



GÖTEBORGS UNIVERSITET

HANDELSHÖGSKOLAN

Parkeringsplatssituationen i Göteborg City

Kandidatuppsats i Marknadsföring
Handelshögskolan vid Göteborgs universitet
Höstterminen 2016

Handledare: Martin Öberg
(Ove Krafft)

Författare: Alfred Byhlén 920723
Fabian Eide 941023

Sammanfattning

Studien går ut på att beskriva parkeringsplatssituationen och tillgängligheten i Göteborg City. Centralt i arbetet är tre faktorer som valts att belysas då de antas påverka parkeringsplatssituationen och tillgängligheten mest: kollektivtrafiken, e-handeln samt trängselskatten. Parkeringsplatssituationen är intressant att forska om, då det i dagens Göteborg sker förändringar med en snabbt växande befolkning, vilket kan skapa en ökad problematisk situation för individer att ta sig in till Göteborgs City med den ökade trängseln för bilisterna i staden. Även tillgängligheten är intressant att forska om då tillgängligheten är viktig för att skapa konkurrensfördelar och för att en handelsplats ska bli lyckad. Syftet blev därför att beskriva parkeringsplatssituationen i Göteborg City och hur kollektivtrafiken, e-handeln samt trängselskatten påverkar tillgängligheten för parkeringsplatser knutna till handeln i Göteborg City. Med syftet till hands, ska dagens situation kunna problematiseras samtidigt som vi blickar in i framtiden. Metoden består av datainsamling från en enkät som har genomförts och analyserats kvantitativt. Enkäten och teorin gav svar på våra frågeställningar som hjälpte oss att komma fram till ett resultat. Studien visar att det är brist på parkeringsplatser, men att det inte behövs någon större byggnation av fler parkeringsplatser i och med att fler konsumenter åker kollektivt, samt att trängselskatten bidrar till att färre åker bil. Samtidigt påverkar e-handeln de fysiska butikernas framtida betydelse vilket kommer minska den framtida efterfrågan på parkeringsplatser. Därför kommer faktorerna kollektivtrafik, e-handel samt trängselskatt bidra till att parkeringar i Göteborg City knutna till handeln, inte kommer att behövas i lika hög grad, samtidigt som tillgängligheten kommer öka.

Nyckelord: tillgänglighet, parkeringsplatser, detaljhandel, kollektivtrafik, e-handel, trängselskatt, befolkningsutveckling, färdmedel, inköpsresemönster.

Förord

Vi skulle vilja tacka vår handledare Martin Öberg samt Ove Krafft som hjälpt oss genom arbetets gång genom sina goda råd.

Slutligen vill vi även rikta ett tack till vår seminariegrupp, som kommit med konstruktiv kritik som varit värdefull för oss.

Alfred Byhlén 2017-01-04

Fabian Eide 2017-01-04

Innehåll

1	Introduktion.....	6
1.1	Problembeskrivning	7
1.1.1	Kollektivtrafik.....	7
1.1.2	E-handel	8
1.1.3	Trängselskatt	9
1.2	Syfte	11
1.2.1	Frågeställningar	11
1.2.2	Begreppsförklaring.....	11
1.3	Avgränsningar.....	12
2	Bakgrund	14
2.1	Göteborgs tillväxt.....	14
2.2	Handel	14
2.3	Färdmedel	15
2.4	Färdmedel och dess framtid	16
2.5	Parkeringsstatistik i Göteborg City	17
2.6	De tre påverkande faktorerna	17
2.6.1	Kollektivtrafik.....	18
2.6.2	E-handel	18
2.6.3	Trängselskatt	19
3	Teori.....	22
3.1	Tillgänglighet	22
3.2	Inköpsresemönster	25
3.3	Förankrande användare	26
4	Metod	28
4.1	Kvantitativ metod	28
4.2	Datainsamling	29
4.2.1	Enkät.....	29
4.2.2	Urval	30
4.3	Dataanalys.....	31
4.4	Reliabilitet	31
4.5	Validitet	32
4.6	Generaliserbarhet.....	32
5	Empiri.....	33

5.1 Resultat från enkäten	33
5.1.1 Basfrågor	33
5.1.2 Shoppingvanor	33
5.1.3 Färdmedel och parkering	34
6 Analys	37
6.1 Parkeringsplatssituationen i Göteborg City	37
6.2 Kollektivtrafikens inverkan på parkeringsplatssituationen	39
6.3 E-handelns påverkan på parkeringsplatssituationen	40
6.4 Trängselskattens inverkan på parkeringsplatssituationen	41
7 Slutsats	43
8 Vidare forskning	46
9 Referenslista	47
9.1 Litterära källor	47
9.2 Artiklar/Rapporter	47
9.3 Elektroniska källor	49
10 Bilaga 1	53

1 Introduktion

Biltrafik och parkeringsplatser har varit en återkommande fråga i Göteborg. För närvarande är cirka 550 000 personer bosatta i Göteborgs stad vilken är en starkt växande siffra och enligt Göteborgs stad (2014) ser befolkningen ut att växa med 150 000 personer till år 2035. I och med detta förväntas Göteborg genomgå en stor förändringsprocess, där trafiksituationen i Göteborg City kan påverkas. Eftersom allt fler kommer behöva resa i Göteborg City kan det antas att ökad trafik, längre bilköer samt ökad trängsel kommer att uppstå och påverka parkeringsplatssituationen samt tillgängligheten i Göteborg City. Det är därför intressant att ta reda på hur parkeringsplatssituationen i Göteborg City ser ut, då många individer som är bosatta i Göteborg och dess närliggande kommuner är beroende av parkeringar i området då platsen är ett centrum för handel. Parkeringsplatssituationen i Göteborg city är även viktig att undersöka för att i framtiden kunna ta itu med de problem som kommer uppstå med en växande befolkning. Parkeringsplatsernas funktion i Göteborg City existerar främst för att människor som reser in till City och handlar kan parkera sina bilar. Därför kommer tillgängligheten ha en central roll i arbetet, då tillgänglighet är en konkurrensfördel för handeln i Göteborg City gentemot andra varuhus och andra handelsplatser i Göteborg.

En aspekt att ha i åtanke, när parkeringsplatssituationen undersöks, är parkeringsnormen i Göteborg city/innerstad. Parkeringsnorm är ett kommunalt regelverk som kommunen använder sig av vid ny- och ombyggnationer av parkeringsplatser vilket anges i antalet bilplatser per kvadratmeter. Parkeringsnormen är idag 15 stycken parkeringsplatser per 1000 kvadratmeter för handeln. Göteborg stad arbetar kontinuerligt med en hållbar utveckling av infrastrukturen bland annat genom en parkeringspolicy, som ska uppmuntra människor att åka kollektivt samt cykla i större utsträckning. En definition av målsättningen med parkeringspolicyn som tagits fram är följande: "Målsättningen med parkeringspolicyn är att medverka till att staden ska vara tillgänglig för alla. Vi ska ha en attraktiv och vacker stad med en hållbar stadsutveckling – socialt, ekonomiskt och ekologiskt. Parkeringspolicyn ska uppmuntra till att fler väljer kollektivtrafiken eller cykeln framför bilen" (Göteborgs stad 2009). Således har Göteborgs stad som mål att ta bort parkeringsplatser, som ligger nära busshållplatser samt göra utrymme för fler gång och cykelvägar.

Det har tidigare gjorts forskning angående parkeringsplatser för detaljhandeln i Göteborg City. Ahamed och Jovanov (2009) beskriver i "Possible Solutions of Car Parking Problem of

Retail Business in Gothenburg City Center” att lokaltrafiken ej håller måttet kvalitetsmässigt och personer som reser kollektivt tycker att det går för långsamt, vilket kan innebära att individer väljer bilen som färdmedel. Den bristande kollektivtrafiken kan därför skapa en högre efterfrågan på parkeringsplatser i Göteborg City.

Nedan följer problembeskrivningen som motiverar varför vi vill undersöka parkeringsplatssituationen samt varför de tre faktorerna kollektivtrafik, e-handel samt trängselskatt antas påverka tillgängligheten och parkeringsplatssituationen i Göteborg City.

1.1 Problembeskrivning

Vi vill undersöka hur dagens parkeringsplatssituation ser ut och hur den har förändrats, då parkeringssituationen är en viktig del av transport och kommunikation för att kunna ta sig in till Göteborg City. Vi vill därför ur ett marknadsföringsperspektiv se hur tillgängligheten påverkar parkeringsplatssituationen till Göteborg City, då de flesta parkeringarna i området är kopplade till handeln i Göteborgs mest centrala delar. Arbetet har ett marknadsföringsperspektiv, då tillgänglighetsfaktorn är en stor konkurrensfördel att kunna ta sig lätt och smidigt till en handelsplats, då många handelsplatser i Göteborg, till exempel Frölunda Torg eller Allum, konkurrerar med likartade konsumenter som varuhusen gör i Göteborg City. För att tillgängligheten ska vara hög, behövs därför rätt antal parkeringsplatser som täcker parkeringsefterfrågan, då en växande befolkning kan innebära problem för tillgängligheten och parkeringsefterfrågan. Därav vårt fokus på parkeringsplatser.

Arbetets påverkande faktorer är e-handelns tillväxt, den nyinförda trängselskatten samt kollektivtrafiken i Göteborg. I följande avsnitt, problembeskrivning, förklaras därför mer ingående varför just dessa faktorer är viktiga att belysa när parkeringsplatssituationen undersöks. Därmed vill vi se vilka eventuella problem eller möjligheter kollektivtrafiken, e-handeln samt trängselskatten kan skapa för tillgängligheten i Göteborg City, då tillgänglighet ses som en konkurrensfördel för handelsplatser. Avslutningsvis i varje stycke motiverar vi varför varje faktor undersöks i förhållande till parkeringsplatssituationen.

1.1.1 Kollektivtrafik

Kollektivtrafiken är en viktig del av städernas infrastruktur och för att skapa tillgänglighet i städer. Människor är beroende av buss, tåg eller färja för att ta sig till arbete/skola samt

affärer. Den framtida hållbara planeringen av att göra innerstaden till en mindre biltrafikerad plats kan bidra till att färre individer väljer bilen till centrum. Det kan därmed innebära att fler väljer att åka kollektivt. Andra färdmedel som cykel eller lokaltrafik kan skapa en mindre biltrafikerad innerstad som kan påverka parkeringsplatssituationen (Göteborgs stad 2009).

Bristerna i kollektivtrafiken som beskrivs av Ahmed & Jovanov (2009) kan försämra möjligheten för människor att ta sig in på andra sätt, än via bil. Författarna tar dock upp att Göteborgs stad vill försöka råda bot på problemet genom att skapa fler expresslinjer för att effektivisera resandet med kollektivtrafiken. Göteborgs stad har samtidigt ett mål med att öka resandet med kollektivtrafik från 24% till 40% innan år 2020.

Trots missnöjdheten med kollektivtrafiken, har resandet bara år 2016 ökat med 6% enligt Västtrafik (2016) i Göteborgsregionen. Därför kan en jämförelse mellan konsumenter som fortfarande väljer bilen som färdmedel och de som valt kollektivtrafiken göras. Inställningen till kollektivtrafiken är av stor betydelse när behovet av parkeringsplatser ska undersökas. Därmed är kollektivtrafiken en av faktorerna som undersöks i arbetet, då kollektivtrafiken och val av färdmedel har inverkan på parkeringsplatssituationen och tillgängligheten i Göteborg City.

1.1.2 E-handel

Hagman och Enhav (2016) beskriver att det i dagens samhälle blir allt mer vanligt med e-handel på grund av en allt mer digitaliserad värld. De menar att e-handeln har en bidragande effekt till att vanlig handel i fysiska butiker blivit försämrade. Därför är det viktigt att undersöka om e-handel har en påverkan på de fysiska butikerna. Det kan påverka parkeringsplatssituationen och tillgängligheten i Göteborg City, då detaljhandeln är anledningen till att många individer åker in till Göteborg City. Därmed är det viktigt att belysa de fysiska butikernas betydelse, då de fysiska butikerna är en stor dragningskraft till City. E-handeln har enligt Hagman och Enhav (2016) under senare år vunnit stora marknadsandelar från de fysiska butikerna vilket orsakat att butiker, både stora och små, gått i konkurs. Enligt e-barometern (2016) har e-handeln ökat med 15 % det tredje kvartalet 2016. Livsmedel, sport- och fritid är de varor som ökade mest i försäljning. Kläder och skor var de produkter som inhandlades mest under samma period.

Dagens situation med e-handel innebär att shopping på internet har blivit ett väletablerat sätt att inhandla sina produkter. Enligt e-handel.se (2012) har det skett en tillväxt inom e-handeln, vilket därför kan leda till att fysiska butikers betydelse kan komma att förändras.

Däremot finns andra källor som tyder på att försäljningen inom fysiska handeln kommer öka på grund av e-handeln. Sitoo.se (2016) menar att ett antal stora kedjor ser e-handeln som en möjlighet att även öka den fysiska handeln, då vissa företag tycker att e-handeln till och med kommer kunna öka försäljningen hos de fysiska butikerna.

Ökningen av e-handel kommer därför, som tidigare nämnts, bidra till en förändring av fysiska butikernas betydelse. Ökningen av e-handel kan enligt oss, skapa en oviss situation för hur Göteborgs stad ska handskas med parkeringsplatser i framtiden. För butiksägarna kan en minskande betydelse av fysiska butiker bli ett hårt slag, då många inte har resurser att ställa om sig till en mer digital värld.

Enligt Johansson (2015), är tillgängligheten en av de mest självklara konkurrensfördelarna inom e-handeln, då konsumenten exempelvis kan handla var som helst utan att vara på plats i en fysisk butik. Tillgänglighet är även en konkurrensfördel inom e-handel ur ett geografiskt perspektiv, då konsumenter som inte har fysiska butiker nära till hands lättare kan göra sina köp online. Det innebär att konsumenterna kan nå miljarder av produkter utan att behöva åka till en butik.

På grund av att tillgänglighet är en viktig konkurrensfördel för e-handeln, fokuserar detta arbete på att undersöka om konsumenterna tenderar att handla mer eller mindre i fysiska butiker i Göteborg City på grund av e-handeln. Till detta vill vi undersöka om parkeringsplatssituationen och dess tillgänglighet då påverkas. Med informationen som kommer tas fram kommer vi därför förhoppningsvis kunna dra paralleller mellan e-handeln och parkeringsplatsbehovet och därför kunna se vilka slags åtgärder som är nödvändiga.

