



# Reisekvalitetsundersøkelse i Nordland

Unni B. Lodden  
Katrine N. Kjørstad  
Alberte Ruud  
Nils Vibe

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.

---

**Tittel:** Reisekvalitetsundersøkelse i Nordland

**Forfatter(e):** Unni B. Lodden; Katrine Næss  
Kjørstad; Alberte Ruud; Nils Vibe

TØI rapport 602/2002  
Oslo, 2002-12  
61 sider  
ISBN 82-480-0293-4  
ISSN 0802-0175

**Finansieringskilde:**  
Nordland fylkeskommune

**Prosjekt:** 2779 Reisekvalitetsundersøkelse i  
Nordland

**Prosjektleder:** Unni B. Lodden

**Kvalitetsansvarlig:** Bård Norheim

**Emneord:**  
Kundetilfredshet; Kollektivtransport;  
Reisekvalitetsundersøkelse; Busstransport

**Sammendrag:**  
Som ledd i transportavtalen mellom Nordland fylkeskommune og 9 av 10 ruteselskaper i fylket, skal det fra 2003 gjennomføres halvårslige reisekvalitetsundersøkelser som legges til grunn for en bonus/malus-ordning mellom partene. Resultatene fra undersøkelsen baseres på passasjerenes subjektive tilfredshet med ulike faktorer ved kollektivtilbudet og betydningen av hver enkelt faktor for passasjerene. Denne rapporten dokumenterer den første reisekvalitetsundersøkelsen og beregner inngangsnivået som de senere undersøkelser skal måles opp mot.

---

**Title:** Passenger Satisfaction Survey in Nordland County

**Author(s):** Unni B. Lodden; Katrine Næss Kjørstad;  
Alberte Ruud; Nils Vibe

TØI report 602/2002  
Oslo: 2002-12  
61 pages  
ISBN 82-480-0293-4  
ISSN 0802-0175

**Financed by:**  
Nordland County Council

**Project:** 2779 Passenger satisfaction survey in  
Nordland County

**Project manager:** Unni B. Lodden

**Quality manager:** Bård Norheim

**Key words:**  
Passenger satisfaction survey; Public transport; Bus  
transport

**Summary:**  
As a part of the transport agreement between Nordland county council and 9 out of 10 bus companies in the county, passenger satisfaction surveys shall be carried out twice a year from 2003 on. These surveys will work as a basis for developing a bonus/malus - system between the parties. The survey results are based on the passengers' subjective satisfaction with different aspects of the public transport service and the importance of each of these. This report documents the first passenger satisfaction survey and estimates the reference level for measuring future surveys.

**Language of report:** Norwegian

---

Rapporten kan bestilles fra:  
Transportøkonomisk institutt, Biblioteket  
Gaustadalleen 21, 0349 Oslo  
Telefon 22 57 38 00 - [www.toi.no](http://www.toi.no)

---

The report can be ordered from:  
Institute of Transport Economics, The library  
Gaustadalleen 21, NO 0349 Oslo, Norway  
Telephone +47 22 57 38 00 - [www.toi.no](http://www.toi.no)

---

# Forord

I 2002 inngikk 9 av 10 ruteselskaper i Nordland fylke en transportavtale med fylkeskommunen som skal regulere partenes rettigheter og plikter med hensyn til kjøp og salg av rutetjenester i avtaleperioden. Det skal settes i verk en bonus/malus-ordning basert på måling av oppnådde resultater i reisekvalitetsundersøkelser. Ordningen settes i verk fra 1.1.2003.

Fra og med 2003 skal det gjennomføres halvårslige reisekvalitetsundersøkelser blant busspassasjerene. Gjennomsnittlig resultat for de to undersøkelsene skal legges til grunn for beregning av oppnådd resultat for det enkelte selskap. Inngangsnivået blir fastsatt på bakgrunn av den første undersøkelsen som ble gjennomført våren 2002.

TØI har hatt oppdraget med å utvikle reisekvalitetsundersøkelsen og fastsette inngangsnivået for hvert av selskapene. Denne rapporten inneholder beskrivelse av undersøkelsesopplegget, analyser av den første reisekvalitetsundersøkelsen og fastsetting av inngangsnivået. Kontaktpersoner hos Nordland fylkeskommune har vært Bjørn Lekanger og Tone Øverli.

I andre etappe av prosjektet, som gjennomføres i 2003, skal det utarbeides et analyseopplegg for tolkning av de løpende undersøkelsene mot inngangsnivået. Andre etappe inkluderer også opplegg for datainnsamling og analyser av to nye reisekvalitetsundersøkelser med beregning av oppnådd resultat i forhold til inngangsnivået.

Rapporten er skrevet av forsker Unni B. Lodden, som også har gjennomført analysene av undersøkelsen og ledet arbeidet frem mot ferdig rapport. Forsker Katrine N. Kjørstad og forsker Alberte Ruud har utarbeidet spørreskjema og opplegg for datainnsamling. Forskningsleder Nils Vibe har utviklet en metode for fastsetting av inngangsnivået. Forskningsleder Bård Norheim har hatt ansvaret for kvalitetssikring av arbeidet. Avdelingssekretær Kari Tangen har stått for den endelige tekstbehandling og layout.

Oslo, desember 2002  
Transportøkonomisk institutt

*Knut Østmoe*  
instituttssjef

*Ingunn Stangeby*  
avdelingsleder



# Innhold

## Sammendrag

<b>1 Bakgrunn og formål.....</b>	<b>1</b>
<b>2 Undersøkellesmetode og utvalg .....</b>	<b>2</b>
2.1 Undersøkellesmetode.....	2
2.1.1 Brukerundersøkelse blant passasjerene .....	2
2.1.2 Utforming av spørreskjema .....	2
2.1.3 Tidspunkt og gjennomføring.....	2
2.2 Passasjertall og utvalgsstørrelse.....	2
2.2.1 Beregning av utvalgsstørrelse.....	2
2.2.2 Svarfordeling pr. selskap.....	3
<b>3 Kjennetegn ved busspassasjerene.....</b>	<b>4</b>
3.1 Bakgrunnsvariabler.....	4
3.1.1 Kjønnfordeling .....	4
3.1.2 Aldersfordeling .....	4
3.1.3 Hovedbeskjeftigelse .....	5
3.1.4 Andel med førerkort.....	6
3.1.5 Muligheter til å bruke bil .....	6
3.2 Bussbruken.....	6
3.2.1 Billettslag .....	6
3.2.2 Reisehyppighet med buss.....	7
3.2.3 Gangtid til holdeplass .....	7
<b>4 Tilfredshet med tilbudet.....</b>	<b>9</b>
4.1 Passasjerenes tilfredshet med rutetilbudet .....	9
4.2 Tilfredshet med tilbudet – totalt sett .....	10
4.3 Tilfredshet med tilbudet i forhold til pris.....	10
4.4 Vurdering av kvalitetsfaktorene, gjennomsnittsskåre.....	11
4.5 Tilfredshet i forhold til bakgrunnskjenetegn.....	11
4.5.1 Forskjeller etter kjønn.....	12
4.5.2 Forskjeller etter alder.....	12
4.5.3 Forskjeller etter hovedbeskjeftigelse .....	12
4.5.4 Forskjeller etter reisehyppighet .....	12
4.5.5 Hva betyr disse forskjellene for tolkning av resultatene.....	12
4.6 Betydningen av enkeltfaktorene .....	12
4.6.1 Viktigste faktor for reisekvaliteten.....	13
4.6.2 Nest viktigste faktor for reisekvaliteten.....	13
4.6.3 Tredje viktigste faktor for reisekvaliteten.....	13
4.6.4 Fjerde viktigste faktor for reisekvaliteten.....	13
4.6.5 Femte viktigste faktor for reisekvaliteten.....	13
4.6.6 Viktigste faktorer for reisekvaliteten totalt .....	13

4.7 Tilfredshet mot viktighet .....	14
4.8 Fastsetting av inngangsnivå.....	15

## **5 Resultater for selskapene..... 17**

5.1 Saltens bilruter.....	17
5.1.1 Kjennetegn ved passasjerene.....	17
5.1.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene .....	18
5.1.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen .....	18
5.1.4 Viktigste kvalitetsfaktor.....	19
5.1.5 Tilfredshet mot viktighet .....	19
5.1.6 Inngangsnivå – Saltens bilruter.....	20
5.2 Nordtrafikk Sortland.....	21
5.2.1 Kjennetegn ved passasjerene.....	21
5.2.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene .....	21
5.2.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen .....	22
5.2.4 Viktigste kvalitetsfaktor.....	22
5.2.5 Tilfredshet mot viktighet .....	23
5.2.6 Inngangsnivå – Nordtrafikk Sortland .....	24
5.3 Nordtrafikk Lofoten .....	24
5.3.1 Kjennetegn ved passasjerene.....	24
5.3.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene .....	24
5.3.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen .....	25
5.3.4 Viktigste kvalitetsfaktor.....	25
5.3.5 Tilfredshet mot viktighet .....	26
5.3.6 Inngangsnivå – Nordtrafikk Lofoten .....	27
5.4 Torghatten trafikselskap .....	27
5.4.1 Kjennetegn ved passasjerene.....	27
5.4.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene .....	28
5.4.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen .....	28
5.4.4 Viktigste kvalitetsfaktor.....	29
5.4.5 Tilfredshet mot viktighet .....	29
5.4.6 Inngangsnivå – Torghatten trafikselskap.....	30
5.5 Nordtrafikk Salten .....	30
5.5.1 Kjennetegn ved passasjerene.....	31
5.5.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene .....	31
5.5.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen .....	32
5.5.4 Viktigste kvalitetsfaktor.....	32
5.5.5 Tilfredshet mot viktighet .....	33
5.5.6 Inngangsnivå – Nordtrafikk Salten .....	34
5.6 Andøy trafikklag.....	34
5.6.1 Kjennetegn ved passasjerene.....	34
5.6.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene .....	34
5.6.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen .....	35
5.6.4 Viktigste kvalitetsfaktor.....	35
5.6.5 Tilfredshet mot viktighet .....	36
5.6.6 Inngangsnivå – Andøy trafikklag .....	37
5.7 Stoklands bilruter.....	37
5.7.1 Kjennetegn ved passasjerene.....	37
5.7.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene .....	38
5.7.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen .....	38
5.7.4 Viktigste kvalitetsfaktor.....	39
5.7.5 Tilfredshet mot viktighet .....	39

5.7.6 Inngangsnivå – Stoklands bilruter .....	40
5.8 Nettbuss Helgeland .....	41
5.8.1 Kjennetegn ved passasjerene .....	41
5.8.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene .....	41
5.8.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen.....	42
5.8.4 Viktigste kvalitetsfaktor .....	42
5.8.5 Tilfredshet mot viktighet .....	43
5.8.6 Inngangsnivå – Nettbuss Helgeland .....	44
5.9 Ofotens bilruter .....	44
5.9.1 Kjennetegn ved passasjerene .....	44
5.9.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene .....	44
5.9.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen.....	45
5.9.4 Viktigste kvalitetsfaktor .....	45
5.9.5 Tilfredshet mot viktighet .....	46
5.9.6 Inngangsnivå – Ofotens bilruter .....	47
<b>6 Avslutning .....</b>	<b>48</b>
<b>Referanser .....</b>	<b>49</b>
<b>Vedlegg .....</b>	<b>51</b>





## Sammendrag:

# Reisekvalitetsundersøkelse i Nordland

## Bakgrunn og formål

9 av de 10 ruteselskapene i Nordland fylke inngikk i 2002 en transportavtale med Nordland fylkeskommune (NFK). Transportavtalen skal regulere fylkeskommunens og det enkelte selskap sine rettigheter og plikter når det gjelder kjøp og salg av rutetjenester i avtaleperioden, herunder tilskudd til rutedriften, kvalitet på rutetilbudet og utvikling av rutetilbudet i fylket. Partene skal samarbeide for å få i stand en bonus/malus-ordning basert på måling av oppnådde resultater i reisekvalitetsundersøkelser. Ordningen settes i verk fra 1.1.2003.

Følgende selskaper/løyvehavere inngår i avtalen:

- Saltens Bilruter AS (SB)
- Nordtrafikk Buss AS, Sortland (NT)
- Nordtrafikk Buss AS, Lofoten (LT)
- Torghatten Trafikkselskap (TTS)
- Nordtrafikk Buss AS, Salten (NTS)
- Andøy Trafikklag (AT)
- Stoklands Bilruter (STB)
- Nettbuss Helgeland (NB)
- Ofotens Bilruter (OB)

## Reisekvalitetsundersøkelser to ganger årlig

Det skal fra 2003 gjennomføres halvårlige reisekvalitetsundersøkelser blant passasjerene. Undersøkelsene vil bli benyttet som et måleinstrument på kvaliteten i rutedriften. Gjennomsnittlig resultat for de to undersøkelsene legges til grunn for beregning av oppnådd resultat for selskapet. Dersom resultatet av de løpende reisekvalitetsundersøkelsene faller under et gitt nivå, som et gjennomsnitt for et år, kan NFK si opp avtalen med det aktuelle selskapet, for så å sette denne ut på anbud. Det kritiske nivået for opprettholdelse av kontrakten er satt til 90 prosent av inngangsnivået.

Inngangsnivået for selskapene vil bli fastsatt på bakgrunn av den første reisekvalitetsundersøkelsen som ble foretatt i april 2002. TØI har vært ansvarlig for utarbeidelsen av undersøkelsen og har utviklet en

metode for fastsetting av inngangsnivået. Denne undersøkelsen og beregningen av inngangsnivået blir dokumentert i denne rapporten. Resultatene fra undersøkelsen presenteres først samlet for alle selskapene og deretter for hvert enkelt selskap.

## Undersøkelse blant busspassasjerene

Det ble valgt å gjennomføre brukerundersøkelser blant alle busspassasjerene i løpet av en halv dag (hverdag) for hver enkelt rute. Spørreskjemaet er ikke mer omfattende enn at det er mulig å fylle det ut i løpet av en relativt kort reise. Spørsmålene er utarbeidet i samarbeid med Nordland fylkeskommune. Spørreskjemaet dekker spørsmål om opplevd reisekvalitet, spørsmål om hva passasjerene mener er de viktigste faktorene for reisekvaliteten samt en del bakgrunns spørsmål. Beregning av antall skjemaer som skulle trykkes opp ble fastsatt på bakgrunn av passasjerstatistikk pr rute.

Totalt kom det inn 3217 besvarte skjemaer, med svært ulik fordeling på de ulike selskapene, avhengig av både passasjergrunnlag og svarprosent.

## Mange skoleruter gir en ung passasjergruppe

I Nordland utgjør skoleskyssen en stor del av kollektivtransporten. Dette gir seg utslag i datamaterialet hvor 2/3 av respondentene er under 26 år. Den største gruppen er skolebarn og skoleungdom under 18 år som utgjør 46 prosent av materialet, mens ungdom i alderen 18 – 25 år utgjør 20 prosent.

Det er langt flere kvinner enn menn i utvalget, henholdsvis 58 og 42 prosent for hele materialet.

## Passasjerenes tilfredshet med busstilbudet

I reisekvalitetsundersøkelsen i Nordland måler vi passasjerenes tilfredshet med kollektivtilbudet. Tolv ulike faktorer ved tilbudet er valgt ut, og passasjerene ble bedt om å vurdere disse faktorene på en skala fra 1

(svært misfornøyd) til 6 (svært fornøyd). Tabell S.1 viser den gjennomsnittlige tilfredshetsskåren for de tolv faktorene.

Tabell S.1: Passasjerenes tilfredshet med tolv kvalitetsfaktorer. Gjennomsnittsskåre og standardavvik. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

Kvalitetsfaktor	Skåre	St. avvik
Hvor ofte bussen går (frekvens)	3,7	1,6
Hvor bussen går/traseen	4,5	1,4
Reisetiden på bussen	4,4	1,4
Gangavstand til nærmeste h.plass	4,9	1,4
Hvor presise bussene er	4,4	1,6
Tilgjengelig sitteplass i bussen	5,0	1,2
Sjåførenes kundeservice	4,9	1,3
Sjåførenes kjøremåte	5,0	1,2
Ruteinformasjonen på holdeplass	3,3	1,8
Skiltingen av bussen	4,6	1,4
Bussens renhold	4,5	1,3
Billettprisen	3,4	1,7

TØI rapport 602/2002

Busspassasjerene i Nordland kan sies å være middels til godt fornøyde med kollektivtilbudet sitt. På spørsmål om hvor fornøyde de er med tilbudet *totalt sett* på en skala fra 1 til 6, får vi denne fordelingen:

- 7 prosent gir skåre 1-2
- 50 prosent gir skåre 3-4
- 43 prosent gir skåre 5-6

Passasjerene er *mest* fornøyd med:

- Sitteplass i bussen
- Sjåførenes kjøremåte
- Gangtiden til holdeplass
- Sjåførenes service

Passasjerene er *middels* fornøyd med:

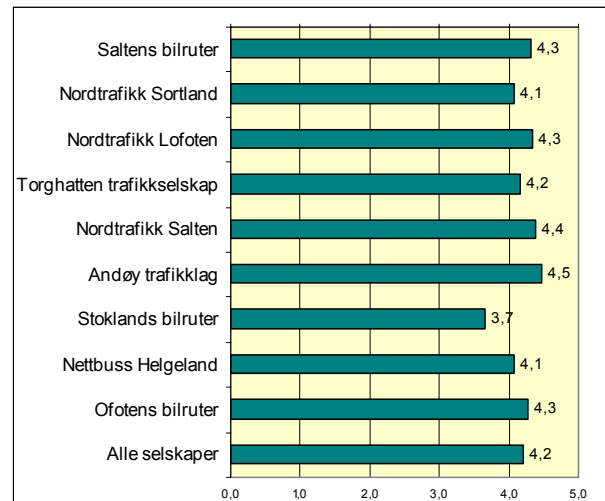
- Skiltingen av bussene
- Bussenes renhold
- Traseén
- Reisetiden
- Punktligheten

Passasjerene er *minst* fornøyd med:

- Frekvensen
- Billettprisen
- Ruteinformasjonen på holdeplassene

Vurderingen av faktorene og deres innbyrdes rangordning varierer noe fra selskap til selskap, men hovedsakelig er den nokså lik.

Gjennomsnittlig skåre for alle faktorene i de ulike selskapene gjengis nedenfor, Figur S.1. Det er små forskjeller mellom selskapene. Et unntak er Stoklands bilruter hvor passasjerene uttrykker lavere grad av tilfredshet enn i de andre selskapene. Dette selskapet har et svært lite utvalg (31 respondenter) som i hovedsak består av barn og ungdom under 26 år.



TØI rapport 602/2002

Figur S.1: Gjennomsnittsskåre som uttrykk for tilfredshet med alle faktorene fordelt etter selskap. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

## Barn og ungdom er mindre tilfredse med tilbudet

Passasjerenes tilfredshet med kvaliteten på kollektivtilbudet vil ofte variere avhengig av ulike bakgrunnskjenntegn. I totalmaterialet fra Nordland finner vi at barn og ungdom er mindre tilfredse enn voksne over 25 år. Dette vil med stor sannsynlighet innebære at et utvalg med en stor ungdomsgruppe vil skåre lavere på tilfredshet enn et utvalg hvor gjennomsnittsalderen er høyere. Denne forskjellen mellom de yngste og de eldre passasjerene finner vi imidlertid ikke i alle selskaper.

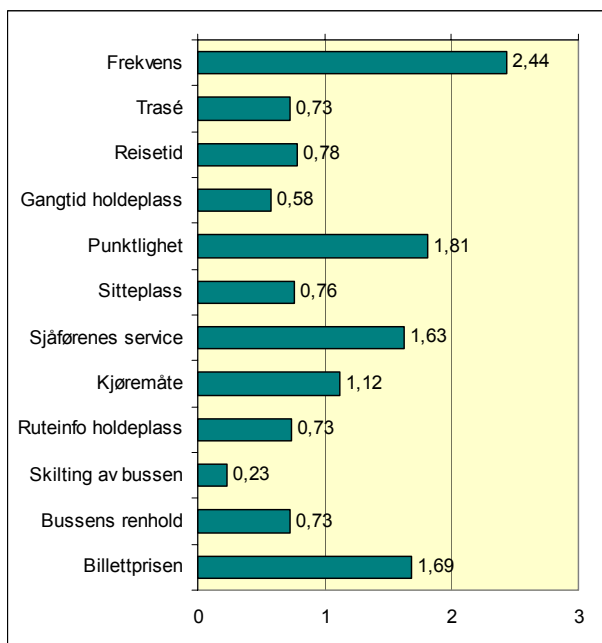
Gjennomsnittsalderen er lav blant passasjerene i alle selskapene, men det er en tendens til at selskaper med høyere gjennomsnittsalder oppnår en høyere tilfredshetsskåre enn selskaper hvor en større andel av passasjerene er yngre.

## Hvilke faktorer er viktigst?

I tillegg til å vurdere hver enkelt av de tolv kvalitetsfaktorene ble busspassasjerene bedt om å oppgi hvilke fem faktorer (av de tolv) som er viktigst for dem. Disse fem faktorene skulle rangeres med viktigste faktor først. Passasjerenes oppfatninger om hvilke faktorer som er viktigst, må ses i forhold til tilfredsheten med faktorene.

For å komme frem til hvilke faktorer som totalt sett betyr mest for passasjerene, har vi gitt faktorene "vekter" etter hvor viktige de er for passasjerene. Dersom f eks frekvens er nevnt som viktigste faktor, får denne faktoren skåren 5 for denne respondenten, hvis billettpris er nevnt som nest viktigst, får denne faktoren skåren 4 osv.

Vi får da følgende rangering av faktorenes viktighet når vi ser på alle selskaper samlet, Figur S.2.



TØI rapport 602/2002

Figur S.2: Viktigste kvalitetsfaktorer for busspassasjerene. Alle ruteselskaper. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene i Nordland, våren 2002. N=3217

De fem viktigste faktorene for busspassasjerene når vi ser på hele materialet fra Nordland er følgende:

1. Frekvens
2. Punktlighet
3. Billettprisen
4. Sjåførenes service
5. Sjåførenes kjøremåte

## Tilfredshet mot viktighet

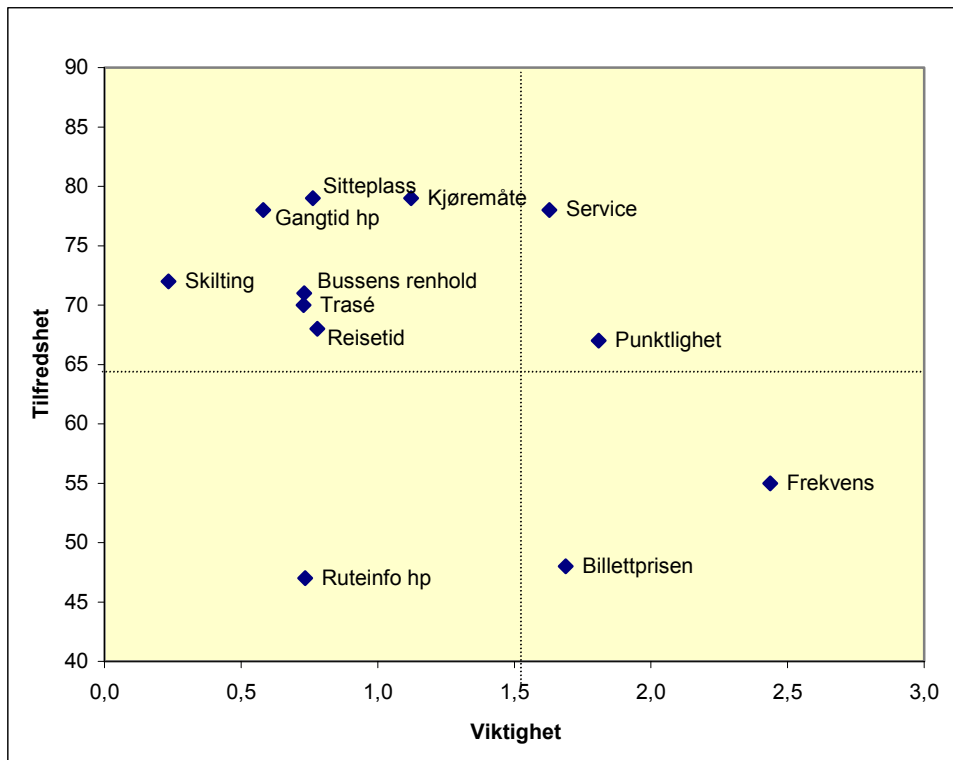
Et viktig mål for selskapene er å oppnå større kundetilfredshet. Det er videre et mål å gi et best mulig rutetilbud i distriktene tilpasset de behovene som finnes der.

En måte å oppnå dette målet på, er å satse på en forbedring av de faktorene som kundene mener er de viktigste kvalitetsfaktorene, særlig dersom tilfredsheten med disse faktorene er lav. I de tilfellene hvor både tilfredshet og viktighet skårer høyt, er det også viktig å vedlikeholde tilbudet på dagens nivå. I tilfeller hvor en faktor skårer lavt på både tilfredshet og viktighet er forbedring kanskje mindre viktig, men det er ikke sikkert at det er slik. En eventuell mindre satsing på disse områdene bør vurderes nøye og de faktorene som vurderes slik av passasjerene bør "overvåkes" for å se hvordan de eventuelt endrer seg. Og til sist, der hvor tilfredsheten er høy, men viktigheten er lav, kan man vurdere å overføre ressurser til et annet område, men dette må vurderes i det enkelte tilfelle.

Vi kan kategorisere kvalitetsfaktorene i fire grupper, se figur neste side:

1. Viktighet høy + Tilfredshet lav = Forbedring viktig (ruten nederst til høyre)
2. Viktighet høy + Tilfredshet høy = Vedlikeholde (ruten øverst til høyre)
3. Viktighet lav + Tilfredshet lav = Forbedring kanskje mindre viktig? (ruten nederst til venstre)
4. Viktighet lav + Tilfredshet høy = Overføre ressurser? (ruten øverst til venstre)

For alle selskapene samlet fremkommer følgende bilde når vi ser tilfredshet i forhold til viktighet, Figur S.3.



TØI rapport 602/2002

Figur S.3: Tilfredshet mot viktighet. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene i Nordland, våren 2002. N=3217

Det bildet som fremkommer her er at frekvens og billettpris (ruten nederst til høyre) er de faktorene som først og fremst må forbedres for å oppnå høyere kundetilfredshet. For disse faktorene er tilfredsheten lav, mens viktigheten er svært høy. Dette gir store utfordringer til fylkeskommunen og selskapene i forhold til fastsetting av produksjonsnivå, pris og økonomiske rammer for øvrig.

Nederste venstre rute viser at ruteinformasjon på holdeplassen er den faktoren som passasjerene ikke synes er særlig viktig, samtidig som den også skårer svært lavt på tilfredshet. En viktig årsak til at denne faktoren ikke er viktig, kan være at det først og fremst er skoleungdommer som er spurt. De reiser til faste tider (til og fra skolen) og vil derfor ikke ha særlig behov for ruteinformasjon. Likevel uttrykker de liten tilfredshet med ruteinformasjonen, men vi har ingen god forklaring på dette.

Øverste høyre rute viser de faktorene som er viktige å vedlikeholde. Dette er faktorer som skårer høyt både i forhold til tilfredshet og i forhold til viktighet. Her er det sjåførenes service og punktligheten som er de viktigste faktorene å opprettholde på dagens nivå.

De andre faktorene har nærmest ”klumpet” seg sammen i øverste venstre rute. Disse

kvalitetsområdene har relativt høy tilfredshet, mens viktigheten er relativt lav. Dette gjelder følgende faktorer: Skilting, gangtiden til holdeplass, bussens renhold, traseen, reisetiden, sitteplass og sjåførenes kjøremåte.

Dette bildet varierer lite mellom selskapene, men det er noen variasjoner med hensyn til hvor faktorene plasserer seg i forhold til hverandre.

## Fastsetting av inngangsnivå

Inngangsnivået som de senere undersøkelsesresultater skal måles opp mot blir fastsatt på grunnlag av tre spørsmål i spørreskjemaet:

1. Spørsmålet om tilfredshet med hver enkelt av de 12 kvalitetsfaktorene, hvor tilfredsheten uttrykkes på en skala fra 1 (meget misfornøyd) til 6 (meget fornøyd).
2. Spørsmålet om total tilfredshet med tilbudet hvor tilfredsheten uttrykkes med samme skala fra 1 til 6.
3. Spørsmålet hvor man blir bedt om å angi de 5 viktigste kvalitetsfaktorene (rangordnes fra viktigst, nest viktigst osv.).

Det samlede målet for tilfredshet, dvs inngangsnivået, kommer vi frem til gjennom en firetrinns prosess:

1. Vi tar utgangspunkt i spørsmålet om rangordning av de 12 kvalitetsfaktorenes viktighet og beregner ut fra de resultatene vi finner i hele materialet en gjennomsnittsverdi for hver enkelt faktors viktighet. Denne gjennomsnittsverdien beregnes for alle selskapene samlet, og verdiene fungerer som vekter i utregningen av kvalitetsindeksen
2. Vi multipliserer tallverdien for hver enkelt respondents svar på de 12 kvalitetsspørsmålene med den gjennomsnittlige viktighetsverdien for hvert av spørsmålene. (Når en respondent har krysset av for verdien 2 i spørsmålet om frekvens, og frekvens har en gjennomsnittlig viktighetsverdi på 2,4, får svaret på dette spørsmålet verdien 4,8).
3. Vi summerer de verdiene vi får i pkt 2 til en indeksverdi for hver enkelt respondent. Her vil de 12 kvalitetsspørsmålene få ulik vekt ut fra resultatene av beregningene i pkt 1.
4. Vi lager et endelig mål der indeksen vi har laget inngår med tre fjerdedeler og svaret på enkeltspørsmålet om total tilfredshet teller en fjerdedel.

Vi får da følgende inngangsnivå for hvert selskap, med konfidensintervall på 5 prosent nivå, Tabell S.2. Konfidensintervallet viser den nedre og øvre grensen for statistisk usikkerhet. I tabellen har vi også vist det kritiske 90 prosents nivået (90 prosent av inngangsnivå) som selskapet i følge kontrakten bør holde seg innenfor ved neste måling.

Tabell S.2: Inngangsnivå med usikkerhetsintervall. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3166

Selskap	Skåre inng.nivå	Kritisk nivå	Nedre grense	Øvre grense	Antall
Saltens bilruter	67,0	60,3	65,6	68,5	513
Nordtrafikk Sortland	66,1	59,5	64,7	67,4	595
Nordtrafikk Lofoten	70,1	63,1	68,7	71,4	612
Torghatten traf.selsk	67,7	60,9	66,0	69,4	396
Nordtrafikk Salten	74,3	66,9	71,5	77,1	126
Andøy trafikklag	72,8	65,5	68,3	77,3	58
Stoklands bilruter	57,4	51,7	51,1	63,6	31
Nettbuss Helgeland	65,1	58,6	63,6	66,5	592
Ofotens bilruter	67,1	60,4	64,9	69,3	243
Alle selskaper	67,5	60,8	66,8	68,1	3166

TØI rapport 602/2002

Usikkerhetsintervallet er større jo færre observasjoner (respondenter) målet er basert på.

Det er redegjort for framgangsmåten ved beregning av kvalitetsindeks og fastsettingen av inngangsnivå i arbeidsdokument PT/1624/02 (Vibe 2002) (Vedlegg 2).

Hvis utvalgsstørrelsen er den samme i den neste undersøkelsen, vil vi kunne bruke de nedre og øvre grensene for konfidensintervallet som utgangspunkt for å si om det er signifikante endringer i forhold til inngangsnivået. Dersom det blir signifikante endringer i neste måling, betyr dette imidlertid ikke at man dermed har nådd det kritiske nivået på 90 prosent av inngangsnivå. Dette nivået ligger for det fleste selskaper godt under grensen for statistisk usikkerhet.

Det bør understrekes at inngangsnivået for kvalitetsindeksen for hvert enkelt selskap vil avhenge av størrelsen på utvalget og ikke minst alderssammensetningen mellom unge (skoleelever) og voksne. Samtidig vil selskapene kunne miste kontrakten hvis indeksen faller under 90 prosent av inngangsnivået. Det er derfor viktig å ta hensyn til denne statistiske usikkerheten når kvalitetsmålene og evt opphevelse av kontrakten vurderes. Det må være helt uaktuelt å bryte en kontrakt hvis endringene i kvalitetsindeks skyldes tilfeldige utslag i målemetoden. Vi vil derfor legge opp til en vektning av resultatene med hensyn til alder (innenfor hvert selskap) slik at skjevheter i utvalget (flere unge) ikke skal påvirke denne indeksen.

