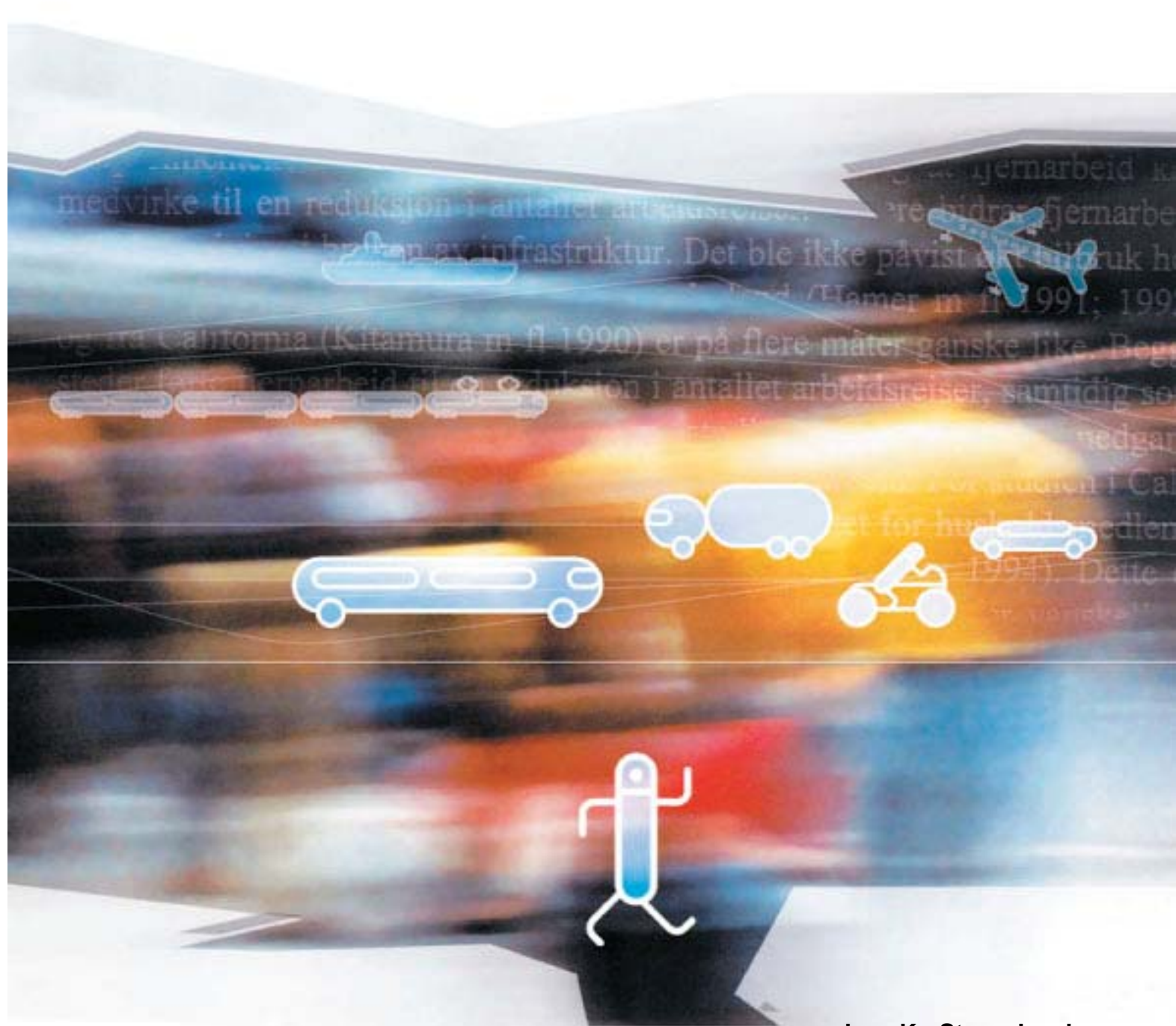


Reiser i unike landskaper

Opplevelser og vurderinger av nasjonale turistveger



Reiser i unike landskaper

Opplevelser og vurderinger av nasjonale turistveger

Jens Kr. Steen Jacobsen

Transportøkonomisk institutt (TØI) har opphavsrett til hele rapporten og dens enkelte deler. Innholdet kan brukes som underlagsmateriale. Når rapporten siteres eller omtales, skal TØI oppgis som kilde med navn og rapportnummer. Rapporten kan ikke endres. Ved eventuell annen bruk må forhåndssamtykke fra TØI innhentes. For øvrig gjelder [åndsverklovens](#) bestemmelser.

ISSN 0808-1190

ISBN 82-480-0620-4 Papirversjon

ISBN 82-480-0621-2 Elektronisk versjon

Oslo, mars 2005

Tittel: Reiser i unike landskaper; opplevelser og vurderinger av nasjonale turistveger

Forfatter(e): Jens Kristian Steen Jacobsen

TØI rapport 827/2006

Oslo, 2006-03

33 sider

ISBN 82-480-0620-4 Papirversjon

ISBN 82-480-0621-2 Elektronisk versjon

ISSN 0808-1190

Finansieringskilde:

Statens vegvesen

Prosjekt: 2735 Analyser av vegturisme

Prosjektleder: Jens Kristian Steen Jacobsen

Kvalitetsansvarlig: Jan Vidar Haukeland

Emneord:

Reiseliv, turisme, turistveg, survey, Norge

Sammendrag:

Rapporten beskriver og analyserer opplevelser og vurderinger av norske turistveger, med utgangspunkt i intervjuundersøkelser sommeren 2005 på sju strekninger, som enten var etablert eller nominert som nasjonale turistveger: Valdresflye, Sognefjellsvegen, Geiranger/Trollstigen, Helgeland nord, Lofoten, Senja og Varanger. Interessant landskap, flott utsikt fra vegen og spesielle naturattraksjoner pekte seg ut som de mest framtrepende reisemotivene. De viktigste informasjonskildene for de vegfarendes beslutninger om å besøke den aktuelle turistvegen var egen erfaring fra tidligere besøk i området, beretninger fra bekjente og/eller familie samt reisehåndbøker. En god del av trafikantene syntes at omfanget av en del fasiliteter ved strekningene var for lavt.

Title: Journeys through unique landscapes: experiences and assessments of national scenic roads

Author(s): Jens Kristian Steen Jacobsen

TØI report 827/2006

Oslo: 2006-03

33 pages

ISBN 82-480-0620-4 Paper version

ISBN 82-480-0621-2 Electronic version

ISSN 0808-1190

Financed by:

The Norwegian Public Roads Administration

Project: 2735 Analyses of road-based tourism

Project manager: Jens Kristian Steen Jacobsen

Quality manager: Jan Vidar Haukeland

Key words:

Tourism, scenic road, survey, Norway

Summary:

The report describes motorists' experiences and assessments of certain scenic roads in Norway, based on survey data from the summer of 2005. The study was conducted on seven roads, which were either established or nominated as national tourist routes. Interesting landscapes and the view from the road were the dominant motives for choosing these routes. A proportion of the visitors judged the number of certain facilities to be too low along these routes.

Language of report: Norwegian

Rapporten kan bestilles fra:
Transportøkonomisk institutt, biblioteket,
Postboks 6110 Etterstad, 0602 Oslo
Telefon 22 57 38 00 - Telefax 22 57 02 90
Pris kr 200

The report can be ordered from:
Institute of Transport Economics, the library,
PO Box 6110 Etterstad, N-0602 Oslo, Norway
Telephone +47 22 57 38 00 Telefax +47 22 57 02 90
Price € 25

Copyright © Transportøkonomisk institutt, 2006

Denne publikasjonen er vernet i henhold til Åndsverkloven av 1961
Ved gjengivelse av materiale fra publikasjonen, må fullstendig kilde oppgis

Forord

Denne rapporten fokuserer på trafikantenes opplevelser og vurderinger av turistveger i Norge. Analysene tar utgangspunkt i intervjuundersøkelser på sju vegstrekninger i sommersesongen 2005. Hovedhensikten er å medvirke til en forbedret kunnskapsplattform for utvikling av nasjonale turistveger.

Kontaktperson for arbeidet har vært delprosjektleder Helge Stikbakke ved Turistvegkontoret i Statens vegvesen. Han har også har medvirket til innretningen på undersøkelsen og kommentert tidligere rapportutkast.

Rapporten er utarbeidet av forsker Jens Kr. Steen Jacobsen, mens datamaterialet ble tilrettelagt av forsker Berit Grue. Avdelingssekretær Tove Ekstrøm har utført tekstbehandling og tilrettelagt dokumentet for trykking. Avdelingsleder Jan Vidar Haukeland har hatt ansvaret for kvalitetssikringen. Det minnes om at TØI ikke er ansvarlig for følger av mulige trykkfeil i dokumentet.

Oslo, mars 2006
Transportøkonomisk institutt

Lasse Fridstrøm
instituttssjef

Randi Hjorthol
forskningsleder

Innhold

Sammendrag

1 Innledning.....	1
2 Metode og gjennomføring	6
3 Kjennetegn ved de vegfarende.....	7
4 Reisemotiver og aktiviteter	11
5 Informasjonskilder og beslutninger	18
6 Evaluering av vegstrekningene og deres fasiliteter	22
7 Oppsummering og konklusjoner	30
Litteratur	32

Sammendrag:

Reiser i unike landskaper

Opplevelser og vurderinger av nasjonale turistveger

Denne rapporten beskriver og analyserer opplevelser og vurderinger av norske turistveger, med utgangspunkt i intervjuundersøkelser sommeren 2005 på sju strekninger, som enten var etablert eller nominert som nasjonale turistveger: Valdresflye, Sognefjellsvegen, Geiranger/Trollstigen, Helgeland nord, Lofoten, Senja og Varanger. Studien omfatter vegfarende som var på fritidsreise med bil eller motorsykkel/moped og som ikke var bosatt langs eller like i nærheten av strekningen. Datainnsamlingen foregikk på utvalgte dager i to perioder mellom 26. juni og 10. august. Hovedhensikten med undersøkelsen er å medvirke til en forbedret kunnskapsplattform for utvikling av nasjonale turistveger i Norge.

Interessant landskap, flott utsikt fra vegen og spesielle naturattraksjoner pekte seg ut som de mest framtreddende reisemotivene. Interessant landskap var svært viktig for flertallet av trafikantene på de fleste strekningene, mens flott utsikt ble framhevet som svært viktig av rundt halvparten. Fine steder for piknik/rast ble understreket av vel en femdel av de besøkende på flere av strekningene.

Det er til dels betydelige ulikheter mellom turistvegene med hensyn til hvorfor trafikantene hadde stoppet underveis. De mest framtreddende grunnene til å stoppe var at man ville se på utsikten og forevige det man så. Mellom 72 og 93 prosent av trafikantene hadde stoppet på grunn av utsikten, mens mellom 58 og 86 prosent av turistene hadde kjørt til side for å fotografere. Det var også ganske store andeler på mellom 40 og 67 prosent som hadde stoppet for rast/piknik. Videre hadde mellom 29 og 53 prosent besøkt serveringssted langs strekningen. Andeler på mellom 29 og 62 prosent hadde gått en kortere tur ved vegen, mens mellom 14 og 46 prosent av vekturistene hadde gått en lengre tur (mer enn 20 minutter). Mellom tre og 10 prosent av de vegfarende på strekningene i Sør-Norge hadde fisket, mens det samme gjaldt mellom 25 og 39 prosent av trafikantene på vegene i Nord-Norge.

På Sognefjellet, Geiranger/Trollstigen, Helgeland og i Lofoten var rundt halvparten av trafikantene bosatt i Norge. På Valdresflye og Senja var rundt sju av 10 besøkende norske, mens bare hver fjerde besøkende i Varanger var norsk. På alle vegene utenom Valdresflye hadde et flertall av turistene overnattet langs eller i nærheten av strekningen.

Gjennomsnittsalderen til dem som besvarte spørreskjemaet var 48 år. Det var ganske store variasjoner mellom strekningene med hensyn til hva slags kjøretøy som ble benyttet: Mellom 61 og 89 prosent av de intervjuede brukte personbil, mens mellom seks og 25 prosent anvendte bobil. Andeler på mellom tre og 14 prosent kjørte bil med campingvogn, mens mellom én og sju prosent av reisefølgene tok seg fram med motorsykkel eller moped. Gjennomsnittlig var det 2,6 per-

soner i hvert kjøretøy. Andelen av reisefølgene som omfattet barn under 15 år, varierte mellom 20 og 25 prosent.

Med unntak for Varanger var over halvparten av de utenlandske trafikantene på sitt første besøk på den aktuelle strekningen. Blant norske vegfarende var det relativt mange førstegangsbesøkende på Helgeland og i Varanger.

De viktigste informasjonskildene for beslutningen om å besøke den aktuelle turistvegen var egen erfaring fra tidligere besøk i området, beretninger fra bekjente og/eller familie samt reisehåndbøker. Egen erfaring var viktigst for besøkende på Valdresflye, Senja og Sognefjellet, mens dette var minst betydningsfullt i Varanger. Informasjon fra familie og/eller venner var viktigst for vegfarende på Senja og minst viktig for reisende på Sognefjellet. Reisehåndbøker var relativt viktigst for trafikantene på Helgeland og minst viktig på Valdresflye, Senja og i Varanger. Brosjyrer om norske turistveger var svært viktig for mellom 11 og 20 prosent og var viktigst for dem som hadde vært på Helgeland og Sognefjellet. Mellom en tittel og en seksdel av turistene betonte skilt langs vegen som en svært viktig informasjonskilde.

Trafikantene var allment sett mest fornøyd med Sognefjellsvegen, som også var den strekningen som i størst grad kunne regnes som ferdigstilt da undersøkelsen ble foretatt. På Sognefjellsvegen syntes vel halvparten av brukerne at strekningen var svært bra. Som ventet kom de minst utviklede strekningene, Varanger, Senja og Lofoten, dårligst ut av totalvurderingen, idet bare en firedel av trafikantene vurderte disse strekningene som svært bra.

En god del av trafikantene syntes at omfanget av en del fasiliteter var for lavt. Sognefjellsvegen kom best ut på dette området, mens trafikantene syntes at manglene var mest framtrædende på Senja. Det var en ganske utbredt oppfatning at det var for få toaletter langs alle strekningene. Flere serveringssteder og overnattingsmuligheter langs vegen ble etterlyst særlig i Varanger, på Senja og på Helgeland: her var det rundt en tredel som ønsket seg flere tilbud fra vertskapsnæringen. Mellom 12 og 34 prosent av trafikantene syntes at det var for få stoppmuligheter ved interessant utsikt. Særlig på strekningene i Nord-Norge var det et ønske om flere rasteplasser. Generelt var norske vegfarende mindre fornøyde enn utenlandske turister med antallet rasteplasser.

1 Innledning

Bilvinduet er ramme for mange turistenes norgesopplevelser. Å være vegturist i spektakulære landskaper handler særlig om visuelle opplevelser knyttet til reisen som panorama – å betrakte på avstand og i forbifarten (Schivelbusch 1977). Flyktige landskapsopplevelser langs vegene kan minne om opplevelser av bildekunst, der man stort sett bruker begrenset tid på hvert bilde. Det er derfor ikke underlig at bilturister betoner variasjoner i landskapene (Jacobsen og Grue 1997:21–23).

En betydelig del av Norges turismeattraksjoner finnes langs vegnettet, og vegene er dessuten utgangspunkt for mange ferie- og fritidsopplevelser. Særlig omreisende utlendinger ser Norge slik landet åpenbarer seg langs vegkantene, idet de bruker bil eller buss for å komme til severdigheter utenfor byene. Videre er rundt to tredeler av den norske befolkningen bilister når de drar på ferie, og mange drar dessuten på helgeturer gjennom særpregede landskaper. Også for bilister som velger en rask veg og primært vil forflytte seg fra et sted til et annet, er utsikt og synsinntrykk interessant – når ferden går gjennom vakre, dramatiske eller på andre måter bemerkelsesverdige landskaper.

Denne rapporten beskriver og analyserer en del opplevelser og vurderinger av nasjonale turistveger, med utgangspunkt i intervjuundersøkelser blant trafikanter på sju vegstrekninger i løpet av sommersesongen 2005. Hovedhensikten er å medvirke til en forbedret kunnskapsplattform for utvikling av turistveger.

Det fins en rekke gode grunner til å utvikle nasjonale turistveger i Norge. Ikke bare er fornøyleskjøring og bilferie populært. Turistveger kan videre stimulere interessen for både nasjon og regioner. Turisme og sightseeing innebærer dessuten betydelige inntekter for de områdene der reisene foretas (Dybedal 2003; Jacobsen 1999:32–33; Haukeland og Grue 1996; Lew 1991).