1.1.3 Trängselskatt

Göteborgs stad införde trängselskatten 1 januari 2013 (Göteborgs stad 2016). Syftet var att förbättra miljön i staden, framkomligheten inom stadens gränser samt minska trängseln i innerstaden och således öka tillgängligheten. Trängselskatten skulle även finansiera

infrastrukturutbyggnader såsom vägar, kollektivtrafik, och järnväg, vilket enligt trafikverket (2016) innefattar västlänken. Även en ny älvförbindelse mellan Hisingen och fastlandet, som kommer kallas Marieholmsförbindelsen, blir klar i december 2016 och kommer finansieras av den införda trängselskatten. Denna finansiering kallas västsvenska paketet (Trafikverket 2016). Trängselskatten kan ha påverkat trafiksituationen, då det kan antas att färre väljer att ta bilen in till staden. Enligt Jansson och Swahn (1987) har den allmänna situationen av motordrivna fordon i städerna förändrats genom historien. Genom urbaniseringen under 1900-talet gjordes många städer om till så kallade "bilstäder". Under 50- och 60-talet uppstod en bristande kapacitet inom den rörliga trafiken, alltså en stor ökning av antal bilar i städerna runt om i landet. Det ledde till problem i städernas trafik, samtidigt som en brist på parkeringsplatser uppstod, vilket bidrog till att människor som reste in till städerna fick svårare att hitta platser att parkera på. Ökningen av biltrafik bidrog även mycket till trängsel samt köer i innerstäderna. Därför inleddes ett arbete med att expandera antalet parkeringsplatser samt öka gatukapaciteten i stadskärnorna runt om i landet de nästkommande 10 till 15 åren. Denna nya utveckling på 60-talet gav dock oönskat gensvar, och många var negativt inställda till de nya bieffekterna med fler motordrivna fordon i staden. På landsbygden blev bilismen dock ett positivt steg framåt, medan det i storstäderna uppstod ett missnöje genom att den motordrivna kulturen vuxit fram i ett högt tempo (Jansson & Svahn 1987).

En diskussion om att betala en slags avgift för biltrafiken uppstod, och på 80-talet började införandet av trängselskatten diskuteras på allvar. Dock visste de ledande i Göteborg inte om avgiften skulle lösa trängselproblemet i storstadstrafiken. Införandet av trängselskatten dröjde, och det var först mycket senare som den verkligen skulle bli till verklighet (Jansson & Svahn 1987). Trängselskatten är även idag en aktuell fråga för trafiksituationen i Göteborg, då många blivit uppretade på grund av att Göteborgs stad genomförde trängselskatten trots att folket röstade mot skatten efter införandet 2013 (Göteborgs stad 2016). Då en önskad ökning av framkomlighet med bil var en av anledningarna till införandet, ska vi i denna uppsats också undersöka om trängselskatten har bidragit till mindre trängsel med bil i staden. Det ska även undersökas hur trängselskatten har påverkat parkeringsplatssituationen. Därför blir trängselskatten den tredje faktorn som undersöks i denna uppsats.

Ur faktorerna som presenterats i problembeskrivningen och hur de kan påverka tillgängligheten till Göteborg City för individen, finner vi att ett syfte och frågeställningar kan skapas.

1.2 Syfte

Syftet med detta arbete är att beskriva parkeringsplatssituationen i Göteborg City och hur kollektivtrafiken, e-handeln samt trängselskatten påverkar tillgängligheten för parkeringsplatser knutna till handeln i Göteborg City.

1.2.1 Frågeställningar

Följande frågeställningar skall besvaras:

- Hur ser parkeringsplatssituationen ut i Göteborg City?
- Hur påverkar kollektivtrafiken parkeringsplatssituationen?
- Hur påverkas parkeringsplatsbehovet av e-handels tillväxt?
- Förändras efterfrågan på parkeringsplatser på grund av trängselskatten?

1.2.2 Begreppsförklaring

Detaljhandel: Detaljhandel definieras som handel där enskilda produkter köps. Detaljhandel är även det sista steget i distributionskedjan för en specifik produkt, då produkten produceras hos producenten för att slutligen konsumeras av konsumenten. Detaljhandel utspelar sig i fysiska butiker, varuhus torgstånd men också via postorder samt internet (Nationalencyklopedin 2017).

Handelsplats: En handelsplats är en marknad där köpare och säljare möts för att sälja och köpa produkter (Nationalencyklopedin 2017).

Förankrade användare: Förankrade användare innebär individer som använder ett specifikt färdmedel som inte önskar att byta transportmedel, samtidigt som de är användarna som är minst är benägna att ändra sitt sätt att resa på (Göteborg stad 2016).

Tillgängliga icke-användare: De tillgängliga icke-användarna är de användare som kan tänkas byta färdmedel. De är därmed inte fast beslutna att fortsätta färdas med färdmedlet de använder idag, utan kan påverkas enkelt att ändra sitt sätt att resa (Göteborg stad 2016)).

Varuhus: Varuhus är en form av detaljhandel med ett stort utbud av varor på en stor säljyta. Varuhus är ofta uppdelade i avdelningar för att kunna erbjuda konsumenter ett stort utbud av varor (Nationalencyklopedin 2017). Åhlens City i Göteborg är ett exempel på ett varuhus.

Köpcentrum: Köpcentrum är när flera varuhus och butiker är samlade på en plats. Vanligtvis finns det även restauranger, caféer och andra servicefaciliteter i anknytning till köpcentrum (Nationalencyklopedin 2017). Nordstan i Göteborg är ett typiskt köpcentrum.

Konsument: Definieras enligt Nationalencyklopedin som “slutlig användare av varor och tjänster” (Nationalencyklopedin 2017).

Betalstation: En betalstation är där en automatisk identifiering och registrering görs då fordonet kör igenom trängselskattstationen. Betalning sker i efterskott och föraren behöver inte stanna för att betala (Transportstyrelsen 2016).

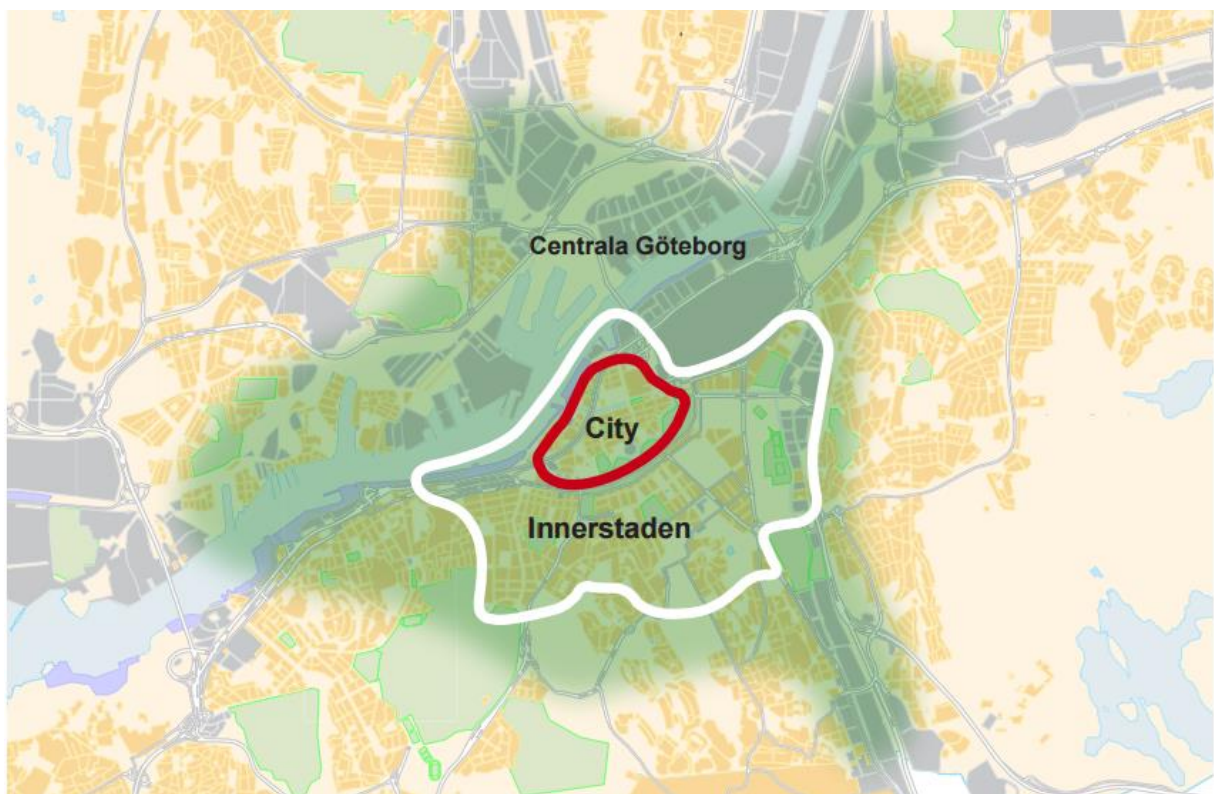
Konkurrensfördel: Fahy (2000) definierar konkurrensfördelar som när ett företag har en fördel gentemot konkurrenten som verkar på samma marknad/bransch.

1.3 Avgränsningar

Olika möjligheter att studera parkeringsplatssituationen finns, då det finns faktorer som påverkar behovet av parkeringsplatser. För att få en relevant studie har vi därför behövt avgränsa oss. I denna uppsats har vi först och främst valt att avgränsa oss geografiskt. Eftersom Göteborg är stort, blir det för omfattande att beröra parkeringsplatssituationen för hela Göteborgs stad, kommun och dess närliggande områden. Därför har vi valt att avgränsa oss till Göteborg City (Se bild nedan). Det vi menar med Göteborg City är områdena Inom Vallgraven samt Nordstaden. Detta betyder att vi exkluderar områden utanför City i vår studie. Anledningen till exkluderandet är att situationen antas se annorlunda ut om en jämförelse sker mellan områdena. Göteborg City valdes också på grund av att olika varuhus

fanns i området, vilket gjorde Göteborg City till ett bra område att undersöka då denna studie handlar om tillgängligheten för parkeringsplatser knutna till handeln.

Andra alternativ än lokaltrafiken finns att ta sig till staden, exempelvis cykel, till fots etc. Vi har i denna uppsats valt att fokusera på hur situationen ser ut när kollektivtrafiken undersöks, då det blir för omfattande om andra aspekter tas med. En avgränsning har också skett gällande kollektivtrafiken där vi inte tar hänsyn till resande med färjor utan enbart med buss och spårvagn, då även inkludandet av färjetrafiken blir för omfattande. Senare i arbetet belyses även olika användare och deras inställning att vilja byta färdmedel. I studien har vi valt att fokusera på de förankrade användarna. Anledningen till att endast fokusera på de förankrade användarna är att det är de som är mest motvilliga att ändra transportmedel. Det innebär att dessa användare kan vara en bidragande orsak till att en inställningsförändring angående färdmedel är svår att genomföra. Det kan skapa ett svåruppnåeligt framtida mål som Göteborgs stad har satt upp, vilket berörs i avsnittet färdmedel och dess framtid (Göteborgs stad 2016).



Figur 1. Definition av city, innerstad samt de centrala delarna av Göteborg (Göteborgs stad 2011).

2 Bakgrund

Bakgrunden inleds med en kort beskrivning hur Göteborgs tillväxt har utvecklats under åren. Därefter belyses handeln i ett mer allmänt perspektiv. Det är viktigt att väga in hur handeln ser ut för att sedan kunna ta upp inköpsresemönstret i teoridelen, då handel inom främst detaljhandel kan vara en av de främsta anledningarna till varför individer åker in till Göteborg City. Avslutningsvis förklaras de färdmedel som är relevanta och som vi avgränsat oss till. Anledningen till att färdmedel diskuteras här är för att förklara bakgrunden till de förankrade användarna av olika färdmedel som tas upp i teoriavsnittet.

2.1 Göteborgs tillväxt

Enligt Sundvall (2006) tyckte politikerna så tidigt som år 1954 att staden redan då hade för mycket trafik i Göteborg. Trots detta har antalet personbilar ökat avsevärt, från att vara 20 000 stycken personbilar år 1954 inom stadens gränser till att år 2004 innefatta 170 000 stycken. Detta är en ökning med 150 000 stycken bilar under 50 år.

Befolkningen i Göteborgsregionen växer för varje år som går. Trafikverket (2015) informerar att en befolkningstillväxt med 3,2% har skett i området mellan åren 2011 till 2015, samt att det är i Göteborgs kommun som den största ökningen har skett. Trots denna ökning, reser befolkningen i genomsnitt lika mycket som innan. De största faktorerna som påverkar hur många gånger invånarna reser varje dag till Göteborg är om personen i fråga har ett arbete samt var personen bor.

2.2 Handel

Handeln är en grundläggande byggsten i den svenska ekonomin, då den främjar tillväxt, utveckling och välstånd i det svenska samhället (Svensk Handel 2015). Även städernas attraktivitet beror till stor del av en välfungerande handel, då det lockar flera turister, besökare och invånare. Enligt Svensk Handel (2015) kommer 11% av Sveriges BNP från de 403 miljarder SEK som handeln genererar varje år. Inom handeln arbetar det nästan 500 000 människor vilket motsvarar 11% av alla sysselsatta i Sverige. Det handlar om försäljare, importörer, lagerarbetare, e-handlare med mera.

I Göteborgs kommun omsatte detaljhandeln 41,14 miljarder SEK under 2015, vilket består av 46% från dagligvaror och 54% från sällanköpsvaror. Detta var en ökning med 5,9% jämfört med föregående år och prognosen säger att det kommer fortsätta att öka kommande år (Business Region Göteborg 2016). I och med att handeln ökar kan det vara relevant att undersöka om det finns några faktorer som påverkar val av färdmedel, på grund av detaljhandelns eventuella betydelse för parkeringsplatssituationen.

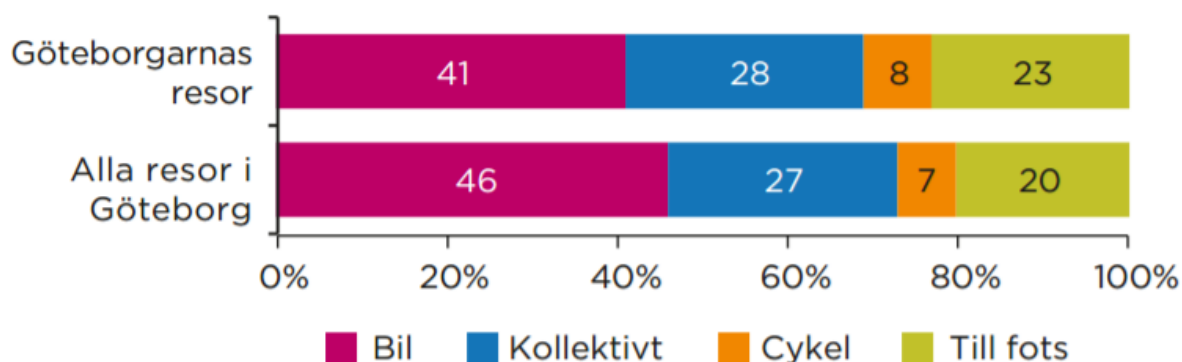
2.3 Färdmedel

För en ökad tillgänglighet i Göteborg City och ett ökat flöde av individer till Göteborg City finns det en rad olika faktorer som måste tas i beaktande. Resorna till och från Göteborg City är grundläggande för att kunderna ska kunna komma dit. Bra kollektivtrafik, lätthet att hitta parkeringar och mindre bilköer är därför viktigt (Bergström et. al. 2008).

