



RF – Rogalandsforskning. <http://www.rf.no>

Christin Berg

**Parkering på Holmen (Stavanger sentrum) –
Vurderinger av næringslivets
parkeringsbehov**

Rapport RF – 2001/210

Oppdragsgiver: Stavanger Parkeringsselskap

ISBN: 82-490-0140-0

Gradering: Åpen

RF - Rogalandsforskning er sertifisert etter et kvalitetssystem basert på NS - EN ISO 9001

Forord

Denne rapporten tar for seg næringslivets behov for parkering i Holmenområdet i Stavanger sentrum. Analysene baserer seg på en kvantitativ kartlegging blant eiere og næringsdrivende i området og to referanseområder, og utfyllende gruppesamtaler blant næringsdrivende i Holmenområdet.

Prosjektet har vært gjennomført på oppdrag for Stavanger Parkeringsselskap. Christin Berg vært prosjektleder og Gottfried Heinzerling har vært kvalitetssikrer.

Vi benytter anledningen til å rette en stor takke informantene som i en travel hverdag, tok seg tid til å besvare spørreskjema og delta i gruppesamtaler. Vi vil også takke Stavanger Næringsforening for hjelp til kvalitetssikring av spørreskjema og Stavanger Parkeringsselskap for konstruktiv tilbakemelding i løpet av prosjektperioden.

Stavanger, 08.10.2001

Christin Berg, prosjektleder

Innhold

1	INNLEDNING	5
2	DATA OG METODE.....	6
2.1	Valg av metodisk tilnærming	6
2.2	Datainnsamlingen.....	7
3	PRESENTASJON OG ANALYSE AV RESULTATER.....	9
3.1	Et bilde av virksomheter og næringslokaler på Holmen	9
3.2	Vurderinger av Holmen som næringsområde	13
3.3	Parkerings situasjonen på Holmen.....	15
3.4	Vurderinger av behov for parkering.....	16
4	PERSPEKTIVERING	21
	VEDLEGG	27

Figurer

Figur 1. Oversikt over undersøkelsesområdet	5
Figur 2. Hvilken type virksomhet egner lokalet-/ene seg for? Svar fra eiere og næringsdrivende i prosent av antall svar.	10
Figur 3. Samlet oppgitt bruksareal på blant virksomheter knyttet til henholdsvis detaljvarehandel og tjenestevirksomhet. Antall m ²	11
Figur 4. Antall bedrifter fordelt etter antall årsverk.	12
Figur 5. Antall bedrifter fordelt etter omsetning. Omsetning i tusen kr.	12
Figur 6. Enighet eller uenighet med hvilken betydning ulike forhold har for lokalisering på Holmen (i prosent).	14
Figur 7. Parkeringsanlegg/arealer som benyttes til leveranser, kunder/besøk og ansatte (i prosent).	15
Figur 8. Antall plasser virksomhetene eier eller leier. Antall svar per kategori.	16
Figur 9. Vurderinger av parkeringsbehov for ansatte, kunder og leveranser, blant næringsdrivende og eiere.	17
Figur 10. Næringsdrivendes vurderinger av kunder og besøkendes tidsbruk i bedriften (i prosent).	17
Figur 11. Eiere og næringsdrivendes vurderinger av akseptabel pris for korttidsparkering og parkering i parkeringsanlegg i Holmenområdet (svar i prosent).	18
Figur 12 Eiere og næringsdrivendes vurderinger av akseptabel årspris for reservert parkeringsplass eller tilgang til felles parkeringsanlegg i Holmenområdet. Svar i prosent.	19
Figur 13. Nødvendigheten av å bidra i investeringer eller eierskap knyttet til parkeringsanlegg.	20
Figur 14. Næringsdrivendes anslag på hvordan bedriftens ansatte kommer seg på jobb. I prosent av beregnet totalt antall ansatte (1380).	22
Figur 15 Reisemiddelfordeling til/fra Stavanger sentrum. Turer til/fra alle formål, turer til/fra arbeid og handledurer i Stavanger sentrum. I prosent. Kilde:RVU 1998.	22
Figur 16. Oversikt over når virksomheter henholdsvis åpner/starter og stenger/slutter.	23

Tabeller

Tabell 1. Responsanalyse eiere.....	7
Tabell 2. Responsanalyse næringsdrivende.....	8
Tabell 3. Samlet bruksareal på næringseiendommene på Holmen og samlet bruksareal for virksomheten, kategorisert. Antall svar og andeler i prosent.....	11
Tabell 4. Nøkkeldata om to næringskategorier i Holmenområdet.	24

1 Innledning

På oppdrag for Stavanger Parkeringsselskap har RF – Rogalandsforskning gjennomført en undersøkelse av næringslivets parkeringsbehov på Holmen (Stavanger sentrum). *Hensikten med undersøkelsen har vært å "vurdere om det er grunnlag for å foreslå å introdusere nye parkeringsplasser/-anlegg i området og/eller om bruken av plassene skal endres."* Undersøkellesområdet er vist på kart nedenfor.



Figur 1. Oversikt over undersøkelsesområdet

Det ligger en betydelig metodisk utfordring i det å få et dekkende bilde av, og forstå ulike deler av næringslivets situasjon og behov for parkering. For det første vil behovet for parkering avhenge av type næring. For eksempel vil parkeringsbehovene til en bedrift med mange ansatte, arte seg forskjellig fra en bedrift som også har mange besøk eller kunder i løpet av arbeidsdagen. For det andre vil bedriftens størrelse ha betydning for etterspørselen av parkeringsarealer. Virksomhetsstrategiske avveininger der parkeringsmuligheter inngår som ett av flere forhold som vurderes i forhold til bedriftens lokalisering og profil, er et tredje forhold som kan ha betydning. I en slik kartlegging står en dessuten overfor problemet med å avdekke *realistiske* utsagn knyttet til behov, da store deler av næringslivet trolig ideelt sett kunne ha tenkt seg både svært god kapasitet og gratis parkering.

Vi har konsentrert oss i undersøkelsen på hvordan næringslivet i form av eiere og næringsdrivende vurderer betydningen parkeringsmuligheter har for etablering i Holmenområdet. Vi har valgt et bredt fokus. I tillegg til å be næringslivet vurdere behov

for parkering og pris har vi søkt å kartlegge hvilke typer virksomheter som etablerer seg i Holmenområdet og hvorfor. Videre har vi forsøkt å se betydningen mulighetene for parkering har for ulike virksomheter. Vi har dessuten forsøkt å få innblikk i hvordan bedriftene varierer i form av etterspørsel etter ulike typer parkering (for ansatte, besøkende, levering), hvilken betydning tilgang til parkering har for virksomhetenes eventuelle alternative lokaliseringsvalg og hvordan eiere av næringsareal knytter tilgang til parkering til utleiemuligheter og pris. På eiersiden har vi også søkt å se på betydningen parkeringsmuligheter har sammenlignet med andre forhold knyttet til det å trekke til seg attraktive leietakere. Videre har vi bedt informantene vurdere betydningen avstand til parkeringsplass/anlegg har for eieres utleiemuligheter.

Undersøkelsen gir en forståelse av tilfredsheten med parkeringstilbudet på Holmen, hva slags type parkering som etterspørres, forslag til endringer i parkeringstilbudet basert på behovene som framkommer, og eventuelt hva slags type parkering som bør vektlegges i utviklingen av området.

I kapittel to gir vi først en redegjørelse for valg av metodisk tilnærming og dataene som er samlet inn. Analysen av dataene er dokumentert i kapittel tre. Avslutningsvis i kapittel fire sammenlignes Holmenområdet med referanseområder valgt i undersøkelsen. Dessuten foretas en samlet perspektivering av resultatene i forhold til andre studier og forskning.

2 Data og metode

2.1 Valg av metodisk tilnærming

Vi har valgt et todelt metodisk opplegg. Først ble det sendt ut et spørreskjema til henholdsvis næringsdrivende og virksomheter på Holmen og to referanseområder, Madlakrossen og Tvedt (Forus). Madlakrossen valgte vi fordi dette området gir sammenligningsgrunnlag med et bydelssenter. Området rundt Tvedtsenteret ble valgt ut fra at det er et handelsområde i et næringsområde utenfor sentrum. Reisevaneundersøkelsen for regionen viser at reisende til og fra disse to områdene i betydelig større grad benytter bil sammenlignet med Stavanger sentrum.¹ Bakgrunnen for å inkludere to referanseområder i undersøkelsen, var å undersøke om næringslivet på Holmen skiller seg fra næringslivet i referanseområdene når det gjelder tilpasningen til, og synet på behovet for parkering.

På grunnlag av svarene fra skjemaundersøkelsen, har vi gjennomført fire gruppemøter med ulike representanter for næringslivet (eiere og næringsdrivende) på Holmen.

¹ Bil ble benyttet ved 46 prosent av turene til og fra Stavanger sentrum, 61 prosent av turene til og fra Madlaområdet og 75 prosent av turene til og fra Forusområdet (Reisevaneundersøkelsen for Jæren og deler av Ryfylke 1998).

Gjennom disse møtene fikk vi diskutere ulike problemstillinger næringslivet på Holmen står overfor direkte, dvs. en mer detaljert forståelse av problemstillingene næringslivet på Holmen står overfor når det gjelder parkering, og korreksjoner i forhold til svarene fra skjemaundersøkelsen.

2.2 Datainnsamlingen

Det ble utarbeidet to spørreskjema, tilpasset henholdsvis eiere og næringsdrivendes ståsted. Det ble lagt ved et brev som informerte om undersøkelsen². Også disse ble utarbeidet i to eksemplarer, tilpasset næringsdrivende og eiere. Vi fikk hjelp av Stavanger kommune til å utarbeide lister over eiere og næringsdrivende i undersøkelsesområdene. Skjemaet ble sendt ut i slutten av februar. På grunn av lav svarprosent, sendte vi i begynnelsen av mars en påminnelse til eiere og næringsdrivende som ikke hadde svart innen svarfristen. I forbindelse med purrerunden fikk vi dessuten hjelp fra interesseorganisasjonen for næringslivet i sentrum, Byen, til å sende ut en oppfordring til å delta i undersøkelsen.

Tabell 1 og 2 gir en oversikt over responsen blant eiere og næringsdrivende i de tre områdene. Av naturlige årsaker skjer det endringer både blant eiere og næringsdrivende over tid. Spesielt blant næringsdrivende har det skjedd en del endringer etter kommunens database ble revidert. Vi fikk derfor en del konvolutter i retur på grunn av ukjent adresse, ny adresse utenfor området eller at virksomheten var opphørt. Etter å ha trukket fra disse kom vi fram til et nettoutvalg som vi har beregnet svarprosent av.

Som figurene viser varierer svarprosenten en del de ulike områdene imellom. For Holmenområdet har i overkant av 50 prosent av eierne besvart skjemaet, mens svarprosenten blant næringsdrivende ligger noen prosentpoeng under 50 prosent. Sammenlignet med andre skjemaundersøkelser er dette tilfredsstillende. Svarprosentene for de to andre områdene må betegnes som lave. Flere som mottok skjemaet var i kontakt med oss for å si at de ikke ønsket å prioritere å svare på undersøkelsen. I hovedsak skyldes dette at de ikke følte at undersøkelsen angikk dem direkte. Det bør også nevnes at enkelte som mottok skjemaet responderte med at de ikke ønsket å svare av prinsipp.

Tabell 1. Responsanalyse eiere

	Bruttoutvalg	Nettutvalg	Antall svar	Svar % (nettutvalg)
Holmen	122	118	63	53 %
Tvedtområdet	84	79	12	15 %
Madlakrossen	36	36	6	17 %
Totalt	242	233	81	35 %

² Spørreskjema og informasjonsbrev er lagt ved bakerst i rapporten.