Som et ledd i en nasjonal satsing på reiseliv som næring har Statens vegvesen iverksatt et omfattende arbeid med utvikling av nasjonale turistveger. Dette startet for alvor i 1995, med etablering av fire prøvestrekninger. Ved årtusenskiftet satte man i gang et større tiltak, der målet er å etablere rundt 18 nasjonale turistveger i løpet av tiden fram til år 2015 (Statens vegvesen 2004). Det er Vegvesenets ambisjon at strekningene skal være turismeattraksjoner av nasjonal og internasjonal kvalitet og at de skal appellere til rundreiseturister fra både innland og utland. Unike landskapsopplevelser, tilrettelagte stoppesteder og aktivitetsmuligheter langs strekningene skal bidra til at turistene både forlenger oppholdstiden, får gode opplevelser og kommer tilbake ved en senere anledning.

Planlegging for turisme og reiseliv forutsetter at man tar utgangspunkt i bruker- eller kundeanalyser (Gunn 1994). For å virke effektivt, må planlegging, design og arkitektur til dels basere seg på kjennskap til hvordan folk tenker og føler om omgivelsene. Ved tilrettelegging i forhold til utenlandske turister står man dessuten overfor den tilleggsutfordringen at man må forstå hvordan Norge og norske regioner blir oppfattet utenfra.

Da Statens vegvesen satte i gang sitt reiselivsprosjekt med fire prøvestrekninger for nasjonale turistveger i 1990-årene, fulgte man lærebokoppskriften og gjennomførte innledende brukerundersøkelser. En slik tilnærming er videreført gjennom denne kartleggingen av vegfarende på sju strekninger, som enten er etablert som nasjonale turistveger eller nominert som slike veger. For vegsektoren er det viktig med konkrete og dokumenterbare kunnskaper om reiselivstrafikken, blant annet for å kunne møte brukernes, reiselivsnæringens og de lokale myndighetenes ønsker på en fornuftig måte. Brukeranalyser er spesielt betydningsfulle der det er forskjellige trafikanttyper med til dels motstridende interesser.

Ofte skjelner man mellom turister og ferierende som to av reiselivets hovedtyper: Turisten (sightseeren) søker vanligvis det *nye*, mens rekreasjonssøkende ferierende primært søker *forandring* fra hverdagen, uansett om det bringer noe nytt eller ikke (Cohen 1974). Sightseeingturer, som bilturer i områder man ikke har besøkt tidligere, er ofte ikke tilbakevendende, mens rekreasjonspregete feriereiser har en tendens til å være vanemessige, særlig kortere helgeturer med bil. Av hensyn til språklig variasjon benyttes imidlertid både uttrykkene turist og ferierende her om alle dem som omfattes av undersøkelsen på turistvegene.

Tidligere undersøkelser tyder på at vegturistene stort sett er mer opptatt av å se på storslagne og dramatiske landskaper enn å ferdes i dem (Jacobsen 2003; Jacobsen og Grue 1997). Man finner likevel interesse for enkelte særskilte aktiviteter, som fiske (Jacobsen 2005a) samt vandring og besøk i nasjonalparker (Jacobsen 2005b). Vegfarende turister reiser gjerne omkring, men også mange av dem som er på veg til bestemte reisemål nyter omgivelsene de passerer. Omreisende bilturister synes hovedsakelig å ha ganske korte stopp underveis, med unntak av stedene der de overnatter.

Typiske attributter ved turistveger er at man kan se vann; at landskapet oppfattes som utemmet eller landlig; at man kan se til motsatt kant, for eksempel til motsatt side av en dal eller over en fjord; at landskapet er spesielt; samt at vegen og/eller tilhørende utsiktspunkter gir godt utsyn (Gunn 1994:263). Fordi hele vegkorridoren er involvert ved sceniske veger, argumenterer Gunn (1994) for at planlegging må ta hensyn til både landskap og kulturelle elementer. For å sikre bærekraftig utvikling av attraktive strekninger, har det i flere land vært aktuelt å anvende landskapsvern og utsiktsvern både for turistveger og andre veger som har betydelig innslag av turismetrafikk.

Et kjennemerke ved de fleste turismetilbud og turismeprodukter er at de er stedbundne – de både produseres og oppleves (forbrukes) ved bestemte lokaliteter. Det innebærer at kundene (turistene) må oppsøke produksjons- eller opplevelsesstedene. Sterkt forenklet kan man si at følgende tre elementer vanligvis er sentrale i turismeprodukter:

- attraksjoner
- tilgjengelighet/atkomst
- fasiliteter

Attraksjoner er bokstavelig talt kjernen i turisme forstått som sightseeing og liknende. Ved siden av at reisemål må ha attraksjoner, må det også være atkomst fra den omliggende verden. I mange tilfeller er det viktigste aspektet ved et turismeprodukt å produsere tilgang. Betydningen av atkomstmuligheter vil variere en del, avhengig av hva slags reisemål og hva slags besøkende det dreier seg om. Steder

som befinner seg høyt i et transporthierarki, vil ofte være mer konkurransedyktige enn steder som befinner seg lavere i et slikt hierarki (Murphy 1985:51). For en god del bilturister synes det likevel å være et poeng at mange ønsker å komme bort fra de mest trafikkerte vegene (Jacobsen og Grue 1997) og finne reisemål utenfor allfarveg. Ideen bak sceniske sideveger er blant annet knyttet til et slikt resonnement. Mange bilturister er altså ikke bare «milslukere», men er primært opptatt av kvaliteten på opplevelsene langs vegene. For eksempel kan høyt fartsnivå på en turistveg gjøre det vanskelig å nyte utsikten, da man får såkalt «tunnelsyn» og bare ser tydelig det som er langt foran (Statens vegvesen 1998:23). Tidligere undersøkelser har da også vist at en god del turister opplever både trafikkmengde og fartsnivå som problematisk på enkelte strekninger (Jacobsen og Grue 1997:28–31).

Da turisme som næring er erklært som et politisk satsingsområde i Norge, kan man anta at både reiselivsnæringen og trafikantene i økende grad vil stille opplevelsesmessige og andre krav til vegnettet, på linje med, og delvis også på tvers av, vel etablerte krav fra det øvrige næringslivet, slik som for eksempel ønsket om framkommelighet (Tjade 1994), det vil si kortere kjøretider gjennom høyere fart og mer effektiv trafikkavvikling. Vegmyndighetene produserer altså ikke bare raske og sikre transporter, men også estetiske opplevelser. På flere vegstrekninger gjennom naturskjønne områder vil for eksempel høyere fart stå i motsetning til reiselivsinteressene, som framhever visuelle og andre bemerkelsesverdige opplevelser for de besøkende. Mange veger gjennom naturskjønne områder har på årsbasis en stor andel turister og fritidsreisende og man kan derfor tale om vegenes «turismefunksjoner». Mye tyder på at en framtidsrettet vegpolitikk som skal stimulere næringsutvikling må ta utgangspunkt i en bred definisjon av næringslivets interesser. Særlig må man la reiselivstrafikken få mer framtredd oppmerksomhet, i alle fall i betydelige deler av distrikts-Norge.

Videre representerer turistenes kvalitetskrav betydelige utfordringer for dem som driver næringsvirksomhet rettet mot vegfarende, slik som servering og overnatting. Når denne studien omfatter brukernes oppfatninger av kvalitet, så innebærer det at kvalitet oppfattes relativt: subjektiv kvalitet tar utgangspunkt trafikantenes vurderinger av hva som er ønskelig.

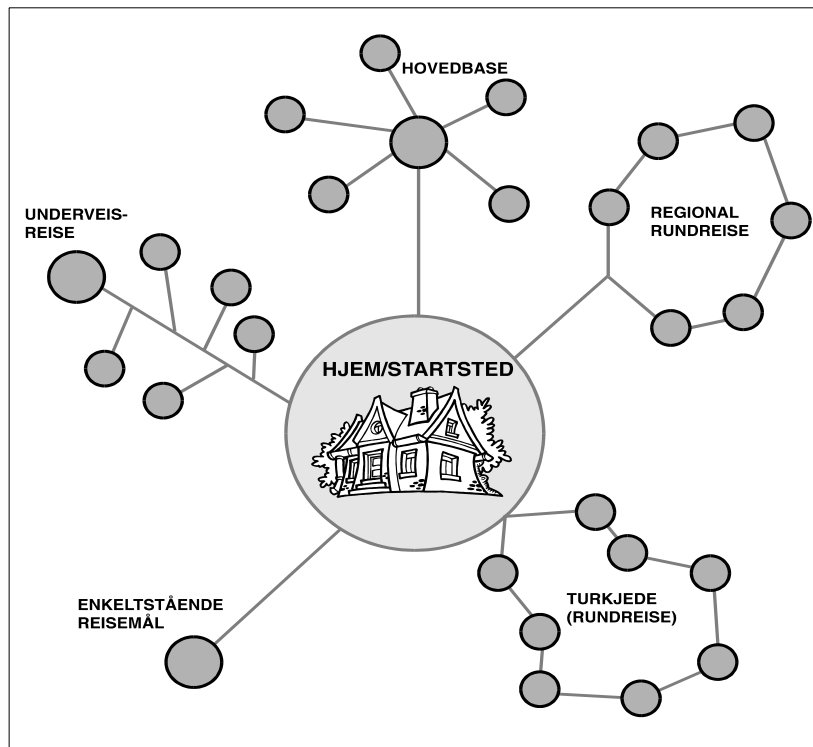
I faglitteraturen benyttes det flere begreper om det Statens vegvesen har valgt å kalle turistveg. Andre vanlige uttrykk er «scenisk veg», «scenisk sideveg» og «scenisk hovedveg» (Gunn 1994:261–270). Utrykket scenisk veg henspiller særlig på opplevelser av det naturskjønne. Fornøyelseskjøring er en viktig aktivitet for turister, i første rekke knyttet til synsinntrykk, men også opplevelser av en strekning og dens omgivelser gjennom andre sanser, når man stopper undervegs.

En scenisk sideveg (*scenic byway*) er en strekning som transportmessig oppleves som en omveg, men som en del personer vil velge fordi den av ulike grunner oppleves som mer interessant enn det raskeste alternativet. Slike veger vil i en del sammenhenger kunne ha funksjonelle restriksjoner, for eksempel at de er stengt for større kjøretøyer og/eller at de har nedsatt hastighetsgrense.

En scenisk hovedveg vil ofte være en viktig transportåre i en region, og vil derfor oftest ikke ha funksjonelle restriksjoner (Hoel og Perfater 1992:16). Det kan likevel tenkes at en slik veg kan ha visse restriksjoner i perioder som er høysesong for turisme og annen fritidsbruk, for eksempel nedsatt fartsgrense i høysesongen(e).

En scenisk hovedveg kan også være en veg som primært benyttes for transport innen et destinasjonsområde (Gunn 1994:261).

Forskjellige måter å bruke turistveger på er illustrert i figur 1. Noen turister drar til et område for å oppsøke og oppleve spesielle vegstrekninger, det som her er kalt regional rundreise. Videre kan bruk av en turistveg inngå i en turkjede. Turistveger benyttes også i forbindelse med det mønsteret som her er kalt undervegsreise: at man besøker flere reisemål og attraksjoner undervegs til det som er hovedmålet for reisen, det stedet som er hovedfokus for reisen eller det stedet som ligger lengst vekk fra bostedet.



TØI rapport 827/2006

Figur 1: Romlige reisemønstre; enkeltstående reisemål, undervegsreise, hovedbase, regional rundreise og turkjede (etter Lue, Crompton og Fesenmaier 1993:294).

Turistvegene benyttes også i forbindelse med det enkleste reisemønsteret: en reise til én destinasjon, der mesteparten av tiden tilbringes. I slike sammenhenger benyttes turistvegene som transportetapper, for eksempel ved reiser til hytter og slekt langs riksveg 17 på Helgelandskysten.

Man kan dessuten benytte turistveg(er) i forbindelse med ferieopphold i det som her er kalt hovedbase, det vil si at man drar på dagsturer ut fra det stedet der man overnatter. Lue, Crompton og Fesenmaier (1993:295) peker på at såkalte satelittdestinasjoner mangler nødvendige tilbud som for eksempel overnattingsmuligheter, slik at de ikke framstår som selvstendige reisemål og derfor er avhengige av et symbiotisk (gjensidig nyttig) forhold til tjenester og varer som tilbys på det stedet som er hovedbase. Dette vil ofte kunne være situasjonen ved turistveger som utgjør korte strekninger (sceniske sideveger) samt i tidlige faser i utviklingen av en turistveg. Hovedbasemønsteret framkommer også når overnattingstilbud oppleves

som spesielt attraktive – om man vil bo på et særpreget pensjonat ved en fjord og dra på dagsturer langs turistveger for å oppleve breer og andre attraksjoner.

Mye av det som trekker turister til bestemte steder, kan sammenfattes i begrepet attraksjoner (Jacobsen 1997). Vanskelighetene med å definere attraksjoner, både i forhold til natur og menneskelig virksomhet, har gjort at mange har valgt å forstå dem ut fra hva de symboliserer for turistene og hvordan de blir fortolket (MacCannell 1976; Leiper 1990). Turismeattraksjoner kan defineres som et empirisk forhold mellom tre elementer; en *severdighet* (attraksjonskjerne), en *markør* og en *turist* (MacCannell 1976:41). Markør (merke/anvisning) betyr hvilken som helst informasjon om en severdighet, for eksempel skilter langs vegnettet, omtale i reisehåndbøker og brosjyrer, eller muntlige beretninger fra venner og kjente. At turist(e) er inkludert i definisjonen av en attraksjon, innebærer at det ved utvikling av attraksjoner vil være avgjørende å forstå aktuelle og potensielle besøkende.

Sett med turistenes øyne kan man grovt sett tenke seg attraksjoner på tre nivåer (Leiper 1990:374): En primærattraksjon er bestemmende for turistenes valg av reiserute og reisemål. En sekundærattraksjon er kjent på forhånd, men er ikke avgjørende for folks valg av reiserute. En tertiærattraksjon er ikke kjent på forhånd og oppdages mer tilfeldig når turistene er undervegs.

Problemet med å forstå attraksjoner er blant annet knyttet til bruk av tilsynelatende besnærende språklige bilder som «fyrtårn» og «turistmagnet». Leiper (1990:369) hevder at ideer om attraksjoner i turismelitteraturen kan være misvisende eller villedende idet man bruker uttrykk som «magnetisme» og «gravitasjonsmessig innflytelse». Slike uttrykk forutsetter at tingen selv har kraft til å influere på folks atferd og at en attraksjons kraft utøves på grunnlag av iboende forhold. Attraksjonsteoriene til MacCannell og Leiper forutsetter imidlertid at attraksjoner *ikke* har «indre kvaliteter», men at de er attraksjoner fordi de oppfattes som interessante av turistene – at de er opphøyde eller spesielle – i turistenes øyne.

Forholdet mellom veger og attraksjoner antar forskjellige former: en veg kan føre til en eller flere attraksjoner (punktattraksjoner), en veg kan binde flere attraksjoner sammen (en klynge), vegen kan være utsiktssted til forskjellige attraksjoner og en veg (veganlegget) kan være en attraksjon i seg selv. Det man ofte omtaler som turistveger eller sceniske veger, er veger som enten fører til vesentlige attraksjoner, eller veger som binder sammen flere mindre attraksjoner som samlet gjør et område eller en strekning interessant (Leiper 1990:374; Jacobsen 1997). En del turistveger oppnår også selvstendig berømmelse. En del attraksjoner har appell til brede kretser av vegfarende, for eksempel landskaper som er sentrale i byggingen av nasjonal identitet, mens andre attraksjoner bare interesserer mindre andeler av turistene.

Selv om det på et overordnet nivå er etablert en del kunnskaper om turistveger og hvordan de benyttes, så mangler man fortsatt mye konkret og sikker kunnskap om slike veger og hvordan de inngår i folks reisevirksomhet. Denne rapporten og spørreundersøkelsen som den er basert på, er et bidrag til en kunnskapsbasert plattform for norsk vegturisme.

2 Metode og gjennomføring

Datainnsamlingen for denne undersøkelsen ble gjennomført sommeren 2005 på følgende strekninger, som enten var etablert eller nominert som turistveger: Valdresflye, Sognefjellsvegen, Geiranger/Trollstigen, Helgeland nord, Lofoten, Senja og Varanger. Det ble anvendt spørreskjema for selvutfylling, i seks språkvarianter: engelsk, finsk, italiensk, norsk/dansk, svensk og tysk. Selvutfylling på respondentenes eget språk styrket undersøkelsens reliabilitet, det vil si i hvilken grad undersøkelsen kan gjentas og gi noenlunde samme resultater. Det ble bare anvendt faste svarkategorier, blant annet basert på spørsmålsstillinger fra tidligere undersøkelser av bilturister i Norge (Jacobsen og Grue 1997; Jacobsen og Haukeland 1998; Jacobsen, Grue og Haukeland 2002).

