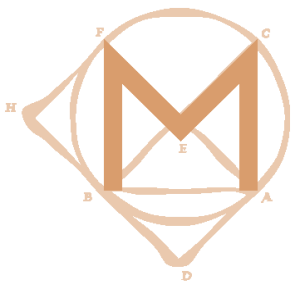


# Et kunnskapsbasert reiseliv

Anne Espelien

MENON Business Economics

Balestrand Summit 31. mai 2010



# Et kunnskapsbasert Norge

- ❖ Forskningsprosjekt i regi av BI v/Torger Reve, i samarbeid med Menon Business Economics
- ❖ Videreutvikling av Et verdiskapende Norge (2000)
- ❖ Et kunnskapsbasert Reiseliv – det første av 13 delprosjekter
- ❖ Formål:
  - Forstå hvordan kunnskap utvikles, spres og omdannes til innovasjon, vekst og lønnsomhet
  - ***Utvikle strategier for at norsk reiselivsnæring skal bli en kunnskapsbasert og innovasjonsdrevet næring med lønnsom vekst i internasjonale markeder***

# Et kunnskapsbasert Norge: Deltakere

- ❖ Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO)
- ❖ Nærings- og handelsdepartementet (NHD)
- ❖ Landsorganisasjonen (LO)
- ❖ Innovasjon Norge
- ❖ Norges Forskningsråd (NFR)
- ❖ Olje- og energidepartementet (OED)
- ❖ Fiskeri- og kystdepartementet (FKD)
- ❖ Kunnskapsdepartementet (KD)
- ❖ Miljøverndepartementet (MD)
- ❖ SIVA
- ❖ Abelia
- ❖ Finansnæringens Fellesorganisasjon (FNO)
- ❖ Norges Rederiforbund (NR)
- ❖ Handels- og Servicenæringens Hovedorganisasjon (HSH)
- ❖ Byggenæringen

# Nøkkeldudskap

1. Norsk reiselivsnæring har tapt markedsandeler internasjonalt gjennom flere tiår
2. Det skyldes primært at Norge er blitt verdens rikeste og dyreste land
3. Men utviklingen kunne vært annerledes - og kan bli annerledes
4. Norsk reiselivsnæring må bli mer integrert, kunnskapsbasert og innovasjonsdrevet
  - Redusere kostnadene
  - Øke volumene
  - Øke prisene
5. Er næringen er på riktig vei allerede?

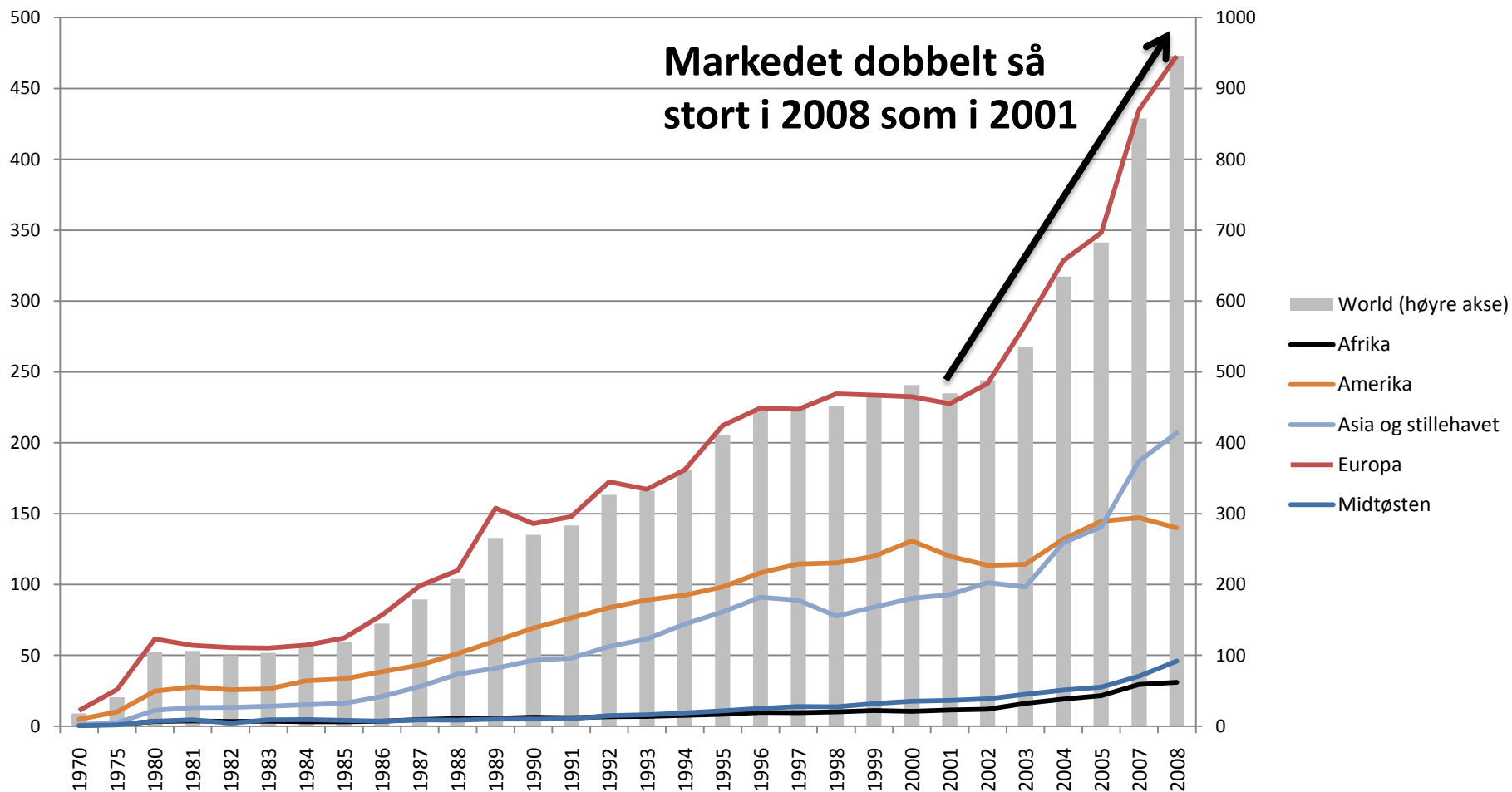
# Norsk reiselivsnæring

Ca ...

- **100 000 ansatte**
- **120 milliarder kroner i samlet omsetning**
- **45 milliarder kroner i verdiskaping (bidrag til BNP)**

# Reiseliv er blant verdens raskest voksende næringer

Utvikling i inntekter fra internasjonal turisme 1950-2008, milliarder USD. Kilde: WTO