Kvalitetsindeksene jevner seg mer ut mellom selskapene dersom vi kun tar med de passasjerene som er over 18 år, ikke minst for Stoklands bilruter hvor de fleste passasjerene var under 18 år. Stoklands bilruter er også det selskapet som har minst utvalg totalt sett og som derfor har et større usikkerhetsintervall enn de andre selskapene. Det betyr at nedre grense for det statistiske usikkerhetsintervallet (95 prosents nivå) i Stoklands bilruter ligger under den kritiske grensen på 90 prosent av inngangsnivå, Tabell S.2. Dette betyr at for dette selskapet kan en indeksskåre under det kritiske nivået skyldes statistiske tilfeldigheter. For å kompensere for dette må evt utvalget i Stoklands bilruter (og Andøy trafikklag) økes for de neste undersøkelsene. Alternativt må et lavere krav til kritisk grense vurderes for disse selskapene.



# 1 Bakgrunn og formål

Nordland fylke har 10 ruteselskaper som trafikkerer områder av svært forskjellig karakter. Det er store forskjeller i ruteproduksjon og passasjertall mellom disse selskapene. Ni av disse selskapene har inngått en transportavtale med Nordland fylkeskommune.

Transportavtalen skal regulere fylkeskommunens og det enkelte selskaps sine rettigheter og plikter når det gjelder kjøp og salg av rutetjenester i avtaleperioden, herunder tilskudd til rutedriften, kvalitet på rutetilbudet og utvikling av rutetilbudet i fylket.

Følgende selskaper/løyvehavere inngår i avtalen:

- Saltens Bilruter AS (SB)
- Nordtrafikk Buss AS, Sortland (NT)
- Nordtrafikk Buss AS, Lofoten (LT)
- Torghatten Trafikkselskap (TTS)
- Nordtrafikk Buss AS, Salten (NTS)
- Andøy Trafikklag (AT)
- Stoklands Bilruter (STB)
- Nettbuss Helgeland (NB)
- Ofotens Bilruter (OB)

Ifølge transportavtalen mellom Nordland fylkeskommune og løyvehavere i Nordland, skal partene samarbeide for å få i stand en bonus/malus-ordning basert på måling av oppnådde resultater i reisekvalitetsundersøkelser. Ordningen skal være et incentiv for selskapene til å satse på kvalitetsforbedrende

tiltak for publikum samt sikre at en minimumskvalitet opprettholdes. En slik ordning skal settes i verk fra 1.1.2003. Det er en målsetting at kvaliteten på rutetilbudet primært skal øke og minimum holdes oppe på inngangsnivået i avtaleperioden.

Det skal fra 2002 gjennomføres halvårlige reisekvalitetsundersøkelser blant passasjerene, som vil bli benyttet som et måleinstrument på kvaliteten i rutedriften. Gjennomsnittlig resultat for de to undersøkelsene legges til grunn for beregning av oppnådd resultat for selskapet. Dersom resultatet av de løpende reisekvalitetsundersøkelsene faller under 90 prosent av inngangsnivået, som et gjennomsnitt for et år, kan NFK si opp avtalen med det aktuelle selskapet, for så å sette denne ut på anbud.

Inngangsnivået for selskapene vil bli fastsatt på bakgrunn av den første reisekvalitetsundersøkelsen som ble foretatt i april 2002. Denne undersøkelsen og beregningen av inngangsnivået blir dokumentert i denne rapporten.

TØI har utviklet reisekvalitetsundersøkelsen i samarbeid med Nordland fylkeskommune. Denne rapporten oppsummerer resultatene fra reisekvalitetsundersøkelsen, både for alle selskapene under ett og for de ni selskapene for seg.

Opplegget for videre kvalitetsmålinger og hvordan resultatet av disse skal vurderes i forhold til inngangsnivået, blir drøftet i et eget arbeidsdokument.

## 2 Undersøkelsesmetode og utvalg

### 2.1 Undersøkelsesmetode

Utviklingen av denne reisekvalitetsundersøkelsen består av flere elementer:

- Valg av undersøkelsesmetode
- Utforming av spørreskjema
- Utvalg for undersøkelsen og opplegg for gjennomføring
- Analyser av resultater og fastsetting av inngangsnivå

#### 2.1.1 Brukerundersøkelse blant passasjerene

Datainnsamlingen ved kvalitetsundersøkelser av kollektivtransporten, eller kundetilfredshetsundersøkelser kan gjennomføres på flere måter. Hovedskillet går mellom undersøkelser direkte knyttet til kundene og undersøkelser rettet mot befolkningen generelt. Den første typen kundetilfredshetsundersøkelser blir gjennomført årlig i London på undergrunnen og i København. Den andre typen undersøkelser blir gjennomført i Sverige, i Oslo og i Tyskland (Haglund 2001).

Det er både fordeler og ulemper ved de ulike metodene. En undersøkelse i hele befolkningen i et område dekker også de som ikke reiser kollektivt, men som er potensielle kunder. En slik undersøkelse kan dermed gi svar på hvilke krav ikke-brukerne har til et godt kollektivsystem. Ved å spørre kun dem som reiser kollektivt (busspassasjerene), får man et bedre mål på kvaliteten på kollektivtilbudet slik den oppleves av de som *faktisk* reiser med kollektivtransporten.

I Nordland har man valgt å benytte brukerundersøkelser med utdeling av spørreskjema (postkort) om bord på bussene. Den første undersøkelsen som gjennomføres må ha et relativt stort utvalg for å sikre representativitet. I de senere undersøkelsene kan utvalget være mindre og dataene kan vektes. Dette er imidlertid avhengig av at utvalget i den første undersøkelsen er stort nok.

I den første undersøkelsen rekrutterer man samtidig et panel. Dette ble gjort for at man ved senere undersøkelser kan minske det tilfeldige utvalget på bussene og benytte panelet som dermed vil få

tilsendt spørreskjema i posten. Panelet sikrer at man ikke får tilfeldige variasjoner på grunn av tilfeldige utvalg. Det er imidlertid ikke sikkert at dette panelet skal benyttes i neste omgang. Dette drøftes i et senere arbeidsdokument.

#### 2.1.2 Utforming av spørreskjema

Spørreskjemaet som er utformet har hatt som utgangspunkt at det er en undersøkelse som skal gjennomføres om bord på bussen på relativt kort tid. Det må derfor være så kort som mulig, men også ha med alle de viktige spørsmålene som er nødvendige for analysene.

Spørreskjemaet dekker spørsmål om opplevd reisekvalitet samt en del bakgrunnsspørsmål om trafikantene, slik som kjønn, alder, tilgang til bil, hvor ofte man reiser osv. (Vedlegg 1).

#### 2.1.3 Tidspunkt og gjennomføring

Den første undersøkelsen, som blir analysert i denne rapporten, ble gjennomført i april 2002. Sjåførene hadde ansvaret for utdeling av skjemaene. Besvarte skjemaer ble sendt inn pr. post (ferdigfrankerte postkort). Undersøkelsen var ment å dekke alle passasjerene i løpet av en halv dag.

## 2.2 Passasjertall og utvalgsstørrelse

### 2.2.1 Beregning av utvalgsstørrelse

Valg av utvalg for undersøkelsen er viktig for at man skal få statistisk utsagnskraftige resultater. Denne undersøkelsen var ment å dekke alle passasjerer i løpet av en dag. Beregning av antallet passasjerer pr. dag er avhengig av god passasjerstatistikk fra selskapene og oversikt over alle ruter. Data om passasjertall pr. år fordelt på ruter har dannet grunnlaget for beregningen av antall skjemaer som må trykkes opp for hver enkelt rute.

Undersøkelsen ble gjennomført i løpet av en halv dag (hverdag) for hver enkelt rute. Unntaket er by-



rutene til Salten bilruter, hvor undersøkelsen dekker 63 prosent av passasjerene.

Følgende beregning av utvalget er lagt til grunn: Antall passasjerer per år/265 (ca. antall virkedager)/2 (tur/retur-reiser). For skoleruter er antall passasjerer per år delt på 180. Også for en del mindre ruter med lave passasjertall har vi delt på 180 dager. Det samme gjelder ruter som er en kombinasjon av skoleruter og andre ruter.

### 2.2.2 Svarfordeling pr. selskap

Totalt antall besvarte skjemaer for alle selskapene samlet er 3217. Tabell 2.1 viser fordelingen av respondentene på de ulike selskapene.

For å beregne svarprosent, er vi avhengige av at antall utdelte skjemaer på bussene registreres. I

gjennomføringen av denne undersøkelsen var denne oppgaven lagt til sjåførene. I flere tilfeller er dette ikke blitt gjennomført. I disse tilfellene er det heller ikke mulig å beregne svarprosent. For de selskapene som har levert fullstendige oversikter over utdelte skjemaer, har vi beregnet svarprosent, Tabell 2.1.

To av selskapene har svært få respondenter i sin undersøkelse. Dette er Stoklands bilruter med 31 respondenter og Andøy trafikklag med 59 respondenter. Vi skal senere se at passasjerene på Stoklands bilruter skiller seg noe fra de andre selskaperes passasjerer på grunn av en svært stor andel barn og unge. I de neste undersøkelsene bør antallet respondenter i disse to selskapene økes, hvis mulig.

Tabell 2.1: Utvalgets fordeling på selskapene og svarprosent for enkelte selskaper. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene i Nordland, våren 2002.

Trafikkselskap	Antall utdelte skjemaer	Antall besvarte skjemaer	Svarprosent	Andel av alle besvarte skjema
Saltens bilruter (SB)	-	517	-	16,1
Nordtrafikk Sortland (NT)	-	606	-	18,8
Nordtrafikk Lofoten (LT)	1018	621	61	19,3
Torghatten trafikkselskap (TTS)	-	400	-	12,4
Nortrafikk Salten (NTS)	182	129	71	4,0
Andøy trafikklag (AT)	76	59	78	1,8
Stoklands bilruter (STB)	94	31	33	1,0
Nettbuss Helgeland (NB)		608	-	18,9
Ofotens Bilruter (OB)		246	-	7,6
<b>Totalt</b>		<b>3217</b>	<b>-</b>	<b>100,0</b>

TØI rapport 602/2002

## 3 Kjennetegn ved busspassasjerene

Dette kapitlet beskriver kort sentrale bakgrunnsvariabler ved respondentene i undersøkelsen. Gjennomgangen dekker alle selskapene samlet, men i figurene viser vi resultatene fordelt på selskap. På denne måten blir det mulig å sammenligne de ulike selskapene med hensyn til kjennetegn ved busspassasjerene.

Beskrivelsen dekker bakgrunnsvariabler som kjønn, alder, hovedbeskjeftigelse, førerkort og biltilgang. Vi viser også fordelingen på variabler som er knyttet til bruken av buss, slik som hvor ofte man reiser kollektivt, gangtid til holdeplass og hvilket billettslag man har benyttet på reisen.

### 3.1 Bakgrunnsvariabler

#### 3.1.1 Kjønnfordeling

I hele materialet er det 58 prosent kvinner og 42 prosent menn, Tabell 4.1. Denne fordelingen mellom menn og kvinner er så godt som lik for alle selskapene, Figur 3.1. Unntaket er Stoklands bilruter og Andøy trafikklag hvor det *ikke* er signifikante forskjeller mellom kjønnene.<sup>1</sup>

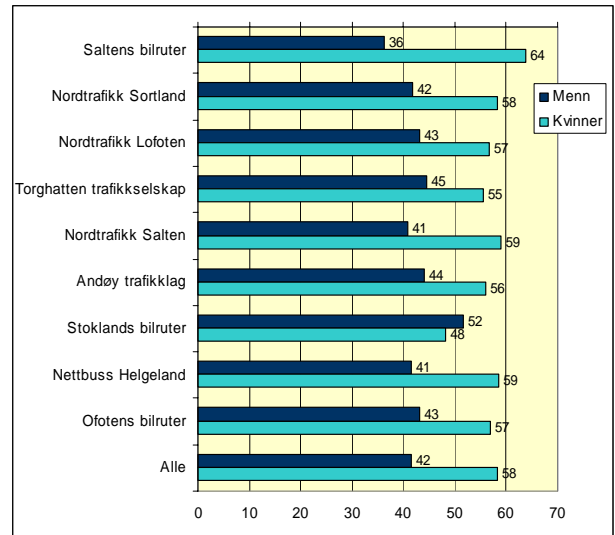
Tabell 3.1: Kjønnfordelingen blant respondentene. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

Kjønn	Prosent
Menn	42
Kvinner	58
Alle	100

TØI rapport 602/2002

Denne fordelingen samsvarer godt med funn i andre undersøkelser. I den nasjonale reisevaneundersøkelsen 2001 (RVU 2001) er andelen kvinner blant reisende med rutebuss 58 prosent (RVU 2001, egne analyser).

<sup>1</sup> Dette skyldes at Stoklands bilruter og Andøy trafikklag har svært få respondenter.



TØI rapport 602/2002

Figur 3.1: Andel kvinner og menn blant passasjerene. Fordeling etter selskap. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

#### 3.1.2 Aldersfordeling

Respondentene i undersøkelsen er i hovedsak svært unge, Tabell 3.2. Nesten halvparten av materialet, 46 prosent, består av skolebarn og skoleungdom under 18 år. Av disse er 9 prosent mellom 4 og 12 år.<sup>2</sup> Ytterligere 20 prosent består av ungdom i alderen 18 til 25 år. Til sammen er 2/3 av utvalget barn og ungdom opp til 25 år.

Resten av materialet, 34 prosent, utgjøres av voksne over 26 år.

Også når vi ser bort fra de yngste barna (4-12 år) er busspassasjerene i Nordland yngre enn landsgjennomsnittet. Ifølge RVU 2001 er 31 prosent av reisene med rutebuss foretatt av personer i alderen 13-17 år (RVU 2001, egne analyser).

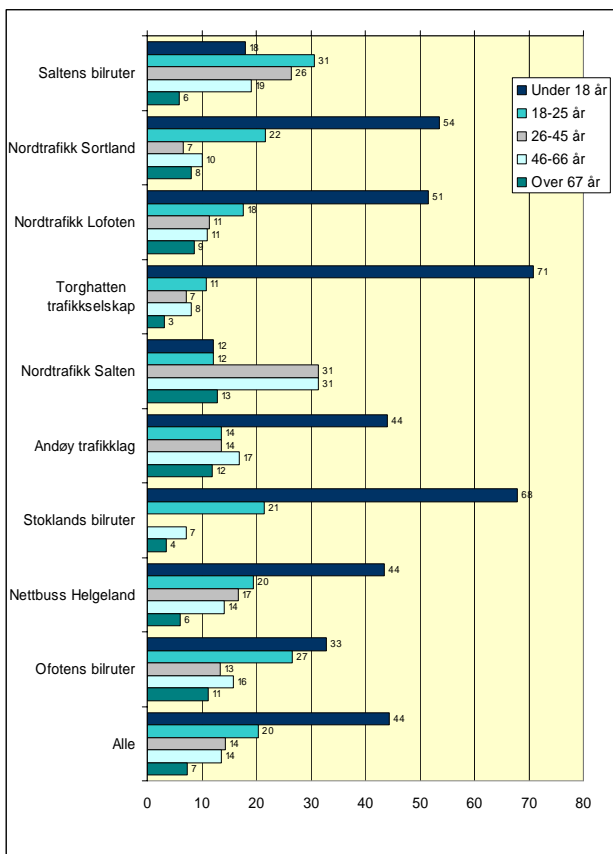
<sup>2</sup> Det er sannsynlig at en del av de yngste har fått hjelp av foreldre eller andre til å fylle ut skjema.

Tabell 3.2: Aldersfordelingen blant respondentene. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

Aldersgrupper	Prosent
Under 18 år	46
18 – 25 år	20
26 – 45 år	14
46 – 66 år	13
Over 67 år	7
<b>Totalt</b>	<b>100</b>

TØI rapport 602/2002

Det er forskjeller mellom selskapene når det gjelder aldersfordeling blant passasjerene, Figur 3.2. Nordtrafikk Salten, Saltens bilruter, Andøy trafikklag og Ofotens bilruter har den høyeste gjennomsnittsalderen blant passasjerene. Som vi tidligere har nevnt, har Stoklands bilruter svært lav gjennomsnittsalder. Vi finner også svært mange unge i Torghatten trafikkselskap.



TØI rapport 602/2002

Figur 3.2: Aldersfordelingen blant busspassasjerene. Fordeling etter selskap. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

### 3.1.3 Hovedbeskjeftigelse

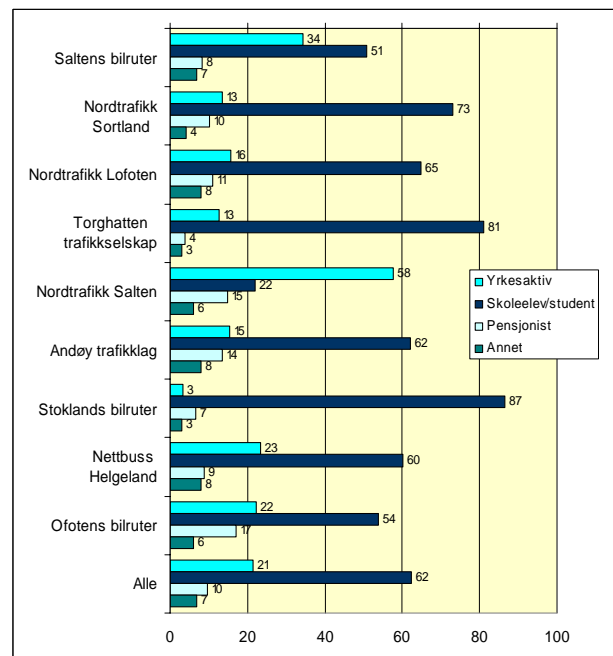
Skoleelever og studenter utgjør den største gruppen i datamaterialet – hele 62 prosent. De yrkesaktive utgjør 21 prosent, mens pensjonister utgjør 9 prosent og arbeidsledige/trygdede 4 prosent, Tabell 3.3.

Tabell 3.3: Hovedbeskjeftigelse blant respondentene. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

Hovedbeskjeftigelse	Prosent
Yrkesaktive	21
Hjemmearbeidende	2
Skoleelever/studenter/militær	62
Pensjonister	9
Arbeidsledige/trygdede	4
Annet	2
<b>Totalt</b>	<b>100</b>

TØI rapport 602/2002

Nordtrafikk Salten og Saltens bilruter er de to selskapene som har flest yrkesaktive i utvalget, henholdsvis 57 og 34 prosent, noe som er godt over gjennomsnittet på 21 prosent. De to selskapene med størst andel skoleelever/studenter er Stoklands bilruter med 87 prosent og Torghatten trafikkselskap med 81 prosent, Figur 3.3.



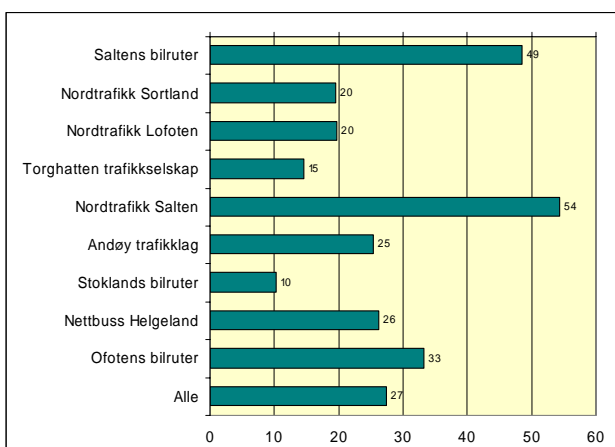
TØI rapport 602/2002

Figur 3.3: Passasjerenes fordeling på hovedbeskjeftigelse. Fordeling etter selskap. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

Når det gjelder hovedbeskjefteigelse, avviker Nordland sterkt fra landsgjennomsnittet. Ifølge RVU 2001 blir 46 prosent av reisene med rutebuss foretatt av skoleelever eller studenter, mens 39 prosent blir foretatt av yrkesaktive (RVU 2001, egne analyser).

### 3.1.4 Andel med førerkort

I underkant av 30 prosent i hele utvalget har førerkort, Figur 3.4. Det lave antallet skyldes at respondentene i hovedsak er unge. I to av selskapene har en høyere andel av passasjerene førerkort. Dette er Saltens bilruter og Nordtrafikk Salten, som også har flest yrkesaktive blant respondentene.



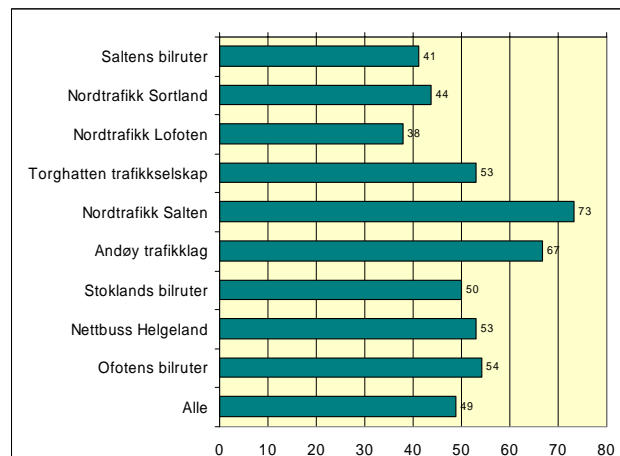
TØI rapport 602/2002

Figur 3.4: Andel med førerkort blant passasjerene. Fordeling etter selskap. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

### 3.1.5 Muligheter til å bruke bil

Blant dem som har førerkort og bil i utvalget (20 prosent av utvalget), hadde omtrent halvparten mulighet til å bruke bil på den reisen de foretok på undersøkelsestidspunktet. Med andre ord har de faktisk valgt å reise med buss.

Når vi ser på fordelingen etter selskap, Figur 3.5, fremkommer det noen interessante forskjeller. De fleste selskapene ligger omtrent på gjennomsnittet, med omtrent 40–50 prosent av passasjerene som kunne ha brukt bil. Det er to unntak fra dette. Nordtrafikk Salten og Andøy trafikklag har en høyere andel passasjerer enn de andre selskapene som valgte å reise med buss til tross for at de hadde muligheten til å bruke bilen. I disse to selskapene er det med andre ord flere passasjerer som velger å ta buss til tross for at de oppgir at de hadde muligheten for å bruke bil.



TØI rapport 602/2002

Figur 3.5: Muligheten til å bruke bil på reisen (blant dem som har førerkort og bil). Fordeling etter selskap. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=655

## 3.2 Bussbruken

### 3.2.1 Billettslag

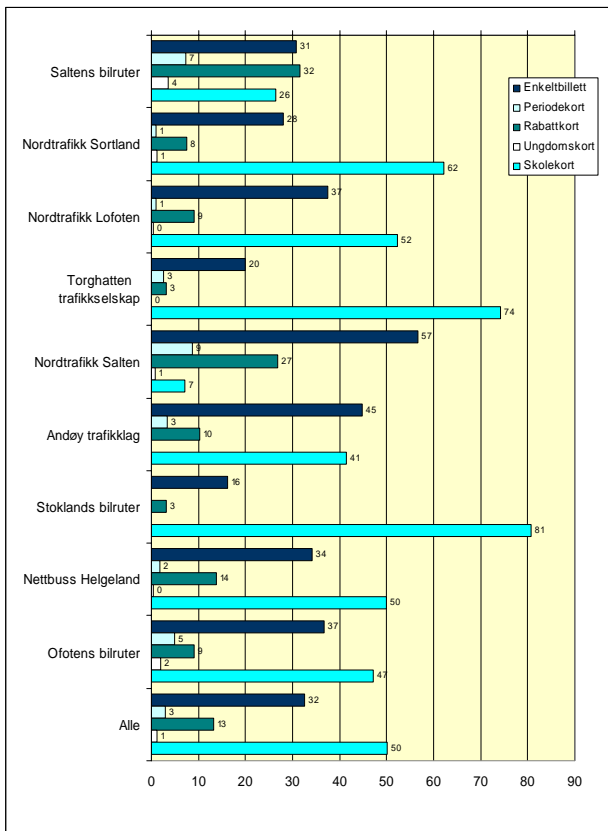
Skolekort er naturlig nok det dominerende billett-slaget og utgjør 50 prosent av billettbruken blant respondentene, Tabell 3.4. Ut over det er enkeltbillett mye brukt, 32 prosent. Andre typer kort er ikke mye i bruk; 13 prosent har reist på rabattkort, 3 prosent reiste med periodekort og 1 prosent reiste med ungdomskort.

Tabell 3.4: Bruk av ulike billettslag blant passasjerene. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

Billettslag	Prosent
Skolekort	49
Enkeltbillett	32
Rabattkort	13
Periodekort	3
Ungdomskort	1
Ubesvart	2
<b>Totalt</b>	<b>100</b>

TØI rapport 602/2002

Nedenfor finner vi fordelingen på billettslag i de ulike selskapene, Figur 3.6. Saltens bilruter og Nordtrafikk Salten har flest brukere av rabattkort og periodekort. Nordtrafikk Salten har dessuten en større andel brukere av enkeltbillett enn gjennomsnittet, det samme har Andøy trafikklag.



TØI rapport 602/2002

Figur 3.6: Bruk av ulike billettslag blant passasjerene. Fordeling etter selskap. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

### 3.2.2 Reisehyppighet med buss

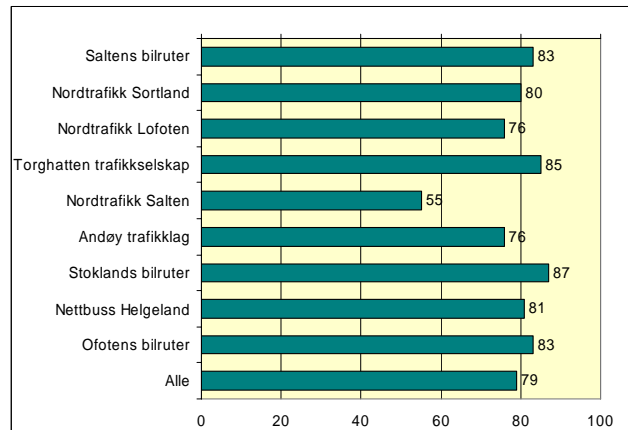
En stor del av busspassasjerene reiser ofte med buss. 63 prosent av passasjerene oppgir at de reiser daglig, 16 prosent oppgir at de reiser 2-4 dager pr. uke og 9 prosent reiser minst en dag pr. uke. Kun 11 prosent reiser sjeldnere enn en gang pr. uke, Tabell 3.5.

Tabell 3.5: Reisehyppighet med buss blant passasjerene. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

Hvor ofte man reiser med buss	Prosent
Daglig	63
2-4 dager pr. uke	16
Minst en dag pr. uke	9
Minst en dag pr. mnd	6
Sjeldnere enn en dag pr. mnd	5
Ubesvart	1
<b>Totalt</b>	<b>100</b>

TØI rapport 602/2002

Det er små forskjeller mellom selskapene når det gjelder andelen av passasjerene som reiser ofte, dvs. minst en gang ukentlig, og de som reiser sjeldnere enn en gang pr. uke. Unntaket er Nordtrafikk Salten som har en langt lavere andel passasjerer som reiser ofte enn de andre selskapene, Figur 3.7.

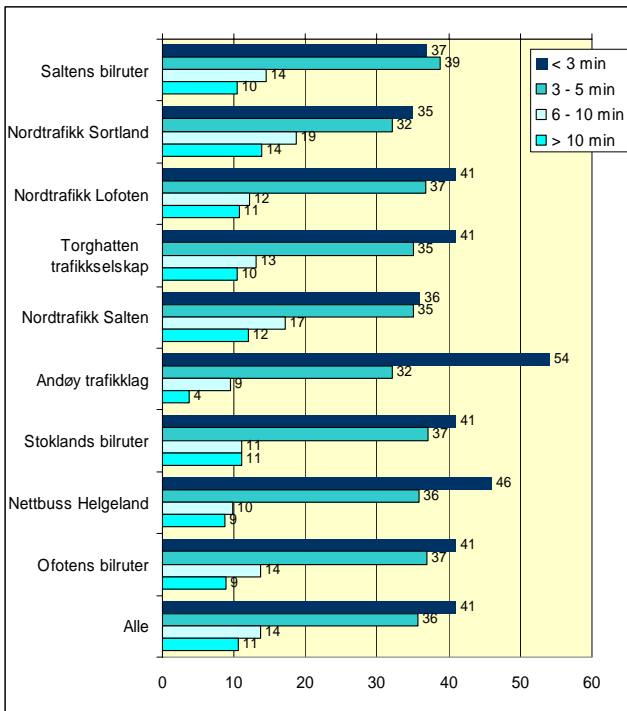


TØI rapport 602/2002

Figur 3.7: Andel av passasjerene som reiser med buss minst en gang pr. uke. Fordeling etter selskap. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

### 3.2.3 Gangtid til holdeplass

Gangtiden til nærmeste holdeplass har betydning for om folk velger å reise kollektivt. Vi kan ikke si ut fra denne undersøkelsen hvor lang gangavstand befolkningen generelt har til nærmeste holdeplass. De som har for lang gangavstand reiser heller ikke kollektivt. Men blant busspassasjerene i Nordland ser vi at hele 75 prosent har mindre enn 5 minutter å gå til nærmeste holdeplass. Som vi ser er det svært små forskjeller mellom selskapene, Figur 3.8.



TØI rapport 602/2002

Figur 3.8: Busspassasjerenes gangtid til holdeplass. Fordeling etter selskap. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

## 4 Tilfredshet med tilbudet

Reisekvaliteten ved et kollektivtilbud, eller kundetilfredsheten, som det er mer vanlig å kalle det, kan måles på mange måter. Hvilke forhold man velger å ta med ved måling av reisekvalitet og hvilken metode man velger, vil ofte variere. Det er gitt ut flere håndbøker i hvordan en kan planlegge og gjennomføre kundetilfredshetsmålinger (Dutka 1993, TRB 1999).

Kundetilfredshetsundersøkelser innenfor tjenesteproduksjon er et relativt nytt område (Haglund 2001). Først etter 1980 ble det i økende grad foretatt slik forskning. I Sverige har man hatt et nasjonalt kundebarometer siden 1989 som årlig måler kundetilfredshet innen en rekke bransjer (Fornell 1992). Fra 1996 ble også kollektivtransporten inkludert i dette kundebarometeret (Carlsson 2001).

Det er en rekke ulike aspekter ved kollektivtilbudet som kan inngå i en undersøkelse av reisekvalitet. Noen faktorer betyr erfaringsmessig mer for passasjerenes oppfatninger av tilbudet, mens andre faktorer betyr mindre. Listen nedenfor gir eksempler på en del faktorer som ofte benyttes ved undersøkelser av kundetilfredshet:

- Frekvens
- Rutetrasé
- Reisetid
- Bytte
- Billettpris
- Avstand til holdeplass
- Punktlighet
- Informasjon (enkelhet, kvalitet, tilgjengelighet etc.)
- Takst-/billettsystem (enkelt å kjøpe billett-/rabattkort, tilfredshet med rabattordninger, stemplingsautomater etc.)
- Sittemuligheter
- Komfort (inkl. setekomfort, temperatur, ventilasjon, støy etc.)
- Renhold/vedlikehold (innvendig/utvendig)
- Standard/vedlikehold av holdeplasser
- På-/avstigningsforhold
- Leskur (antall og standard)
- Sjåførenes kjørestil

- Sjåførenes service/kunnskap
- Skilting (på bussene, holdeplassene etc.)
- Personlig trygghet, sikkerhet

En rekke slike faktorer og underfaktorer er listet opp i ovenfor nevnte håndbok (TRB 1999, appendix B og C).

I reisekvalitetsundersøkelsen i Nordland er det kundenes *tilfredshet* med tilbudet som skal måles. Det er valgt ut tolv faktorer ved tilbudet som passasjerene blir bedt om å vurdere. De tolv faktorene er gjengitt nedenfor, sammen med gjennomsnittsskåren de oppnådde i denne undersøkelsen, Tabell 4.1.

I dette kapitlet skal vi gjennomgå resultatene for hele fylket. I kapitlene 5.1 – 5.9 presenteres resultatene for de enkelte selskapene hver for seg.

### 4.1 Passasjerenes tilfredshet med rutetilbudet

Passasjerene skal vurdere disse faktorene på en skala fra 1 til 6, dvs. fra svært misfornøyd til svært fornøyd. De tolv kvalitetsfaktorene og den gjennomsnittlige tilfredshetsskåren for hver enkelt faktor er gjengitt i Tabell 4.1.