Mellan åren 2008 till 2012 ökade resorna för kollektivtrafiken med 25% och resande med bil minskade med 0,3% in till Göteborg City (Trafikkontoret 2013). Resor med kollektivtrafiken under 2012 ser ut som följer; ca 108 miljoner resor med spårvagn och ca 78 miljoner resor med buss. En anledning till minskningen av biltrafik var ombyggnationer i stadens infrastruktur med bland annat flera busskörfält. En annan orsak som kan ha inverkat på minskningen av biltrafik var att bensinpriset steg med nästan en krona mellan åren 2011 - 2012.

Under 2015 stod alla bilresor inom Göteborg för 46 % av allt resande, kollektivtrafiken för 27 %, cykel för 7 % samt vandring till fots för 20 %. Då man ser till göteborgarnas resor totalt sett består biltrafiken av 41%, den kollektiva trafiken av 28%, cykel 8% samt vandring till fots av 23 %.

Färdmedelsfördelning för göteborgarnas resor respektive samtliga resor inom Göteborg, procent



Figur 2: Färdmedelsfördelning för göteborgarnas resor respektive samtliga resor inom Göteborg 2015 (Göteborgs stad 2016).

Vid en jämförelse av göteborgarnas bilresor åren 2011 och 2015, har bilresorna minskat från 44–41%, samtidigt som kollektivtrafikresorna har ökat från 26–28% i hela Göteborgs kommun (inte bara i City som beskrivs ovan) (Göteborgs stad 2016).

	2015	2014	2013	2012	2011
Bil	41	41	41	44	44
Kollektivt	28	28	28	26	26
Cykel	8	8*	7	6	6
Till fots	23	23*	24	25	25

**korrigerat efter RVU 2014*

Figur 3: Färdmedelsfördelning för göteborgarnas resor 2011–2015, procent (Göteborgs stad 2016).

2.4 Färdmedel och dess framtid

Om dessa siffror tas hänsyn till när framtiden diskuteras, är prognosen att antalet resor i Göteborg kommer öka med 27% fram till år 2035, då Göteborg som stad samt hela regionen

växer. Till samma årtal vill därför Göteborgs stad ha en annorlunda fördelning av transportmedel till staden. Målet staden har satt upp är att biltrafiken ska bestå av 29 % av all trafik, kollektivtrafiken ska utgöra 36 % samt resterande transportmedel, alltså cykel samt vandring till fots, ska utgöra 35%. Det kommer alltså vara en minskning av biltrafiken med 23%, en ökning av kollektivtrafiken med 80% samt en sammanlagd ökning av cykel/vandring till fots med 66% (Göteborgs stad 2015).

2.5 Parkeringsstatistik i Göteborg City

Parkeringsplatsanläggningarna i Göteborg kan delas upp i sex olika delar. Delarna består av kommunal tomtmark, allmän plats ytor, allmän plats kantsten samt p-hus nordstan, p-hus city samt kungsgaraget (Trafikkontoret 2000). Parkeringsplatserna som är markparkeringar i Göteborg City, alltså de tre förstnämnda platserna, består av 1197 platser (P-bolaget Göteborg 2016).

P-husen däremot kan ta in betydligt fler bilar, då p-huset i Nordstan har 2720 platser, p-hus City har 518 platser samt Kungsgaraget har 120 platser. Det innebär att det totalt finns 3358 platser i de större parkeringshusen i Göteborg City (P-bolaget Göteborg 2016).

P-hus	Antal parkeringsplatser
Nordstan	2720
P-hus city	518
Kungsgaraget	120
	Totalt =3358st

Figur 4: Antal parkeringsplatser i p-husen (P-bolaget Göteborg 2016)

Denna siffra är en ökning med endast 98 parkeringsplatser i p-husen sedan år 2000. (Trafikkontoret 2000). Andra parkeringshus som är värda att nämna är p-arken, med 91st parkeringsplatser, samt pedagogens parkeringshus som innehåller 201 platser (P-bolaget Göteborg 2016).

2.6 De tre påverkande faktorerna

I följande avsnitt ges en mer statistisk bakgrund på de tre påverkande faktorerna då en djupare förståelse för ämnet skall uppnås.

2.6.1 Kollektivtrafik

Enligt Göteborgs stad (2016) har den kollektiva trafiken ökat med 10% under åren 2011 till 2015. Denna ökning berodde främst på ökningen av bussåkningen i Göteborg, då spårvagnstransport samt båtåkande var näst intill oförändrat mellan dessa årtal. Mellan 2014 och 2015 ökade bussåkandet från 79 miljoner till 82 miljoner, en 4% -ig ökning, vilket var en likartad ökning procentuellt jämfört med föregående år. Dock är det fortfarande spårvagnen som är det färdmedel inom kollektivtrafiken som flest personer använder. 57% av alla som reste kollektivt 2015 gjorde detta med spårvagn, vilket motsvarade 113 miljoner resor. Denna siffra var likartad föregående år, vilket innebar ett oförändrat antal personer som reste med spårvagn 2015.

Det som påverkar befolkningen i Göteborg att åka kollektivt är enligt Göteborgs stad (2016) främst kostnad, kapacitet samt resetiderna. De som ansvarar för framkomligheten för den kollektiva trafiken är även trafikverket, som jobbar mycket med att det ska vara enkelt att ta sig fram med den kollektiva trafiken i Göteborg. Ett exempel på förbättring av framkomligheten är att denna myndighet skapar filer på vägarna som endast bussarna får köra i, vilket bidrar till ökad framkomlighet för detta färdmedel samt en högre tillgänglighet. Göteborgs stad (2016) nämner även att faktorer som påverkar kollektivtrafiken positivt är framförallt nya fordon och nya terminaler i staden, samt marknadsföring för att få invånarna i Göteborg att resa mer kollektivt. Dock är det svårt för trafikverket att veta hur dessa faktorer påverkar invånare runt om i Göteborg på kortare sikt, men det kan ändå påverka konsumenten i fråga på längre sikt (Göteborgs stad 2016).

2.6.2 E-handel

E-handeln i Sverige är i en tillväxtfas och omsättningen i e-handeln ökar mer och mer för varje år (HUI Research 2015). Under 2012 omsatte e-handeln 31,6 miljarder SEK i Sverige och 2015 omsatte e-handeln 50,1 miljarder SEK. På 3 år har det alltså skett en ökning i omsättning med 18,5 miljarder SEK vilket är en ökning med 58,5% (HUI Research 2015). År 2015 stod alltså e-handeln för cirka 12,4% av all omsättning i handeln under det året. Det som

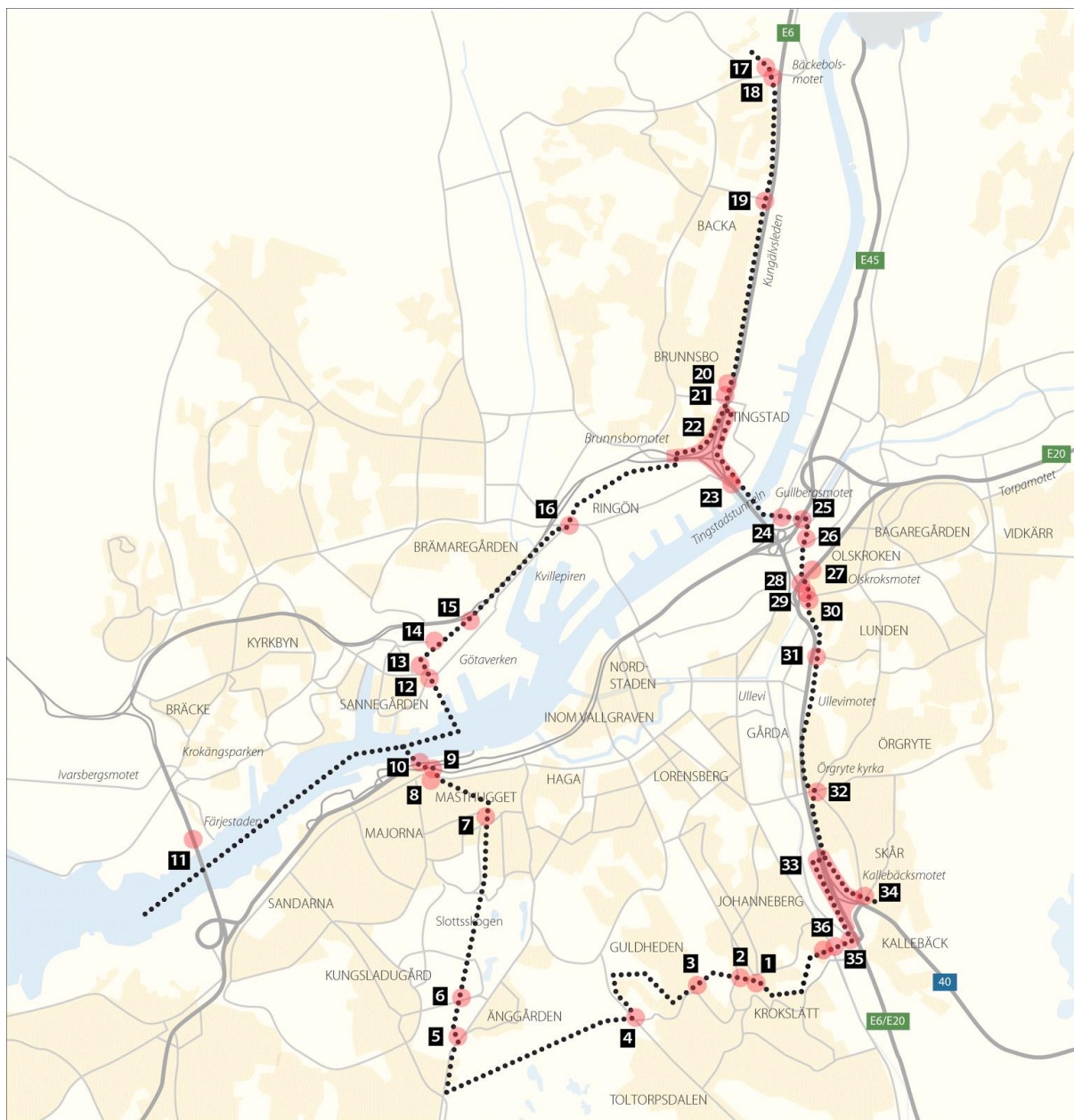
köps mest på nätet är hemelektronik, mode, böcker samt media. Dock är allt fler branscher på uppgång i e-handeln, som möbler och inredning samt bygghandel (HUI Research 2015). Prognosen för 2016 säger att e-handeln kommer fortsätta att växa och uppskattningen är en omsättning på 58,1 miljarder SEK enligt Postnord (2016).

Som tidigare nämnts råder det delade meningar om huruvida e-handels tillväxt har påverkat fysiska butikers försäljning. Många menar på att fysiska butiker gynnas av e-handeln medan andra påstår att de hotas av e-handeln. Det är svårt att mäta om e-handeln har ökat eller minskat försäljningen i fysiska butiker men exempelvis Lindex är ett av de företagen som är övertygade om att deras nätbaserade butik har ökat försäljningen i fysiska butiker (Sitoo 2016). Hagman och Enhav (2016) tar dock i sitt arbete upp att fysiska butiker har blivit hotade av e-handel och att e-handel har tagit stora marknadsandelar från fysiska butiker. Det har lett till att en del företag har gått i konkurs.

Framtiden för fysiska butikernas betydelse kan dock diskuteras, då den yngre populationen i samhället tenderar att handla mer via e-handel än äldre. Scb.se berättar att mellan åldrarna 25–34 är det drygt 60% av alla kvinnor respektive 60% av alla män som handlar på internet, samtidigt som statistiken mellan åldrarna 55–64 är betydligt lägre. Endast 30% av alla kvinnor samt 40 % av männen hade inhandlat varor via genom internet, vilket innebär en betydlig skillnad åldersgrupper emellan (Statistiska centralbyrån 2010).

2.6.3 Trängselskatt

Enligt Göteborgs stad (2016) infördes trängselskatten redan 1 januari 2013, innan en rådgivande folkomröstning genomfördes som handlade om Göteborg skulle genomföra trängselskatt i staden. Valresultatet blev nekande, med 43,1% ja-röster mot 56,9% nej-röster. Trots valresultatet, som fastställdes av Göteborgs valnämnd, beslöt kommunfullmäktige att ändå ha kvar trängselskatten, även om folkomröstningen gav ett nej-resultat.



Figur 5. Förklaring var betalningsstationerna är placerade (Transportstyrelsen 2016).

I dagsläget finns det 36 betalstationer för trängselskatten i Göteborg. Varje siffra figur 6 motsvarar en betalstation (Transportstyrelsen 2016).

Enligt transportstyrelsen (2016) tas en avgift för att åka igenom betalstationerna i Göteborg mellan tiderna 06:00 och 18:29 mellan måndag till fredag. Summan som betalas varierar mellan 9, 16 samt 22 kronor, beroende på när bilisten åker igenom en betalstation. Undantag uppstår på helger, helgdagar, dag före helgdagar samt hela juli månad. Fordon som ej har laglig plikt att betala trängselskatt är militärfordon, motorcyklar, utryckningsfordon, diplomatfordon samt bussar med en minsta totalvikt på 14 ton. Antalet trängselskattpassager har fram till november 2016 varit 112 922 300 st. Om samma siffror tas till hänsyn från åren

2013–2015, presenteras följande siffror: 120 400 000 st., 130 900 000 st., 133 563 800 st. I genomsnitt varje månad har följande antal bilister åkt igenom tullarna mellan samma år: 10 945 455 st., 11 900 000 st., 12 142 164 st. Detta betyder att antalet bilister som färdats genom betalstationerna ändå ökat, trots införandet av trängselskatten (Transportstyrelsen 2016).

Trots att göteborgarnas resor, som tidigare nämnts, totalt sett minskade med 3% från 2011 till 2015, har biltrafiken inne i staden haft en annorlunda förändring.