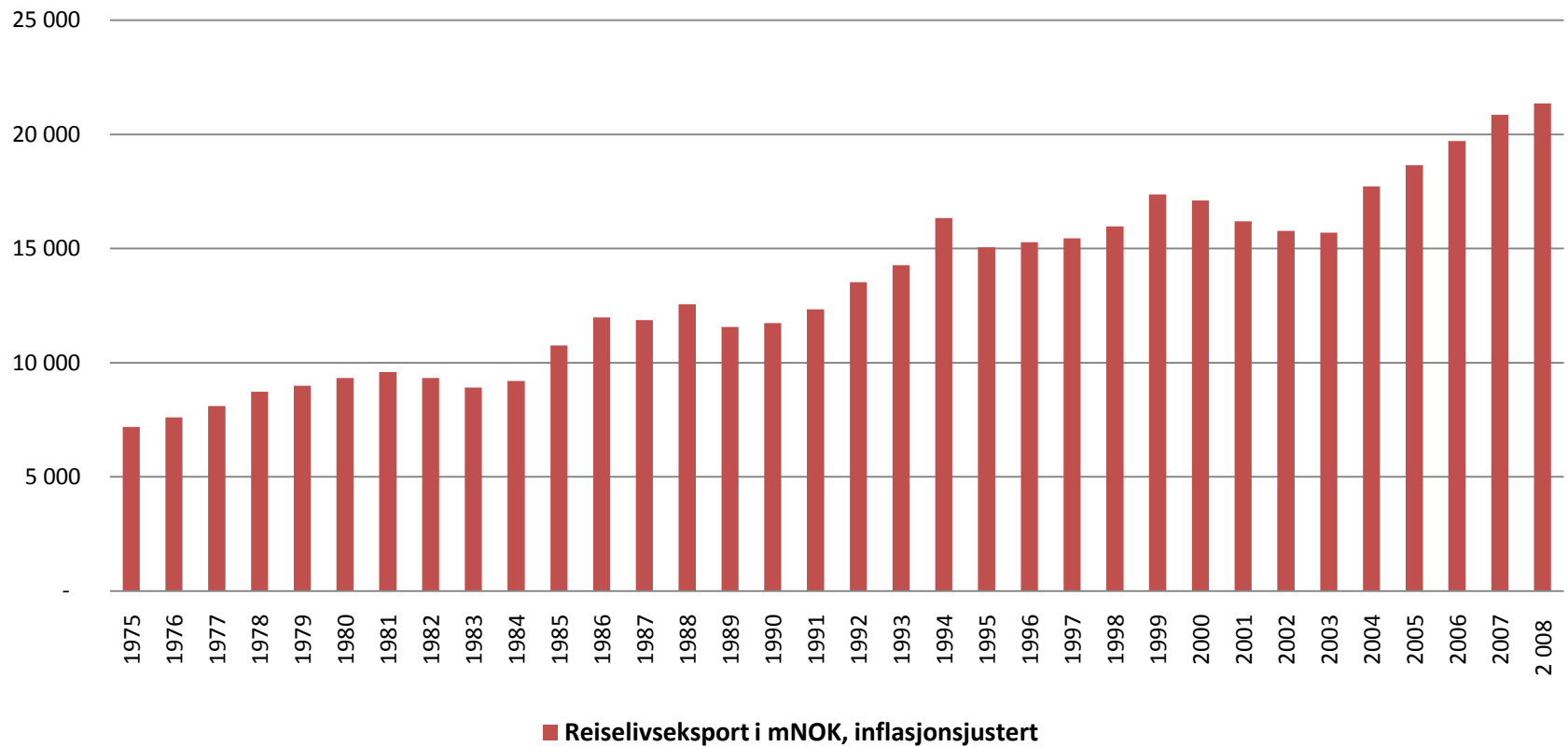


# Hovedforklaring

**Økonomisk vekst → økt reiselivsaktivitet**

# Norges reiselivseksport er 3-doblet siden 1975 (faste priser)

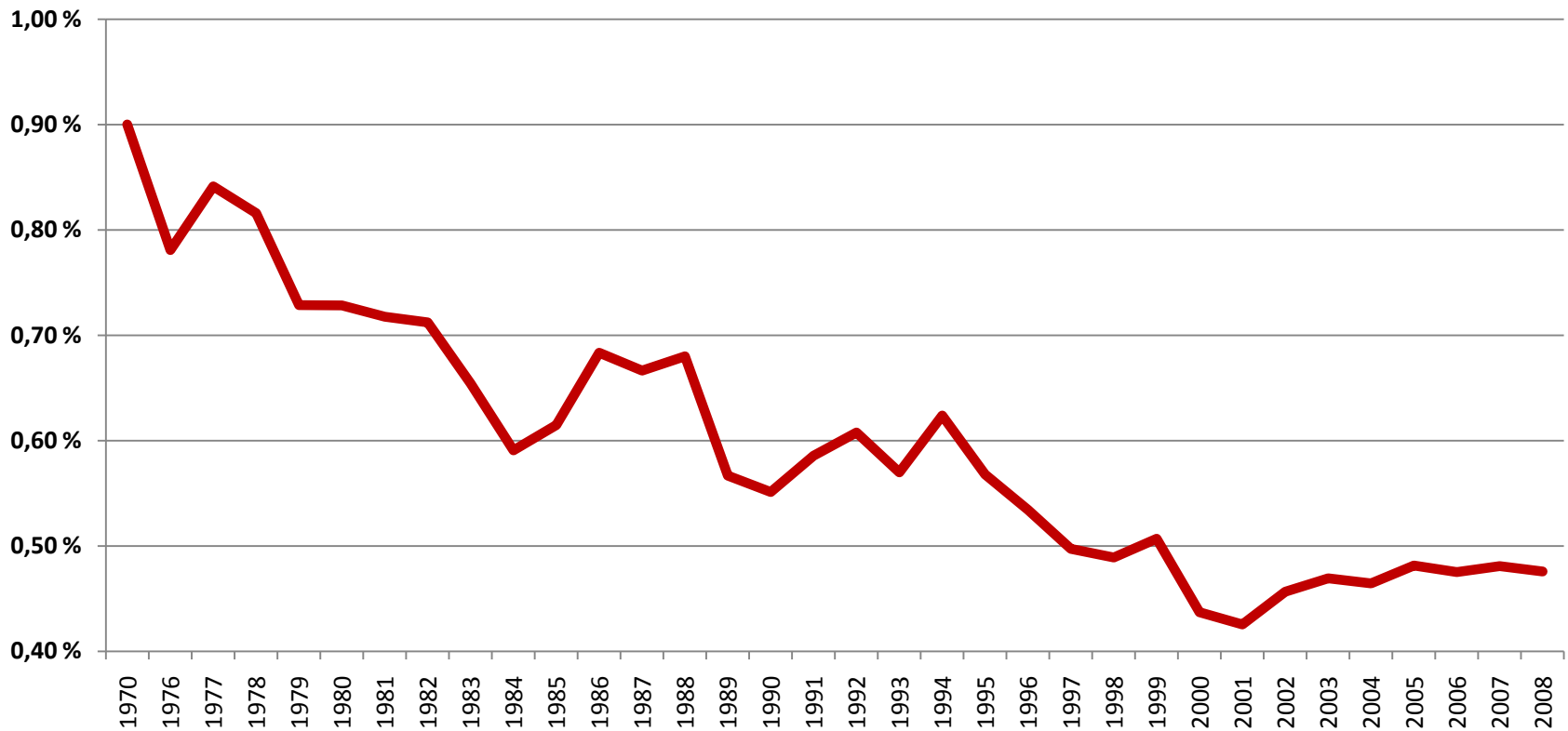
Utvikling i norsk reiselivseksport fra 1975 til 2008 i faste 1998-priser. Kilde: WTO/Norges Bank/SSB





# Men Norge har tapt internasjonale markedsandeler siden 1970-årene

Norges andel av verdens reiselivseksport fra 1970 til 2008. Kilde: WTO/World Bank



