

## Forsknings- og utredningsbehov for videreutvikling av reiselivet i Innlandet

Resultater fra en workshop og en spørreundersøkelse

Line Camilla Wold  
Monica A. Breiby  
Irene Thorsplass  
Elisabeth Winther  
Øystein Aas

# NINAs publikasjoner

## **NINA Rapport**

Dette er en elektronisk serie fra 2005 som erstatter de tidligere seriene NINA Fagrapport, NINA Oppdragsmelding og NINA Project Report. Normalt er dette NINAs rapportering til oppdragsgiver etter gjennomført forsknings-, overvåkings- eller utredningsarbeid. I tillegg vil serien favne mye av instituttets øvrige rapportering, for eksempel fra seminarer og konferanser, resultater av eget forsknings- og utredningsarbeid og litteraturstudier. NINA Rapport kan også utgis på annet språk når det er hensiktsmessig.

## **NINA Kortrapport**

Dette er en enklere og ofte kortere rapportform til oppdragsgiver, gjerne for prosjekt med mindre arbeidsomfang enn det som ligger til grunn for NINA Rapport. Det er ikke krav om sammendrag på engelsk. Rapportserien kan også benyttes til framdriftsrapporter eller foreløpige meldinger til oppdragsgiver.

## **NINA Temahefte**

Som navnet angir behandler temaheftene spesielle emner. Heftene utarbeides etter behov og serien favner svært vidt; fra systematiske bestemmelsesnøkler til informasjon om viktige problemstillinger i samfunnet. NINA Temahefte gis vanligvis en populærvitenskapelig form med mer vekt på illustrasjoner enn NINA Rapport.

## **NINA Fakta**

Faktaarkene har som mål å gjøre NINAs forskningsresultater raskt og enkelt tilgjengelig for et større publikum. De sendes til presse, ideelle organisasjoner, naturforvaltningen på ulike nivå, politikere og andre spesielt interesserte. Faktaarkene gir en kort framstilling av noen av våre viktigste forskningstema.

## **Annen publisering**

I tillegg til rapporteringen i NINAs egne serier publiserer instituttets ansatte en stor del av sine vitenskapelige resultater i internasjonale journaler, populærfaglige bøker og tidsskrifter.

# Forsknings- og utredningsbehov for videreutvikling av reiselivet i Innlandet

Resultater fra en workshop og en spørreundersøkelse

Line Camilla Wold  
Monica A. Breiby  
Irene Thorsplass  
Elisabeth Winther  
Øystein Aas

Wold, Line C., Breiby, M.A., Thorsplass, I., Winther, E. & Aas, Ø.  
2016. Forsknings- og utredningsbehov for videreutvikling av reiseli-  
vet i Innlandet. Resultater fra en workshop og en spørreundersø-  
kelse. NINA Kortrapport 45. 30 s.

Lillehammer, desember 2016.

ISSN: 2464-2797

ISBN: 978-82-426-2994-4

RETTIGHETSHAVER

© Norsk institutt for naturforskning

Publikasjonen kan siteres fritt med kildeangivelse

TILGJENGELIGHET

Åpen

PUBLISERINGSTYPE

Digitalt dokument (pdf)

KVALITETSSIKRET AV

Øystein Aas

ANSVARLIG SIGNATUR

Forskningssjef Jon Museth (sign.)

OPPDRAKSGIVER(E)/BIDRAGSYTER(E)

Oppland Fylkeskommune og Hedmark Fylkeskommune

OPPDRAKSGIVERS REFERANSE

201610401-29

KONTAKTPERSON(ER) HOS OPPDRAGSGIVER/BIDRAGSYTER

Liv Bjerke, Trond Carlsson

NØKKELOD

Hedmark

Oppland

Reiseliv

Turisme

FOU behov

KEY WORDS

Tourism

Research needs

Hedmark

Oppland

Norway

#### KONTAKTOPPLYSNINGER

##### **NINA hovedkontor**

Postboks 5685 Sluppen

7485 Trondheim

Telefon: 73 80 14 00

##### **NINA Oslo**

Gaustadalléen 21

0349 Oslo

Telefon: 73 80 14 00

##### **NINA Tromsø**

Framsenteret

9296 Tromsø

Telefon: 77 75 04 00

##### **NINA Lillehammer**

Fakkeltgården

2624 Lillehammer

Telefon: 73 80 14 00

[www.nina.no](http://www.nina.no)

## Sammendrag

Wold, Line C., Breiby, M.A., Thorsplass, I., Winther, E. & Aas, Ø. 2016. Forsknings- og utredningsbehov for videreutvikling av reiselivet i Innlandet. Resultater fra en workshop og en spørreundersøkelse. NINA Kortrapport 45. 30 s.

Denne rapporten redegjør for to kartlegginger av FOU behov i reiselivet i Innlandet, dvs. i Hedmark og Oppland fylker. Den første delen av kartleggingen bestod av en workshop i regi av Senter for Reiselivsforskning, der en rekke representanter for reiselivet i de to fylkene deltok, dvs. deltagere fra bedrifter, bedriftsnettverk, destinasjonsselskap, virkemiddelapparat og offentlige myndigheter. Den andre delen var en spørreundersøkelse gjennomført på web der en større gruppe respondenter ble bedt om å rangere ulike forsknings- og utredningsbehov, identifisert på bakgrunn av workshopen. De viktigste funnene kan oppsummeres slik:

1. Både workshop og spørreundersøkelse viser at næringsaktører, virkemiddel- og forvaltningsapparatet og FOU miljøene identifiserer en rekke viktige forsknings- og utredningsbehov for reiselivsnæringen i Innlandet.
2. Det er også nokså mange fellestrekk mellom prioriteringene på tvers av de to undersøkelsene, og på tvers av aktørgrupper og fylker.
3. Det er en klar erkjennelse av at Reiselivet i Innlandet har et uforløst potensial i styrket samarbeid mellom ulike aktører og med økt bruk av FOU.
4. Det er klare forventninger til at SfR og bransjerådet er en sentral aktør i arbeidet med å styrke FOU om reiseliv i regionen og øke dialogen med næringen.
5. I den grad det kan trekkes ut ett prioritert FOU område som går igjen både i workshop og survey, er dette knyttet til kunnskapsbaserte produkt- og opplevelsesproduksjon, som reflekterer endret etterspørsel etter mer individualiserte opplevelseselementer
6. Et annet prioritert FoU-område er markedskunnskap knyttet til effektiv markedsføring mot spesifikke målgrupper. Dette er sentralt for å hjelpe næringsaktørene til å realisere sitt markedspotensial, slik Innlandsutvalgsrapporten vektlegger.
7. Et tredje FoU-område er helårsdestinasjoner som samhandler på tvers av bedrifter og i 3- eller 4-helix for økt bærekraft. Her viser resultatene at spesielt kulturlandskap og gjengroing bør vektlegges.
8. Til slutt vil vi nevne arrangement som verdiskaper som et fjerde FoU-tema som bør prioriteres, og som går igjen både fra idedugnad og spørreundersøkelse.