Populasjonen for denne analysen er vegfarende som i løpet av sommersesongen 2005 var på fritidsreise med bil eller motorsykkel/moped på en av de sju strekningene og som ikke var bosatt langs eller like i nærheten av strekningene. Undersøkelser som på denne måten foretas direkte blant vegtrafikanter i form av utvalg av trafikkstrømmer, omtales som *undervegsundersøkelser*. Populasjonen består av en konkret, endelig mengde reiser (elementer), men antallet er ukjent og det finnes ikke noen oversikt over elementene. Å trekke utvalg fra en slik populasjon er derfor mer komplisert enn ved undersøkelser der man har oversikt over populasjonen. På den andre siden oppnås gjerne høy svarprosent.

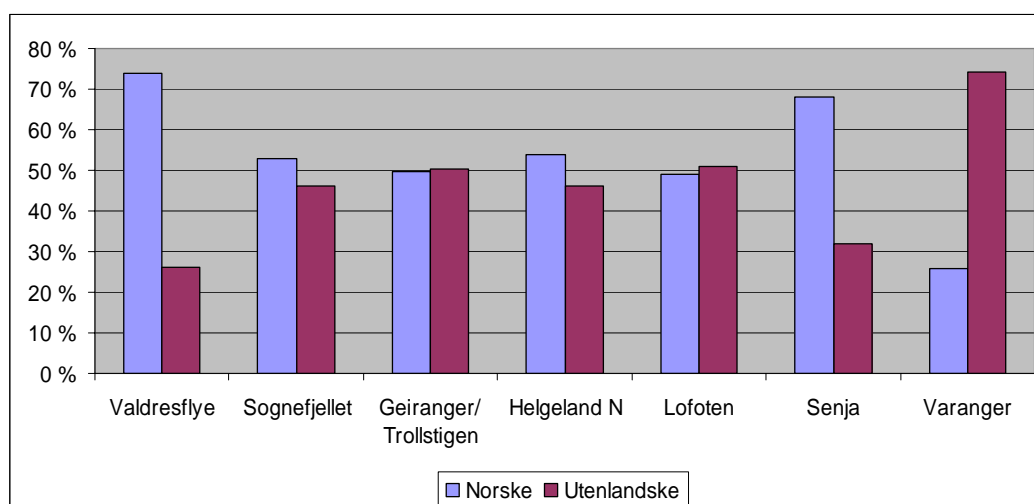
Datainnsamlingen foregikk på utvalgte dager i to perioder i tidsrommet fra 26. juni til 10. august, slik at undersøkelsen dekker kjernen av sommersesongen – både hverdager og helgedager. Svarprosenten kan allment sett betraktes som høy og varierer forenklet sagt mellom 60 og 90 for de ulike intervjustedene. På Valdresflye var svarprosenten 91, på Sognefjellet 79, på strekningen Geiranger/Trollstigen var den 87. På turistvegen Helgeland nord ble svarprosenten ikke registrert. I Lofoten varierte svarprosenten på intervjustedene mellom 65 og 94. På Senja var svarprosenten 65 på det ene intervjustedet, mens den på det andre ikke ble registrert. I Varanger var svarprosenten rundt 90. Det var følgende avvik fra det generelle opplegget: På Helgeland intervjuet man bare trafikanter på veg sørover, på Sognefjellet hadde man bare én runde med intervjuer. Hovedinntrykket er at de vegfarende var positive med hensyn til å gi opplysninger om sine reiser.

Totalt 2 685 innleverte spørreskjemaer kunne benyttes i videre analyser. Der hvor det var tvil om hvordan svar skulle kodes eller forstås, ble svarene kodet og registrert som manglende data. Det må understrekes at ikke alle respondentene hadde besvart samtlige spørsmål og rapporteringen her er basert på dem som hadde svart. Fordi universene for disse strekningsundersøkelsene ikke er kjent, er det ikke mulig å beregne nøyaktige feilmarginer. Feilmarginene for de fleste strekningene er derfor grovt anslått til omlag +/- 10 prosent for spørsmål som gjelder en vegstrekning som helhet. Med hensyn til enkelte andre fordelinger er usikkerheten noe større.

3 Kjennetegn ved de vegfarende

For at man skal kunne danne seg et bilde av trafikantene på de aktuelle strekningene, beskrives først enkelte sentrale kjennetegn ved vegbrukerne. Det er vanlig å inndele respondenter i kategorier ut fra bostedsland, kjøretøytype, reisefølge, oppholdstid og så videre, og slike bakgrunnsopplysninger er også inkludert i denne studien. Det er lagt spesiell vekt på å vise forskjeller mellom norske og utenlandske vegfarende. Man bør legge merke til at fordelingene som er gjengitt her har *reisefølge som enhet*, og datamaterialet er *ikke* vektet i forhold til antall personer i kjøretøyene.

Figur 2 viser andelen av kjøretøyene som ble benyttet av personer som er bosatt i Norge og i andre land. Som det framgår av figuren, var det høyest andel norske trafikanter på Valdresflye (73 prosent) og Senja (68 prosent), mens andelen var lavest i Varanger (26 prosent).



TØI rapport 827/2006

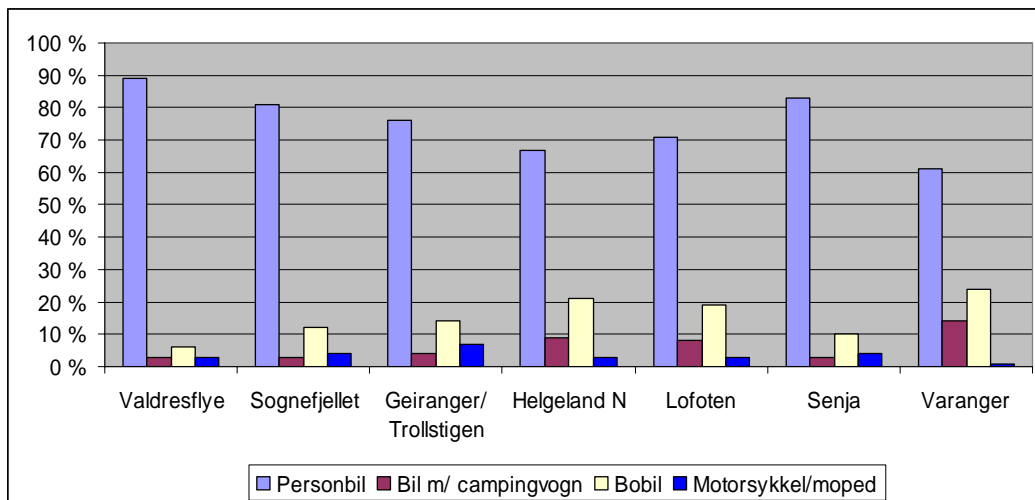
Figur 2: De vegfarendes bostedsland, etter strekning (prosent)

Gjennomsnittlig var det 2,6 personer i hvert kjøretøy. Det var små forskjeller mellom strekningene med hensyn til antallet personer i hvert kjøretøy.

På de fleste strekningene hadde vel halvparten av respondentene høyere utdanning. Utdanningsnivået blant trafikantene var høyest på Valdresflye og Senja, og lavest i Varanger. Gjennomsnittsalderen til dem som besvarte spørreskjemaet var 48 år. Andelen av reisefølgene som omfattet barn under 15 år varierte mellom 20 og 25 prosent på de ulike strekningene.

Figur 3 viser fordelingen av de vegfarende i forhold til hva slags kjøretøy de hadde benyttet. Andelen bobilturister var høyest i Varanger og den var også ganske høy på Helgeland og i Lofoten, mens den var lavest på Valdresflye. Andelen som kjørte bil med campingvogn var høyest i Varanger, og den var også relativt høy på

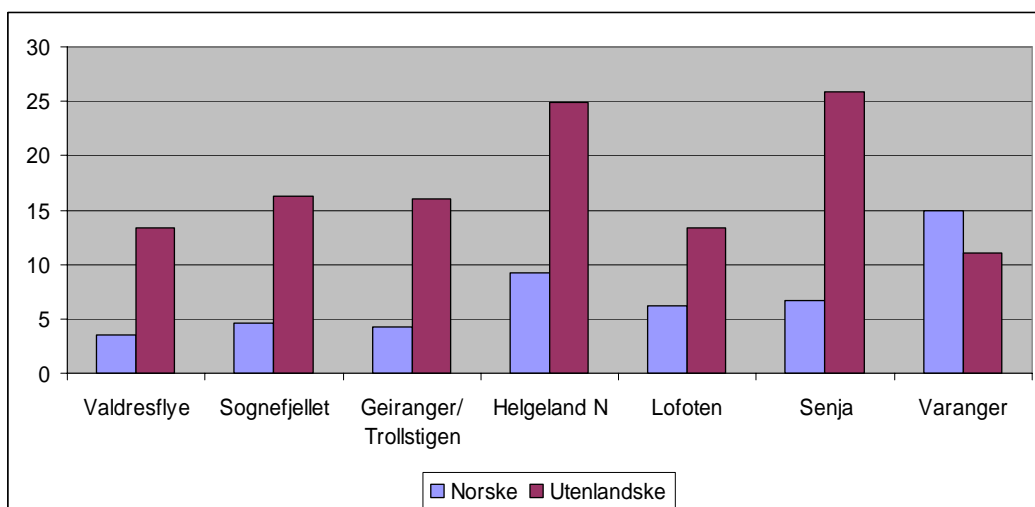
Helgeland og i Lofoten. Andelen som kjørte motorsykkel eller moped var høyest for Geiranger/Trollstigen, mens den var lavest i Varanger.



TØI rapport 827/2006

Figur 3: Kjøretøytype, etter strekning (prosent)

På alle strekningene var det høyest andel bobilturister blant utenlandske besøkende, og bobilandelen var høyest blant utenlandske feriegjester i Varanger, på Helgeland og i Lofoten.



TØI rapport 827/2006

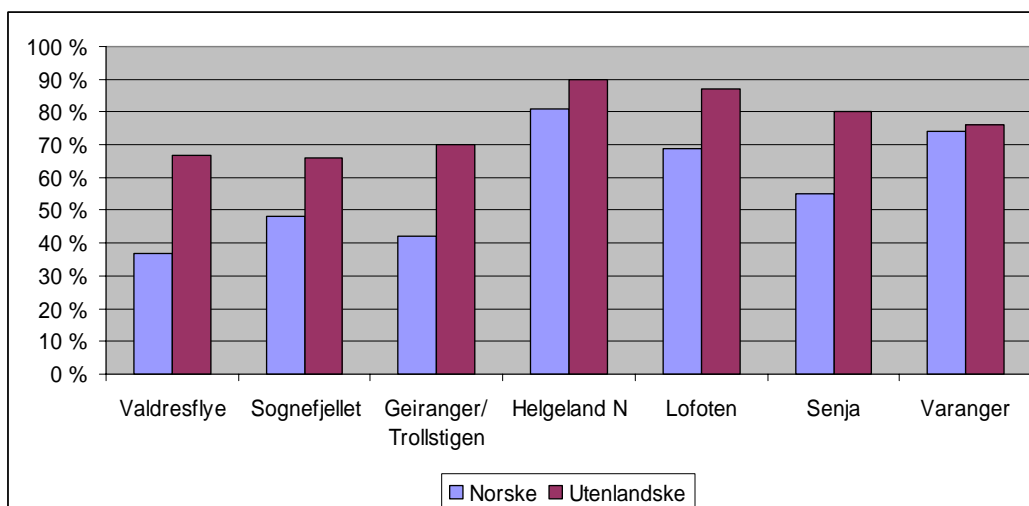
Figur 4: Total reisevarighet, etter strekning og bostedsland (gjennomsnittlig antall netter)

Med unntak for Varanger, var de utenlandske trafikantene gjennomsnittlig på vesentlig mer langvarige reiser enn de norske besøkende (figur 4). For strekningene i Sør-Norge samt Lofoten var gjennomsnittlig reiselengde for utlendinger rundt to uker, mens norske trafikanter på de samme strekningene stort sett hadde reisevarighet på mellom fire og seks netter. Ser man strekningene under ett, varierte gjennomsnittlig reisevarighet for de utenlandske turistene mellom 11 og 26 netter.

Lengst reisevarighet fant man blant utenlandske besøkende på Senja og Helgeland.

Flertallet av de vegfarende var på reiser som innbar overnatting hjemme fra. Andelen som var på overnattingstur var lavest blant norske trafikanter på Geiranger/Trollstigen, Senja og Valdresflye: på disse strekningene var rundt en tredel av de norske på dagstur.

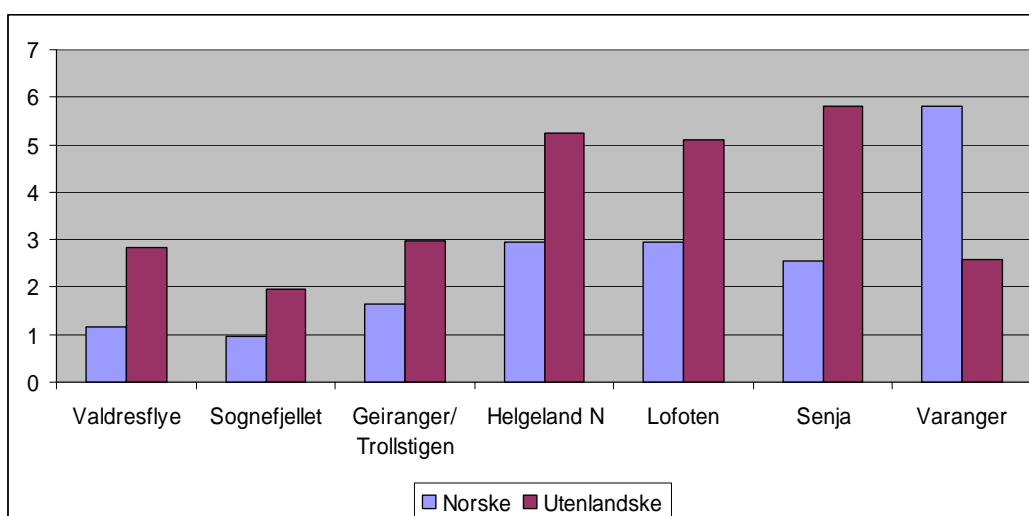
For å få en tydeligere forestilling om hvordan strekningene brukes og oppleves, ble de vegfarende spurt om de hadde overnattet langs og/eller i nærheten av den aktuelle strekningen.



TØI rapport 827/2006

Figur 5: Andel av vegfarende som hadde overnattet langs og/eller i nærheten av vegstrekningen, etter strekning og bostedsland (prosent)

For alle vegene gjelder det at andelen som hadde overnattet langs/ved strekningen var høyest for utenlandske trafikanter. Som det framgår av figur 5, hadde de nordnorske strekningene høyest andel overnattende trafikanter, mens det var færrest som hadde overnattet ved/langs vegen over Valdresflye.



TØI rapport 827/2006

Figur 6: Vegfarendes overnattinger langs og/eller i nærheten av vegstrekningen, etter strekning og bostedsland (gjennomsnittlig antall netter)

Det viste seg videre at utenlandske besøkende gjennomsnittlig hadde flest overnattinger langs/ved strekningene, med unntak av Varanger, der det gjennomsnittlig var mer enn dobbelt så mange overnattinger blant norske besøkende (figur 6). Færrest overnattinger langs/ved strekningen var det blant norske vegfarende på Sognefjellet og Valdresflye, med gjennomsnitt på henholdsvis 1,0 og 1,2 netter. Flest overnattinger langs/ved strekningen var det blant norske besøkende i Varanger (5,8 netter) og utenlandske besøkende på Senja (5,8 netter). Også utenlandske turister på Helgeland og i Lofoten hadde ganske mange overnattinger (henholdsvis 5,3 og 5,1 netter) langs/ved strekningen.