# Hovedforklaring

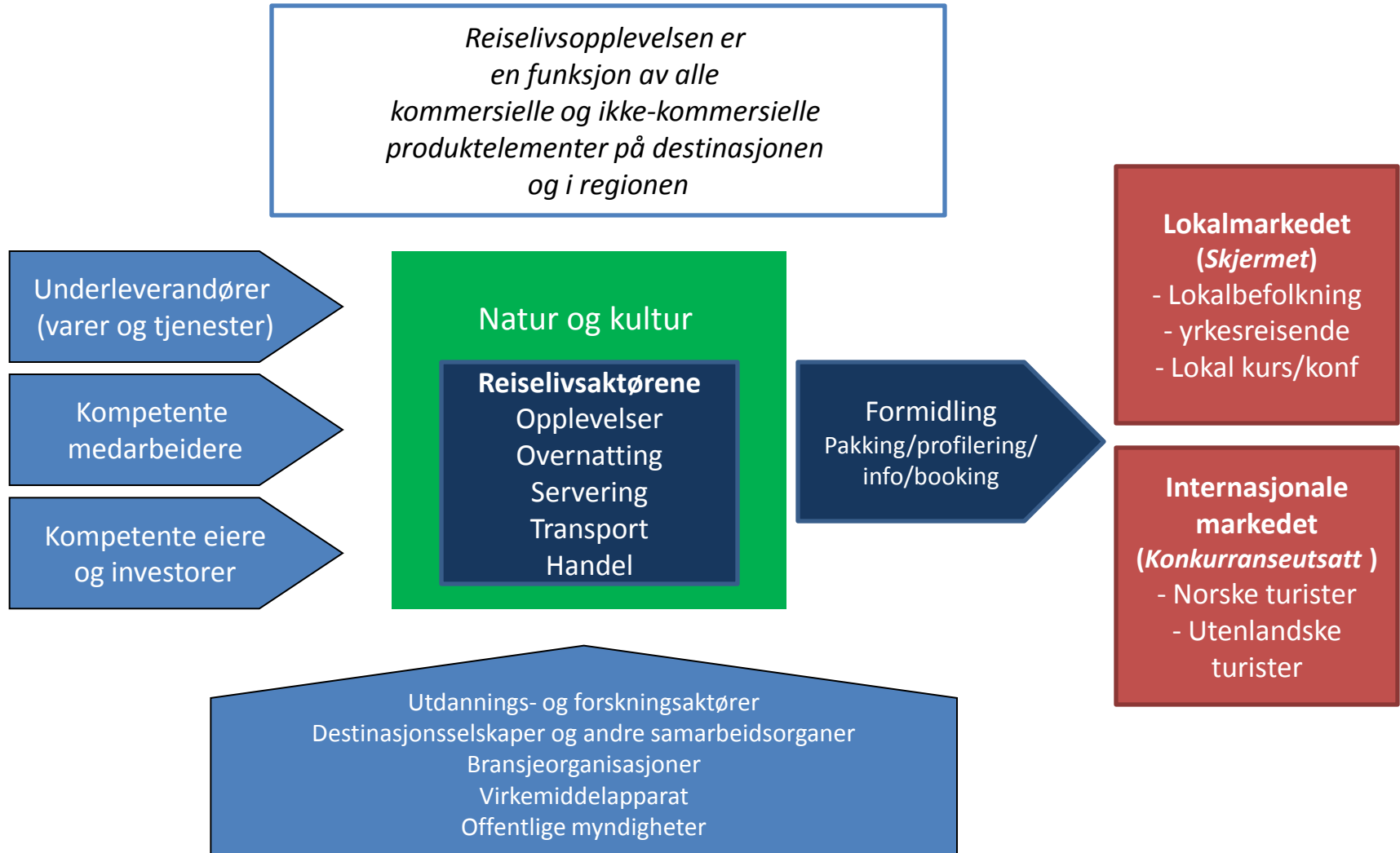
❖ *Norge er blitt verdens rikeste land*

# Måtte det gå slik?

## ❖ Nei ...

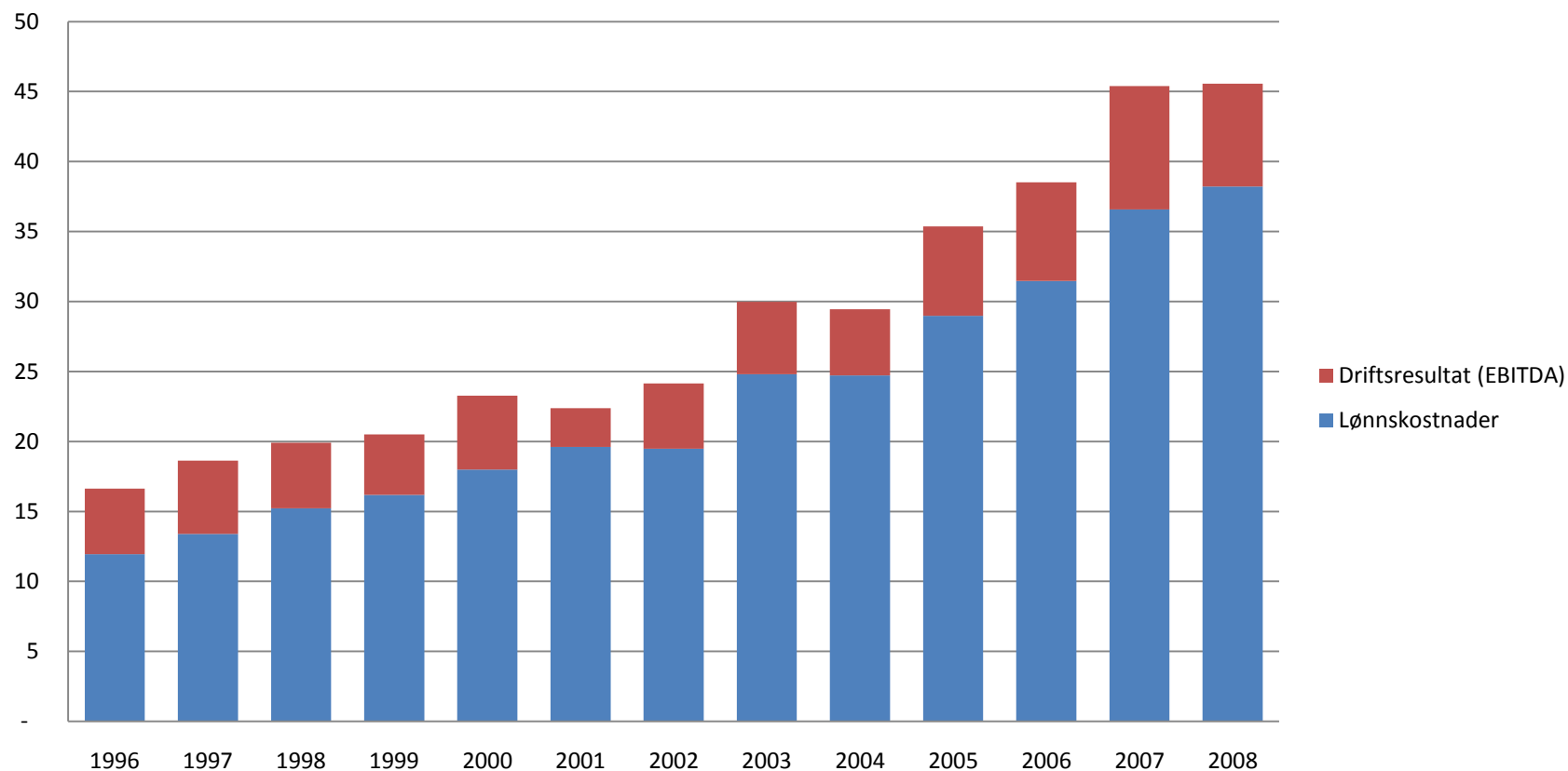
- Næringen ble ikke tilpasset en ny virkelighet
- Fortsatte å være fragmentert, lite kostnadseffektiv og lite kunnskapsbasert
- Lav produktivitet, lav lønnsomhet
- Liten evne til langsiktige investeringer