### Kontaktpersoner for rapporten:

Monica A. Breiby, Høyskolen i Lillehammer, 2624 Lillehammer, [monica.breiby@hil.no](mailto:monica.breiby@hil.no)

Line C. Wold, NINA, Fakkeltårnet, 2624 Lillehammer, [line.wold@nina.no](mailto:line.wold@nina.no)

# Innhold

<b>Sammendrag .....</b>	<b>3</b>
<b>Innhold .....</b>	<b>4</b>
<b>Forord .....</b>	<b>5</b>
<b>1 Innledning.....</b>	<b>6</b>
<b>2 Metode .....</b>	<b>7</b>
2.1 Workshop.....	7
2.2 Spørreundersøkelse .....	7
<b>3 Resultater .....</b>	<b>9</b>
3.1 Workshop.....	9
3.2 Spørreundersøkelse .....	12
<b>4 Oppsummering og vegen videre .....</b>	<b>18</b>
<b>5 Referanser .....</b>	<b>19</b>

## Forord

Senter for reiselivsforskning (SfR) ble revitalisert i januar 2016 med opprettelse av en styringsgruppe bestående av rektor Anna L. Ottosen ved Høgskolen i Hedmark (HiHm), rektor Kathrine Skretting ved Høgskolen i Lillehammer (HiL), forskningssjef Jon Museth ved Norsk institutt for naturforskning (NINA) og direktør Roger Lian ved Østlandsforskning (ØF).

En arbeidsgruppe fra de fire FoU-institusjonene fikk i mandat å foreslå revitaliserte mål for senteret, organisering og arbeid mot et bransjeråd for reiseliv. Arbeidsgruppen bestod av Harry Andreassen fra HiHm, Kjell Overvåg fra ØF, Øystein Aas fra NINA og Monica A. Breiby fra HiL. Disse utgjør i dag senterets operative ledergruppe. Det er inngått en senter-/konsortium-avtale mellom de fire partene.

SfR har som overordnet mål å styrke en kunnskapsdrevet utvikling innen reiseliv. Dette skal gjøres ved å gi reiselivsforskningen i Innlandet større slagkraft gjennom styrket samarbeid og faglige synergier mellom de fire FoU-institusjonene. Senteret skal også være en aktiv søker av forskningsmidler til aktuelle utlysninger, og utvikle internasjonale samarbeidsrelasjoner for å lykkes i EU-programmer.

I tillegg skal senteret være et aktivt bindeledd som kobler sammen FoU-institusjonene, reiselivsnæringen og offentlige myndigheter ved å bl.a. gjøre forskningen lettere tilgjengelig og mer relevant, hjelpe bransjen med å realisere sitt markedspotensial og forbedre sin verdiskaping, og hjelpe myndighetene til å utøve sin forvaltning.

I august 2016 ble Bransjeråd for reiseliv konstituert, med aktører fra næringen, virkemiddelapparat og det offentlige på kommune- og fylkesnivå. Bransjerådet er et frittstående, rådgivende organ for SfR med formål om å bidra til å styrke en kunnskapsdrevet utvikling innen reiseliv. Rådet skal være et aktivt bindeledd som kobler utdannings- og FoU-institusjonene, reiselivsnæringen og offentlige myndigheter. Det skal også bidra til å gjøre reiselivsforskningen mer relevant og lettere tilgjengelig, samt fremme kvaliteten i studieprogrammene og styrke sammenheng og samarbeid mellom utdanning og reiselivsnæring.

Vi vil takke deltakerne i Bransjerådet for kreative og verdifulle innspill på idedugnad/workshop i august. Vi vil også takke alle som tok seg tid til å svare på vår undersøkelse. En stor takk til Line Camilla Wold og Elisabeth Winther for dyktig og effektiv hjelp med selve gjennomføringen av undersøkelsen.

Til slutt en takk til alle forskerne ved de fire institusjonene som på workshop i november viste stor interesse for å slutte opp en felles reiselivssatsing i Innlandet.

Lillehammer, desember 2016

Monica A. Breiby, leder av Senter for reiselivsforskning

# 1 Innledning

Norsk reiseliv er i vekst, og har nettopp lagt bak seg et meget godt år. Også innlandet nyter godt av økt belegg og flere besøkende. Hvor robust er veksten og hvilken rolle spiller eksterne faktorer som valutakurser og sikkerhetsproblematikk (terrorhendelser i andre Europeiske land) kontra interne faktorer som økende kvalitet og nyskapende opplevelser, samt markedskampanjer? Er veksten kun kortsiktig og hvis ja – hvordan kan innlandets reiseliv styrke seg på lengre sikt? En benchmarkingrapport (Eriksson et al. 2015) viser at Innlandets reiseliv på mange indikatorer scorer lavere enn konkurrerende regioner andre steder i Norge, Sverige og i Alpene.

En rekke utredninger peker på at om norsk reiseliv skal videreutvikles og bli en mer robust næring, er det behov for kunnskap – både gjennom økt kompetanse hos næringen og dens ansatte, og aktiv bruk av kunnskap for å sikre en effektiv, innovativ og konkurransedyktig næring. Det såkalte Innlandsutvalget understreket at «...reiseliv og forsknings/utdanningsmiljøet på sektoren bør prioriteres innenfor et «Forskningsløft Innlandet». (Innlandsutvalget 2015, s. 13). Utvalget nevner Senter for reiselivsforskning som en naturlig aktør i denne sammenheng, samt Senter for innovasjon i tjenesteyting ved Høgskolen i Lillehammer og doktorgradsprogrammet Innovasjon i tjenesteyting. Også arbeidet med en strategi for bionæringer i Innlandet fokuserer på reiseliv og turisme, noe som også gjenspeiles i fylkeskommunenes næringsstrategier.

I andre norske regioner, som for eksempel Nord-Norge, Sørlandet og Vestlandet («Fjord-Norge») er det etablert gode strukturer for samhandling mellom FOU-miljøene og reiselivsnæringen. Dette gjenspeiles for eksempel i det vellykkede forskningsprosjektet «Opplevelser i Nord» og klyngen «Innovative opplevelser», samt næringsklyngen USUS på Sørlandet eller NCE Tourism Fjord Norway. Innlandets Senter for Reiselivsforskning (SfR) tar mål av seg til å styrke samarbeidet mellom reiselivsnæringen og forsknings- og utdanningsmiljøene i regionen. I SfR deltar både HiL og HiHm, Østlandsforskning og NINA. Alle har porteføljer på reiseliv- og reiselivsrelevante forsknings- og utdanningsaktiviteter. SfR har etablert et Bransjeråd der representanter for næringen, virkemiddelapparatet og relevante offentlige myndigheter deltar.

Også for å følge opp ulike næringspolitiske initiativ og sette regionen i stand til å konkurrere om forsknings- og utviklingsmidler fra aktører som Norges forskningsråd, Innovasjon Norge og EUs Horizon2020, er det viktig å utvikle både en forskningsagenda og en portefølje som danner basis for en helhetlig FoU strategi innenfor reiseliv.

Før og etter sommeren 2016 har SfR derfor iverksatt flere aktiviteter for å legge et bedre grunnlag for en omforent FOU strategi for Innlandets reiseliv. Invitasjoner til deltagelse i Bransjerådet ble sendt ut på forsommeren, og 24. august arrangerte SfR sitt første møte med bransjerådet. Som del av møtet ble det arrangert en idedugnad for å klargjøre og prioritere forskning- og utredningsbehov. En oppsummering av denne idedugnaden følger som første del av denne rapporten. Senere på høsten ble det sendt ut en spørreundersøkelse til aktører i reiselivet i de to fylkene, bedrifter, destinasjonsselskap, virkemiddelapparatet og ulike offentlige aktører på kommune- og fylkesnivå. Resultatene fra denne surveyen følger som andre del av rapporten. Til slutt i rapporten sammenholdes funnene og en kortfattet prioritert liste presenteres.