Göteborgs stad (2016) skriver följande på sin hemsida: “Trängselskatten är en effektiv åtgärd för att öka framkomligheten och minska restiden. Ingen annan enskild åtgärd har likvärdiga effekter. Det är två av slutsatserna i utredningen av vilka alternativ till trängselskatt, som skulle ge likvärdiga eller bättre effekter på trängsel, miljö, utrymme, trafik och hälsa”.

Göteborgs stad informerar om att det först skett en minskning av biltrafiken 2013, då trängselskatten infördes samt att kollektivtrafiken utvecklades, för att sedan år 2015 öka med 2,3 %. (Göteborgs stad 2016). Enligt Birger Höök, som intervjuades av SVT, har en minskning totalt sett av biltrafiken skett med 6–7% mellan 2013 och 2015. Samtidigt förklarar han 2015 års ökning med ett lägre bränslepris som anledning till den ökade trängseln, vilket bilisterna kan uppfatta som mer ekonomiskt trots trängselskatten (SVT 2015). Därför har en total minskning av biltrafik skett, även om antalet som åkt igenom trängselskattpassagera har ökat (Göteborgs stad 2016).

3 Teori

I teoridelen har vi valt att knyta an teorier som kan inverka på våra frågeställningar och syfte. De tre teorierna som presenteras är tillgänglighet, inköpsresemönster samt förankrade användare.

Tillgänglighet och inköpsresemönster inom handel samt förankrade användare diskuteras, då syftet med studien är att beskriva parkeringsplatssituationen i Göteborg City och hur kollektivtrafiken, e-handeln, samt trängselskatten påverkar tillgängligheten för parkeringsplatser knutna till handeln i Göteborg City. En beskrivning av teorin "tillgänglighet" görs för att förstå vad innebörden av vad tillgänglighet är, samt att förklara hur den påverkar parkeringsplatssituationen och handeln i Göteborg City. Då tillgänglighet också är en viktig konkurrensfördel, fokuserar även till viss del teorin på hur tillgänglighet är en konkurrensfördel. Inköpsresemönster förklaras då det är inköpsresor som troligtvis är den främsta orsaken till varför individer reser in till Göteborg City för att handla. Slutligen uppmärksammas de förankrade användarna, för att kunna se vilken inställning göteborgarna har till olika färdmedel som då i sin tur påverkar handeln i Göteborg City.

3.1 Tillgänglighet

Enligt Porter (1979) finns det fem krafter som påverkar marknadsdynamiken på marknaden. En av dessa krafter är "konkurrens mellan befintliga aktörer". Här är differentiering, alltså något som skiljer sig från konkurrenternas erbjudande, viktigt för att locka till sig kunder. Därför är det viktigt att företag har konkurrensfördelar som gör att kunden stannar kvar. En viktig konkurrensfördel för handelsplatser, såsom varuhuset i Göteborg City, är hög tillgänglighet (Kolterjahn 2012).

Då tillgänglighet är en viktig variabel att ta hänsyn till, måste benämningen definieras. Enligt Katrineholm.se (2016) är tillgänglighet ett koncept som kan användas för att beskriva hur exempelvis olika platser, lokaler eller verksamheter kan fungera för människorna som brukar dem. Tillgängligheten gäller för alla individer samtidigt som den ska kunna skapa förutsättningar för att alla människor ska kunna delta i samhället på lika villkor.

Enligt Teller och Elms (2012) är tillgänglighet faktorn för hur en viss punkt möjligtvis kan nås när det kommer till att färdas till platser. Tillgänglighet innehåller här tre olika delar:

bekvämligheten att ta sig till en plats, hur fort konsumenten kan ta sig till platsen samt hindren på väg dit. För en handelsplats är tillgängligheten av stor betydelse då hög tillgänglighet ger högre flöde av kunder. Hög tillgänglighet är som tidigare nämnts viktigt för att en handelsplats ska bli lyckad och för att skapa konkurrensfördelar (Kolterjahn 2012). För att fatta ett bra beslut när man ska etablera en handelsplats bör man ställa frågor som hur platsen ligger i förhållande till boende, arbetande, förbipasserande och turistande. Kolterjahn (2012) nämner att det är nödvändigt med en bra bil och kollektivtrafik samt gång och cykeltrafik till köpcentrumet. Det kan vara bra om köpcentrumet ligger nära en knutpunkt till kollektivtrafiken, som exempelvis Nordstan i Göteborg City som ligger mitt emellan Centralstationen och Brunnsparken som är stora knutpunkter i Göteborgs kollektivtrafik. Vad gäller tillgänglighet för trafiken och handeln, har kravet på tillgänglighet ökat avsevärt då inpendlarna har ökat markant under de senaste decennierna. Enligt Svensk Handel (2015), förutsätts och krävs en viss mängd av tillgänglighet till handeln. Tillgänglighet är den avgörande faktorn för att konsumenter kan ta sig fram och tillbaka till respektive butik. Utan denna tillgänglighet kan därför ingen affär mellan näringsidkare samt konsument ske när det kommer till de fysiska butikerna i fråga. De svenska städerna är i dagsläget utspridda med långa avstånd från utkanterna av städerna till stadskärnorna. De utspridda städerna bidrar till att kollektivtrafiken inte har geografiska förutsättningar att vara tillräckligt inbjudande, vilket leder till att människor som bor utanför innerstaden har begränsade möjligheter att ta sig in till stadskärnan med kollektivtrafik (Svensk Handel 2015).

Hög tillgänglighet handlar bland annat om öppettider, närvaro i många kommunikationskanaler samt trafik. Därför är parkeringsmöjligheterna en viktig del av tillgänglighet, mycket på grund av att biltransport är en viktig delaspekt att undersöka eftersom transportmedlet anses vara viktig när konsumenter handlar.

Parkeringsfrågan är fortfarande lika central för att en handelsplats i städer ska kunna etablera sina företag. Detta gäller likaså framkomligheten med bil. Dock har städer runt om i landet som vision och mål att utveckla en högre användning av cykel samt att få folk att promenera mer. När det kommer till parkeringsmöjligheter behandlas frågor som varianter av parkeringsplatsfaciliteter, antalet parkeringsplatser, om det finns hinder på vägen samt hur konsumenten når handelsplatsen från parkeringsplatsen.

För den bilburne är det viktigt att det finns parkeringsplatser tillgängliga samt att infrastrukturen i sig är bra så föraren inte stöter på en massa hinder som rondeller och korsningar på sin väg till köpcentrumet (Kolterjahn 2012). Författarna Ruiz, Chebat och Hansen (2004) nämner att parkeringsplatser är särskilt viktigt om konsumenten ska handla tyngre varor såsom hemelektronik, möbler samt livsmedel. Parkeringen bör vara utformad utifrån köpcentrumets storlek samt vilka företag som är agerar i centrumet. Om köpcentrumet utgörs av många livsmedelsbutiker och butiker där det säljs stora sällanköpsprodukter krävs fler parkeringsplatser.

När tillgänglighet i förhållande till parkeringsplatser studeras tar Bergström et. al. (2008) upp två viktiga faktorer rörande parkeringsplatser. Faktorerna som författarna belyser är mindre bilköer samt enkelheten att hitta parkeringar. Enligt författarna är den rådande parkeringssituationen i Göteborg inte optimal. För det första är det brist på kortare besöksparkeringar och för det andra kan de vara svåra att hitta då det saknas ett avancerat skylt/navigeringsystem. Bergström et. al. (2008) menar att ett sådant system skulle underlätta trafiksituationen då färre bilister skulle cirkulera runt på gatorna och leta efter parkeringsplatser. När "söktrafiken" minskar, minskar även bilköerna samt trängsel som kan uppstå. Problemet ligger således inte enbart i att det finns parkeringsbrist, utan också i hur man ska kunna utnyttja parkeringarna som finns via skylt/navigeringsystem samt effektivisera trafiksystemet. Dessutom kan arbetet med att parkeringsplatserna centraliseras till färre ställen vara en god idé, alltså fler parkeringsplatser på en koncentrerad plats (Bergström et. al. 2008).

Dock handlar inte tillgänglighet gällande parkeringsplatser om det faktiska antalet parkeringsplatser som finns i respektive stad. Tillgänglighet handlar mer om hur konsumenterna upplever att det är enkelt att hitta en parkeringsplats, säkert samt bekvämt att parkera sitt fordon i närheten av de restauranger eller butiker som konsumenterna ska besöka. Därför finns det en allmän önskan i Sverige att konsumenterna enkelt ska kunna ta sig in till sin stads handelsplats, för att därefter snabbt kunna ställa bort bilen för att göra sina inköp (Svensk handel 2015). Om denna önskan inte uppfylls, blir det svårt att få en väl fungerande handelsplats, vilket är en bidragande orsak till att parkeringsplatserna valts att studeras närmare i detta arbete.

3.2 Inköpsresemönster

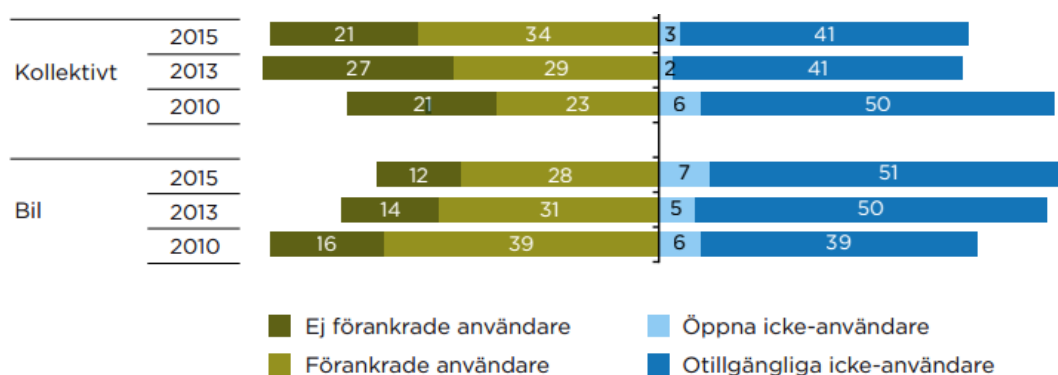
Syftet med rapporten “Val av resmål och färd sätt vid inköpsresor - en beteendestudie” av Berglund, Tegnér och Widlert (1977) är att se hur inköpsresemönstret hos individer såg ut med hänsyn till parkeringsuppostringarna som gjordes (med uppostringar menas här parkeringsavgifter, gångavstånd till parkering etc). Rapporten gjordes för att ligga till grund för kommunala detaljplaneringen av parkeringsanläggningar. Berglund, Tegnér och Widlert (1977) kom fram till att det finns tre grupper av faktorer som påverkar inköpsresemönstret hos konsumenter; attraktivitetsfaktorer, trafikstandardfaktorer och socio-ekonomiska faktorer. Attraktivitetsfaktorerna kan delas in i omsättning och yta, där de jämförde “yta respektive gren” och “omsättning respektive gren”. Gren avses i rapporten som om inköpet gäller livsmedel, andra varor än livsmedel eller både och. Resultaten gav höga signifikanta samband i båda variablerna men i rapporten kom de fram till att det bästa resultatet visade sig med ett linjärt samband mellan attraktivitet och yta. Bästa resultatet av attraktivitetsmått blev när “yta respektive gren” användes som jämförelse. Ett detaljhandelscentrums attraktivitet varierar alltså linjärt mellan butikernas yta eller omsättning. Ju större yta eller omsättning, desto större attraktivitet. När tester gjordes med trafikstandardfaktorer som tidsuppostringar, kostnader etc. framkom att när tidsåtgång och kostnad var lika för alla färd sätt valde flest att åka bil, följt av att gå, därefter cykla och slutligen åka buss. När de socio-ekonomiska faktorer behandlades visade det sig att det endast var två variabler som påverkade inköpsresemönstret, “kön - bil” och “inköpsresans totala varaktighet - bil”. Sannolikheten att välja bil ökade vid ökande varaktighet av inköpsresan samt att det var fler män som valde bil som färdmedel än kvinnor (Berglund, Tegnér & Widlert, 1977).

Även Holmberg och Hagberg (2013) har forskat i logistiken för konsumenter när det handlar om matinköp (dagligvaror). De förklarar att inköp av dagligvaror utgör ungefär hälften av all omsättning i detaljhandeln. I denna studie går det att utläsa att bilen är det vanligaste färdmedlet för inköpsresor av mat, följt av gång och sedan cykel. Andra färdmedel som kollektivtrafik och taxi användes mycket sällan vid inköpsresor av dagligvaror. Statistik från trafikkontoret tyder också på att bilen är det vanligaste färdmedlet för inköpsresor. År 2013 stod resor till och från butiker i Göteborg för 17% av allt resande där bilen var det vanligaste transportmedlet (42%), (Trafikkontoret 2013). Demografiska faktorer som kön, ålder och inkomst påverkar resandet med bil. Män i övre medelåldern med en något högre inkomst valde helst bilen som färdmedel. De bilburna konsumenterna tenderar dock att handla färre

gångar än genomsnittet. Holmberg och Hagberg (2013) beskriver slutligen att var i landet man bor också är en avgörande faktor. Konsumenter som bor i storstäderna som Göteborg, Stockholm och Malmö tenderar att åka mindre bil vid inköpsresor än de som bor på landsbygden.

3.3 Förankrade användare

År 2015 genomfördes en undersökning av trafikkontoret som hade som mål att undersöka hur befolkningen i Göteborg färdades till och från skola samt arbete. I undersökningen undersöktes dock även hur många som var villiga samt inte villiga att byta sitt transportmedel, samt deras inställning och engagemang till bytet. I undersökningen delades respondenterna upp i fyra olika grupper: icke-förankrad användare, förankrad användare, otillgängliga icke-användare samt öppna icke-användare (Göteborgs stad 2016).



Figur 6: antalet användare/ickeanvändare för kollektivtrafik samt bil. År 2010, 2013 samt 2015 (Göteborgs stad 2016).