4 Reisemotiver og aktiviteter

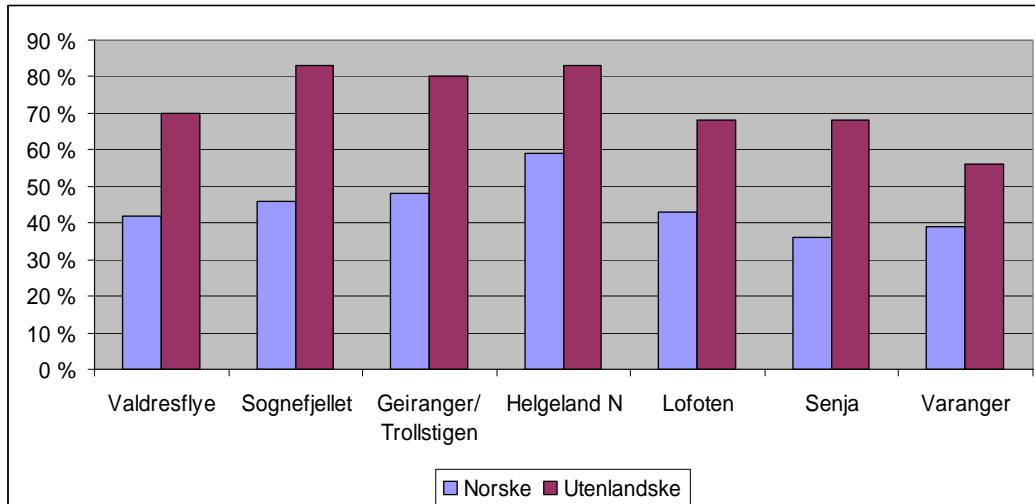
Både i forhold til utvikling og promosjon av turistveger er det viktig å få kjennskap til hva vegbrukerne søker. Videre er trafikantenes motiver og reisehensikter av betydning for å klarlegge eventuelle interessemotsetninger mellom forskjellige typer av trafikanter. Det er gjort ganske få analyser av dette emnet. En nordamerikansk studie framholder følgende hovedinteresser: landskap, økologi, rekreasjon, historie og ulike fritidsaktiviteter (U.S. Department of Transportation 1990:4–5). Videre peker Gunn (1994:61) på en rekke sentrale fritidsaktiviteter blant besøkende i landlige områder, som måltider i det fri, fiske, verdsettelse av natur, og en orientering mot opplevelser av naturskjønnhet. Med bakgrunn i tidligere forskning (Jacobsen og Grue 1997) valgte man her ut et lite antall relevante motiver for å kjøre turistveger. De 10 motivene er langt fra uttømmende, men likevel vesentlige for arbeidet til Statens vegvesen. Disse motivene er ikke gjensidig utelukkende, og de ble valgt fordi de kan kaste lys over viktige problemstillinger i arbeidet med utviklingen av turistvegene. Respondentene ble bedt om å rangere de nevnte motivene på en firetrinns skala, fra «uviktig» (0), «lite viktig» (1), «ganske viktig» (2), til «svært viktig» (3).

Det var til dels betydelige variasjoner mellom strekningene. Det er likevel slik at interessant landskap, flott utsikt fra vegen og spesielle naturattraksjoner pekte seg generelt ut som de mest framtrekkende reisemotivene. Utsikt fra vegen og spesielle naturattraksjoner ble særlig framhevet av trafikantene på Helgeland, Geiranger/Trollstigen og Sognefjellet. På to av strekningene, Senja og Valdresflye, var det betydelige andeler på henholdsvis 39 og 30 prosent som la vekt på at strekningen var raskeste veg til reisemålet (tabell 1). Fine steder for piknik/rast ble framhevet av vel en femdel av trafikantene på flere av strekningene. På Senja betonte en av fem at de ville unngå mer trafikkerte veger, og det var også en betydelig andel som vektla dette på Helgeland. Videre ble vandring og friluftsliv tillagt ganske stor betydning på Valdresflye og i Varanger.

Tabell 1: Andel som syntes at motivet var svært viktig for å kjøre strekningen, etter strekning (prosent)

	Valdres- flye	Sogne- fjellet	Geiranger/ Trollstigen	Helge- land N	Lofoten	Senja	Var- anger
Raskeste veg til reisemålet	30	14	12	8	21	39	11
Flott utsikt fra vegen	50	60	66	68	50	44	44
Interessant landskap	49	63	64	70	56	47	52
Spesielle naturattraksjoner	34	48	53	45	39	28	43
Spesielle kulturattraksjoner	9	6	13	13	13	12	8
Fordi det er en nasjonal turistveg	9	16	15	13	8	13	3
Ville unngå mer trafikkerte veg(er)	13	11	11	16	11	20	9
Fine steder for rast/piknik	22	20	24	24	25	18	20
Vandring/friluftsliv	26	16	15	15	13	13	19
Fiske	6	4	8	10	10	14	24

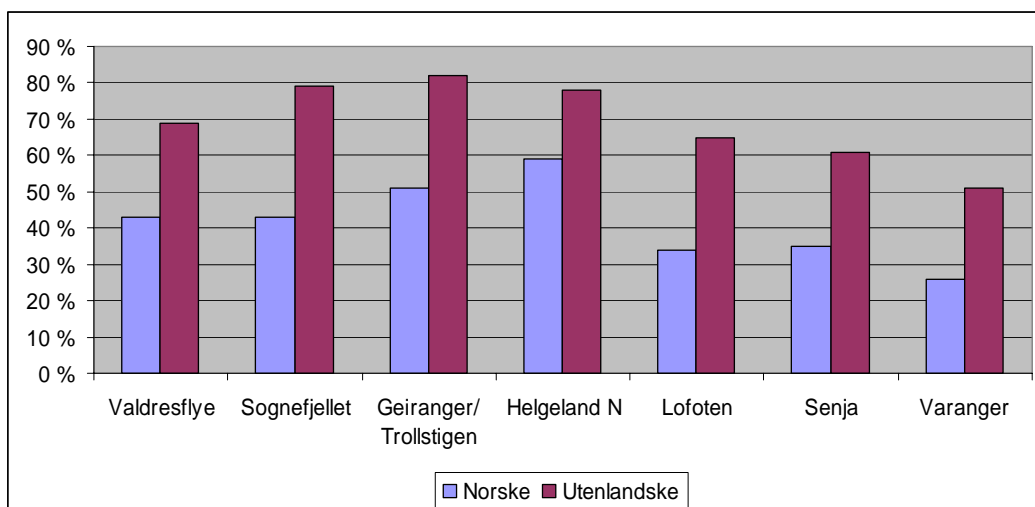
TØI rapport 827/2006



TØI rapport 827/2006

Figur 7: Andel av vegfarende som syntes at interessant landskap var svært viktig for å velge å kjøre strekningen, etter strekning og bostedsland (prosent)

På alle strekningene var det et flertall av utenlandske turister som syntes at interessant landskap var et svært viktig motiv for å velge å kjøre strekningen (figur 7). Dette ble betont av de fleste utlendingene som tok turen innom Sognefjellet, Helgeland og Geiranger/Trollstigen. Blant norske vegfarende var det bare på Helgeland at flertallet betraktet interessant landskap som en svært viktig reisegrunn.

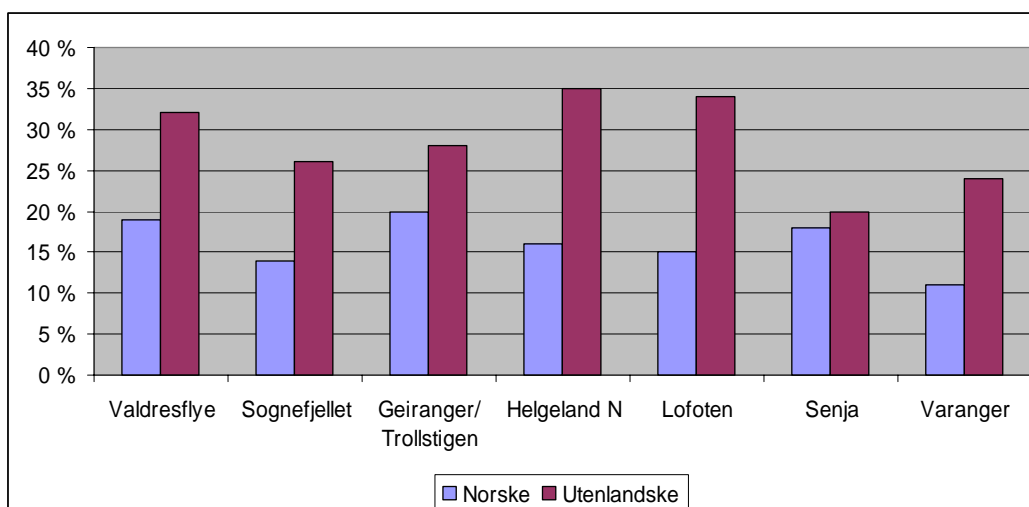


TØI rapport 827/2006

Figur 8: Andel av vegfarende som syntes at flott utsikt fra vegen var svært viktig for å velge å kjøre strekningen, etter strekning og bostedsland (prosent)

Vektlegging av flott utsikt fra vegen følger stort sett samme mønster som vurderingene av interessant landskap, men ble noe mindre vektlagt av norske trafikanter i Varanger og Lofoten. På alle strekningene var det et flertall av de utenlandske turistene som syntes at flott utsikt var svært viktig for å velge å kjøre strekningen (figur 8). Særlig ble dette betont av en stor del av utlendingene som tok turen innom Geiranger/Trollstigen, Sognefjellet og Helgeland. Blant norske trafikanter var

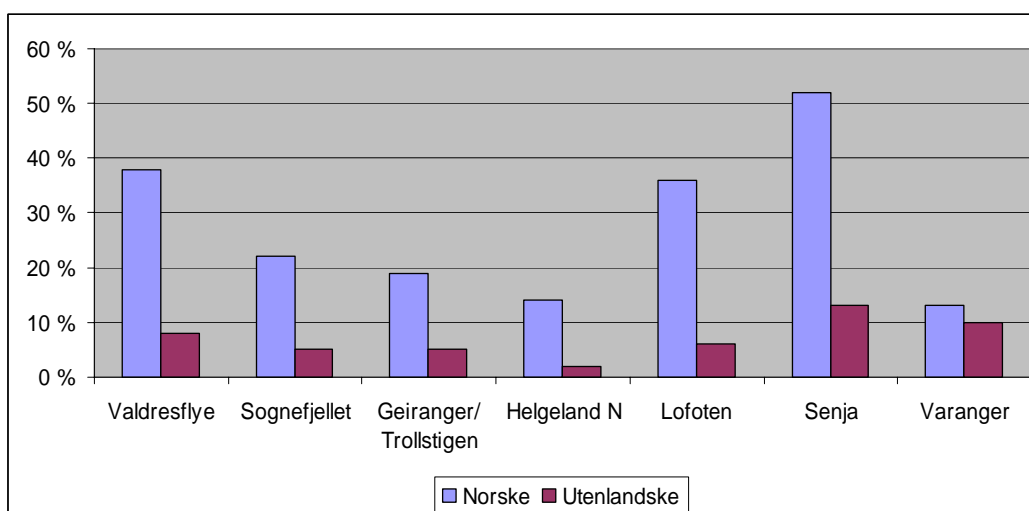
det bare på Helgeland og Geiranger/Trollstigen at man fant et flertall som anså flott utsikt som svært viktig for sitt strekningsvalg.



TØI rapport 827/2006

Figur 9: Andel av vegfarende som syntes at fine steder for rast/piknik var svært viktig for å velge å kjøre strekningen, etter strekning og bostedsland (prosent)

Fine steder for rast/piknik ble betraktet som svært viktig av mellom en firedel og en tredel av de utenlandske turistene på alle strekningene unntatt Varanger og Senja, der denne interessen var noe mindre betydelig blant utlendingene. Norske trafikanter var gjennomgående langt mindre interessert i piknik, slik det framgår av figur 9.



TØI rapport 827/2006

Figur 10: Andel av vegfarende som syntes at raskeste veg til reisemålet var svært viktig for å velge å kjøre strekningen, etter strekning og bostedsland (prosent)

Som det framgår av figur 10, var det på Senja, Valdresflye og i Lofoten betydelige andeler av de norske trafikantene som betonte at strekningen var den raskeste vegen til reisemålet. Dette kan tyde på at disse tre strekningene betraktes mer som sceniske hovedveger enn som sceniske sideveger av en del norske vegfarende.

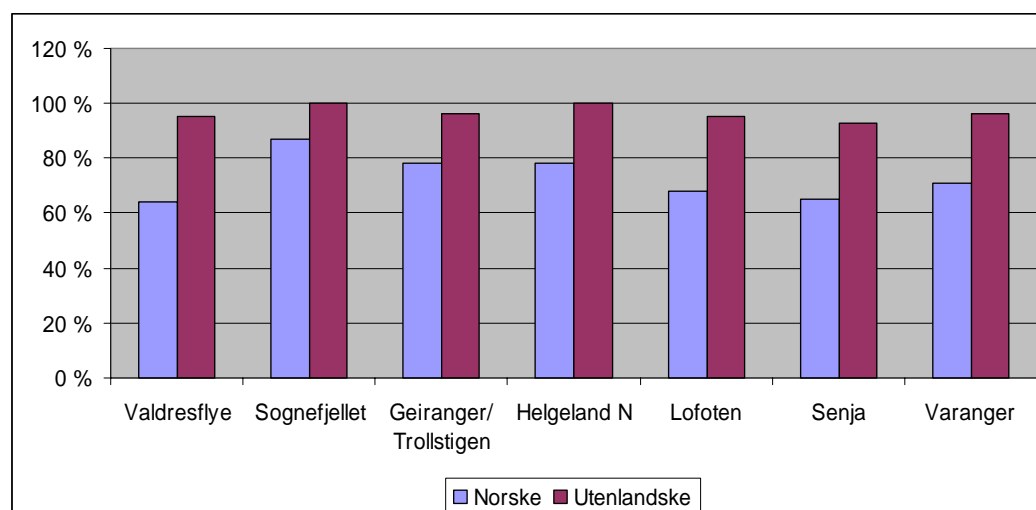
Svært få utlendinger valgte å kjøre den aktuelle strekningen fordi den representerer korteste veg til reisemålet.

Tabell 2: Andel av trafikantene som stoppet for ulike formål, etter strekning (prosent)

	Val- dresflye	Sogne- fjellet	Geiranger/ Trollstigen	Helge- land N	Lofoten	Senja	Var- anger
Sett på utsikten	72	93	87	88	81	74	89
Tatt fotografier/video	58	80	78	86	80	65	75
Rast/piknik på rasteplass	45	53	48	65	56	40	67
Rast/piknik utenom rasteplass	20	23	24	44	38	33	48
Besøkt serveringssted	36	29	32	36	53	49	42
Gått kort tur ved vegen (inntil 20 min.) ..	29	33	41	45	49	39	62
Gått lengre tur (mer enn 20 minutter)	25	22	14	33	26	21	46
Besøkt museum/opplevessenter	9	19	19	31	58	30	38
Syklet	3	2	4	12	6	11	5
Fisket	8	3	10	25	26	25	39

TØI rapport 827/2006

Det er til dels betydelige ulikheter mellom strekningene med hensyn til hvorfor trafikantene hadde stoppet undervegs. De mest framtrædende grunnene til å stoppe var at man ville se på utsikten samt forevige det man så. Mellom 72 og 93 prosent av trafikantene hadde stoppet på grunn av utsikten, mens mellom 58 og 86 prosent av turistene hadde kjørt til side for å fotografere. Det var også ganske store andeler på mellom 40 og 67 prosent som hadde stoppet for å raste. Videre hadde mellom 29 og 53 prosent besøkt serveringssted langs strekningen. Andeler på mellom 29 og 62 prosent hadde gått en kortere tur ved vegen, mens mellom 14 og 46 prosent av vegturistene hadde gått en lengre tur (mer enn 20 minutter). Mellom tre og 10 prosent av de vegfarende på strekningene i Sør-Norge hadde fisket, mens det samme gjaldt mellom 25 og 39 prosent av trafikantene på vegene i Nord-Norge. Det må understrekes at omfanget av aktiviteter til dels ser ut til å være en konsekvens av hvor lang tid trafikantene brukte på den aktuelle strekningen.