## 2 Metode

### 2.1 Workshop

På workshop med deltakerne i Bransjerådet, benyttet vi en IGP-prosess (Individuell – Gruppe – Plenum). Deltakerne ble inndelt i grupper hvor de skulle svare på følgende tre hovedtema:

1. Forsknings-/kunnskapsbehov i reiselivsnæringen
2. Videreutvikling av studietilbud
3. Forventninger og rolle til Senter for reiselivsforskning

Før arbeidet startet, ble grupperollene avklart med en *gruppeleder* som ledet gruppearbeidet og sørget for at alle i gruppa kom til ordet, *tidtaker* som bistod gruppeleder med å holde tiden underveis, samt *skriver* som sørget for at resultatene fra alle gruppearbeidene ble levert skriftlig.

Først fikk deltakerne 10 minutter til individuell refleksjon hvor de skulle skrive ned 1-3 punkter. Deretter fikk de 15 minutter der alle først skulle presentere sine punkter til alle i gruppa muntlig. Ingen skulle komme med motforestillinger eller starte en diskusjon, det var kun lov å stille oppklarende spørsmål når alle punktene var presentert. Gruppa skulle komme fram til 3-5 felles punkter. Til slutt var det 30 minutter i plenum hvor gruppeleder presenterte gruppas punkter. Gruppa leverte også et skriftlig resultat. I denne rapporten presenterer vi konklusjonene fra punktene 1 og 3.

### 2.2 Spørreundersøkelse

Spørreskjemaet ble utviklet med basis i erfaringene fra workshopen, og var et kortfattet skjema der respondentene ble bedt om å rangere viktigheten av forskning på en rekke spesifiserte områder (skjema i vedlegg 2). I tillegg kunne respondentene komme med andre forslag eller kommentarer i åpne kommentarfelt.

Undersøkelsen ble gjennomført som en internett-undersøkelse gjennom web-løsningen Survey Xact (surveyxact.no). Vi brukte to ulike innsamlingsmetoder for å komme i kontakt med relevante representanter for reiselivet i de to fylkene:

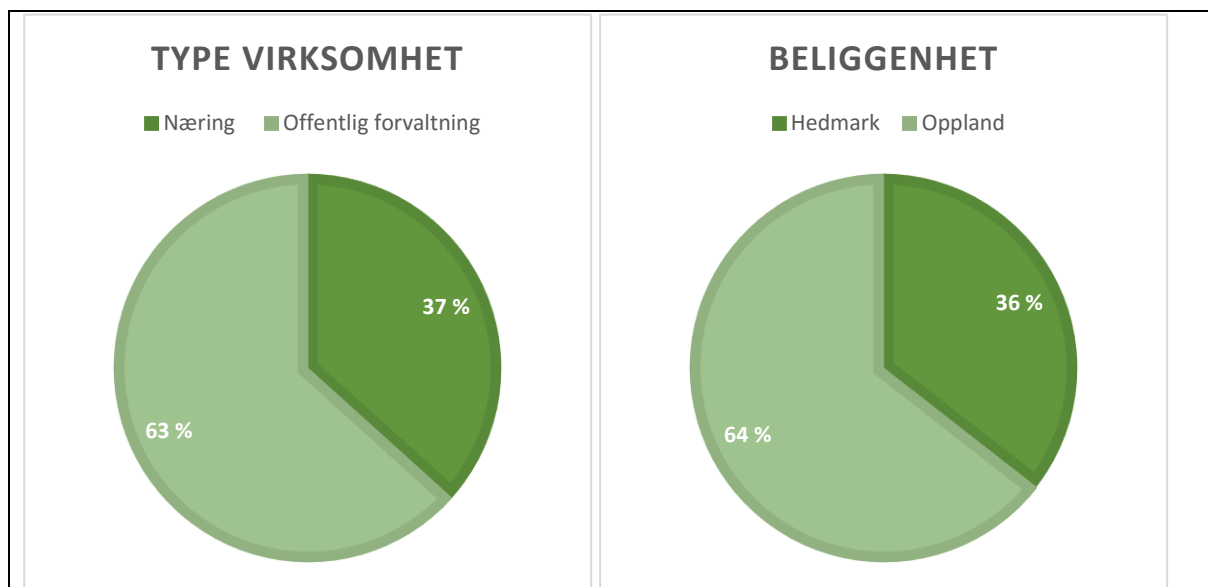
1. Vi sendte personlig e-post til kommunalt ansatte som vi enten visste eller antok i større eller mindre grad jobbet med reiseliv, som ansatte innenfor næring, landbruk, skogbruk, miljø. Disse e-postadressene ble innhentet fra en liste som vi har fått fra fylkesmennene. I tillegg til kommunalt ansatte var det også e-post adresser til noen næringshager. Totalt utgjorde disse 166 personer<sup>1</sup>.
2. Vi sendte også e-post med lenke til undersøkelsen til næringsansvarlig i fylkeskommunene, NHO reiseliv innlandet<sup>2</sup>, og alle destinasjonsselskaper og museer med oppfordring om både å selv svare på undersøkelsen, men også sende den videre til sine medlemsbedrifter/medlemmer.

De som mottok direktehenvendelse (1) per e-post fikk to påminnelser om undersøkelsen, de øvrige fikk en purring som da gikk til de som var ansvarlige for å videreformidle både skjema og purring. Vi har ikke oversikt over hvor mange av de som fikk henvendelse 2 som videresendte den eller purret på disse.

<sup>1</sup> Noen av disse vil trolig ha arbeidsområder der undersøkelsen oppfattes som lite relevant.

<sup>2</sup> Det ble gjort avtale med NHO reiseliv om videresending av undersøkelsen til deres medlemmer i forkant av henvendelsen.

Undersøkelsen var åpen for besvarelse fra 21.november til 4.desember. Totalt kom det inn 90 besvarelser. Det kom inn flest besvarelser fra ansatte i offentlig forvaltning og også flere fra Oppland fylke enn fra Hedmark fylke (Figur 1). Vi bruker disse to variablene i en analyse av eventuelle forskjeller i FOU prioriteringene; om respondenten er ansatt i det offentlige eller mer direkte i næringen, og fylkestilhørighet.



Figur 1 Hvilken type virksomhet respondentene tilhørte og hvilket fylke de lå i (N=90)

## 3 Resultater

### 3.1 Workshop

Som nevnt i forrige kapittel, svarte deltakerne på 3 hovedtema. Vi velger å fokusere på resultatene fra to av disse temaene her<sup>3</sup>:

#### 1. Forsknings-/kunnskapsbehov i reiselivsnæringen

Hvilke konkrete forsknings-/kunnskapsbehov har reiselivsnæringen? Foreslå minst 1-3 relevante forskningstema ut fra hvert av følgende nivå: a) Bedriftsnivå, b) Destinasjonsnivå, c) Samfunnsnivå

#### 2. Forventninger og rolle til Senter for reiselivsforskning

a) Hvilke forventninger har du til Senter for reiselivsforskning (SfR) sett i et langsiktig perspektiv?

b) Hvilken konkret rolle kan SfR ha for reiselivsnæringen (noter ned 1-3 punkter).

Resultatene er samlet i to tabeller, en for hver av temaene.