Tabell 4.1: Passasjerenes tilfredshet med tolv kvalitetsfaktorer. Gjennomsnittsskåre og standardavvik. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

Kvalitetsfaktor	Skåre	St.avvik
Hvor ofte bussen går (frekvens)	3,7	1,6
Hvor bussen går/traséen	4,5	1,4
Reisetiden på bussen	4,4	1,4
Gangavstand til nærmeste holdeplass	4,9	1,4
Hvor presise bussene er	4,4	1,6
Tilgjengelig sitteplass i bussen	5,0	1,2
Sjåførenes kundeservice	4,9	1,3
Sjåførenes måte å kjøre bussen på	5,0	1,2
Ruteinformasjonen på holdeplassene	3,3	1,8
Skiltingen av bussen	4,6	1,4
Bussens renhold	4,5	1,3
Billettprisen	3,4	1,7

TØI rapport 602/2002

Vi kan gruppere faktorene i tre grupper etter grad av tilfredshet:

- Passasjerene er *mest* fornøyd med:
  - Sitteplass i bussen (5,0)
  - Sjøførenes kjøremåte (5,0)
  - Gangtiden til holdeplass (4,9)
  - Sjøførenes service (4,9)
- Passasjerene er *middels* fornøyd med:
  - Skiltingen av bussene (4,6)
  - Bussenes renhold (4,5)
  - Traséen (4,5)
  - Reisetiden (4,4)
  - Punktligheten (4,4)
- Passasjerene er *minst* fornøyd med:
  - Frekvensen (3,7)
  - Billettprisen (3,4)
  - Ruteinformasjonen på holdeplassene (3,3)

Denne vurderingen av enkeltfaktorene vil variere noe mellom de ulike selskapene.

## 4.2 Tilfredshet med tilbudet – totalt sett

Busspassasjerene i Nordland kan sies å være middels fornøyde med busstilbudet. På spørsmål om hvor tilfredse man er med tilbudet *totalt sett*, gir 43 prosent av passasjerene skåre 5 eller 6, og er med andre ord godt fornøyde med tilbudet. 50 prosent av passasjerene er bare middels fornøyde (ev. nøytrale), dvs. at de gir skåre 3 eller 4. Men legg merke til at det bare er 7 prosent av passasjerene som er misfornøyde med tilbudet, Tabell 4.2.

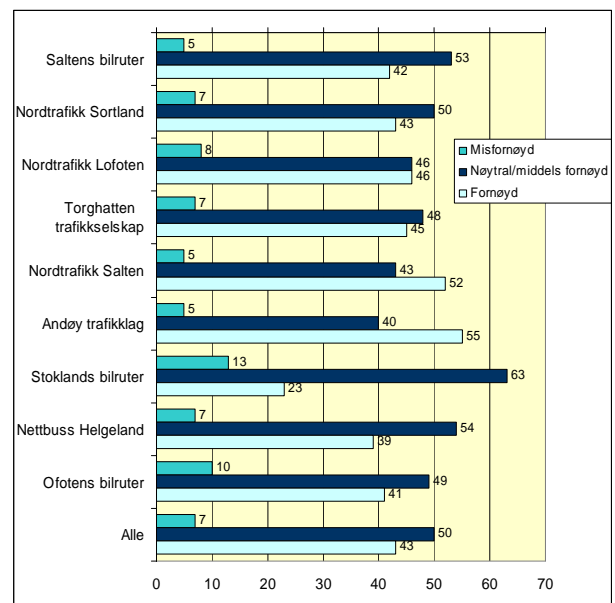
Tabell 4.2: Tilfredshet med tilbudet – (totaltilfredshet). Skala fra 1 til 6. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

Skåre 1 til 6	Tilfredshet	Prosent
1 poeng	Lite fornøyd	2
2 poeng		5
3 poeng	Nøytral/middelsfornøyd	17
4 poeng		33
5 poeng	Godt fornøyd	26
6 poeng		17
<b>Totalt</b>		<b>100</b>

TØI rapport 602/2002

Dette er ikke uvanlig i kundetilfredshetsmålinger. Det vanlige er faktisk at kundene gir uttrykk for høy tilfredshet med tilbudet. De fleste vil gi en skåre som ligger på eller over ”midtskåren”, dvs at på en skala fra 1 til 10 er det vanlig at de fleste svarer mellom 5 og 10. Dette fenomenet er også kalt ”the top box problem” innen kundetilfredshetsmålinger (TRB 1999).

Det er svært små forskjeller mellom selskapene. Ett unntak er tilsynelatende Stoklands bilruter hvor passasjerene gir uttrykk for mindre tilfredshet med tilbudet enn passasjerene i de øvrige selskapene, Figur 4.1. Denne forskjellen er imidlertid ikke signifikant.



TØI rapport 602/2002

Figur 4.1: Tilfredshet med tilbudet (totalt sett) på en skala fra 1 til 6 (inndelt i 3 kategorier). Fordeling etter selskap. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

## 4.3 Tilfredshet med tilbudet i forhold til pris

På spørsmål om man mener at tilbudet står i forhold til prisen de betaler for reisen, svarer 32 prosent bekreftende, mens 43 prosent mener at prisen er for høy i forhold til tilbudet de får, Tabell 4.3. Så mange som 26 prosent av passasjerene vet ikke hva de skal svare. Det var for øvrig også mulig å svare at prisen er for lav i forhold til kvaliteten på tilbudet, men kun en halv prosent av utvalget har oppgitt dette svaret (0 i tabellen).

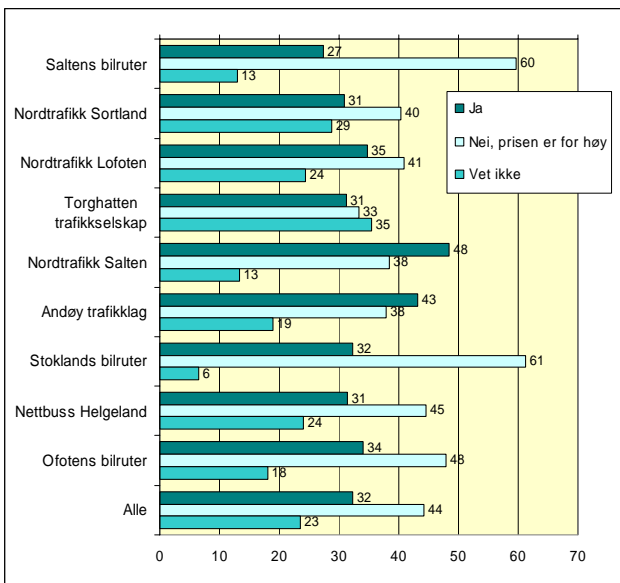


Tabell 4.3: Tilfredshet med tilbudet i forhold til prisen. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

Opplever du at tilbudet står i forhold til prisen du betaler?	Prosent
Ja	31
Nei, prisen er for høy	43
Nei, prisen er for lav	0
Vet ikke/ubesvart	26
<b>Totalt</b>	<b>100</b>

Det er større forskjeller mellom de ulike selskapene på dette spørsmålet enn på spørsmålet om total tilfredshet. I Salten bilruter og Stoklands bilruter mener passasjerene i større grad enn i de andre selskapene at de får for dårlig tilbud i forhold til prisen de betaler, Figur 4.2.

Nordtrafikk Salten har en signifikant høyere andel passasjerer som mener tilbudet står i forhold til prisen enn de andre selskapene.



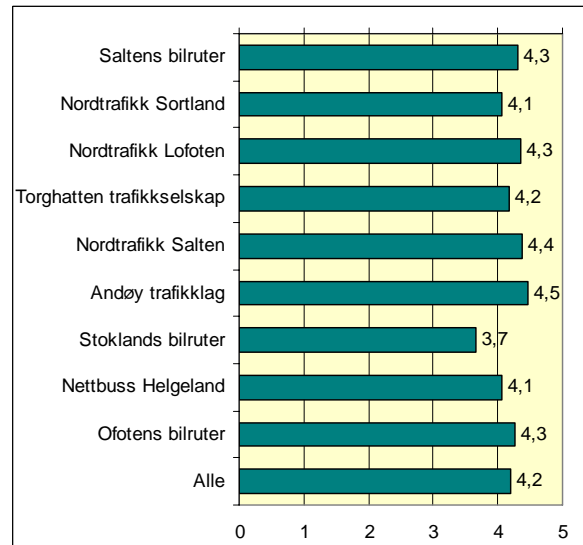
TØI rapport 602/2002

Figur 4.2: Tilfredshet med tilbudet i forhold til prisen de betaler. Fordeling etter selskap. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

## 4.4 Vurdering av kvalitetsfaktorene, gjennomsnittsskåre

Når vi tar gjennomsnittet av alle passasjerenes vurdering av de tolv kvalitetsfaktorene, viser gjennomsnittet en skåre på 4,2 for hele fylket, Figur 4.3.

Figuren nedenfor viser gjennomsnittlig skåre, altså det gjennomsnittlige uttrykket for tilfredshet blant passasjerene, fordelt på selskap. Dette gjennomsnittet står i rimelig godt samsvar med hvordan passasjerene vurderer tilbudet totalt sett, se pkt. 4.2.



TØI rapport 602/2002

Figur 4.3: Gjennomsnittsskåre for alle kvalitetsfaktorene. Fordeling etter selskap. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

Det er små forskjeller mellom selskapene når det gjelder den gjennomsnittlige vurderingen av kvalitetsfaktorene. Med unntak av ett selskap, Stoklands bilruter<sup>3</sup>, har selskapene en gjennomsnittsskåre på mellom 4,1 og 4,5 (gjennomsnittet for alle selskapene er 4,2).

## 4.5 Tilfredshet i forhold til bakgrunnskennetegn

Passasjerene vurderer ikke kvaliteten på kollektivtilbudet likt. Unge og eldre har ofte ulike oppfatninger, menn og kvinner kan ha ulike oppfatninger, og man kan ha ulike oppfatninger etter hvor ofte man reiser kollektivt. Vi skal her se om vi finner forskjeller i vurderingen av tilbudet mellom ulike grupper av passasjerer.

<sup>3</sup> Stoklands bilruter er representert med kun 31 personer i utvalget, og de aller fleste er svært unge personer (ungdom er ofte mer negative til kollektivtransporten enn andre aldersgrupper).

#### 4.5.1 Forskjeller etter kjønn

Det er ingen signifikant forskjell mellom kvinner og menn når det gjelder hvor tilfreds de er med tilbudet, Tabell 4.4.

#### 4.5.2 Forskjeller etter alder

Ser vi på de ulike aldersgruppene, er det de yngste aldersgruppene, dvs. ungdom til og med 25 år, som er minst fornøyd med tilbudet, Tabell 4.4. Høyest grad av tilfredshet finner vi i aldersgruppen 46-66 år, mens tilfredsheten synker litt igjen i den eldste aldersgruppen, dvs. passasjerer som er 67 år og eldre.

Samvalganalyser basert på data fra spørreundersøkelser i seks mellomstore byområder i Norge viser at ungdom (mellom 16 og 19 år) setter høyere krav til standarden på kollektivtilbudet enn andre aldersgrupper (Ruud mfl. 2001). Det er derfor ikke urimelig at de unge uttrykker større misnøye med tilbudet enn andre aldersgrupper.

Tabell 4.4: Tilfredshet med tilbudet (gjennomsnittsskåre) i ulike grupper. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3217

Kjennetegn	Gjennomsnittsskåre
<b>Kjønn:</b>	
Kvinner	4,3
Menn	4,3
<b>Aldersgrupper:</b>	
Under 18 år	4,1
18-25 år	4,0
26-45 år	4,5
46-66 år	4,6
67 og over	4,3
<b>Hovedbeskjeftigelse:</b>	
Yrkesaktive	4,5
Hjemmearbeidende	4,3
Skoleelever/studenter/militær	4,1
Pensjonister	4,4
Arbeidsledige/trygdede	4,7
Annet	4,4
<b>Reisehyppighet med buss:</b>	
Daglig	4,1
2-4 dager pr. uke	4,5
Minst en dag pr. uke	4,3
Minst en dag pr. mnd	4,3
Sjeldnere	4,3

TØI rapport 602/2002

#### 4.5.3 Forskjeller etter hovedbeskjeftigelse

Forskjellene etter hovedbeskjeftigelse henger for en stor del sammen med aldersforskjellene, Tabell 4.4. Vi ser at det er yrkesaktive og arbeidsledige og trygdede som er mest fornøyd, samt hjemmearbeidende og pensjonister. Skoleelever og studenter er naturlig nok minst fornøyd, siden dette også er den yngste gruppen.

#### 4.5.4 Forskjeller etter reisehyppighet

Vi ønsker også å se om det er forskjeller mellom de som reiser ofte med buss og de som reiser sjeldnere. I dette materialet finner vi at det er den gruppen som reiser daglig (over 60 prosent av utvalget) som er minst fornøyd med tilbudet, mens den mest fornøyde gruppen finnes blant dem som reiser 2-4 dager pr. uke, Tabell 4.4. Dette har nok sammenheng med at skoleelevene (som er minst fornøyde) også er de som i størst grad reiser daglig med buss.

#### 4.5.5 Hva betyr disse forskjellene for tolkning av resultatene

Det er mellom aldersgruppene vi finner de mest markante forskjellene med hensyn til passasjerenes vurderinger av tilbudet. Ungdom er den gruppen som er minst fornøyd med tilbudet. Dette gjelder for totalmaterialet.

Gjennomsnittsalderen er lav blant passasjerene i alle selskapene, men det er en tendens til at selskaper med høyere gjennomsnittsalder oppnår en høyere tilfredshetsskåre enn selskaper hvor en større andel av passasjerene er yngre. Det er imidlertid selskaper hvor det ikke er forskjeller mellom den yngste gruppen (under 18 år) og de øvrige passasjerene (over 18 år).

Likevel er det en viss fare for at et utvalg med en stor ungdomsgruppe vil skåre lavere på tilfredshet enn et utvalg hvor gjennomsnittsalderen er høyere. Ved senere undersøkelser vil vi kunne ta hensyn til dette ved å vekte resultatene i forhold til alder innenfor hvert selskap, slik at man unngår at et selskaps skåre faller under det kritiske nivået bare på grunn av endringer i alderssammensetningen.

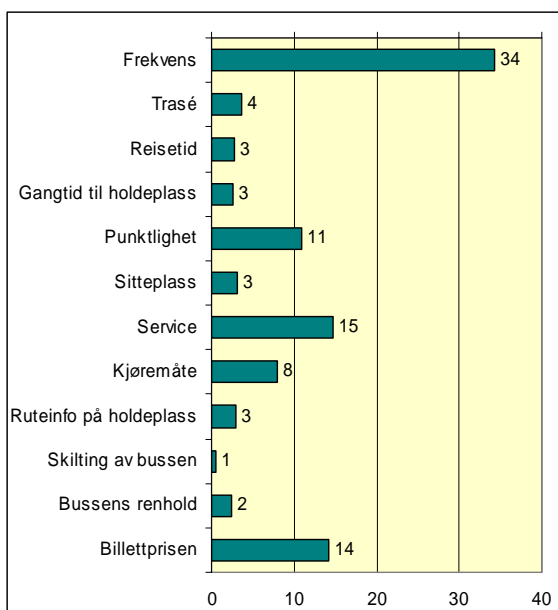
### 4.6 Betydningen av enkeltfaktorene

I tillegg til å vurdere hver enkelt av de tolv kvalitetsfaktorene, ble busspassasjerene bedt om å oppgi

hvilke fem faktorer (av de tolv) som er viktigst for dem, dvs. viktigst for deres opplevelse av reisekvalitet. Disse fem faktorene skulle rangeres med viktigste faktor først. Vi skal se nærmere på hvilke faktorer passasjerene oppfatter som de viktigste for deres opplevelse av reisekvaliteten. Vurderingen av hvilke faktorer som er viktigst må ses i forhold til tilfredsheten med faktorene. De faktorene som skårer lavt på tilfredshet, men høyt på viktighet, er svært viktige satsingsområder. Dette kommer vi tilbake til senere.

#### 4.6.1 Viktigste faktor for reisekvaliteten

Ser man på alle selskapene samlet, fremgår det svært klart at det er frekvensen som er den aller viktigste faktoren for passasjerene. 34 prosent har oppgitt frekvens som viktigste faktor, Figur 4.4. Sjåførenes service kommer overraskende høyt på listen over viktigste faktor (15 prosent). Ikke uventet er billettprisen også svært viktig for bussbrukerne (14 prosent). Deretter nevnes punktlighet som en viktig faktor (11 prosent), og sjåførenes kjøremåte (8 prosent). Dette er de fem faktorene som nevnes av flest personer som viktigste faktor for deres reisekvalitet.



TØI rapport 602/2002

Figur 4.4: Hvilke faktorer rangeres som viktigst for reisekvaliteten. Prosent. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene i Nordland, våren 2002. N=3217

Betydningen av frekvens for passasjerene er vist i en rekke undersøkelser. Flest kollektivtrafikanter vurderer økt frekvens som den kvalitetsforbedringen som

er viktigst for en forbedring av kollektivtilbudet (Kjørstad 1995, Norheim og Stangeby 1995, Kjørstad 1997). Resultater fra forsøk med pakker av tiltak i ulike byområder i Norge viser at økt frekvens er det tiltaket som gir størst bidrag til vekst i kollektivbruken (Kjørstad mfl.2000)

#### 4.6.2 Nest viktigste faktor for reisekvaliteten

Som nest viktigste faktor finner vi igjen de samme faktorene som er nevnt som viktigste faktor, men i en annen rekkefølge. Her kommer punktligheten høyest opp (17 prosent). Deretter kommer billettprisen (14 prosent), frekvensen (13 prosent), sjåførenes service (11 prosent) og sjåførenes kjøremåte (9 prosent).

Det er overraskende at slike "myke" faktorer som sjåførenes service og kjøremåte er så viktige for folks reisekvalitet i disse selskapene.

#### 4.6.3 Tredje viktigste faktor for reisekvaliteten

Som tredje viktigste faktor, er det igjen punktligheten som nevnes av flest passasjerer (18 prosent). Deretter kommer sjåførenes service (11 prosent) og billettprisen (11 prosent). Også her nevnes sjåførenes kjøremåte (9 prosent), og til slutt nevnes frekvens, reisetid og sitteplass (alle med en andel på 8 prosent).

#### 4.6.4 Fjerde viktigste faktor for reisekvaliteten

Fjerde viktigste faktor for passasjerene er service (12 prosent), punktlighet (11 prosent), bussens renhold (10 prosent), billettprisen (10 prosent), sitteplass og ruteinformasjon på holdeplassene (9 prosent). Reisetid og kjøremåte kommer også frem som viktig (8 prosent).

#### 4.6.5 Femte viktigste faktor for reisekvaliteten

Til slutt ser vi at den femte viktigste faktoren som nevnes av flest passasjerer er billettprisen og bussens renhold (12 prosent). Her nevnes også punktlighet, ruteinformasjon og sjåførenes service (10 prosent), samt sjåførenes kjøremåte og sitteplass (9 prosent).

#### 4.6.6 Viktigste faktorer for reisekvaliteten totalt

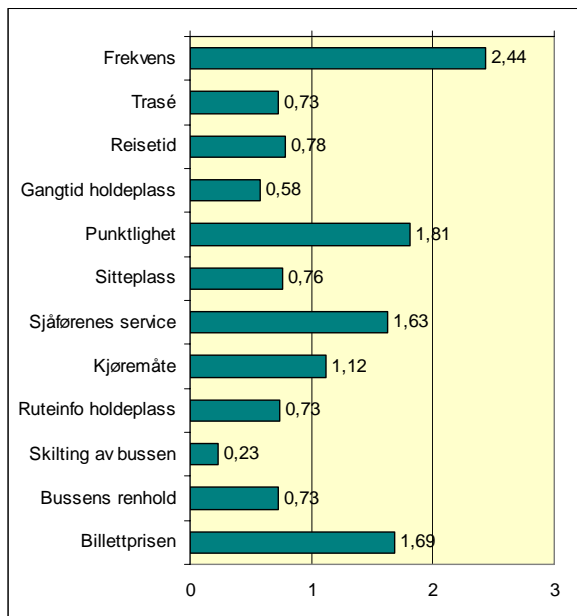
For å komme frem til hvilke faktorer som totalt sett betyr mest for passasjerene, har vi gitt faktorene

”vekter” etter hvor viktige de er for passasjerene. Dersom f.eks. frekvens er nevnt som viktigste faktor, får denne faktoren skåren 5 for denne respondenten, hvis billettpris er nevnt som nest viktigst, får denne faktoren skåren 4 osv.

Vi får da følgende rangering av faktorenes viktighet når vi ser på alle selskaper samlet, Figur 4.5:

1. Frekvens
2. Punktlighet
3. Billettprisen
4. Sjøførenes service
5. Sjøførenes kjøremåte
6. Reisetid
7. Sitteplass
8. Bussenes renhold
9. Ruteinformasjon på holdeplass
10. Trasé
11. Gangtid til holdeplass
12. Skilting av bussen

Som det fremgår av denne rangeringen, er de fem første faktorene her nøyaktig de samme som er nevnt av flest passasjerer som viktigste faktor, men her med en annen innbyrdes rangordning mellom faktorene.



TØI rapport 602/2002

Figur 4.5: Viktigste kvalitetsfaktorer for busspassasjerene. Alle ruteselskaper. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene i Nordland, våren 2002. N=3217

## 4.7 Tilfredshet mot viktighet

Et viktig mål for selskapene i forhold til den nye avtalen med fylkeskommunen, er å oppnå større kundetilfredshet. Det er videre et mål å gi et best mulig rutetilbud i distriktene tilpasset de behovene som finnes der.

En måte å oppnå dette målet på, er å satse på en forbedring av de faktorene som kundene mener er viktige kvalitetsfaktorer, særlig dersom tilfredsheten med disse faktorene er lav. I de tilfellene hvor både tilfredshet og viktighet skårer høyt, er det også viktig å vedlikeholde tilbudet på dagens nivå slik at man ikke mister de kundene man har. I tilfeller hvor en faktor skårer lavt på både tilfredshet og viktighet kan det synes som om forbedring er mindre viktig. Det må likevel vurderes nøye i hvert enkelt tilfelle.

Til sist; der hvor tilfredsheten er høy, men viktigheten er lav, kan man vurdere å overføre ressurser til et annet område, men dette skal man være svært forsiktige med å gjøre. At viktigheten er lav for enkelte faktorer, kan skyldes at passasjerene tar kvaliteten på dem nærmest som en selvfølge. Dersom det skjer endringer i kvaliteten på disse faktorene, kan det tenkes at passasjerene ville vurdert dem helt annerledes.

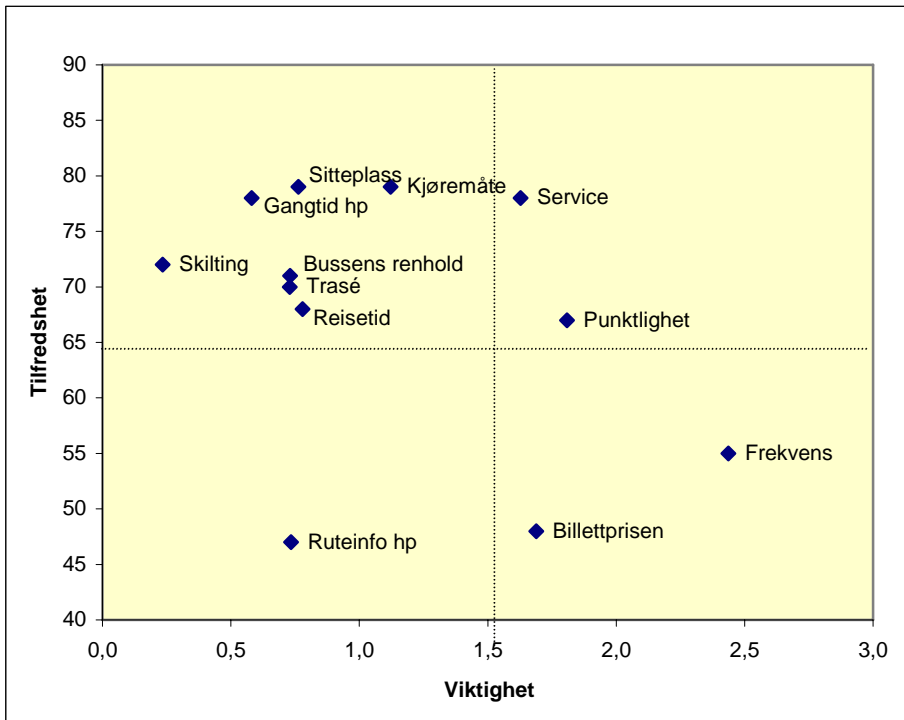
Måling av både tilfredshet med faktorene og viktigheten av faktorene gir grunnlag for å gjennomføre en såkalt ”kvadrant”-analyse, hvor faktorenes plassering langs aksene tilfredshet og viktighet visualiseres i et kvadrat med fire ruter (TRB 1999).

Vi kan dermed kategorisere kvalitetsfaktorene i fire grupper, se figur 4.6 på neste side:

1. Viktighet høy + Tilfredshet lav = Forbedring viktig (ruten nederst til høyre)
2. Viktighet høy + Tilfredshet høy = Vedlikeholde (ruten øverst til høyre)
3. Viktighet lav + Tilfredshet lav = Forbedring mindre viktig? (ruten nederst til venstre)
4. Viktighet lav + Tilfredshet høy = Overføre ressurser? (ruten øverst til venstre)

For alle selskapene samlet fremkommer følgende bilde av hvilke faktorer man bør satse på og hvilke faktorer som ikke er like viktige, Figur 4.6.

Det bildet som fremkommer her er at frekvens og billettpris er de faktorene som først og fremst må forbedres for å oppnå høyere kundetilfredshet. For disse faktorene er tilfredsheten lav, mens viktigheten er svært høy (nederste høyre rute).



TØI rapport 602/2002

Figur 4.6: Tilfredshet mot viktighet. Brukerundersøkelse i Nordland, våren 2002. Alle ruteselskaper. N=3217

Nederste venstre rute viser at ruteinformasjon på holdeplassen er den faktoren som passasjerene ikke synes er særlig viktig, samtidig som den også skårer svært lavt på tilfredshet. En viktig årsak til denne faktoren skårer lavt på viktighet kan være at det først og fremst er skoleungdommer som er spurt. De reiser til faste tider (til og fra skolen) og vil derfor ikke ha særlig behov for ruteinformasjon.

Likevel uttrykker de altså liten tilfredshet med ruteinformasjonen, uten at vi har noen god forklaring på dette.

Øverste høyre rute viser de faktorene som er viktige å vedlikeholde. Dette er faktorer som skårer høyt både i forhold til tilfredshet og i forhold til viktighet. Her er det sjåførenes service og punktligheten som er de viktigste faktorene å opprettholde på dagens nivå.

De andre faktorene har nærmest "klumpet" seg sammen i øverste venstre rute. Disse kvalitetsområdene har relativt høy tilfredshet, mens viktigheten er relativt lav. Dette gjelder følgende faktorer: Skilting, gangtiden til holdeplass, bussens renhold, traseen, reisetiden, sitteplass og sjåførenes kjøremåte. Dette er områder som passasjerene ikke vurderer blant de viktigste faktorene for reisekvaliteten. Man skal imidlertid være forsiktige med å tolke dette slik at man ikke behøver å vedlikeholde disse områdene.

Av disse faktorene er det skiltingen av bussene og gangtiden til holdeplass som er minst viktige for passasjerene. Viktigste av faktorene i denne kategorien er sjåførenes kjøremåte. Denne faktoren nærmer seg ruten til høyre og bør derfor ikke bli noe dårligere enn i dag.

Kvalitetsfaktorenes plassering langs aksene viktighet og tilfredshet i denne analysen varierer lite mellom selskapene, men det er enkelte variasjoner med hensyn til hvor faktorene plasserer seg i forhold til hverandre. I mange selskaper er sjåførenes kjøremåte en av faktorene i ruten øverst til høyre, dvs. blant faktorene det er viktig å vedlikeholde.

## 4.8 Fastsetting av inngangsnivå

Inngangsnivået blir fastsatt på grunnlag av tre spørsmål i spørreskjemaet:

1. Spørsmålet om tilfredshet med hver enkelt av de tolv kvalitetsfaktorene, hvor tilfredsheten uttrykkes på en skala fra 1 (meget misfornøyd) til 6 (meget fornøyd).
2. Spørsmålet om total tilfredshet med tilbudet hvor tilfredsheten uttrykkes med samme skala fra 1 til 6.

3. Spørsmålet hvor man blir bedt om å angi de fem viktigste kvalitetsfaktorene (rangordnes fra viktigst, nest viktigst osv. til femte viktigst).

Det samlede målet for tilfredshet, dvs. inngangsnivået, kommer vi frem til gjennom en firetrinnsprosess:

1. Vi tar utgangspunkt i spørsmålet om rangordning av de tolv kvalitetsfaktorenes viktighet og beregner ut fra de resultatene vi finner i hele materialet en gjennomsnittsverdi for hver enkelt faktors viktighet. Denne gjennomsnittsverdien beregnes for alle selskapene samlet, og verdiene fungerer som vektorer i utregningen av kvalitetsindeksen
2. Vi multipliserer tallverdien for hver enkelt respondents svar på de tolv kvalitetsspørsmålene med den gjennomsnittlige viktighetsverdien for hvert av spørsmålene. (Når en respondent har krysset av for verdien 2 i spørsmålet om frekvens, og frekvens har en gjennomsnittlig viktighetsverdi på 2,4, får svaret på dette spørsmålet verdien 4,8).
3. Vi summerer de verdiene vi får i pkt. 2 til en indeksverdi for hver enkelt respondent. Her vil de tolv kvalitetsspørsmålene få ulik vekt ut fra resultatene av beregningene i pkt. 1.
4. Vi lager et endelig mål der indeksen vi har laget inngår med tre fjerdedeler og svaret på enkeltspørsmålet om total tilfredshet teller en fjerdedel.

For alle selskapene samlet får det kombinerte målet en verdi på 67,5 (100-punkts skala). Nedre og øvre grense for usikkerhetsintervallet (95 prosenters konfidensintervall) ligger mellom 66,8 og 68,1, Tabell 4.5. Usikkerhetsintervallet er større jo færre observasjoner (respondenter) målet er basert på.

Hvis utvalgsstørrelsen er den samme i den neste undersøkelsen, vil vi kunne bruke de nedre og øvre grensene for konfidensintervallet som utgangspunkt for å si om det er signifikante endringer i forhold til inngangsnivået. Dersom det blir signifikante endringer i neste måling, betyr dette imidlertid ikke at man dermed har nådd det kritiske nivået på 90 prosent av inngangsnivå. Dette nivået ligger for det fleste selskaper godt under grensen for statistisk usikkerhet.

Tabell 4.5: Inngangsnivå med usikkerhetsintervall. Brukerundersøkelse blant busspassasjerer i Nordland, våren 2002. N=3166

Selskap	Skåre inng.nivå	Kritisk nivå	Nedre grense	Øvre grense	Antall
Saltens bilruter	67,0	60,3	65,6	68,5	513
Nordtrafikk Sortland	66,1	59,5	64,7	67,4	595
Nordtrafikk Lofoten	70,1	63,1	68,7	71,4	612
Torghatten traf.selsk	67,7	60,9	66,0	69,4	396
Nordtrafikk Salten	74,3	66,9	71,5	77,1	126
Andøy trafikklag	72,8	65,5	68,3	77,3	58
Stoklands bilruter	57,4	51,7	51,1	63,6	31
Nettbuss Helgeland	65,1	58,6	63,6	66,5	592
Ofotens bilruter	67,1	60,4	64,9	69,3	243
Alle selskaper	67,5	60,8	66,8	68,1	3166

TØ1 rapport 602/2002

Det bør understrekes at inngangsnivået for kvalitetsindeksen for hvert enkelt selskap vil avhenge av størrelsen på utvalget og ikke minst alderssammensetningen mellom unge (skoleelever) og voksne. Samtidig vil selskapene kunne miste kontrakten hvis indeksen faller under 90 prosent av inngangsnivået. Det er derfor viktig å ta hensyn til denne statistiske usikkerheten når kvalitetsmålene og ev. opphevelse av kontrakten vurderes. Det må være helt uaktuelt å bryte en kontrakt hvis endringene i kvalitetsindeks skyldes tilfeldige utslag i målemetoden. Vi vil derfor legge opp til en vektning av resultatene med hensyn til alder (innenfor hvert selskap) slik at skjjevheter i utvalget (flere unge) ikke skal påvirke denne indeksen.

