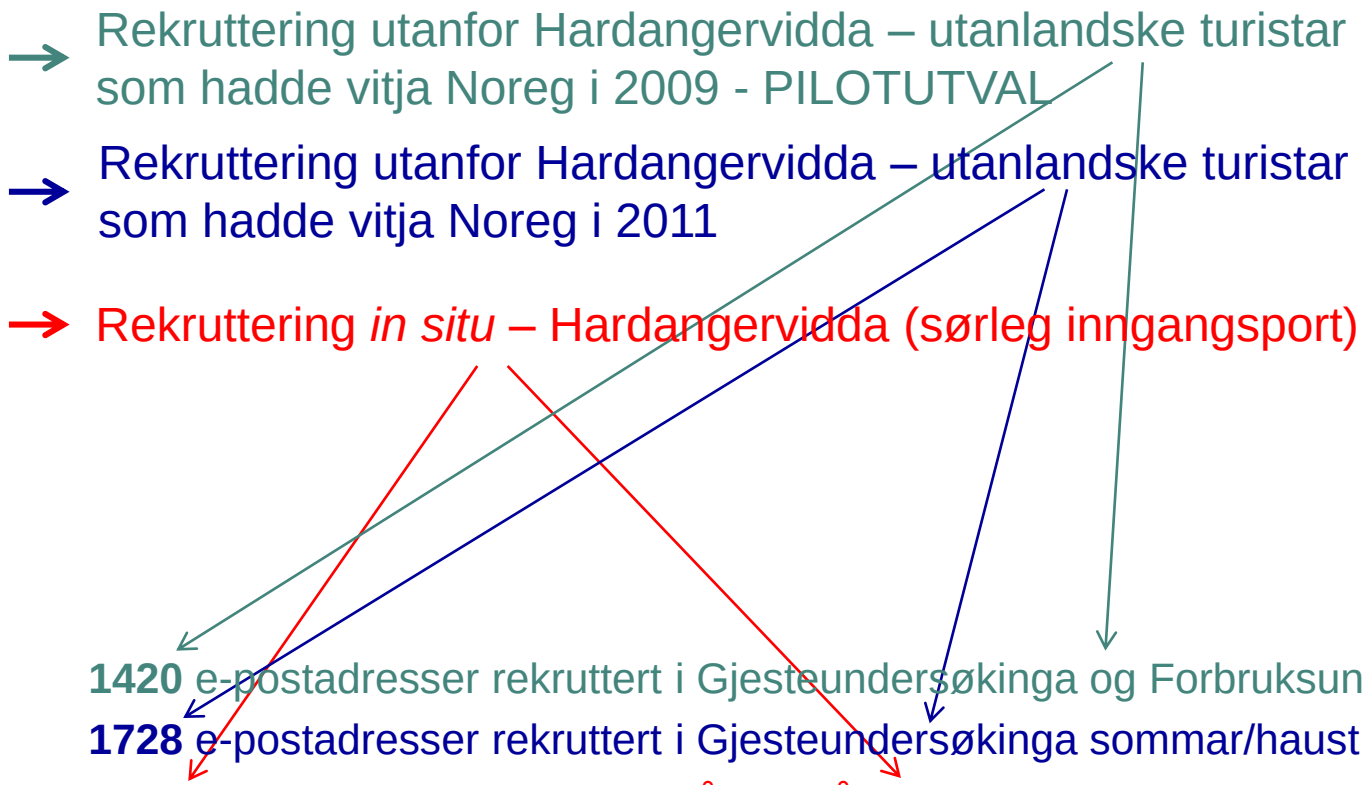
Klargjøre (potensielle) turisters interesser for tilrettelagte, naturbaserte aktiviteter og aktuelle forvaltningstiltak (markedspotensial)