Mellan grupperna är det de tillgängliga icke-användarna samt de icke-förankrade användarna som kan tänka sig att byta färdmedel, medan de förankrade och otillgängliga användarna i undersökningen var de som var mest motvilliga att ändra sitt färdmedel. I undersökningen som genomfördes var det hela 83% som bestod av de förankrade användarna av färdmedel. De förankrade användarna innebar de som överhuvudtaget ej var villiga att ändra sitt transportmedel. Av användarna som var förankrade, åkte år 2015 34% av personerna kollektivt, 28% åkte bil, samt 14% cyklade. Om en jämförelse mellan dessa siffror sker mellan personerna som valde att färdas kollektivt samt åka bil, har det skett en förändring de senaste åren. Samma undersökning har genomförts tidigare år 2013 respektive 2010. Om resultatet år

2015 jämförs med dessa år framgår en tydlig skillnad med uppfattningen om att välja bilen, då 39% var förankrade år 2010. Denna siffra uppgick år 2013 till 31%. När det gäller kollektivtrafiken har dock en annan förändring skett. År 2010 uppgick de förankrade till 23%, för att sedan stiga till 29% 2013, alltså motsatt håll mot hur inställningen till att ta bilen har utvecklats. Efter året 2013 gick de förankrade resenärerna inom kollektivtrafiken förbi antalet förankrade resenärer som åkte bil. Enligt Göteborgs stad (2016) kunde en anledning till det vara trängselskatten som infördes år 2013. När inställningen till olika färdmedel diskuteras, är det också viktigt att belysa hur de olika färdmedlen gynnar staden i ett attraktivitetsperspektiv. När göteborgarna tillfrågades om staden skulle bli mer attraktiv om cykel eller kollektivtrafiken gynnades, svarade 6 av 10 som bodde i staden att detta påstående stämde. Samma mängd göteborgare, berättar trafikverket, tycker att om en promotion av biltrafik skulle genomföras, skulle staden enligt invånarna ej bli mer attraktiv (Göteborgs stad 2016).

Teoriavsnittet visar att dessa tre teorier har en direkt eller indirekt påverkan på parkeringsplatssituationen. Tillgängligheten har ett direkt förhållande till parkeringsplatser, då konsumenterna vill lätt och smidigt kunna ta sig till handelsplatsen som är belägna i Göteborg City. Inköpsresemönstret belyses, då hög efterfrågan på parkeringsplatser (alltså hög tillgänglighet till parkeringsplatser) ska kunna uppfyllas måste hög yta eller omsättning finnas för att ge en högre attraktivitet till köpcentrum. De förankrade användarna innebär inställningen de har till att byta färdmedel, vilket är en viktig aspekt för att kunna skapa en hög tillgänglighet av parkeringsplatser.

4 Metod

I detta avsnitt förklaras hur vår metod utformades och hur vi har fått fram vår datainsamling för att i slutet av arbetet göra en analys för att kunna besvara våra forskningsfrågor. I metodavsnittet kommer även för- och nackdelar med vår metod tas upp och belysas. Vi gör en beskrivning om det vi undersöker verkligen är det vi undersöker, även kallat validitet. Därefter kommer även reliabiliteten att beskrivas för att få en så tillförlitlig datasamling som möjligt. Avslutningsvis fokuseras avsnittet på om data som samlats in kan anpassas generellt i verkligheten, för att på så vis få en hög generaliserbarhet.

4.1 Kvantitativ metod

I denna studie använde vi oss av en kvantitativ metod i form av en enkätundersökning. Via enkäterna var målet att en bred mängd empiriska data skulle samlas in och analyseras. I och med detta har uppsatsen fått ett mätbart resultat, samt att en övergripande syn på problemet kan studeras. Enligt Bryman och Bell (2013) finns ett antal anledningar till att en kvantitativ metod genomförs. När mätningar görs med en kvantitativ metod, kan grova kategorier lätt skilja människors svar åt, samt göra det lätt att beskriva variabler som är subtila. När det gäller mer subtila frågor som skall besvaras kan mätningen som genomförs ge begränsad information när det kommer till att mäta respondenternas skillnader. Med den kvantitativa metoden ges alltså mer begränsade svar, då någon exempelvis antingen kan hata eller älska något, medan mindre tydliga skillnader är svårare att få fram. Exempelvis innehåller enkäten frågor som berör inställningen till trängselskatten, då en uppfattning skapas om respondenterna antingen tycker om trängselskatten eller ogillar den. En kvantitativ metod användes i denna undersökning då vi vill få reda på om människor antingen är nöjda eller missnöjda med parkeringsplatssituationen i City och alltså därför inte använda en kvalitativ metod där målet är att beskriva "hur" samt "på vilket vis" parkeringsplatssituationen ser ut. Genom vår kvantitativa metod ville vi därför beskriva vad individer har för åsikter om trängselskatten samt övergripande vad respondenterna tycker om tillgängligheten i staden.

I denna uppsats kommer samband undersökas genom en kvantitativ metod, då vi statistiskt vill komma fram till vad individen tycker om parkeringsplatssituationen i staden, för att kunna besvara vårt syfte med att beskriva parkeringsplatssituationen, till exempel genom att se om färre människor tar bilen till City på grund av trängselskatten eller e-handel och om tillgängligheten påverkar dem.

4.2 Datainsamling

Denna studie har inletts med att samla in sekundärdata i bakgrund och teorier som samlats in genom kurslitteratur, vetenskapliga artiklar, elektroniska källor samt andra uppsatser som tidigare gjorts. Sekundärdata är ett bra sätt att få grundläggande information om ämnet som studeras. Genom sekundärdata som samlats in, skapas en förståelse till våra frågeställningar som involverar parkeringsplatssituationen, samt hur trängselskatt, e-handel och kollektivtrafik påverkar tillgängligheten för parkeringsplatser knutna till handeln i Göteborg City. Vi har även som teoriansknytning berört teorierna om tillgänglighet, inköpsresemönster och förankrade användare, då dessa teorier direkt och indirekt påverkar parkeringsplatssituationen i Göteborg City. Sekundärdata är ett enkelt sätt att samla in tidigare information från, då det ej åtgår mycket resurser samt att det ej är tidskrävande (Bryman & Bell 2013).

4.2.1 Enkät

Som utgångspunkt i vår studie valde vi att göra en nätbaserad enkät, för att på sådant sätt få en hög svarsfrekvens. Antalet respondenter som svarade på enkäten uppgick till 91 personer, som bodde både i Göteborg och i stadens närliggande kommuner. Målet var att få in fler svar än vi fick men problemet var att fler respondenter helt enkelt inte svarade trots flera påminnelser. Enkäten delades upp i olika kategorier för att täcka alla delar av frågeställningarna. Frågeformuläret återfinns i bilaga 1. Flertalet av frågorna bestod av alternativ som kunde rangordnas från 1 till 5, där 1 antingen var sällan/dåligt/instämmer inte alls/i låg utsträckning och 5 ofta/bra/instämmer helt/i hög utsträckning. Enkätundersökningen bestod även till viss del av jakande och nekande frågor, som även kunde besvaras med "jag vet inte", då det ej kan garanteras att respondenten kan besvara alla frågor. Frågorna som sammanställts bestod även till viss del av olika alternativ samt anledningar till hur respondentens shoppingmönster ser ut, varför specifika färdmedel väljs samt anledningar till varför respondenten ej valde särskilda färdmedel för att ta in sig till staden.

Första delen bestod av basfrågor för att få reda på vilka det var som svarade på enkäten, för att på det här sättet kunna kontrollera att rätt målgrupp togs fram. Därför var det väsentligt att de första frågorna i enkätundersökningen informerade om respondenternas ålder samt var de var bosatta. Del två av enkäten handlade om konsumenters shoppingvanor både på nätet och detaljhandel i Göteborg City. Frågorna togs fram för att se om digitaliseringen har bidragit till att färre personer handlar i fysiska butiker, och därav ett mindre parkeringsbehov. I sista delen

behandlades frågor om vilka färdmedel personer använde för att ta sig in till City och vad det fanns för motiv till att använda ett visst färdmedel. Indelningen av frågor var viktig, då respondenten enkelt skulle kunna utläsa när frågor som berörde ett annat ämne uppkom, för att inte förvirra respondenterna och för att ej få dem att tro att frågor som till exempel rörde e-handeln hörde ihop med kollektivtrafiken och så vidare.

Data som samlades in genom enkätundersökningen var av intresse att få reda på, då vi ville se vilka shoppingvanor respondenterna hade, för att flertalet av parkeringarna som finns i City är kopplade till detaljhandeln, samt att undersökningen utgår från frågor som rör e-handel och hur denna typ av handel påverkar parkeringsplatssituationen. Andra frågor som var intressanta att få svar på var frågorna rörande färdmedel. Anledningen till att frågor kring färdmedel ställdes, var att få reda på vad människor som bor i Göteborg och dess närhet hade för uppfattning om kollektivtrafik samt trängselskatt, samt att paralleller till tillgänglighet lättare skulle kunna dras. Vi frågade även respondenterna rakt ut om de upplever att det finns parkeringsplatsbrist i Göteborg City, vilket var intressant för oss att ta reda på, då vi konkret skulle kunna se hur inställningen till parkeringsplatssituationen såg ut.

När enkäten skapades var de etiska aspekterna en viktig del att ta hänsyn till. Alla svar som samlades in var anonyma, då ingen respondents integritet skulle kränkas genom de svar de valt att kryssa i. Frågorna utformades även med försiktighet, för att på alla sätt säkerställa att inga respondenter kränktes sett till deras etnicitet, bakgrund eller religion. Att genomföra enkäten var även helt frivilligt.

4.2.2 Urval

I studien ingick även ett specifikt urval som gjorde att studien skulle bli relevant, vilket innebar att undersökningen hade som mål att ej ta med respondenter som inte kom att bidra till värdefull information i studien. Exempel på dessa typer av respondenter är konsumenter som antingen är över 65 eller under 18 år samt konsumenter som ej bor i Göteborg eller stadens närliggande kommuner, då det är dessa som mestadels är i arbetsför ålder samt de som konsumerar mest i samhället (Statistiska centralbyrån 2010).

Vi var noga med att respondenterna skulle bo i eller bo i närheten av Göteborg då de mestadels är de som utnyttjar parkeringsplatser i City samt påverkas av kollektivtrafiken och

trängselskatten. Om en bredare geografisk urvalsgrupp hade valts skulle undersökningen riskerat att bli missvisande, då människor som inte bor i Göteborgs närliggande kommuner troligtvis ej har samma åsikter kring frågor rörande trängselskatt, kollektivtrafiken samt parkeringsplatsituationen i staden som de som bor och reser in till staden dagligen har.

4.3 Dataanalys

Då en dataanalys skulle genomföras, skulle ett problem lösas där både teori, tidigare forskning samt empiri genom vår enkät, hjälpa oss att lösa våra problem och få fram relevant data av det vi ville undersöka (Bryman & Bell 2013). Vi hoppades att enkäten skulle ge oss en bred inblick i vad konsumenter verkligen tyckte om parkeringsplatser, trängselskatt, kollektivtrafik samt hur de förhöll sig till e-handel och om det påverkade tillgängligheten för parkeringsplatser.

4.4 Reliabilitet

Reliabilitet är en viktig fråga att diskutera när undersökningar görs, då uttrycket förklarar hur mycket gemene man kan lita på det som är skrivet i uppsatsen, alltså hur pålitlig själva studien som genomförts är. Reliabilitet inom kvantitativa metoder, kan delas upp i två delar. Den första delen handlar om att studien måste uppnå en viss stabilitet, vilket innebär att samma resultat ska uppnås vid upprepade mätningar och respondenternas svar skall heller ej skifta märkbart. Detta innebär att i denna studie måste studien och undersökningar genomföras på ett sätt som uppnår ett mönster, där varje respondent blir tillfrågade samma frågor utan att forskarna skapar ledande svar när de frågar ut konsumenter (Bryman & Bell 2013). Eftersom denna uppsats är enkätbaserad har samma frågor ställts till samtliga respondenter. Därför antog vi att studien skulle få en relativt hög reliabilitet.

Det andra uttrycket som diskuteras är den interna reliabiliteten som rör problemet att de olika index eller skalorna samt de indikatorer som rör dessa är pålitliga, det vill säga om respondenternas poäng inom en viss indikator är relaterat till samma personers poäng när det kommer till de andra indikatorerna. Därför är det ytterst viktigt när studien genomförs att författarna förmedlar hur varje steg och poäng i skalorna i enkäten är värderade för att undvika avvikande resultat (Bryman & Bell 2013). Vi har noga sett till att göra enkäten så lättförståelig och begriplig som möjligt. I några frågor har vi valt att rangordna det alternativ som stämmer bäst in på respondenten i en skala 1–5 där 1 indikerar sällan/dåligt/instämmer

inte alls/i låg utsträckning och 5 ofta/bra/instämmer helt/i hög utsträckning. Därmed skapas en hög intern reliabilitet.

4.5 Validitet

Enligt Bryman & Bell (2013) innebär en hög validitet inom kvantitativa metoder att frågan som ställs till respondenterna verkligen mäter det specifika begreppet som studien har som mål att undersöka. Den mest essentiella typen av validitet som studeras i denna studie kommer först och främst vara ytvaliditet. Ytvaliditet innebär att det mått som användes i undersökningen verkar spegla det innehåll som aktualiserades i förbindelse med begreppet som studerades. På grund av detta, fokuserade denna studie på att försöka få fram en så hög ytvaliditet som möjligt genom att fokusera på att frågorna som utformades i enkäten fick en hög relevans till problemet som skulle lösas, genom att relevanta och uttänkta frågor ställdes. Samtidigt som ytvaliditeten är viktig, uppstår även frågor kring den samtidiga validiteten. Den innebär att forskaren vet att svaret kommer skilja sig åt grupper emellan, vilket gör att han därför använder ett kriterium för att undersöka skillnaden. I denna studien visste forskarna att det är fler yngre människor som kommer att handla via e-handel än äldre, vilket har förklarats i kapitlet empiri mer ingående.

4.6 Generaliserbarhet

Generalisering inom vetenskapliga metoder förklarar om resultaten som samlats in kan generaliseras till andra situationer eller personer i samhället, vilket innebär om svaren som getts i största sannolikhet kommer vara detsamma om hela populationen hade svarat. Alltså handlar generaliserbarheten om att ge en rättvis bild över situationen, även om det endast är delar av en population som svarar på undersökningen (Bryman & Bell 2013). Vår enkätundersökning bestod av människor som bor i Göteborg och dess närliggande kommuner, vilket innebär en liten del av invånarna i Göteborg. Vi antar att våra frågor, trots den lilla mängden tillfrågade, kan ge oss en god generaliserbarhet.

5 Empiri

I detta avsnitt framgår det vad som framkommit i enkätundersökningen, samt hur relevansen av frågorna vi sammanställt ser ut.

5.1 Resultat från enkäten

Nedan redovisas resultatet från enkätundersökningen som genomförts, som skapades för att kunna dra relevanta slutsatser till våra frågeställningar.

5.1.1 Basfrågor

Det mest relevanta i detta frågekapitel var få reda på hur gamla respondenterna var, var folk bodde, om de bodde innanför eller utanför betalstationerna för att således se hur många som påverkas av trängselskatten. **Fråga 1**, som informerade om ålder, var det vanligaste åldersintervallet mellan 46 och 65 år där 56% svarade att deras ålder var inom detta intervall. Att de flesta respondenterna är äldre måste tas till hänsyn senare i arbetet. Åldersintervallerna 18–25 år och 26–45 år uppgick till samma svarsfrekvens, 20,9% vardera. Därefter var det 2,2% som var över 65 år, samt ingen respondent som svarade var under 18 år. **Fråga 2** belyste vilket kön respondenterna hade, där 57,1% kvinnor och 42,9% män.