*Tabell 1. Forsknings- og kunnskapsbehov i reiselivsnæringen i Innlandet. Oppsummerte resultater fra workshopens tre grupper.*

<b>Spørsmål 1: Forsknings-/kunnskapsbehov i reiselivsnæringen</b> Hvilke konkrete forsknings-/kunnskapsbehov har reiselivsnæringen? Foreslå minst 1-3 relevante forskningstema ut fra hvert av følgende nivå; a) Bedriftsnivå b) Destinasjonsnivå c) Samfunnsnivå		
<b>Gruppe 1:</b>  <u>Bedriftsnivå:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gode/innovative forretningsmodeller (for både store og små bedrifter og for samarbeid på tvers)</li> <li>• Markedsbasert produkt- og opplevelsesutvikling</li> <li>• Teknologiske løsninger til salg/markedsføring/formidling (markeds- versus bedrifts/effektivitets-drevne behov) (for å sikre/øke lønnsomheten)</li> </ul> <u>Bedrift/Destinasjon:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraktive opplevelser (utvikling av opplevelser som bygger på lokale forutsetninger/fortrinn). Hva er Innlandets fortrinn? Sett fra markedene</li> </ul>	<b>Gruppe 2:</b>  <u>Bedriftsnivå:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sesongbedrifter i nettverk – beholde kompetanse /arbeidskraften (kokker)</li> <li>• Utvikle ideer og produkter til å bli helårsopplevelser/ bedrifter</li> <li>• Bærekraft operasjonalisering. Hvordan kan en bedrift bli bærekraftig?</li> <li>• Omstilling av trad. overnattingsbedrifter eller investorer over på nye tjenestoområder. Hva skal til for at det skjer?</li> <li>• Utvikle/tilpasse produkter tilpasset et marked og framtiden. Delingsøkonomien</li> <li>• Produktinnovasjon</li> <li>• Forretningsutvikling</li> <li>• Opplevelsesutvikling</li> </ul>	<b>Gruppe 3:</b>  <u>Bedriftsnivå:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produkt/markedsinformasjon bruke i SMB.</li> <li>• Spissing av produkter, samarbeid pakking.</li> <li>• Digitalkompetanse.</li> <li>• Markedsvurderinger.</li> <li>• Salgbare produkter og salgskompetanse internasjonalt.</li> <li>• Sosiale medier</li> <li>• SMB hva gir best ROI.</li> <li>• Valg av distribusjon vs.</li> <li>• Direkte salg (booking. Airbnb)</li> <li>• Trender aldrende befolkning og teknologiske muligheter</li> <li>• Kvalitetssikring utendørsaktiviteter med merkeordning/sikkerhet (Island, Skottland)</li> <li>• Effektivisering av bedriftene</li> </ul>

<sup>3</sup> Det siste temaet dreide seg om studietilbudene ved høyskolen, og er ikke relevant i denne sammenhengen.

<p><u>Destinasjonsnivå:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Samarbeidsmodeller. Lærende nettverk. Innen og på tvers av destinasjoner.</li> <li>• Arrangementskompetanse for mer lønnsomme arrangement.</li> <li>• Verneområdenes betydning. Utvikle fellestrekk og forskjeller mellom NP i Innlandet som strategisk grep i opplevelsesproduksjonen.</li> <li>• Destinasjonsdrift og –planlegging: Optimal drift/varme-kalde senger/sesonger/aktiviteter... Styling av besøk/trafikk for å sikre logistikk og de grunnleggende opplevelsene.</li> </ul>	<p><u>Destinasjonsnivå:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internkommunikasjon på destinasjonsnivå. Fellesgodefinansiering av infrastruktur lokalt</li> <li>• Varmer &amp; kalde senger – bærekraftig ”mix” mht næringsutvikling</li> <li>• Kundeundersøkelser</li> <li>• Infrastruktur og samarbeid. Hvordan beholde kundene på et sted over tid?</li> <li>• Hvem skal selge hyttetomter og hvem som skal betale for opplevelsene. Verdikjede og fordeling av verdiskaping</li> <li>• Fellesgoder. Skiløyper</li> <li>• Systematisering og kommersialisering av fritidsboliggjestene. Følge opp. Kontakt mot brukerne</li> <li>• Hvor godt tilgjengelig er informasjon langs veien og på destinasjonene? Gratis wifi, turistkontorer, digital informasjon</li> <li>• Arrangement som verdiskaper, Analyser/innsikt (kundeinnsikt), Benchlearning Vekstmarkeder (Asia)</li> </ul>	<p>• Ansatte, kompetanse behov</p> <p><u>Destinasjonsnivå</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fellesgoder</li> <li>• Turistinfo og hvilke info trenger turister (kataloger vs. digitalt)</li> <li>• Se fra turistens side, service og vertskap</li> <li>• Strategi og planleggingsprosess – kalde og varme senger</li> <li>• Bærekraftig miljø</li> <li>• Utvikler eksisterende produkter som langrenn, vandring, fiske, sykkel, alpint og utvikle nye aktiviteter i alpinbakken på sommeren.</li> </ul>
<p><u>Samfunnsnivå:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bærekraft i reiselivet i innlandet (alle tre dimensjoner) – herunder hvordan sikre fornying og videreutvikling i tider hvor det går bra</li> <li>• Scenarier for reiselivet i Innlandet</li> <li>• Helhetlig reiselivsutvikling i Innlandet – utfordringer og muligheter: Optimal tourism governance (sektoriell/tverrsektoriell analyse- og mulighetsstudier, herunder hvordan sektorer som landbruk, samferdsel, kultur og idrett bidrar eller ikke bidrar til optimal utvikling av reiseliv i Innlandet)</li> <li>• Sentralisering eller spredning av reiseliv i Innlandet?</li> <li>• Verdiskapingsanalyser av reiselivet i Innlandet</li> <li>• Fritidshus som næring: Hvitebok for optimal verdiskaping</li> </ul>	<p><u>Samfunnsnivå:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurtax, fellesgodefinansiering</li> <li>• Alkoholkonsum tax free – uteliv – vinmonopol – dagligvare</li> <li>• Holdninger til økoturisme, rikmannsturisme – hvorfor gjør vi ikke mer av det i innlandet</li> <li>• Lekkasjen av inntekter, hvor mye blir igjen, planlegging for kommunen for å få mer igjen verdiskapingen</li> <li>• Helseturisme – vekstmuligheter (mye mer enn Spa)</li> <li>• Dokumentasjon</li> <li>• Hvordan utvikle verdiskapingen lokalt (beholde inntektene)</li> <li>• Dokumentasjon</li> </ul>	<p><u>Samfunnsnivå:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fellesgodefinansiering</li> <li>• Lover og regler, skilting</li> <li>• Markedsføring av Norge (Trolltunga allemannsretten)</li> <li>• Helårsarbeidsplasser</li> <li>• Besøksforvaltning unngå kø god informasjon, bruk og vern for bedre opplevelser</li> <li>• Vær til fordel, utvikle produkter for vind, regn kulde</li> </ul>

Som tabellen viser ble det identifisert mange og varierte tema for forsknings-/kunnskapsbehov i reiselivsnæringen. Det som flere nevnte på bedriftsnivå var: *utvikling og innovasjon* knyttet til forretningsmodeller, nye teknologiske løsninger for salg/markedsføring, opplevelsesutvikling, bruk av ansatte i innovasjonsprosesser mm. *Omstilling* var også nevnt bl.a. relatert til helårsbedrifter, nye tjenesteområder, det grønne skiftet og muligheter når det gjelder delingsøkonomi.