- Nettbasert undersøkelse blant besøkende i Hardangervidda nasjonalpark sommeren 2012 og blant utenlandske turister som har besøkt Norge
- Retter seg mot en rekke fysiske tiltak som *Vidda Vinn* har planlagt eller gjennomført ved Hardangervidda nasjonalpark og ulike alternative utforminger av Villreinsenter Sør (Skinnarbu) basert på samvalgsanalyser.
- Datainnsamlingen basert på rekruttering av respondenter samlet inn *Fjellvåken* rutebåt på Møsvatn og på *Kalhovd* turisthytte . E-postadresser fra nærmere 1200 norske og utenlandske besøkende i nasjonalparken.
- Blant 1700 personer med identifisert e-postadresse fra TØIs Gjesteundersøkelse og Forbruksundersøkelse blant utenlandske besøkende i Norge.
- Nettbasert undersøkelse i november – desember 2012

Hardangervidda Sør (Telemark, Vinje og Tinn kommunar)



Tre rekrutteringar av e-postadresser



1420 e-postadresser rekruttert i Gjesteundersøkinga og Forbruksundersøking 2009

1728 e-postadresser rekruttert i Gjesteundersøkinga sommar/haust 2011

1100 e-postadresser rekruttert på Fjellvåken/Møsvatn (og Kalhovd) sommar/haust 2012

81 % korrekte (1155) og 18 % svar (211) – **141** komplette svar (12 %)

84 % korrekte (1446) og 33 % svar (474) – **368** komplette svar (25 %)

96 % korrekte (1055) og 43 % svar (456) – **366** komplette svar (35 %)

Internettutvalet

Tabell: Nasjonsgrupper

	Svar (internett)		Komplette svar (internett)	
	Frekvens	Prosent	Frekvens	Prosent
Noreg	422	37,0	336	38,4
Sverige	132	11,6	100	11,4
Danmark	106	9,3	76	8,7
Tyskland	150	13,1	108	12,3
Austerrike/Sveits	17	1,5	17	1,9
Nederland	94	8,2	72	8,2
Storbritannia	47	4,1	35	4,0
Europa elles	118	10,3	87	9,9
USA/Canada	20	1,8	16	1,8
Verda elles	27	2,4	22	2,5
Ikkje oppgjeve	8	0,7	6	0,7
Total	1141	100,0	875	100,0

Kjelde: Transportøkonomisk institutt, Arbeidsdokument 50372/2013

Dette totale utvalet omfattar altså ein pilot med eit utval rekruttert frå e-postadresser i Gjesteundersøkinga 2009 (GU-2009 – 211 svar, 141 komplette), og hovudundersøkinga som var sett saman av eit utval frå Gjesteundersøkinga 2011 (GU-2011 – 474 svar, 368 komplette) og eit utval rekruttert ”in-situ” på Fjellvåken (og nokon få attåt frå Kalhovd), sommaren 2012 (456 svar, 366 komplette).

Internettutvalet

Tabell: Om Hardangervidda-området var hovuddestinasjon

	Pilot		Hovudundersøking						Total	
	GU-2009		GU-2011		In-situ 2012		Total			
	Frekv.	%	Frekv.	%	Frekv.	%	Frekv.	%	Frekv.	%
Ja	28	**24**	65	**20**	403	**90**	468	61	496	**56**
Nei	87	76	256	80	47	10	303	39	390	44
Total	115	100	321	100	450	100	771	100	886	100

Kjelde: Transportøkonomisk institutt, Arbeidsdokument 50372/2013

Internettutvalet

Tabell: Sannsynet for vitjing i Hardangervidda-området i 2013. Prosent

	Pilot	Hovudundersøking			Total (N=510)
	GU-2009 (N=23)	GU-2011 (N=88)	In-situ-2012 (N=399)	Total (N=487)	
1 Svært usannsynleg	34,8	**30,7**	11,5	15,0	15,9
2	8,7	14,8	14,0	14,2	13,9
3	**43,5**	25,0	19,5	20,5	21,6
4	4,3	12,5	15,5	15,0	14,5
5 Svært sannsynleg	8,7	17,0	**39,3**	35,3	**34,1**
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Kjelde: Transportøkonomisk institutt, Arbeidsdokument 50372/2013