Kvalitetsindeksene jevner seg mer ut mellom selskapene dersom vi kun tar med de passasjerene som er over 18 år, ikke minst for Stoklands bilruter hvor de fleste passasjerene var under 18 år. Stoklands bilruter er også det selskapet som har minst utvalg totalt sett og som derfor har et større usikkerhetsintervall enn de andre selskapene. Det betyr at nedre grense for det statistiske usikkerhetsintervallet (95 prosenters nivå) i Stoklands bilruter ligger under den kritiske grensen på 90 prosent av inngangsnivå. Dette betyr at for dette selskapet kan en indeksskåre under det kritiske nivået skyldes statistiske tilfeldigheter. For å kompensere for dette, må ev. utvalget i Stoklands bilruter (og Andøy trafikklag) økes for de neste undersøkelsene. Alternativt må et lavere krav til kritisk grense vurderes for disse selskapene.

Det er redegjort for framgangsmåten ved beregning av kvalitetsindeks og fastsettingen av inngangsnivå i arbeidsdokument PT/1624/02 (Vibe 2002) (Vedlegg 2).

## 5 Resultater for selskapene

Vi skal i de følgende kapitlene presentere resultatene for hvert enkelt selskap samt vise inngangsnivået for det enkelte selskap. Inngangsnivået er beregnet i Vibe 2002 (Vedlegg 2).

Avsnittene 5.1 – 5.9 har en identisk struktur. For hvert av selskapene presenterer vi resultatene etter følgende mal:

- Kjennetegn ved passasjerene
- Tilfredshet med tilbudet
- Viktigste faktorer for de reisende
- Tilfredshet mot viktighet
- Inngangsnivå

Ved å se på tilsvarende resultater i kapittel 3 og 4, kan det enkelte selskap sammenligne sine resultater med gjennomsnittet for ruteselskapene i Nordland.

### 5.1 Saltens bilruter

Saltens bilruter kjører ca. 80 prosent av sine ruter i byområder (Bodø). De resterende rutene er distrikts- eller regionalruter.

Selskapet trafikkerer følgende kommuner (i alfabetsisk rekkefølge):

- Beiarn
- Bodø
- Fauske
- Saltdal
- Skjerstad
- Steigen
- Sørfold

#### 5.1.1 Kjennetegn ved passasjerene

De viktigste kjennetegnene ved passasjerene til Saltens bilruter er presentert nedenfor, Tabell 5.1.

Omtrent to tredjedeler av respondentene i undersøkelsen er kvinner, mens en tredjedel utgjøres av menn.

Saltens bilruter har en høy gjennomsnittsalder blant passasjerene i forhold til mange av de andre selskapene i fylket. Omtrent 50 prosent er barn og ungdom under 26 år, og en like stor andel utgjøres

av skoleungdommer og studenter. En tredjedel av passasjerene er yrkesaktive. Nesten halvparten, 49 prosent, har førerkort.

Når det gjelder billettbruken, er det en relativt høy bruk av enkeltbillett. 31 prosent av respondentene benyttet enkeltbillett på reisen. 32 prosent brukte rabattkort og 7 prosent brukte periodekort. 26 prosent reiste på skolekort og 4 prosent benyttet ungdomskort.

Tabell 5.1: Oversikt over viktigste kjennetegn ved passasjerene til Saltens bilruter. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=517

Kjennetegn ved passasjerene	Prosent
<i>Kjønnsfordeling:</i>	
Menn	36
Kvinner	64
<i>Aldersfordeling:</i>	
< 18 år	18
18-25 år	31
26-45 år	26
46-66 år	19
> 67 år	6
<i>Hovedbeskjeftigelse:</i>	
Yrkesaktive	34
Skoleelever/studenter	51
Pensjonister	8
Annet	7
<i>Andel med førerkort:</i>	49
<i>Billett-type:</i>	
Enkelbillett	31
Periodekort	7
Rabattkort	32
Ungdomskort	4
Skolekort	26
<i>Reisehyppighet med buss:</i>	
Daglig	59
2-4 dager pr. uke	24
Minst en dag pr. uke	8
Minst en dag pr. mnd	5
Sjeldnere	4
<i>Gangtid til holdeplass:</i>	
< 3 min	37
3-5 min	39
6-10 min	14
> 10 min	10
Alle	100
N	517

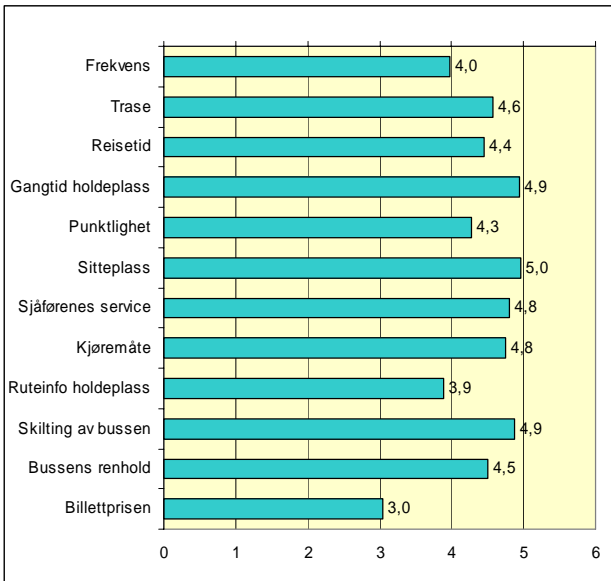
TØI rapport 602/2002

Nesten 60 prosent reiser daglig med buss, mens ytterligere 24 prosent reiser mellom 2 og 4 dager pr. uke.

76 prosent av kundene har mellom 1 og 5 minutter å gå til nærmeste holdeplass.

### 5.1.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene

Figur 5.1 viser passasjerenes gjennomsnittlige vurdering av de enkelte kvalitetsfaktorene. Faktorene vurderes på en skala fra 1 til 6.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.1: Busspassasjerenes vurdering av kvalitetsfaktorene. Saltens bilruter. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. Gjennomsnittsskåre. N=517

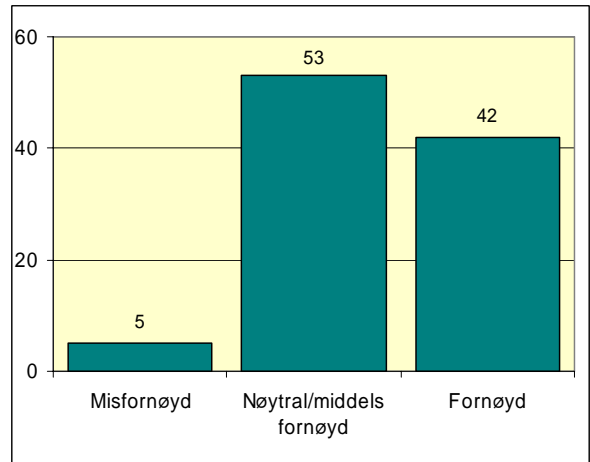
Gjennomsnittsskåre for alle kvalitetsfaktorene for Saltens bilruter er 4,3.

Passasjerene som reiser med Saltens bilruter er mest fornøyd med tilgjengeligheten til sitteplass i bussen, gangtiden til holdeplass, skiltingen av bussen, sjåførenes service, sjåførenes kjøremåte. De er mindre fornøyd med traseen, bussens renhold og reisetiden. De er minst fornøyd med billettprisen, ruteinformasjonen på holdeplassene, frekvensen og punktligheten.

### 5.1.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen

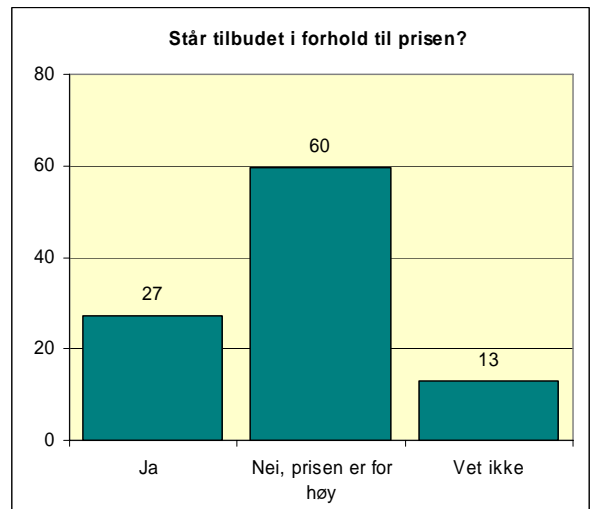
På spørsmål om hvor tilfreds man er med kollektivtilbudet totalt sett (skala fra 1-6), fremkommer det at kun 5 prosent av utvalget ikke er tilfreds med tilbudet

(skåre 1 og 2). De som er mer nøytrale i sin vurdering (skåre 3 og 4) utgjør omtrent halvparten, 53 prosent. De passasjerene som uttrykker tilfredshet med tilbudet (skåre 5 og 6) utgjør 42 prosent, Figur 5.2.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.2: Busspassasjerenes tilfredshet med tilbudet totalt på en skala fra 1 til 6 (inndelt i tre kategorier). Saltens bilruter. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=517



TØI rapport 602/2002

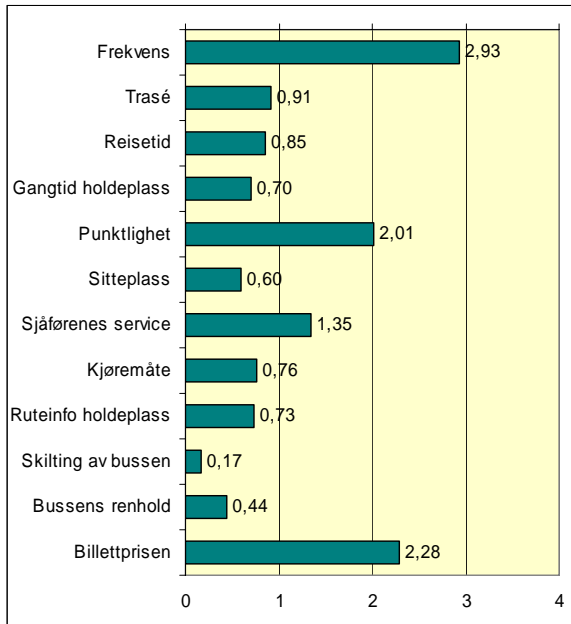
Figur 5.3: Busspassasjerenes oppfatning av om tilbudet står i forhold til prisen. Saltens bilruter. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=517

I Salten bilruter er det imidlertid mange som mener at tilbudet ikke står i forhold til prisen de må betale. 60 prosent mener at prisen er for høy, 27 prosent svarer imidlertid ja på spørsmålet om tilbudet står i forhold til prisen og 13 prosent har ingen oppfatning om dette, Figur 5.3.



### 5.1.4 Viktigste kvalitetsfaktor

Passasjerene ble bedt om å angi hvilke av de tolv faktorene de oppfatter som viktigst, nest viktigst, tredje viktigst, fjerde viktigst og femte viktigst. Figur 5.4 viser hvilke faktorer som totalt sett oppfattes som viktige og mindre viktige for passasjerene til Saltens bilruter.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.4: Viktigste kvalitetsfaktorer for busspassasjerene. Saltens bilruter. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=517

Disse fem faktorene oppfattes av passasjerene som viktigst for reisekvaliteten totalt sett:

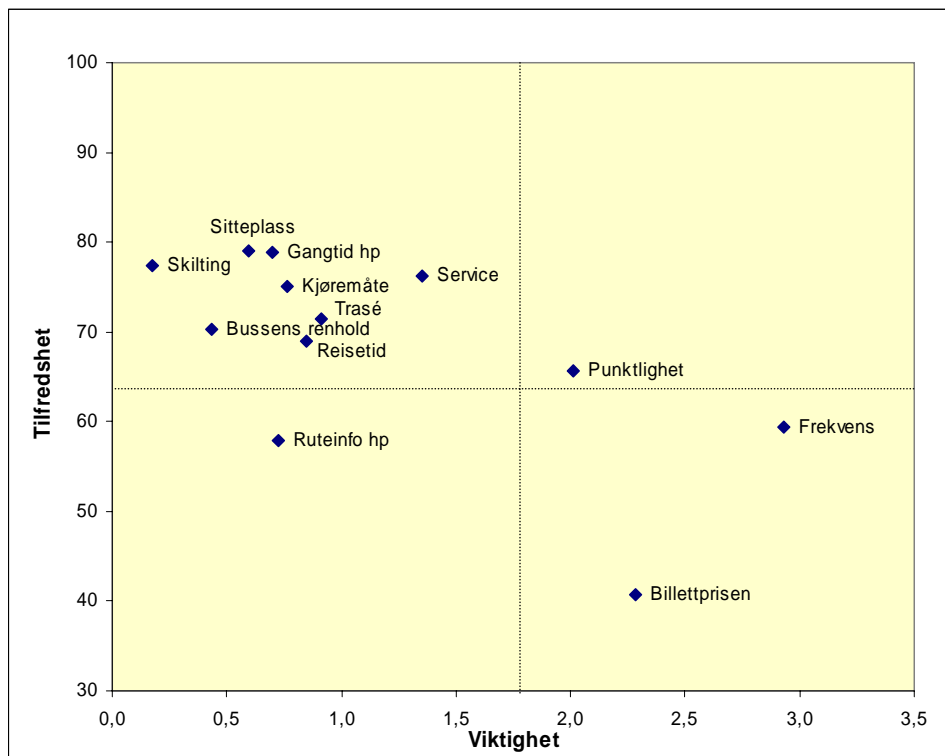
1. Frekvens
2. Billettprisen
3. Punktligheten
4. Sjåførenes service
5. Traséen

### 5.1.5 Tilfredshet mot viktighet

Som beskrevet i pkt. 4.7, kan vi kategorisere alle kvalitetsfaktorene i fire grupper:

1. Viktighet høy + Tilfredshet lav = Forbedring viktig (nederst til høyre)
2. Viktighet høy + Tilfredshet høy = Vedlikeholde (øverst til høyre)
3. Viktighet lav + Tilfredshet lav = Forbedring kanskje mindre viktig? (nederst til venstre)
4. Viktighet lav + Tilfredshet høy = Overføre ressurser? (øverst til venstre)

For Saltens bilruter kan dette illustreres som i Figur 5.5.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.5: Tilfredshet mot viktighet. Saltens bilruter. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=517

**Kommentarer til figuren:**

*Viktighet høy + Tilfredshet lav (forbedring viktig):*

- Frekvens
- Billettpris

*Viktighet høy + Tilfredshet høy (vedlikeholde):*

- Punktlighet
- (Service, nærmer seg denne ruten)

*Viktighet lav + Tilfredshet lav (forbedring mindre viktig?):*

- Ruteinformasjon på holdeplass

*Viktighet lav + Tilfredshet høy (Overføre ressurser?):*

- Skilting
- Bussenes renhold
- Reisetid
- Trasé
- Kjøremåte
- Sitteplass
- Gangtid til holdeplass
- (Service)

Vi vil presisere at denne kategoriseringen av faktorene etter viktighet/tilfredshet ikke må tas helt bokstavelig. Hvert selskap må selv bedømme hvordan de vil bruke disse resultatene i det videre arbeidet for å forbedre tilbudet.

**5.1.6 Inngangsnivå – Saltens bilruter**

Inngangsnivået for Saltens bilruter er som følger:

Skåre	Nedre grense	Øvre grense	N
67,0	65,6	68,5	513

Hvis utvalgsstørrelsen er den samme i den neste undersøkelsen, vil vi kunne bruke de nedre og øvre grensene for konfidensintervallet som utgangspunkt for å si om det er signifikante endringer i forhold til inngangsnivået. Dersom det blir signifikante endringer i neste måling, betyr dette imidlertid ikke at man dermed har nådd det kritiske nivået på 90 prosent av inngangsnivå. Dette nivået ligger for det fleste selskaper godt under grensen for statistisk usikkerhet.

## 5.2 Nordtrafikk Sortland

Nordtrafikk Sortland kjører i hovedsak regionalruter og skoleruter. En god del ruter er kombinerte regional- og skoleruter.

Selskapet trafikkerer følgende kommuner (i alfabettisk rekkefølge):

- Bø
- Lødingen
- Sortland
- Tjeldsund
- Øksnes

### 5.2.1 Kjennetegn ved passasjerene

De viktigste kjennetegnene ved passasjerene til Nordtrafikk Sortland er presentert i Tabell 5.2.

Tabell 5.2: Oversikt over viktigste kjennetegn ved passasjerene til Nordtrafikk Sortland. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=606

Kjennetegn	Prosent
<i>Kjønnsfordeling:</i>	
Menn	42
Kvinner	58
<i>Aldersfordeling:</i>	
< 18 år	54
18-25 år	22
26-45 år	7
46-66 år	10
> 67 år	8
<i>Hovedbeskjeftigelse:</i>	
Yrkesaktive	13
Skoleelever/studenter	73
Pensjonister	10
Annet	4
<i>Andel med førerkort:</i>	20
<i>Billettslag:</i>	
Enkeltbillett	28
Periodekort	1
Rabattkort	8
Ungdomskort	1
Skolekort	62
<i>Reisehyppighet med buss:</i>	
Daglig	66
2-4 dager pr. uke	13
Minst en dag pr. uke	10
Minst en dag pr. mnd	6
Sjeldnere	4
<i>Gangtid til holdeplass:</i>	
< 3 min	35
3-5 min	32
6-10 min	19
> 10 min	14
Alle	100
N	606

TØI rapport 602/2002

Passasjerene domineres av kvinner. 58 prosent av respondentene i undersøkelsen er kvinner og 42 prosent er menn.

Aldersmessig består passasjergruppen for en stor del av barn og unge under 26 år. Denne gruppen utgjør 76 prosent av utvalget og består nesten utelukkende skoleelever og studenter. Kun 13 prosent av passasjerene i denne undersøkelsen er yrkesaktive. 10 prosent er pensjonister. Og bare 20 prosent har førerkort for bil.

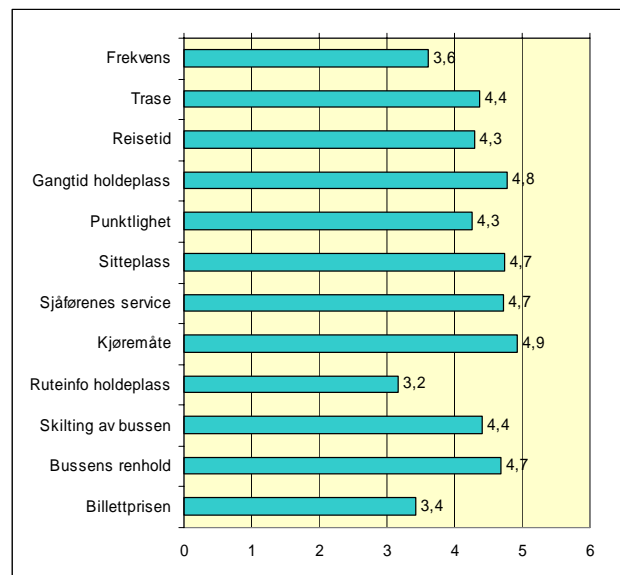
Det billettslaget som er mest benyttet er naturlig nok skolekort, 62 prosent. Dessuten er enkeltbillett benyttet av 28 prosent av passasjerene. I tillegg har 8 prosent reist med rabattkort. Periodekort og ungdomskort er det nesten ingen som bruker.

Tredjedeler av passasjerene reiser daglig med buss. Ytterligere 13 prosent reiser mellom 2 og 4 dager pr. uke, og 10 prosent oppgir at de reiser minst en dag pr. uke.

67 prosent av passasjerene har mindre enn 6 minutters gangtid til nærmeste holdeplass.

### 5.2.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene

Figur 5.6 viser passasjerenes gjennomsnittlige vurdering av de enkelte kvalitetsfaktorene. Faktorene vurderes på en skala fra 1 til 6.



TØI rapport 602/2002

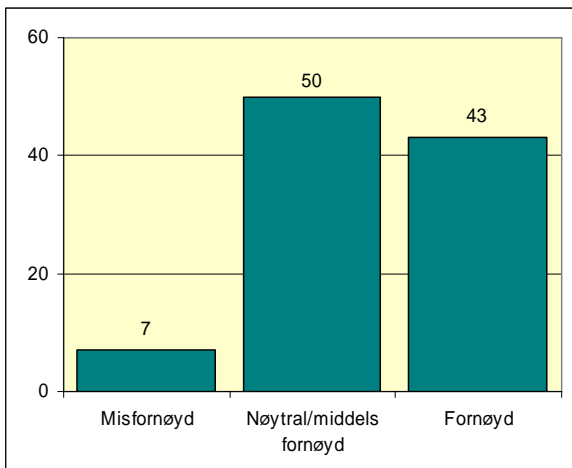
Figur 5.6: Busspassasjerenes vurdering av kvalitetsfaktorene. Nordtrafikk Sortland. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. Gjennomsnittsskåre. N=606

Gjennomsnittskåre for alle kvalitetsfaktorene for Nordtrafikk Sortland er 4,1.

Passasjerene som reiser med Nordtrafikk Sortland er mest fornøyd med sjåførenes kjøremåte, gangtiden til holdeplass, sitteplass i bussen, sjåførenes service og bussens renhold. De er minst fornøyd med ruteinformasjonen på holdeplassene, billettprisen, frekvensen, reisetiden, punktligheten, traseen og skiltingen av bussene.

### 5.2.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen

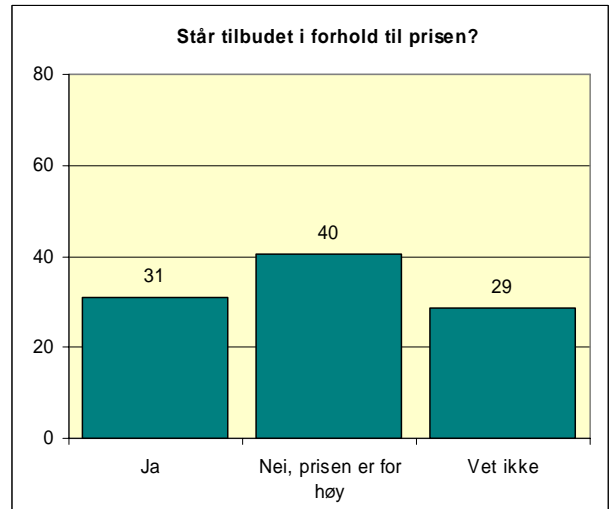
På spørsmål om hvor tilfreds man er med kollektivtilbudet totalt sett (skala fra 1-6), fremkommer det at kun 7 prosent av utvalget ikke er tilfredse med tilbudet (skåre 1 og 2). De som er mer nøytrale i sin vurdering (skåre 3 og 4) utgjør halvparten, med 50 prosent. De passasjerene som uttrykker tilfredshet med tilbudet (skåre 5 og 6) utgjør 43 prosent, Figur 5.7.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.7: Busspassasjerenes tilfredshet med tilbudet totalt på en skala fra 1 til 6 (inndelt i tre kategorier). Nordtrafikk Sortland. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=606

Blant passasjerene til Nordtrafikk Sortland mener 40 prosent at prisen de betaler er for høy i forhold til tilbudet de får, Figur 5.8. 31 prosent svarer imidlertid ja på spørsmålet om tilbudet står i forhold til prisen og 29 prosent har ingen oppfatning om dette.

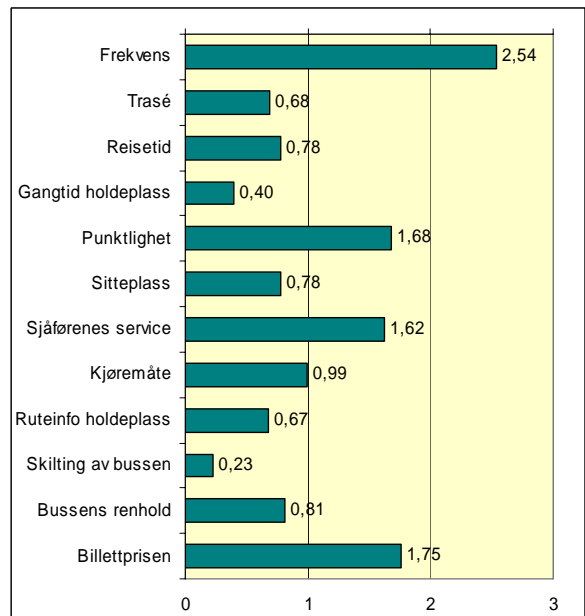


TØI rapport 602/2002

Figur 5.8: Busspassasjerenes oppfatning av om tilbudet står i forhold til prisen. Nordtrafikk Sortland. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=606

### 5.2.4 Viktigste kvalitetsfaktor

Passasjerene ble bedt om å angi hvilke av de tolv faktorene de oppfatter som viktigst, nest viktigst, tredje viktigst, fjerde viktigst og femte viktigst. Figur 5.9 viser hvilke faktorer som totalt sett oppfattes som viktige og mindre viktige for passasjerene til Nordtrafikk Sortland.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.9: Viktigste kvalitetsfaktorer for busspassasjerene. Nordtrafikk Sortland. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=606

Disse fem faktorene oppfattes av passasjerene som viktigst for reisekvaliteten totalt sett:

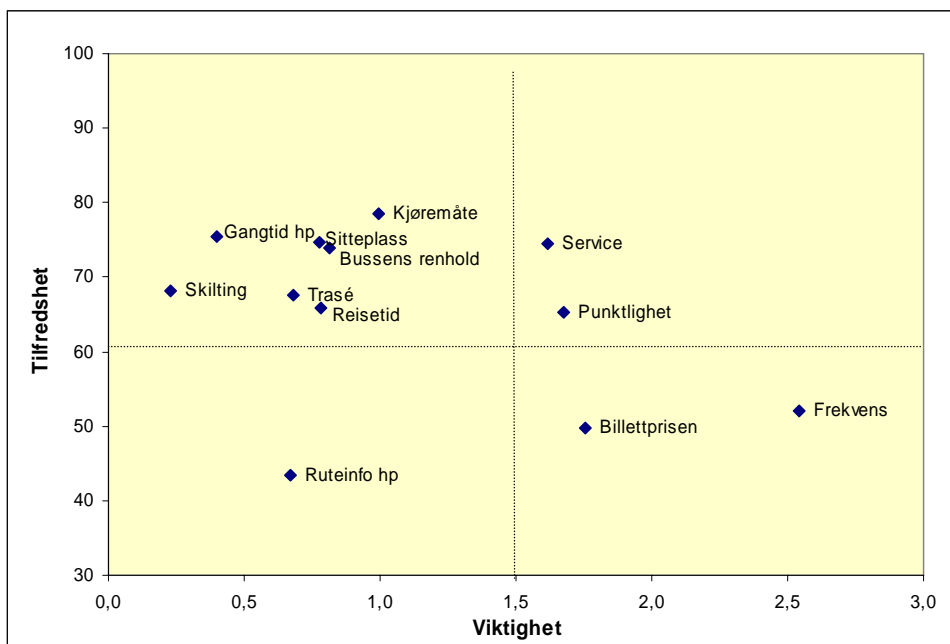
1. Frekvens
2. Billettprisen
3. Punktligheten
4. Sjøførenes service
5. Sjøførenes kjøremåte

1. Viktighet høy + Tilfredshet lav = Forbedring viktig (nederst til høyre)
2. Viktighet høy + Tilfredshet høy = Vedlikeholde (øverst til høyre)
3. Viktighet lav + Tilfredshet lav = Forbedring mindre viktig? (nederst til venstre)
4. Viktighet lav + Tilfredshet høy = Overføre ressurser? (øverst til venstre)

### 5.2.5 Tilfredshet mot viktighet

Som beskrevet i pkt. 4.7, kan vi kategorisere alle kvalitetsfaktorene i 4 grupper:

For Nordtrafikk Sortland kan dette illustreres som i Figur 5.10.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.10: Tilfredshet mot viktighet. Nordtrafikk Sortland. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=606

#### Kommentarer til figuren:

*Viktighet høy + Tilfredshet lav (forbedring viktig):*

- Frekvens
- Billettpris

*Viktighet høy + Tilfredshet høy (vedlikeholde):*

- Service
- Punktlighet

*Viktighet lav + Tilfredshet lav (forbedring mindre viktig?):*

- Ruteinformasjon på holdeplass

*Viktighet lav + Tilfredshet høy (Overføre ressurser?):*

- Skilting
- Reisetid
- Trasé
- Gangtid til holdeplass
- Sitteplass
- Bussens renhold
- Kjøremåte

Vi vil presisere at denne kategoriseringen av faktorene etter viktighet/tilfredshet ikke må tas helt bokstavelig. Hvert selskap må selv bedømme hvordan de vil bruke disse resultatene i det videre arbeidet for å forbedre tilbudet.

### 5.2.6 Inngangsnivå – Nordtrafikk Sortland

Inngangsnivået for Nordtrafikk Sortland er som følger:

Skåre	Nedre grense	Øvre grense	N
66,1	64,7	67,4	595

Hvis utvalgsstørrelsen er den samme i den neste undersøkelsen, vil vi kunne bruke de nedre og øvre grensene for konfidensintervallet som utgangspunkt for å si om det er signifikante endringer i forhold til inngangsnivået. Dersom det blir signifikante endringer i neste måling, betyr dette imidlertid ikke at man dermed har nådd det kritiske nivået på 90 prosent av inngangsnivå. Dette nivået ligger for det fleste selskaper godt under grensen for statistisk usikkerhet.

### 5.3 Nordtrafikk Lofoten

Nordtrafikk Lofoten kjører for en stor del kombinerte regional- og skoleruter, i tillegg til rene regionalruter og rene skoleruter.

Selskapet trafikkerer følgende kommuner (i alfabetsisk rekkefølge):

- Flakstad
- Hadsel
- Moskenes
- Vestvågøy
- Vågan

#### 5.3.1 Kjennetegn ved passasjerene

De viktigste kjennetegnene ved passasjerene til Nordtrafikk Lofoten er presentert nedenfor, Tabell 5.3.

I passasjergruppen er det flere kvinner enn menn. 57 prosent av respondentene i undersøkelsen er kvinner og 43 prosent er menn.

Halvparten av passasjerene er under 18 år, og 18 prosent er mellom 18 og 25 år. Med andre ord er nesten 70 prosent av respondentene i denne undersøkelsen under 26 år. Disse er nesten utelukkende skoleungdommer/studenter. De yrkesaktive utgjør 16 prosent. Pensjonistene utgjør 11 prosent. 20 prosent av passasjerene har førerkort for bil.

Det mest brukte billettslaget er skolekort som utgjør med 52 prosent av billettbruken. Enkeltbillett er også relativt mye brukt med 37 prosent. Ellers er rabattkort benyttet av 9 prosent av passasjerene.

Tabell 5.3: Oversikt over viktigste kjennetegn ved passasjerene til Nordtrafikk Lofoten. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=621

Kjennetegn	Prosent
<i>Kjønnsfordeling:</i>	
Menn	43
Kvinner	57
<i>Aldersfordeling:</i>	
< 18 år	51
18-25 år	18
26-45 år	11
46-66 år	11
> 67 år	9
<i>Hovedbeskjeftigelse:</i>	
Yrkesaktive	16
Skoleelever/studenter	65
Pensjonister	11
Annet	8
<i>Andel med førerkort:</i>	20
<i>Billettslag:</i>	
Enkeltbillett	37
Periodekort	1
Rabattkort	9
Ungdomskort	0
Skolekort	52
<i>Reisehyppighet med buss:</i>	
Daglig	60
2-4 dager pr. uke	16
Minst en dag pr. uke	10
Minst en dag pr. mnd	8
Sjeldnere	6
<i>Gangtid til holdeplass:</i>	
< 3 min	41
3-5 min	37
6-10 min	12
> 10 min	11
Alle	100
N	621

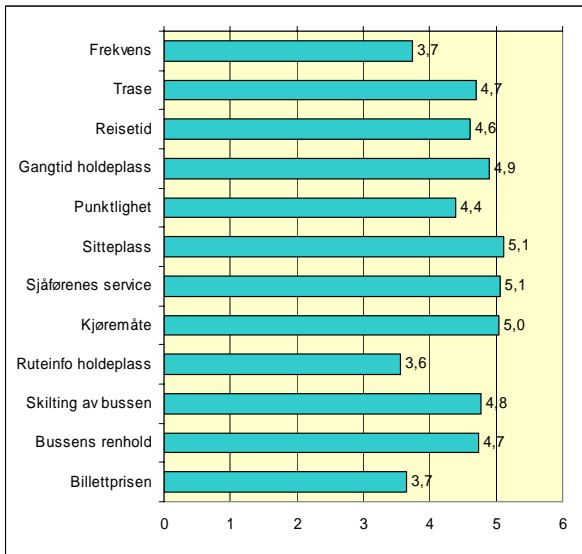
TØI rapport 602/2002

60 prosent av passasjerene til Nordtrafikk Lofoten reiser daglig med buss. Ytterligere 16 prosent reiser 2-4 dager pr. uke og 10 prosent reiser minst en dag pr. uke. Til sammen reiser altså 86 prosent av passasjerene minst en dag pr. uke eller mer.