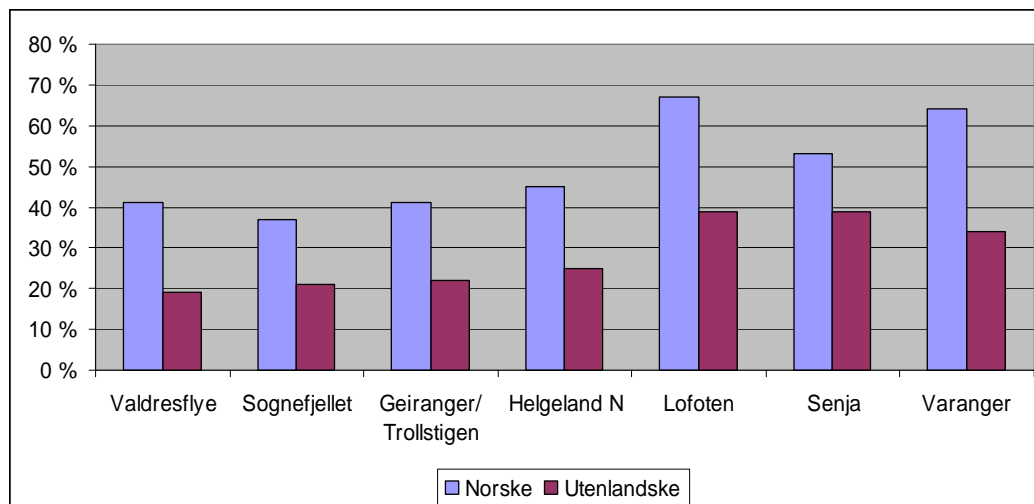


TØI rapport 827/2006

Figur 11: Andel av vegfarende som hadde stoppet for å se på utsikten, etter strekning og bostedsland (prosent)

Generelt hadde utenlandske turister i langt større grad enn norske vegfarende stoppet for å se på utsikten, og på flere av strekningene hadde så godt som alle de

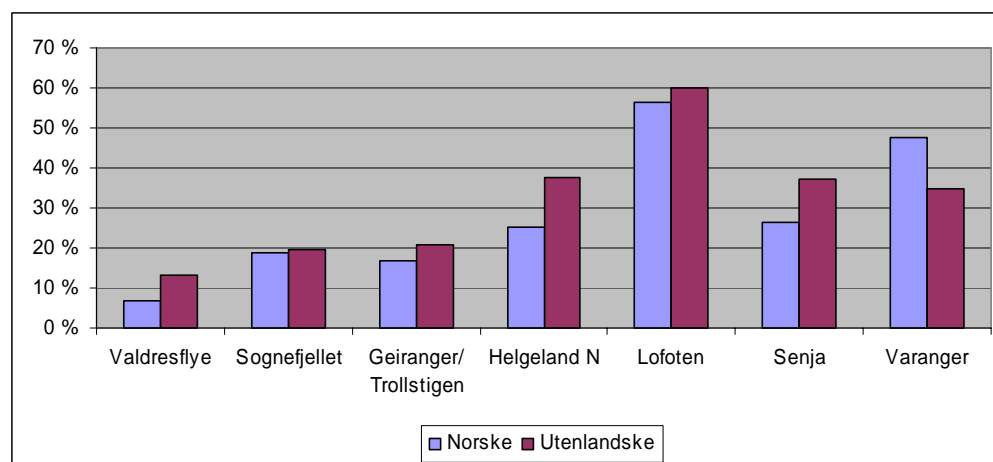
utenlandske trafikantene stoppet av denne grunnen (figur 11). Blant norske vegfarende var det en noe mindre andel som hadde stoppet for å nyte utsikten på Valdresflye, mens denne andelen var høyest på Sognefjellet. Man bør være oppmerksom på at disse andelenene ikke bare forteller noe om turistenes interesser, men er også betinget av mulighetene for å stoppe der man finner det ønskelig.



TØI rapport 827/2006

Figur 12: Andel av vegfarende som hadde besøkt serveringssted, etter strekning og bostedsland (prosent)

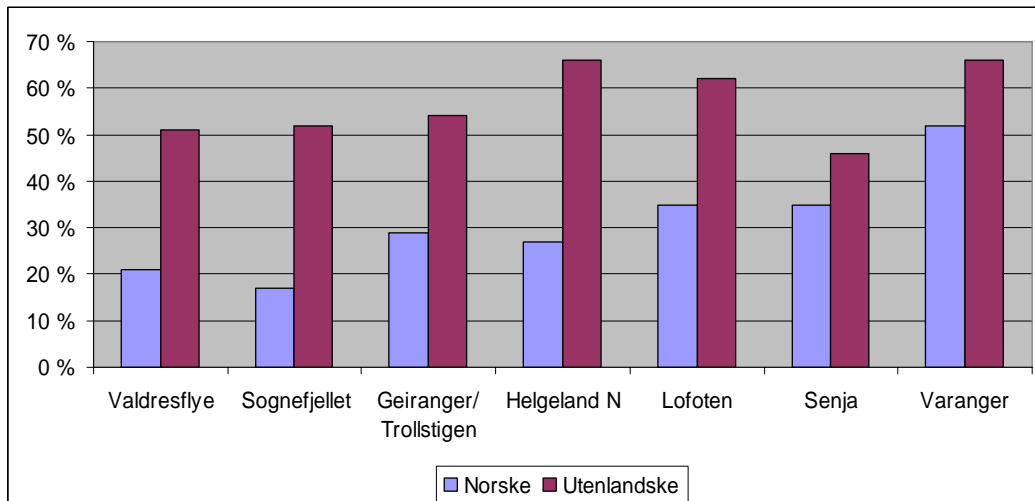
På alle strekningene var det høyest andel norske trafikanter som hadde besøkt serveringssted, og andelen brukere av serveringssteder var størst i Lofoten og Varanger samt på Senja (figur 12).



TØI rapport 827/2006

Figur 13: Andel av vegfarende som hadde besøkt museum og/eller opplevelsessenter, etter strekning og bostedsland (prosent)

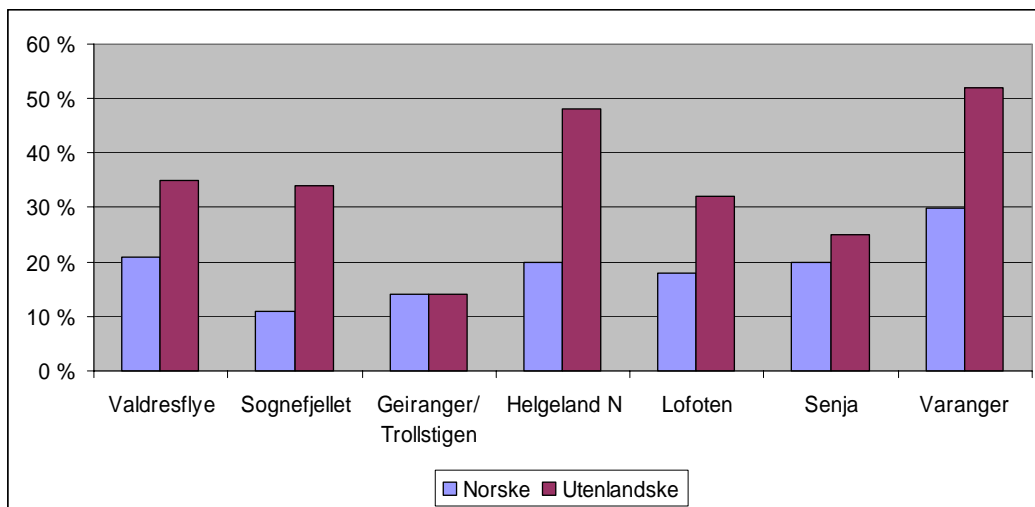
Når det gjelder besøk på museum og/eller opplevelsessenter, var det hovedsakelig ganske små forskjeller mellom norske og utenlandske trafikanter, og det er Lofoten og Varanger som peker seg ut med relativt mange museumsbesøkende. Generelt hadde trafikantene i Nord-Norge i størst grad brukt tid til dette (figur 13).



TØI rapport 827/2006

Figur 14: Andel av vegfarende som hadde gått en kortere tur ved vegen (inntil 20 minutter), etter strekning og bostedsland (prosent)

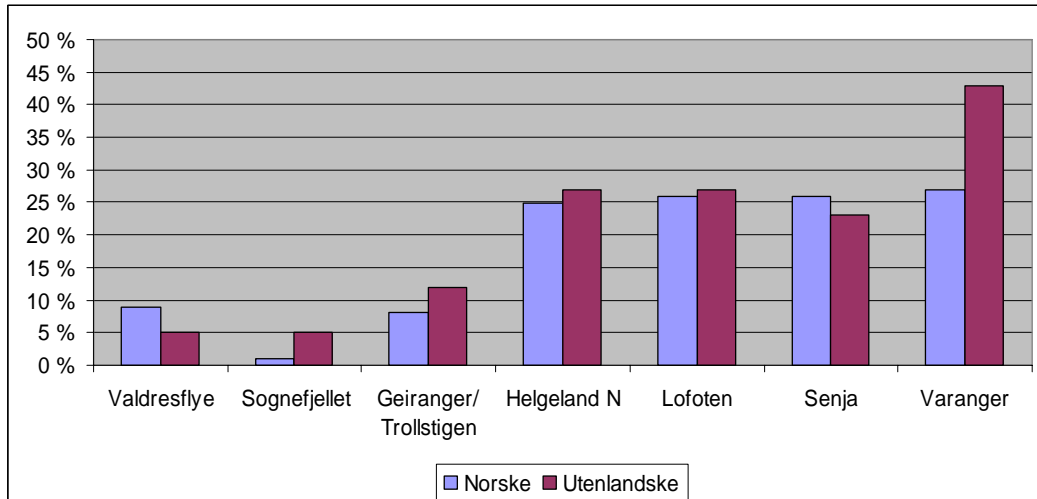
På alle strekningene var det høyest andel utenlandske trafikanter som hadde gått kortere tur ved vegen (inntil 20 minutter) (figur 14). Allment sett var denne aktiviteten mest omfattende i Varanger, i Lofoten og på Helgeland.



TØI rapport 827/2006

Figur 15: Andel av vegfarende som hadde gått en lengre tur (mer enn 20 minutter), etter strekning og bostedsland (prosent)

Som det framgår av figur 15, var det på alle strekningene utenom Geiranger/Trollstigen høyest andel utenlandske trafikanter som hadde gått en lengre tur (mer enn 20 minutter), og denne aktiviteten var relativt mest utbredt i Varanger og på Helgeland.



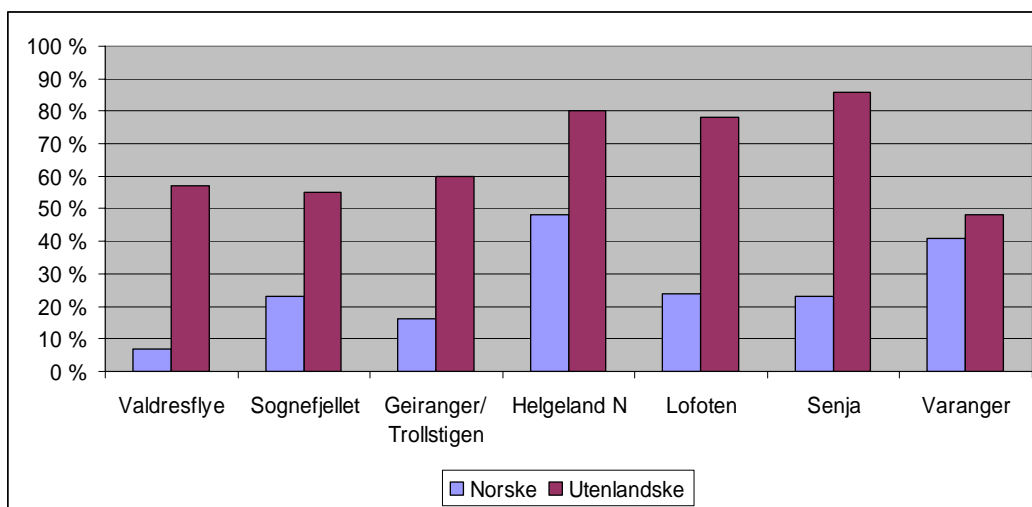
TØI rapport 827/2006

Figur 16: Andel av vegfarende som hadde fisket, etter strekning og bostedsland (prosent)

Andelen av vegfarende som hadde fisket var lav på de tre strekningene i Sør-Norge og relativt høy i Nord-Norge (figur 16). Her er det Varanger som skiller seg ut, med en svært høy andel utenlandske feriegjester som hadde fisket.

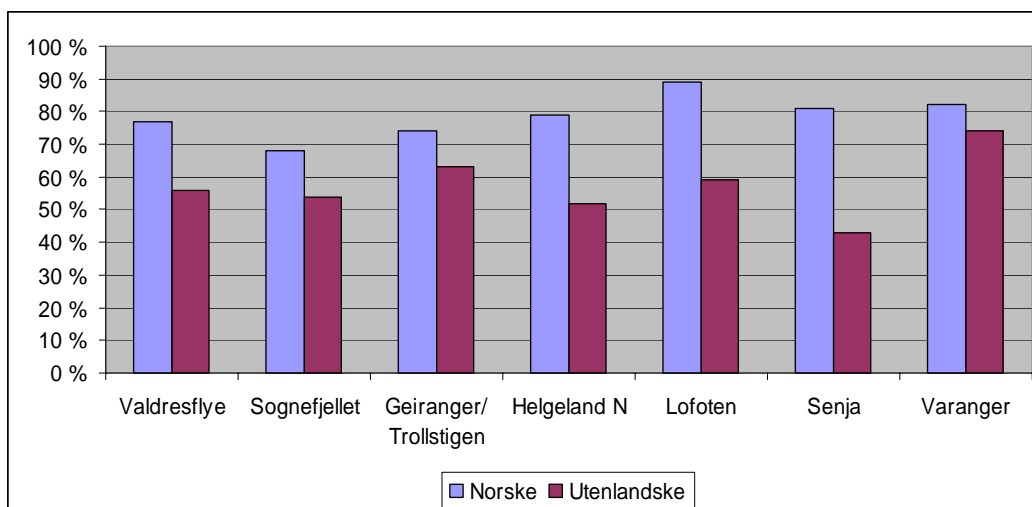
5 Informasjonskilder og beslutninger

Med henblikk på videreutvikling av informasjonsstrategi er vesentlig å ha kjennskap til hvilke eventuelle tidligere erfaringer trafikantene hadde med strekningene. Med unntak av Varanger var over halvparten av de utenlandske trafikantene på sitt første besøk på den aktuelle strekningen (figur 17). Særlig på Senja, på Helgeland og i Lofoten var det svært høye andeler utlendinger som var førstegangsbesøkende. Blant norske vegfarende var det relativt mange førstegangsbesøkende på Helgeland og i Varanger.



TØI rapport 827/2006

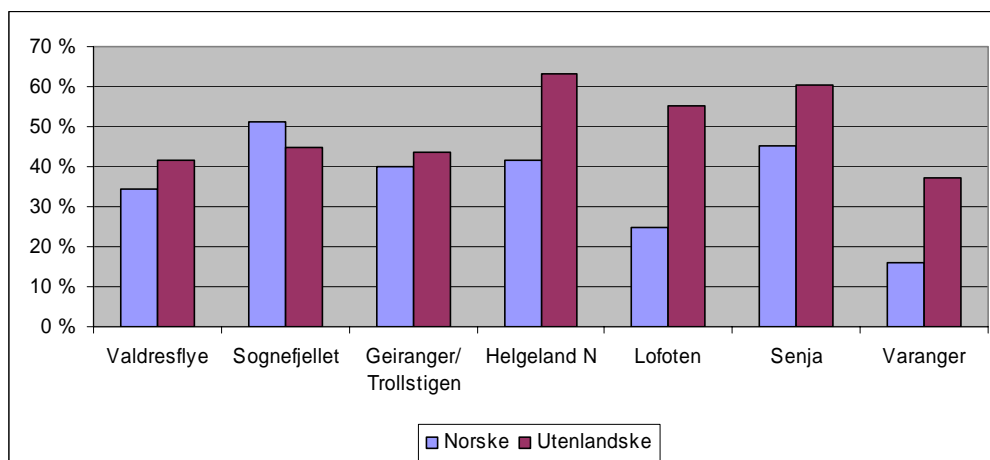
Figur 17: Andel av vegfarende som besøkte strekningen for første gang, etter strekning og bostedsland (prosent)



TØI rapport 827/2006

Figur 18: Andel av vegfarende som hadde besluttet å kjøre den aktuelle strekningen før avreisen hjemmefra, etter strekning og bostedsland (prosent)

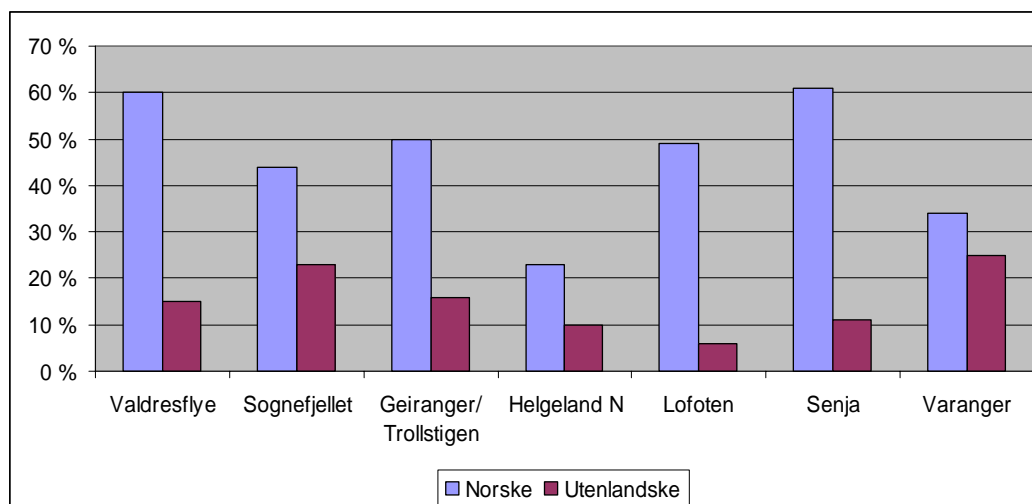
Mens det store flertallet trafikantene hadde bestemt seg for å kjøre turistvegstrækningen før avreise hjemmefra, hadde enkelte tatt denne beslutningen mens de var undervegs. Figur 18 viser at det bare var blant utlendinger på Senja at man fant et flertall som ikke hadde bestemt seg før avreise.