Internettutvalet

Tabell: Alder

Pilot		Hovudundersøking						Total (N=927)	
GU-2009 (N=189)		GU-2011 (N=370)		In-situ 2012 (N=368)		Total (N=738)			
Gj.sn..	St.avvik	Gj.sn..	St.avvik	Gj.sn..	St.avvik	Gj.sn..	St.avvik	Gj.sn..	St.avvik
47	12,18	**49**	14,1	**52**	14,3	50,8	14,2	**50,0**	13,9

Kjelde: Transportøkonomisk institutt, Arbeidsdokument 50372/2013

Tabell: Aldersgrupper

	Pilot	Hovudundersøking			Total (N=926)
	GU-2009 (N=189)	GU-2011 (N=370)	In-situ 2012 (N=367)	Total (N=737)	
Under 20	1,1	0,5	0,8	0,7	0,8
20-29	6,9	9,5	7,1	8,3	8,0
30-39	20,1	17,0	12,0	14,5	15,7
40-49	**33,9**	22,2	21,3	21,7	**24,2**
50-59	20,1	**23,8**	22,1	22,9	22,4
60-69	15,3	19,5	**26,7**	23,1	21,5
70 og over	2,6	7,6	10,1	8,8	7,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Kjelde: Transportøkonomisk institutt, Arbeidsdokument 50372/2013

Internettutvalet

Tabell: Kjønnsfordeling

	Pilot		Hovudundersøking						Total	
	GU-2009		GU-2011		In-situ 2012		Total			
	Frekv.	%	Frekv.	%	Frekv.	%	Frekv.	%	Frekv.	%
Kvinne	35	24,8	118	31,9	153	41,8	271	36,8	306	34,9
Mann	106	**75,2**	252	**68,1**	213	**58,2**	465	63,2	571	**65,1**
Total	141	100,0	370	100,0	366	100,0	736	100,0	877	100,0

Kjelde: Transportøkonomisk institutt, Arbeidsdokument 50372/2013

Tabell: Utdanningsnivå

	Pilot	Hovudundersøking			Total (N=923)
	GU-2009 (N=187)	GU-2011 (N=369)	In-situ 2012 (N=367)	Total (N=736)	
Grunnskule	9,6	14,4	4,9	9,6	9,6
Vidaregåande skule	16,6	18,4	17,7	18,1	17,8
1-4 år høgare utdanning etter vgs.	34,8	31,2	35,7	33,4	33,7
Meir enn 4 år høgare utdanning etter vgs.	**39,0**	**36,0**	**41,7**	38,9	**38,9**
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Kjelde: Transportøkonomisk institutt, Arbeidsdokument 50372/2013

Internettutvalet

Hovudundersøkinga

Om ein ville nytte tilretteleggingstilbod som ville koste 50 / 200 / 500 kr

	Ja, helt sikkert	Ja, trolig	Usikker	Nei, trolig ikke	Nei, helt sikkert ikke
Gondol (svevebane), Krossobanen, fra Rjukan opp til fjellet, på Gvepseborg, med steinlagt sti inn mot Hardangervidda nasjonalpark  *(Foto: Heidi Degnes-Ødemark)*	○	○	○	○	○
Båttur fra Skinnarbu til Mogen, nær Hardangervidda nasjonalpark  *(Foto: Heidi Degnes-Ødemark)*	○	○	○	○	○
Villreinsenter på Skinnarbu, nær Hardangervidda nasjonalpark  *(Foto: Ove Bergesen/Rauland Turist)*	○	○	○	○	○