De aller fleste passasjerene til Nordtrafikk Lofoten har kort gangavstand til nærmeste holdeplass. Nesten 80 prosent har mindre enn 6 minutters gangtid til holdeplassen.

#### 5.3.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene

Figur 5.11 viser passasjerenes gjennomsnittlige vurdering av de enkelte kvalitetsfaktorene. Faktorene vurderes på en skala fra 1 til 6.



TØI rapport 602/2002

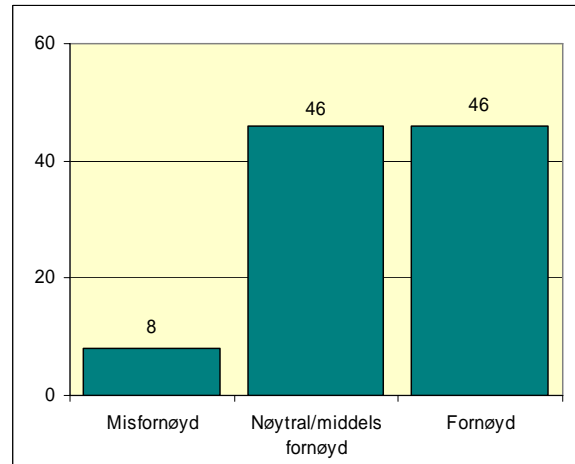
Figur 5.11: Busspassasjerenes vurdering av kvalitetsfaktorene. Nordtrafikk Lofoten. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. Gjennomsnittsskåre. N=621

Gjennomsnittsskåre for alle kvalitetsfaktorene for Nordtrafikk Lofoten er 4,3.

Passasjerene som reiser med Nordtrafikk Lofoten er mest fornøyd med tilgangen til sitteplass i bussen, sjåførenes service, sjåførenes kjøremåte, gangtiden til holdeplass og skiltingen av bussen. De er også ganske fornøyd med reisetiden, traseen og bussens renhold. De er minst fornøyd med ruteinformasjonen på holdeplassene, frekvensen, billettprisen og punktligheten.

### 5.3.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen

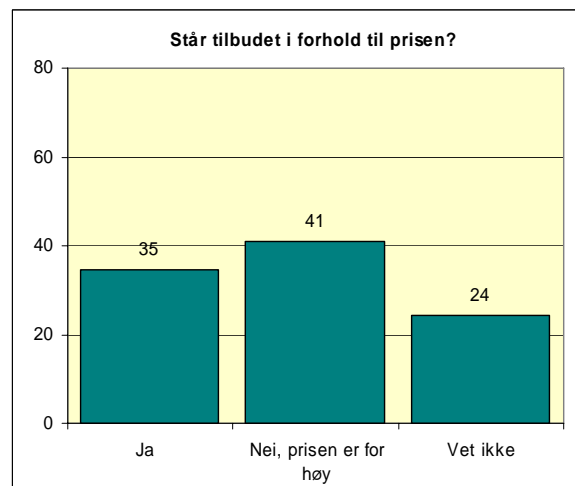
På spørsmål om hvor tilfreds man er med kollektivtilbudet totalt sett (skala fra 1-6), fremkommer det at kun 8 prosent av utvalget ikke er tilfredse med tilbudet (skåre 1 og 2). De som er mer nøytrale i sin vurdering (skåre 3 og 4) utgjør nesten halvparten, med 46 prosent. De passasjerene som uttrykker tilfredshet med tilbudet (skåre 5 og 6) utgjør 46 prosent, Figur 5.12.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.12: Busspassasjerenes tilfredshet med tilbudet totalt på en skala fra 1 til 6 (inndelt i tre kategorier). Nordtrafikk Lofoten. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=621

Blant passasjerene til Nordtrafikk Lofoten mener 41 prosent at prisen de betaler er for høy i forhold til tilbudet de får, Figur 5.13. 35 prosent svarer imidlertid ja på spørsmålet om tilbudet står i forhold til prisen og 24 prosent har ingen oppfatning om dette.



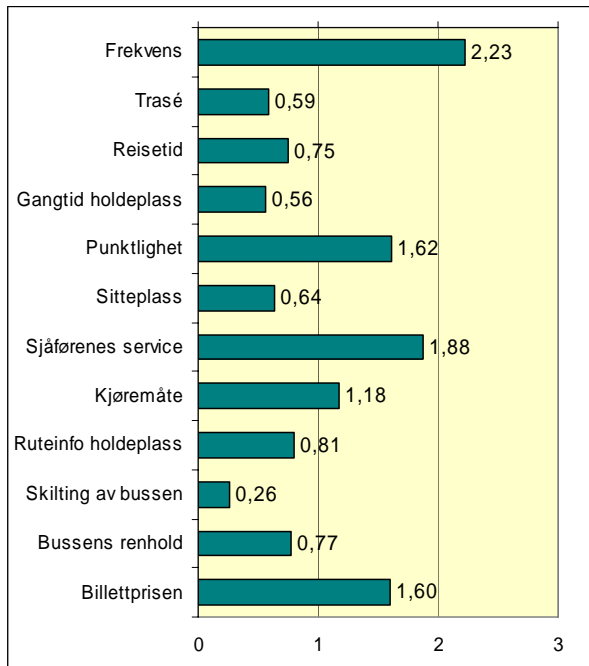
TØI rapport 602/2002

Figur 5.13: Busspassasjerenes oppfatning av om tilbudet står i forhold til prisen. Nordtrafikk Lofoten. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=621

### 5.3.4 Viktigste kvalitetsfaktor

Passasjerene ble bedt om å angi hvilke av de tolv faktorene de oppfatter som viktigst, nest viktigst, tredje viktigst, fjerde viktigst og femte viktigst. Figur 5.14 viser hvilke faktorer som totalt sett opp-

fattes som viktige og mindre viktige for passasjerene til Nordtrafikk Lofoten.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.14: Viktigste kvalitetsfaktorer for busspassasjerene. Nordtrafikk Lofoten.. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=621

Disse fem faktorene oppfattes av passasjerene som viktigst for reisekvaliteten totalt sett:

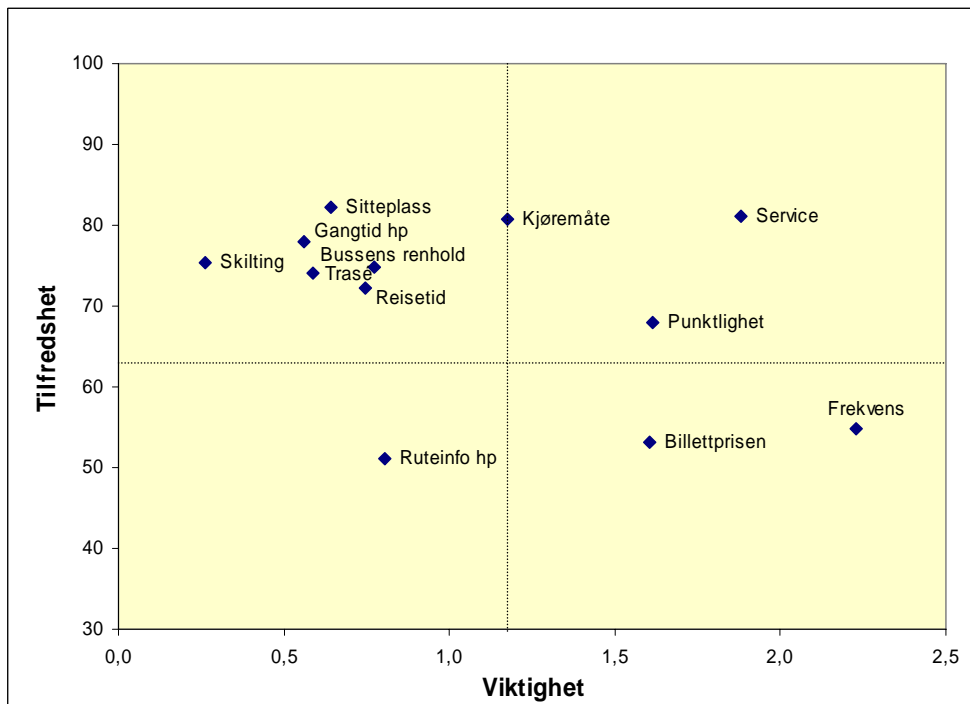
1. Frekvens
2. Sjåførenes service
3. Punktligheten
4. Billettprisen
5. Sjåførenes kjøremåte

### 5.3.5 Tilfredshet mot viktighet

Som beskrevet i pkt. 4.7, kan vi kategorisere alle kvalitetsfaktorene i fire grupper:

1. Viktighet høy + Tilfredshet lav = Forbedring viktig (nederst til høyre)
2. Viktighet høy + Tilfredshet høy = Vedlikeholde (øverst til høyre)
3. Viktighet lav + Tilfredshet lav = Forbedring mindre viktig? (nederst til venstre)
4. Viktighet lav + Tilfredshet høy = Overføre ressurser? (øverst til venstre)

For Nordtrafikk Lofoten kan dette illustreres som i Figur 5.15.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.15: Tilfredshet mot viktighet. Nordtrafikk Lofoten. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=621



**Kommentarer til figuren:**

*Viktighet høy + Tilfredshet lav (forbedring viktig):*

- Frekvens
- Billettpris

*Viktighet høy + Tilfredshet høy (vedlikeholde):*

- Service
- Punktlighet
- Kjøremåte

*Viktighet lav + Tilfredshet lav (forbedring mindre viktig?):*

- Ruteinformasjon på holdeplass

*Viktighet lav + Tilfredshet høy (Overføre ressurser?):*

- Skilting
- Trasé
- Reisetid
- Gangtid til holdeplass
- Bussens renhold
- Sitteplass

Vi vil presisere at denne kategoriseringen av faktorene etter viktighet/tilfredshet ikke må tas helt bokstavelig. Hvert selskap må selv bedømme hvordan de vil bruke disse resultatene i det videre arbeidet for å forbedre tilbudet.

**5.3.6 Inngangsnivå – Nordtrafikk Lofoten**

Inngangsnivået for Nordtrafikk Lofoten er som følger:

Skåre	Nedre grense	Øvre grense	N
70,1	68,7	71,4	612

Hvis utvalgsstørrelsen er den samme i den neste undersøkelsen, vil vi kunne bruke de nedre og øvre grensene for konfidensintervallet som utgangspunkt for å si om det er signifikante endringer i forhold til inngangsnivået. Dersom det blir signifikante endringer i neste måling, betyr dette imidlertid ikke at man dermed har nådd det kritiske nivået på 90 prosent av inngangsnivå. Dette nivået ligger for det fleste selskaper godt under grensen for statistisk usikkerhet.

**5.4 Torghatten trafikkelskap**

Torghatten trafikkelskap kjører først og fremst skoleruter og kombinerte distrikts- og skoleruter. I

t tillegg kommer ca. 10 prosent av passasjertallene fra langruter. En liten andel av produksjonen er på rene distriktsruter.

Selskapet trafikkerer følgende kommuner (i alfabetisk rekkefølge):

- Bindal
- Brønnøy
- Sømna
- Vega
- Vevelstad

**5.4.1 Kjennetegn ved passasjerene**

De viktigste kjennetegnene ved passasjerene til Torghatten trafikkelskap er presentert nedenfor, Tabell 5.4.

*Tabell 5.4: Oversikt over viktigste kjennetegn ved passasjerene til Torghatten trafikkelskap. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=400*

Kjennetegn	Prosent
<i>Kjønnsfordeling:</i>	
Menn	45
Kvinner	55
<i>Aldersfordeling:</i>	
< 18 år	71
18-25 år	11
26-45 år	7
46-66 år	8
> 67 år	3
<i>Hovedbeskjeftigelse:</i>	
Yrkesaktive	13
Skoleelever/studenter	81
Pensjonister	4
Annet	3
<i>Andel med førerkort:</i>	15
<i>Billettslag:</i>	
Enkeltbillett	20
Periodekort	3
Rabattkort	3
Ungdomskort	0
Skolekort	74
<i>Reisehyppighet med buss:</i>	
Daglig	73
2-4 dager pr. uke	12
Minst en dag pr. uke	4
Minst en dag pr. mnd	5
Sjeldnere	6
<i>Gangtid til holdeplass:</i>	
< 3 min	41
3-5 min	35
6-10 min	13
> 10 min	10
Alle	100
N	400

TØ1 rapport 602/2002

Det er flere kvinner enn menn blant respondentene i undersøkelsen. 55 prosent er kvinner og 45 prosent er menn.

Hele 71 prosent av passasjerene er under 18 år. Torghatten trafikk-selskap er dermed et av selskapene i Nordland med den laveste gjennomsnittsalderen blant passasjerene. Til sammen er 82 prosent av passasjerene under 26 år.

Omtrent samme andel, 81 prosent, er også skoleelever eller studenter. Kun 13 prosent av passasjerene er yrkesaktive. 4 prosent er pensjonister.

Av passasjerene i undersøkelsen har kun 15 prosent førerkort for bil.

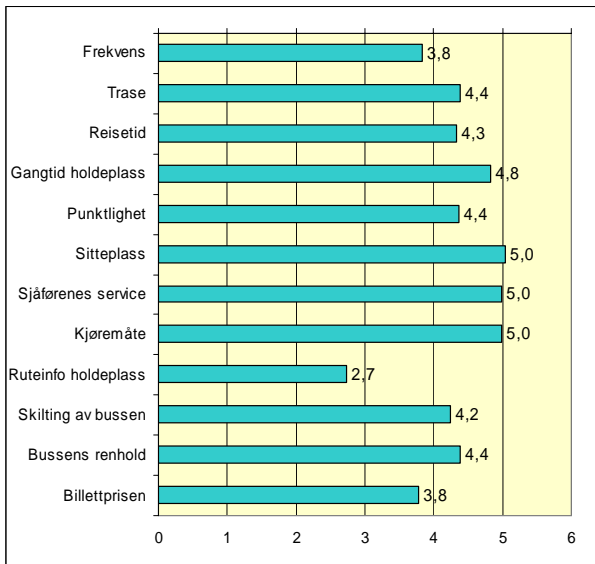
Det mest brukte billettslaget er skolekort med 74 prosent. 20 prosent har reist med enkeltbillett.

73 prosent av passasjerene reiser daglig med buss. 12 prosent reiser mellom 2 og 4 dager pr. uke, og 5 prosent reiser minst en dag pr. uke. Til sammen reiser hele 94 prosent av passasjerene minst en dag pr. uke eller mer.

De fleste har kort gangavstand til holdeplassen. 76 prosent oppgir at de har mindre enn 6 minutters gangtid til nærmeste holdeplass.

#### 5.4.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene

Figur 5.16 viser passasjerenes gjennomsnittlige vurdering av de enkelte kvalitetsfaktorene. Faktorene vurderes på en skala fra 1 til 6.



TØI rapport 602/2002

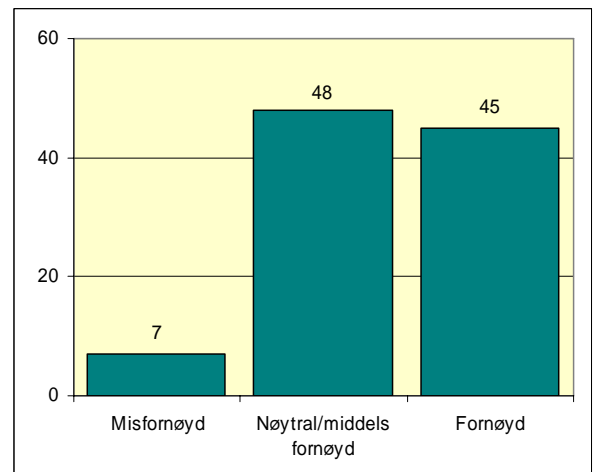
Figur 5.16: Busspassasjerenes vurdering av kvalitetsfaktorene. Torghatten trafikk-selskap. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. Gjennomsnittsskåre. N=400

Gjennomsnittsskåre for alle kvalitetsfaktorene for Torghatten trafikk-selskap er 4,2.

Passasjerene som reiser med Torghatten trafikk-selskap er mest fornøyd med tilgangen til sitteplass, sjåførenes service og kjøremåte. Videre er de fornøyd med gangtiden til holdeplassen. De er ikke like fornøyd med traseen, punktligheten, bussens renhold og reisetiden. De faktorene de er minst fornøyd med er ruteinformasjon på holdeplassen, billettprisen, frekvensen og skiltingen av bussen.

#### 5.4.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen

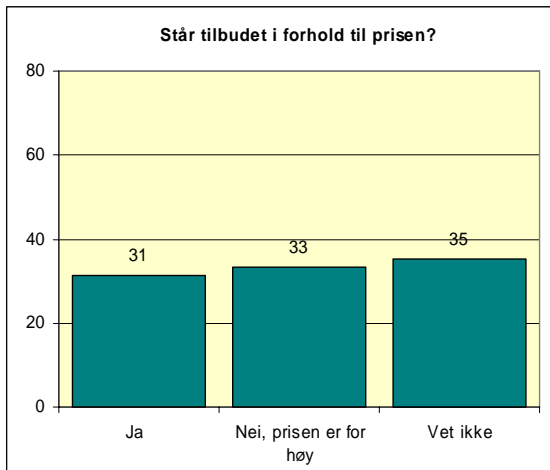
På spørsmål om hvor tilfreds man er med kollektivtilbudet totalt sett (skala fra 1-6), fremkommer det at kun 7 prosent av utvalget ikke er tilfredse med tilbudet (skåre 1 og 2). De som er mer nøytrale i sin vurdering (skåre 3 og 4) utgjør nesten halvparten, med 48 prosent. De passasjerene som uttrykker tilfredshet med tilbudet (skåre 5 og 6) utgjør 45 prosent, Figur 5.17.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.17: Busspassasjerenes tilfredshet med tilbudet totalt på en skala fra 1 til 6 (inndelt i 3 kategorier). Torghatten trafikk-selskap. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=400

Blant passasjerene til Nordtrafikk Lofoten mener 33 prosent at prisen de betaler er for høy i forhold til tilbudet de får, Figur 5.18. 31 prosent svarer imidlertid ja på spørsmålet om tilbudet står i forhold til prisen og 35 prosent har ingen oppfatning om dette.



TØI rapport 602/2002

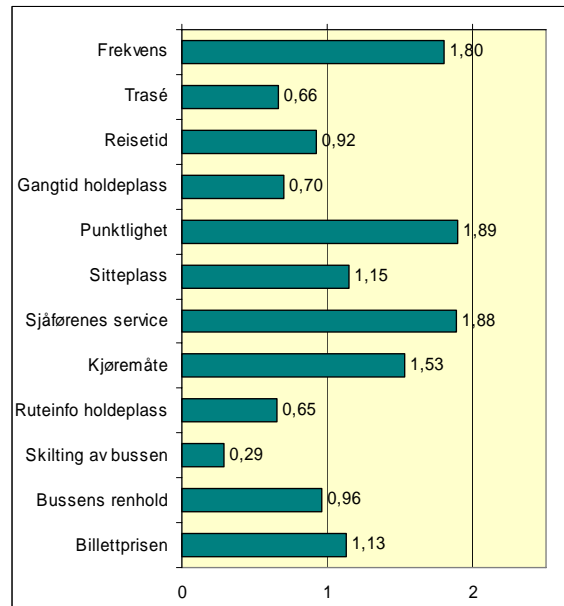
Figur 5.18: Busspassasjerenes oppfatning av om tilbudet står i forhold til prisen. Torghatten trafikkelskap. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=400

#### 5.4.4 Viktigste kvalitetsfaktor

Passasjerene ble bedt om å angi hvilke av de tolv faktorene de oppfatter som viktigst, nest viktigst, tredje viktigst, fjerde viktigst og femte viktigst. Figur 5.19 viser hvilke faktorer som totalt sett oppfattes som viktige og mindre viktige for passasjerene til Torghatten trafikkelskap.

Disse fem faktorene oppfattes av passasjerene som viktigst for reisekvaliteten totalt sett:

1. Punktligheten
2. Sjåførenes service
3. Frekvensen
4. Sjåførenes kjøremåte
5. Billettprisen



TØI rapport 602/2002

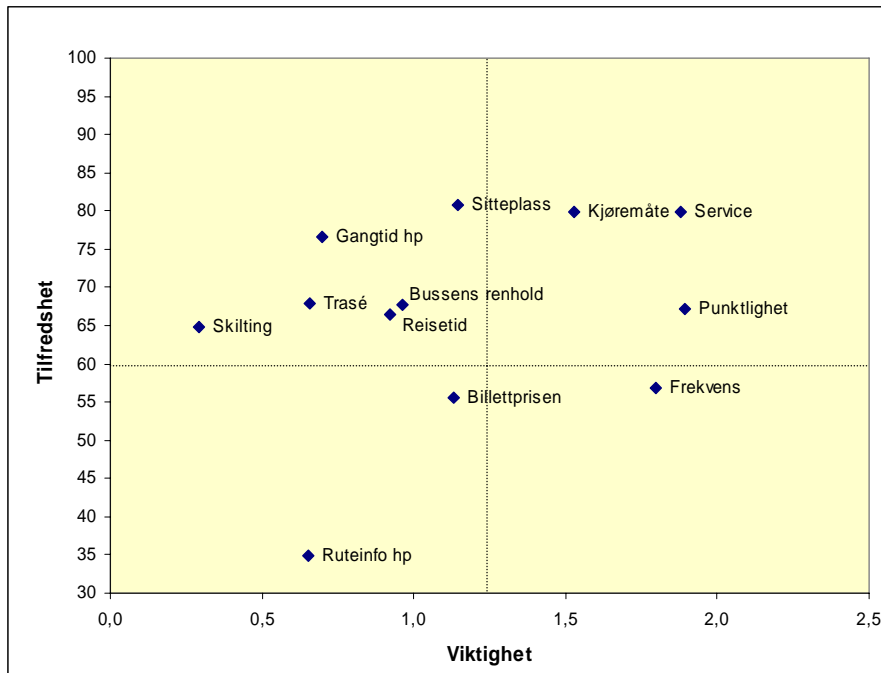
Figur 5.19: Viktigste kvalitetsfaktorer for busspassasjerene. Torghatten trafikkelskap. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=400

#### 5.4.5 Tilfredshet mot viktighet

Som beskrevet i pkt. 4.7, kan vi kategorisere alle kvalitetsfaktorene i fire grupper:

1. Viktighet høy + Tilfredshet lav = Forbedring viktig (nederst til høyre)
2. Viktighet høy + Tilfredshet høy = Vedlikeholde (øverst til høyre)
3. Viktighet lav + Tilfredshet lav = Forbedring mindre viktig? (nederst til venstre)
4. Viktighet lav + Tilfredshet høy = Overføre ressurser? (øverst til venstre)

For Torghatten trafikkelskap kan dette illustreres som i Figur 5.20.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.20: Tilfredshet mot viktighet. Torghatten trafikkelskap. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=400

**Kommentarer til figuren:**

*Viktighet høy + Tilfredshet lav (forbedring viktig):*

- Frekvens
- Billettpris

*Viktighet høy + Tilfredshet høy (vedlikeholde):*

- Service
- Punktlighet
- Kjøremåte

*Viktighet lav + Tilfredshet lav (forbedring mindre viktig?):*

- Ruteinformasjon på holdeplass

*Viktighet lav + Tilfredshet høy (Overføre ressurser?):*

- Skilting
- Trasé
- Gangtid til holdeplass
- Reisetid (nærmer seg ruten til høyre)
- Bussens renhold (nærmer seg ruten til høyre)
- Sitteplass (nærmer seg ruten til høyre)

Vi vil presisere at denne kategoriseringen av faktorene etter viktighet/tilfredshet ikke må tas helt bokstavelig. Hvert selskap må selv bedømme hvordan de vil bruke disse resultatene i det videre arbeidet for å forbedre tilbudet.

**5.4.6 Inngangsnivå – Torghatten trafikkelskap**

Inngangsnivået for Torghatten trafikkelskap er som følger:

Skåre	Nedre grense	Øvre grense	N
67,7	66,0	69,4	396

Hvis utvalgsstørrelsen er den samme i den neste undersøkelsen, vil vi kunne bruke de nedre og øvre grensene for konfidensintervallet som utgangspunkt for å si om det er signifikante endringer i forhold til inngangsnivået. Dersom det blir signifikante endringer i neste måling, betyr dette imidlertid ikke at man dermed har nådd det kritiske nivået på 90 prosent av inngangsnivå. Dette nivået ligger for det fleste selskaper godt under grensen for statistisk usikkerhet.

**5.5 Nordtrafikk Salten**

Nordtrafikk Salten kjører en langrute mellom Bodø og Halså (kommunene Meløy, Gildeskål og Bodø). Denne ruta står for en god del av passasjerbelegget til selskapet. I tillegg kjører selskapet regionalruter.

Selskapet trafikkerer i hovedsak følgende kommuner (i alfabetisk rekkefølge):

- Gildeskål

- Meløy

### 5.5.1 Kjennetegn ved passasjerene

De viktigste kjennetegnene ved passasjerene til Nordtrafikk Salten er presentert nedenfor, Tabell 5.5.

Tabell 5.5: Oversikt over viktigste kjennetegn ved passasjerene til Nordtrafikk Salten. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=129

Kjennetegn	Prosent
<b>Kjønnsfordeling:</b>	
Menn	41
Kvinner	59
<b>Aldersfordeling:</b>	
< 18 år	12
18-25 år	12
26-45 år	31
46-66 år	31
> 67 år	13
<b>Hovedbeskjeftigelse:</b>	
Yrkesaktive	58
Skoleelever/studenter	22
Pensjonister	15
Annet	6
<b>Andel med førerkort:</b>	
	54
<b>Billettslag:</b>	
Enkeltbillett	57
Periodekort	9
Rabattkort	27
Ungdomskort	1
Skolekort	7
<b>Reisehyppighet med buss:</b>	
Daglig	38
2-4 dager pr. uke	18
Minst en dag pr. uke	16
Minst en dag pr. mnd	17
Sjeldnere	11
<b>Gangtid til holdeplass:</b>	
< 3 min	36
3-5 min	35
6-10 min	17
> 10 min	12
Alle	100
N	129

TØI rapport 602/2002

Kjønnsfordelingen blant passasjerene til Nordtrafikk Salten er omtrent 60 prosent kvinner og 40 prosent menn.

Selskapet har ingen rene skoleruter. Dette gjenspeiler seg i alderssammensetningen blant passasjerene. Det er flest voksne i alderen 26 – 66 år blant passasjerene, og nesten 60 prosent av dem er yrkesaktive. Skoleelever/studenter utgjør 22 prosent og

pensjonister utgjør 15 prosent av passasjerene. Over halvparten, 54 prosent, har førerkort for bil.

Bruken av enkeltbillett er svært stor blant passasjerene til Nordtrafikk Salten. 57 prosent har reist med enkeltbillett. Videre har 27 prosent benyttet rabattkort og 9 prosent har benyttet periodekort.

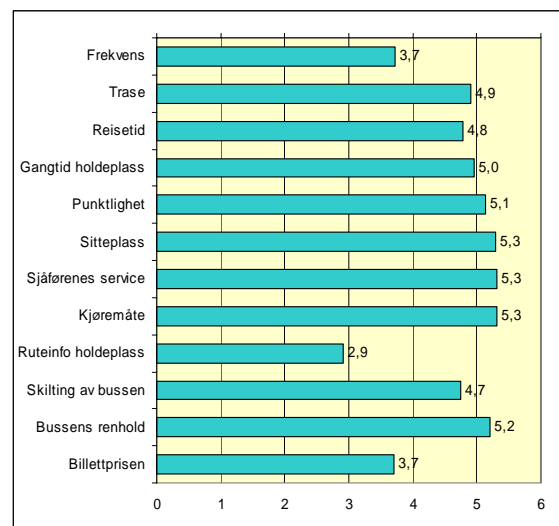
Det er relativt få av respondentene i denne undersøkelsen som oppgir at de reiser daglig med buss – ”bare” 38 prosent. 18 prosent oppgir at de reiser mellom 2 og 4 dager pr. uke og 16 prosent reiser minst en dag pr. uke. Til sammen reiser dermed 72 prosent minst en dag pr. uke eller oftere.

Over 70 prosent av passasjerene har mindre enn 6 minutter å gå til nærmeste holdeplass.

### 5.5.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene

Figur 5.21 viser passasjerenes gjennomsnittlige vurdering av de enkelte kvalitetsfaktorene.

Faktorene vurderes på en skala fra 1 til 6.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.21: Busspassasjerenes vurdering av kvalitetsfaktorene. Nordtrafikk Salten. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. Gjennomsnittsskore. N=129

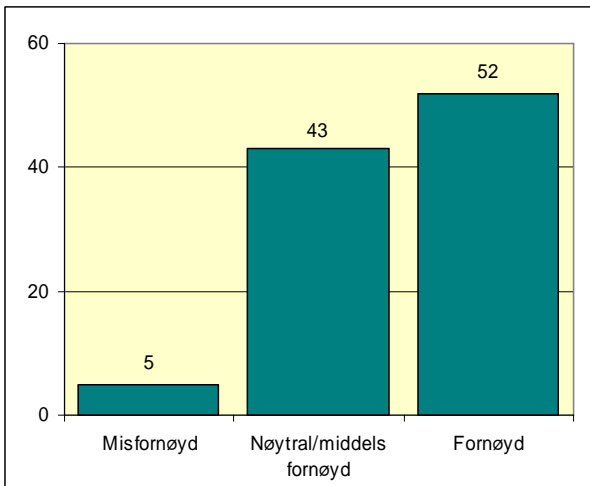
Gjennomsnittsskore for alle kvalitetsfaktorene for Nordtrafikk Salten er 4,4.

Passasjerene som reiser med Nordtrafikk Salten er mest fornøyd med tilgangen til sitteplass i bussen, sjåførenes service, sjåførenes kjøremåte, bussens renhold, punktligheten og gangtiden til holdeplass. De er også nokså fornøyd med traseen, reisetiden og skiltingen av bussen. De faktorene de er minst for-

nøyd med er ruteinformasjonen på holdeplassene, frekvensen og billettprisen.

### 5.5.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen

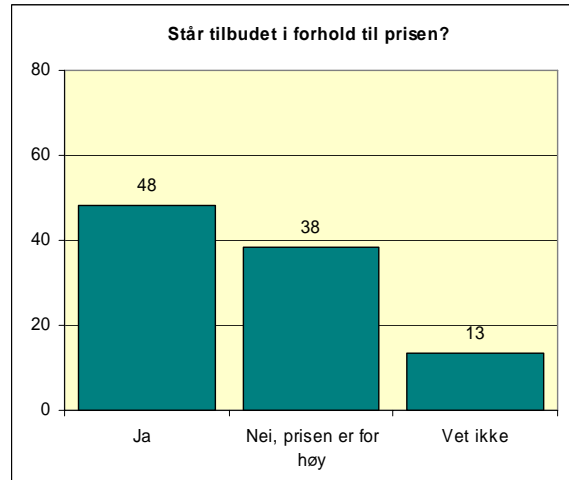
På spørsmål om hvor tilfreds man er med kollektivtilbudet totalt sett (skala fra 1-6), fremkommer det at kun 5 prosent av utvalget ikke er tilfredse med tilbudet (skåre 1 og 2). De som er mer nøytrale i sin vurdering (skåre 3 og 4) utgjør 43 prosent. De passasjerene som uttrykker tilfredshet med tilbudet (skåre 5 og 6) utgjør 52 prosent, Figur 5.22.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.22: Busspassasjerenes tilfredshet med tilbudet totaltpå en skala fra 1 til 6 (inndelt i 3 kategorier). Nordtrafikk Salten. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=129

Blant passasjerene til Nordtrafikk Salten mener 38 prosent at prisen de betaler er for høy i forhold til tilbudet de får, Figur 5.23. Nesten halvparten, 48 prosent, svarer imidlertid ja på spørsmålet om tilbudet står i forhold til prisen og bare 13 prosent har ingen oppfatning om dette.