På destinasjons-/samfunnsnivå var det flere som nevnte *samarbeid og markeds kunnskap* knyttet til å utvikle salgbare «pakker» til utvalgte målgrupper, samarbeidsmodeller og læring i nettverk, kundeundersøkelser, samt felles satsing på bl.a. helseturisme. *Arrangement* var det også flere som nevnte med fokus på arrangement som verdiskaper, suksesskriterier, bærekraftige og innovative arrangement. *Hytter/fritidsboliger, fellesgoder og bærekraftige destinasjoner* ble også vektlagt.

Disse sju temaene vil brukes som grunnlag for å utarbeide spørreskjemaet til undersøkelsen blant aktører innenfor næring, virkemiddelapparat og offentlige.

Tabell 2. Forventninger til Senter for reiselivsforskning. Resultater fra workshop.

<b>Spørsmål 2: Senter for reiselivsforskning (SfR)</b> a) Hvilke forventninger har du til Senter for reiselivsforskning (SfR) sett i et langsiktig perspektiv? Noter ned 1-3 punkter. b) Hvilken konkret rolle kan SfR ha for reiselivsnæringen? Noter ned 1-3 punkter.		
<b>Gruppe 1</b>  <u>a) Styrke samarbeid mellom reiselivs-FOU og reiselivsnæringen:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikasjonskanal: Forskning fra HiL, ØF, NINA tilgjengeliggjøres/kommuniseres på en god måte. Utfordring: Ressurser til tilgjengeliggjøring!</li> <li>• Arrangementer: Konferanser, workshops....</li> <li>• Prioritere og synliggjøre anvendt, bedrifts- og destinasjonsrelevant FOU?</li> <li>• SfR som et kunnskapsnavn for reiselivet i Innlandet. Servicefunksjon: Hvem/hvor kan en henvende seg? Hvem skal svare? Bør i alle fall ha en epost som utenforstående kan ta kontakt på, og noen «fjes»/kontaktpersoner som en kan ta kontakt med.</li> <li>• Forskningspark som mulighet for å lage en fysisk møteplass og et mer dynamisk samarbeid mellom FOU aktørene.</li> </ul>	<b>Gruppe 2</b>  a) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Forskning om lovverk og endringer og betydning. Samlet fokus på det</li> <li>• Få store forskningsprosjekt – EU - Triple helix</li> <li>• Akkvisisjon. Utviklingsprosjekter. Faktisk utvikling av næring og produkter.</li> <li>• Forske på oppdrag for næringen. Levere det de har behov for. Hele tiden tenke fremtid. Være langt foran.</li> <li>• Gjerne være bindeledd for vm-apparatet</li> <li>• Ha en høyere kunnskap om fremtiden enn resten av oss</li> <li>• Forske FOR næringen og ikke PÅ</li> <li>• Være en viktig bidragsyter til næringsutviklingen – verdiskapingsutviklingen til reiselivsnæringen i innlandet.</li> </ul> b)	<b>Gruppe 3</b>  a) Forventninger: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sterkere koordinering. Utvikle toppforskning i reiselivet nasjonalt og internasjonalt – Ser forskning i sammenheng med andre forskningsmiljøer og hvilke tema er viktig for utdanningen og hva er tilgjengelig</li> <li>• Ufarliggjøre forskning – opplæring</li> <li>• Gjøre enklere for næring å sette i gang med forskning – motivere næringen</li> <li>• Formidle det store bilde av reiselivets rolle i samfunnet</li> <li>• Bidra til verdiskapning for bedrifter eks. nord</li> </ul> b) Konkret rolle. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anvendbar forskning som bedriftene kan bruke, viktig for politiker og offentlig forvaltning. Rapportene må ikke støves ned.</li> </ul>

<p><b>b) Styrke samarbeidet mellom FOU institusjonene:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utvikle en portefølje av FOU prosjekter med forankring i SfR (prosjektene kan formelt ligge til enkeltinstitusjoner) gjennom å             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Få oppslutning mellom næringsaktører og FOU miljøene om felles FOU ideer</li> <li>○ Utløse finansiering fra regionale, nasjonale eller internasjonale finansiører</li> <li>○ Vise god gjennomførings- evne i prosjektene</li> </ul> </li> <li>• Styrke samarbeidet mellom HiL, HiHM, ØF og NINA i studier/kurs og BA, MSc, Phd veiledning</li> </ul> <p>Totalt sett – gi reiselivet større tyngde og gjennomslag som næring og FOU felt i regionen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kunnskapsbaser som er tilgjengelig, tilgjengeliggjøring av forskningsdata</li> <li>• Relevant FoU for næringen</li> <li>• Ta oppdrag for RLN, utfører av bestilling</li> <li>• Være en rådgivningsaktør</li> <li>• Kunnskapsformidler. Kunnskapsbase. Faktaark, lettere tilgjengelig</li> <li>• Utfører av bestilling. Formidle relevant FoU, bidra til ny innsikt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lage database for all reiselivs- forskning</li> <li>• Nasjonalt forskningssenter - tydelig</li> <li>• Formidler rolle – og formidle hva andre forsker internasjonalt – ikke finne opp hjulet på nytt</li> <li>• Skape arenaer mellom reiseliv og forskningssenter – økt forståelse for hva vi kan gjøre og ikke kan mellom reiselivet og forskningssenteret.</li> </ul>
---	--	--

Resultatene viser at noen av svarene fra disse to spørsmålene går over i hverandre. Men for å skille de, ble følgende forhold vektlagt når det gjaldt forventninger til SfR: styrke samarbeidet mellom FoU og næringen, få store FoU-prosjekt som er relevant for næringen, samarbeide med andre forskningsmiljø nasjonalt og internasjonalt, samt ufarliggjøre forskningen.

På spørsmål om SfRs rolle for reiselivsnæringen, var det flere som nevnte; opprettelse av felles kunnskapsbaser, være en rådgivningsaktør, være en kunnskapsformidler av både egen og andres forskningsresultater, være et nasjonalt forskningssenter, skape arenaer og møteplasser mellom FoU og næring, gi reiselivet større tyngde og gjennomslag som næring og FoU-felt.

## 3.2 Spørreundersøkelse

Spørreskjemaet var inndelt i sju hovedtemaer med bakgrunn i resultatene fra workshop; Utvikling og innovasjon; Omstilling; Markedskunnskap; Hytter/fritidsboliger; Fellesgoder og Bærekraft. I hver av hovedtemaene var det opplistet fire til åtte forskningstemaer. Respondentenes vurdering av viktighet ble registrert på en femdelt skala fra 1 ikke viktig til 5 svært viktig. Generelt viser resultatene at det etterlyses mer kunnskap på mange forskningstemaer, på alle hovedtemaene.

Enveis T-tester ble gjennomført for å se om det var statistisk sikre forskjeller mellom besvarelsene fra hhv Oppland og Hedmark, og mellom de som representerte bedrifter og destinasjonsselskaper versus de som representerte offentlige ansatte/virkemiddelapparatet.

Figur 2 viser resultatene fra deltema Utvikling og Innovasjon. Produkt- og opplevelsesutvikling fikk høyest score, og var samtidig det temaet som ble prioritert høyest av alle i undersøkelsen. Også temaet «Bruk av markedskunnskap i SMB» fikk scoreverdi over 4. Lavest scoret FOU knytta til kvalitetssikring og merkeordninger.

Det var ingen signifikante forskjeller i prioriteringene mellom de fire gruppene innenfor dette deltemaet.