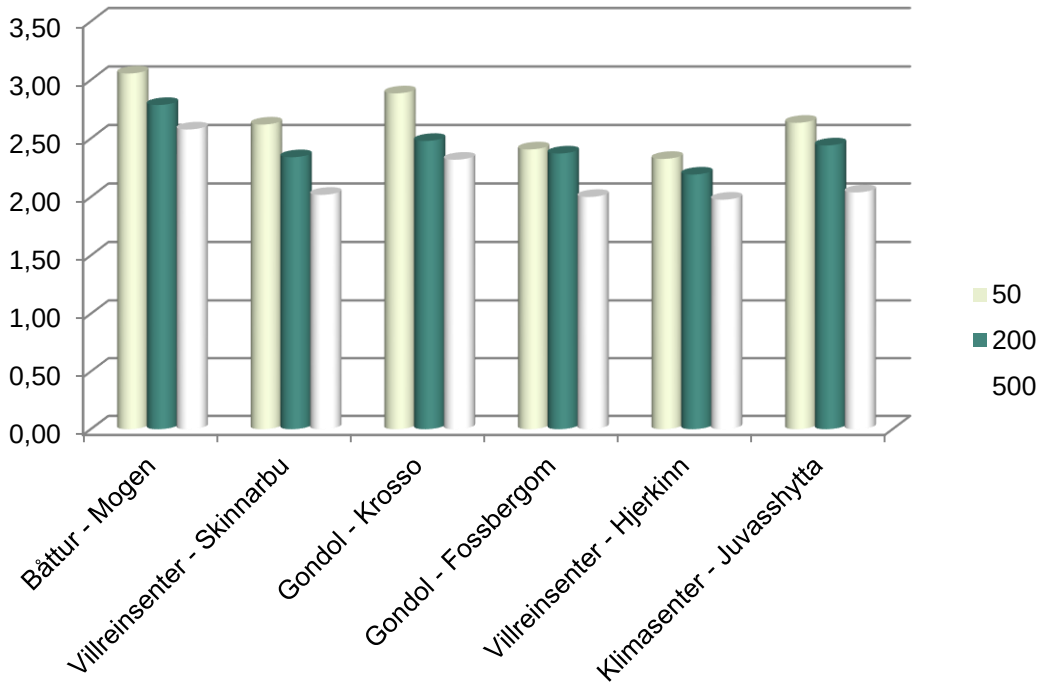
Ein type «vilkårsbunden verdsetjing» (eng: *contingent valuation*)

Respondentane fekk anten oppgjeve 50 kr, 200 kr eller 500 kr som ”inngangspris” for å nytte ein av desse attraksjonane (tilretteleggingstilboda) om dei kom attende ”neste sommar”

Anten tre attraksjonar frå Hardangervidda eller tre attraksjonar frå Nord-Gudbrandsdalen

Internettutvalet

Hovudundersøkinga



For båtturen til Mogen svara 37 % «ja, heilt sikkert» til 50 kr og 18 % «ja, heilt sikkert» til 500 kr.
For villreinsenteret på Skinnarbu svara 22 % «ja, heilt sikkert» til 50 kr og 12 % «ja, heilt sikkert» til 500 kr.

Figur: Gjennomsnittskåre ("ja"-skåre) for ulike beløp for tre turisttilbod i Hardangervidda og tre i Nord-Gudbrandsdalen (invers av skåre, "ja, heilt sikkert" er lik 5).
(Kjelde: Transportøkonomisk institutt, Arbeidsdokument 50372/2013)

Internettutvalet

Hovudundersøkinga

Aksept for negative økologiske effektar grunna turisttilretteleggingar/-aktivitetar

… Om slike turistinstallasjonar og aktivitetar blir utvikla i områda ved nasjonalparkgrensene, så kan dette gje nokre negative økologiske effektar. **Kor omfattande negative effektar ville du synest var akseptable?**

Ingen	Små	Middels	Store	
17%	44%	24%	8%	← Vegetasjonstap
35%	27%	20%	10%	← Rovfuglhekking
31%	**35%**	**20%**	**8%**	← **Reinsdyrhabitat**

Internettutvalet

Hovudundersøkinga

Aksept for negative økologiske effektar grunna turisttilretteleggingar/-aktivitetar

Kor omfattande negative effektar på reinsdyrpopulasjonen ville du synest var akseptable?