Tabell 2. Responsanalyse næringsdrivende

	Bruttoutvalg	Nettoutvalg	Antall svar	Svar % (nettoutvalg)
Holmen	193	151	67	44
Tvedtområdet	125	110	15	14
Madlakrossen	35	34	8	24
Totalt	353	295	90	31

Det ble kun holdt gruppemøter med eiere og næringsdrivende i Holmenområdet. Deltakerne som ble invitert til møtene ble valgt ut slik at ulike type virksomheter, størrelse, lokalisering, type næring og type lokale var representert i gruppene. To av møtene ble holdt på kveldstid og to på dagtid. Dette for å kunne gi deltakerne mulighet til å velge mellom ulike tidspunkt, dersom de var satt opp på et tidspunkt som ikke passet. En del inviterte gav dessverre beskjed om at de ikke hadde mulighet til å møte. Samtalen og diskusjonene med de syv representantene som deltok på møtene var likevel fruktbar. Samtalene gav både utfyllende informasjon til skjemaundersøkelsen og var informativ i forhold til det å forstå hvordan ulike deler av næringslivet ser på behov, ønsker og betalingsvillighet for parkering på Holmen.

3 Presentasjon og analyse av resultater

I enhver undersøkelse er det en utfordring å utforme skjema og spørsmål på en slik måte at svarene blir pålitelige. For bedre å kunne vurdere svarene som eksplisitt dreier seg om temaet for undersøkelsen, i dette tilfellet parkeringsbehov, har vi også inkludert et sett av spørsmål som kan hjelpe oss til å sammenligne bedriftene og foreta mer generelle betraktninger i forhold til parkeringsbehovet blant næringsdrivende i området.

Først ba vi informantene vurdere hvor enig eller uenig de er i betydningene av ulike forhold knyttet til lokalisering av virksomhet i Holmenområdet. Blant næringsdrivende ba vi også om nøkkeltall for virksomheten, vurderinger av fordeler og ulemper ved lokalisering av virksomhet på Holmen, anslag på hvordan de ansatte kommer seg på jobb og vurderinger av parkeringsbehov blant henholdsvis ansatte, kunder og til leveranser. Begge skjemaene inneholdt avslutningsvis noen spørsmål som skulle avdekke betalingsvillighet for å parkere i Holmenområdet.

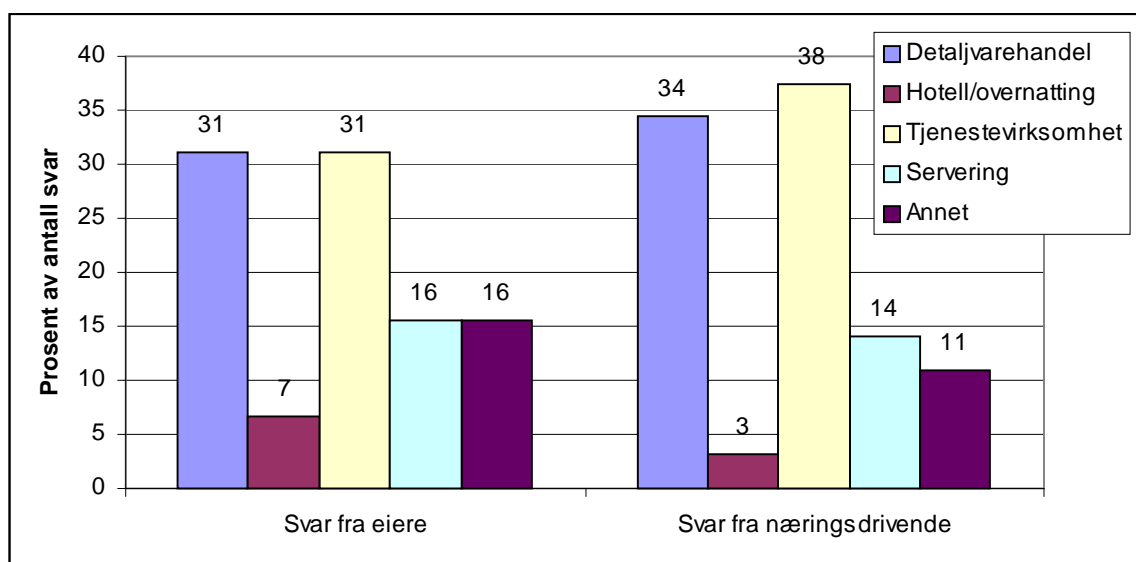
Som tidligere nevnt viste det seg at det var vanskelig å få næringslivet til å svare på skjemaet, og da spesielt i referanseområdene. I analysen vil vi derfor først og fremst presentere funnene blant næringsdrivende og eiere på Holmen. Besvarelsene fra eiere og næringsdrivende i de andre områdene kommer vi kun til å håndtere kvalitativt.

3.1 Et bilde av virksomheter og næringslokaler på Holmen

I vurderinger av parkeringssituasjonen og behovene i et område, er det interessant med en presentasjon av næringslivet som befinner seg i området. Vi ba derfor næringsdrivende plassere virksomheten de representerer i forhold til oppgitte næringsalternativer. På liknende måte ba vi eiere av næringseiendom vurdere hvilke typer virksomheter lokalet egner seg for. Siden et type lokale ofte kan egne seg for flere ulike virksomhetstyper, ble det gitt anledning til å krysse av for flere alternativer.

Som gjengivelsen av svarene i figur 2 viser, mener hovedvekten av eierne at næringslokalet de eier egner seg for detaljvarehandel eller tjenestevirksomhet. Mange eiere mener dessuten at lokalet egner seg for ulike former for serveringsvirksomheter (16 prosent). 8 eiere (7 prosent) svarer at eiendommen egner seg for hotell eller overnatting. En god del eiere (16 prosent) presiserer også at lokalet de eier egner seg for andre formål. I presiseringen vises det her først og fremst til bolig og utleie av leiligheter, men også at eget lokale egner seg for galleri, verksted og produksjonsvirksomhet.

I samme figur har vi gjengitt fordelingen på svarene fra næringslivet på Holmen om virksomhetstype. Siden disse informantene representerer en virksomhet, ble de bedt om kun å krysse av ett alternativ. Fordelingen av svarene etter virksomhetstype viser seg i stor grad å svare til fordelingen i det totale utvalget næringsdrivende som skjemaet ble sent ut til på Holmen. Vi kan derfor anta at svarene i stor grad representerer næringslivet på Holmen.



Figur 2. Hvilken type virksomhet egner lokalet/-ene seg for? Svar fra eiere og næringsdrivende i prosent av antall svar³.

Når vi ser nærmere på tallene, er det tydelig at næringslivet preges av tjenestevirksomhet og detaljvarehandel, henholdsvis 38 og 34 prosent. Det er ellers en viss andel serveringsbedrifter, til sammen er 9 stykker representert blant de som har svart. Det er dessuten to virksomheter som driver hotell/overnatting.

Det er ikke overraskende at eierne vurderingene av hvilke typer av virksomheter lokalene egner seg for, i stor grad svarer til hvilke virksomheter som faktisk befinner seg i området.

Hva slags type lokaler er representert i området? Undersøkelsen gir et bilde av variasjoner i størrelsen på næringsarealene som befinner seg i området. Det minste lokalet registrert i undersøkelsen blant eierne er på 40 m², mens det største er 11.500 m². Minste bruksareal oppgitt blant næringsdrivende er 4 m², og det største 24.000 m². Tabell 3 viser størrelsen på næringslokalene kategorisert i intervaller. Her vil det ikke være naturlig å sammenligne eierne og næringsdrivendes svar direkte, da det ikke nødvendigvis er samsvar mellom størrelsen på en næringseiendom, og arealet enkeltvirksomheter disponerer.

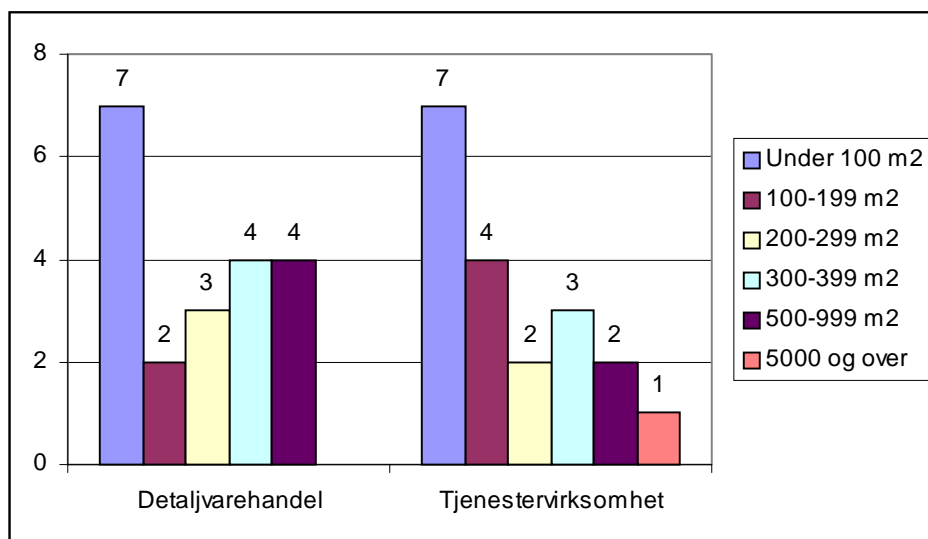
³ Figuren er basert på 122 svar fra 70 eiere (11 uten svar), og et utvalg på 64 næringsdrivende (3 uten svar).

Tabell 3. Samlet bruksareal på næringsseidommene på Holmen og samlet bruksareal for virksomheten, kategorisert. Antall svar og andeler i prosent.

	Eiere		Næringsdrivende	
	Antall svar	Prosent	Antall svar	Prosent
Under 100 m ²	6	11 %	18	31 %
100 til 199 m ²	11	20 %	10	17 %
200 til 299 m ²	13	24 %	7	12 %
300 til 399 m ²	3	6 %	10	17 %
400 til 499 m ²	3	6 %	1	2 %
500 til 999 m ²	8	15 %	8	14 %
1000 til 4999 m ²	7	13 %	3	5 %
5000 m ² og over	3	6 %	1	2 %
	54	100 %	58	100 %

Hovedtyngden av næringsseidommene er fra 100 m² til 300 m². Det er likevel en del eiendommer som er store. 8 eiendommer er mellom 500 og 1000 m², 7 mellom 1000 og 5000 m² og 3 over 5000 m². Ser vi på bruksarealet som næringsdrivende oppgir at de disponerer, drives mange av virksomhetene på små arealer, under 100 m². Hovedtyngden av næringsvirksomhetene representert i undersøkelsen drives i lokaler som er mindre enn 400 m².

Når vi studere arealbruken blant de to viktigste næringsgrenene for området nærmere, detaljvarehandel og tjenestevirksomhet, ser vi av begge kategoriene mange virksomhetene drives i små lokaler, under 100 m², jfr. figur 3.

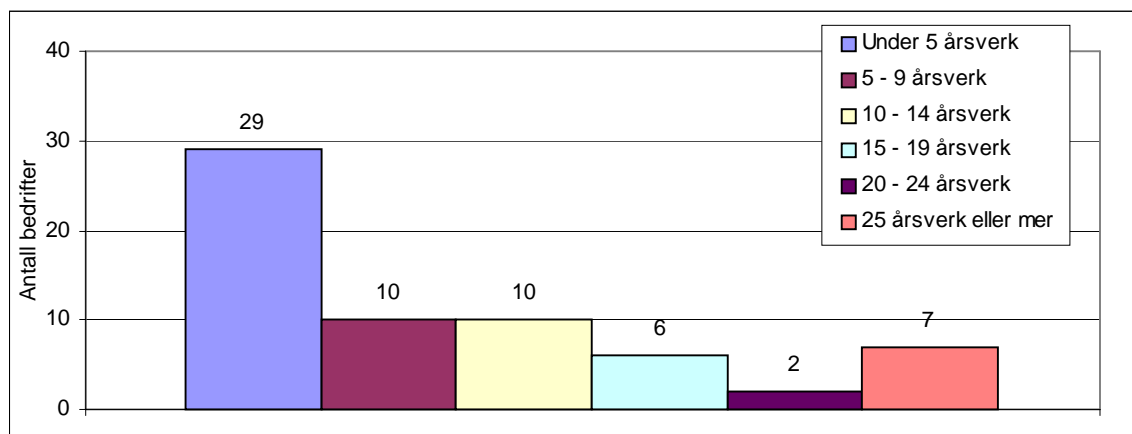


Figur 3. Samlet oppgitt bruksareal på blant virksomheter knyttet til henholdsvis detaljvarehandel og tjenestevirksomhet. Antall m².