TØI rapport 827/2006

Figur 19: Andel av vegfarende som hadde vurdert andre veger som alternativ til den aktuelle strekningen, etter strekning og bostedsland (prosent)

Et annet interessant aspekt er om trafikantene vurderer alternative strekninger. Vegfarende på Helgeland, i Lofoten og på Senja hadde i størst grad alternativer (figur 19). I Nord-Norge var det generelt flere utenlandske besøkende som hadde alternative kjøreruter, mens dette var mer jevnt fordelt blant norske og utenlandske respondenter i Sør-Norge.



TØI rapport 827/2006

Figur 20: Andel av vegfarende som helt sikkert vil komme tilbake til den aktuelle strekningen i løpet av de nærmeste tre årene, etter strekning og bostedsland (prosent)

Retursannsynlighet kan si noe om hva slags reise de besøkende er på og hvor tilfredse de er med strekningene. På alle strekningene var det relativt flest norske som oppga at de helt sikkert ville returnere i løpet av de nærmeste tre årene og

retursannsynligheten blant norske trafikanter var høyest på Senja og Valdresflye, og lavest på Helgeland og i Varanger. Blant utenlandske turister var oppgitt retursannsynlighet høyest i Varanger og på Sognefjellet og lavest i Lofoten (figur 20).

Turister og andre fritidsreisende har varierende informasjonsønsker, blant annet avhengig av hvor godt kjent de er der de ferdes, og hvor mye informasjon de har brakt med seg i form av reisehåndbøker, brosjyrer, kart og liknende. I forbindelse med utvikling av turistveger er det viktig med kjennskap til hvilke informasjonskanaler man kan benytte for å påvirke turistene, både for å få dem til å velge å kjøre en turistveg, og for å finne ut hvilke kanaler man kan benytte for å informere om strekningene. Man bør merke seg at det kan være en tendens blant noen individuelle turister til å undervurdere kommersielle informasjonskilder. Det er likevel grunn til å tro at respondentenes rangering av informasjonskilder kan gi en brukbar pekepinn om hva som faktisk er vektlagt, og at undersøkelsen på dette punktet gir dermed nyttige indikasjoner på forholdet mellom ulike informasjonskilder.

De vegfarende ble spurt om å vurdere betydningen av en rekke informasjonskilder. Respondentene ble bedt om å rangere 10 spesifiserte informasjonskilder på en firetrinns skala fra «uviktig» (0), «lite viktig» (1), «ganske viktig» (2), til «svært viktig» (3). Spørsmålsformuleringene er i stor grad basert på erfaringer fra tidligere undersøkelser langs norske turistveger (Jacobsen og Grue 1997).

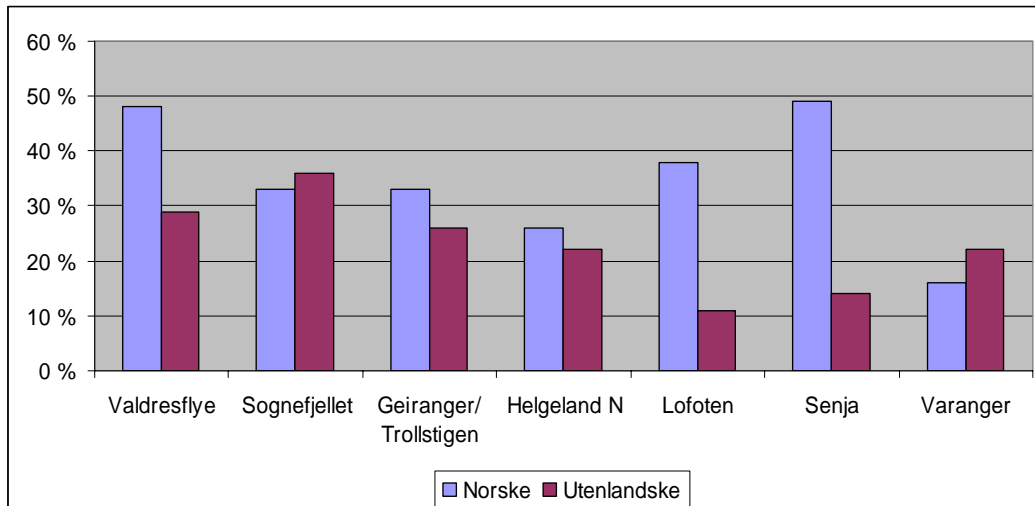
De viktigste informasjonskildene for beslutningen om å besøke den aktuelle turistvegen var egen erfaring fra tidligere besøk i området, beretninger fra bekjente og/eller familie samt reisehåndbøker (tabell 3). Egen erfaring var viktigst for besøkende på Valdresflye, Senja og Sognefjellet, mens dette var minst betydningsfullt i Varanger. Informasjon fra familie og/eller venner var viktigst for vegfarende på Senja og minst viktig for reisende på Sognefjellet. Reisehåndbøker var relativt viktigst for trafikantene på Helgeland og minst viktig på Valdresflye, Senja og i Varanger. Brosjyrer om norske turistveger var svært viktig for mellom 11 og 20 prosent og var viktigst for dem som hadde vært på Helgeland og Sognefjellet. Mellom en tidel og en seksdel av turistene betonte skilt langs vegen som en svært viktig informasjonskilde.

Tabell 3: Betydningen av informasjonskilder for valg av strekning, andel som syntes at informasjonskilden var svært viktig, etter strekning (prosent)

	Valdres- flye	Sogne- fjellet	Geiranger/ Trollstigen	Helge- land N	Lofoten	Senja	Var- anger
Egen erfaring fra tidligere besøk i området	43	35	30	25	24	38	21
Venner/bekjente/familie i besøksområdet	10	6	12	17	19	30	10
Venner/bekjente/familie på hjemstedet.....	7	6	10	13	13	24	9
Reisehåndbøker	13	21	19	26	21	13	14
Omtale i aviser/magasiner	6	6	8	9	8	12	8
Brosjyrer om norske turistveger	11	17	14	20	14	14	13
Skilt(er) langs vegen	10	10	13	15	17	13	10
Turistinformasjonskontor i Norge	8	7	9	12	10	13	6
www.turistveg.no	4	5	7	9	6	7	4
Internett for øvrig	8	9	10	18	15	12	7

TØI rapport 827/2006

Figur 21 viser forskjeller mellom norske og utenlandske besøkende med hensyn til betydningen av egen erfaring fra tidligere besøk i området som informasjonsgrunnlag for valg av vegstrekning. Mens nær halvparten av norske besøkende på Senja og Valdresflye svarte at egen erfaring var svært viktig, var det samme bare tilfelle for inntil en firedel av utlendingene på alle strekningene unntatt Sognefjellet og Valdresflye. Særlig var det svært lave andeler av utlendingene som betonte egen erfaring blant dem som hadde besøkt Lofoten og Senja.



TØI rapport 827/2006

Figur 21: Andel av vegfarende som syntes at egen erfaring fra tidligere besøk i området var svært viktig for valg av vegstrekning, etter strekning og bostedsland (prosent)

6 Evaluering av vegstrekningene og deres fasiliteter

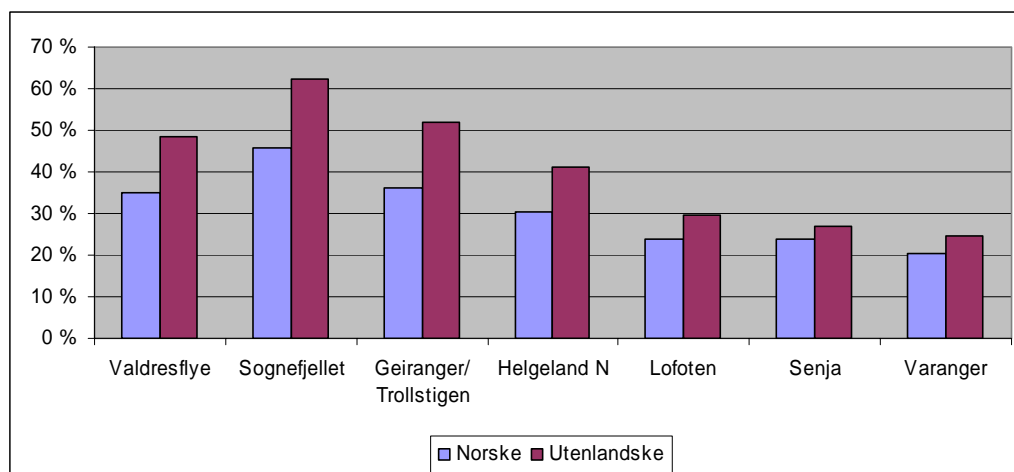
Denne basisundersøkelsen omfattet flere spørsmål om de vegfarendes subjektive oppfatninger av strekningene, vegutstyret samt ulike tilbud langs vegene. Flere detaljer framgår av de følgende tabellene og figurene.

Tabell 4: Generell vurdering av vegstrekningen, etter strekning (prosent)

	Valdres- flye	Sogne- fjellet	Geiranger/ Trollstigen	Helge- land N	Lofoten	Senja	Var- anger
Svært dårlig	-	-	-	-	1	1	1
Ganske dårlig	1	-	1	1	2	3	3
Verken/eller	7	7	8	10	16	20	12
Ganske bra	53	40	47	54	54	51	61
Svært bra	38	53	44	36	27	25	24
Sum	99	100	100	101	100	100	101
Antall	497	167	708	233	494	294	170

TØI rapport 827/2006

Som tabell 4 viser, var trafikantene mest fornøyd med Sognefjellsvegen, som også var den strekningen som i størst grad kunne regnes som ferdig utviklet. På Sognefjellsvegen syntes vel halvparten av brukerne at strekningen var svært bra. De strekningene som kom dårligst ut i forhold til dette spørsmålet, var Varanger og Senja. Videre ble turiststegen i Lofoten bare vurdert som svært bra av 27 prosent av trafikantene.



TØI rapport 827/2006

Figur 22: Andel av vegfarende som vurderte strekningen som svært god, etter strekning og bostedsland (prosent)

Allment sett var utenlandske turister mer tilfredse enn norske vegfarende, og forskjellene var størst på strekningene i det sørlige Norge (figur 22). Det minnes om at det er turistenes bostedsland som er grunnlaget for inndelingen, ikke statsborgerskap.

Utvikling av fasiliteter og vegutstyr regnes som viktig for turistveger. Turistene trenger service og fasiliteter som er knyttet til både transport, overnatting og opplevelsesaspekter ved reisen. Toaletter er allment sett kanskje det aller nødvendigeste serviceelementet (Jacobsen og Grue 1997). Dessuten er serveringssteder av betydning for en god del vegfarende. Rasteplasser og avkjøringsmuligheter på steder med interessant utsikt er også viktig. I en del sammenhenger har det betydning å kunne parkere.

Tabell 5: Vurdering av antallet fasiliteter langs strekningen, andel som syntes at det var for få eller at det manglet fasiliteter, etter strekning (prosent)

	Valdres- flye	Sogne- fjellet	Geiranger/ Trollstigen	Helge- land N	Lofoten	Senja	Var- anger
Rasteplasser	17	10	17	24	28	45	26
Stoppmuligheter ved interessant utsikt	16	12	19	31	34	33	27
Merkede stier/vandreveger	16	10	24	29	35	49	29
Serveringssteder	12	18	16	37	25	43	43
Overnattingssteder	8	9	11	29	15	34	34
Toaletter	50	33	33	38	45	58	52
Parkeringsplasser	19	12	22	22	23	29	28

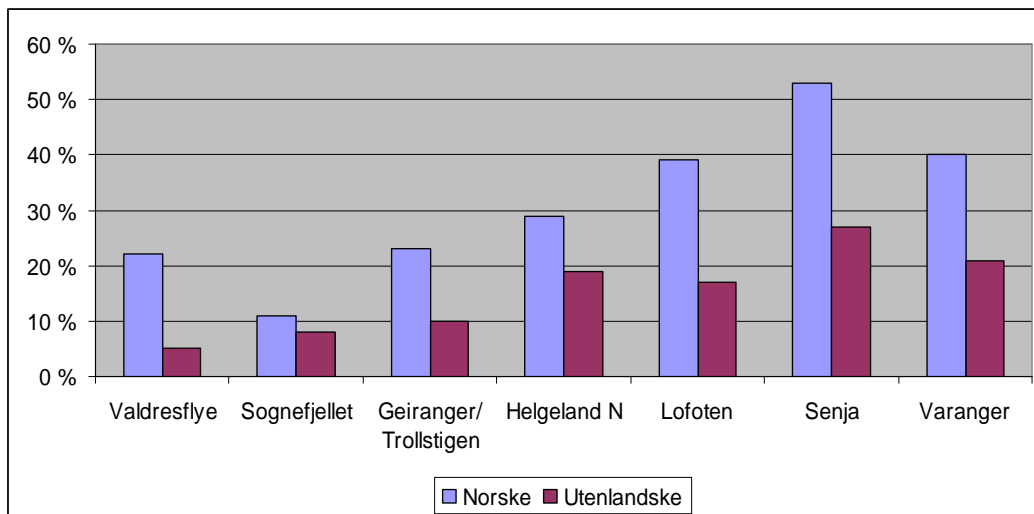
TØI rapport 827/2006

Som det framgår av tabell 5, var det en god del trafikanter som syntes at omfanget av en del fasiliteter var for lavt. Hovedinntrykket er at Sognefjellsvegen kom best ut, mens trafikantene syntes at manglene var mest framtrødende på Senja. Flere serveringssteder og overnattingsmuligheter langs vegen ble etterlyst særlig i Varanger, på Senja og på Helgeland: her var det rundt en tredel som ønsket seg flere tilbud fra vertskapsnæringen. Mellom 12 og 34 prosent av trafikantene syntes at det var for få stoppmuligheter ved interessant utsikt. Særlig på strekningene i Nord-Norge var det et ønske om flere rasteplasser. Generelt var norske vegfarende mindre fornøyde enn utenlandske turister med antallet rasteplasser. Ser man strekningene under ett, var det en ganske utbredt oppfatning at det var for få toaletter. Her kom Sognefjellsvegen og Geiranger/Trollstigen best ut, men også på disse strekningene var det rundt en tredel som kunne tenke seg flere toaletter. På andre områder var det til dels svært store variasjoner mellom strekningene.

Det er ikke uten videre gitt hvilket nivå man skal betrakte som akseptabelt her, men man bør trolig kunne akseptere at inntil 20 prosent ikke er fornøyde, da det alltid vil være et visst innslag av kritiske trafikanter. Dersom man legger en slik målestokk til grunn, så var omfanget av fasiliteter på Sognefjellsvegen stort sett akseptabelt for de aspektene som undersøkelsen omfatter, med unntak av antallet toaletter.

Man kan også tenke seg at Sognefjellsvegen, som stort sett er ferdig utviklet som turistveg, kan representere en standard eller en rettesnor for måling av trafikantenes grad av tilfredshet. I denne sammenhengen bør man ha i minne at når en

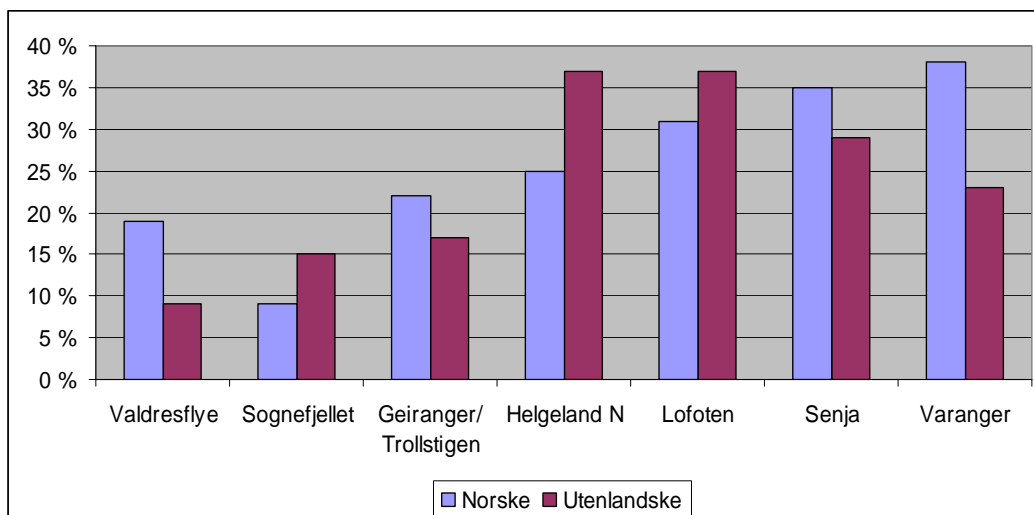
strekning oppnår status som nasjonal turistveg, så vil det kunne bidra til å øke forventningene til de besøkende (Jacobsen og Grue 1997:47).