Fråga 3 handlade om var respondenterna bodde svarade alla respondenter att de antingen bor i Göteborg eller i Göteborgs närliggande kommuner. Av respondenterna bodde 64% utanför betalstationerna för trängselskatt.

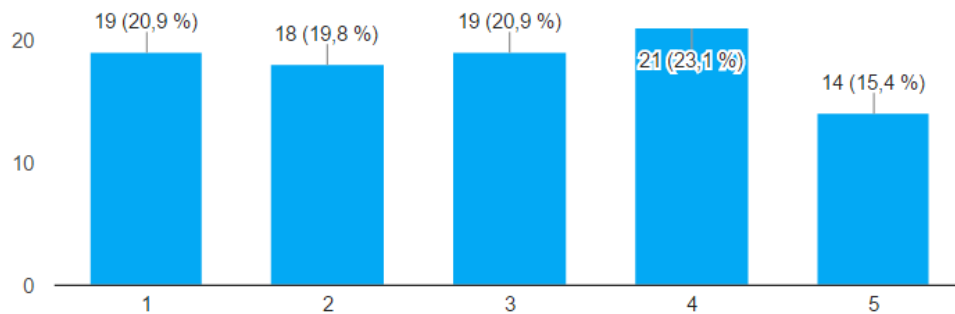
5.1.2 Shoppingvanor

Fråga 4 handlade om hur ofta respondenterna shoppade i Göteborg City, där 1 = “sällan” och nummer 5 = “ofta” framkom det att flesta respondenter hade svarat svarsalternativ nummer 3 dvs mittenalternativet (37,4%), följt av nummer 2 (27,5%), nummer 1 (17,6%), nummer 4 (13,2%) och slutligen nummer 5 (4,4%).

Fråga 5 löd: Hur ofta handlar du på nätet? där 1 är “sällan” och 5 är “ofta” svarade flest respondenter svarsalternativet nummer 2 (25,3%), därefter nummer 3 (24,2%), nummer 1 (23,1%), nummer 4 (16,5%) och slutligen nummer 5 (11%). Det framkom alltså att de flesta av respondenterna handlade ganska sällan på internet.

I **fråga 6** ville vi se om ”e-handel har gjort så jag handlar mindre i fysiska butiker?” Där svarsalternativet 1 innebar ”instämmer inte alls” och 5 ”instämmer helt”. Där svarade flest nummer 4 (23,1%), därefter följer nummer 1 och 3 (20,9% vardera), nummer 2 (19,8%) och sist nummer 5 (15,4%). En stor spridning i svarsalternativen visas här.

6. E-handel har påverkat så jag handlar mindre i fysiska butiker? (91 svar)

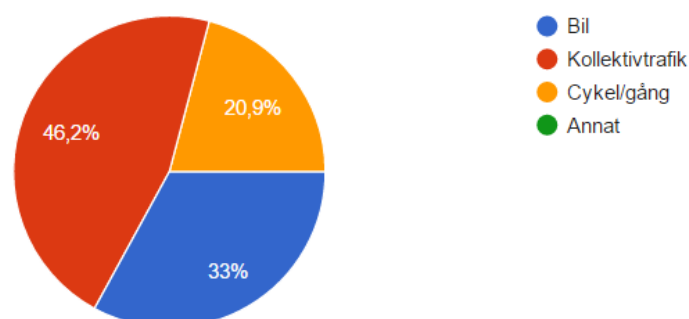


Figur 7. Folks påverkan av e-handel

5.1.3 Färdmedel och parkering

Enligt enkäten, **fråga 7.1**, använde flest personer kollektivtrafik för att ta sig in till Göteborg City (46,2%), följt av bil (33%) och till sist cykel/gång (20,9%).

7.1. Vad är ditt huvudsakliga färdmedel för att ta dig in till Göteborg City? (91 svar)



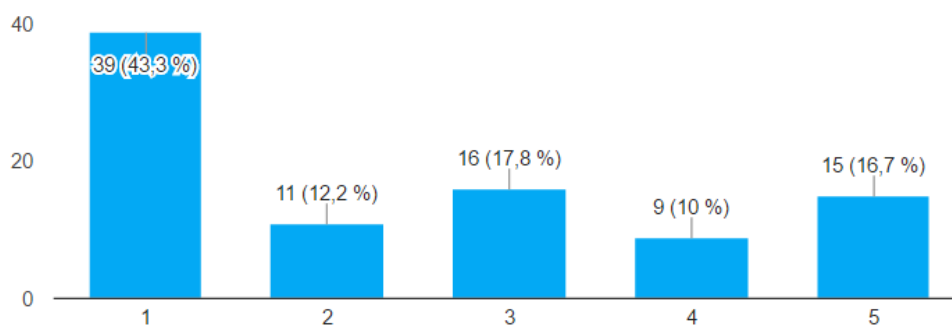
Figur 8. Färdmedel till Göteborg City

Överlägset flest respondenter använder alltså kollektivtrafiken som sitt huvudsakliga färdmedel för att ta sig in till Göteborg City.

På frågan varför respondenten reser kollektivt in till Göteborg City, **fråga 7.2**, svarade 28% att det berodde på att det var brist på parkeringsplatser och 24% tyckte att det var mer ekonomiskt att åka kollektivtrafik. 16% åkte kollektivtrafik för att värna om miljön, 4% på grund av trängselskatten och 28% hade svarat annan orsak. **I fråga 7.3**, där respondenterna tillfrågades varför de inte tog bilen in till Göteborg City svarade 32,1 % att anledningen var brist på parkeringsplatser, 12,5% tog inte bilen in på grund av trängselskatten. Alltså bestod de flesta av respondenterna av människor som ej tog bilen på grund av att de upplevde att en parkeringsbrist fanns. Det fanns även svarande som saknade körkort (5,4%) och tillgång till bil (19,6%). 30,4% hade i enkäten svarat *annat* på fråga 7.3.

I fråga 8 var respondenterna negativt inställda till trängselskatten. Nummer 1 var “dåligt” och nummer 5 var “bra”. Här hade 43,3% svarat svarsalternativ nummer 1. 17,8 % svarade nummer 3, 16,7% svarade nummer 5, 12,2% svarade nummer 2 och 10% svarade nummer 4.

8. Vad tycker du om trängselskatten? (90 svar)



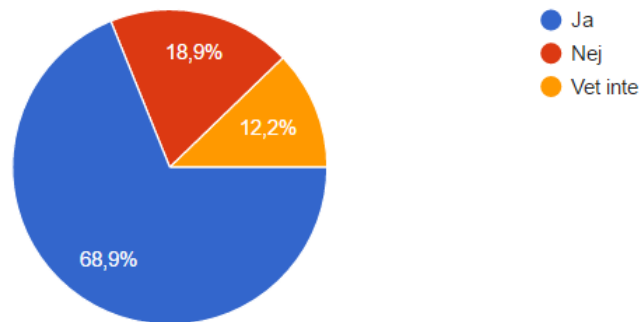
Figur 9. Respondenternas åsikter om trängselskatten

På frågan om trängselskatten i **fråga 9** om trängselskatten hade påverkat folks sätt att resa svarade 49,5% att det hade gjort det i “låg utsträckning”, svarsalternativ nummer 1. 22% svarade nummer 2. 14,3% svarade nummer 3. 3,3% svarade nummer 4 och 11% svarade att det hade gjort det i “hög utsträckning”, det vill säga nummer 5. Det innebär att respondenterna själva inte tyckte att trängselskatten påverkade deras val av färdstätt.

På **fråga 10.1** som figuren visar hade 68,9% svarat JA att de upplever att det finns brist på parkeringsplatser och av de som svarade JA hade 46,4% svarat att det lett till att de handlar mindre i Göteborg City (**fråga 10.2**).

10.1. Upplever du att det finns brist på parkeringsplatser i Göteborg City?

(90 svar)



Figur 10. Upplevd brist på parkeringsplatser

Det som går att utläsa om **fråga 10.3**, som lyder: “om du svarade nej i fråga 10.2, hur kommer det sig att du handlar lika mycket?” svarade de flesta att de handlar lika mycket för att de tar andra färdmedel och för att det finns bra kollektivtrafik.

6 Analys

I avsnittet analys kopplas arbetets bakgrund och teori samman med empirin som framställts ur enkäten som genomförts. Här sker också förklaringar till hur frågeställningarna förhåller sig till varandra och om frågeställningarna har besvarats. Målet är att respektive frågeställning efter analyskapitlet ska ha besvarats, för att senare kunna dra relevanta slutsatser samt kunna föra en diskussion kring problemen.

6.1 Parkeringsplatssituationen i Göteborg City

Parkeringsplatser i Göteborg City är enligt respondenterna i vår enkätundersökning för få. 68,9% svarade att de upplevde att det är brist på parkeringsplatser. Den sekundärdata som fått fram i vår bakgrund och teori visar samma sak. Den tyder på att parkeringsplatssituationen inte uppfyller befolkningens efterfrågan. Detta med tanke på antalet parkeringsplatser som finns kontra den ökade befolkningsutvecklingen och den ökande handel som kommer att leda till att fler människor åker in till Göteborg City.

Tillgänglighet av parkeringsplatser samt tillgänglighet att ta sig till stadskärnan i Göteborgs stad och städer i allmänhet, är en viktig förutsättning då tillgänglighet är faktorn för hur en viss punkt kan nås och för att en stad ska kunna fortsätta växa och utvecklas. Då Kolterjahn (2012) berättar att för att en handelsplats ska kunna lyckas samt skapa konkurrensfördelar, måste hög tillgänglighet uppnås, vilket lättare skapas genom att etablera handelsplatsen i förhållande till var människor bor eller arbetar. I ytterkanterna i Sveriges städer (inklusive Göteborg), måste därför tillgängligheten öka för att konsumenterna som inte är bosatta i centrala staden lättare ska kunna ta sig till stadskärnan. Då de flesta som lever i Göteborg bor utanför Göteborg City, måste andra faktorer för människor som lever eller arbetar i Göteborg skapas för att en hög tillgänglighet ska uppnås, såsom en bra kollektivtrafik samt hög tillgänglighet till parkeringsplatser.

Dock nämner Ruiz, Chebat och Hansen (2004) att parkeringsplatser är extra viktigt när det kommer till köp av hemelektronik och möbler samt livsmedel. Eftersom de flesta aktörerna i Göteborg City inte fokuserar på dessa produktkategorier kan det antas att parkeringsplatser inte har stor betydelse om man jämför med handelsplatser utanför City som Backaplan och Frölunda torg. Produkterna som inhandlas i City är oftast inte stora, tunga köp som kräver bil

med ett bagageutrymme. Därför kan bra kollektivtrafik och cykelvägar vara viktigare, då konsumenterna främst köper varor som kan tas i handen.

Tillgängligheten handlar inte endast som tidigare nämnts, om antalet parkeringsplatser som finns. Svensk Handel (2015) definierar tillgängligheten av parkeringar som hur enkelt det är att hitta parkeringsplatser, bekvämt samt hur säkert det är att parkera sin bil i närheten av butikerna de ska besöka. Med tillgängligheten definierad, bör dock tillgängligheten lösas på andra sätt än genom välplacerade parkeringsplatser, om Göteborgs stad samtidigt vill fortsätta att minska biltrafiken. Kollektivtrafiken måste fortsätta dra till sig fler människor som är fast beslutna att exempelvis bil är det smidigaste färdmedlet, genom att skapa en fortsatt attitydförändring till alternativa färdmedel. I Göteborg har en positiv utveckling skett, då de bilister som varit förankrade användare, varit starkt emot att byta bort bilen. Där har siffran sjunkit 11% från år 2010 till 2015, alltså kan fler tänka sig att köra mindre bil (Göteborgs stad 2016). Förändringen av inställningen skulle kunna förklaras av att trängselskatten har införts.

Inställningen till kollektivtrafiken har dock gått åt det motsatta hållet, med en 11 %-ig ökning hos de förankrade från år 2010 till 2015 (Göteborgs stad 2016). Minskningen av de förankrades inställning till att åka bil och ökningen av de förankrades inställning till att välja kollektivt innebär en positiv utveckling för staden. De som åker kollektivt har även ökat med 10% från år 2010, vilket givetvis är positivt. Dock kan denna siffra förklaras av andra faktorer, såsom en ökad befolkning. För att den positiva utvecklingen skall fortsätta, måste andra sätt fortsätta framhävas för att öka den optimistiska inställningen till kollektivtrafiken, eftersom kollektivtrafiken är ett viktigt redskap för att få mindre biltrafik och på så sätt minska trängseln. Då respondenternas svar i enkäten beskriver att konsumenterna handlar mindre på grund av parkeringsplatsbristen, är det också ytterst viktigt att Göteborgs stad fortsätter att promota kollektivtrafiken och dess fördelar för att stimulera detaljhandeln i Göteborg City. Promotionen av kollektivtrafiken bör göras i första hand för konsumenternas skull för att kunna fortsätta ha en aktiv stadskärna. Om inte en förändring sker snart, kan konsumenterna inom detaljhandeln påverkas negativt, då färre människor har viljan att åka till City. Därför är en fortsatt integrering mellan kollektivtrafiken och de som vill åka och handla i staden men som ej har förankring till kollektivtrafiken viktig att genomföra, för att butiksägarna ej ska förlora kunder.

Parkeringsplatssituationen är trots allt därför hållbar, då kollektivtrafiken samt trängselskatten bidrar till att färre människor tar bilen in till City, vilket skapar ett minskande behov av fler parkeringar. Dock lider fortfarande de användare som är förankrade till bilen, då de drabbas av parkeringsplatsbristen. Om man ser till attraktivitetsfaktorerna så ökar ett köpcentrums attraktivitet med ökad yta eller omsättning. I vårt fall med parkeringsplatserna kopplade till köpcentrumen i Göteborg City är attraktiviteten hög i och med dess stora yta och stora omsättning (Berglund, Tegnér och Widlert, 1977.) För att fortsätta hålla attraktiviteten hög för köpcentrumen måste efterfrågan på parkeringsplatser kunna uppfyllas. Därför måste ett fortsatt arbete ske med att få de förankrade bilanvändarna att byta färdmedel till kollektivtrafik, för att skapa lägre efterfråga på parkeringsplatser i och med dagens parkeringsplatsutbud.