Undersøkelsen viser at det en større andel av virksomheter som driver detaljvarehandel er lokalisert i de store lokalene enn tjenestevirksomheter. Imidlertid er virksomheten

med størst disponibelt areal er knyttet til tjenestevirksomhet. Likevel tyder undersøkelsen på at forskjellene mellom næringskategoriene små.

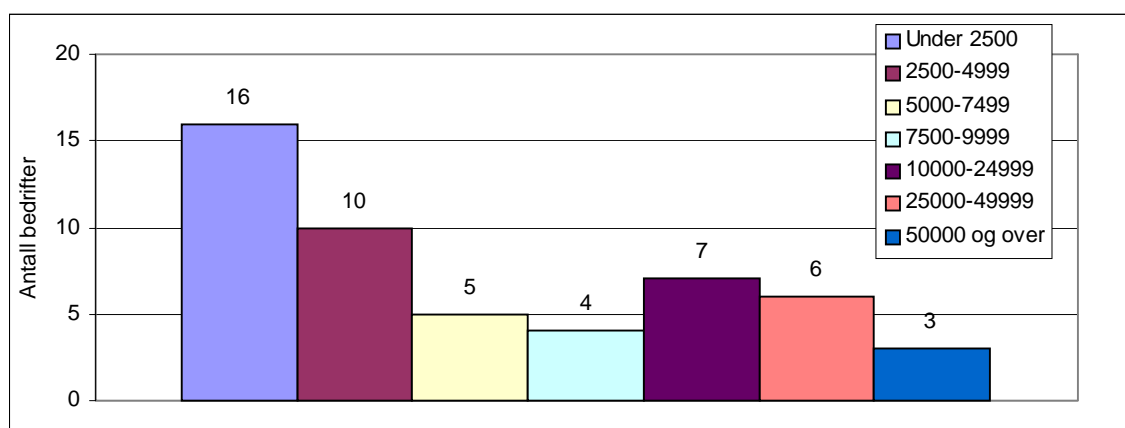
Som figur 4 viser er flertallet av bedriftene små. I overkant av halvparten (49 bedrifter) har under 10 årsverk. Til sammen har 7 bedrifter over 25 årsverk, hvorav 4 har mellom 60 og 75 ansatte og 1 har over 700 ansatte.



Figur 4. Antall bedrifter fordelt etter antall årsverk.

Ut fra svarene har vi beregnet at virksomhetene som er representert i undersøkelsen til sammen har i underkant av 1400 ansatte, dvs i overkant av 30 prosent av totalt antall ansatte i virksomheter på sentrumshalvøya⁴.

Bedriftene i området varierer i omsetning. Vi så av antall årsverk at en del bedrifter er små. Tilsvarende viser undersøkelsen at det er 16 bedrifter som har en årsomsetning på under 2,5 mill. kr., ytterligere 10 bedrifter har en omsetning på under 5 mill. kr. Det er imidlertid også bedrifter med en svært høy omsetning.



Figur 5. Antall bedrifter fordelt etter omsetning. Omsetning i tusen kr.

⁴ Det er i underkant av 4300 ansatte i bedrifter geografisk plassert på sentrumshalvøya, mellom Verksgata, Vågen og Domkirken. Kilde: Stavanger kommune

3.2 Vurderinger av Holmen som næringsområde

Vi ønsket å få et innblikk i hvordan eiere og næringsdrivende vurderer Holmenområdet som næringsområde. Vi ba både informantene skrive ned det de anser som de viktigste fortrinn og ulemper med stedet egen virksomhet eller lokale er lokalisert. I tillegg inkluderte vi et spørsmål der vi ba informantene ta stilling til lokalisering på Holmen ut fra en liste over egenskaper som vi antok kunne ha betydning lokaliseringsvalg.

Som viktigste fortrinn, var det en rekke informanter fra Holmenområdet som nevnte stikkord som at området er sentralt plassert, har sentrumstilknytting og er lett tilgjengelig (også med bil). Videre nevnte mange forhold som at området er en del av Stavanger identitet, har særpreg, det unike lokaler, "alle" vet hvor det er og at området ligger trivelig ved sjøen. Det ble også nevnt av flere at området har god framkommelighet, ligger sentralt i forhold til offentlig kommunikasjon, en kan stanse ved butikken og at det er mulig å parkere i området. Området har dessuten i følge flere informanter utviklingspotensiale.

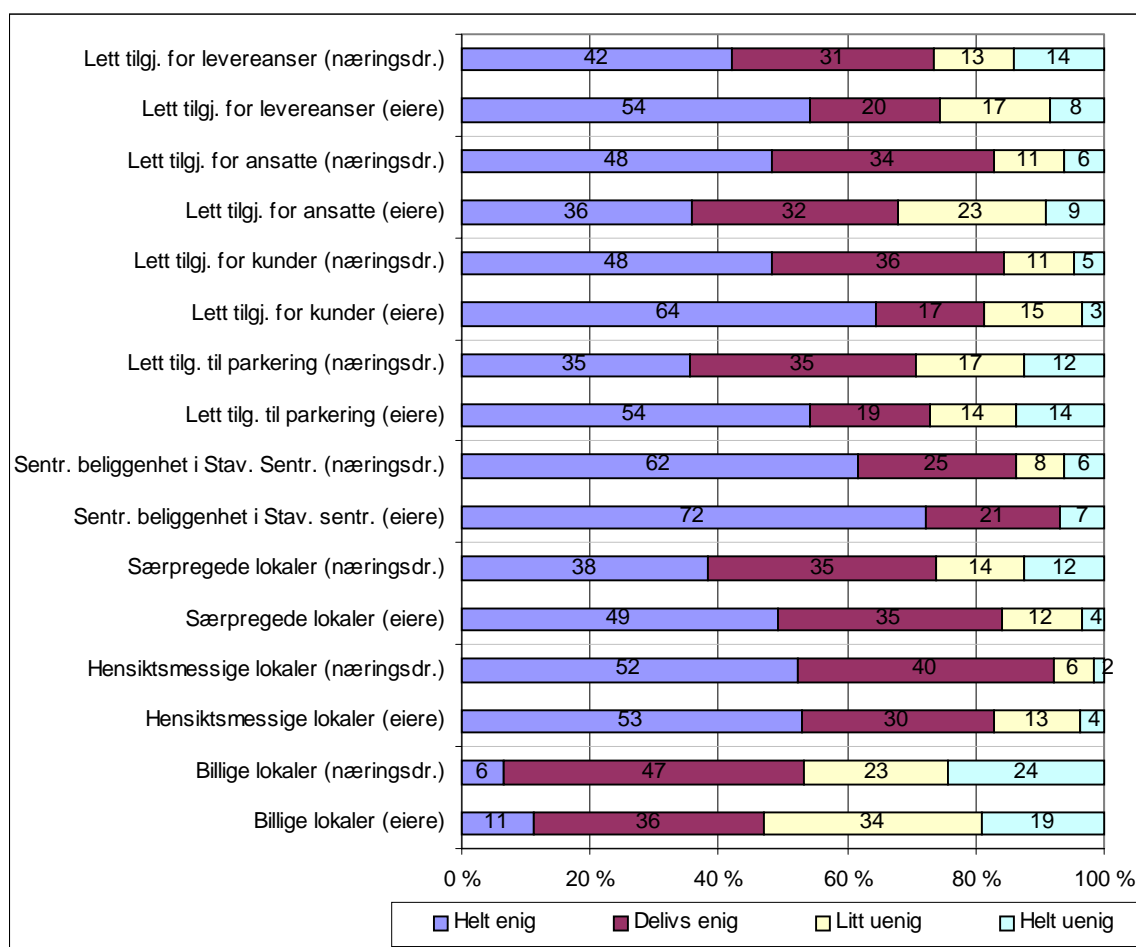
Ser vi nærmere på ulempene som blir nevnt av næringslivet på Holmen er det ikke overraskende at en rekke informanter nevner parkeringsforhold. Det dreier seg om parkering generelt, at det er utilstrekkelig kapasitet, hvor lenge en kan parkere (for kort/for lang) og om prisnivået. Andre momenter som kommer fram, er at Holmenområdet ligger i utkanten eller utenfor sentrum, at det er lite aktivitet i området og at kundetilgangen er lav. Dette henger sammen med oppfatninger om at sentrum i Stavanger har beveget seg sør for Breigata, at arrangementer som regel holdes i Vågenområdet eller ved kulturhuset og at butikkmiljøet i området er utdøende. Det blir også nevnt som ulempe for næringslivet at utviklingen av området går sent.

På neste side, i figur 6, har vi satt sammen fordelingen av hvordan eiere og næringsdrivende vurderer Holmenområdet ut fra de ulike egenskapene som var listet opp i skjemaet.

Jevnt over tyder tendensen i svarene på at eiere og næringsdrivende på Holmen vurderer de ulike forholdene vi listet opp relativt likt.

Eierne anser områdets sentrale beliggenhet i sentrum av Stavanger som områdets fremste konkurransefortrinn. Kun 7 prosent er uenig i at dette har betydning for lokalisering av virksomhet på Holmen. Det store flertallet av næringsdrivende uttrykker også enighet med at dette har betydning for lokalisering i området. Næringslivet vektlegger imidlertid sterkere det at lokalene er hensiktsmessige.

Det er også interessant å legge merke til at eiere legger større vekt på at lokalene er lett tilgjengelig for kunder og leveranser enn det næringsdrivende gjør, mens næringsdrivende igjen legger større vekt på lett tilgjengelighet for ansatte. Svarene tyder dessuten på at eierne i større grad enig i at lett tilgang til parkering har betydning for næringslivet i området, enn de som selv driver næring. Det er også interessant å legge merke til at det trolig er andre forhold enn billige lokaler som er grunnen for å lokalisere virksomhet på Holmen.



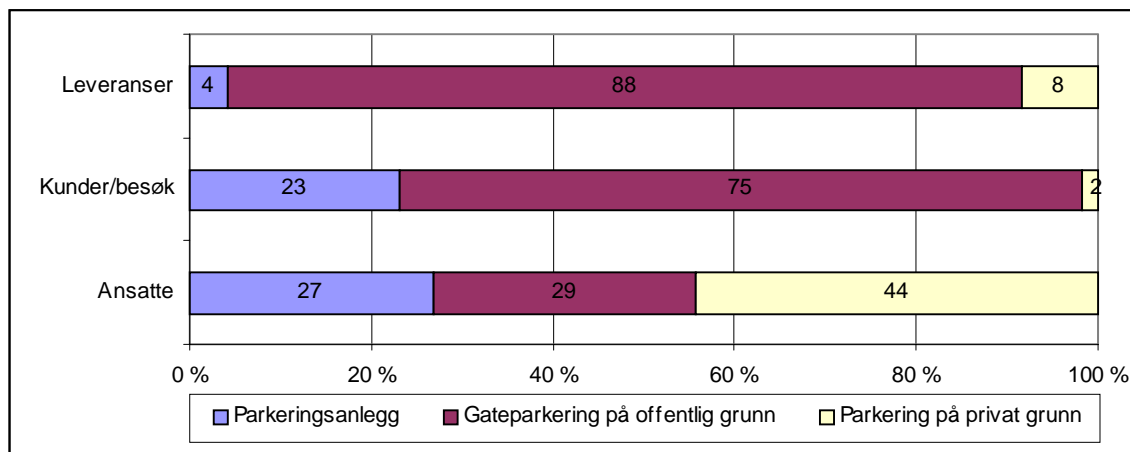
Figur 6. Enighet eller uenighet med hvilken betydning ulike forhold har for lokalisering på Holmen (i prosent⁵).