# Verdisystemet i reiselivsnæringen



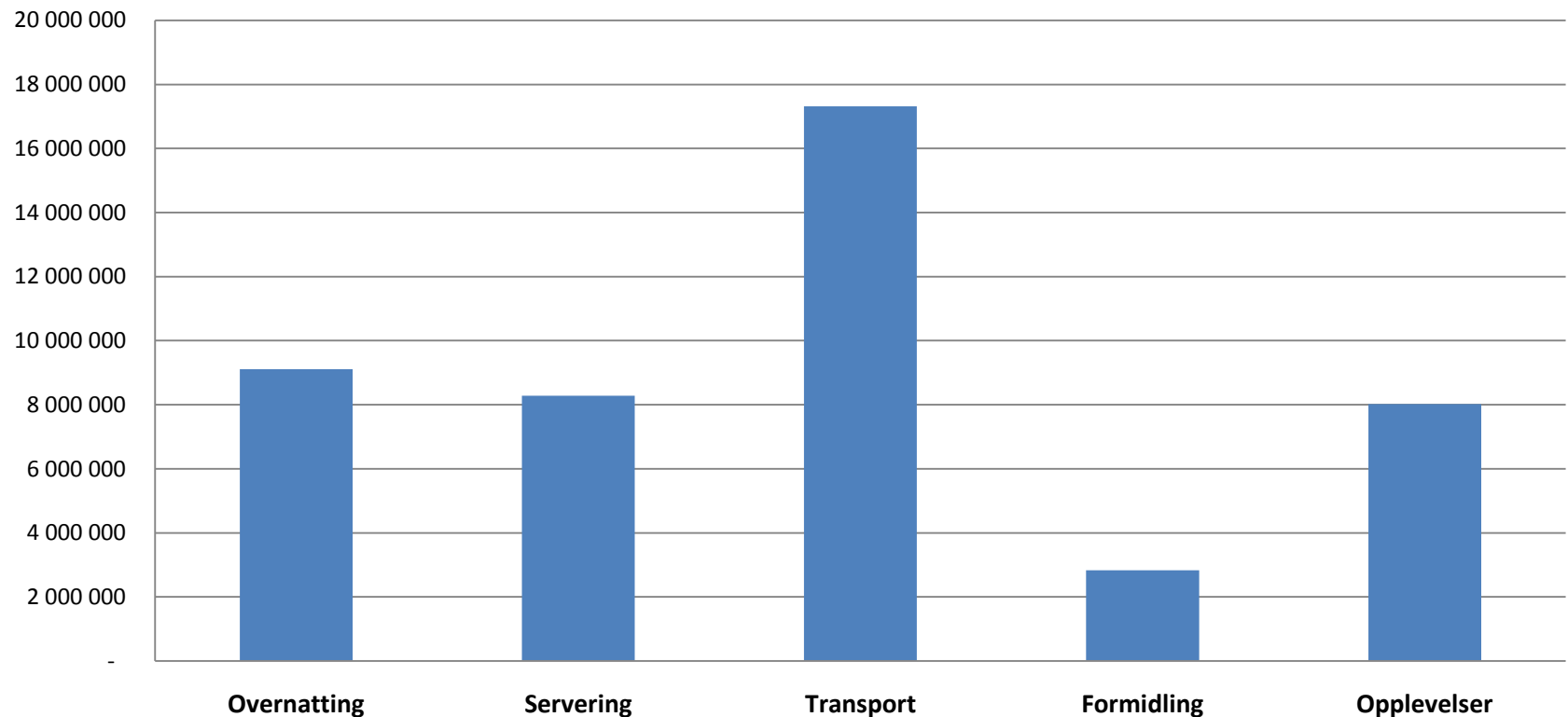
# 45 mrd kroner i årlig verdiskaping

Reiselivsnæringens verdiskaping fra 1996 til 2008. Løpende mrd NOK



# Transport er den største gruppen i næringen

Fordeling av reiselivsnæringens verdiskaping på fem hovedgrupper.  
Mrd NOK



# Norsk reiseliv fra 1970 til i dag

## ❖ *Norge er blitt verdens rikeste land*

### ➤ *Negativ effekt:*

*- verdens dyreste land, norsk reiseliv kostnadsulempe*

### ➤ *Positive effekter:*

*+ Kraftig vekst i nordmenns turistforbruk*

*+ Fremvekst av et betalingsvillig lokalmarked*

*= Fortsatt vekst i næringen*

# En næring i to ulike markeder

## ❖ Reiseliv er én næring

- Opplevelser og kultur
- Servering
- Overnatting
- Transport
- Formidling

## ❖ ... men opererer i to ulike markeder:

- Lokal/skjermet
- Internasjonalt konkurranseutsatt



# En næring i to markeder

- ❖ **Byene** dominerer det lokale markedet
- ❖ **Spesialiserte reisemål** dominerer det internasjonale markedet
- ❖ **Resten av Norge** har et begrenset lokalkmarked og er lite profilert mot et internasjonalt marked

# Næringen delt inn i tre regionstyper

- ❖ **16 spesialiserte reisemål**
  - destinasjoner, for eksempel Geiranger, Trysil og Voss
  - regioner, for eksempel Hallingdal, Lofoten og Hardanger
- ❖ **11 byer** (med mer enn 50.000 innbyggere), for eksempel Tromsø, Bergen og Kristiansand
- ❖ **Resten av Norge**, det vil si områder som ikke inkluderes blant spesialiserte reisemål eller byer, fungerer som kontrollgruppe
- Undersøke utviklingen i disse tre regionstypene gjennom sprreskjema-, overnattings- og regnskapsstatistikk:
  - Hvilke regionstyper har hatt høyest vekst i reiselivsomsetning og –verdiskaping?
  - Hvilke regionstyper har hatt best utvikling i utenlandske markeder?
  - **Hvilke regionstyper er mest kunnskapsintensive og hvor er kunnskapskoblingene sterkeste? Hvordan har disse og andre faktorer endret seg siden 2002?**

## Spesialiserte reisemål

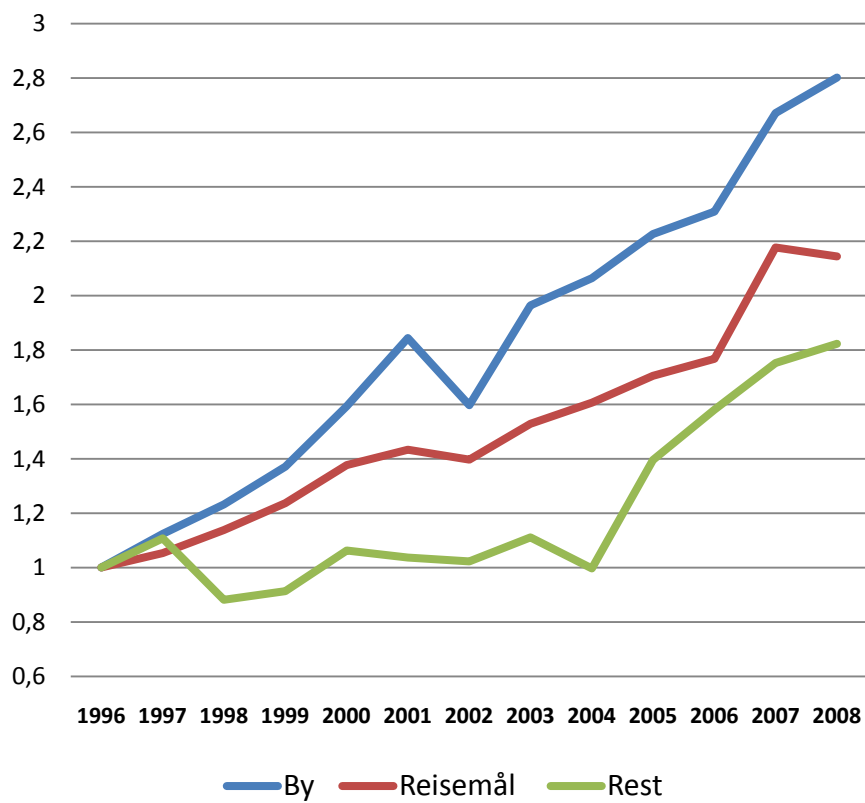
- ✓ Hallingdal
- ✓ Valdres
- ✓ Setesdal
- ✓ Fjell-Telemark
- ✓ Øvre Gudbrandsdalen
- ✓ Nedre Gudbrandsdalen
- ✓ Hardanger
- ✓ Sognefjorden
- ✓ Lofoten
- ✓ Finnmark
- ✓ Trysil
- ✓ Geiranger
- ✓ Røros
- ✓ Oppdal

## Byer

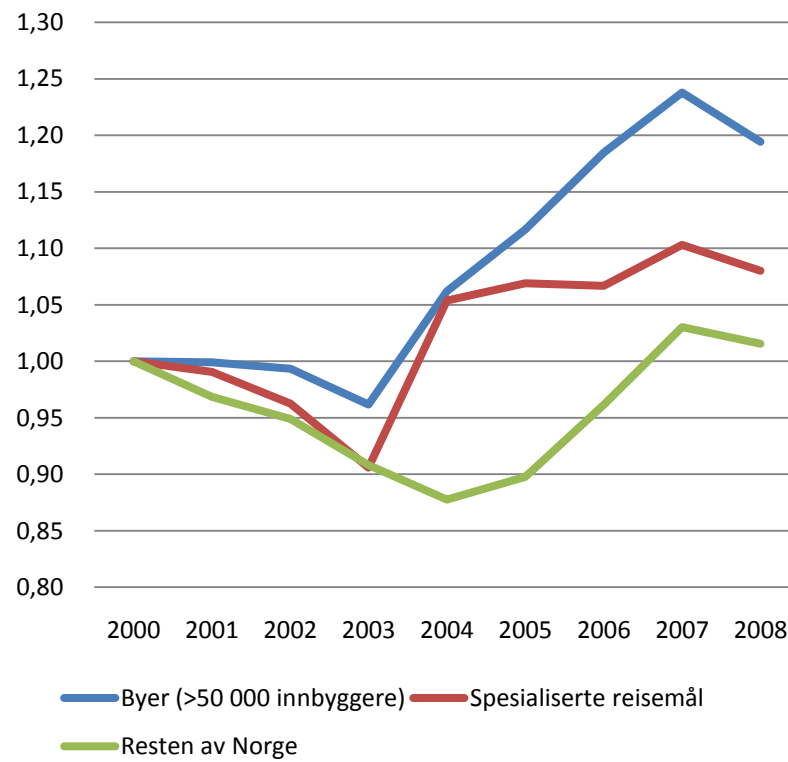
- ✓ Oslo
- ✓ Bergen
- ✓ Trondheim
- ✓ Stavanger
- ✓ Tromsø
- ✓ Kristiansand
- ✓ Drammen
- ✓ Fredrikstad/Sarpsborg
- ✓ Skien/Porsgrunn
- ✓ Bodø
- ✓ Ålesund

# Reiselivsnæringen vokser raskest i byene

## Omsetningsutvikling for reiselivsnæringen i tre typer regioner. Basis 1996=1



## Utvikling i antall utenlandske hotellovernattinger i Norge - fordelt på tre regionstyper



# Ble trenden snudd etter 2001?

Norges andel av verdens reiselivseksport fra 1970 til 2008. Kilde: WTO/World Bank



# Hypoteser – forklaringer på trendskiftet

## 1. Større eierkonsentrasjon

- og dermed økt muskelkraft, økt intern kompetanse, samt reduserte fellesgodeproblemer

