

## Om analysen

Spørgeskemaundersøgelsen ligger i forlængelse af projektets overordnede mål: At undersøge mulighederne for at skabe turistprodukter på Mors med sundhed som omdrejningspunkt. Spørgeskemaanalysen skal medvirke til at afdække, hvor vidt der er forskelle i hvad aktører på Mors og folk udefra forbinder øen med - primært som turistdestination. Derudover er det analysens formål at søge en afklaring af, hvor vidt aktører på Mors og folk udefra ser et potentiale i sundhed som turistprodukt på Mors og hvilke muligheder/begrænsninger de forestiller sig i den forbindelse.

Analysens datagenerering er gennemført i oktober 2007 blandt lokale aktører på Mors, turister på Mors og folk uden for Mors.

### **Aktører på Mors:**

Dataindsamling: 200 spørgeskemaer sendt med post i oktober 2007 samt incitament til deltagelse i form af konkurrence om at vinde et Kro- og Hotelophold.

Respondentvalg: Udvalg af lokale virksomheder og foreninger, der er oplyst på Egnsportalen for Morsø: [www.mors.dk](http://www.mors.dk). Udvælgelsen skete med tanke på, at de udvalgte aktører skulle repræsentere et bredt udsnit af virksomhederne og foreningerne på Mors, for at få indblik i hvordan så mange forskellige brancher og interesser ville se dem selv i relation til turisme og sundhed.

Antal respondenter: 38

### **Turister og folk uden for Mors:**

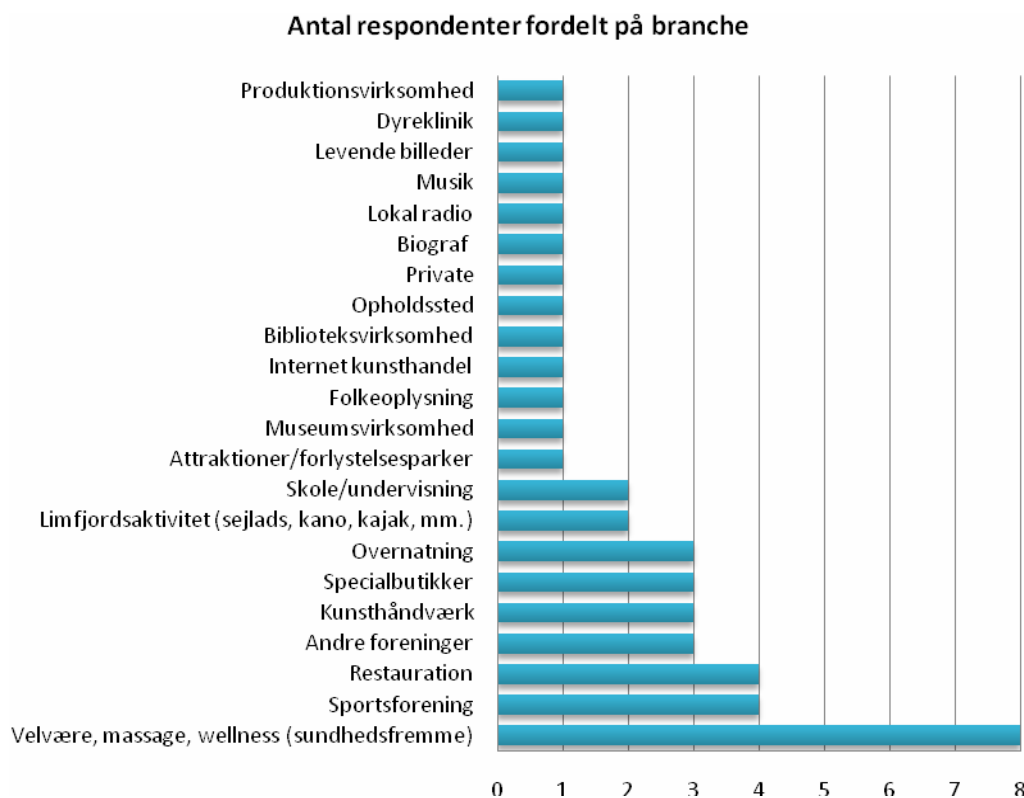
Dataindsamling: Form: Spørgeskema  
D. 16.-18. Oktober 2007: Rundspørge blandt turister på følgende turistattraktioner: Jesperhus Blomsterpark, Højriis Slot, Dueholm Kloster, Landbrugsmuseet Skarregaard, Morsø Turistbureau  
D. 22. oktober – d. 1. november 2007: Internettet via Survey Xact

Respondentvalg: Turister på Mors i uge 42, 2007  
Email-rundsending med udgangspunkt i undersøgelsens netværk og via et link fra undersøgelsens hjemmeside.