Ut fra disse spørsmålene framstår området med andre ord som et sted med muligheter, men at det har foregått parallelt en prosess som har gjort at området også oppfattes som å være litt utenfor den utviklingen og aktivitetene som ellers foregår i Stavanger sentrum. Områdets sentrale passering og tilgjengelighet blir imidlertid vektlagt. I vår sammenheng er det også interessant at det såvidt sterkt blir framhevet områdets fortrinn i forhold til tilgjengelighet og parkeringsmuligheter. Når vi legger dette sammen med at mange også ser ulemper ved dagens parkeringsforhold kan det se ut som at en viss justering av parkeringstilbudet kan bidra positivt for området sett fra næringslivets ståsted.

⁵ Eierskjema spørsmål 3: "Hvor enig eller uenig er du i betydningen forholdene listet opp under er for lokalisering av bedrifter i Holmenområdet? Skjema næringsdrivende spørsmål 15: "Når du vurderer området der virksomheten er lokalisert, hvor enig eller uenig er du i betydningen av forholdene listet opp under?"

3.3 Parkerings situasjonen på Holmen

Hvordan framstår så parkeringssituasjonen i området. I næringslivsskjemaet ba vi informantene vurdere hvilke parkeringsarealer eller anlegg som først og fremst brukes av ansatte, kunder/besøk og leveranser. Resultatet er gjengitt i figur 7.

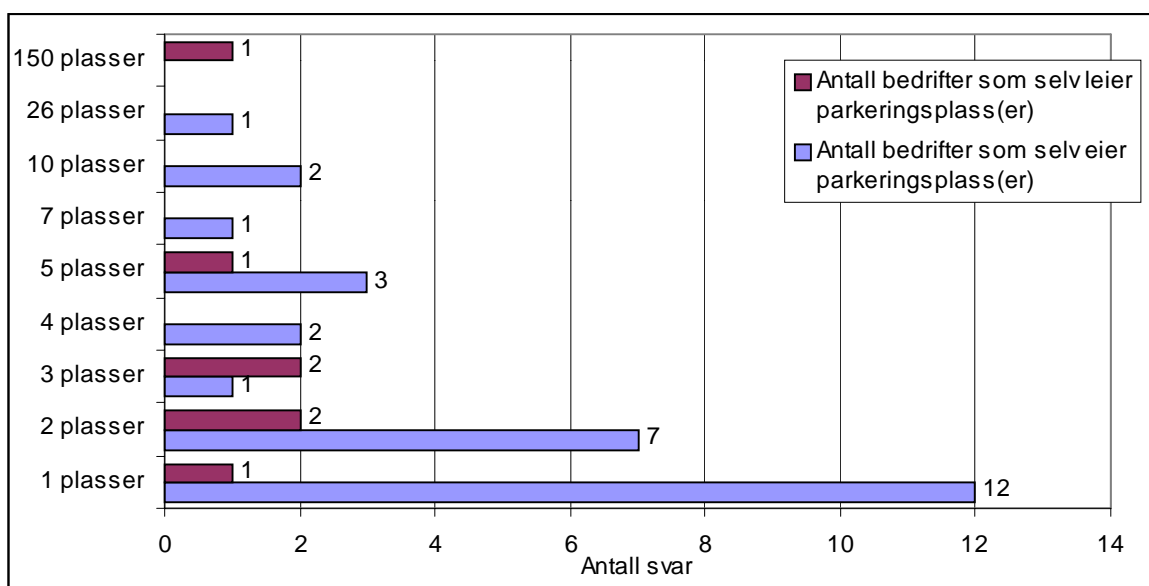


Figur 7. Parkeringsanlegg/arealer som benyttes til leveranser, kunder/besøk og ansatte (i prosent).

I hovedtrekk viser resultatene at gateparkering på offentlig grunn er vanligst for kunder og leveranser, henholdsvis 75 og 88 prosent. En del næringsdrivende vurderer det også slik at kunder i stor grad benytter parkeringsanleggene (23 prosent). Vurderingene knyttet til parkeringen blant virksomhetens ansatte er noe mer variert. 44 prosent av virksomhetene svarer at ansatte benytter parkering på privat grunn, og i underkant av 30 prosent i henholdsvis parkeringsanlegg eller offentlig gateparkering.

Det ser ikke ut til å være systematiske forskjeller i svarene fra næringsdrivende som driver virksomheter i forhold til størrelsen i antall årsverk eller disponibelt bruksareal. Parkering på privat grunn er viktigst for gruppen ansatte, og ved nærmere ettersyn er dette spesielt fremtredene i næringskategorien detaljvarehandel.

Figur 8 viser svarene vi fikk på spørsmål om hvor mange parkeringsplasser virksomheten eier eller leier. Vi ser at 29 av bedriftene disponerer parkeringsplasser som de eier. Til sammen utgjør det i overkant av 40 prosent av svarene. 7 bedrifter disponerer parkeringsplasser som de leier. Dette utgjør rundt 10 prosent. Vi antar at det er en viss underrapportering i svarene her. Spesielt når det gjelder antall bedrifter som selv eier parkeringsplass(er).



Figur 8. Antall plasser virksomhetene eier eller leier. Antall svar per kategori.

Til sammen har vi registrert 105 parkeringsplasser som virksomhetene selv eier, og 166 leide parkeringsplasser. Som figuren viser er det en del bedrifter som eier 1 og 2 parkeringsplasser. Videre er det 3 bedrifter som eier 5 plasser, 2 som eier 10 plasser og en bedrift som eier 26 plasser. Ser vi på bedrifter som leier parkeringsplasser er det en og to bedrifter som leier opptil 5 plasser, og en bedrift som alene leier 150 plasser.

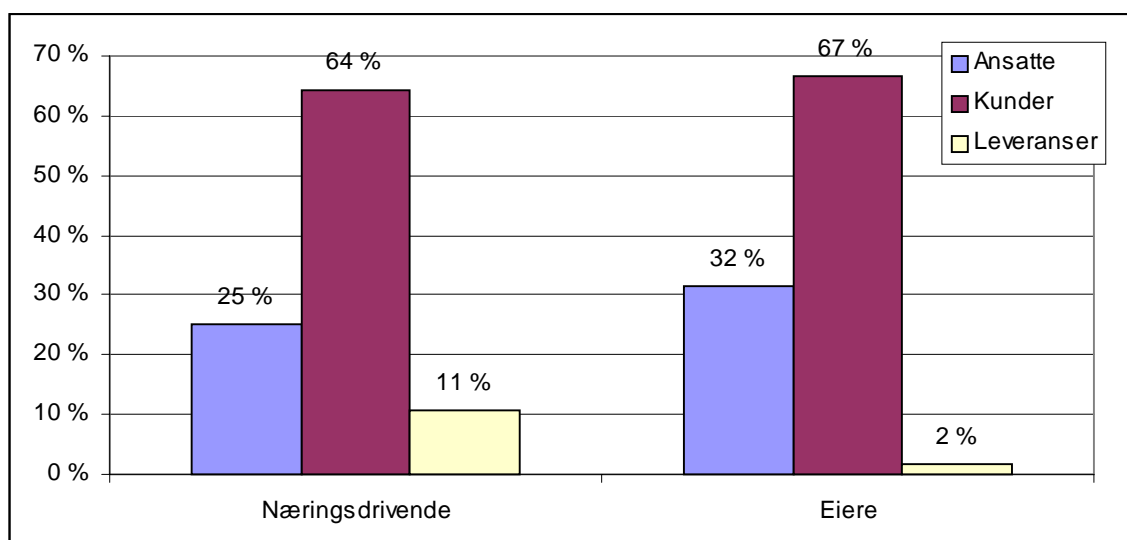
Vi ba eiere og leiere av parkeringsplasser å gi et anslag på hvor mye dette koster virksomheten per år. Spørsmålet var formulert slik at den samlede kostnaden både ved å leie og eie skulle framgå av svaret. Det ser imidlertid ut til at det i hovedsak er virksomheter som leier parkeringsplasser som har svart på spørsmålet. Gjennomsnittskostnaden per plass ligger på i underkant av 7500 og varierer fra 5000 til 10800 kr per plass⁶.

Kun 6 av 57 eiere svarer at de leier ut parkeringsplasser på eiendommen, og dette til en pris mellom 4000 og 9000 kr per år.

3.4 Vurderinger av behov for parkering

Hvordan fordeler behovet for parkeringsplasser seg sett fra næringslivets ståsted? Vi ba eiere og næringsdrivende vurdere for hvilke grupper behovet for parkering er størst. Disse svarene har vi framstilt i samme figur selv om svarene ikke direkte kan sammenlignes, da eierne ble å bedt om å vurdere alternativene mer generelt ut fra næringslivet i området, mens næringsdrivende svarte på vegne av egen virksomhet.

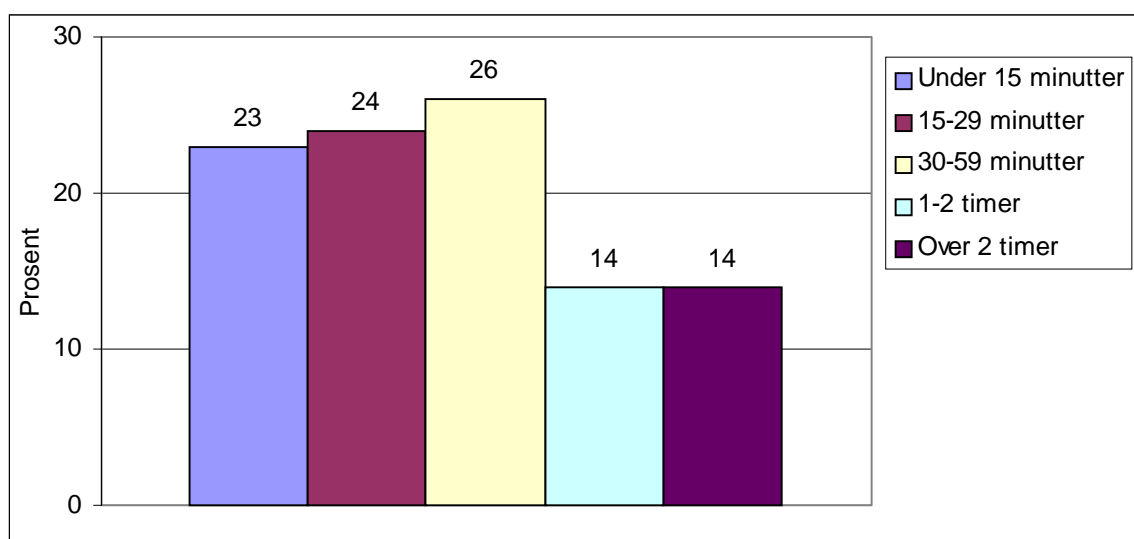
⁶ Gjennomsnittet er beregnet ut fra prisen per plass og antallet priskategorier per plass i utvalget.



Figur 9. Vurderinger av parkeringsbehov for ansatte, kunder og leveranser, blant næringsdrivende og eiere.

Av svarene kan vi slutte at behovet for kundeparkering er størst. Det er imidlertid også et visst behov for parkering for ansatte. 25 prosent av informantene for næringsdrivende og 32 prosent av eierne krysset av dette alternativet. Blant næringsdrivende er det 11 prosent (6 informanter) som oppgir at det er størst behov for parkering til leveranser.

