

OPPDRAGSRAPPORT NR. 1 – 2013

MARIUS KJØNSBERG, OLE BAKMANN OG MARGRETHE FØNHUS SKEIE

# Opplevelsesaktiviteter i Stor-Elvdal

Forstudie



Høgskolen i Hedmark

Marius Kjønnsberg, Ole Bakmann  
og Margrethe Fønhus Skeie

# Opplevelsesaktiviteter i Stor-Elvdal

Forstudie

Høgskolen i Hedmark  
Oppdragsrapport nr. 1 – 2013



Høgskolen i Hedmark

Fulltekstutgave

Utgivelsessted: Elverum

Det må ikke kopieres fra rapporten i strid med åndsverkloven og fotografiloven eller i strid med avtaler om kopiering inngått med KOPINOR, interesseorgan for rettighetshavere til åndsverk.

Forfatteren er selv ansvarlig for sine konklusjoner. Innholdet gir derfor ikke nødvendigvis uttrykk for Høgskolens syn.

I oppdragsserien fra Høgskolen i Hedmark publiseres FoU-arbeid og utredninger som er eksternt finansiert.

*Forsidefoto: Marit Eggen*



Høgskolen i Hedmark

<b>Tittel:</b> Opplevelsesaktiviteter i Stor-Elvdal – forstudie			
<b>Forfattere:</b> Marius Kjøsberg, Ole Bakmann og Margrethe Fønhus Skeie			
<b>Nummer:</b> 1	<b>År:</b> 2013	<b>Sider:</b> 24	<b>ISBN:</b> 978-82-7671-900-0 <b>ISSN:</b> 1501-8571
<b>Oppdragsgivere:</b> Stor-Elvdal kommune			
<b>Emneord:</b> reiselivsutvikling, natur- og kulturbasert reiseliv, aktiviteter i reiselivet, ringvirkninger, attraksjonsutvikling			
<b>Sammendrag:</b> <p>Denne rapporten omhandler bruk av opplevelsesaktiviteter i reiselivet som et utviklingsverktøy for Stor-Elvdal. Gjennom samtaler med forskjellige aktører som er direkte eller indirekte tilknyttet utviklingen av reiselivet kommer det til kjenne at potensialet for tilrettelegging gjennom aktiviteter er et ønsket initiativ for å øke attraktiviteten til Stor-Elvdal. Forstudien har sett på mulighetene for hvordan dette kan organiseres og utvikles gjennom et forprosjekt. For å muliggjøre en videreføring i prosjektet er det skissert noen ulike driftsformer, og det er pekt på noen mulige drivere i videreføringen.</p> <p>Forstudien har pekt på noen ringvirkninger som man kan forvente ved å tilrettelegge på denne måten. Her er det trender og tall som ikke direkte kan sammenstilles for å gi korrekte tall for potensialet i prosjektet, men mer gir uttrykk for en dimensjon av hva som kan realiseres. Det er klart at økonomiske ringvirkninger ved økt omsetningen i reiselivet er stor, samtidig som det gjennom å utvikle aktiviteter også vil gi ringvirkninger både miljømessige, kulturelle og sosialt i lokalsamfunnet.</p> <p>Gjennom de lokale ønskene og trender i reiselivet som fremkommer i denne forstudien sammenfaller dette i stor grad med den strategiske næringsplanen til Stor-Elvdal Kommune som det gjennom politiske prosesser er lagt til rette for. Som beskrevet i prosjektbeskrivelsen (vedlegg) er formålet med prosjektet å samarbeide om en aktivitetstjeneste. En satsing for å utvikle aktiviteter gjennom gode samarbeid og koordineringer som vil tilrettelegge for å øke attraksjonsverdien for Stor-Elvdal.</p>			