Figur 2 Gjennomsnittsskår på spørsmål om viktigheten av kunnskap knyttet til det overordnede temaet utvikling og innovasjon, respondentene svarte på en femdelt skala der 1 var ikke viktig og 5 var svært viktig (N=89-90).

På temaet Omstilling (Figur 3) var det FOU knytta til utvikling av helårstilbud som fikk høyest score, fulgt av reiselivets tilpasninger til det grønne skiftet. Lavest score fikk FOU knytta til delingsøkonomien.

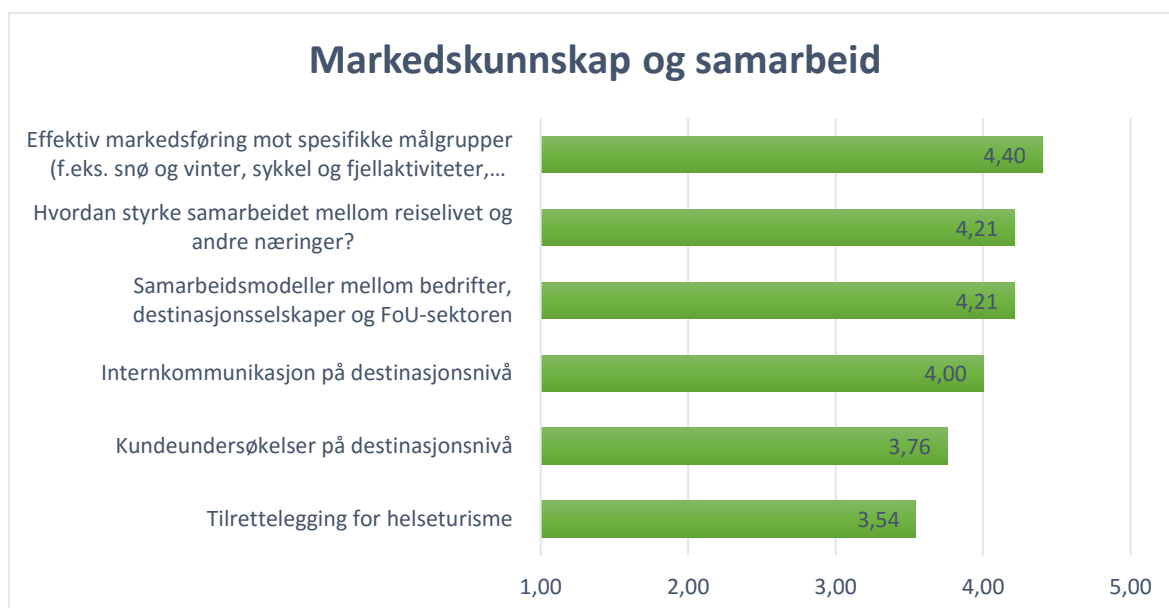


Figur 3 Gjennomsnittsskår på spørsmål om viktigheten av kunnskap knyttet til det overordnede temaet omstilling, respondentene svarte på en femdelt skala der 1 var ikke viktig og 5 var svært viktig (N=90).

På dette deltemaet var det to signifikante forskjeller. *Fremtidsscenarier for reiselivet innlandet* var viktigere for næringsaktørene (4.18, SE=0.134) enn for forvaltningsaktørene (3.51, SE=0.112) og forskjellen var klart signifikant ( $t(88)=3.753$ ,  $p<0.001$ ).

Kunnskap om *betydningen av offentlig styring og virkemiddelbruk for utviklingen av reiselivet* var viktigere for aktørene i Hedmark (4.03, SE=0.165) enn for aktørene i Oppland (3.57, SE=0.121), forskjellen var signifikant ( $t(88)=2.271$ ,  $p<0.05$ ).

I figur 4 ser vi funnene innfor Markedskunnskap og Samarbeid. Her er det fire temaer som prioriteres høyt; Effektiv markedsføring mot spesifikke målgrupper; Samarbeid med andre næringer; Samarbeid mellom bedrifter, destinasjonsselskaper og FOU og Internkommunikasjon på destinasjonsnivå.



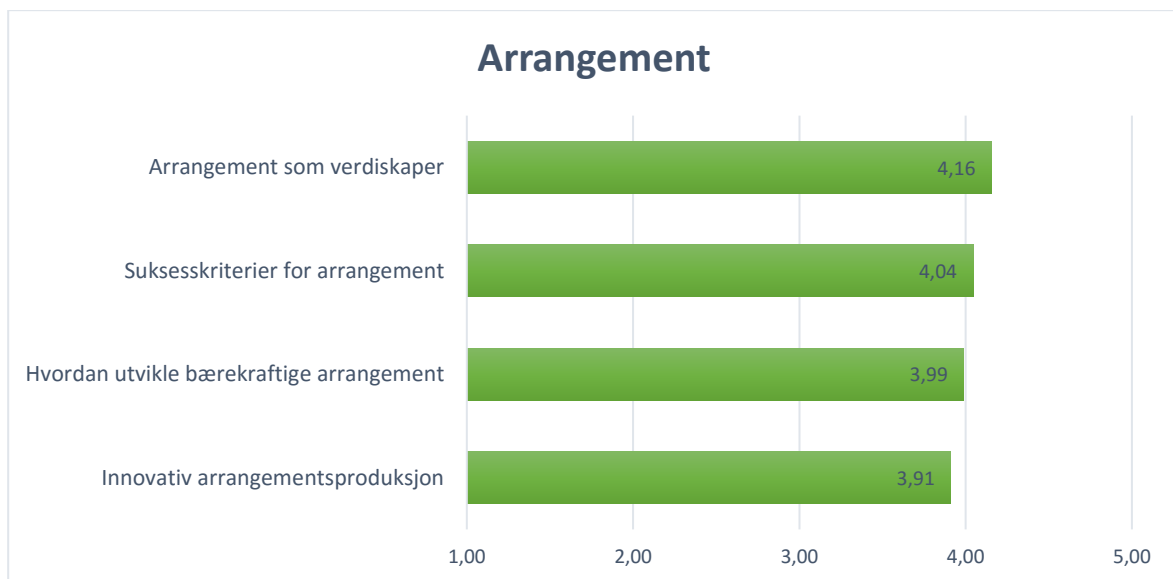
Figur 4 Gjennomsnittsskår på spørsmål om viktigheten av kunnskap knyttet til det overordnede temaet markedskunnskap, respondentene svarte på en femdelt skala der 1 var ikke viktig og 5 var svært viktig (N=90).

Her var det signifikante forskjeller på ett underspørsmål: Kunnskap om *Internkommunikasjon på destinasjonsnivå* var viktigere for næringsaktørene (4.36, SE=0.156) enn forvaltningsaktørene (3.79, SE=0.117) og forskjellen var signifikant ( $t(88)=2.962$ ,  $p<0.01$ ).

I figur 5 ser vi vurderingene av fire FOU temaer knytta til Arrangement. To scorer over 4, mens to rett under 4. Viktigst var Arrangement som verdiskaper. Deretter fulgte Suksesskriterier for arrangement.