## 2. Økt kompetansenivå i hele næringen

## 3. Opplevelser og kultur i ferd med å bli kjernen i næringen

## 4. Sterkere klyngeegenskaper i næringen

- tettere og mer kunnskapsbaserte koblinger

## 5. Økt regional spesialisering

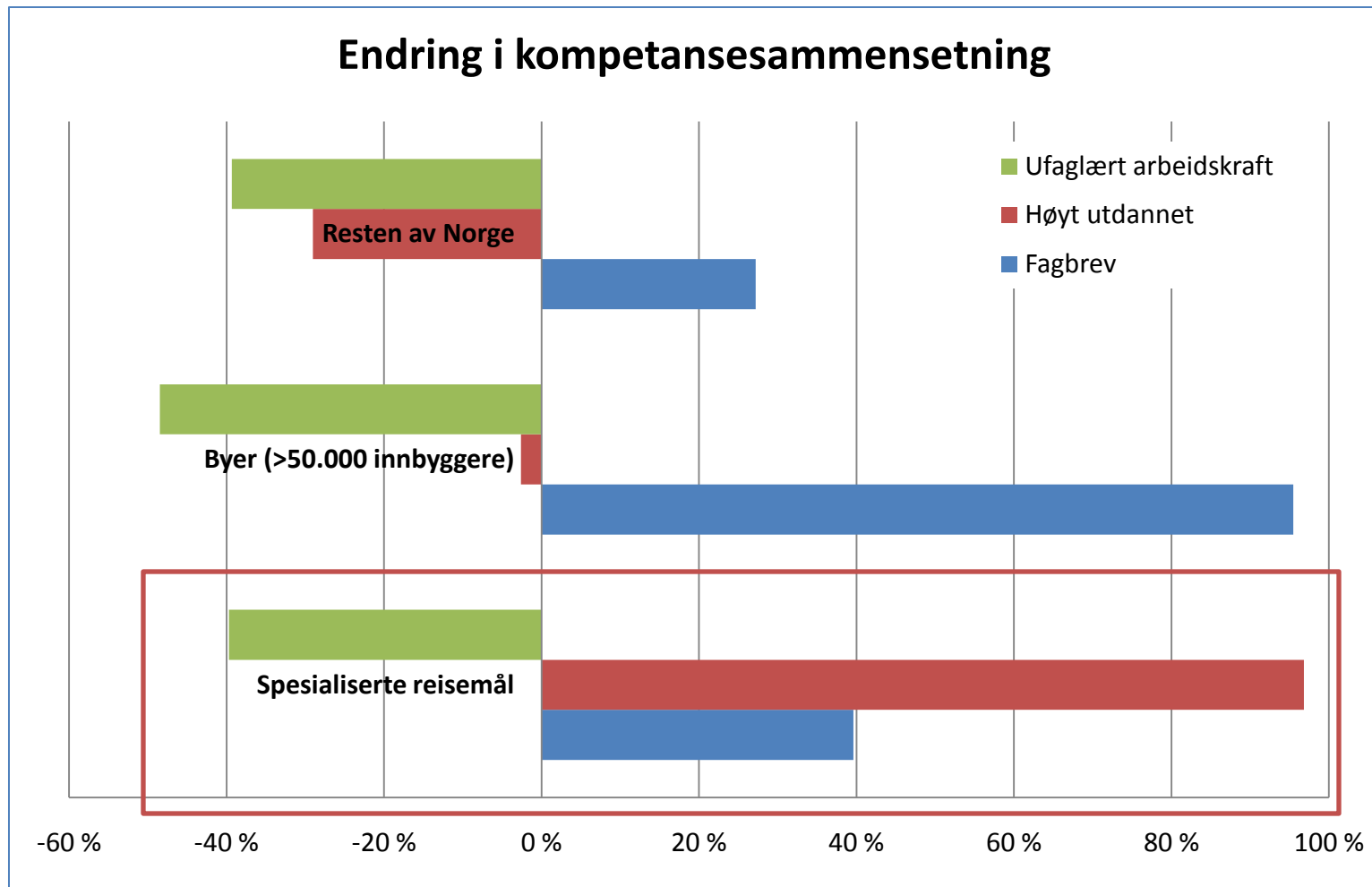
- vekst i spesialiserte reisemål (regioner og destinasjoner med høy reiselivskonsentrasjon og tydelig profil), samt i byene, tilbakegang i resten av landet

- ❖ *Likevel mye som gjenstår før norsk reiseliv blir en kunnskapsbasert og innovasjonsdrevet næring med høy internasjonal konkurransevne*

# 1. Eierkonsentrasjon og integrasjon

- ❖ Fire største hotellkjedene står for 60% av omsetningen i norsk hotellnæring
- ❖ Kjededannelse og konsolidering i hele næringen
- ❖ Skistar eier de største ski-destinasjonene i Norge – nye eierselskap for andre destinasjoner under planlegging
- ❖ Fremvekst av personlige eiere med store finansielle muskler

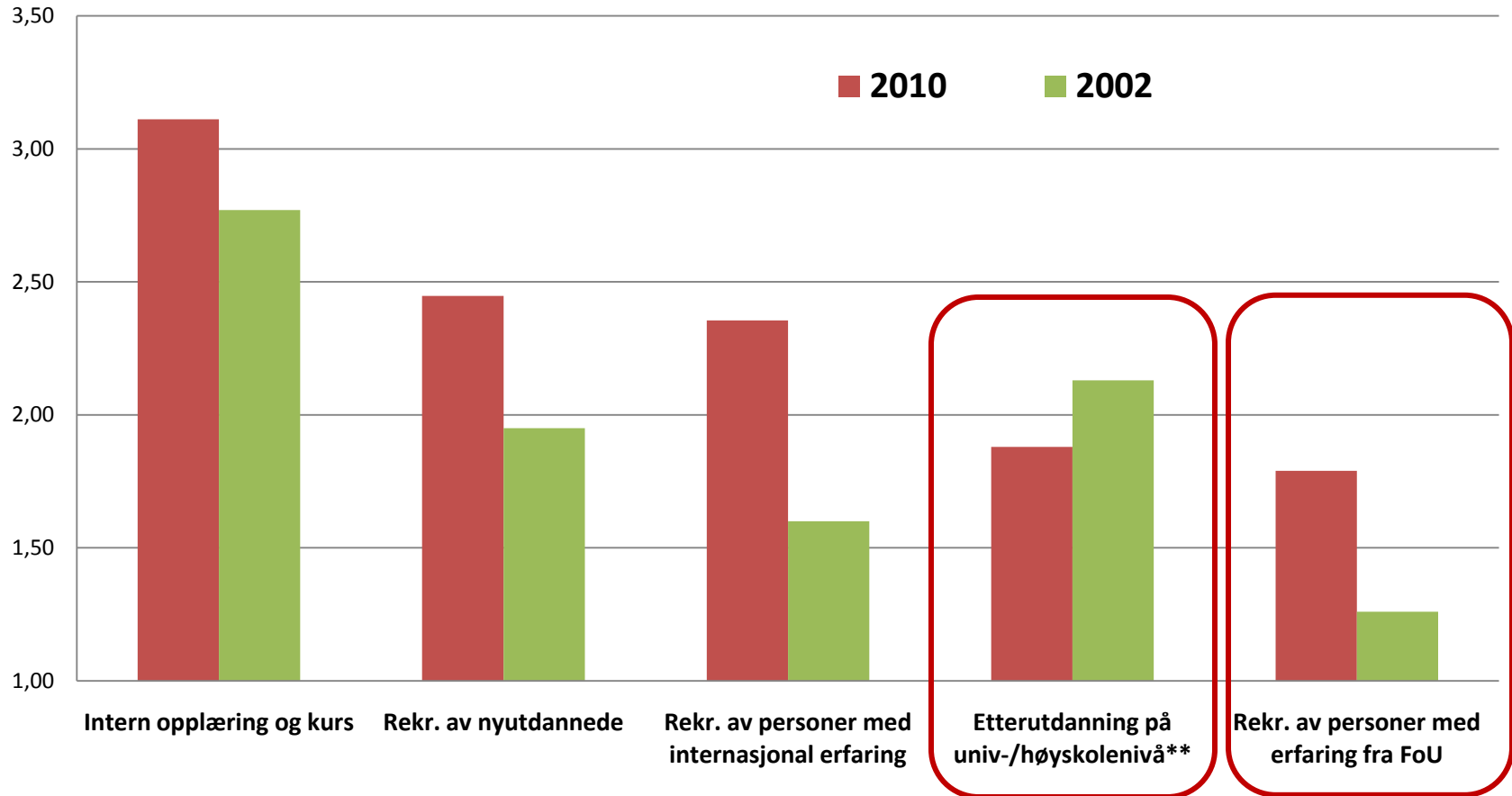
## 2. Kraftig løft i formell kompetanse





## 2. Betydelig styrking av bedriftenes kompetanse fra 2002 til 2010

Kilder til kompetanse for reiselivsbedrifter. Gjennomsnittsverdi, hvor 1=Ingen grad; 4=høy grad