Antal respondenter: 28 turister på Mors og 88 via link fra undersøgelsens hjemmeside.

## Beskrivelse af de responderende aktører

De 38 aktører der har besvaret spørgeskemaet, repræsenterer en bred vifte af brancher:



Da de responderende aktører blev spurgt om, hvilken branche de er beskæftiget inden for, var der nogle af dem, der afkrydsede flere brancher. Dette betyder, at antallet af respondenter illustreret i grafen ovenfor, overstiger 38, som er det egentlige antal af respondenter.

Der er dog en overvægt (8) af aktører, der er beskæftigede inden for respondentgruppen "Velvære, massage, wellness (sundhedsfremme)". Dette kan hænge sammen med, at en del af undersøgelsen bredt omhandler deres interessefelt, nemlig sundhed.

Desuden kan dét, at undersøgelsen er turismerelateret, også have haft en betydning, da de aktører der ikke traditionelt beskæftiger sig med eller i området omkring turisme ikke har udfyldt spørgeskemaet. Med det i tankerne er det bemærkelsesværdigt, at der kun er én attraktion/forlystelse, der har valgt at udfylde spørgeskemaet, da disse burde have stor interesse i undersøgelsen.

Det er positivt, at der er så mange forskellige brancher repræsenteret i undersøgelsen, da det gør det nemmere for undersøgelsen at udpege nogle mere generelle tendenser.

## Beskrivelse af respondenterne uden for Mors

Da spørgeskemaundersøgelsen har hvad man kan kalde en stikprøvebaseret metode, er det vanskeligt løbende at kontrollere, i hvor høj grad respondenterne udgør et repræsentativt udsnit af befolkningen.

Respondenterne er blevet spurgt efter bopælskommune og postnummer og de er repræsenteret ved 55 postnumre og 36 kommuner fordelt over hele landet. Fyn som landsdel

er underrepræsenteret med kun 2 respondenter, mens især Aalborg Kommune er overrepræsenteret med hele 32 respondenter.

Ca. 81 % af de adspurgte er fra regionerne: Nordjylland og Midtjylland

Den kønsmæssige fordeling i undersøgelsen er skæv med 67,2 % kvindelige og 32,8 % mandlige respondenter. Specielt i forhold til aldersgruppen 21-30 år er der en overrepræsentation af kvinder.

I forhold til alder og køn er der en fin fordeling uddannelsesmæssigt, men med en overvægt af kvinder med lang videregående uddannelse i aldersgruppen 21-30årige.

Respondenterne har også skullet tage stilling til, hvordan deres rejsevaner bedst kan karakteriseres<sup>1</sup>:

Rejseform	Procent
Rejser alene	5,2 %
Rejser med partner med børn	38,8 %
Rejser med partner uden børn	33,6 %
Rejser med venner og bekendte	37,9 %
Andet (familie, børnebørn, arbejde m.v.)	10,3 %

Der er ikke store udsving i forhold til hvordan respondenterne fordeler sig kønsmæssigt i forhold til deres typiske rejsevaner.

Den største klynge af respondenter karakteriseres ved at have en lang uddannelse, og at rejse uden børn (denne gruppe består også for en stor del af undersøgelsens overvægt af kvinder i alderen 21-30 år med lang uddannelse).

Selvom alle aldersgrupper, uddannelsesniveauer, rejsevaner og en stor del af landet er repræsenteret i spørgeskemaundersøgelsen, er befolkningsudsnittet ikke repræsentativt nok til, at man kan se, hvordan forskellige befolkningsgrupper forholder sig eksplicit til undersøgelsens spørgsmål – undersøgelsens respondenter svarer ikke fordelingsmæssigt til et befolkningsgennemsnit.

Men variationen i udvalget af respondenter er så repræsentativt, at man kan udpege nogle generelle tendenser fra spørgeskemabesvarelserne, der kan virke afstemmende i forhold til i hvilken retning forundersøgelsens overordnede anbefalinger skal gå.

---

<sup>1</sup> Her har respondenterne kunnet sætte flere kryds. Det betyder at summen af respondenter i denne del af undersøgelsens diagrammer giver mere end 100 % eller undersøgelsens 116 respondenter.