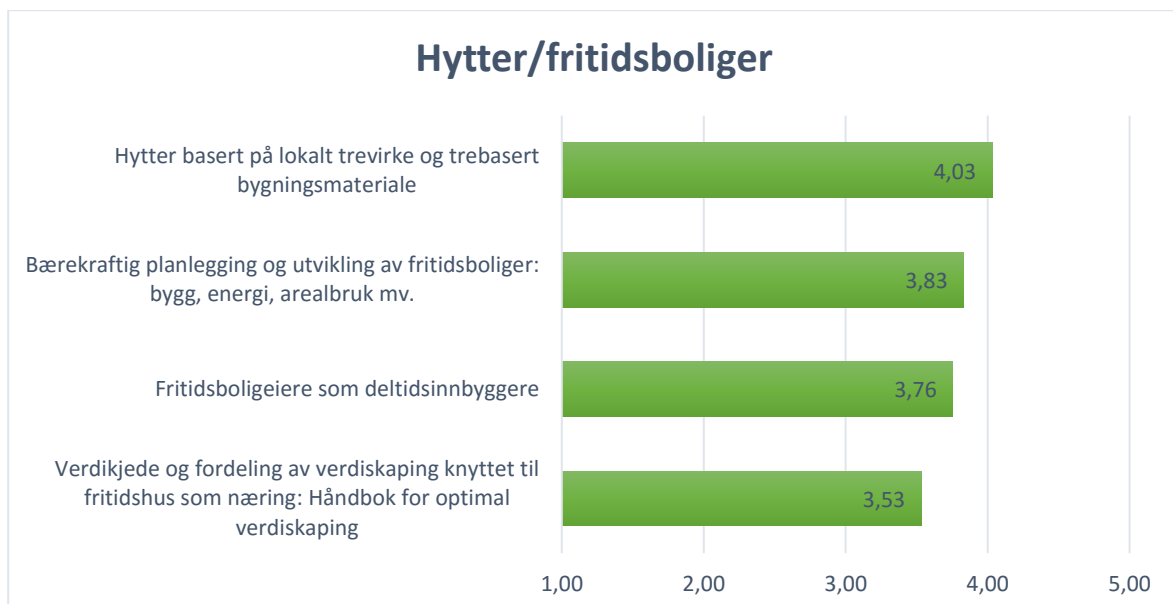
Det var ingen signifikante forskjeller mellom gruppene i prioriteringene innenfor dette området.





Figur 5 Gjennomsnittsskår på spørsmål om viktigheten av kunnskap knyttet til det overordnede temaet arrangement, respondentene svarte på en femdelt skala der 1 var ikke viktig og 5 var svært viktig (N=90).

Figur 6 viser prioriteringen av fire FOU temaer om hytter/fritidsboliger. Viktigst her var Hytter basert på lokalt trevirke/bygningsmateriale. Her var det signifikante forskjeller for tre av temaene: *Hytter basert på lokalt trevirke og trebasert bygningsmateriale*, *Bærekraftig planlegging og utvikling av fritidsboliger* og *Verdikjede og foredling av verdiskaping knyttet til fritidshus som næring* var alle viktigere for forvaltningsaktørene (hhv. 4.35, SE=0.124, 4.11, SE=0.119 og 3.72, SE=0.122) enn for næringsaktørene (hhv. 3.48, SE=0.164, 3.36, SE=0.221 og 3.21, SE=0.167), forskjellene var signifikante (hhv.  $t(88)=-4.226$ ,  $p<0.001$ ,  $t(50.8)=-2.952$ ,  $p<0.05$ ,  $t(88)=-2.478$ ,  $p<0.05$ ).



Figur 6 Gjennomsnittsskår på spørsmål om viktigheten av kunnskap knyttet til det overordnede temaet hytter/fritidsboliger, respondentene svarte på en femdelt skala der 1 var ikke viktig og 5 var svært viktig (N=90).

Forskningsprioriteringene innenfor området Fellesgoder vises i Figur 7. Viktigst her er FOU knytta til modeller for fellesgodefinansiering med en score på 4. Lavest vurdert er Finansiering av infrastruktur i og rundt nasjonalparker. Det er ingen signifikante forskjeller mellom fylkene og mellom nærings- og forvaltningsaktørene.



Figur 7 Gjennomsnittsskår på spørsmål om viktigheten av kunnskap knyttet til det overordnede temaet fellesgoder, respondentene svarte på en femdelt skala der 1 var ikke viktig og 5 var svært viktig (N=90).

I figur 8 ser vi prioriteringene innenfor Bærekraft. Tre temaer får score over 4; hhv Kulturlandskap som ressurs; gjengroingens betydning for reiselivet; og bærekraftige bedrifter/destinasjoner. Heller ikke her var det signifikante forskjeller mellom gruppene.



Figur 8 Gjennomsnittsskår på spørsmål om viktigheten av kunnskap knyttet til det overordnede temaet bærekraft, respondentene svarte på en femdelt skala der 1 var ikke viktig og 5 var svært viktig (N=90).

Åpne spørsmål på slutten av skjemaet ga respondentene anledning til å komme med flere forslag. Mange av disse gikk videre på å detaljere ut for eksempel temaer knyttet til nye produkter og nisjer i markedet (kunnskapsturisme, helseturisme, rundreiser) og innspill rundt det å legge grunnlag for flere helårs arbeidsplasser. I tillegg var det også flere som trakk fram behovet og mulighetene i å løfte fram Mjøsa som attraksjon og grunnlag for produkt- og opplevelsesutvikling.

## 4 Oppsummering og vegen videre

Med bakgrunn i resultater fra idedugnad/workshop med deltakere i Bransjerådet og spørreundersøkelse med næringsaktører, virkemiddelapparat og offentlige aktører, vil vi oppsummere som følger:

1. Både workshop og spørreundersøkelse viser at næringsaktører, virkemiddel- og forvaltningsapparatet og FOU miljøene identifiserer en rekke forsknings- og utredningsbehov som viktige for reiselivsnæringen i Innlandet.
2. Det er også nokså mange fellestrekk mellom prioriteringene på tvers av de to undersøkelsene, og på tvers av aktørgrupper og fylker.
3. Det er en klar erkjennelse av at Reiselivet i Innlandet har et uforløst potensial i styrket samarbeid mellom ulike aktører og med økt bruk av FOU.
4. Det er klare forventninger til at SfR og bransjerådet er en sentral aktør i arbeidet med å styrke FOU om reiseliv i regionen og øke dialogen med næringen.
5. I den grad det kan trekkes ut ett prioritert FOU område som går igjen både i workshop og survey, er dette knyttet til kunnskapsbaserte produkt- og opplevelsesproduksjon, som reflekterer endret etterspørsel etter mer individualiserte opplevelses-elementer (4,56 i viktighetsskår)
6. Et annet prioritert FoU-område er markedskunnskap knyttet til effektiv markedsføring mot spesifikke målgrupper (4,40). Dette er sentralt for å hjelpe næringsaktørene til å realisere sitt markedspotensial, slik Innlandsutvalgsrapporten vektlegger.
7. Et tredje FoU-område er helårsdestinasjoner som samhandler på tvers av bedrifter (4,37) og i 3- eller 4-helix for økt bærekraft. Her viser resultatene at spesielt kulturlandskap (4,22) og gjengroing (4,17) bør vektlegges.
8. Til slutt vil vi nevne arrangement som verdiskaper som et fjerde FoU-tema som bør prioriteres, og som går igjen både fra idedugnad og spørreundersøkelse (4,16).

Disse resultatene gir et godt grunnlag for å sette opp de prioriterte temaene i en felles FoU-satsing for reiselivet i Innlandet som er forankret i næringens behov for innovasjon og kompetanse. Vi vil bruke disse resultatene som grunnlag for en ny/revidert søknad til KUF<sup>4</sup>-fondet.