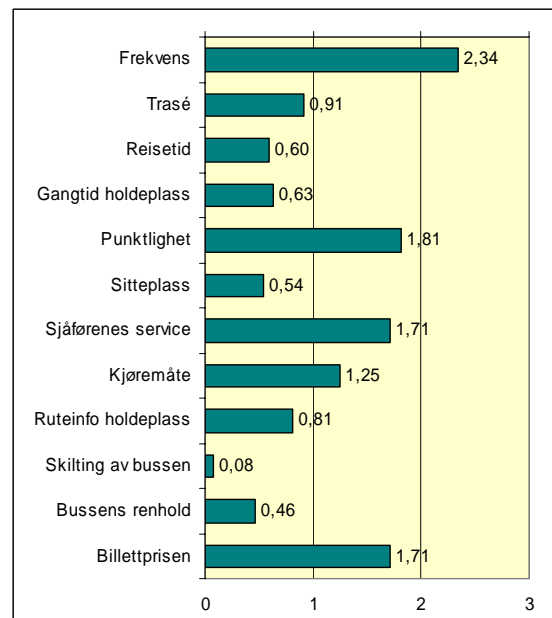


TØI rapport 602/2002

Figur 5.23: Busspassasjerenes oppfatning av om tilbudet står i forhold til prisen. Nordtrafikk Salten. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=129

### 5.5.4 Viktigste kvalitetsfaktor

Passasjerene ble bedt om å angi hvilke av de tolv faktorene de oppfatter som viktigst, nest viktigst, tredje viktigst, fjerde viktigst og femte viktigst. Figur 5.24 viser hvilke faktorer som totalt sett oppfattes som viktige og mindre viktige for passasjerene til Nordtrafikk Salten.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.24: Viktigste kvalitetsfaktorer for busspassasjerene. Nordtrafikk Salten. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=129

Disse fem faktorene oppfattes av passasjerene som viktigst for reisekvaliteten totalt sett:

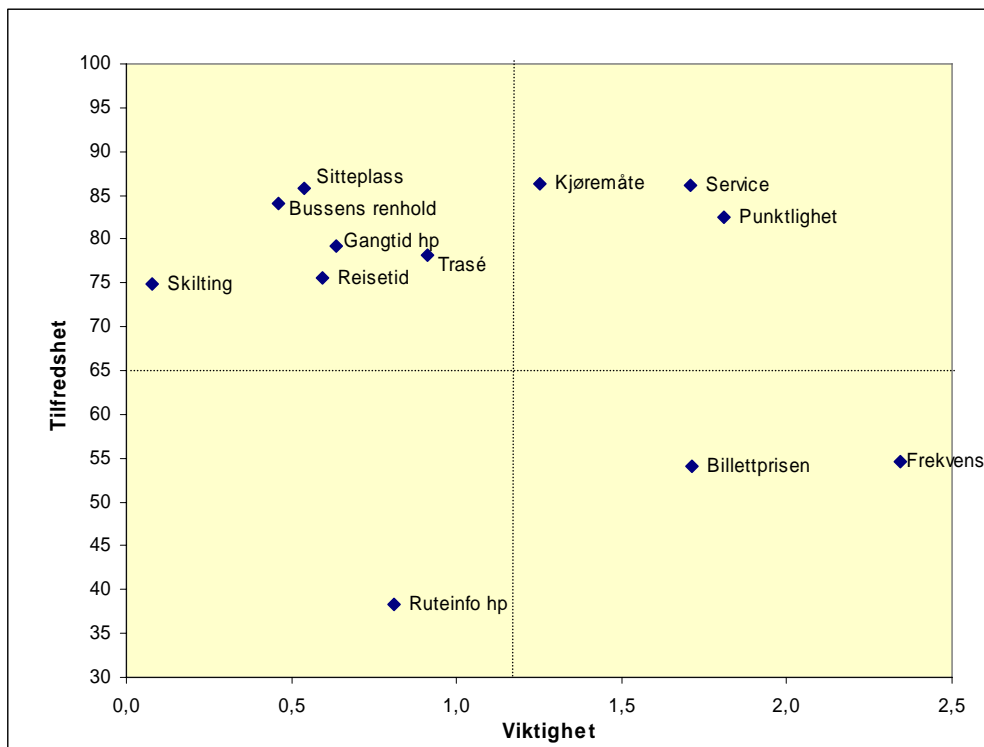
1. Frekvensen
2. Punktligheten
3. Sjøførenes service
4. Billettprisen
5. Sjøførenes kjøremåte

### 5.5.5 Tilfredshet mot viktighet

Som beskrevet i pkt. 4.7, kan vi kategorisere alle kvalitetsfaktorene i fire grupper:

1. Viktighet høy + Tilfredshet lav = Forbedring viktig (nederst til høyre)
2. Viktighet høy + Tilfredshet høy = Vedlikeholde (øverst til høyre)
3. Viktighet lav + Tilfredshet lav = Forbedring mindre viktig? (nederst til venstre)
4. Viktighet lav + Tilfredshet høy = Overføre ressurser? (øverst til venstre)

For Nordtrafikk Salten kan dette illustreres som i Figur 5.25.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.25: Tilfredshet mot viktighet. Nordtrafikk Salten. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=129

#### Kommentarer til figuren:

*Viktighet høy + Tilfredshet lav (forbedring viktig):*

- Frekvens
- Billettpris

*Viktighet høy + Tilfredshet høy (vedlikeholde):*

- Service
- Punktlighet
- Kjøremåte

*Viktighet lav + Tilfredshet lav (forbedring mindre viktig?):*

- Ruteinformasjon på holdeplass

*Viktighet lav + Tilfredshet høy (Overføre ressurser?):*

- Skilting
- Reisetid
- Gangtid til holdeplass
- Bussens renhold
- Sitteplass
- Trasé

Vi vil presisere at denne kategoriseringen av faktorene etter viktighet/tilfredshet ikke må tas helt bokstavelig. Hvert selskap må selv bedømme hvordan de vil bruke disse resultatene i det videre arbeidet for å forbedre tilbudet.

### 5.5.6 Inngangsnivå – Nordtrafikk Salten

Inngangsnivået for Nordtrafikk Salten er som følger:

Skåre	Nedre grense	Øvre grense	N
74,3	71,5	77,1	126

Hvis utvalgsstørrelsen er den samme i den neste undersøkelsen, vil vi kunne bruke de nedre og øvre grensene for konfidensintervallet som utgangspunkt for å si om det er signifikante endringer i forhold til inngangsnivået. Dersom det blir signifikante endringer i neste måling, betyr dette imidlertid ikke at man dermed har nådd det kritiske nivået på 90 prosent av inngangsnivå. Dette nivået ligger for det fleste selskaper godt under grensen for statistisk usikkerhet.

## 5.6 Andøy trafikklag

Andøy trafikklag er et lite selskap og har de laveste passasjertallene av de 9 selskapene som er med i transportavtalen med fylkeskommunen. En stor del av rutene er skoleruter/lokalruter. I tillegg er det en del regionalruter og en ren lokalrute.

Selskapet trafikkerer kun Andøy kommune.

### 5.6.1 Kjennetegn ved passasjerene

De viktigste kjennetegnene ved passasjerene til Andøy trafikklag er presentert nedenfor, Tabell 5.6.

Vi gjør oppmerksom på at det er svært få respondenter i undersøkelsen, kun 59 personer. Dette påvirker resultatenes representativitet, slik at mange av forskjellene ikke er signifikante.

Det er flere kvinner enn menn blant respondentene, men denne forskjellen er ikke signifikant.

Nesten 60 prosent av passasjerene i denne undersøkelsen er unge under 26 år. Disse er også skoleelever/studenter. Kun 15 prosent av respondentene er yrkesaktive og 14 prosent er pensjonister. Bare 25 prosent har førerkort for bil.

45 prosent av passasjerene reiser med enkeltbillett og 41 prosent har skolekort. Ellers er det 10 prosent som har benyttet rabattkort.

Over 60 prosent av passasjerene reiser daglig med buss, 15 prosent reiser 2-4 dager pr. uke og 14 prosent reiser minst en dag pr. uke. Til sammen reiser 90 prosent av passasjerene minst en dag pr. uke eller oftere.

Hele 86 prosent av passasjerene har kortere enn 6 minutters gangtid til nærmeste holdeplass.

Tabell 5.6: Oversikt over viktigste kjennetegn ved passasjerene til Andøy trafikklag. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=59

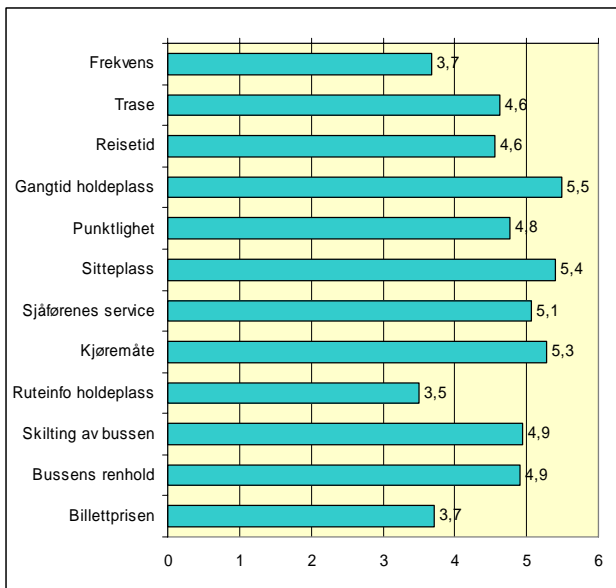
Kjennetegn	Prosent
<i>Kjønnsfordeling: *</i>	
Menn	44
Kvinner	56
<i>Aldersfordeling:</i>	
< 18 år	44
18-25 år	14
26-45 år	14
46-66 år	17
> 67 år	12
<i>Hovedbeskjeftigelse:</i>	
Yrkesaktive	15
Skoleelever/studenter	62
Pensjonister	14
Annet	8
<i>Andel med førerkort:</i>	
	25
<i>Billettslag:</i>	
Enkeltbillett	45
Periodekort	3
Rabattkort	10
Ungdomskort	0
Skolekort	41
<i>Reisehyppighet med buss:</i>	
Daglig	61
2-4 dager pr. uke	15
Minst en dag pr. uke	14
Minst en dag pr. mnd	5
Sjeldnere	5
<i>Gangtid til holdeplass:</i>	
< 3 min	54
3-5 min	32
6-10 min	9
> 10 min	4
Alle	100
N	59

\* Ikke signifikant.  
TØI rapport 602/2002

### 5.6.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene

Figur 5.26 viser passasjerenes gjennomsnittlige vurdering av de enkelte kvalitetsfaktorene. Faktorene vurderes på en skala fra 1 til 6.





TØI rapport 602/2002

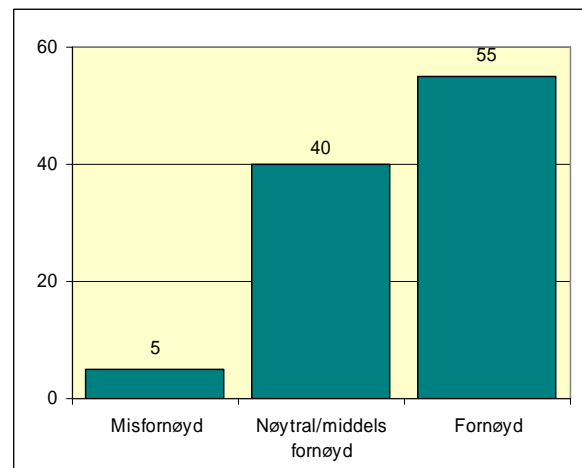
Figur 5.26: Busspassasjerenes vurdering av kvalitetsfaktorene. Andøy trafikklag. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. Gjennomsnittsskåre. N=59

Gjennomsnittsskåre for alle kvalitetsfaktorene for Andøy trafikklag er 4,5.

Passasjerene som reiser med Andøy trafikklag er mest fornøyd med gangtiden til holdeplassen, tilgangen på sitteplass i bussen, sjåførenes kjøremåte og sjåførenes service. De er også nokså fornøyd med skiltingen av bussen, bussens renhold, punktligheten, traseen og reisetiden. De faktorene de er minst fornøyd med er ruteinformasjonen på holdeplassene, frekvensen og billettprisen.

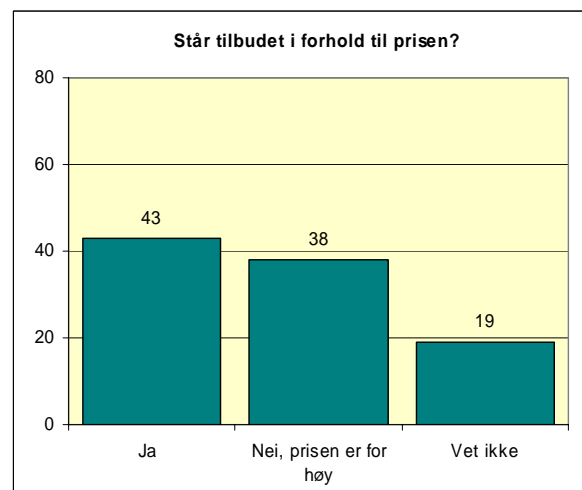
### 5.6.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen

På spørsmål om hvor tilfreds man er med kollektivtilbudet totalt sett (skala fra 1-6), fremkommer det at kun 5 prosent av utvalget ikke er tilfredse med tilbudet (skåre 1 og 2). De som er mer nøytrale i sin vurdering (skåre 3 og 4) utgjør 40 prosent. De passasjerene som uttrykker tilfredshet med tilbudet (skåre 5 og 6) utgjør 55 prosent, Figur 5.27.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.27: Busspassasjerenes tilfredshet med tilbudet totalt på en skala fra 1 til 6 (inndelt i 3 kategorier). Andøy trafikklag. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=59



TØI rapport 602/2002

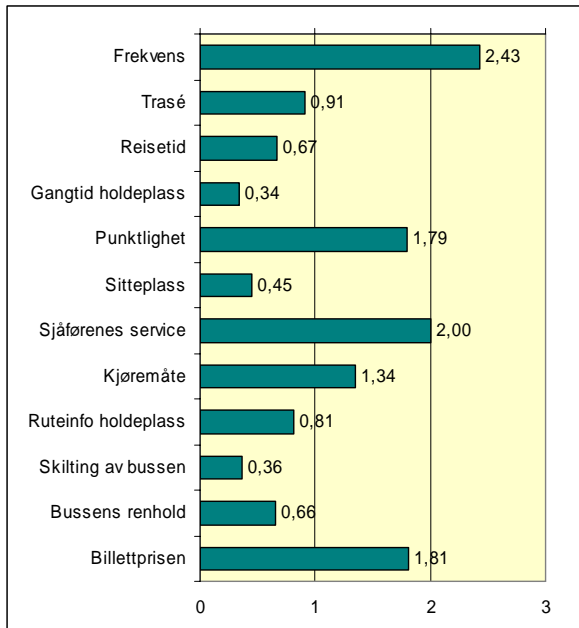
Figur 5.28: Busspassasjerenes oppfatning av om tilbudet står i forhold til prisen. Andøy trafikklag. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=59

Blant passasjerene til Andøy trafikklag mener 38 prosent at prisen de betaler er for høy i forhold til tilbudet de får, Figur 5.28. 43 prosent svarer imidlertid ja på spørsmålet om tilbudet står i forhold til prisen og 19 prosent har ingen oppfatning om dette.

### 5.6.4 Viktigste kvalitetsfaktor

Passasjerene ble bedt om å angi hvilke av de tolv faktorene de oppfatter som viktigst, nest viktigst, tredje viktigst, fjerde viktigst og femte viktigst. Figur 5.29 viser hvilke faktorer som totalt sett opp-

fattes som viktige og mindre viktige for passasjerene til Andøy trafikklag.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.29: Viktigste kvalitetsfaktorer for busspassasjerene. Andøy trafikklag. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=59

Disse fem faktorene oppfattes av passasjerene som viktigst for reisekvaliteten totalt sett:

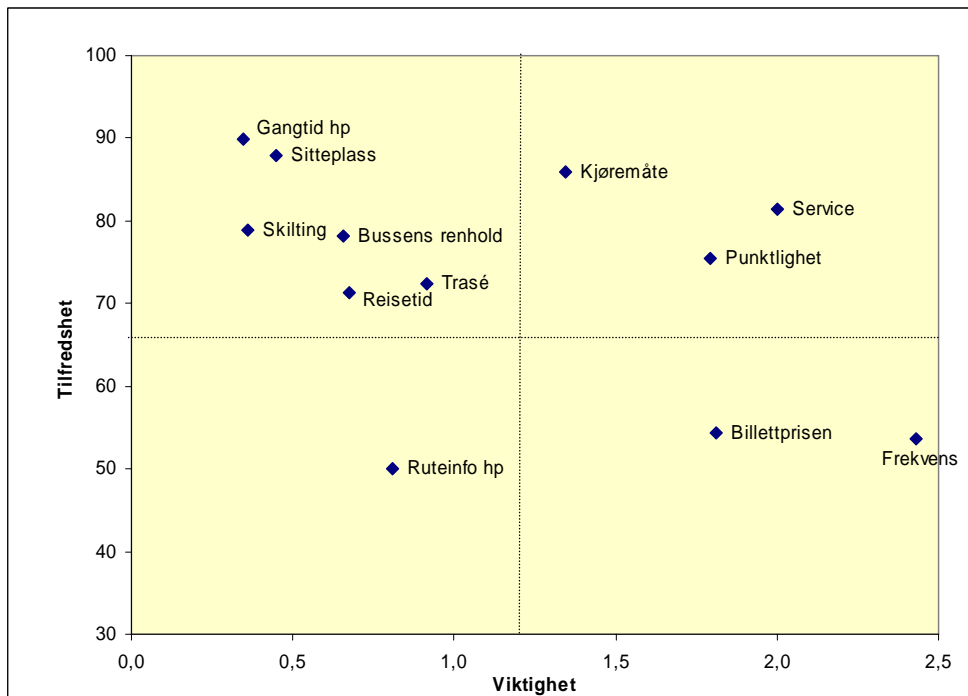
1. Frekvensen
2. Sjåførenes service
3. Punktligheten
4. Billettprisen
5. Sjåførenes kjøremåte

### 5.6.5 Tilfredshet mot viktighet

Som beskrevet i pkt. 4.7, kan vi kategorisere alle kvalitetsfaktorene i 4 grupper:

1. Viktighet høy + Tilfredshet lav = Forbedring viktig (nederst til høyre)
2. Viktighet høy + Tilfredshet høy = Vedlikeholde (øverst til høyre)
3. Viktighet lav + Tilfredshet lav = Forbedring mindre viktig? (nederst til venstre)
4. Viktighet lav + Tilfredshet høy = Overføre ressurser? (øverst til venstre)

For Andøy trafikklag kan dette illustreres som i Figur 5.30.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.30: Tilfredshet mot viktighet. Andøy trafikklag. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=59

**Kommentarer til figuren:**

*Viktighet høy + Tilfredshet lav (forbedring viktig):*

- Frekvens
- Billettpris

*Viktighet høy + Tilfredshet høy (vedlikeholde):*

- Service
- Punktlighet
- Kjøremåte

*Viktighet lav + Tilfredshet lav (forbedring mindre viktig?):*

- Ruteinformasjon på holdeplass

*Viktighet lav + Tilfredshet høy (Overføre ressurser?):*

- Skilting
- Gangtid til holdeplass
- Sitteplass
- Bussens renhold
- Reisetid
- Trasé

Vi vil presisere at denne kategoriseringen av faktorene etter viktighet/tilfredshet ikke må tas helt bokstavelig. Hvert selskap må selv bedømme hvordan de vil bruke disse resultatene i det videre arbeidet for å forbedre tilbudet.

**5.6.6 Inngangsnivå – Andøy trafikklag**

Inngangsnivået for Andøy trafikklag er som følger:

Skåre	Nedre grense	Øvre grense	N
72,8	68,3	77,3	58

Hvis utvalgsstørrelsen er den samme i den neste undersøkelsen, vil vi kunne bruke de nedre og øvre grensene for konfidensintervallet som utgangspunkt for å si om det er signifikante endringer i forhold til inngangsnivået. Dersom det blir signifikante endringer i neste måling, betyr dette imidlertid ikke at man dermed har nådd det kritiske nivået på 90 prosent av inngangsnivå. Dette nivået ligger for det fleste selskaper godt under grensen for statistisk usikkerhet.

**5.7 Stoklands bilruter**

Stoklands bilruter kjører i hovedsak regionalruter i Hamarøy kommune. Sammensetningen av passasjerene viser at de fleste passasjerene er skoleelever.

Vi gjør oppmerksom på at det er svært få respondenter i undersøkelsen, kun 31 personer. Svarprosenten i undersøkelsen var også lav, med 33 prosent besvarte skjemaer. Det lille utvalget medfører at tallene i mange tilfeller ikke er signifikante.

Det er ingen forskjeller mellom menn og kvinner blant passasjerene.

Respondentene i denne undersøkelsen består for det meste av skolebarn og skoleungdommer under 18 år. De utgjør nesten 70 prosent av utvalget. I tillegg er vel 20 prosent mellom 18 og 25 år. Kun 3 prosent av passasjerene er yrkesaktive, og bare 10 prosent har førerkort for bil.

81 prosent av passasjerene har reist med skolekort og 16 prosent har brukt enkeltbillett.

80 prosent reiser daglig med buss, 7 prosent reiser 2-4 dager pr. uke og 10 prosent reiser minst en dag pr. uke. Med andre ord reiser 97 prosent av respondentene minst en dag pr. uke eller oftere.

Nesten 80 prosent har mindre enn 6 minutters gange til nærmeste holdeplass.

**5.7.1 Kjennetegn ved passasjerene**

De viktigste kjennetegnene ved passasjerene til Stoklands bilruter er presentert nedenfor, Tabell 5.7.

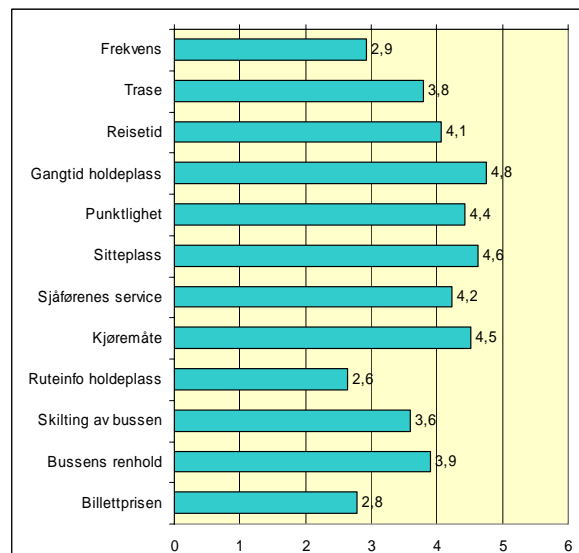
Tabell 5.7: Oversikt over viktigste kjennetegn ved passasjerene til Andøy trafikklag. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=31

Kjennetegn	Prosent
<i>Kjønnsfordeling: *</i>	
Menn	52
Kvinner	48
<i>Aldersfordeling:</i>	
< 18 år	68
18-25 år	21
26-45 år	0
46-66 år	7
> 67 år	0
<i>Hovedbeskjeftigelse:</i>	
Yrkesaktive	3
Skoleelever/studenter	87
Pensjonister	7
Annet	3
<i>Andel med førerkort:</i>	10
<i>Billettslag:</i>	
Enkeltbillett	16
Periodekort	0
Rabattkort	3
Ungdomskort	0
Skolekort	81
<i>Reisehyppighet med buss:</i>	
Daglig	80
2-4 dager pr. uke	7
Minst en dag pr. uke	10
Minst en dag pr. mnd	3
Sjeldnere	0
<i>Gangtid til holdeplass:</i>	
< 3 min	41
3-5 min	37
6-10 min	11
> 10 min	11
Alle	100
N	31

• Ikke signifikant.  
TØI rapport 602/2002

### 5.7.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene

Figur 5.31 viser passasjerenes gjennomsnittlige vurdering av de enkelte kvalitetsfaktorene. Faktorene vurderes på en skala fra 1 til 6.



TØI rapport 602/2002

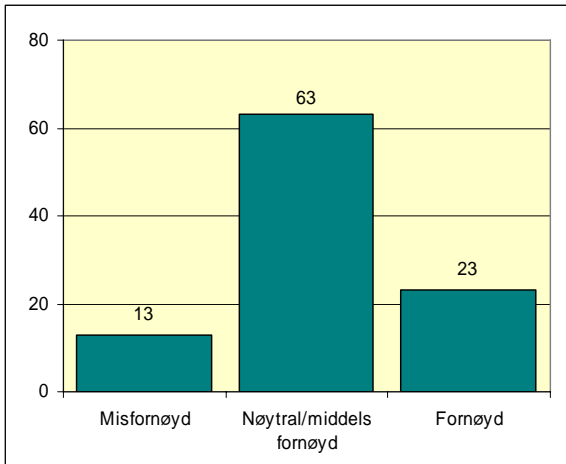
Figur 5.31: Busspassasjerenes vurdering av kvalitetsfaktorene. Stoklands bilruter. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. Gjennomsnittsskåre. N=31

Gjennomsnittsskåre for alle kvalitetsfaktorene for Stoklands bilruter er 3,7.

Passasjerene som reiser med Stoklands bilruter er mest fornøyd med gangtiden til holdeplassen, tilgangen på sitteplass i bussen, sjåfarenes kjøreimate og punktligheten. De er mindre fornøyd med sjåfarenes service, reisetiden, bussens renhold, traseen og skiltingen av bussen. De faktorene de er minst fornøyd med er ruteinformasjonen på holdeplassene, frekvensen og billettprisen.

### 5.7.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen

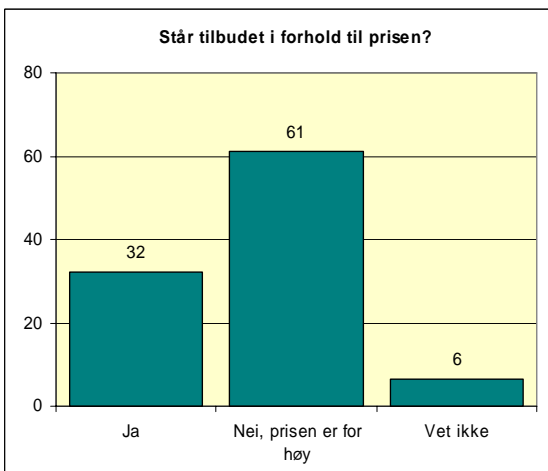
På spørsmål om hvor tilfreds man er med kollektivtilbudet totalt sett (skala fra 1-6), fremkommer det at kun 5 prosent av utvalget ikke er tilfredse med tilbudet (skåre 1 og 2). De som er mer nøytrale i sin vurdering (skåre 3 og 4) utgjør 40 prosent. De passasjerene som uttrykker tilfredshet med tilbudet (skåre 5 og 6) utgjør 55 prosent, Figur 5.32.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.32: Busspassasjerenes tilfredshet med tilbudet totalt på en skala fra 1 til 6 (inndelt i 3 kategorier). Stoklands bilruter. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=31

Blant passasjerene til Stoklands bilruter mener hele 61 prosent at prisen de betaler er for høy i forhold til tilbudet de får, Figur 5.33. Omtrent en tredjedel, 32 prosent, svarer imidlertid ja på spørsmålet om tilbudet står i forhold til prisen og bare 6 prosent har ingen oppfatning om dette.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.33: Busspassasjerenes oppfatning av om tilbudet står i forhold til prisen. Stoklands bilruter. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=31

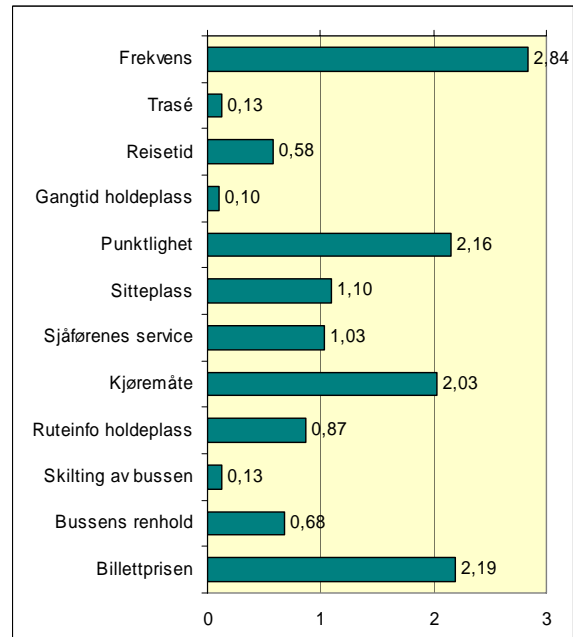
### 5.7.4 Viktigste kvalitetsfaktor

Passasjerene ble bedt om å angi hvilke av de tolv faktorene de oppfatter som viktigst, nest viktigst, tredje viktigst, fjerde viktigst og femte viktigst. Figur 5.34 viser hvilke faktorer som totalt sett oppfattes som

viktige og mindre viktige for passasjerene til Stoklands bilruter.

Disse fem faktorene oppfattes av passasjerene som viktigst for reisekvaliteten totalt sett:

1. Frekvensen
2. Billettprisen
3. Punktligheten
4. Sjøførenes kjøremåte
5. Sitteplass



TØI rapport 602/2002

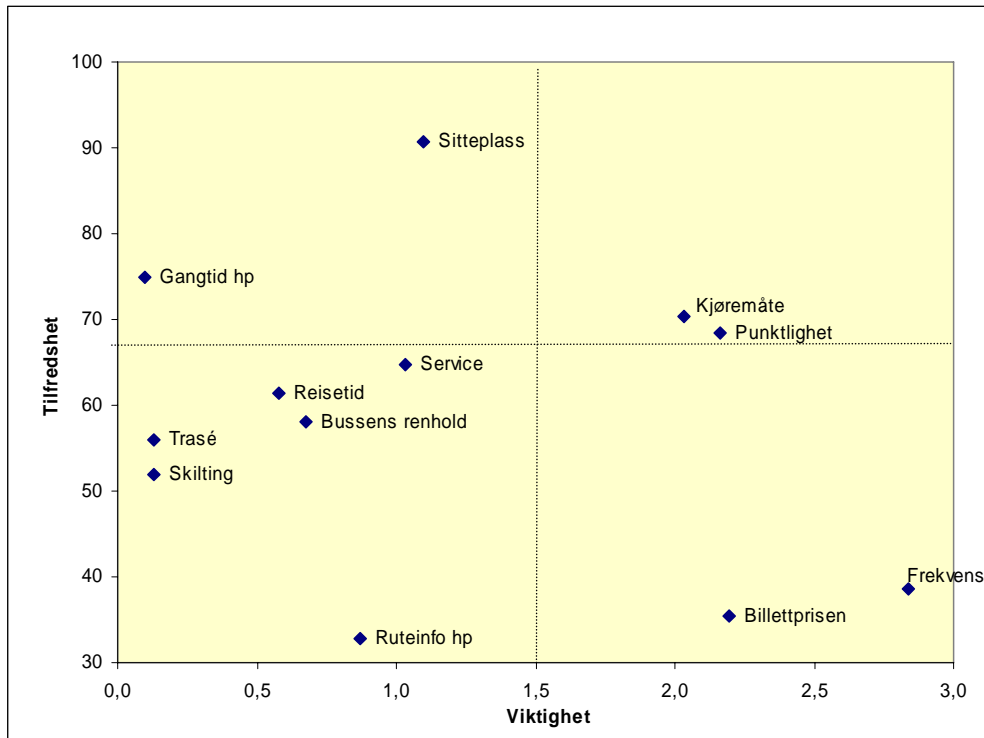
Figur 5.34: Viktigste kvalitetsfaktorer for busspassasjerene. Stoklands bilruter. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=31

### 5.7.5 Tilfredshet mot viktighet

Som beskrevet i pkt. 4.7, kan vi kategorisere alle kvalitetsfaktorene i fire grupper:

1. Viktighet høy + Tilfredshet lav = Forbedring viktig (nederst til høyre)
2. Viktighet høy + Tilfredshet høy = Vedlikeholde (øverst til høyre)
3. Viktighet lav + Tilfredshet lav = Forbedring mindre viktig? (nederst til venstre)
4. Viktighet lav + Tilfredshet høy = Overføre ressurser? (øverst til venstre)

For Stoklands bilruter kan dette illustreres som i Figur 5.35.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.35: Tilfredshet mot viktighet. Stoklands bilruter. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=31

Kommentarer til figuren:

Viktighet høy + Tilfredshet lav (forbedring viktig):

- Frekvens
- Billettpris

Viktighet høy + Tilfredshet høy (vedlikeholde):

- Punktlighet
- Kjøremåte

Viktighet lav + Tilfredshet lav (forbedring mindre viktig?):

- Ruteinformasjon på holdeplass
- Skilting
- Trasé
- Reisetid
- Bussens renhold
- Service (nærmer seg ruten øverst til venstre)

Viktighet lav + Tilfredshet høy (Overføre ressurser?):

- Sitteplass
- Gangtid til holdeplass

Vi vil presisere at denne kategoriseringen av faktorene etter viktighet/tilfredshet ikke må tas helt bokstavelig. Hvert selskap må selv bedømme hvordan de vil bruke disse resultatene i det videre arbeidet for å forbedre tilbudet.