6.2 Kollektivtrafikens inverkan på parkeringsplatssituationen

Resultatet i vår enkätundersökning visar att kollektivtrafiken är det vanligaste färdmedlet för resor in till Göteborg City. Som tidigare nämnts svarade även 68,9% av respondenterna i enkäten att de upplever att det finns en brist på parkeringsplatser i Göteborg City. Dock när frågan ställdes om parkeringsplatsbristen har bidragit till att konsumenterna handlar mindre (som tillfrågades då de flesta parkeringsplatserna är anslutna till detaljhandeln) var svaret intressant, då 46,4% svarade att de hade handlat mindre och 21,7% att de delvis hade handlat mindre på grund av parkeringsplatsbristen. Att de resterande 31,9% svarade nej på den frågan, berodde till stor del på att Göteborg har en välfungerande kollektivtrafik samt att de bor centralt. Det tyder på att kollektivtrafiken till viss del täcker upp för parkeringsbehovet. För att en handelsplats ska anses attraktiv och ha konkurrensfördelar är det viktigt med hög tillgänglighet. En faktor som ökar tillgängligheten är att handelsplatsen ligger nära en knutpunkt för kollektivtrafiken (Kolterjahn 2012). Köpcentrum i Göteborg City i allmänhet och Nordstan i synnerhet ligger väl placerade mellan knutpunkter för kollektivtrafiken och har således relativt hög tillgänglighet och attraktivitet.

Av kollektivtrafikansvändarna kan det även belysas att de förankrade användarna som kör bil minskar allt mer med tiden, vilket innebär en positiv utveckling för målet med en mindre biltrafik i City. Detta tyder på att bilisterna är mer och mer villiga att byta färdmedel, samtidigt som antalet förankrade inom kollektivtrafiken har ökat från år 2010 till 2015 med 11 % (Göteborgs stad 2016). Därför är det viktigt för Göteborgs stad att fortsätta att minska förankringen för bilisterna, men samtidigt fortsätta höja förankringen för konsumenterna som

färdas kollektivt, för att lyckas göra människor mer fast beslutna att välja detta alternativ för att minska trängseln och förbättra parkeringsplatssituationen.

Kollektivtrafikens framtid ser ljus ut. Enkäten visar att 46,2% använder kollektivtrafik som sitt huvudsakliga färdmedel för att ta sig in till Göteborg City. Även sekundärdatan tyder på att kollektivtrafiken ökat de senaste åren, från 2011 till 2015 har resandet med kollektivtrafik ökat med 10%. Göteborg stad har som mål att öka lokaltrafikens användning med 80%. Detta är ett mål som tyder på att både trängsel kan minskas samt att tillgänglighet av parkeringsplatser kan ökas, utan att behöva bygga fler parkeringsplatser (Göteborgs stad 2016). Trots många göteborgares förtret, kan parkeringsplatsbristen förbättras med den planerade västlänken, som kommer påverka tillgängligheten positivt då fler lättare kan ta sig in till Göteborg City utan att störa trafiken på ytan, då västlänken går under jord (Trafikverket 2016). Då kan fokus på att en brist av parkeringsplatser finns minskas, eller helt enkelt inte behövas då en annan lösning än en ökning av parkeringsplatser då existerar. Därmed bidrar kollektivtrafiken till att färre individer behöver ta bilen in till Göteborg City, vilket skapar en högre tillgänglighet av parkeringsplatser.

6.3 E-handelns påverkan på parkeringsplatssituationen

Enligt Ahmed och Jovanov (2009) tas idag fler och fler parkeringsplatser bort från Göteborgs innerstad, vilket har lett till att många detaljhandlare har fått lägga ner sin verksamhet. I och med att en del detaljhandlare fått lägga ner sin verksamhet kan det i sin tur leda till att parkeringsplatsbehovet minskar. I enkätens svar på **fråga 4** om konsumenternas shoppingvanor framkom det att de flesta av respondenterna var där ibland, dvs nummer 3, men majoriteten shoppade där mer sällan. Frågan är om det kan ge oss ett svar på om e-handeln påverkar parkeringsplatssituationen? Det är ej troligt, då frågan endast ger svar på hur ofta de shoppade.

Fråga 5 ger ett spritt resultat av staplarna från respondenterna, vilket talar för en bred spridning av de som sällan och ofta handlar på nätet. Det kan påverkas av att majoriteten av de som svarade är mellan 46–65 år.

Fråga 6 var intressant, då den besvarar att e-handeln inte ger en minskad inhandling i butik då svaren inte visar någon skillnad i svarsalternativen, dvs staplarna var nästa lika höga. Detta

svar, skulle kunna bero på den höga åldern (46–65 år) som var majoriteten av respondenternas ålder. Enkäten kan därmed inte påvisa att parkeringsplatssituationen påverkas av e-handeln.

I bakgrunden framgår det dock att e-handel både kan vara en möjlighet (Sitoo.se 2016) och ett hot (Hagman & Enhav 2016) för fysiska butiker. E-handeln har ökat kraftigt de senaste åren och mellan 2012 och 2015 har omsättningen ökat med 58,8% (HUI Research 2015). Det finns indikationer på att e-handeln har tagit stora marknadsandelar från fysiska butiker men företag som har både fysiska butiker och e-handel har gynnats av den digitala utvecklingen (Hagman & Enhav 2016). Den yngre generationen tenderar att handla mer på nätet än den äldre vilket borde leda till att vi går mot en framtid där mer och mer kommer handlas i nätbutiker (Statistiska centralbyrån 2010). Samtidigt berättar Teller och Elms (2012) att tillgänglighet består av bekvämligheten att ta sig till en plats. I och med att e-handeln har ökat, innebär det att konsumenten uppnår hög tillgänglighet i sitt eget hem. Även Johansson (2015) nämner att tillgänglighet är en fantastisk konkurrensfördel gentemot andra konkurrenter, då konsumenterna inom e-handel inte behöver resa till en fysisk butik för att göra sina inköp. Det innebär att konsumenten ej behöver färdas till en annan plats och kan bekvämt sitta hemma och inhandla sina produkter. I vår analys får parkeringsplatserna i staden därför en högre tillgänglighet, då färre åker in till City för att handla och således gör så att fler parkeringsplatser blir tillgängliga.

Trots utvecklingen kommer troligtvis fysiska butiker inte försvinna helt då konsumenter ändå värdesätter service och att kunna prova exempelvis kläder innan köp, vilket gör att behov av parkeringsplatser fortfarande finns, dock inte ett lika stort.

6.4 Trängselskattens inverkan på parkeringsplatssituationen

Som tidigare nämnts, ökar Göteborgs befolkning kraftigt (Göteborgs stad 2014). Trots detta har ändå biltrafiken minskat de senaste decennierna, vilket Göteborgs stad (2009) vill ska fortsätta ske. En av anledningarna till att trängselskatten infördes var just för att fortsätta minska biltrafiken (Göteborgs stad 2016). Dock har inte en betydande minskning av biltrafiken skett sedan införandet av trängselskatten 2013, då biltrafiken i hela Göteborg endast har sjunkit med några få procentenheter. Detta bevisar likaså enkätundersökningen som genomförts, där respondenterna menar att trängselskatten inte har påverkat deras val av färdmedel. 50% av respondenterna svarar att val av färdmedel inte alls har påverkats av trängselskatten (nummer 1), samt 22% svarar att trängselskatten har påverkat valet endast till

en viss mån (nummer 2). Även **fråga 7.2** förklarar detta fenomen, då det på frågan om det var trängselskatt som påverkade respondenterna att åka kollektivt istället, var endast 4% som sade att anledningen var för den relativt nyinsatta trängselskatten. Respondenternas svar på dessa frågor är intressant, då hela 43% av de tillfrågade var starkt emot trängselskatten. När folkomröstningen gjordes angående trängselskatten röstade 56,9% nej mot införandet. Det tyder på att många människor i staden ogillar den nya skatten, samtidigt som de känner att de inte tycker att ett byte av färdmedel på grund av trängselskatten är den rätta vägen att gå. Tycker bilisterna att alternativa färdmedel är betydligt sämre än alternativet att fortsätta ta bilen och åka förbi betalstationerna, eller bryr de sig helt enkelt inte om den extra avgiften som tillkommer varje månad? En annan förklaring kan vara att de flesta respondenter som svarat på enkäten åkte kollektivt in till Göteborg City, (46%). Det innebär att trängselskatten inte påverkar dem. Då frågeställningen i enkäten löd: "Vad är ditt huvudsakliga färdmedel för att ta dig in till city", kan inte någon parallell dras att respondenterna tyckte att deras färdmedel påverkats av trängselskatten. 64% av respondenterna bodde även utanför betalstationerna, vilket betyder att de måste betala trängselskatt för att komma in till city om de reser med bil. Dock vet vi inte om dessa reser kollektivt eller inte. Det gör att det blir svårt att dra relevanta slutsatser då de som bor utanför även kan resa kollektivt, då det inte framgår av undersökningen som genomförts vilka som åker kollektivt eller inte, av de som bor utanför betalstationerna.

Därför kan den enda slutsatsen dras från sekundärdata, som förklarar att trängselskatten faktiskt har bidragit till mindre bilister i Göteborg (inom trängselskattområdet). Minskandet av biltrafik borde således leda till att efterfrågan på parkeringsplatser minskar (eller minskar i framtiden) även om det endast skett en liten minskning med 6–7% av biltrafik i hela Göteborg mellan 2013 och 2015. Det leder i sin tur till att tillgängligheten på parkeringsplatser kan öka, då färre tenderar att ta bilen till Göteborg City. Tillgängligheten in till City rent allmänt ökar även då trängselskatten bidrar till minskad trängsel och alltså gör det bekvämare för den bilburne att ta sig till handelsplatsen. Det går även fortare att ta sig till platsen när det blir mindre köer som en följd av trängselskatten.

7 Slutsats

Efter studien har analyserats kan vissa slutsatser dras. Till att börja med kan en diskussion ske kring hur parkeringsplatssituationen ser ut. Slutsatsen lyder först och främst att det är för få parkeringsplatser i Göteborg City. Individerna i staden upplever att när de reser in till staden med bil finns inte tillräcklig tillgång till parkering. Det leder till exempel till att många konsumenter väljer att inhandla sina varor någon annanstans än i City, vilket nämns av några av respondenterna i undersökningen. Dock kan lösningar samt paralleller dras till att Göteborgs stad vill ha betydligt mindre biltrafik, vilket de bland annat också uppnår genom färre parkeringsplatser. Om individerna fortfarande väljer att resa till City, blir valet oftare ett annat färdmedel. Om då hänsyn till tillgänglighet av parkeringsplatser ska tas, kan det samtidigt bli enklare för de som fortfarande vill ta bilen att kunna parkera, då fler människor reser mer med kollektivtrafik. De andra faktorerna, e-handel och trängselskatten, påverkar också bekvämligheten/tillgängligheten för parkeringsplatserna, då färre åker till City för att handla på grund av e-handeln, samtidigt som det blir mindre trängsel tack vare trängselskatten.

Kollektivtrafiken spelar en stor roll i att fler väljer ett annat färdmedel än bilen och de förankrade användarna som åker kollektivt blir fler och fler. Därför är parkeringsplatssituationen inte bristfällig i sig, utan Göteborgs stad försöker endast uppnå sitt mål med mindre biltrafik. Det innebär att en utökning av parkeringsplatser inte är den bästa lösningen för att uppnå ett mindre antal bilar som färdas inom Citys gränser. Innebörden av parkeringsplatssituationen ger dock en inblick i, från individens perspektiv, att färdmedlet bil ändå begränsas. Om det är svårare att färdas in till City med bilen exempelvis för att handla, påverkas givetvis konsumenterna som fortfarande är förankrade till bilen, negativt. Därför kan slutsatsen dras, att själva trängseln och målet med färre bilar i city är på väg att uppnås samtidigt som parkeringssituationen inte uppfyller alla individers önskan att enkelt, bekvämt och säkert kunna ta sig in till Göteborg City, vilket begränsar tillgängligheten för de förankrade bilanvändarna.

De tre faktorerna, kollektivtrafik, e-handel samt trängselskatt, påverkar även behovet av parkeringar samt tillgängligheten i dess helhet. Vare sig trängselskatten har bidragit till minskning av biltrafik eller ej, ökar ändå kollektivtrafiken och likaså de förankrade användarna av kollektivtrafiken. Enligt respondenterna i undersökningen tycker de även att

den kollektiva trafiken är ett smidigt samt ett bra färdmedel att ta sig till Göteborg City. Denna inställning är en positiv trend i Göteborg, då många inspireras att ta det alternativ som skapar mindre trängsel samt minskar behovet att bygga fler parkeringsplatser. Därför påverkar i nuläget kollektivtrafiken parkeringsplatssituationen positivt, då Göteborgs stad i nuläget inte behöver bygga fler parkeringsplatser. Anledningen är att fler och fler människor för varje år som går får en mer positiv inställning till kollektivtrafiken, då de känner att tillgängligheten med kollektivtrafiken ger samma bekvämlighet som att ta bilen in till City. Alltså har parkeringsplatsbehovet minskat i och med att kollektivtrafiken fungerar bra och många väljer det som färdmedel istället för bilen.

E-handeln har än så länge inte påverkat de fysiska butikernas betydelse nämnvärt. Dock pekar indikationer på att den kan komma att förändras inom en framtid, då världen blir mer och mer digitaliserad. Dagens yngre generation kommer växa upp samtidigt som de fortsätter handla via nätet och lär då även sina barn att göra detsamma, vilket kommer skapa en majoritet som då handlar på internet. Fysiska butiker kommer fortsätta ha en betydelse, då människor alltid kommer vilja kunna testa till exempel kläder, känna hur materialet känns samt se hur produkten verkligen ser ut i verkligheten. E-handel kan därför bidra till en högre tillgänglighet av parkeringsplatser i Göteborg City tack vare att fler istället förmodas handla på internet och färre förmodas handla i fysiska butiker, vilket kan bidra till att efterfrågan på parkeringsplatser minskar.

Efter att trängselskatten infördes, har biltrafiken minskat. Trots detta, informerar resultatet som fått fram i enkäten att de flestas val av färdmedel inte har påverkats av trängselskatten. Anledningen till detta kan som tidigare nämnts vara att bilisterna ej bryr sig om den extra skatt som uppstår när de åker förbi tullarna. Hänsyn ska dock tas till att 46,2% svarade att de reser kollektivt, vilket gör att dessa konsumenter inte behöver betala skatten. Det innebär att resultatet påverkas avsevärt, samt att det blir svårare att dra direkta paralleller då validiteten och reliabiliteten blir sämre på grund av att 46,2% åker kollektivt och därför inte påverkas av trängselskatten. Därför kan fortfarande trängselskatten anses påverka bilisterna att välja något annat färdmedel, vilket minskar biltrafiken. Samtidigt som biltrafiken minskar, får därför parkeringsplatserna en minskad efterfråga i Göteborg City på grund av trängselskatten, vilket därmed också skapar en högre tillgänglighet för de resenärerna som fortfarande är förankrade till bilen.