*\*\*Ikke direkte sammenlignbar, fordi det i 2002 kun ble spurt om "etterutdanning". Presiseringen "på universitets-/høyskolenivå" i ble lagt til i 2010.*

# 3. Sterkere interne koblinger i næringen

- ❖ Alle grupper har sterke koblinger til opplevelser og til overnatting
- ❖ Servering og transport er i liten grad koblet sammen

Relasjoner 2010

Fra/til	Opplevelses- og kulturaktører	Transport- bedrifter	hoteller og andre overnattingsteder	serverings- bedrifter	formidlings- bedrifter	destinasjons- og regionselskaper	Gjennomsnitt
Formidling	3,03	3,33	3,55	2,66	2,83	2,66	3,01
Opplevelser	3,61	2,53	2,67	2,50	2,85	2,97	2,85
Overnatting	3,02	2,68	3,17	2,96	3,15	2,83	2,97
Servering	3,04	2,41	3,30	2,85	2,81	2,89	2,88
Transport	2,89	3,32	3,05	2,12	2,89	2,61	2,81
Total	3,12	2,81	3,13	2,68	2,93	2,80	2,91

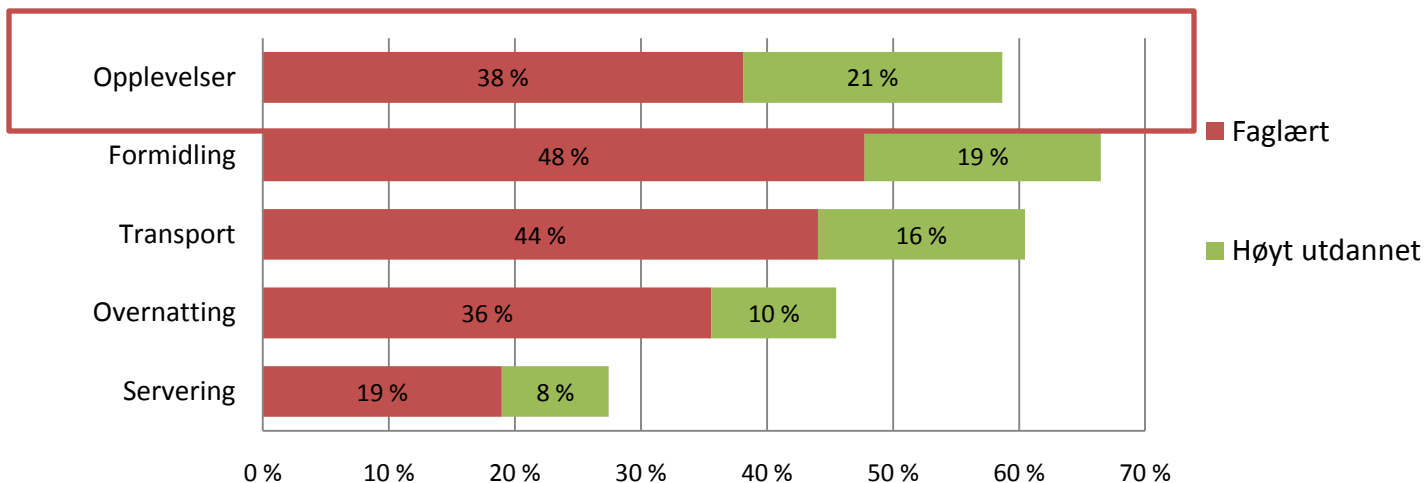
## 4. Opplevelsesbedriftene har fått en mer sentral rolle i reiselivsnæringen

- ❖ Alle grupper har styrket relasjonene til opplevelser og kultur
- ❖ Serveringsbedriftene har fått sterkere koblinger til resten av næringen
- ❖ Næringen er totalt sett koblet tettere sammen

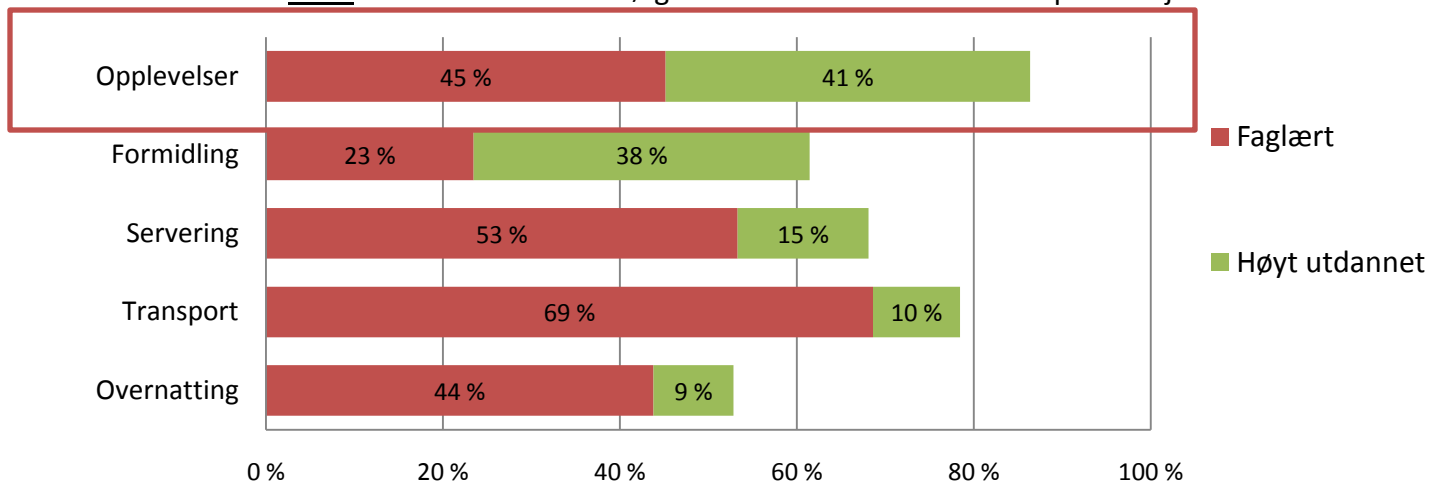
Differanse 2010 mot 2002	Opplevelses- og kulturaktører	Transportbedrifter	hoteller og andre overnattingsteder	Serveringsbedrifter	Formidlingsbedrifter	Gjennomsnitt
Formidling	0,76	-0,20	0,09	0,40	-0,09	0,19
Opplevelse	0,87	-0,09	-0,45	0,12	0,29	0,15
Overnating	0,27	-0,09	-0,12	0,15	0,14	0,07
Servering	0,78	0,41	0,67	0,13	1,05	0,61
Transport	0,25	-0,15	-0,02	-0,54	0,39	-0,01
Total	0,52	-0,06	-0,05	0,06	0,26	0,15