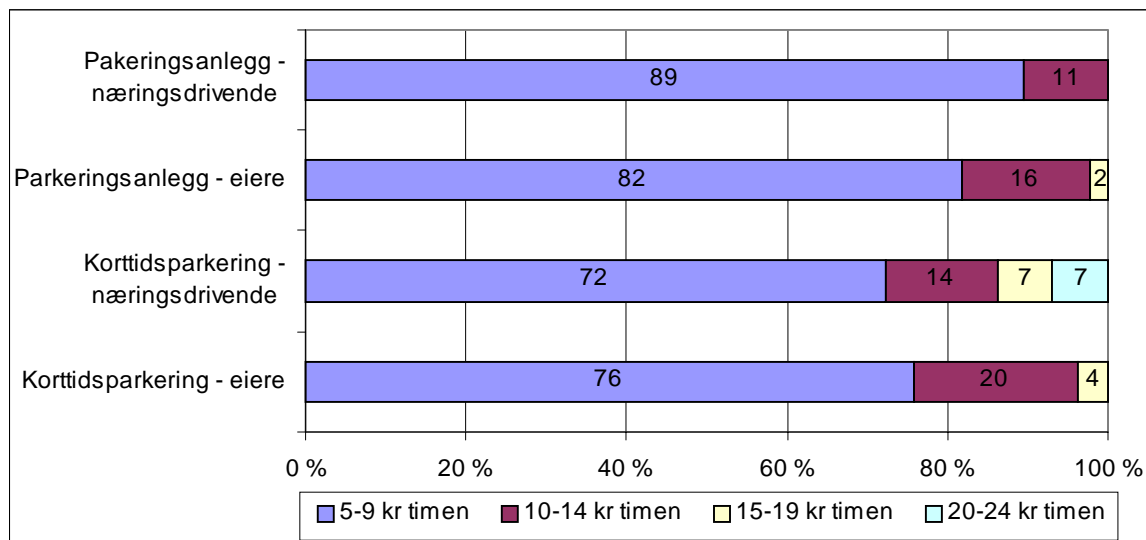
Vi ba næringsdrivende vurdere hvor lang tid der er vanlig at kunder og besøkende er hos bedriften. Svarene tyder på at rundt en fjerdedel oppholder seg i bedriften under 15 minutter og ytterligere en fjerdedel oppholder seg under 30 minutter (jf figur 10). Videre svarer en fjerdedel at besøkende/kunder oppholder seg mellom en halvtime og en time hos bedriften, mens den siste fjerdedelen svarer en time eller mer. Dette gjenspeiler at det er behov for en variasjon i områdets parkeringstilbud.



Figur 10. Næringsdrivendes vurderinger av kunder og besøkendes tidsbruk i bedriften (i prosent).

En viktig del av undersøkelsen var også å få bedre kunnskap om betalingsvilligheten knyttet til det å parkere på Holmen. Vi ba derfor både eiere og næringsdrivende å svare

på hva som anses å være akseptabel pris for å parkere i henholdsvis parkeringsanlegg og korttidsparkering i Holmenområdet. Resultatet tyder på at betalingsvilligheten både blant næringsdrivende og eiere er relativt lav. Det store flertallet mener at mellom 5 og 10 kroner per time er akseptabel pris både for å parkere på korttidsparkering og i parkeringsanlegg (jfr figur 11).

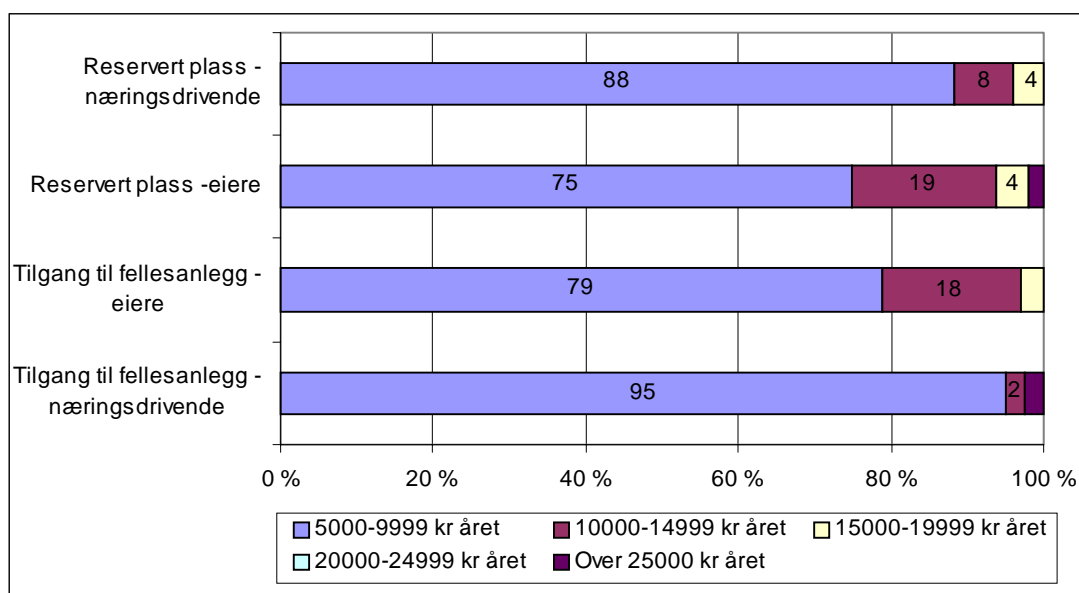


Figur 11. Eiere og næringsdrivendes vurderinger av akseptabel pris for korttidsparkering og parkering i parkeringsanlegg i Holmenområdet (svar i prosent).

Svarene blant eierne tyder på at det kun er mindre forskjeller i vurderingene av akseptabel pris for å parkere på korttidsparkeringsplasser i forhold i parkeringsanlegg. Blant næringsdrivende i området tyder imidlertid svarene på større variasjon. 28 prosent svarer at de er villige til å betale 10 kroner timen eller mer for korttidsparkering, og halvparten av disse mener at akseptabel pris kan være 15 kr timen eller høyere. En kan dessuten slutte at betalingsvilligheten er høyere for korttidsparkering enn for parkering i anlegg.

Det kan også være aktuelt for deler av næringslivet å kunne betale for å ha reservert parkeringsplass eller tilgang til felles parkeringsanlegg. Dette er noe eiere kan tilby som inkludert i leieavtale eller som virksomheter selv kan være villig til å betale for.

På neste side viser figur 12 at flertallet mener at akseptabel årspris for reservert plass eller tilgang til felles parkeringsanlegg bør være mellom 5.000 og 10.000 kroner. Ikke overraskende er det både blant næringsdrivende og eiere høyere betalingsvillighet for reservert plass. Det er interessant å legge merke til at mens svarene viser høyest betalingsvillighet blant næringsdrivende når det gjelder pris på korttidsparkering og parkering i anlegg, har eierne høyest betalingsvillighet når det gjelder årskostnad for tilgang til fellesanlegg eller reservert plass i området.

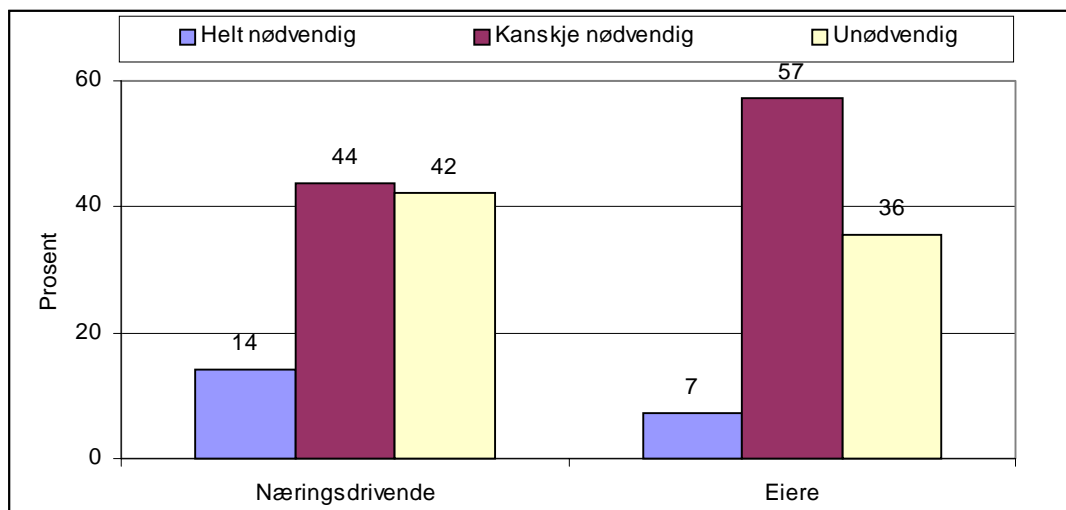


Figur 12 Eiere og næringsdrivendes vurderinger av akseptabel årspris for reservert parkeringsplass eller tilgang til felles parkeringsanlegg i Holmenområdet. Svar i prosent.

Mens kun 4 prosent mener at akseptabel årspris er over 10.000 kr for parkering i fellesanlegg blant næringsdrivende i området, vurderer 21 prosent av eierne en pris på over 10.000 kroner i året som akseptabel. Tilsvarende vurderer 25 prosent av eierne at det er akseptabelt med en årskostnad på over 10.000 kroner for reservert plass, mens det kun er 12 prosent som vurderer det samme blant næringsdrivende. Det bør dessuten trekkes fram at en del informanter har valgt ikke å svare på dette spørsmålet. Antydninger informantene har gjort i marginen av spørreskjema tyder på at de enten ikke anser spørsmålet for relevant for eier eller virksomhet, andre mener at beløpene angitt i svarkategoriene er for høye.

Vi ba både eiere og næringsdrivende å vurdere om de ser det som nødvendig at bedrifter og/eller eiere av næringseiendom deltar i investeringer og eierskap knyttet til parkeringsanlegg.

Vi ser av figur 13 at en stor andel svarer at dette bør være unødvendig. Dersom det er et behov for flere parkeringsplasser bør med andre ord investeringene foretas av andre. I de forrige figurene så vi at det å disponere plassene også burde være rimelig. Likevel tyder svarene på at over halvparten av eiere og næringsdrivende i området mener at det kanskje er nødvendig eller er helt nødvendig at bedrifter og/eller eiere av næringseiendom deltar i investeringer og eierskap knyttet til parkeringsanlegg. *Muligens kan dette også tolkes dithen at en stor del av næringslivet på Holmen er villig til å strekke seg relativt langt for at parkeringstilbudet skal bli større.*



Figur 13. Nødvendigheten av å bidra i investeringer eller eierskap knyttet til parkeringsanlegg

4 Perspektivering

Et næringsområdet med særpreg

Med bakgrunn i undersøkelsen framstår Holmenområdet som et sted med muligheter. Lokalene er hensiktsmessige og særpregede. Plasseringen er sentral i Stavanger sentrum. Områdets gode tilgjengelighet for ansatte, kunder og leveranser er framtreddende. Det samme gjelder parkeringsforhold og lokalenes hensiktsmessighet. Generelt sett svarer vurderingene blant eiere og næringsdrivende på Holmen i stor grad til hvordan næringsdrivende i referanseområdene vurderer eget lokaliseringsområde. Ikke overraskende ser det ut til at betydningen av særpregede lokaler og beliggenhet i sentrum vurderes som viktigere blant næringsdrivende på Holmen enn i de to referanseområdene.