### 5.7.6 Inngangsnivå – Stoklands bilruter

Inngangsnivået for Stoklands bilruter er som følger:

Skåre	Nedre grense	Øvre grense	N
57,4	51,1	63,6	31

Hvis utvalgsstørrelsen er den samme i den neste undersøkelsen, vil vi kunne bruke de nedre og øvre grensene for konfidensintervallet som utgangspunkt for å si om det er signifikante endringer i forhold til inngangsnivået. Dersom det blir signifikante endringer i neste måling, betyr dette imidlertid ikke at man dermed har nådd det kritiske nivået på 90 prosent av inngangsnivå. Dette nivået ligger for det fleste selskaper godt under grensen for statistisk usikkerhet.

## 5.8 Nettbuss Helgeland

Nettbuss Helgeland er et relativt stort selskap. Vi har ikke mottatt opplysninger om hvilke rutetyper selskapet kjører.

Selskapet trafikkerer følgende kommuner (i alfabettisk rekkefølge):

- Grane
- Hattfjelldal
- Hemnes
- Nesna
- Rana
- Vefsn

### 5.8.1 Kjennetegn ved passasjerene

De viktigste kjennetegnene ved passasjerene til Nettbuss Helgeland er presentert nedenfor, Tabell 5.8.

Tabell 5.8: Oversikt over viktigste kjennetegn ved passasjerene til Nettbuss Helgeland. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=608

Kjennetegn	Prosent
<i>Kjønnsfordeling:</i>	
Menn	41
Kvinner	59
<i>Aldersfordeling:</i>	
< 18 år	44
18-25 år	20
26-45 år	17
46-66 år	14
> 67 år	6
<i>Hovedbeskjeftigelse:</i>	
Yrkesaktive	23
Skoleelever/studenter	60
Pensjonister	9
Annet	8
<i>Andel med førerkort:</i>	26
<i>Billettslag:</i>	
Enkeltbillett	34
Periodekort	2
Rabattkort	14
Ungdomskort	0
Skolekort	50
<i>Reisehyppighet med buss:</i>	
Daglig	66
2-4 dager pr. uke	16
Minst en dag pr. uke	10
Minst en dag pr. mnd	6
Sjeldnere	3
<i>Gangtid til holdeplass:</i>	
< 3 min	46
3-5 min	36
6-10 min	10
> 10 min	9
Alle	100
<b>N</b>	<b>608</b>

TØI rapport 602/2002

Kjønnsfordelingen blant passasjerene som har deltatt i undersøkelsen, er omtrent 60 prosent kvinner og 40 prosent menn.

Aldersgruppen under 18 år utgjør 44 prosent og aldersgruppen 18-25 år utgjør 20 prosent. Til sammen er 64 prosent under 26 år. Andelen skoleelever/studenter er 60 prosent. De yrkesaktive utgjør 23 prosent. 26 prosent av respondentene har førerkort for bil.

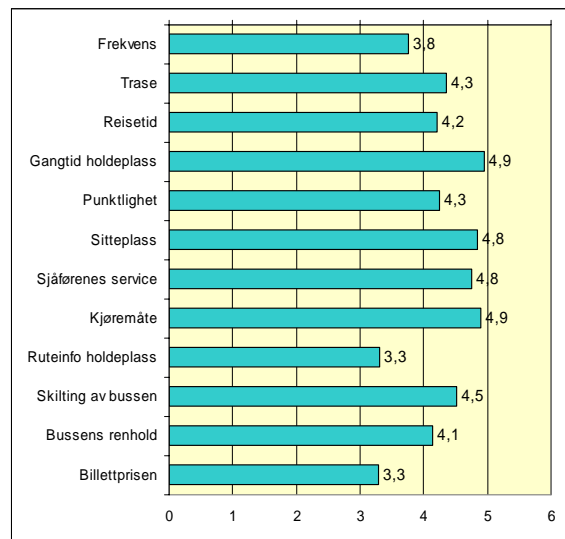
Passasjerene som reiste med enkeltbillett utgjør 34 prosent av utvalget, mens skolekort utgjør 50 prosent av billettbruken. I tillegg er rabattkort benyttet av 14 prosent.

66 prosent av passasjerene reiser daglig med buss. Ytterligere 16 prosent reiser mellom 2 og 4 dager pr. uke, og 10 prosent reiser minst en dag pr. uke. Til sammen reiser dermed 92 prosent av passasjerene minst en gang pr. uke eller oftere.

82 prosent av passasjerene til Nettbuss Helgeland har mindre enn 6 minutters gange til nærmeste holdeplass.

### 5.8.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene

Figur 5.36 viser passasjerenes gjennomsnittlige vurdering av de enkelte kvalitetsfaktorene. Faktorene vurderes på en skala fra 1 til 6.



TØI rapport 602/2002

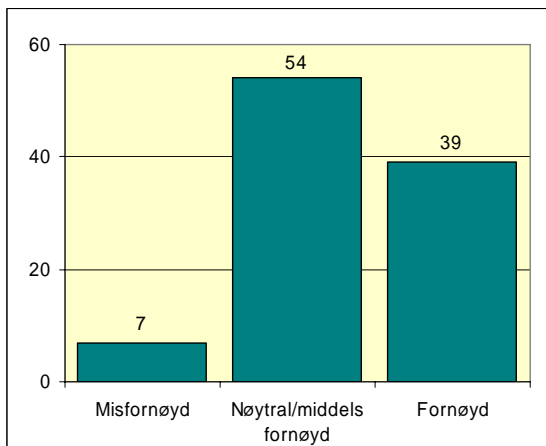
Figur 5.36: Busspassasjerenes vurdering av kvalitetsfaktorene. Nettbuss Helgeland. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. Gjennomsnittsskåre. N=608

Gjennomsnittsskåre for alle kvalitetsfaktorene for Nettbuss Helgeland er 4,1.

Passasjerene som reiser med Nettbuss Helgeland er mest fornøyd med gangtiden til holdeplassen, sjåførenes kjøremåte, sjåførenes service og tilgangen til sitteplass i bussen. De er mindre fornøyd med skiltingen av bussen, traseen, punktligheten, reisetiden og bussens reinhold. De faktorene de er minst fornøyd med er ruteinformasjonen på holdeplassene, billettprisen og frekvensen.

### 5.8.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen

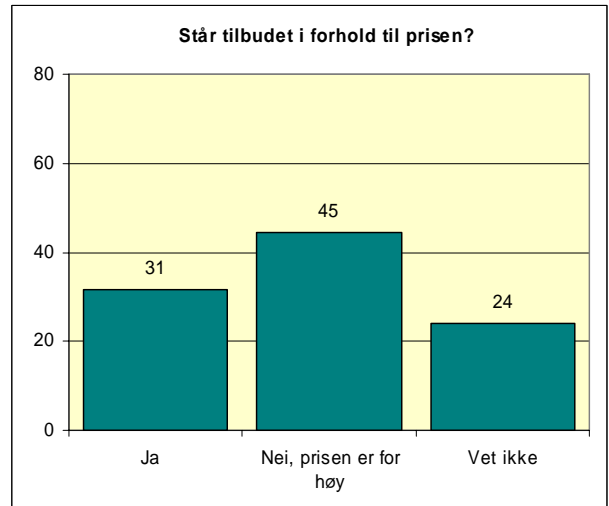
På spørsmål om hvor tilfreds man er med kollektivtilbudet totalt sett (skala fra 1-6), fremkommer det at kun 7 prosent av utvalget ikke er tilfredse med tilbudet (skåre 1 og 2). De som er mer nøytrale i sin vurdering (skåre 3 og 4) utgjør over halvparten, 54 prosent. De passasjerene som uttrykker tilfredshet med tilbudet (skåre 5 og 6) utgjør 39 prosent, Figur 5.37.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.37: Busspassasjerenes tilfredshet med tilbudet totalt på en skala fra 1 til 6 (inndelt i 3 kategorier). Nettbuss Helgeland. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=608

Blant passasjerene til Nettbuss Helgeland mener 45 prosent at prisen de betaler er for høy i forhold til tilbudet de får, Figur 5.38. Omtrent en tredjedel, 31 prosent, svarer imidlertid ja på spørsmålet om tilbudet står i forhold til prisen og 24 prosent har ingen oppfatning om dette.

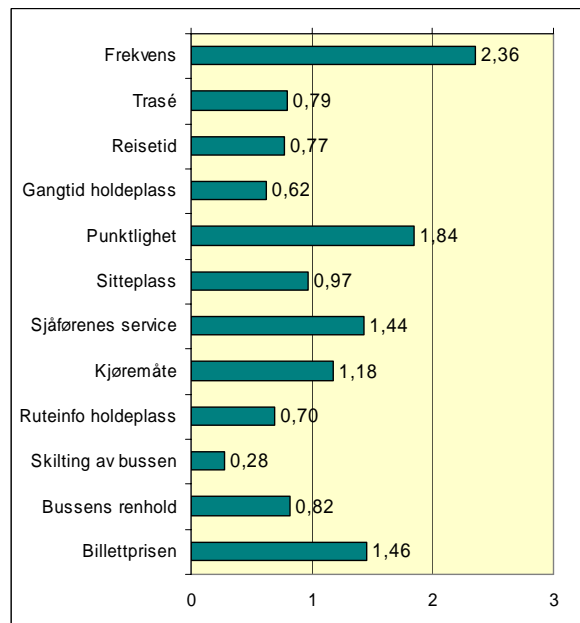


TØI rapport 602/2002

Figur 5.38: Busspassasjerenes oppfatning av om tilbudet står i forhold til prisen. Nettbuss Helgeland. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=608

### 5.8.4 Viktigste kvalitetsfaktor

Passasjerene ble bedt om å angi hvilke av de tolv faktorene de oppfatter som viktigst, nest viktigst, tredje viktigst, fjerde viktigst og femte viktigst. Figur 5.39 viser hvilke faktorer som totalt sett oppfattes som viktige og mindre viktige for passasjerene til Nettbuss Helgeland.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.39: Viktigste kvalitetsfaktorer for busspassasjerene. Nettbuss Helgeland. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=608



Disse fem faktorene oppfattes av passasjerene som viktigst for reisekvaliteten totalt sett:

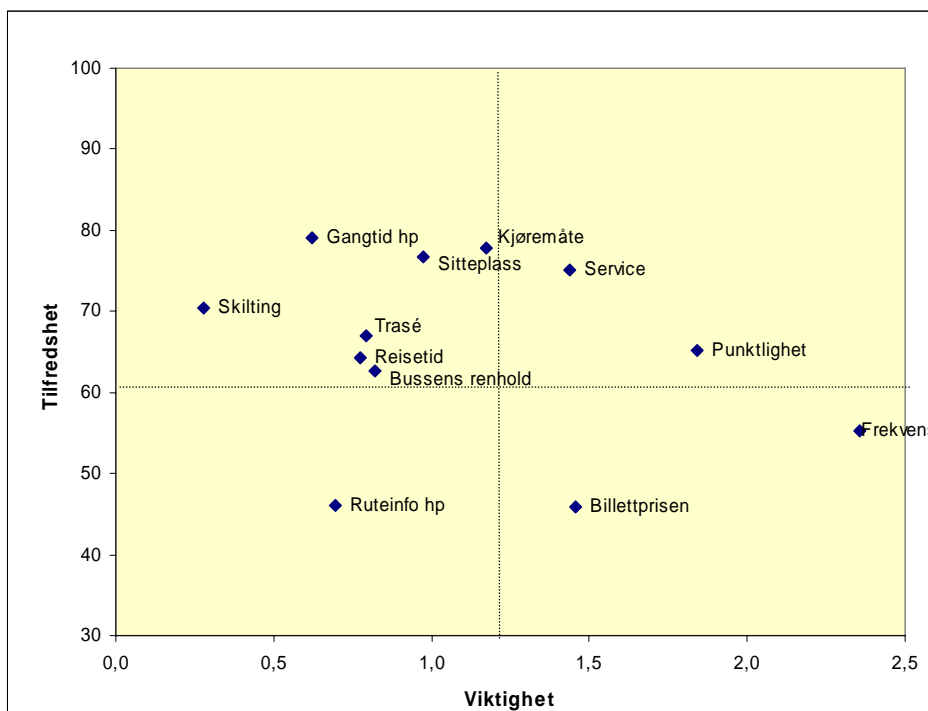
1. Frekvensen
2. Punktligheten
3. Sjøførenes service
4. Billettprisen
5. Sjøførenes kjøremåte

### 5.8.5 Tilfredshet mot viktighet

Som beskrevet i pkt. 4.7, kan vi kategorisere alle kvalitetsfaktorene i fire grupper:

1. Viktighet høy + Tilfredshet lav = Forbedring viktig (nederst til høyre)
2. Viktighet høy + Tilfredshet høy = Vedlikeholde (øverst til høyre)
3. Viktighet lav + Tilfredshet lav = Forbedring mindre viktig? (nederst til venstre)
4. Viktighet lav + Tilfredshet høy = Overføre ressurser? (øverst til venstre)

For Nettbuss Helgeland kan dette illustreres som i Figur 5.40.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.40: Tilfredshet mot viktighet. Nettbuss Helgeland. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=608

#### Kommentarer til figuren:

*Viktighet høy + Tilfredshet lav (forbedring viktig):*

- Frekvens
- Billettpris

*Viktighet høy + Tilfredshet høy (vedlikeholde):*

- Punktlighet
- Service
- (Kjøremåte, nærmer seg denne ruten)

*Viktighet lav + Tilfredshet lav (forbedring mindre viktig?):*

- Ruteinformasjon på holdeplass

*Viktighet lav + Tilfredshet høy (Overføre ressurser?):*

- Skilting
- Gangtid til holdeplass
- Sitteplass
- Trasé
- Reisetid
- Bussens renhold

Vi vil presisere at denne kategoriseringen av faktorene etter viktighet/tilfredshet ikke må tas helt bokstavelig. Hvert selskap må selv bedømme hvordan de vil bruke disse resultatene i det videre arbeidet for å forbedre tilbudet.

### 5.8.6 Inngangsnivå – Nettbuss Helgeland

Inngangsnivået for Nettbuss Helgeland er som følger:

Skåre	Nedre grense	Øvre grense	N
65,1	63,6	66,5	592

Hvis utvalgsstørrelsen er den samme i den neste undersøkelsen, vil vi kunne bruke de nedre og øvre grensene for konfidensintervallet som utgangspunkt for å si om det er signifikante endringer i forhold til inngangsnivået. Dersom det blir signifikante endringer i neste måling, betyr dette imidlertid ikke at man dermed har nådd det kritiske nivået på 90 prosent av inngangsnivå. Dette nivået ligger for det fleste selskaper godt under grensen for statistisk usikkerhet.

## 5.9 Ofotens bilruter

Ofotens bilruter får omtrent halvparten av sine passasjertall fra skoleruter eller kombinerte skole-/regionalruter. I tillegg kjører selskapet en del rene tettstedsruter og en del rene regionalruter.

Selskapet trafikkerer følgende kommuner (i alfabetisk rekkefølge):

- Ballangen
- Evenes
- Narvik

### 5.9.1 Kjennetegn ved passasjerene

De viktigste kjennetegnene ved passasjerene til Ofotens bilruter er presentert nedenfor, Tabell 5.9. Kvinnene utgjør 57 prosent av passasjerene i undersøkelsen og mennene utgjør 43 prosent.

60 prosent av passasjerene er barn og unge under 26 år. Andelen skoleelever/studenter er 54, mens de yrkesaktive utgjør 22 prosent av utvalget. Pensjonistene utgjør en relativt stor gruppe i denne undersøkelsen, sett i forhold til de andre selskapene. Hele 17 prosent av de besvarte skjemaene er fra eldre passasjerer. 33 prosent av passasjerene har førerkort for bil.

Bruken av enkeltbillett er relativt stor, 37 prosent. 47 prosent har brukt skolekort, mens rabattkort og periodekort til sammen utgjør 14 prosent av billettbruken.

64 prosent av passasjerene reiser daglig med buss. 19 prosent reiser 2-4 dager pr. uke og 10 pro-

sent reiser minst en dag pr. uke. Til sammen reiser da 93 prosent minst en dag pr. uke eller oftere.

Nesten 80 prosent av passasjerene til selskapet har mindre enn 6 minutters gange til nærmeste holdeplass.

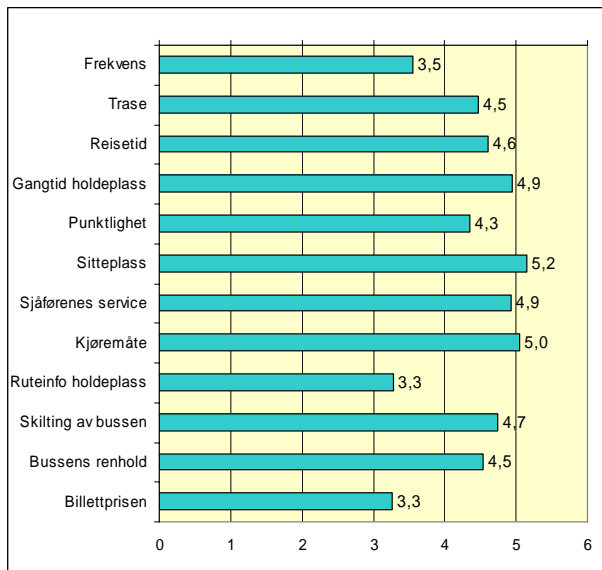
Tabell 5.9: Oversikt over viktigste kjennetegn ved passasjerene til Ofotens bilruter. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=246

Kjennetegn	Prosent
<i>Kjønnsfordeling:</i>	
Menn	43
Kvinner	57
<i>Aldersfordeling:</i>	
< 18 år	33
18-25 år	27
26-45 år	13
46-66 år	16
> 67 år	11
<i>Hovedbeskjeftigelse:</i>	
Yrkesaktive	22
Skoleelever/studenter	54
Pensjonister	17
Annet	6
<i>Andel med førerkort:</i>	
	33
<i>Billettslag:</i>	
Enkeltbillett	37
Periodekort	5
Rabattkort	9
Ungdomskort	1
Skolekort	47
<i>Reisehyppighet med buss:</i>	
Daglig	64
2-4 dager pr. uke	19
Minst en dag pr. uke	10
Minst en dag pr. mnd	5
Sjeldnere	3
<i>Gangtid til holdeplass:</i>	
< 3 min	41
3-5 min	37
6-10 min	14
> 10 min	9
Alle	100
N	246

TØI rapport 602/2002

### 5.9.2 Tilfredshet med kvalitetsfaktorene

Figur 5.41 viser passasjerenes gjennomsnittlige vurdering av de enkelte kvalitetsfaktorene. Faktorene vurderes på en skala fra 1 til 6.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.41: Busspassasjerenes vurdering av kvalitetsfaktorene. Ofotens bilruter. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. Gjennomsnittsskåre. N=246

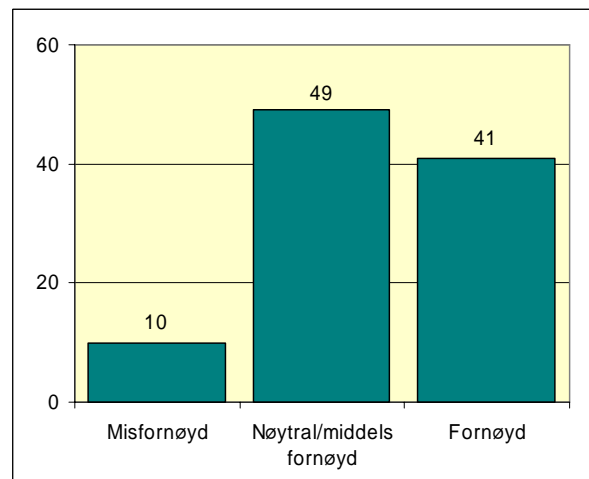
Gjennomsnittsskåre for alle kvalitetsfaktorene for Ofotens bilruter er 4,3.

Passasjerene som reiser med Ofotens bilruter er mest fornøyd med tilgangen til sitteplass i bussen, sjåførenes kjøremåte, sjåførenes service og gangtiden til holdeplassen. De er mindre fornøyd med skiltingen av bussen, reisetiden, traseen, bussens renhold, og punktligheten. De faktorene de er minst fornøyd med er ruteinformasjonen på holdeplassene, billettprisen, frekvensen.

### 5.9.3 Tilfredshet med tilbudet - totalt og i forhold til prisen

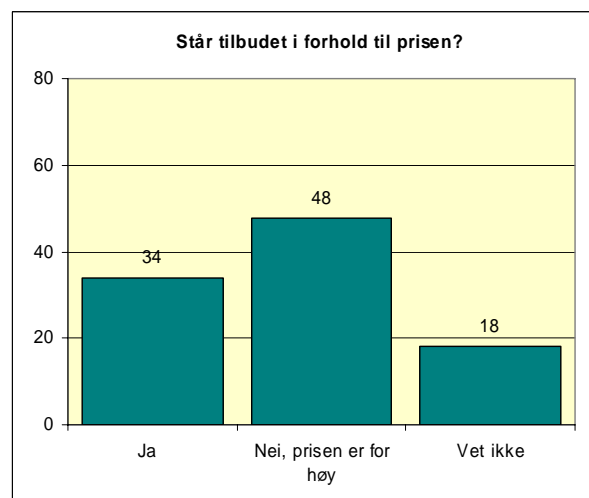
På spørsmål om hvor tilfreds man er med kollektivtilbudet totalt sett (skala fra 1-6), fremkommer det at kun 10 prosent av utvalget ikke er tilfredse med tilbudet (skåre 1 og 2). De som er mer nøytrale i sin vurdering (skåre 3 og 4) utgjør omtrent halvparten, med 49 prosent. De passasjerene som uttrykker tilfredshet med tilbudet (skåre 5 og 6) utgjør 41 prosent, Figur 5.42.

Blant passasjerene til Ofotens bilruter mener 48 prosent at prisen de betaler er for høy i forhold til tilbudet de får, Figur 5.43. Omtrent en tredjedel, 34 prosent, svarer imidlertid ja på spørsmålet om tilbudet står i forhold til prisen og 18 prosent har ingen oppfatning om dette.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.42: Busspassasjerenes tilfredshet med tilbudet totalt på en skala fra 1 til 6 (inndelt i 3 kategorier). Ofotens bilruter. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=246

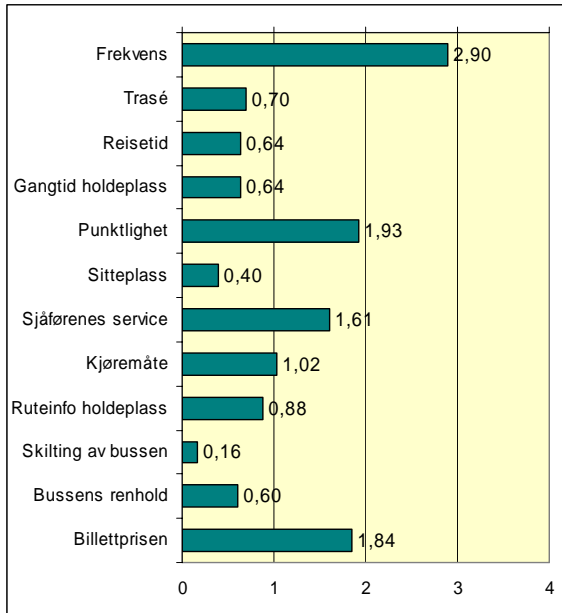


TØI rapport 602/2002

Figur 5.43: Busspassasjerenes oppfatning av om tilbudet står i forhold til prisen. Ofotens bilruter. Brukerundersøkelse blant busspassasjerene, våren 2002. N=246

### 5.9.4 Viktigste kvalitetsfaktor

Passasjerene ble bedt om å angi hvilke av de tolv faktorene de oppfatter som viktigst, nest viktigst, tredje viktigst, fjerde viktigst og femte viktigst. Figur 5.44 viser hvilke faktorer som totalt sett oppfattes som viktige og mindre viktige for passasjerene til Ofotens bilruter.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.44: Viktigste kvalitetsfaktorer for busspassasjerene. Ofotens bilruter. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=246

Disse fem faktorene oppfattes av passasjerene som viktigst for reisekvaliteten totalt sett:

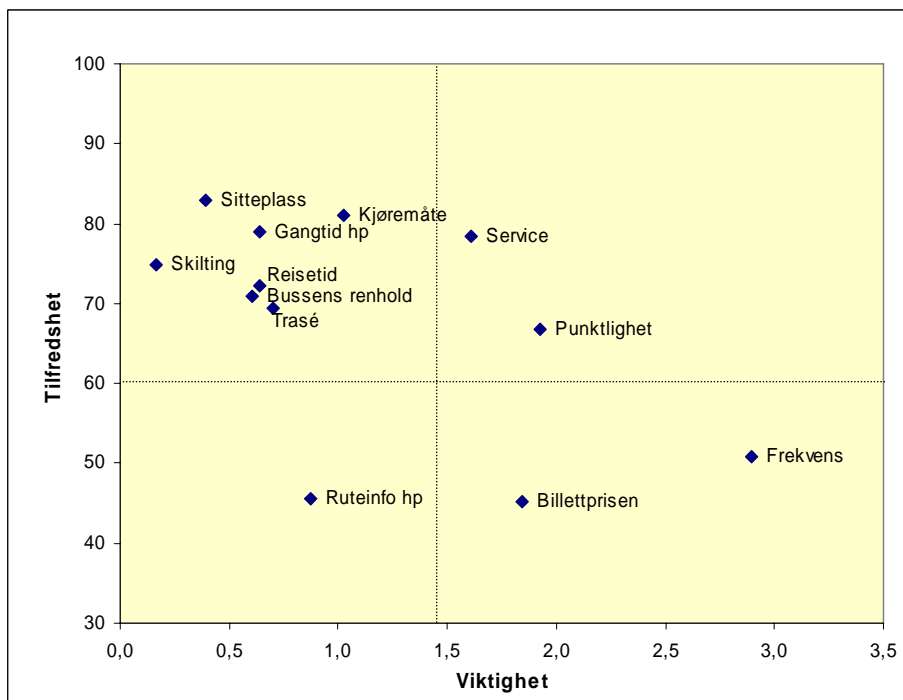
1. Frekvensen
2. Punktligheten
3. Billettprisen
4. Sjåførenes service
5. Sjåførenes kjøremåte

### 5.9.5 Tilfredshet mot viktighet

Som beskrevet i pkt. 4.7, kan vi kategorisere alle kvalitetsfaktorene i fire grupper:

1. Viktighet høy + Tilfredshet lav = Forbedring viktig (nederst til høyre)
2. Viktighet høy + Tilfredshet høy = Vedlikeholde (øverst til høyre)
3. Viktighet lav + Tilfredshet lav = Forbedring mindre viktig? (nederst til venstre)
4. Viktighet lav + Tilfredshet høy = Overføre ressurser? (øverst til venstre)

For Ofotens bilruter kan dette illustreres som i Figur 5.45.



TØI rapport 602/2002

Figur 5.45: Tilfredshet mot viktighet. Ofotens bilruter. Brukerundersøkelse, våren 2002. N=246

**Kommentarer til figuren:***Viktighet høy + Tilfredshet lav (forbedring viktig):*

- Frekvens
- Billettpris

*Viktighet høy + Tilfredshet høy (vedlikeholde):*

- Punktlighet
- Service

*Viktighet lav + Tilfredshet lav (forbedring mindre viktig?):*

- Ruteinformasjon på holdeplass

*Viktighet lav + Tilfredshet høy (Overføre ressurser?):*

- Skilting
- Gangtid til holdeplass
- Sitteplass
- Trasé
- Reisetid
- Bussens renhold
- Kjøreimate

Vi vil presisere at denne kategoriseringen av faktorene etter viktighet/tilfredshet ikke må tas helt bokstavelig. Hvert selskap må selv bedømme hvordan de vil bruke disse resultatene i det videre arbeidet for å forbedre tilbudet.

**5.9.6 Inngangsnivå – Ofotens bilruter**

Inngangsnivået for Ofotens bilruter er som følger:

Skåre	Nedre grense	Øvre grense	N
67,1	64,9	69,3	243

Hvis utvalgsstørrelsen er den samme i den neste undersøkelsen, vil vi kunne bruke de nedre og øvre grensene for konfidensintervallet som utgangspunkt for å si om det er signifikante endringer i forhold til inngangsnivået. Dersom det blir signifikante endringer i neste måling, betyr dette imidlertid ikke at man dermed har nådd det kritiske nivået på 90 prosent av inngangsnivå. Dette nivået ligger for det fleste selskaper godt under grensen for statistisk usikkerhet.

## 6 Avslutning

I denne rapporten har vi presentert resultater fra den første reisekvalitetsundersøkelsen i Nordland. Vi har utviklet en metode for fastsetting av inngangsnivået som de senere kvalitetsmålinger skal måles i forhold til. Inngangsnivået er fastsatt på grunnlag av en vektet kvalitetsindeks som er beskrevet i vedlegg 2 (Vibe 2002).

I andre etappe av prosjektet, som gjennomføres i 2003, skal det utarbeides et analyseopplegg for tolkning av de løpende undersøkelsene mot inngangsnivået. Andre etappe inkluderer også opplegg for datainnsamling og analyser av to nye reisekvalitetsundersøkelser med beregning av oppnådd resultat i forhold til inngangsnivået.

I de senere undersøkelser er det viktig at antallet respondenter ikke blir lavere enn det er i dag. De selskapene som har lavest antall respondenter i denne første undersøkelsen, Stoklands bilruter med 31 respondenter og Andøy trafikklag med 59 respondenter, bør forsøke å øke antallet i de neste undersøkelsene. Dette er viktig for å sikre representativitet og for at endringer i kvalitetsmålet ikke skal skyldes skjevheter i utvalget.

Fordi det i mange selskaper er slik at den yngste passasjergruppen (barn og unge under 18 år) er mindre tilfredse med busstilbudet enn de øvrige passasjerene, vil vi i de senere målingene kunne vekte resultatene innenfor hvert selskap etter alder. Dette er viktig for at ikke selskapene skal risikere å komme under det kritiske nivået kun på grunn av utvalgsskjevheter, dvs endringer i aldersfordelingen.

Vi vil også vurdere selskaper med få enheter (Stokland og Andøy) særskilt. Med så lavt antall enheter må eventuelt et lavere krav til kritisk grense enn 90 prosent vurderes. For de andre selskapene er det ikke noe problem å benytte den kontraktfestede 90 prosent grensen for opprettholdelse av kontrakten.

Analyseopplegget for de videre kvalitetsmålinger og tolkning av de løpende undersøkelsene mot inngangsnivået vil bli drøftet i et senere arbeidsdokument.

# Referanser

- Dutka, A. 1993  
*AMA. Handbook for Customer Satisfaction. A Complete Guide to Research, Planning and Implementation.* American Marketing Association
- Carlsson, C. 2001  
"The Use of Quality Surveys". Haglund, L. og Stålhammar, A. (eds.): *Market and Service Orientation in Public Transportation.* Karlstad University Studies, 2001:08
- Fornell, C. 1992  
"A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience." *Journal of Marketing, Volume 56, Number 1, pp.6-21*
- Haglund, L. 2001  
"Markets and the Study of Customers in Public Transportation in Sweden". Haglund, L. og Stålhammar, A. (eds.): *Market and Service Orientation in Public Transportation.* Karlstad University Studies, 2001:08
- Kjørstad, K.N., Lodden, U.B., Fearnley, N. og Norheim, B. 2000  
*Samlet evaluering av tiltakspakker for kollektivtransport i byområder – 1996/97.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 497/2000
- Kjørstad, K.N. 1995  
*Kollektivtrafikanteres preferanser i Moss, Grenland, Kristiansand, Ålesund og Tromsø.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 312/1995
- Kjørstad, K.N. 1997  
*Markedsføring av kollektivtransport. Analyser av markedsføringskampanjene innenfor Forsøksordningen for kollektivtransport.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 360/1997
- Norheim, B. og Stangeby, I. 1995  
*Fakta om kollektivtransport. Erfaringer og løsninger for byområder.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 307/1995
- Ruud, A., Tuveng, I. og Norheim, B. 2001  
*Målrettet kollektivtransport. Delrapport 3: Trafikanterens verdsetting av tilbudet.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 545/2001
- Transportation Research Board (TRB), 1999  
*A Handbook for Measuring Customer Satisfaction and Service Quality. TCRP Report 47.* Transportation Research Board. Washington, D.C., National Academy Press. ISBN 0-309-06323-X
- Vibe, N. 2002  
*Fastsetting av inngangsnivå for tilfredshet med busstilbudet i Nordland fylke.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI arbeidsdokument PT/1624/02





# Vedlegg





# BUSSELSKAP

## Bussrute nr X

### Kjære bussreisende

Nordland fylkeskommune og trafikkselskapene arbeider kontinuerlig med å utvikle kollektivtilbudet i tråd med trafikantenes ønsker og behov. I den sammenheng ønsker vi derfor å vite hva du synes om den bussreisen du nå foretar. Skjemaet kan leveres til den personen du fikk det av, legge det i boksen ved utgangen eller putte det i nærmeste postkasse. Skjemaet vil bli konfidensielt behandlet.