TØI rapport 827/2006

Figur 23: Andel av vegfarende som syntes det var for få eller at det manglet rasteplasser, etter strekning og bostedsland (prosent)

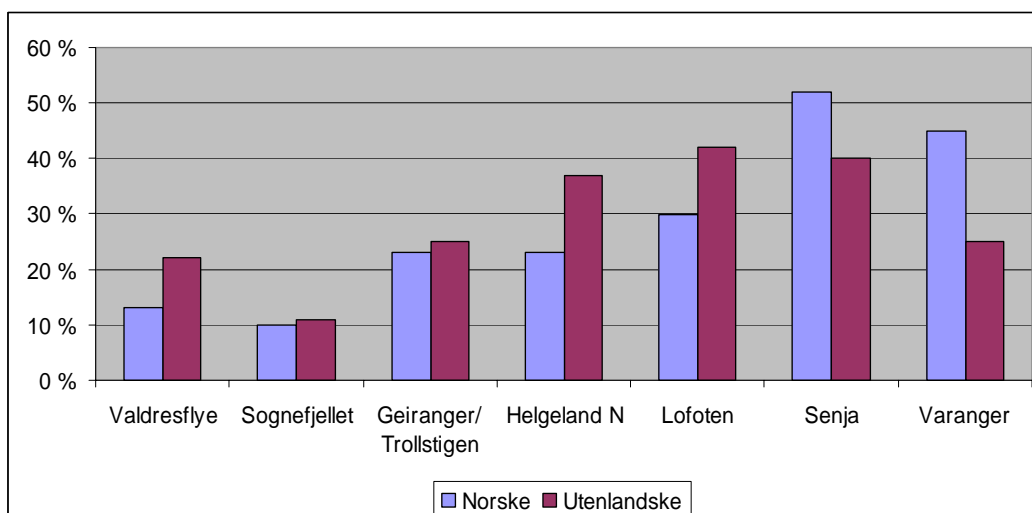
Norske vegfarende var generelt langt mindre fornøyde enn utenlandske turister med antallet rasteplasser (figur 23). Det var bare på Sognefjellsvegen at man på dette punktet kan si at antallet rasteplasser var fullt ut tilfredsstillende for innenlandske vegfarende, dersom man legger til grunn at ikke mer enn 20 prosent bør være misfornøyde med tilbudets omfang.



TØI rapport 827/2006

Figur 24: Andel av vegfarende som syntes det var for få eller at det manglet stoppmuligheter ved interessant utsikt, etter strekning og bostedsland (prosent)

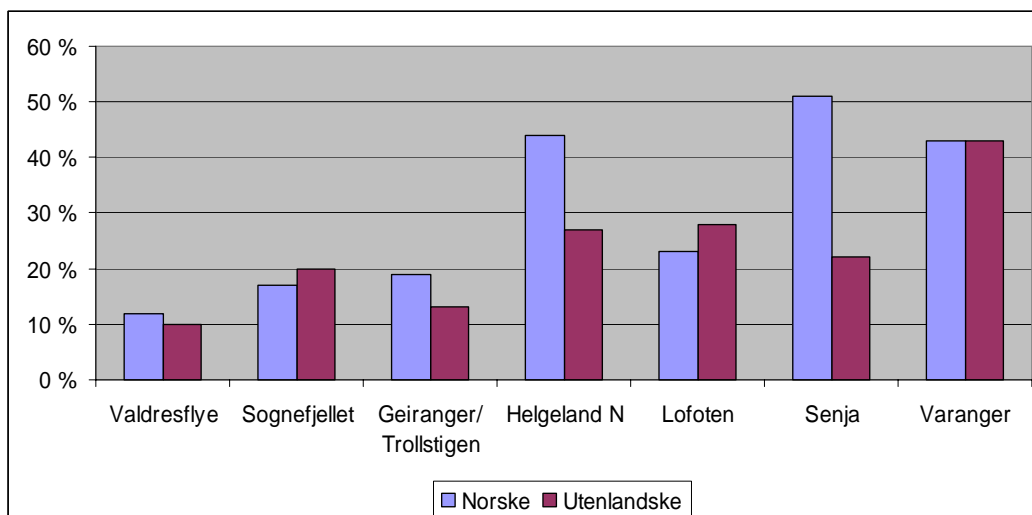
Når det gjelder omfanget av stoppmuligheter ved interessant utsikt, var situasjonen delvis omvendt i forhold til vurderingene av antallet rasteplasser. På dette punktet var de utenlandske turistene mindre fornøyde enn de norske respondente på tre av strekningene, nemlig Helgeland, Lofoten og Sognefjellet (figur 24).



TØI rapport 827/2006

Figur 25: Andel av vegfarende som syntes det var for få eller at det manglet merkede stier, etter strekning og bostedsland (prosent)

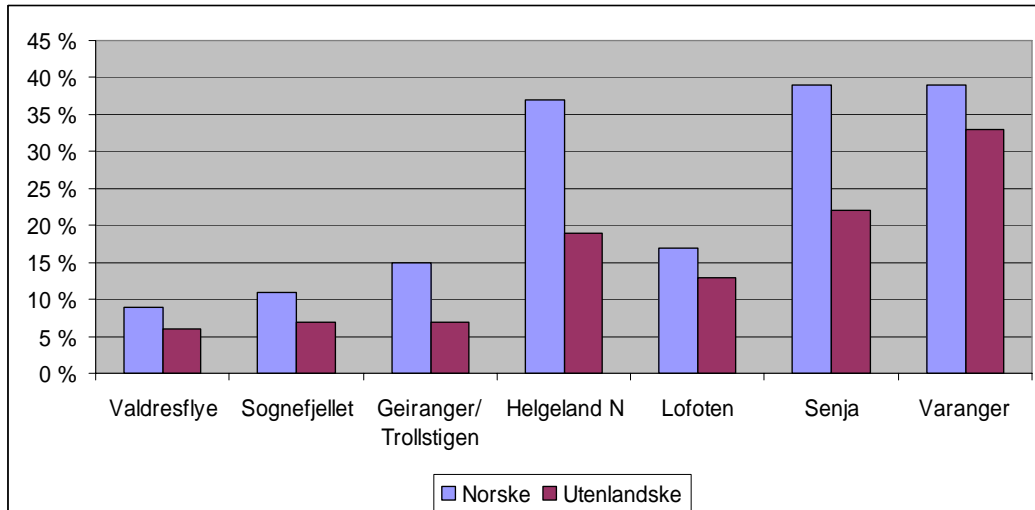
Når det gjelder de vegfarendes vurderinger av omfanget av merkede stier og/eller vandreveger, så er bildet ganske sammensatt med hensyn til respondentenes bostedsland (figur 25). På Helgeland, i Lofoten og på Valdresflye var det flest utenlandske turister som syntes at denne type tilbud var for lite omfattende, mens det på Senja og i Varanger mest var norske vegfarende som kunne tenke seg flere merkede stier.



TØI rapport 827/2006

Figur 26: Andel av vegfarende som syntes det var for få eller at det manglet serveringssteder, etter strekning og bostedsland (prosent)

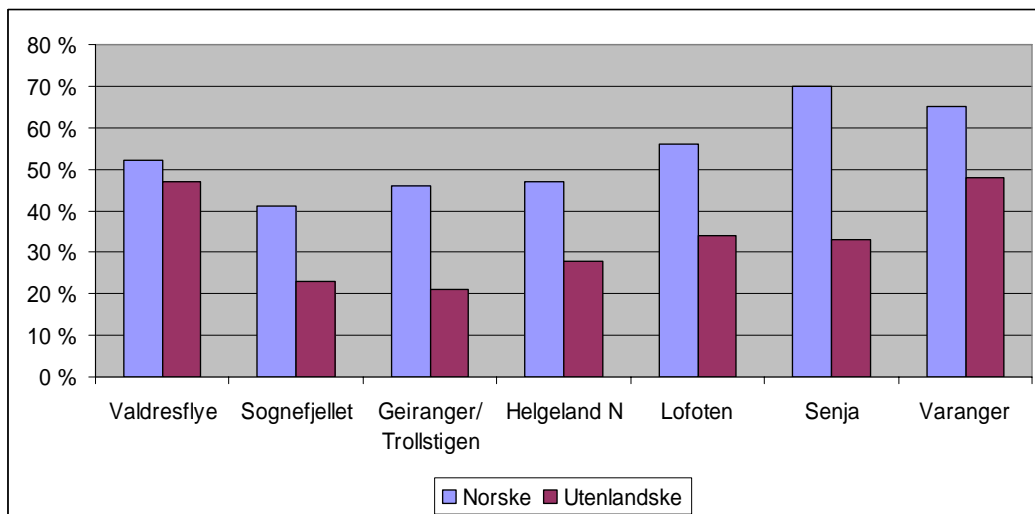
Flere serveringssteder langs vegen ble etterlyst særlig i Varanger, på Senja og på Helgeland. På Helgeland og Senja var det spesielt de norske trafikantene som ønsket et utvidet serveringstilbud (figur 26).



TØI rapport 827/2006

Figur 27: Andel av vegfarende som syntes det var for få eller at det manglet overnattingssteder, etter strekning og bostedsland (prosent)

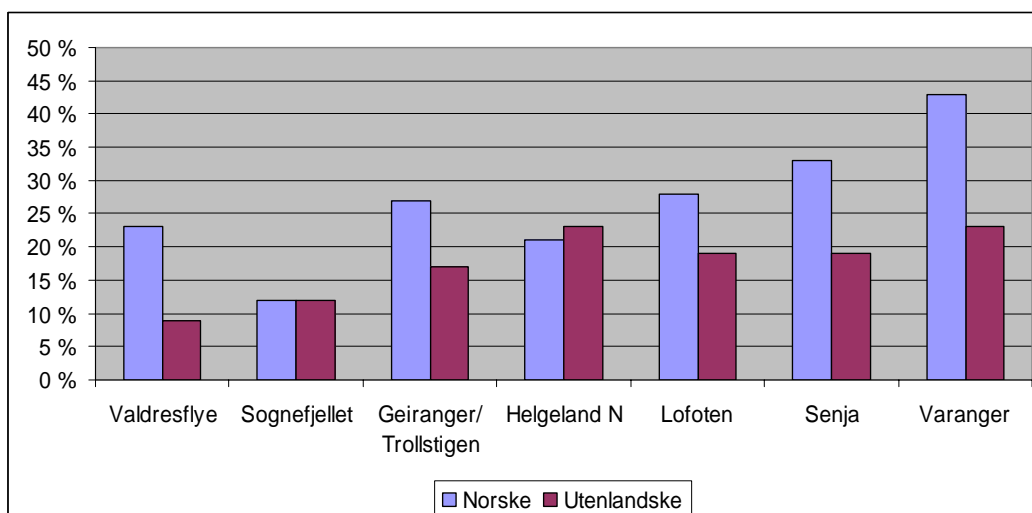
I likhet med situasjonen når det gjelder serveringssteder, ble overnattingssteder særlig etterlyst i Varanger, på Senja og på Helgeland (figur 27). På Helgeland og Senja var det primært norske trafikanter som ønsket flere overnattingsmuligheter langs strekningen.



TØI rapport 827/2006

Figur 28: Andel av vegfarende som syntes det var for få eller at det manglet toaletter, etter strekning og bostedsland (prosent)

Norske respondenter var generelt minst fornøyd med antallet toaletter langs strekningene. Bare på Valdresflye var det ubetydelig forskjell mellom de norske og de utenlandske vegfarende på dette punktet (figur 28). Dersom man legger til grunn at rundt 80 prosent skal bør fornøyd, var antallet toaletter er for lavt på alle de sju strekningene – sett med de norske trafikantenes øyne.



TØI rapport 827/2006

Figur 29: Andel av vegfarende som syntes det var for få eller at det manglet parkeringsplasser, etter strekning og bostedsland (prosent)

På alle strekningene unntatt Helgeland og Sognefjellsvegen var det relativt flest norske trafikanter som syntes at antallet parkeringsplasser var for lavt (figur 29). Forskjellene var størst på Valdresflye, i Varanger og på Senja.

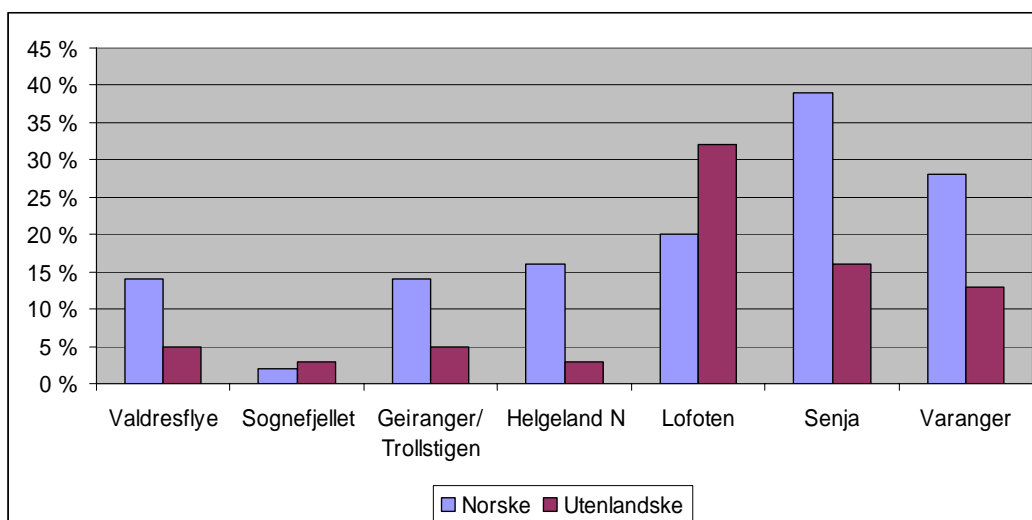
De vegfarende ble også spurt om deres oppfatning av kvaliteten på en del av fasilitetene og vegutstyret langs prøvestrekningene. Respondentene ble bedt om å rangere kvaliteten på seks ulike fasiliteter på en femtrinns skala fra «svært dårlig» (0) til «svært bra» (4). Det må understrekes at det her er tale om opplevd kvalitet. En måte å avdekke manglende kvalitet på, er ved å se på andelen av trafikantene som syntes at kvaliteten var ganske dårlig eller svært dårlig, slik det er gjort i tabell 6.

Tabell 6: Vurdering av kvalitet, fasiliteter langs strekningen, andel som syntes at kvaliteten var ganske dårlig eller svært dårlig, etter strekning (prosent)

	Valdres- flye	Sogne- fjellet	Geiranger/ Trollstigen	Helge- land N	Lofoten	Senja	Var- anger
Informasjonsskilting	11	7	11	11	12	23	12
Toaletter	40	23	21	22	33	50	35
Rasteplasser	12	3	10	10	13	32	17
Vandrestier ved vegen	12	6	14	18	23	36	21
Serveringstilbud	10	14	11	24	13	33	29
Overnattingstilbud	8	9	8	23	9	28	24

TØI rapport 827/2006

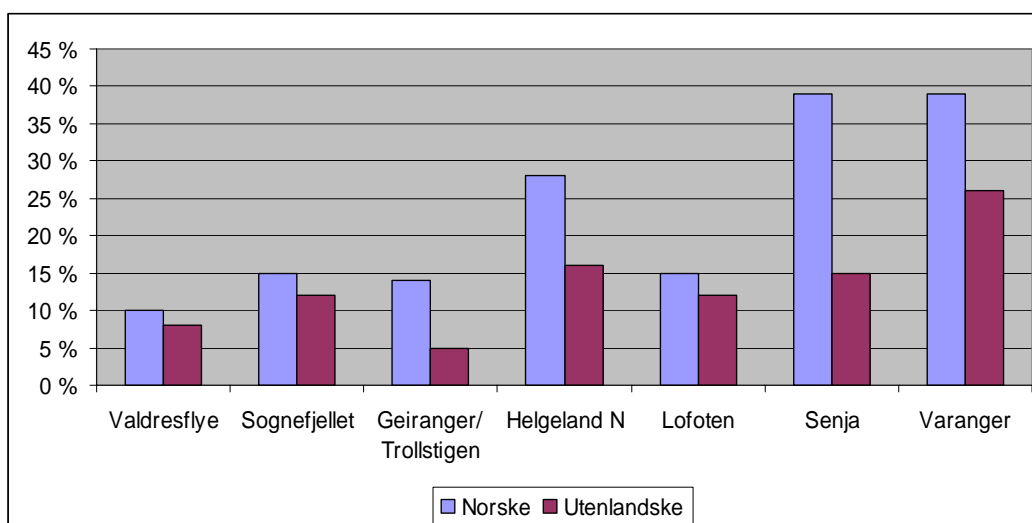
Også her er det ikke gitt hvilket nivå man skal betrakte som akseptabelt. En mulighet er å akseptere at mellom 10 og 20 prosent ikke er fornøyde, da det alltid vil være et visst innslag av kritiske trafikanter. Dersom man legger en slik målestokk til grunn, så ble kvalitetsnivået på fasilitetene på Sognefjellsvegen oppfattet som akseptabelt for de aspektene som undersøkelsen omfatter, med unntak av toaletter. Om man derimot lar Sognefjellsvegen representere en standard eller rettesnor for måling av opplevd kvalitet, så ser man at kvaliteten på flere aspekter var tilfredsstillende eller nær ved å være tilfredsstillende på noen strekninger.