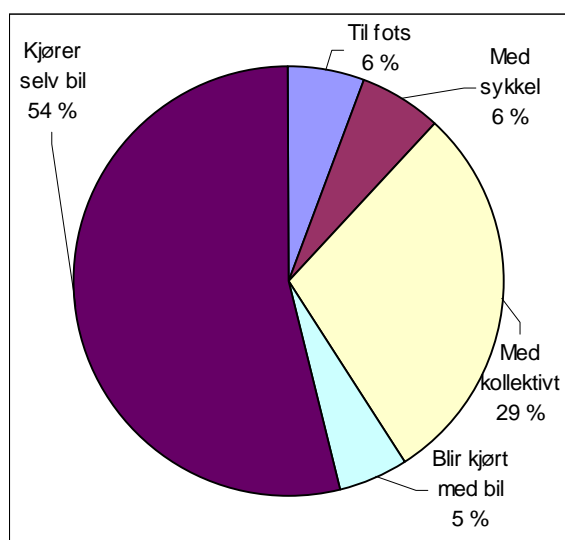
På tross av de positive vurderingene av Holmen som næringsområde, framgår det også av undersøkelsen at området oppfattes som usentralt i forhold de aktiviteter og begivenheter som ellers foregår i Stavanger sentrum. I vår sammenheng er det likevel interessant at tilgjengelighet og parkeringsmuligheter blir såvidt sterkt framhevet som områdets fortrinn. *Når vi legger dette sammen med at mange også ser ulemper ved dagens parkeringsforhold kan det se ut som at en viss justering av parkeringstilbudet kan bidra positivt for området sett fra næringslivets ståsted.*

Vi har sett at næringslivet på Holmen vurderer det slik at det er størst behov for parkering for kunder. Det samme gjelder svarene vi har fått fra næringsdrivende i Madlaområdet. I området rundt Tvedtsenteret er andelen som framhever ansatte og kundeparkering lik blant næringsdrivende vi har mottatt svar fra.

Reisemiddelfordeling til/fra Holmenområdet

I den foreliggende undersøkelsen ba vi næringsdrivende i området forsøke å anslå hvordan deres ansatte kommer seg på jobb. Anslagene er noe usikre siden de bygger på oppfattelsen til den som fylte ut spørreskjemaet for oss. Som vi skal se gir dette likevel en god indikasjon på hvordan ansattes reisemiddelvalg, og følgelig behovet for parkering.

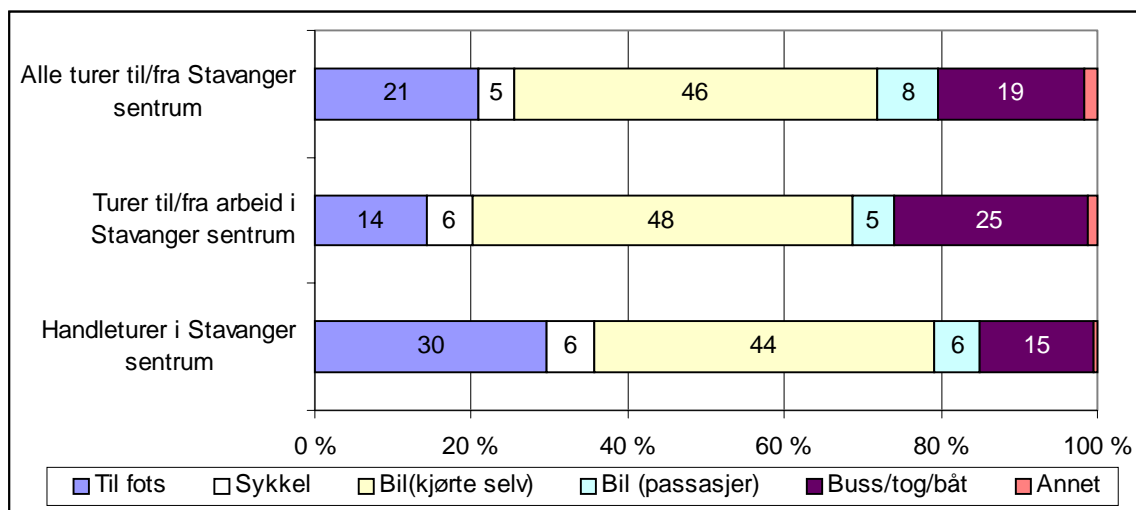
Som figuren på neste side viser tyder undersøkelsen på at i overkant av halvparten benytter bil, hele 29 prosent anslås til å benytte kollektivt, 5 prosent blir kjørt med bil, og henholdsvis 6 prosent går og sykler.



Figur 14. Næringsdrivendes anslag på hvordan bedriftens ansatte kommer seg på jobb. I prosent av beregnet totalt antall ansatte (1380).

Det kan være vanskelig å anslå korrekt ansattes reisemiddelvalg til og fra jobb. Sammenligner vi resultatet som kommer fram i undersøkelsen med tall fra reisevaneundersøkelsen som ble gjennomført i 1998, er det imidlertid et visst samsvar.

Figur 15 viser reisemiddelfordelingen til og fra Stavanger sentrum, deriblant til og fra arbeid. Anslagene når det gjelder bil, ser ut til ligge noe over reisevaneundersøkelsens andel på arbeidsturer til/fra sentrum (46 prosent).



Figur 15 Reisemiddelfordeling til/fra Stavanger sentrum. Turer til/fra alle formål, turer til/fra arbeid og handleturer i Stavanger sentrum. I prosent⁷. Kilde:RVU 1998.

Andelen som benytter kollektivt (19 prosent) ser derimot ut til å være litt høyt, mens andelen som går til fots (21 prosent) ligger en god del lavere i vår undersøkelse enn i

7 Utvalget tilsvarende turer til og fra hele sentrum (TRIPS soner 1,2,3,4,10)

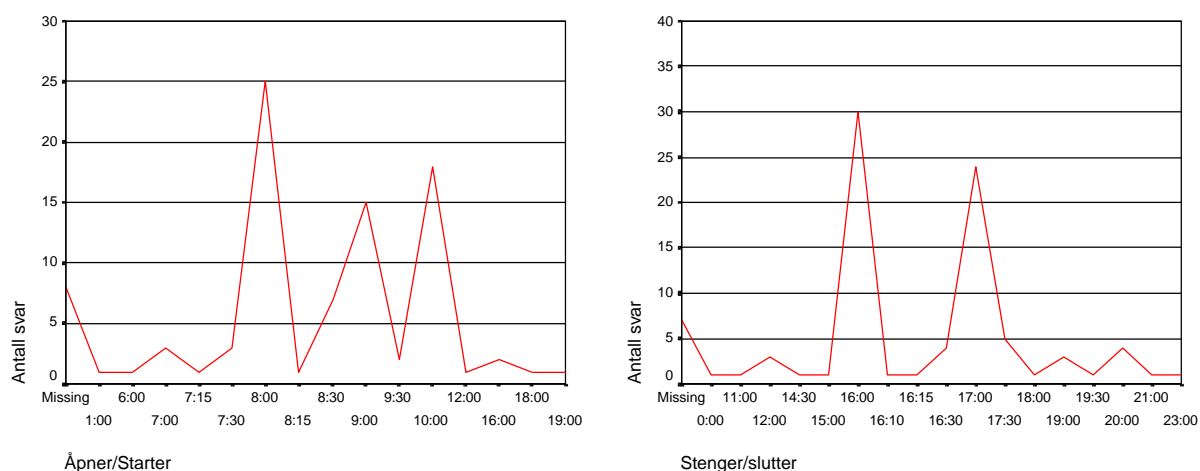
reisevaneundersøkelsen. Som en konklusjon kan vi si at mange benytter bil på turen til/fra jobb, men at det også er en del som går eller benytter kollektivt.

Skiller arbeidsturene seg fra turer der formålet er å handle i Stavanger sentrum? Flere benytter buss/tog/båt på turen til/fra arbeid, mens færre går til fots. For turer knyttet til det å handle, er andelen som går til fots på hele 30 prosent og bilandelen på 44 prosent, mens andelen med kollektive transportmidler ligger på 15 prosent. Det ser med andre ord ut til at det store flertallet av turene der formålet er å handle, enten blir nådd med bil eller til fots.

Åpningstider

Virksomhetenes åpne- og lukketider påvirker etterspørselen etter parkeringsplasser. Vi inkluderte derfor også et spørsmål om når virksomheter åpner og stenger.

Som vi ser av figurene under, åpner eller starter mange virksomhetene klokken 08:00. Det er også en del som starter i perioden fram til klokken 10:00. Ser vi nærmere på når virksomhetene oppgir at de avslutter dagen er det en topp rundt klokken 16:00 og en ny topp klokken 17:00. I framstillingen har vi benyttet mandag som utgangspunkt. På torsdag, når butikkene har langdag, finner vi kun mindre forskjeller i åpnings-/starttidspunkt. Siste topp for stenge-/slutte-/tidspunktet forflyttes imidlertid fra 17:00 til 19:00



Figur 16. Oversikt over når virksomheter henholdsvis åpner/starter og stenger/slutter⁸.

Næringsstrukturens betydning for utvikling av parkeringstilbudet

Tidligere har vi sett at det er en hovedvekt av virksomheter knyttet til detaljvarehandel og tjenestevirksomhet i området. Vi har studert svarene blant næringsdrivende og disse

⁸ For å forenkle framstilling er ukedagen mandag benyttet i grafene.

virksomhetene nærmere. Tabell 4 gir en oversikt over nøkkeldata for denne typen virksomheter i Holmenområdet.

Tabell 4. Nøkkeldata om to næringskategorier i Holmenområdet.

Tjenestevirksomhet:	Detaljvarehandel:
<ul style="list-style-type: none"> • 1015 årsverk • Åpent 08:00 til 16:00 • Fleksibel og fast arbeidstid • 69 % av ansatte benytter bil • 23 % av ansatte benytter kollektivt • Kun 4 % av ansatte går eller sykler • Ansatteparkering i stor grad på privat grunn og i parkeringsanlegg • Kunder/besøk i bedriften 1/2 time til 1 time • Bedriftene uttrykker størst behov for kundeparkering med også ansatteparkering • Parkering kunder/besøk i gaten/offentlig grunn • Lav betalingsvillighet for parkering, men mange ansatte som parkerer 	<ul style="list-style-type: none"> • 127 årsverk • Åpent 09:00 til 17:00 • Fast arbeidstid • 33 % av ansatte benytter bil • 47 % av ansatte benytter kollektivt • 11 % går eller sykler • Ansatteparkering i stor grad på privat grunn • Kunder/besøk i bedriften under 30 minutter • Bedriftene uttrykker klart størst behov for kundeparkering • Parkering kunder/besøk i gaten/offentlig grunn og parkeringsanlegg • Lav betalingsvillighet for parkering, men er avhengige av kunder som ev. benytter bil.

Vi ser at det er store forskjeller disse næringskategoriene imellom. Hovedvekten av de ansatte arbeider i tjenestevirksomhetene, hele 1.015 årsverk har vi ut fra svarene dokumentert i undersøkelsen, mens detaljvarehandelen sysselsetter betydelig færre. Når nesten 70 prosent av de ansatte knyttet til tjenestevirksomhetene antas å benytte bil til og fra jobb, gir dette seg utslag i betydelige behov for parkeringsarealer. Kun 33 prosent av ansatte i detaljvarehandelen vurderes å benytte bil til og fra jobb. Detaljvarehandelen trekker imidlertid til seg handlende. Som vi tidligere har sett foregår flertallet av handlereisene til og fra Sentrum med bil eller til fots. Med Holmenområdets beliggenhet i forhold til overordnet veinett og parkeringsarealer, er trolig andelen turer der bil blir benyttet høyere til og fra dette delområdet, enn andre deler av sentrum.

Blant virksomhetene knyttet til detaljvarehandel ser det ut til at parkeringen for ansatte først og fremst skjer på privat grunn, mens blant tjenestevirksomhetene antas det at både privat grunn og parkeringsanlegg blir benyttet. Vi ser dessuten at det er forskjeller i hvor lenge kunder og besøk oppholder seg i bedriften. Dette vil også gi seg utslag på behovet for parkering.