# Opplevelsesbedriftene er mest kunnskapsintensive

**2002:** Andel ansatte med følgende utdanningsnivå fordelt på bransjer

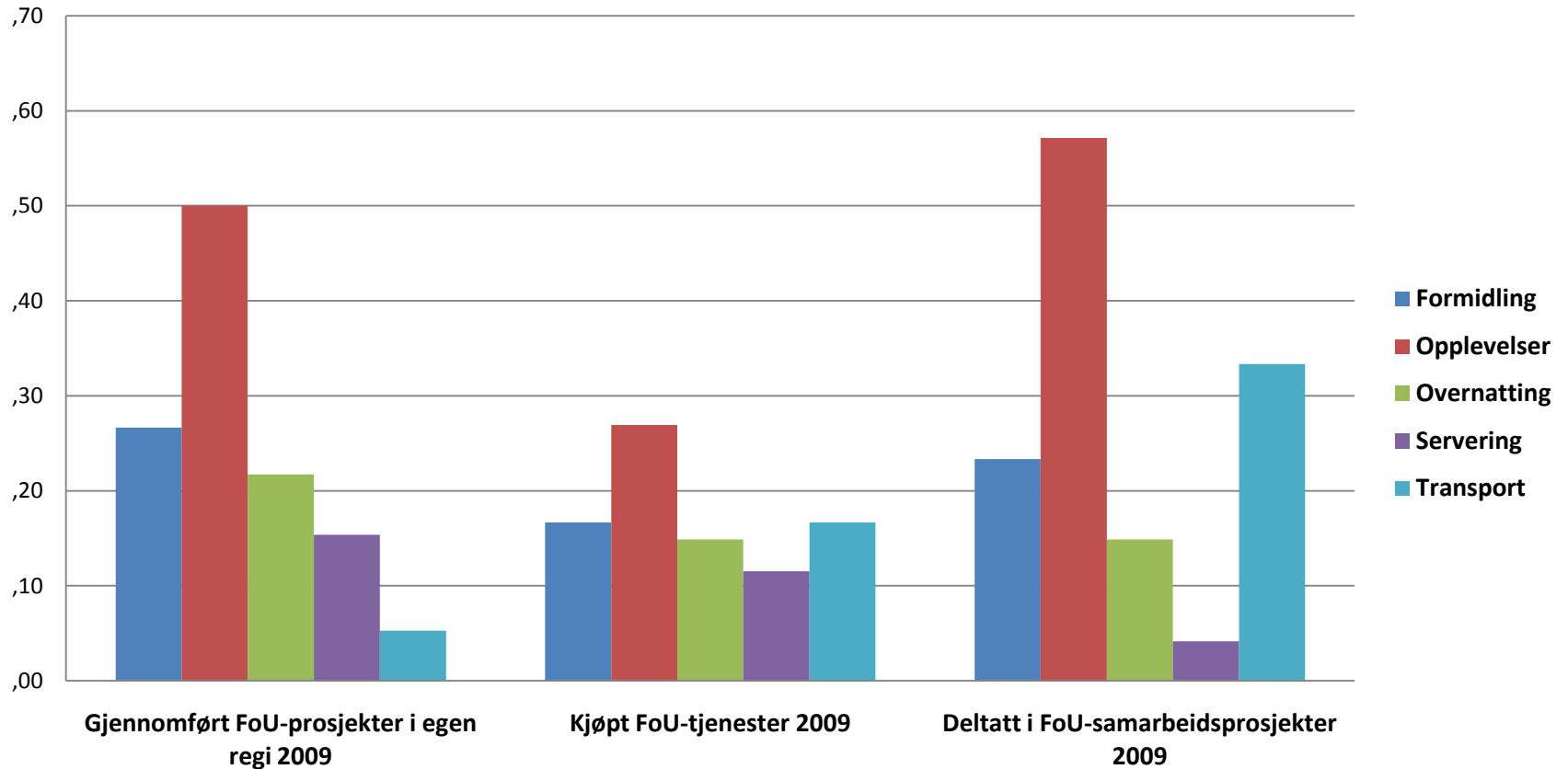


**2010:** Andel ansatte med følgende utdanningsnivå fordelt på bransjer



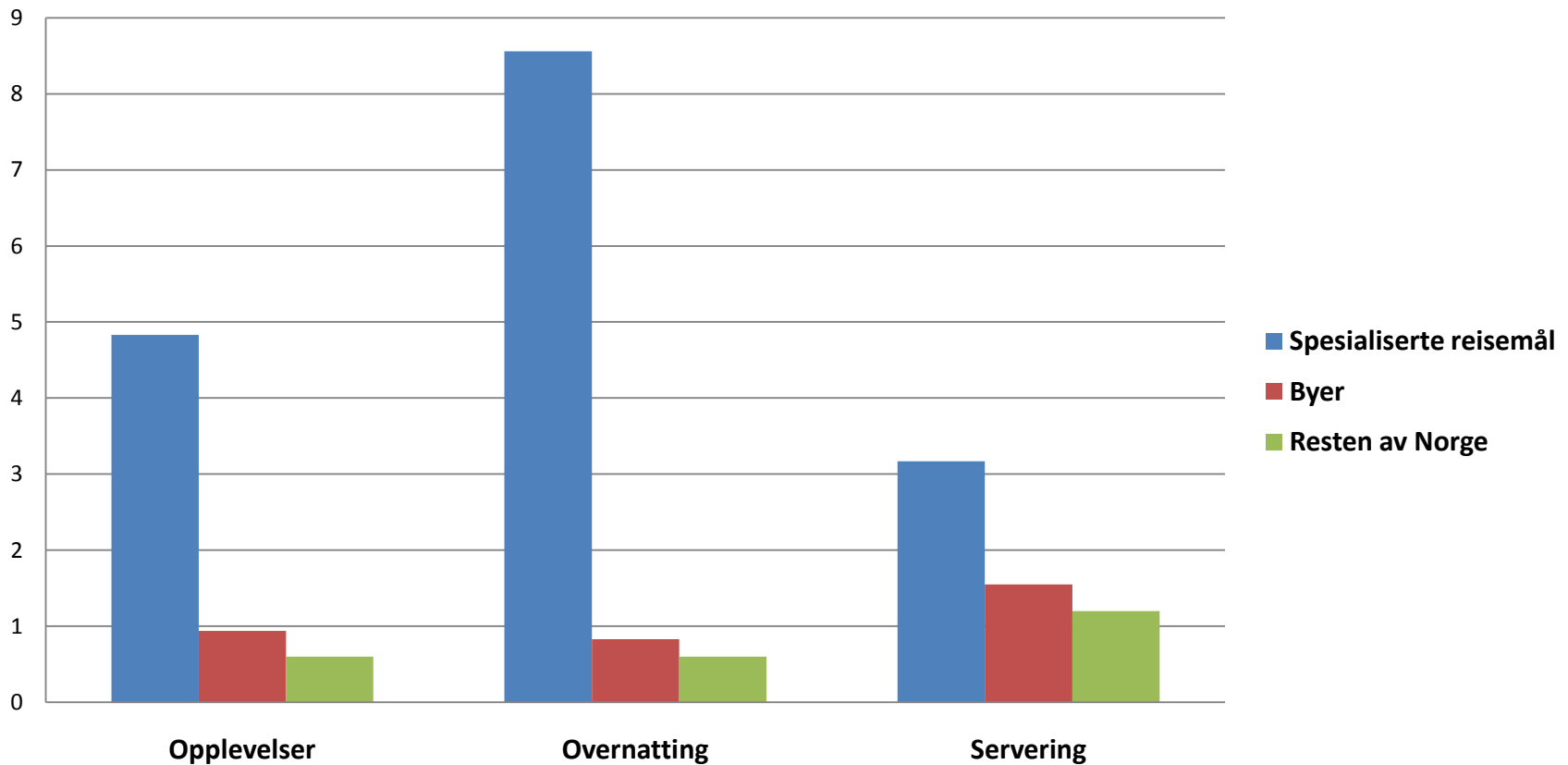
# Opplevelsesbedrifter har langt høyere FoU-aktivitet enn andre reiselivsbedrifter

FoU-aktivitet blant ulike grupper av reiselivsbedrifter. Andel av bedriftene som har ...



# 5. Konsentrasjon av reiselivsbedrifter i spesialiserte reisemål

Balassaindeks for tre typer regioner i Norge



# 5. Spesialiserte reisemål har tetteste koblinger

- ❖ Koblingene høyere i spesialiserte reisemål enn i andre regioner. Relasjonene til overnatting, transport og servering er relativt lik; de store forskjellene er i koblinger til opplevelser, reisemålorganisasjoner og til formidling.
- ❖ Kraftig økning i reisemålenes koblinger til opplevelser og formidling