TØI rapport 827/2006

Figur 30: Andel av vegfarende som syntes at kvaliteten på rasteplasser var ganske dårlig eller svært dårlig, etter strekning og bostedsland (prosent)

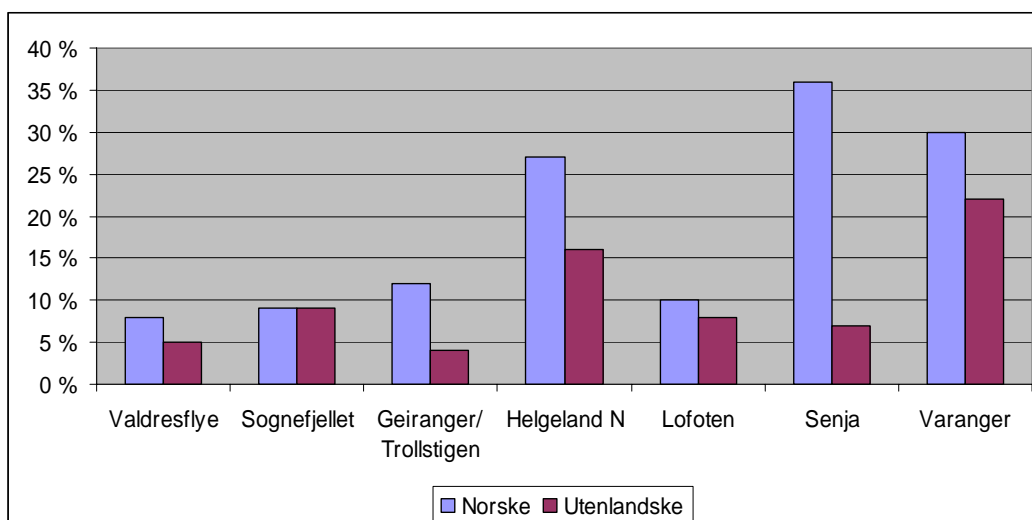
På alle strekningene unntatt Lofoten var de norske trafikantene relativt mindre tilfredse med rasteplasskvaliteten, målt på denne måten (ganske dårlig eller svært dårlig). Når det gjelder andelen som syntes at kvaliteten på rasteplasser var for dårlig, var det særlig Senja som skilte seg uheldig ut. Sognefjellsvegen ble oppfattet som uproblematisk på dette feltet.



TØI rapport 827/2006

Figur 31: Andel av vegfarende som syntes at kvaliteten på serveringstilbud var ganske dårlig eller svært dårlig, etter strekning og bostedsland (prosent)

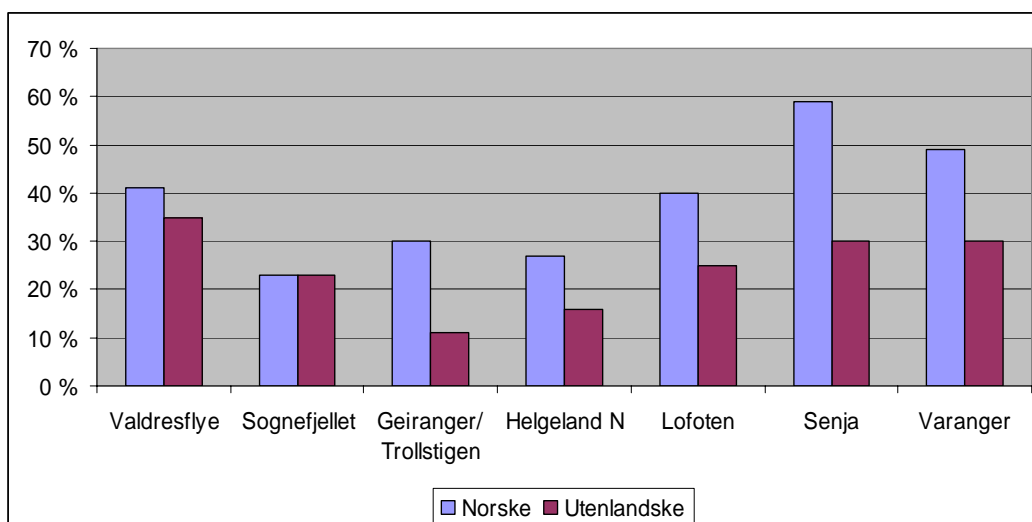
På alle strekningene var de norske vegfarende relativt minst tilfredse med serveringstilbudet. Når det gjelder andelen norske besøkende som syntes at kvaliteten på serveringstilbud var for dårlig, var det særlig Senja, Varanger og Helgeland nord som skilte seg uheldig ut (figur 31). Blant utenlandske turister var tilfredsheten med serveringstilbud spesielt lav i Varanger.



TØI rapport 827/2006

Figur 32: Andel av vegfarende som syntes at kvaliteten på overnattingstilbud var ganske dårlig eller svært dårlig, etter strekning og bostedsland (prosent)

På alle strekningene utenom Sognefjellet var norske vegfarende relativt minst tilfredse med overnattingstilbudet og forskjellene mellom norske og utenlandske trafikanter var størst på Senja (figur 32). Når det gjelder andelen norske besøkende som syntes at kvaliteten på overnattingstilbud var for dårlig, var det Senja, Varanger og Helgeland som skilte seg uheldig ut. Videre var det i Varanger ganske mange utlendinger som ikke var fornøyde.



TØI rapport 827/2006

Figur 33: Andel av vegfarende som syntes at kvaliteten på toaletter var ganske dårlig eller svært dårlig, etter strekning og bostedsland (prosent)

På alle strekningene utenom Sognefjellet var norske vegfarende relativt minst tilfredse med kvaliteten på toalettene, og forskjellene mellom norske og utenlandske besøkende var størst på strekningene Geiranger/Trollstigen og Senja (figur 33).

7 Oppsummering og konklusjoner

Det er vist her at interessant landskap, flott utsikt fra vegen og spesielle naturattraksjoner peker seg ut som de mest framtreddende motivene for å velge å besøke de sju vegstrekningene som omfattes av undersøkelsen. Interessant landskap var svært viktig for flertallet av trafikantene på de fleste strekningene, mens flott utsikt ble framhevet som svært viktig av rundt halvparten. Fine steder for piknik/rast ble understreket av vel en femdel av de besøkende på flere av strekningene.

Rapporten demonstrerer også at det til dels er betydelige ulikheter mellom turistvegene med hensyn til hvorfor trafikantene stoppet undervegs. De mest framtreddende grunnene til å stoppe var at man ville se på utsikten og forevige det man så. Mellom 72 og 93 prosent av trafikantene hadde stoppet på grunn av utsikten, mens mellom 58 og 86 prosent av turistene hadde kjørt til side for å fotografere. Det var også ganske store andeler på mellom 40 og 67 prosent som hadde stoppet for rast/piknik. Videre hadde mellom 29 og 53 prosent besøkt serveringssted langs strekningen. Andeler på mellom 29 og 62 prosent hadde gått en kortere tur ved vegen, mens mellom 14 og 46 prosent av vekturistene hadde gått en lengre tur (mer enn 20 minutter). Mellom tre og 10 prosent av de vegfarende på strekningene i Sør-Norge hadde fisket, mens det samme gjaldt mellom 25 og 39 prosent av trafikantene på vegene i Nord-Norge.

På Sognefjellet, Geiranger/Trollstigen, Helgeland og i Lofoten var rundt halvparten av trafikantene bosatt i Norge. På Valdresflye og Senja var rundt sju av 10 besøkende norske, mens bare hver fjerde besøkende i Varanger var norsk. På alle vegene utenom Valdresflye hadde et flertall av turistene overnattet langs eller i nærheten av strekningen. Med unntak for Varanger var over halvparten av de utenlandske trafikantene på sitt første besøk på den aktuelle strekningen. Blant norske vegfarende var det relativt mange førstegangsbesøkende på Helgeland og i Varanger.

Det var ganske store variasjoner mellom strekningene med hensyn til hva slags kjøretøy de vegfarende benyttet: Mellom 61 og 89 prosent av de intervjuede brukte personbil, mens mellom seks og 25 prosent anvendte bobil. Andeler på mellom tre og 14 prosent kjørte bil med campingvogn, mens mellom én og sju prosent av reisefølgene tok seg fram med motorsykkel eller moped.

De viktigste informasjonskildene for beslutningen om å besøke den aktuelle turistvegen var egen erfaring fra tidligere besøk i området, beretninger fra bekjente og/eller familie samt reisehåndbøker. Egen erfaring var viktigst for besøkende på Valdresflye, Senja og Sognefjellet, mens dette var minst betydningsfullt i Varanger. Informasjon fra familie og/eller venner var viktigst for vegfarende på Senja og minst viktig for reisende på Sognefjellet. Reisehåndbøker var relativt viktigst for trafikantene på Helgeland og minst viktig på Valdresflye, Senja og i Varanger. Brosjyrer om norske turistveger var svært viktig for mellom 11 og 20 prosent og var viktigst for dem som hadde vært på Helgeland og Sognefjellet. Mellom en

tidel og en seksdel av turistene betonte skilt langs vegen som en svært viktig informasjonskilde.

Trafikantene var allment sett mest fornøyd med Sognefjellsvegen, som også var den strekningen som i størst grad kunne regnes som ferdigstilt da undersøkelsen ble foretatt. På Sognefjellsvegen syntes vel halvparten av brukerne at strekningen var svært bra. Som ventet kom de minst utviklede strekningene, Varanger, Senja og Lofoten, dårligst ut av totalvurderingen, idet bare en firedel av trafikantene vurderte disse strekningene som svært bra.

En god del av trafikantene syntes at omfanget av en del fasiliteter var for lavt. Sognefjellsvegen kom best ut på dette området, mens trafikantene syntes at manglene var mest framtrædende på Senja. Det var en ganske utbredt oppfatning at det var for få toaletter langs alle strekningene. Flere serveringssteder og overnattingsmuligheter langs vegen ble etterlyst særlig i Varanger, på Senja og på Helgeland: her var det rundt en tredel som ønsket seg flere tilbud fra vertskapsnæringen. Mellom 12 og 34 prosent av trafikantene syntes at det var for få stoppmuligheter ved interessant utsikt. Særlig på strekningene i Nord-Norge var det et ønske om flere rasteplasser. Generelt var norske vegfarende mindre fornøyd enn utenlandske turister med antallet rasteplasser.

Litteratur

- Becker, Cherylynn og Suzanne K. Murrmann 2000. Methodological considerations in multicultural research. *Tourism Analysis* 5 (1):29–36.
- Cohen, Erik 1974. Who is a tourist?: a conceptual clarification. *Sociological Review* 22 (4):527–555.
- Dybedal, Petter 2003. *Fylkesvise økonomiske virkninger av reiseliv i Finnmark, Troms, Nordland og Nord-Trøndelag*. Rapport 640. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- Gunn, Clare A. 1994 [1979]. *Tourism planning*. Tredje utgave. Washington: Taylor & Francis.
- Haukeland, Jan Vidar og Berit Grue 1996. *Turistenes forbruk i Norge sommeren 1995*. Rapport 320. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- Hoel, Lester A. og Michael A. Perfater 1992. Designing scenic byways in Virginia. *Transportation Research Record* 1363:14–18.
- Hunter, Albert og John Brewer 2003. Multimethod research in sociology. I Abbas Tashakkori og Charles Teddlie (red.) *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*. Thousand Oaks: Sage.
- Jacobsen, Jens Kr. Steen 1994. Turismesatsing betyr andre krav til veiene. *Samferdsel* 33 (2):8–9.
- Jacobsen, Jens Kr. Steen 1997. *Turismeattraksjoner: teoretisk forståelse og praktisk tilrettelegging*. Rapport 352. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- Jacobsen, Jens Kr. Steen 1999. *Utenlandsk bilturisme i det nordlige Norge 1998*. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- Jacobsen, Jens Kr. Steen 2003. *En veg med utsikt: utenlandsk bilturisme i utvalgte norske regioner*. Rapport 629. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- Jacobsen, Jens Kr. Steen 2005a. *Utenlandske bilturisters fiske i saltvann i Norge 2004*. Rapport 788. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- Jacobsen, Jens Kr. Steen 2005b. *Interesse for og besøk i nasjonalparker og andre naturområder blant utenlandske turister i Norge*. Rapport 791. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- Jacobsen, Jens Kr. Steen og Berit Grue 1997. *Nasjonale turistveger i Norge: intervjuundersøkelser 1995 og 1997*. Rapport 372. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- Jacobsen, Jens Kr. Steen, Berit Grue og Jan Vidar Haukeland 2002. *På veg mot drømmeferien?: aktiviteter, interesser og opplevelser blant utenlandske bilturister i utvalgte områder i Norge*. Rapport 575. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- Jacobsen, Jens Kr. Steen og Jan Vidar Haukeland 1998. *Utenlandsk bilturisme i det nordlige Norge 1997*. Rapport 399. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- Leiper, Neil 1990. Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research* 17:367–384.
- Lew, Alan A. 1991. Scenic roads and rural development in the U.S. *Tourism Recreation Research* 16 (2):23–30.
- Lue, Chi-Chuan, John L. Crompton og Daniel R. Fesenmaier 1993. Conceptualization of multi-destination pleasure trips. *Annals of Tourism Research* 20:289–301.
- MacCannell, Dean 1976. *The tourist: a new theory of the leisure class*. New York: Schocken.
- Manaster, Guy J. og Robert J. Havighurst 1972. *Cross-national research: social-psychological methods and problems*. Boston: Houghton Mifflin.
- Murphy, Peter E. 1985. *Tourism: a community approach*. New York: Routledge.

- Ragnøy, Arild 1978. *Vegtrafikanternes rastevaner: vegkantintervjuer sommeren 1978*. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- Schivelbusch, Wolfgang 1977. *Geschichte der Eisenbahnreise*. München: Carl Hanser.
- Statens vegvesen 1997. *Rasteplasser: planlegging og utforming*. Håndbok 204. Oslo: Statens vegvesen.
- Statens vegvesen 1998. *Veg og reiseliv*. Håndbok 205. Oslo: Statens vegvesen.
- Statens vegvesen 2004. *Satsingsområdet nasjonale turistveger 2002–2015: prosjektdirektiv*. Oslo: Statens vegvesen.
- Stewart, Susan I. og Christine A. Vogt 1996. Multi-destination trip patterns. *Annals of Tourism Research* 23:458–461.
- Tjade, Arne Stig 1994. *Vegvesenets virksomhet sett i et reiselivsperspektiv*. Arbeidsdokument av 2. mai. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- U.S. Department of Transportation 1991. *National scenic byways study*. Washington, D.C.: U.S. Department of Transportation.
- World Tourism Organization (WTO) 1994. *Recommendations on tourism statistics*. Madrid: World Tourism Organization.
- World Tourism Organization (WTO) 1995. *Collection and compilation of tourism statistics*. Madrid: World Tourism Organization.

Transportøkonomisk institutt

Stiftelsen Norsk senter for samferdselsforskning

- utfører forskning til nytte for samfunn og næringsliv
- har rundt 70 forskere med høy, flerfaglig samferdselskompetanse
- samarbeider med en rekke samfunnsinstitusjoner, forsknings- og undervisningssteder i Norge og i utlandet
- gjennomfører forsknings- og utredningsoppdrag av høy kvalitet innen områder som trafiksikkerhet, kollektivtransport, miljø, reisevaner, reiseliv, planlegging, beslutningsprosesser, transportøkonomi og næringslivets transporter
- driver aktiv forskningsformidling gjennom TØI-rapporter, internett, tidsskriftet Samferdsel og andre nasjonale og internasjonale tidsskrifter

Transportøkonomisk institutt

Stiftelsen Norsk senter
for samferdselsforskning
P.b. 6110 Etterstad
0602 Oslo

Telefon 22 57 38 00

www.toi.no