Vi ser av den korte oppsummeringen vi her har gjort at behovene for parkering varierer sterkt dersom vi skiller mellom ulike næringskategorier. Dette er kunnskap som er viktig å ta i betraktning knyttet til næringsutviklingen i området.

Utvikling av parkeringstilbudet

Et sentralt spørsmål vil være i hvilken grad tilgang til tilstrekkelig antall parkeringsplasser vil støtte opp under virksomhetene som er lokalt i området? Med bakgrunn i undersøkelsen kan vi si at det bør legges vekt på å utvikle parkeringstilbudet for kunder/besøkende. Undersøkelsen viser at det bør være variasjoner arealer imellom i hvor lenge det skal være tillatt å parkere. Dette bør tilpasses næringslivet og type virksomhet. Vi får vite at det bør tydeliggjøres muligheter for å stanse for av- og pålesing i nærheten av butikker som selger større varer. I dag oppleves det slik at dette ikke er tydelig for kundene. Ut fra et kundeperspektiv, etterlyses dessuten en noe romsligere håndheving av tidsbegrensningene på parkeringsarealene. Uklarhet i forhold til parkeringssystemer kan bidra til å øke barrieren for å foreta handelen i sentrum. Dette fremhever spesielt detaljvarehandelen som er avhengig av kunder/besøkende. Disse virksomhetene viser både lav betalingsvillighet på egne vegne (ved å eie leie parkeringsarealer) og på kunders vegne (knyttet offentlige parkeringsarealer).

Mange tjenesteytende virksomheter uttrykker behov for parkering for ansatte i tillegg til kunder. Samlet sett antas det at nesten 70 prosent benytter egen bil til/fra jobb, noe som tydeliggjør behovet for parkeringsplasser. Ut fra de kvalitative samtalene framstår det som viktig for virksomheter med mange ansatte å ha et visst antall parkeringsplasser tilgjengelig innenfor gangavstand fra der virksomheten er lokalisert. Det er også eksempler på bedrifter med særegne behov, f.eks. bedrifter der arbeidet utføres utenfor bedriftens lokaler, og det er nødvendig med enkel tilgang til parkering når medarbeidere i løpet av dagen må inntre bedriftens lokaler. Det blir da sett som avgjørende å ha et mindre antall parkeringsplasser nær virksomhetens lokaler.

Samlet sett tyder undersøkelsen vår på at betalingsvilligheten blant næringsdrivende er lav, og ligger under det nivået som eiere antar. Likevel er det virksomheter som ønsker å betale for tilgang til et visst antall egne parkeringsplasser, bla ovenfor nevnte eksempelbedrift.

For bedrifter der ansatte arbeider mer stasjonært i bedriftens lokaler, vil parkeringsarealer i nærheten av der den er lokalisert fortone seg som et positivt gode for ansatte, snarere enn et eksplisitt behov. Området har god tilgjengelighet til fots, med sykkel og med kollektive transportmidler i tillegg til flere parkeringsanlegg innenfor gangavstand til området. Med knapphet på parkeringsarealer, vil det være mulig å begrense denne kategorien virksomheters tilgang til parkeringsarealer.

De kvalitative samtalene tyder på åpenhet i forhold til å diskutere mobilitetsordninger som kan bidra til å redusere behovet for parkering. Det ble nevnt fra flere hold at en velfungerende ordning med tilføringsbuss/ringbuss, fra f.eks. ”parkeringsløkka” ved Jernbanen, til området vil være tilstrekkelig for å dekke behov både blant ansatte og kunder. Nedleggelse av tidligere ordning, der bussen kjørte rundt havneringen, ble trukket fram som negativt. Forutsetning for en tilføringsordning med buss vil i følge informantene være at det ble gitt tilstrekkelig informasjon om tilbudet. Det ble vist til at dette har vært mangelfullt ved tidligere ordninger. Fleksibel tilgang til bysykler kan være en annen måte å løse behovet for hurtig forflytning innenfor sentrum. En bilpool som gir fleksibel tilgang til bil i arbeidstiden, slik at behovet for å bruke egen bil begrenses, kan også være en måte for bedriftene å samarbeide på. Trolig vil det også

være et potensiale for å redusere behovet for parkeringsarealer knyttet til enkelt bedrifter, gjennom informasjon og kampanjer internt, nettopp fordi Holmenområdet ligger sentralt i Stavanger med god tilgjengelighet.

Som vi har vist til over har detaljvarehandelen primært behov for parkeringsarealer for kunder, mens den andre store virksomhetskategorien i området også har stort behov for tilgjengelige parkeringsplasser for ansatte. Dette argumenterer for en parkeringspolitikk som gir rom for variasjonene i behov. Selv om det framgår av undersøkelsen at informantene (som naturlig er) ønsker lett tilgang til parkering og billigst mulig, kommer det også fram at området oppleves som å være preget av god tilgjengelighet. Metodisk er det vanskelig å oppnå andre svar. Det framheves imidlertid også som områdets konkurransefortrinn at det er godt tilgjengelig, sentralt plassert, og at det ofte er mulighet til å parkere i nærheten av stedet en skal.

Vedlegg

Vedleggstabell 1. Oversikt over åpne svar på fordeler og ulemper ved Holmenområdet.

Fortrinn – næringsdrivende		Ulemper – næringsdrivende	
3	Ingen	2	Ingen
7	Sentrumstilknytning	14	Parkering/Utilstrekkelig parkering
16	Sentralt	4	Tid på parkering/Kun 15 min parkering utenfor butikk/burde være 2 timer
1	Gåavstand fra sentrum	5	Parkeringskostnader/Dyr parkering
1	Nærhet til kunder	2	Flytting av hurtigbåtterminalen
1	Oljemuseet	3	Parkering ansatte
1	Sentralt samtidig anonymt	1	Problem med langtidsparkering
1	Framkommelighet	3	Utkant/utenfor av sentrum
1	Kan kjøre til butikken	5	Lav kundetilgang/for lite folk/tilfeldig besøkende
3	Parkering	3	For liten aktivitet/lite butikker
5	Lett tilgjengelig/Sentralt i forhold til offentlige kommunikasjonsmidler	1	Usentralt
1	Trivelig med sjøen	2	Ikke skjer noe for å få forgang på utviklingen av området/Utviklingen av området går sent; står i stampe
1	Potensiale som forretningsstrøk/Stort utviklingspotensiale	2	Kostnader lokaler
1	Virksomhet i Vågen	1	Usentralt i forhold til resten av byens serveringssteder
3	Stavangers identitet/Særpreg	1	Sentrum forflyttet syd for Breigata
1	Unike lokaler	1	Utdøende butikkmiljø
1	Beliggenhet	1	Stengning av Vågen for trafikk
1	"Alle" vet hvor det er	1	Ukjente stikkveier/gater
1	Ligger i enden av gågate	1	Begrenset mulighet for innkjøring/kronglet og vanskelig tilgang med bil
1	Ypperlig beliggenhet i Sentrum	1	Gatene/bygningene rundt
1	Nærhet til eksisterende p-anlegg	1	Kø i gaten
2	Alle konkurrenter samlet i samme gate - miljø for type virksomhet	2	Overrivrige parkeringsvakter
		1	Trafikkstøy
		1	Alle offentlige tilstelninger holdes på torget og ved kulturhuset

Fortrinn – Eiere	Ulempe -Eiere
4 God plassering med god profilering	Korttidsparkeringen er forsvunnet
6 Parkering	Adkomst og parkering
30 Sentral beliggenhet	2 Kvalitet på bygninger
6 Lett tilgjengelig	2 Åpen uutnyttet tomt
Relativt rimelig leie	Vanskelig å finne kunder
8 Særpreget/byhistorisk særpreget/arkitektur/sjarm	7 Langt fra sentrum/utkanten av sentrum
Parkering utfor døren	2 Dårlig parkeringsforhold
7 Sentrum/sentrumsnært	2 Dårlig tilgjengelighet
Mye næringsdrivende rundt oss	10 Parkering
Åpen område av Sentrum	7 Lite parkeringskapasitet
Greit med parkering men må ikke reduseres	1 Mange beslutninger om revitalisering på Holmen
Gågate	6 Lite parkering for beboere
2 Plassering/utsikt	2 Få korttidsparkeringsplasser
Sentral både i forhold til Havneringen og Østervåg	Parkering ansatte
Rolig	Avstand til parkering
2 Lett tilgjengelig med bil	3 Flytting av hurtigbåtterminalen
Hurtigbåtterminalen	Manglende uteareal
Nær naturlig "lysløype" for handlende i sentrum	Vanskelig tilkomst for leveranser
	Lang avstand til bussterminal
	Noe usentralt
	Væravhengig
	Dårligere tilgjengelighet forventes i fremtiden
	Mangler banktjeneste/kolonial
	6 Lite trafikk i området/lite aktivitet
	2 Litt usentralt/bortgjemt
	Liten generell utnyttelse av Holmenområdet
	Offentlige restriksjoner og derved uegnede lokaler
	Dårlig strøk
	Vanskelig atkomst med bil
	Trafikk forurensning
	Vanskelig om vinteren med snø og is
	Vanskelig økonomisk drift i fredede gamle bygg
	Dårlig gate
	Dårlige lysforhold
	Parkering av biler i planlagt gågate 30 cm fra utstillingsvindu

Vedleggstabell 2. Anslått reisemiddelfordeling i alle virksomhetene samlet multiplisert med oppgitt antall ansatte. Absolutte tall.

	Detaljvare	Hotell/ overnatting	Tjeneste- virksomhet	Servering	Annet
Til fots	5	9	25	38	6
Med sykkel	6	11	6	20	38
Med Kollektivt	38	32	212	51	69
Blir kjørt med bil	5	7	44	4	11
Kjører selv bil	26	25	634	39	24
	80	84	920	150	148



Navn
Adresse
Postnr Sted

v/ Eier

Deres ref.

Vår ref.
727/7252030/cb/

Stavanger
13. februar 2001

Parkering i Holmenområdet – Undersøkelse av næringslivets behov.

Stavanger Parkeringsselskap har bedt RF – Rogalandsforskning om å gjennomføre en undersøkelse av næringslivets parkeringsbehov i Stavanger Sentrum - Holmenområdet. Bakgrunnen for undersøkelsen er utfordringen Parkeringsselskapet står overfor med å legge til rette for et tilstrekkelig variert og godt parkeringstilbud, tilpasset behovene til eksisterende og ny virksomhet i området.

Dette krever en grundig kartlegging av næringslivets realistiske vurderinger av behovet for parkering og betydningen dette har for lokalisering av virksomhet i Holmenområdet. Vi ber derfor ansvarlige for virksomheter og eiere å svare på en del spørsmål med utgangspunkt i den lokaliteten de representerer. Dette er gjengitt øverst på spørreskjemaet. I tillegg til eiere på Holmen, ber vi også eiere i ytterligere to områder, Madla og Tvedt, å svare på skjemaet, da dette gir oss mulighet til å sammenligne næringslivets parkeringsbehov i tre ulike områder. Dersom du representerer eier i flere av områdene ber vi deg fylle ut ett skjema for hvert område.

Skjemaet inneholder noen spørsmål som kan oppfattes å være sensitive. Svarene vil imidlertid hjelpe oss til å få et nødvendig helhetssyn over hvordan endringer i parkeringstilbudet kan bidra til å utvikle området. Dersom enkelte spørsmål er vanskelige å svare på, hoppe over disse og svar på resten av spørsmålene. Vi ber deg returnere skjemaet i vedlagte svarkonvolutt så snart som mulig, og innen **fredag 25 februar**.

Vi vil understreke at svarene som gis vil bli anonymisert og behandlet konfidensielt, også overfor Stavanger Parkeringsselskap.