Uakseptabel		Akseptabel	
19 %	13 %	**42 %**	← –100 reinsdyr
36 %	18 %	19 %	← –500 reinsdyr
50 %	11 %	**15 %**	← –1000 reinsdyr
20 %	14 %	**47 %**	← –1 km^2 reinsdyrhabitat (–100 reinsdyr)
38 %	26 %	16 %	← –5 km^2 reinsdyrhabitat (–500 reinsdyr)
63 %	10 %	**7 %**	← –15 km^2 reinsdyrhabitat (–1000 reinsdyr)

Internettutvalet

In-situ-2012

Tabell: Om ein ville nytte gratis tilretteleggingstilbod. Prosent

	Ja, heilt sikkert (1)	Ja, truleg (2)	Usikker/ veit ikkje (3)	Nei, truleg ikkje (4)	Nei, heilt sikkert ikkje (5)	Sum	Gj.snitts-skåre (1-5)	(N)
Steinsett stig (1.3 km) for familiar, med panoramautsikt til Hardangervidda, på Falkeriset, Rauland	18	40	19	16	7	100	2,54	(176)
Sykkelstig (30 km) inn til Hardangervidda, mellom Gvepseborg og Kalhovd, Tinn	12	43	22	16	6	100	2,62	(176)
Steinsett stig (4,3 km) for ein sjølvguida, familievenleg tur inn mot Hardangervidda, Solstien, Rjukan	13	42	18	19	8	100	2,68	(176)
Fotoskjul for fuglekiking, 200 m frå vegen, i Austbø, Rauland	2	27	25	29	16	100	3,30	(176)
Stig for barnevogn og rullestol (1,3 km) med sjølvguida aktivitetar for born attmed elvebreidda, ved E-134, Haukelifjell	4	19	23	30	24	100	3,51	(176)

Kjelde: Transportøkonomisk institutt, Arbeidsdokument 50372/2013

Internettutvalet

Tabell: Forventingane til vitjinga i Hardangervidda-området (N=134)

	Svært låge (1)	(2)	(3)	(4)	Svært høge (5)	Ikkje relevant	Sum	Gj.snitts-skåre (1-5)	St. avvik
Dei generelle forventingane du hadde til reisemålet før reisa starta	0,7	1,5	14,2	37,3	**41,8**	4,5	100,0	4,23	0,818
Forventingar til turistattraksjonane	1,5	5,2	23,1	36,6	**20,1**	13,4	100,0	3,79	0,928
Kvaliteten på infrastruktur (vegar og offentleg transport)	1,5	5,2	38,1	32,1	**16,4**	6,7	100,0	3,61	0,897
Kvaliteten på turistattraksjonane	0	3,0	16,4	43,3	**23,9**	13,4	100,0	4,02	0,780

Kjelde: Transportøkonomisk institutt, Arbeidsdokument 50372/2013

Tabell: Kor tilfreds ein var med vitjinga i Hardangervidda-området (N=134)

	Svært misnøgd (1)	(2)	(3)	(4)	Svært nøgd (5)	Ikkje relevant	Sum	Gj.snitts-skåre (1-5)	St. avvik
Generell hugnad av opphaldet	2,2	1,5	6,0	26,1	**62,7**	1,5	100,0	4,48	0,860
Hugnad med overnattingstilboda	0,7	5,2	12,7	28,4	**38,1**	14,9	100,0	4,15	0,952
Hugnad med turistattraksjonane	0,7	4,5	8,2	35,1	**37,3**	14,2	100,0	4,21	0,884
Hugnad med restaurantar og kafear	3,0	6,7	20,1	35,8	**20,1**	14,2	100,0	3,74	1,018

Kjelde: Transportøkonomisk institutt, Arbeidsdokument 50372/2013

… inkluderer òg turistar rekrutterte på Fjellvåken/Kalhovd som ikkje svarte på internettundersøkinga

In-situ rekrutteringsutval

In-situ-2012

Tabell: Føremål med turen (N=1844). Prosent

For å vitje Mogen (Kalhovd) på ein dagstur	30,0
For å nyte naturen attmed Møsvatn (Mårvatn)	28,3
For å vandre fleire dagar i Hardangervidda nasjonalpark	26,4
For å ta del i uorganiserte aktivitetar	4,4
For å ta del i guida aktivitetar	2,1
Anna føremål	8,8
Total	100,0