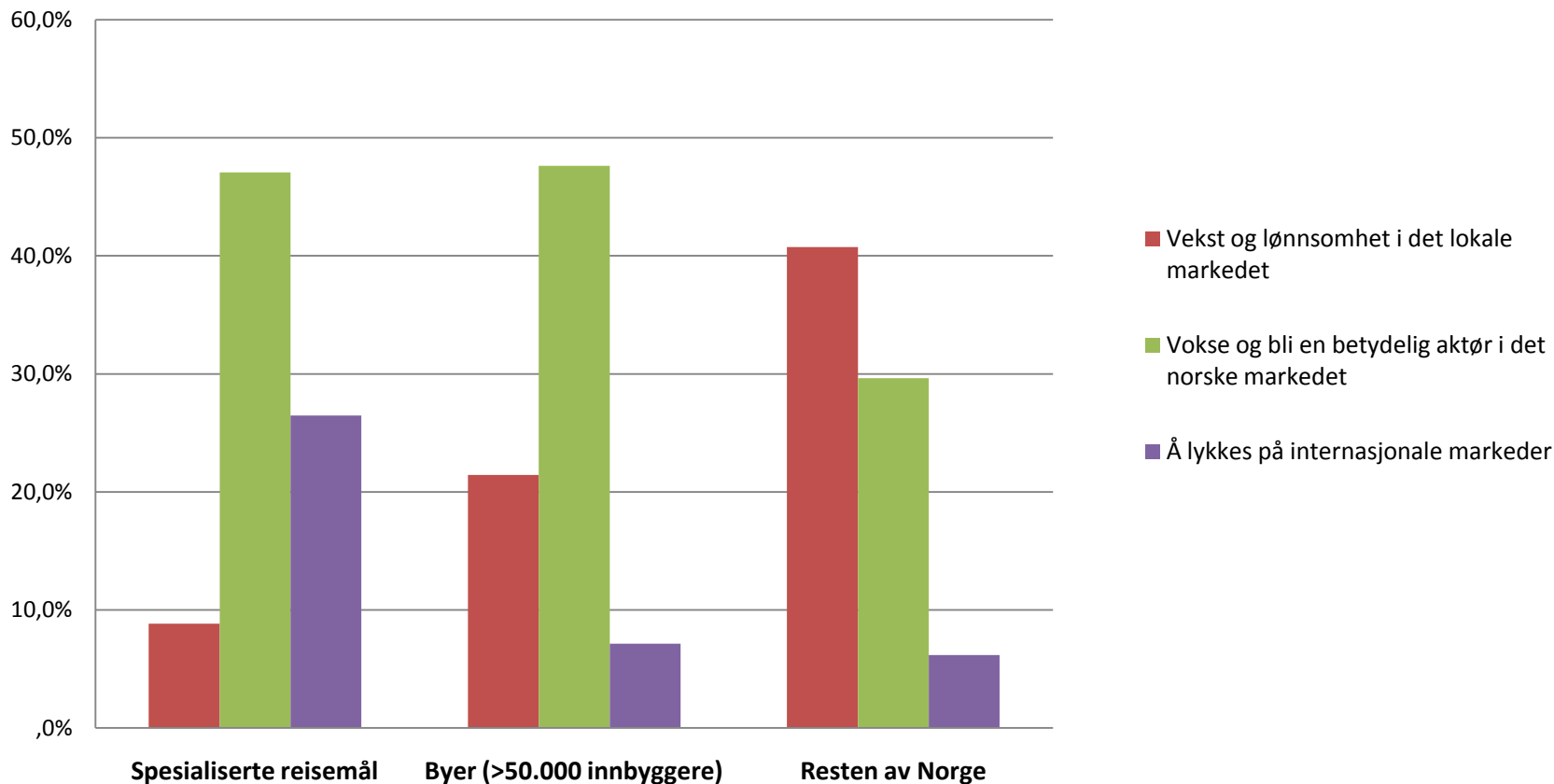
Relasjoner - variasjoner mellom regionstyper							
	Opplevelses- og kulturaktører	transport-bedrifter	hoteller og andre overnattingsteder	serverings-bedrifter	formidlings-bedrifter	destinasjons- og regionselskaper	Snitt 2010
Spesialiserte reisemål	3,59	2,91	3,12	2,72	3,29	3,26	3,13
Byer	2,81	3,00	3,17	2,63	3,00	2,93	2,92
Resten av Norge	3,09	2,68	3,12	2,68	2,74	2,54	2,86
Total	3,12	2,81	3,13	2,68	2,93	2,80	2,94

Relasjoner - endring i koblinger fra 2002 til 2010						
	Opplevelser og kultur	transport	overnatting	servering	Formidling	Gjennomsnitt
Spesialiserte reisemål	0,69	0,04	-0,25	-0,20	0,56	0,16
Byer	0,39	0,19	0,05	0,10	0,42	0,16
Resten av Norge	0,57	-0,27	0,04	0,27	0,03	0,05

# Bedrifter med internasjonale ambisjoner finnes stort sett i de spesialiserte reisemålene

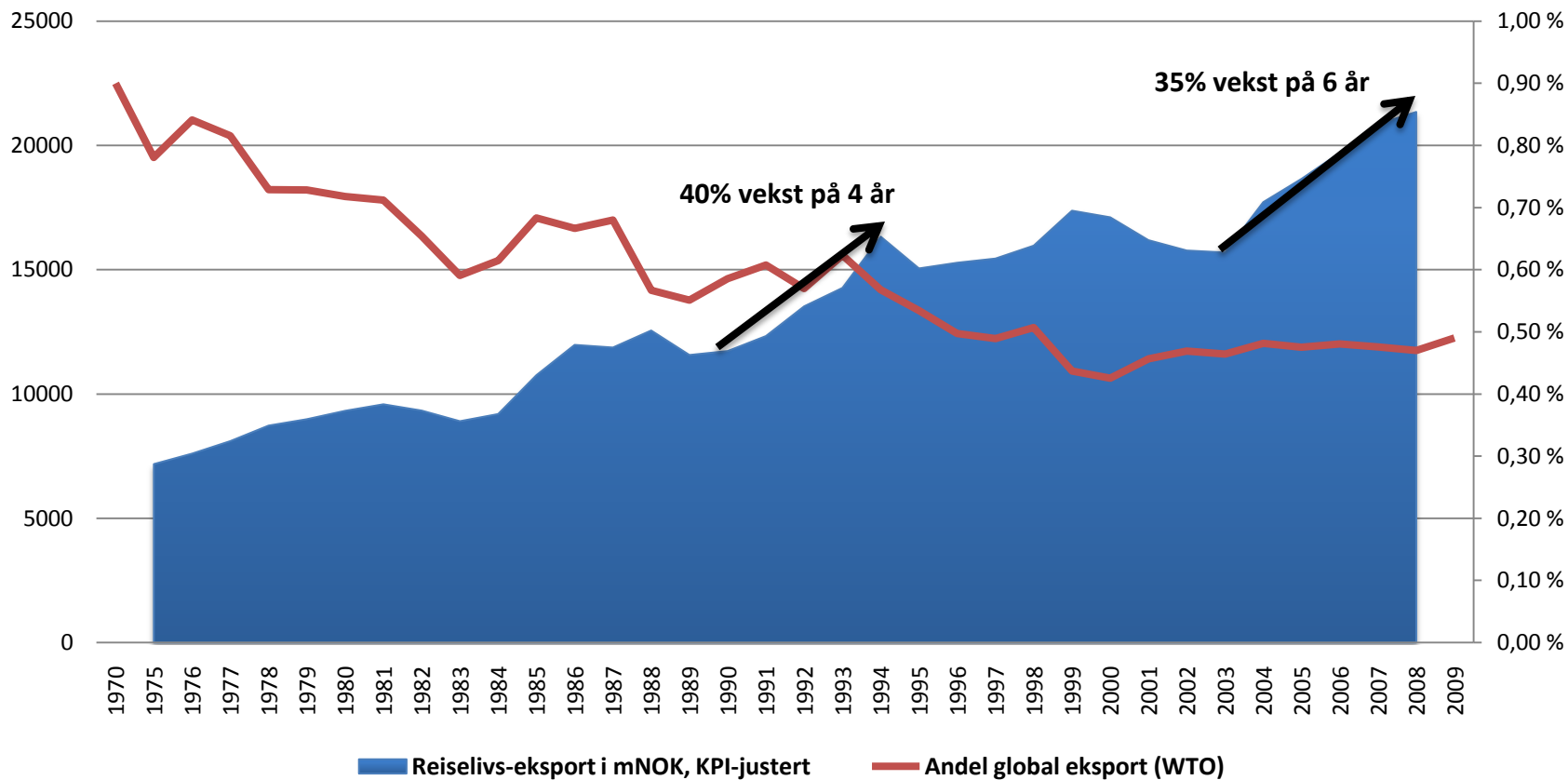
Ambisjoner for bedriften de neste 2-3 årene blant reiselivsbedrifter i tre regiontyper





# Første halvdel av 1990-tallet var en svært god periode i norsk reiseliv

Utvikling i norsk reiselivseksport i faste 1998-kroner og Norges andel av global reiselivseksport. 1970-2008



# Hvorfor?

- ❖ Omlegging av offentlige virkemidler:
  - fra fysiske investeringer (hotellanlegg og lignende) i enkeltbedrifter til:
  - Investeringer i kunnskap – utdanning og forskning
  - Investeringer i infrastruktur og fellesgoder
  - Satsing på destinasjonsutvikling og koordinert markedsføring
  - Styrking av Norges-profilering
  - Samordning av politikk og virkemidler
- ❖ Interessen for reiseliv og næringens positive utvikling kulminerte med OL på Lillehammer

# Veivalg for næringen

- ❖ Fra natur- til kunnskapsbasert reiseliv
  - Slik olje- og gassnæringen ble transformert fra en naturbasert til en kunnskaps- og innovasjonsbasert næring
- ❖ Hva skal til?
  - Kunnskapsbasert
  - Miljørobust
  - Internasjonalt orientert
- ❖ Tre farbare veier gitt den makroøkonomiske virkelighet:
  - Industrialisering
  - Selvbetjeningskonsepter
  - Eksklusive opplevelser

# Tre strategier – som kan kombineres

## ❖ Industrialisering

- Skalaøkonomi
- effektiv logistikk
- Standardisering – av prosesser og produkter

## ❖ Selvbetjeningskonsepter

- for eksempel selvstellsenheter

## ❖ Unike, eksklusive opplevelser med ”premium prices”

# Kombinasjon av strategier – utfordringer