**Premie! Vi trekker tre vinnere blant dem som er med på denne undersøkelsen. Vinnerne vil få et månedskort hver.**

Ønsker du å bli med i trekningen, fyll ut navn og adresse på baksiden. NB! Alle skjemaer behandles konfidensielt.

1. I hvilket år er du født? 19 \_\_\_\_\_

2. Er du mann eller kvinne?

Mann  Kvinne

3. Hva regner du som din hovedbeskjeftigelse? (ett kryss)

Yrkesaktiv .....	<input type="checkbox"/>
Hjemmearbeidende .....	<input type="checkbox"/>
Skoleelev/student .....	<input type="checkbox"/>
Militær-/siviltjeneste .....	<input type="checkbox"/>
Pensjonist .....	<input type="checkbox"/>
Arbeidsledig/trygdet .....	<input type="checkbox"/>
Annet, spesifiser _____	<input type="checkbox"/>

4. Hvor ofte reiser du vanligvis kollektivt?

Daglig (hverdager) .....	<input type="checkbox"/>
To til fire dager pr uke .....	<input type="checkbox"/>
Minst en dag pr uke .....	<input type="checkbox"/>
Minst en dag pr måned .....	<input type="checkbox"/>
Sjeldnere enn en dag pr måned .....	<input type="checkbox"/>

5. Når gikk du på bussen?

06-09 .....	<input type="checkbox"/>
09-15 .....	<input type="checkbox"/>
15-17 .....	<input type="checkbox"/>
17-24 .....	<input type="checkbox"/>

6. Hvor lang er gangtiden hjemmefra til nærmeste holdeplass?

Minutter: \_\_\_\_\_

7. Hva slags billett bruker du på denne reisen? (ett kryss)

Enkeltbillett .....	<input type="checkbox"/>
Periodekort (månedskort) .....	<input type="checkbox"/>
Rabattkort (klippe kort) .....	<input type="checkbox"/>
Ungdomskort .....	<input type="checkbox"/>
Skolekort: .....	<input type="checkbox"/>

8. Nedenfor er en liste med ulike sider ved kollektivtilbudet.

Vi vil gjerne at du på en skala fra 1 til 6 vurderer disse.

1 = meget misfornøyd og 6 = meget fornøyd. (ett kryss for hver linje)

	Meget misfornøyd	1	2	3	4	5	6	Meget fornøyd
a	Hvor ofte bussen går (frekvens) .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b	Hvor bussen går/traseen .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c	Reisetiden på bussen .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d	Gangavstand til nærmeste holdeplass .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e	Hvor presise bussene er .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f	Tilgjengelig sitteplass i bussen .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g	Sjåførens kundeservice .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h	Sjåførens måte å kjøre bussen på .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i	Ruteinformasjonen på holdeplassene .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j	Skiltingen av bussen .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k	Bussens renhold .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l	Billettprisen .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Hvilke fem punkter fra spm 8 er de viktigste for deg? Det viktigste punktet rangeres som nr 1, det nest viktigste som nr 2 osv.

Eksempel: Hvis du mener at sjåførens service er det viktigste, sett bokstav g) som nr 1 i tabellen under.

	Sett inn bokstav fra spm 8
1. Viktigst .....	<input type="checkbox"/>
2. Nest viktigst .....	<input type="checkbox"/>
3. Tredje mest viktig .....	<input type="checkbox"/>
4. Fjerde mest viktig .....	<input type="checkbox"/>
5. Femte mest viktig .....	<input type="checkbox"/>

**10. Totalt sett – hvor tilfreds er du med tilbudet?**

Meget  
misfornøyd

Meget  
fornøyd

Kryss av din vurdering .....  **1**  **2**  **3**  **4**  **5**  **6**

**11. Opplever du at tilbudet står i forhold til prisen du betaler?**

Ja.....   
 Nei, prisen er for høy.....   
 Nei, prisen er for lav.....   
 Vet ikke.....

**12. Hvor mange biler har eller disponerer husholdningen din?**

Ingen  (1) 1 bil  (2) 2 eller flere  (3)

**13. Har du førerkort for bil? Ja**  (1) **Nei**

**14. Hadde du mulighet til å bruke bil på akkurat denne reisen?**

Ja  Nei

Fordi vi ønsker å følge utviklingen fremover ønsker vi å rekruttere et utvalg (panel) blant kollektivpassasjerene. Å være med i et panel betyr at du vil få tilsendt et kort spørreskjema om forhold ved kollektivtilbudet to ganger i året. Panel-deltakerne vil hver gang være med i trekning av et gavekort pålydende kr 1000,-.

**Vil du være med i et slikt panel?**

Ja  Nei

Har du svart ja til å være med i et panel skriver du navn og adresse i rubrikken under. Du vil da også automatisk være med i trekningen av tre månedskort.

Hvis du ikke ønsker å være med i panelet, men ønsker å være med i trekningen av tre månedskort, skriv navn og adresse i samme rubrikk nedenfor.

**NB! Alle skjemaer behandles konfidensielt.**

Navn: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_

Postnr/-sted \_\_\_\_\_

Kan sendes  
ufrankert  
i Norge.  
Adressaten  
vil betale  
porto.

**SVARSENDING**

Avtale nr: 701108/908

Nordland fylkeskommune  
Samferdselsavdelingen  
8001 BODØ

**Tusen takk for hjelpen!**

**God reise videre!**

# Vedlegg 2

Arbeidsdokument av 12.11.02  
2779 Reisekvalitetsundersøkelse i Nordland  
Forskningsleder Nils Vibe

PT/1624/02

## Fastsetting av inngangsnivå for tilfredshet med busstilbudet i Nordland fylke

<b>1 Innledning</b> .....	<b>2</b>
<b>2 Datagrunnlaget</b> .....	<b>2</b>
2.1 Forekomst av manglende informasjon .....	3
2.1 Hvordan behandles ubesvart? .....	5
<b>3 Et sammensatt mål for total tilfredshet</b> .....	<b>6</b>
3.1 Rangordning av kvalitetsfaktorene .....	7
3.2 Beregning av kvalitetsindeks .....	8
3.3 Inngangsnivå for de enkelte selskapene .....	10

# 1 Innledning

I forbindelse med undersøkelsene som ble gjort i april 2002 blant passasjerene til ni av trafikksekskapene i Nordland skal det for hvert selskap fastsettes et mål for den totale tilfredsheten med busstilbudet. Dette målet kan benyttes til å rangordne de ni selskapene i forhold til hverandre etter kundetilfredshet, samtidig som det skal være et sammenligningsgrunnlag ved seinere undersøkelser. Ideen er at hvert enkelt selskap skal måles ut fra resultatet i denne første undersøkelsen og at dette resultatet dermed representerer inngangsnivået for tilfredshet med busstilbudet til selskapet. I dette arbeidsdokumentet skal vi gjøre nærmere rede for hvordan vi kommer fram til et slikt mål og hva resultatet blir for hvert enkelt selskap.

## 2 Datagrunnlaget

Undersøkelsen er basert på et spørreskjema som deles ut blant de reisende. I alt 3217 skjemaer er returnert fra de ni selskapene, varierende fra 31 til 621 skjemaer fra hvert selskap. For fastsetting av inngangsnivået for tilfredshet er det 14 av spørsmålene i skjemaet som har relevans. 12 av spørsmålene gjelder tilfredshet med ulike sider ved kollektivtilbudet: *"Nedenfor er en liste med ulike sider ved kollektivtilbudet. Vi vil gjerne at du på en skala fra 1 til 6 vurderer disse. 1 = meget misfornøyd og 6 = meget fornøyd."*

KVALITETSAKTOR	Meget misfornøyd = 1	2	3	4	5	Meget fornøyd = 6
Hvor ofte bussen går (frekvens)						
Hvor bussen går/traseen						
Reisetiden på bussen						
Gangavstand til nærmeste holdeplass						
Hvor presise bussene er						
Tilgjengelig sitteplass i bussen						
Sjåførenes kundeservice						
Sjåførenes måte å kjøre bussen på						
Ruteinformasjonen på holdeplassene						
Skiltingen av bussen						
Bussens renhold						
Billettprisen						

Et av spørsmålene gjelder totaltilfredshet: *"Total sett – hvor tilfreds er du med tilbudet?"* Her benyttes samme 6 punkts skala som for de 12 kvalitets-spørsmålene.

Endelig blir den reisende bedt om å rangordne de fem sidene ved kollektivtilbudet som oppleves som viktigst: *"Hvilke fem punkter fra spm 8 er de viktigste for deg? Det viktigste punktet rangeres som nr 1, det nest viktigste som nr 2 osv."*

## 2.1 Forekomst av manglende informasjon

Som ved alle undersøkelser der respondenten selv fyller ut skjemaet, er det også i denne undersøkelsen en del tilfeller der spørsmålene ikke er besvart. Før vi går videre, må vi ta stilling til hvordan vi håndterer dette problemet. Tre forskjellige problemstillinger må besvares:

- Er det noen av respondentene som har latt være å besvare spesielt mange av spørsmålene ?
- Er det noen av spørsmålene som er ubesvart av spesielt mange respondenter
- Er det noen av selskapene som avviker fra gjennomsnittet når det gjelder ubesvarte spørsmål?

Tabell 2.1: Antall ubesvarte spørsmål etter spørsmålstype

	Antall ubesvarte kvalitetsspørsmål		Antall ubesvarte rangeringss spørsmål		Ikke besvart total tilfredshet	
	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent
0	2725	84.7%	2649	82.3%	3100	96.4%
1	254	7.9%	53	1.6%	117	3.6%
2	70	2.2%	28	.9%		
3	41	1.3%	37	1.2%		
4	19	.6%	204	6.3%		
5	17	.5%	246	7.6%		
6	11	.3%				
7	9	.3%				
8	7	.2%				
9	7	.2%				
10	6	.2%				
11	16	.5%				
12	35	1.1%				
Sum	3217	100.0%	3217	100.0%	3217	100.0%

Når det gjelder de 12 kvalitetsspørsmålene, viser det seg at 84,7 prosent av de spurte har besvart samtlige spørsmål, mens 7,9 prosent har unnlatt å besvare bare ett av spørsmålene. På den annen side har 35 respondenter ikke besvart noen av spørsmålene, mens 16 har besvart bare ett spørsmål. 82,3 prosent har rangert 5 kvalitetsfaktorer, mens 246, eller 7,6 prosent, ikke har rangert noen av faktorene. Endelig er det 3,6 prosent, eller 117 av respondentene som ikke har besvart spørsmålet om total tilfredshet.

Tabell 2.2: Grupper av respondenter inndelt etter hvilke spørsmål som er besvart

Count		Besvarte kvalitetsspørsmål			
Ikke besvart total tilfredshet			To eller flere besvart	Ett eller ingen besvart	Total
			Besvart totalt tilfredshet	Besvarte rangeringsspørsmål	
		Ingen rangert	178	17	195
	Total		3073	27	3100
Ikke besvart total tilfredshet	Besvarte rangeringsspørsmål	Minst en rangert	65	1	66
		Ingen rangert	28	23	51
	Total		93	24	117

Av de 3217 respondentene er det 2895 som har besvart spørsmålet om total tilfredshet, samtidig som de har rangert minst en av kvalitetsfaktorene og besvart minst to av de 12 kvalitetsspørsmålene. På den annen side er det 23 respondenter som ikke har besvart spørsmålet om total tilfredshet, samtidig som de ikke har rangert noen av kvalitetsfaktorene og heller ikke besvart noen eller bare ett av de 12 kvalitetsspørsmålene. Når det gjelder de enkelte av de 12 kvalitetsspørsmålene, viser det seg at andelen ubesvarte varierer mellom 2,6 prosent (kjøremåte) og 6,2 prosent (trase).

Tabell 2.3: Besvarte kvalitetsspørsmål etter selskap

		Besvarte kvalitetsspørsmål			
		2 eller flere besvart		Ett eller ingen besvart	
		Prosent	Antall	Prosent	Antall
Selskap	Saltens bilruter	99%	513	1%	4
	Nordtrafikk Sortland	98%	595	2%	11
	Nordtrafikk Lofoten	99%	612	1%	9
	Torghatten trafikkselskap	99%	396	1%	4
	Nordtrafikk Salten	98%	126	2%	3
	Andøy trafikklag	98%	58	2%	1
	Stoklands bilruter	100%	31		
	Nettbuss Helgelandske	97%	592	3%	16
	Ofotens bilruter	99%	243	1%	3

Det viser seg at ingen av selskapene utmerker seg med spesielt høy andel som ikke har besvart de 12 kvalitetsspørsmålene. Inntil 3 prosent har ikke besvart noen eller bare ett av disse spørsmålene.



Tabell 2.4: Ubesvarte rangordensspørsmål etter selskap

		Besvarte rangeringsspørsmål			
		Minst en rangert		Ingen rangert	
		Prosent	Antall	Prosent	Antall
Selskap	Saltens bilruter	95%	492	5%	25
	Nordtrafikk Sortland	90%	548	10%	58
	Nordtrafikk Lofoten	93%	575	7%	46
	Torghatten trafikkelskap	93%	372	7%	28
	Nordtrafikk Salten	90%	116	10%	13
	Andøy trafikklag	95%	56	5%	3
	Stoklands bilruter	94%	29	6%	2
	Nettbuss Helgelandske	90%	550	10%	58
	Ofotens bilruter	95%	233	5%	13

Andelen helt uten rangordning av kvalitetsfaktorene varierer fra 5 til 10 prosent, så heller ikke her kan vi si at variasjonen mellom selskapene er spesielt stor.

Tabell 2.5: Ubesvart spørsmål om total tilfredshet etter selskap

		Ikke besvart total tilfredshet			
		Besvart total tilfredshet		Ikke besvart total tilfredshet	
		Prosent	Antall	Prosent	Antall
Selskap	Saltens bilruter	99%	510	1%	7
	Nordtrafikk Sortland	95%	576	5%	30
	Nordtrafikk Lofoten	97%	601	3%	20
	Torghatten trafikkelskap	98%	391	2%	9
	Nordtrafikk Salten	92%	119	8%	10
	Andøy trafikklag	98%	58	2%	1
	Stoklands bilruter	97%	30	3%	1
	Nettbuss Helgelandske	95%	580	5%	28
	Ofotens bilruter	96%	235	4%	11

Andelen som ikke har besvart spørsmålet om total tilfredshet varierer mellom 1 og 8 prosent. Totalt sett kan det se ut til at ubesvartandelene er noe høyere for Nordtrafikk Salten, Nordtrafikk Sortland og Nettbuss Helgeland enn for de andre selskapene, men forskjellene mellom selskapene er langt fra dramatiske.

## 2.1 Hvordan behandles ubesvart?

I hovedsak har vi to valg når det gjelder å håndtere problemet med manglende informasjon. Vi kan enten holde respondenter der vi mangler vesentlig

informasjon utenfor, eller vi kan erstatte manglende informasjon med verdier som vi henter fra det øvrige materialet. I det siste tilfellet er det vanlig å erstatte manglende informasjon med gjennomsnittsverdier. I vårt tilfelle synes det fornuftig med en kombinasjon av disse strategiene.

Ettersom tanken er å la svarene på de 12 kvalitetsspørsmålene inngå direkte i beregningsgrunnlaget for inngangsverdiene for selskapene, virker det lite rimelig å inkludere respondenter som ikke har besvart noen eller bare ett av disse spørsmålene. Når det gjelder rangeringsspørsmålene, skal disse brukes på aggregert nivå, dvs at vi ut fra svarene på disse spørsmålene lager vekter som bestemmer hvor mye svarene på kvalitetsspørsmålene skal telle i det endelige samlede kvalitetsmålet. Det er dermed ikke så kritisk om vi mangler rangeringsinformasjonen for en mindre andel av utvalget. Spørsmålet om total tilfredshet skal inngå med en mindre andel i det endelige målet. Når dette spørsmålet er ubesvart, kan vi basere oss ensidig på det beregnede kvalitetsmålet.

Konklusjonen blir dermed at vi holder de 51 respondentene som ikke har besvart noen eller bare ett av de 12 kvalitetsspørsmålene helt utenfor de videre beregningene. Dette utgjør 1,6 prosent av utvalget og er ikke spesielt mye. Når vi holder denne gruppa utenfor, er det fordi vi ønsker en beregningsmåte som er så robust som mulig. Dette er viktig fordi undersøkelsen skal gjentas, og resultatene fra nye undersøkelser skal sammenliknes med den opprinnelige.

For de øvrige 3166 respondentene erstatter vi ubesvart med gjennomsnittsverdier for de 12 kvalitetsspørsmålene. Fordi det er en viss variasjon selskapene i mellom, benytter vi gjennomsnittsverdien for hvert enkelt selskap som erstatning der spørsmålet er ubesvart. Alle de 13 spørsmålene har en heltallsskala som går fra 1 (Meget misfornøyd) til 6 (Meget fornøyd). Gjennomsnittsverdien er lik det aritmetiske gjennomsnittet og vil dermed ikke bli et heltall.

Når det gjelder spørsmålet om rangordning av kvalitetsfaktorene etter viktighet, baserer vi oss på den informasjonen vi har fra de som har besvart dette spørsmålet. Her er det ikke aktuelt å erstatte ubesvart med gjennomsnittsverdier ettersom det ikke gir mening å operere med hvilken faktor det er som er gjennomsnittlig viktigst, nest viktigst osv.

### **3 Et sammensatt mål for total tilfredshet**

Det finnes allerede et spørsmål som gjelder total tilfredshet i undersøkelsen, men vi ønsker å bruke mer av den informasjonen som er tilgjengelig. Ideen er å lage et sammensatt mål som kan gi større variasjon enn det vi får med bare ett spørsmål med en seks punkts skala der 57 prosent har svart 4 eller 5 og der 3 prosent ikke har besvart spørsmålet i det hele tatt. Vi tenker oss en fire trinns prosess fram til et samlet mål for tilfredshet:

1. Vi tar utgangspunkt i spørsmålet om rangordning av de 12 kvalitetsfaktorenes viktighet og beregner ut fra de resultatene vi finner i hele materialet en gjennomsnittsverdi for hver enkelt faktors viktighet.

2. Vi multipliserer tallverdien for hver enkelt respondents svar på de 12 kvalitetsspørsmålene med den gjennomsnittlige viktighetsverdien for hvert av spørsmålene. (Når en respondent har krysset av for verdien 2 i spørsmålet om frekvens, og frekvens har en gjennomsnittlig viktighetsverdi på 2,4, får svaret på dette spørsmålet verdien 4,8).
3. Vi summerer de verdiene vi får i pkt 2 til en indeksverdi for hver enkelt respondent. Her vil de 12 kvalitetsspørsmålene få ulik vekt ut fra resultatene av beregningene i pkt 1.
4. Vi lager et endelig mål der indeksen vi har laget inngår med tre fjerdedeler og svaret på enkeltspørsmålet om total tilfredshet teller en fjerdedel.

### 3.1 Rangordning av kvalitetsfaktorene

Hver enkelt respondent har rangert inntil 5 kvalitetsfaktorer etter hvor viktige de er. Når en kvalitetsfaktor er rangert som viktigst av en respondent, får den skåren 5 av denne respondenten; nest viktigst = 4; tredje viktigst = 3; fjerde viktigst = 2 og femte viktigst = 1. De kvalitetsfaktorene som respondenten ikke har nevnt blant de fem viktigste får alle skåren 0. Dette gjøres for alle respondentene, og vi kan summere opp en total skåre for alle de 12 kvalitetsfaktorene. Denne skåren kan igjen deles på antall respondenter i undersøkelsen slik at hver kvalitetsfaktor får en gjennomsnittlig skåre som kan brukes som vekt i de videre beregningene.

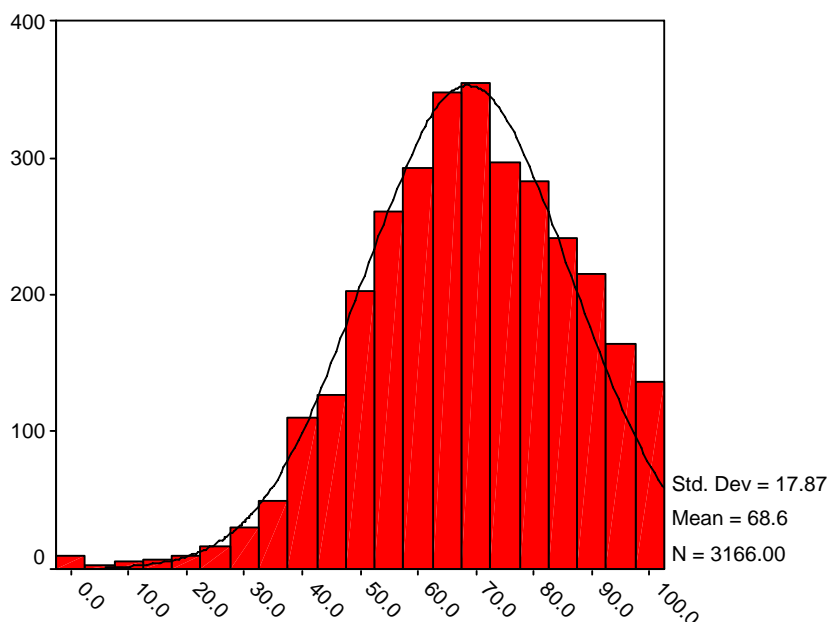
Tabell 3.1: De enkelte kvalitetsfaktorenes beregnede viktighet

	Gjennomsnittlig viktighet
Viktighet frekvens	2.44
Viktighet punktlighet	1.81
Viktighet billettpris	1.69
Viktighet service	1.63
Viktighet kjøremåte	1.12
Viktighet reisetid	.78
Viktighet sitteplass	.76
Viktighet ruteinformasjon	.73
Viktighet renhold av buss	.73
Viktighet trase	.73
Viktighet gangavstand	.58
Viktighet skilting av buss	.23

Tabellen viser hver enkelt faktors viktighet som et gjennomsnitt for hele utvalget. Vi ser at frekvens er klart viktigst, og mer en ti ganger så viktig som det minst viktige, nemlig skilting av bussen. Punktlighet, pris og service kommer ut med omtrent samme viktighet, mens det er et stykke ned til kjøremåte, som er rangert som femte viktigste kvalitetsfaktor. Reisetid, sitteplass, ruteinformasjon, renhold og trase kommer også ut med omtrent samme viktighet. Gangavstand har den nest laveste skåren.

### 3.2 Beregning av kvalitetsindeks

De gjennomsnittsverdiene vi har fått kan nå benyttes direkte som vekter, slik det er beskrevet ovenfor. Tallverdien for det svaret respondenten har gitt for en bestemt kvalitetsfaktor multipliseres med verdien i tabellen ovenfor. Vi får dermed en ny verdi for hver respondent på hvert enkelt av de 12 spørsmålene og disse verdiene legges sammen til en indeks, som er en vektet kvalitetsindeks. Hvis en respondent for eksempel har gitt verdien 3 som uttrykk for tilfredshet med frekvens, ganges denne verdien med 2,44, har han gitt verdien 5 på spørsmålet om trase, ganges denne verdien med 0,73 osv. Dette gjøres for alle 12 kvalitetsfaktorer og verdiene summeres. Resultatet av dette er en indeks som går fra 13,23 for de som har svart 'Meget misfornøyd' på alle 12 spørsmål til 79,38 for de som har svart 'Meget fornøyd' på alle spørsmål. Vi ønsker en skala som går fra 1 til 100 og regner om indeksen slik at vi får dette resultatet for hele materialet:

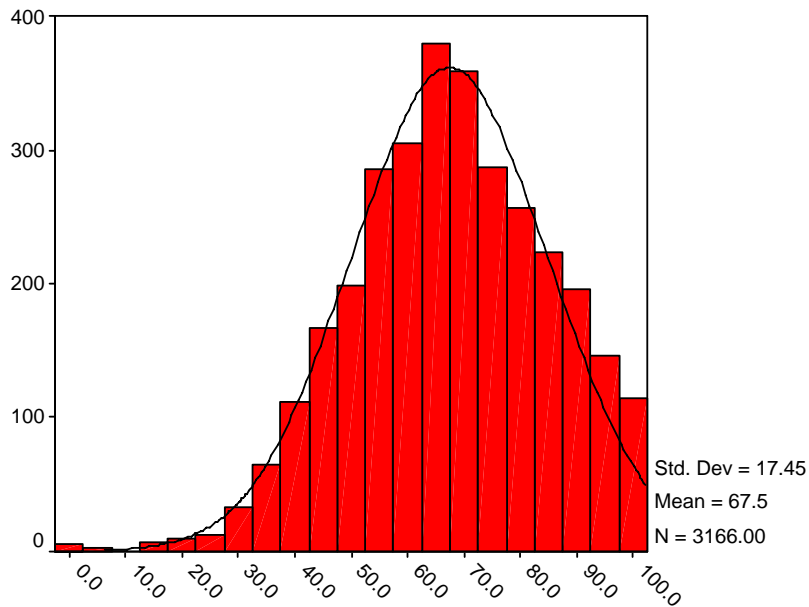


Figur 3.1: Vektet kvalitetsindeks

Vi får et resultat som er svært nær normalfordelt (den tynne kurven i figuren), noe som i denne sammenheng er et ideal. Gjennomsnittsverdien på 100-punkt skalaen er 68,6. Når standardavviket er 17,87 betyr det at drøyt to tredjedeler av respondentene i materialet er å finne mellom verdiene 50,7 og 86,5 (gjennomsnittet +/- 1 standardavvik).

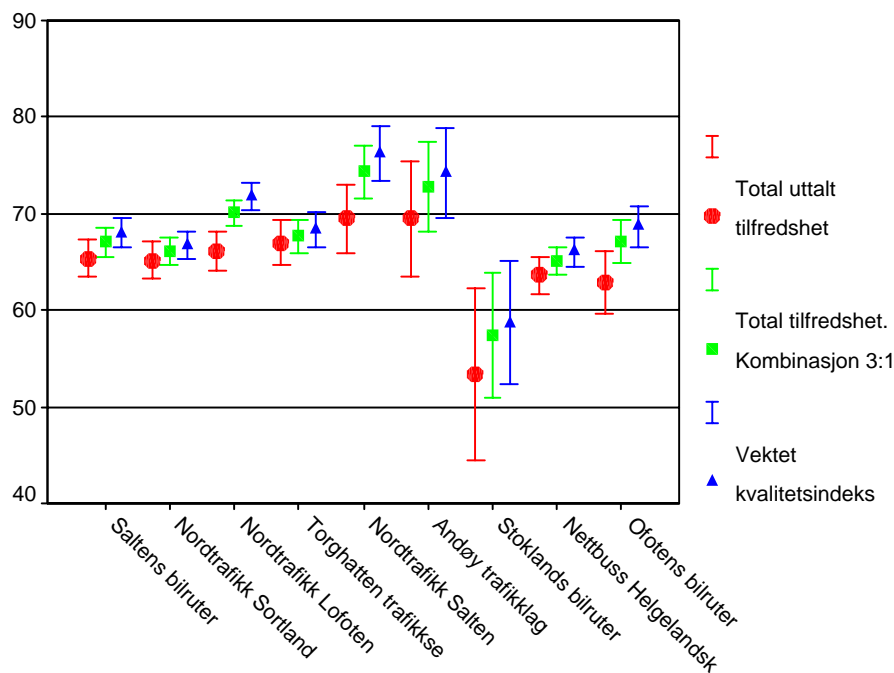
Siste trinn i prosessen er å dra nytte av den informasjonen som ligger i spørsmålet som ble stilt om total tilfredshet. Dette spørsmålet gjøres om fra en 6 punkts til en 100 punkts skala slik at det kan sammenlignes direkte med indeksen vi nettopp har laget. Vi ønsker at indeksen skal telle tre fjerdedeler i det nye kombinerte målet, mens enkeltspørsmålet om total tilfredshet teller en fjerdedel. Etter en del

forutgående tester har vi funnet ut at dette styrkeforholdet er det som gir det gunstigste resultatet ved at det ligger nærmest en normalfordeling og har relativt lite variasjon slik at sikkerheten i estimatene blir størst mulig. For de respondene som ikke har besvart spørsmålet om total tilfredshet bruker vi bare den beregnede vektete kvalitetsindeksen.



Figur 3.2: Total tilfredshet. Kombinert mål

Også her får vi en meget gunstig fordeling som ligger nær normalfordelingen (den tynne kurven). Når vi sammenligner den rene vektete indeksen, enkeltspørsmålet og det kombinerte målet får vi disse resultatene for selskapene:



Figur 3.3: Tre mål for tilfredshet for de ni selskapene

De røde sirklene angir gjennomsnittsverdien for uttalt total tilfredshet for selskapene, dvs enkeltspørsmålet om total tilfredshet, mens den lodrette røde streken angir usikkerheten rundt dette gjennomsnittsmålet. Usikkerheten er på 5 prosent nivå. De blå trekantene angir gjennomsnittsverdien for den vektete kvalitetsindeksen. Kombinasjonsmålet er den grønne firkanten mellom den rene uttalte tilfredsheten (til venstre) og den vektete indeksen (til høyre). Kombinasjonsmålet har omtrent samme usikkerhet som den vektete indeksen.

For tre av selskapene (Nordtrafikk Lofoten, Nordtrafikk Salten og Ofotens bilruter) er det signifikante forskjeller i de resultatene vi får når vi bruker den vektete kvalitetsindeksen i forhold til total uttalt tilfredshet. Det ser vi ved at de blå og røde lodrette strekene ikke overlapper hverandre.

Forskjellen mellom kombinasjonsindeksen og total uttalt tilfredshet er mindre, men fortsatt er det en signifikant forskjell for ett av selskapene (Nordtrafikk Lofoten).

### 3.3 Inngangsnivå for de enkelte selskapene

Når vi velger det kombinerte målet, får vi følgende inngangsnivå for hvert selskap, med konfidensintervall på 5 prosent nivå:

Tabell 3.2: Kombinert tilfredshetsindeks Inngangsnivå med usikkerhetsintervall for ni selskaper

Selskap	Skåre	Nedre grense	Øvre grense	Antall respondenter
Saltens bilruter	67.0	65.6	68.5	513
Nordtrafikk Sortland	66.1	64.7	67.4	595
Nordtrafikk Lofoten	70.1	68.7	71.4	612
Torghatten trafikkselskap	67.7	66.0	69.4	396
Nordtrafikk Salten	74.3	71.5	77.1	126
Andøy trafikklag	72.8	68.3	77.3	58
Stoklands bilruter	57.4	51.1	63.6	31
Nettbuss Helgeland	65.1	63.6	66.5	592
Ofotens bilruter	67.1	64.9	69.3	243
Alle selskaper	67.5	66.8	68.1	3166

Hvis utvalgsstørrelsen er den samme i etterundersøkelsen, vil vi kunne bruke de nedre og øvre grensene for konfidensintervallet som utgangspunkt for å si om det er signifikante endringer i forhold til inngangsnivået. Usikkerheten vil avhenge av utvalgsstørrelsen, men vi kan ikke beregne usikkerhet direkte fra utvalgsstørrelsen fordi usikkerheten også vil avhenge av variasjonen i materialet. Grovt sett ser det ut til at vi må regne med en usikkerhet på 7 poeng for et utvalg på 25 personer og 1,4 for et utvalg på 600. Tommefingerregelen er at usikkerheten minsker med en faktor som er lik kvadratroten av den faktoren man øker utvalget med, slik at et utvalg på 100 personer har dobbelt så stor feilmargin som et på 400. For denne typen undersøkelser kan vi regne med disse marginene, med forbehold om at variasjonen ikke nødvendigvis er den samme fra undersøkelse til undersøkelse og mellom selskapene:

N=25: +/- 7 poeng

N=50: +/- 5 poeng

N=100: +/- 3,5 poeng

N=200: +/- 2,5 poeng

N=400: +/- 1,7 poeng

N=600: +/- 1,4 poeng

N=1000: +/- 1,1 poeng