Kjelde: Transportøkonomisk institutt, Arbeidsdokument 50372/2013

… inkluderer òg turistar rekrutterte på Fjellvåken/Kalhovd som ikkje svarte på internettundersøkinga

In-situ rekrutteringsutval

In-situ-2012

Tabell: Om ein ville nytte ei nettside med guide for planlegging av reiseruter. Prosent

	Frekvens	Prosent
Nei, heilt sikkert ikkje	153	8,8
Nei, truleg ikkje	278	16,0
Veit ikkje	306	17,6
Ja, truleg	691	**39,7**
Ja, heilt sikkert	311	17,9
Total	1739	100,0

Kjelde: Transportøkonomisk institutt, Arbeidsdokument 50372/2013

… inkluderer òg turistar rekrutterte på Fjellvåken/Kalhovd som ikkje svarte på internettundersøkinga

In-situ rekrutteringsutval

In-situ-2012

… berre utanlandske !

Tabell: Kor viktige ulike kjelder er for valet av reiserute. Prosent

	Uviktig (1)	Litt viktig (2)	Ganske viktig (3)	Svært viktig (4)	Ikkje relevant (9)	Sum	Gj.snitt-skåre (1-4)	(N)
Eiga røynsle frå tidlegare vitjingar	4	15	33	44	5	100	3,23	110
Slekt, venar, kjende	20	17	28	29	5	100	2,70	110
Brosjyrar om Telemark fylke	35	22	30	7	6	100	2,11	110
Skilt etter vegen	43	20	19	11	7	100	1,98	110
Guidebøker	34	33	20	5	9	100	1,95	110
TV, radio, aviser, blad	36	34	18	5	7	100	1,90	110
www.hardangervidda.com	47	25	8	6	13	100	1,70	110
www.nasjonalparkrute.no	52	22	8	5	14	100	1,60	110

Kjelde: Transportøkonomisk institutt, Arbeidsdokument 50372/2013

Transportøkonomisk institutt
Stiftelsen Norsk senter for samferdselsforskning

Arbeidsdokument av 23. mai 2013 MO/50372/2013
3680 PROTOUR
Knut Veisten, Askill Harkjerr Halse, Kreg Lindberg, Jan Vidar Haukeland, Heidi Degnes-Ødemark, Berit Grue, Eivind Farstad, Iratxe Landa Mata og Odd Inge Vistad

Norske og internasjonale turisters beskrivelse av en reise i Norge og deres holdninger til nye tilrette-legginger nær Hardangervidda nasjonalpark:

en internettbasert studie med deskriptiv statistikk

Innhold:

1. Innledning og problemstilling 3
2. Metode og data 5
2.1. Hovedundersøkelsesutvalgene og pilotutvalgene 5
2.2. Spørsmål og testing 9
2.3. Oppholdet i Norge 13
2.4. Reiseutgifter/forbruk 19
2.5. Oppholdet i Hardangerviddaområdet 22
3. Mer om utvalget som besvarte de internettbaserte spørreskjemaene ... 25
3.1. Demografiske og sosioøkonomiske variable 25
3.2. Motivasjon og tidsbruk 29
4. Turistenes tilfredshet/lojalitet 32
5. Oppmerksomhet rundt nasjonalparkstatusen 41
5.1. Kjennskap til og besøk i nasjonalparkene 41
5.2. Nasjonalparkenes betydning for reisebeslutninger 42
6. Reisa til den sørlige inngangsporten til Hardangervidda 43
6.1. Motiv for å reise med "Fjellvåken" (fra rekrutteringsskjema, in-situ-2012) ... 43
6.2. Ønske om ei nettside med guide for planlegging av reiseruter i Norge (fra rekrutteringsskjema, in-situ-2012) 43
6.3. Viktigheten av ulike egenskaper ved den valgte reiseruta i Norge (fra rekrutteringsskjema for ikke-norsktalende, in-situ-2012) 44
6.4. Viktigheten av ulike informasjonskilder for valg av reiserute til Hardangerviddaområdet 46