Det revitaliserte Senter for reiselivsforskning har i 2016 oppnådd målet om å etablere Bransjerådet for reiseliv, og derigjennom startet arbeidet med å styrke samarbeidet med reiselivsnæringen. Vi har gjennomført en kartlegging av forskningsbehovet og kommet fram til prioriterte næringsrettede FOU-områder og tema.

Senteret har også bidratt til at et 20-talls forskere fra de fire institusjonene har blitt bedre kjent med hverandres forskning, og kartlagt muligheter for felles forskningsprosjekt. Et sentralt moment i den sammenheng, er at HiL og HiHm slås sammen til Høgskolen i Innlandet fra 01.01.17. Dette vil blant annet bidra til et tettere samarbeid mellom fag- og forskningsmiljøene i Hedmark og Oppland. Innenfor reiseliv er det spesielt fagmiljøene på Evenstad (Anvendt økologi), Rena (Serviceledelse og markedsføring) og Lillehammer (Reiseliv/Opplevelser/Innovasjon) som kan oppnå faglige synergier.

Samlet gir dette et godt grunnlag og innspill til å sende en revidert søknad til KUF-fondet innen februar 2017. Denne rapporten vil legges ved søknaden, samt forpliktende avtaler mellom samarbeidspartene.

<sup>4</sup> Kompetanse-, universitets- og forskningsfondet

## 5 Referanser

Eriksson, B., Mei X.Y., Hagen S.E. & Overvaag, K. 2015. Benchmarking reiseliv Innlandet. Hovedresultater på ni valgte indikatorer. ØF-notat 08/2015

Innlandsutvalget (2015). INNLANDSUTVALGET. Sluttrapport – 1. oktober 2015. Hamar: AllKopi.



## VEDLEGG

### 1. SPØRRESKJEMA

#### Velkommen til undersøkelse om forsknings- og utviklingsbehovet i Reiselivet i Innlandet!

Som en del av oppgavene til Senter for reiselivsforskning, gjennomfører vi en kartlegging av forsknings- og utviklingsbehovet for reiselivet i Innlandet. Formålet med dette er å få bedre kjennskap til hvilke tema og områder aktørene selv vurderer som de mest sentrale å fokusere på. Henvendelsen går til både reiselivsbedrifter, destinasjonsselskap, fylkeskommuner og kommuner i Hedmark og Oppland.

Takk for at du tar deg tid til å svare!

#### Hvilken type bedrift/virksomhet representerer du?

- (1) ☐ Reiselivsbedrift
- (2) ☐ Destinasjonsselskap
- (3) ☐ Kommune
- (4) ☐ Fylkeskommune
- (5) ☐ Annet, hva? \_\_\_\_\_

#### Bedriften/virksomhetens beliggenhet:

- (1) ☐ Hedmark
- (2) ☐ Oppland

#### Hvilke tema mener du det er viktig å vektlegge for å styrke en kunnskapsdrevet utvikling av reiselivet i Innlandet framover, både på kort og lang sikt?

#### UTVIKLING OG INNOVASJON

	1 Ikke viktig	2	3	4	5 Svært viktig
Hvordan utvikle innovative forretningsmodeller	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Produkt- og opplevelsesutvikling	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Nye teknologiske løsninger for salg/markedsføring	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Hvordan bruke ansatte og kunder i innovasjonsprosesser	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Hvordan bruke markeds kunnskap i små og mellomstore bedrifter	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>

	1 Ikke viktig	2	3	4	5 Svært viktig
Kvalitetssikring: sertifiseringsordninger mv.	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>

## OMSTILLING

	1 Ikke viktig	2	3	4	5 Svært viktig
Arbeidskraft i et sesongbasert reiseliv	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Hvordan utvikle ideer og tjenester for helårsbedrifter/helårsopplevelser	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Hvordan gå fra tradisjonell reiselivsbedrift til nye tjenesteområder	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Utvikling av mer bærekraftige virksomheter – «det grønne skiftet»	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Utfordringer og muligheter knyttet til delingsøkonomien (f.eks. Air BnB)	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Hvordan tilpasse seg internasjonale trender? (f.eks. økonomi/valuta, sikkerhet/trygge reisemål, endrede markeder (eks. eldrebølge og turister fra Asia)	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Fremtidsscenarier for reiselivet i Innlandet	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Betydningen av offentlig styring og virkemiddelbruk for utviklingen av reiseliv	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>



## MARKEDSKUNNSKAP OG SAMARBEID

	1 Ikke viktig	2	3	4	5 Svært viktig
Effektiv markedsføring mot spesifikke målgrupper (f.eks. snø og vinter, sykkel og fjell-aktiviteter, arrangement)	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Samarbeidsmodeller mellom bedrifter, destinasjonsselskaper og forsknings- og utviklingssektoren	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Internkommunikasjon på destinasjonsnivå	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Kundeundersøkelser på destinasjonsnivå	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Hvordan styrke samarbeidet mellom reiselivet og andre næringer?	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Tilrettelegging for helseturisme	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>

## ARRANGEMENT

	1 Ikke viktig	2	3	4	5 Svært viktig
Arrangement som verdiskaper	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Suksesskriterier for arrangement	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Innovativ arrangementsproduksjon	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Hvordan utvikle bærekraftige arrangement	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>

## HYTTER/FRITIDSBOLIGER

	1 Ikke viktig	2	3	4	5 Svært viktig
Verdikjede og fordeling av verdiskaping knyttet til fritids- hus som næring: Håndbok for optimal verdiskaping	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Fritidsboligeiere som deltid- innbyggere	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Bærekraftig planlegging og utvikling av fritidsboliger: bygg, energi, arealbruk mv.	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Hytter basert på lokalt trevirke og trebasert bygningsmateri- ale	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>

## FELLESGODER

	1 Ikke viktig	2	3	4	5 Svært viktig
Fellesgodefinansiering: Løs- ninger og modeller for hvor- dan fellesgoder kan finansie- res	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Modeller for drift og utvikling av fellesgoder	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Nasjonalparkenes betydning i reiselivssammenheng	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Finansiering av infrastruktur rundt og i nasjonalparker	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>

## BÆREKRAFT

	1 Ikke viktig	2	3	4	5 Svært viktig
Hvordan utvikle bærekraftige bedrifter/destinasjoner gene- relt	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>

	1 Ikke viktig	2	3	4	5 Svært viktig
Hvordan utvikle et bærekraftig tilbud når det gjelder kombinasjonen av varme og kalde senger	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Forvaltning av naturområder og naturattraksjoner	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Utbygging kontra bevaring av natur	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Gjengroing av fjellområder og kulturlandskap – betydning for reiselivet	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>
Kulturlandskap (seterlandskap) som ressurs i reiselivet	(1) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(9) <input type="checkbox"/>

**Er det andre tema og områder du vurderer som viktige å fokusere på når det gjelder utviklingen av reiselivet i Innlandet?**

---



---



---



---



---



---

Takk for at du tok deg tid til å besvare undersøkelsen!





ISSN: 2464-2797  
ISBN: 978-82-426-2994-4

**Norsk institutt for naturforskning**

NINA Hovedkontor

Postadresse: Postboks 5685 Sluppen, 7485 Trondheim

Besøks-/leveringsadresse: Høgskoleringen 9, 7034 Trondheim

Telefon: 73 80 14 00, Telefaks: 73 80 14 01

E-post: [firmapost@nina.no](mailto:firmapost@nina.no)

Organisasjonsnummer 9500 37 687

<http://www.nina.no>

Samarbeid og kunnskap for framtidas miljøløsninger