Har du spørsmål eller kommentarer til undersøkelsen kan du enten henvende deg til *Christin Berg* på tlf. 51875042 eller e-post: Christin.Berg@rf.no, eller *Gottfried Heinzerling* på tlf 51875118 eller e-post: Gottfried.Heinzerling@rf.no

Med vennlig hilsen
RF – Rogalandsforskning

Christin Berg

Christin Berg
Forsker
Direkte innvalg: (+47) 51 87 50 42
E-post: Christin.Berg@rf.no



Navn
Adresse
Postnummer Sted
v/ Daglig leder

Deres ref.

Vår ref.
727/7252030/cb/

Stavanger
13. februar 2001

Parkering i Holmenområdet – Undersøkelse av næringslivets behov.

Stavanger Parkeringsselskap har bedt RF – Rogalandsforskning om å gjennomføre en undersøkelse av næringslivets parkeringsbehov i Stavanger Sentrum - Holmenområdet. Bakgrunnen for undersøkelsen er utfordringen Parkeringsselskapet står overfor med å legge til rette for et tilstrekkelig variert og godt parkeringstilbud, tilpasset behovene til eksisterende og ny virksomhet i området.

Dette krever en grundig kartlegging av næringslivets realistiske vurderinger av behovet for parkering og betydningen dette har for lokalisering av virksomhet i Holmenområdet. Vi ber derfor ansvarlige for virksomheter og eiere å svare på en del spørsmål med utgangspunkt i den lokaliteten de representerer. I tillegg til næringsdrivende på Holmen, ber vi også næringsdrivende i ytterligere to områder, Madla og Tvedt, å svare på skjemaet, da dette gir oss mulighet til å sammenligne næringslivets parkeringsbehov i tre ulike områder. Dersom du representerer næringsdrivende i flere av områdene ber vi deg fylle ut ett skjema for hvert område.

Skjemaet inneholder noen spørsmål som kan oppfattes å være sensitive. Svarene vil imidlertid hjelpe oss til å få et nødvendig helhetssyn over hvordan endringer i parkeringstilbudet kan bidra til å utvikle området. Dersom enkelte spørsmål er vanskelige å svare på, hoppe over disse og svar på resten av spørsmålene. Vi ber deg returnere skjemaet i vedlagte svarkonvolutt så snart som mulig, og innen **fredag 25 februar**.

Vi vil understreke at svarene som gis vil bli anonymisert og behandlet konfidensielt, også overfor Stavanger Parkeringsselskap.

Har du spørsmål eller kommentarer til undersøkelsen kan du enten henvende deg til *Christin Berg* på tlf. 51875042 eller e-post: Christin.Berg@rf.no, eller *Gottfried Heinzerling* på tlf 51875118 eller e-post: Gottfried.Heinzerling@rf.no

Med vennlig hilsen

RF – Rogalandsforskning

Christin Berg

Forsker

Direkte innvalg: (+47) 51 87 50 42

E-post: Christin.Berg@rf.no

Undersøkelse av næringslivets behov for parkering i Holmenområdet

Eiere av næringsseiendom (gardsnr: «GardNr», bruksnr: «AlleBruksNr»)

Informasjon om virksomheten

1. Hvilken type virksomhet egner lokalet/ene seg for? Sett eventuelt flere kryss

- a) Detaljvarehandel b) Hotell/overnatting
c) Tjenestevirksomhet d) Servering
e) Annet: _____

2. Angi samlet bruksareal på næringsseiendommen

_____ m²

Informasjon, vurderinger og behov – parkering

3. Hvor enig eller uenig er du i betydningen forholdene listet opp under er for lokalisering av bedrifter i Holmenområdet?

- | | Helt enig | Delvis enig | Litt uenig | Helt uenig |
|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) Billige lokaler | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Hensiktsmessige lokaler | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) Særpregede lokaler | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) Sentral beliggenhet i sentrum | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) Lett tilgang til parkering | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f) Lett tilgjengelig for kunder | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g) Lett tilgjengelig for ansatte | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h) Lett tilgjengelig for leveranser | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

4. Hva vil du si er de viktigste fortrinnene med stedet eiendommen du representerer er lokalisert?

5. Hva vil du si er de viktigste ulempene med stedet eiendommen du representerer er lokalisert?

6. Er det størst behov for parkering for ansatte, kunder eller leveranser til bedriftene? Sett ett kryss

- a) Ansatt
b) Kunder
c) Leveranser

7. Leies det ut parkeringsplasser i tilknytning til næringsseiendommen?

- a) Ja
b) Nei

8. Anslagsvis, hva utgjør inntekten per plass?

_____ kr

9. Hva er akseptabel pris for å parkere i Holmenområdet? Sett ett kryss i hver kolonne

- | | Korttids parkering | Parkeringsanlegg |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) 5 – 9 kr timen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) 10 – 14 kr timen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) 15 – 19 kr timen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) 20 – 24 kr timen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) Over 25 kr timen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

10. Hva er akseptabel pris for tilgang til faste eller reserverte plasser i parkeringsanlegg i Holmenområdet? Sett ett kryss i hver kolonne

- | | Reservert plass | Tilgang til fellesanlegg |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) 5000 – 9999 kr året | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) 10000 – 14999 kr året | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) 15000 – 19999 kr året | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) 20000 – 24999 kr året | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) Over 25000 kr året | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

11. Anser du, i dagen situasjon, det som nødvendig at bedrifter og/eller eiere av næringsseiendom deltar i investeringer og eierskap knyttet til parkeringsanlegg? Sett ett kryss

- a) Helt nødvendig
b) Kanskje nødvendig
c) Unødvendig

Kommentarer:

Undersøkelse av næringslivets behov for parkering i Holmenområdet

Skjema for næringsdrivende

Innledning

1. Jeg fyller ut skjemaet som/på vegne av: Sett ett kryss

- | | Holmen-området | Madla-området | Forus/Tvedt |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) Næringsdrivende | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Næringsdrivende og eier av næringsseidendom | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

2. Har bedriften også etableringer andre steder i Jærregionen? (sett eventuelt flere kryss)

- a) Nei
- b) Ja, annet sted i Stavanger sentrum
- c) Ja, i tilknytning til et bydelssenter i Stavanger
- d) Ja, på Kvadrat
- e) Ja, i Sandnes sentrum
- f) Ja, andre områder i Jærregionen som ikke er nevnt i alternativene over

Informasjon om virksomheten

3. Type virksomhet? Sett ett kryss

- a) Detaljvarehandel b) Hotell/overnatting
- c) Tjenestevirksomhet d) Servering
- e) Annet: _____

4. Virksomhetens totale bruksareal:

_____ m²

5. Er arealets størrelse og utforming hensiktsmessig for drift av virksomheten?

- a) Ja
- b) Delvis
- c) Nei

6. Totalt antall årsverk i bedriften: _____

7. Totalt antall sysselsatte i bedriften?

- a) Menn _____
- b) Kvinner _____

8. a) Antall ansatte som jobber heltid? _____

b) Antall ansatte som jobber *deltid*? _____

9. a) Antall under 25 år _____

b) Antall 25-34 år _____

c) Antall 35-44 _____

d) Antall 45 år og eldre _____

10. Bedriftens brutto årsomsetning i kroner (eks. moms): _____ kr.

11. Hvor stor andel i prosent utgjør den kvartalsmessige omsetningen av bedriftens bruttoomsetning?

a) Første kvartal _____ %

b) Andre kvartal _____ %

c) Tredje kvartal _____ %

d) Fjerde kvartal _____ %

Sum _____ %

12. Hva er bedriftens normale åpnings- og stengtidspunkt? Skriv tidspunktet slik: _____

	Åpent fra	Stengtidspunkt
a) Mandag	_____:____	_____:____
b) Tirsdag	_____:____	_____:____
c) Onsdag	_____:____	_____:____
d) Torsdag	_____:____	_____:____
e) Fredag	_____:____	_____:____
f) Lørdag	_____:____	_____:____
g) Søndag	_____:____	_____:____

13. Dersom arbeidstiden i bedriften avviker fra åpningstid, angi bedriftens normale arbeidstid.

a) Arbeidsdagen starter ca.: _____

b) Arbeidsdagen slutter ca.: _____

Kommentar: _____

14. Har flertallet av bedriftens ansatte fleksibel arbeidstidsordning?

- a) Ja b) Nei

Informasjon vurderinger og behov - parkering

15. Når du vurderer området der virksomheten er lokalisert, hvor enig eller uenig er du i betydningen av forholdene listet opp under?

	Helt enig	Delvis enig	Litt uenig	Helt uenig
a) Lokalene er billige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Lokalene er hensiktsmessige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Lokalene har særpreg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Beliggenheten er sentral i Stavanger sentrum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Lett tilgang til parkering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Lett tilgjengelighet for kunder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Lett tilgjengelighet for ansatte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Lett tilgjengelighet for leveranser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16. Hva er de viktigste fortrinnene ved lokalisering av virksomhet på Holmen?

17. Hva er de viktigste ulempene ved lokalisering på Holmen?

18. Har bedriften flytteplaner? ┆

a) Ja b) Nei

Hvis ja, spesifiser framtidig lokalisering:

19. Hvis ja, angi begrunnelse for flytteplaner?

	Helt enig	Delvis enig	Litt uenig	Helt uenig
a) Billigere lokaler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Mer hensiktsmessige lokaler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Mer særpregede lokaler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Mer sentral beliggenhet i Stavanger sentrum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Lettere tilgang til parkering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Lettere tilgjengelighet for kunder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Lettere tilgjengelighet for ansatte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Lettere tilgjengelighet for leveranser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20. Hvordan kommer bedriftens ansatte seg på jobb?

Gi en indikasjon på prosentandelen for hvert transportmiddel.

a) Til fots	<input type="text"/>	%	┆
b) Sykkel	<input type="text"/>	%	
c) Kollektivt	<input type="text"/>	%	
d) Bliir kjørt med bil	<input type="text"/>	%	
e) Kjører selv bil	<input type="text"/>	%	
Sum	<input type="text"/>	%	

21. Hvilke parkeringsarealer/anlegg brukes? (ansatte, kunder/besøkende, leveranser)

	Ansatte	Kunder/ besøk	Leve- ranser
a) Parkeringsanlegg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Gateparkering offentlig grunn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Parkering privat grunn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. Eier eller leier virksomheten egne parkeringsplasser?

a) Antall P-plasser virksomheten eier	<input type="text"/>
b) Antall P-plasser virksomheten leier	<input type="text"/>

23. Anslagsvis, hva er årskostnaden for bedriften ved å eie og/eller leie parkeringsplasser?

kr

┆

24. Hvor lang tid er det vanlig at kunder/besøkende er hos bedriften? Sett ett kryss

a) Under 15 min.

b) 15 – 29 min. ┆

c) 30 – 59 min

d) 1 – 2 timer

f) over 2 timer

25. Gi et anslag på antall leveranser til bedriften i løpet av en måned

a) Person-/varebil leveringer

b) Lastebil/trailer leveringer

26. Har bedriftens størst behov for parkering for ansatte, kunder eller leveranser? Sett ett kryss

a) Ansatt b) Kunder c) Leveranser

27. Hva er akseptabel pris for å parkere i Holmenområdet? Sett ett kryss i hver kolonne

	Korttids- parkering	Parkerings- anlegg
a) 5 – 9 kr timen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) 10 – 14 kr timen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) 15 – 19 kr timen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) 20 – 24 kr timen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Over 25 kr timen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28. Hva er akseptabel pris for tilgang til faste eller reserverte plasser i parkeringsanlegg i Holmenområdet? Sett ett kryss i hver kolonne

	Reservert plass	Tilgang til plass i felles anlegg
a) 5000 – 9999 kr året	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) 10000 – 14999 kr året	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) 15000 – 19999 kr året	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) 20000 – 24999 kr året	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Over 25000 kr året	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29. Anser du det som nødvendig at bedrifter og/eller eiere av næringseiendom deltar i investeringer og eierskap knyttet til parkeringanlegg? Sett ett kryss

a) Helt nødvendig

b) Kanskje nødvendig

c) Unødvendig

Kommentarer:

┆