Enligt undersökningen som genomförts kopplat med teori och bakgrundsfakta, påverkar de tre faktorerna parkeringsplatssituationen positivt på längre sikt, då tillgängligheten antas öka. Därför kommer köpcentrumen i Göteborg City kunna uppnå en starkare konkurrensfördel genom en högre tillgänglighet gentemot andra köpcentrum i andra stadsdelar.

8 Vidare forskning

Här förklaras hur eventuell framtida forskning kan belysa parkeringsplatssituationen. Till att börja med skulle det vara intressant att göra en liknande studie om 10–20 år, för att se hur parkeringsplatssituationen ser ut i framtiden. I dagsläget har Göteborg genomgått förändringar, med bland annat trängselskatten samt hur e-handeln har påverkat konsumentens shoppingmönster. Därför är det av intresse att se hur trängselskatten har påverkat parkeringssituationen på längre sikt, om kollektivtrafiken fortsätter att öka i popularitet samt hur e-handeln fortsätter att påverka dagens samhälle. En annan fråga som belyser parkeringssituationen i hela Göteborg skulle även vara intresseväckande, för att kunna se om individer istället åker till andra köpcentrum samt varuhus som inte är beläget inom Vallgraven samt Nordstaden då det i området idag råder parkeringsbrist. Därefter finns ett intresse av att jämföra olika storstäders parkeringsplatssituation i Sverige. Detta för att gemensamt kunna ta fram en parkeringsplan som kan fungera som en framtida mall för hur parkeringar framöver ska byggas på ett hållbart sätt samtidigt som efterfrågan av parkeringar kan täckas.

9 Referenslista

9.1 Litterära källor

- Ahamed, S. & Jovanov, A. (2009). *Possible Solutions of Car Parking Problem of Retail Business in Gothenburg City Center*. Göteborg: Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet.
- Berglund, C.O., Tegnér, G., & Widlert, S. (1977). *Val av rese mål och färdssätt vid inköpsresor - En beteendestudie*. Stockholm: Liber
- Bergström, F. et al. (2008). *Näringslivseffekter till följd av planerade trafik- och infrastruktursatsningar Göteborg*. I uppdrag av Svensk Handel, Göteborgs Köpmannaförbund och Fastighetsägarna Göteborg. WSP. Göteborg.
- Bryman, A. & Bell, E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, upplaga 2:2. Stockholm: Liber
- Hagman, J. & Enhav, G. (2016). *Expansion till e-handel: En fallstudie om företags motiv till start av e-handel*. Göteborg: Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.
- Jansson, J. & Swahn, H. (1987). *Parkeringspolitikens roll i innerstaden; En samhällsekonomisk analys*. Stockholm: Statens råd för byggnadsforskning.
- Sundvall, P. (2006). *Parkering i Göteborg i ett halvt sekel*. Göteborg: Gatukontoret.
- Trafikkontoret (2000). *Parkeringsstudie city- Eller vad gör folk i 20 minuter?.* Göteborg: trafikkontoret.

9.2 Artiklar/Rapporter

- Fahy, J. (2000). The resource-based view of the firm: some stumbling-blocks on the road to understanding sustainable competitive advantage. *Journal of European Industrial Training*. 24 (2/3/4), 94-104.
- Göteborgs stad (2009). *Parkeringspolicy för Göteborgs stad*. Göteborg: Göteborgs Stad.

Göteborgs stad (2011). *Vägledning till parkeringstal vid detaljplaner och bygglov*. Göteborg: Göteborgs stad.

Göteborgs stad (2014). *Strategiför Göteborg 2035 utbyggnadsplanering*. Göteborg: Göteborgs stad.

Göteborgs stad (2015). *Trafik och resandeutveckling*. Göteborg: Göteborgs stad.

Göteborgs stad (2016). *Trafik och resandeutveckling*. Göteborg: Göteborgs stad.

Holmberg, U. & Hagberg, J. (2013). *Konsumenters logistik vid matinköp* i Weibull, L., Oscarsson, H. & Bergström, A. (red) *Vägskaäl*. Göteborgs universitet: SOM-institutet.

Kolterjahn, F. (2012) *Kampen om köpkraften*. HUI Research.

Porter, M. E. (1979). How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Business Review*.

Ruiz, J.P., Chebat, J.C., & Hansen, P. (2004). Another trip to the mall: A segmentation study of customers based on their activities. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 11, 333–350.

Teller, C. & Elms, J.R. (2012) Urban place marketing and retail agglomeration customers, *Journal of Marketing Management*, 28:5-6, 546-567.

Trafikverket (2014). *Tidsplan Västlänken*. Borlänge: trafikverket.

Trafikverket (2016). *Södra Marieholmsbron*. Borlänge: trafikverket.

Västtrafik (2016). *Ökat resande med kollektivtrafiken*. Göteborg: Västtrafik

Wakefield, K.L., & Baker, J. (1998). Excitement at the mall: Determinants and effects on shopping response. *Journal of Retailing*, 74, 515–539.

9.3 Elektroniska källor

Business Region Göteborg (2016). *Detaljhandeln i Göteborgsregionen 2016*.

<https://www.businessregiongoteborg.se/sv/nyhetsrum/publikationer>

(Hämtat 2016-11-08)

E-handel (2012). *E-handeln är framtiden för fysiska butiker*.

<http://www.ehandel.se/e-handeln-ar-framtiden-for-fysiska-butiker,1662.html>

(Hämtat 2016-12-30)

Göteborgs stad (2012). *Trafik och resandeutveckling*.

<http://goteborg.se/wps/wcm/connect/a15c05df-0db3-4098-b3c6-3e421c4a0792/Trafik+och+resandeutveckling+2012.pdf?MOD=AJPERES>

(Hämtat 2016-10-31)

Göteborgs stad (2016). *Om trängselskatt*.

http://goteborg.se/wps/portal/start/gator-vagar-och-torg/gator-och-vagar/trangselskatt/om-trangselskatt!/ut/p/z1/hY7RCoIwGEafpetg_6bi5uUMDDXSIFB3EzPmEnQLHQ16-uwBou_ucM7FBwJaEEa-Ri3daI2cNu5EfKtJcWEp4bg6JhnOr2WdnctTFTICzb9AbBr_GMdQgBj7Gfn7jDAKaRDTiN_AooZTFAYUmhW5w-4Pi3yfc9CHTIBY1qEUt6GFXB633Hmlr9aTQQuA5t-985bsP0-4Yhg!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/

(Hämtat 2016-10-31)

Göteborgs stad (2016). *Trafikutveckling*.

http://goteborg.se/wps/portal/start/gator-vagar-och-torg/gator-och-vagar/statistik-om-trafiken/trafikutveckling!/ut/p/z1/hY5NCoMwGAXP0gvkiz8kcRkXBrU0FgpqNkVLmgrpqSiI_N9PS1Byh9u2Fm8UBBB2odXpMZtsmuw7x zr8i1iaozyyOOpcgKXF7qpjiVR1lhAu2_QO0a_xjHUIGaxgWF24IwSmhMaBrRNKOUkZhCm0OvhcwF_z7h65gwA8rpu3baoYflG3QhBG_SsNbNGXsNz6d6l54cPo-xTMQ!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh

(Hämtat 2016-10-31)

HUI Research (2016). *E-barometern Q2*.

<http://www.hui.se/statistik-rapporter/index-och-barometrar/e-barometern>

(Hämtat 2016-10-29)

Johansson, A (2015). *E-handelns konkurrensfördelar*.

<https://fyranysner.se/2015/08/30/ehandelns-konkurrensfordelar/>

(Hämtat 2017-03-22)

Katrineholm.se (2016). *Vad är tillgänglighet?*

<http://katrineholm.se/Om-kommunen/Tillganglighet/Tillganglighet1/>

(Hämtat 2017-01-03)

Nationalencyklopedin (2017). *Detaljhandel*.

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/detaljhandel>

(Hämtat 2017-01-12)

Nationalencyklopedin (2017). *Marknad*.

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/marknad>

(Hämtat 2017-03-22)

Nationalencyklopedin (2017). *Varuhus*.

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/varuhus>

(Hämtat 2017-01-12)

Nationalencyklopedin (2017). *Köpcentrum*.

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/köpcentrum>

(Hämtat 2017-01-14)

P-bolaget Göteborg (2016). *Hitta parkering*.

https://www.p-bolaget.goteborg.se/hitta-parkering/?searchtext=inom+vallgraven&VisitOrRent=visit&parkingtype=2&vehicletype=1&SubmitSearchParking_ParkingPage_visit=Visa

(Hämtat 2016-11-02)

Postnord (2016). *E-barometern Q3*.

http://pages.postnord.com/rs/184-XFT-949/images/e-barometern-Q3-2016.pdf?mkt_tok=eyJpIjoiWkROaE5HTXhaVGmWt0RrNSIsInQiOiJ6cUdHUTJ1NjR4cXRlSaU9nODZaNmNkN1ZVTE02ZWZrUnlvTkFyRURvKzhSZ2JieUJRM2hBeE91cU9INEFNM0Z0V0V1TFVUb2htTnRCS09GdTI3N09yTHp6S1wvaUgxWjZVeWtEaEdwbE0rWHc9In0%3D (Hämtat 2016-11-14)

Sitoo (2016). *E-handel ökar försäljningen i den fysiska butiken*.

<http://www.sitoo.se/magazine/e-handel-okar-forsaljningen-i-den-fysiska-butiken>
(Hämtat 2016-12-30)

Statistiska centralbyrån (2010). *Handla på internet- enbart för unga och välutbildade?*.

http://www.scb.se/statistik/publikationer/le0001_2010k03_ti_12_a05ti1003.pdf
(Hämtat 2016-12-19)

Statistiska centralbyrån (2016). *Storstadsområden med ingående kommuner i alfabetisk ordning*.

http://www.scb.se/Grupp/Hitta_statistik/Regional%20statistik/Indelningar/_Dokument/Storstdsomr.pdf
(Hämtat 2017-01-03)

Svensk handel (2015). *Handelns betydelse i Sverige*. <http://www.svenskhandel.se/aktuellt-och-opinion/vara-fragor/handelns-betydelse-i-sverige/>

(Hämtat 2016-10-29)

Svensk Handel (2015). *Levande stadskärnor*.

http://www.svenskhandel.se/globalassets/_gammalt-innehall/rapporter/2015/levande-stadkarnor-las_.pdf
(Hämtat 2016-12-11)

SVT (2015). *Mer trafik trots trängselskatt*.

<http://www.svt.se/nyheter/lokalt/stockholm/mer-trafik-trots-trangselskatt>
(Hämtat 2016-12-19)

Trafikverket (2016). *Västsvenska paketet*.

<http://www.trafikverket.se/nara-dig/Vastra-gotaland/Vastsvenska-paketet/>

(Hämtat 2017-01-14)

Transportstyrelsen (2016). *Betalstationernas placering i Göteborg*.

<https://www.transportstyrelsen.se/sv/vagtrafik/Trangselskatt/Trangselskatt-i-goteborg/Betalstationerna/Betalstationernas-placering/>

(Hämtat 2016-12-19)

Transportstyrelsen (2016). *Statistik 2013*.

<https://www.transportstyrelsen.se/sv/vagtrafik/statistik-och-strada/Vag/trangselskatt11/goteborg/Statistik-for-trangselskatt-i-Goteborg-2014/>

(Hämtat 2016-12-19)

Transportstyrelsen (2016). *Om betalstationerna i Göteborg*.

<https://www.transportstyrelsen.se/sv/vagtrafik/Trangselskatt/Trangselskatt-i-goteborg/Betalstationerna/Om-betalstationerna-i-Goteborg/>

(Hämtat 2017-01-13)

10 Bilaga 1

Parkeringsplatssituationen i Göteborg City

Vi är två studenter från handelshögskolan vid Göteborgs universitet som håller på med vår kandidatuppsats. Vi skulle uppskatta om du tog dig tiden att svara på denna enkät som handlar om parkeringsplatssituationen för detaljhandeln i Göteborg City. Det vi menar med Göteborg City i denna enkät är områdena innanför vallgraven samt nordstaden. Därför är det parkeringsplatser som är kopplade till Nordstan, NK, Arkaden, Kompassen etc. som ligger till grund i denna studie.

Inledande frågor

1. Ålder

Markera endast en oval.

- Under 18
 18 - 25
 26 - 45
 46 - 65
 Över 65

2. Kön

Markera endast en oval.

- Man
 Kvinna

3. Var bor du (om Göteborg, vilken stadsdel)?

.....

Shoppingvanor

4. Hur ofta besöker du Göteborg City (Nordstan, NK, Arkaden, Kompassen, etc.) för att shoppa?

Markera endast en oval.

- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|--------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------|
| Sällan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ofta |

5. Hur ofta handlar du på nätet?

Markera endast en oval.

- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|--------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------|
| Sällan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ofta |

6. E-handel har påverkat så jag handlar mindre i fysiska butiker?

Markera endast en oval.

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt

Färdmedel

7.1. Vad är ditt huvudsakliga färdmedel för att ta dig in till Göteborg City?

Markera endast en oval.

- Bil
- Kollektivtrafik
- Cykel/gång
- Annat

7.2. Om du svarade kollektivtrafik på fråga 7.1, varför? (välj alternativet som stämmer in bäst på dig)

Markera endast en oval.

- Mindre miljöpåverkan
- Mer ekonomiskt
- Brist på parkeringsplatser
- På grund av trängselskatten
- Annat

7.3. Om du inte svarade bil på fråga 7.1, varför? (välj alternativet som stämmer in bäst på dig)

Markera endast en oval.

- Saknar körkort
- Brist på parkeringsplatser
- Trängselskatt
- Saknar tillgång till bil
- Annat

8. Vad tycker du om trängselskatten?

Markera endast en oval.

	1	2	3	4	5	
Dåligt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bra

9. Har ditt val av färdmedel påverkats av trängselskatten?

Markera endast en oval.

	1	2	3	4	5	
I låg utsträckning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I hög utsträckning

10.1. Upplever du att det finns brist på parkeringsplatser i Göteborg City?

Markera endast en oval.

- Ja
- Nej
- Vet inte

10.2. Om du svarade ja på fråga 10.1, har detta gjort att du handlar mindre i Göteborg City?

Markera endast en oval.

- Ja
- Nej
- Delvis

10.3. Om du svarade nej på fråga 10.2, hur kommer det sig att du handlar lika mycket?

.....

Tack för att du svarade på denna enkät!