<b>Title:</b> Adventure activities in Stor-Elvdal – prestudy			
<b>Authors:</b> Marius Kjønnsberg, Ole Bakmann and Margrethe Fønhus Skeie			
<b>Number:</b> 1	<b>Year:</b> 2013	<b>Pages:</b> 24	<b>ISBN:</b> 978-82-7671-900-0 <b>ISSN:</b> 1501-8571
<b>Financed by:</b> Stor-Elvdal municipality			
<b>Keywords:</b> tourism development, nature and culture based tourism, activities in tourism, ripple effects, attraction development			
<b>Summary:</b> <p>This report deals with the use of adventure activities in tourism as a development tool for Stor-Elvdal municipality. Through interviews with various stakeholders, who are directly or indirectly linked to the development of tourism, it appears to be a potential for facilitating of activities as an initiative to increase the attractiveness of Stor-Elvdal. This prestudy has looked at the possibilities of how this can be organized and developed through a pilot project. To enable a continuation of the project there are described some different organization opportunities on the project, and there is pointed out possible drivers in the future.</p> <p>The prestudy has described some effects expected by facilitating in this way. There are trends and numbers that can't be directly compiled to give accurate figures for the potential of the project, but rather expresses a dimension of what can be achieved. It is clear that the economic impact of increased sales in the travel industry is huge, but the development activities will also have repercussions for the environmental, cultural and social aspects in the community.</p> <p>Through the local desires and trends in tourism presented in this preliminary study this coincides largely with the strategic business plan to Stor-Elvdal municipality. As described in the project description (Appendix), the purpose of the project is to collaborate on an activity service. A commitment to develop activities through good cooperation and coordination that will facilitate to increase the attractiveness of Stor-Elvdal.</p>			

# FORORD

I denne første fasen av prosjektet opplevelsesaktiviteter i Stor-Elvdal, som utgjør forstudien, er hensikten å se på noen faktorer for videre drift av prosjektet. Forstudien skal belyse disse ulike faktorene som man har sett på som avgjørende for å beslutte videre fremdrift i prosjektet. Som det er beskrevet i prosjektbeskrivelsen skal det gis nødvendige svar på potensial, fremtidige samarbeid og en tidlig synliggjøring av aktuelle aktiviteter og tiltak i senere faser. I tillegg skal det presenteres et kostnadsoverslag på videreføring, samt forslag til videre finansiering. For i best mulig grad å gi disse svarene er det videre beskrevet noen fokusområder som denne forstudien er organisert rundt og som skal gi mulighet for en videre vurdering av prosjektets neste faser. Disse er: Behovsavklaring; som skal tilkjenne det lokale behovet satt i sammenheng med regionale/nasjonale uttrykte strategier og behov. Organiserings alternativer; hvor det gis en skisse av mulige eierkonstellasjoner videre i prosjektet. Synliggjøring av ringvirkninger; vise til potensialet av hva økt aktivitet kan gi lokalsamfunnet, basert på regionale og nasjonale undersøkelser. Drivere av prosjektet; I denne fasen vise til noen mulige drivere for de neste fasene av prosjektet. Videreføring og finansiering; som skal se på hvordan prosjektet kan videreføres og finansieringen av de neste fasene i prosjektet. I tillegg til denne forstudien utarbeides det også en bachelor oppgave på Evenstad som eksempel på en konkret beskrivelse av en aktivitet i forhold til prosjektet. Forstudien er utarbeidet som et grunnlag til beslutning for en eventuell videreføring av prosjektet.

# INNHOOLD

Forord.....	6
Behovsavklaring .....	8
Samtaler .....	8
Offentlige satsingsområder/markedskunnskap .....	9
Aktiviteter som utviklingsverktøy.....	9
Organiseringsalternativer.....	11
Kommunal eierstruktur .....	11
Privat eierstruktur .....	11
Oppdragsbasert framdrift .....	12
Drivere av prosjektet.....	13
Synliggjøring av ringvirkninger .....	14
Bevaring av natur, kultur og miljø – miljømessig og kulturell verdiskapning .....	14
Styrking av sosiale verdier – sosial verdiskapning.....	15
Økonomisk levedyktighet – økonomisk verdiskapning.....	15
Videreføring og finansiering.....	17
Markedsinformasjon .....	17
Organisering .....	17
Prosjektplan.....	18
Litteraturliste.....	20
Vedlegg.....	21
Prosjektbeskrivelse: Opplevelsesaktiviteter i Stor-Elvdal .....	21

# BEHOVSAVKLARING

For å kunne gi en kartlegging av behovet for prosjektet er det blitt gjennomført samtaler med ulike aktører i Stor-Elvdal for å se på det utalte behovet til lokale aktører, og gitt en kort redegjørelse for regjeringens satsing i forhold til reiseliv, markedskunnskap og overførbare problemstillinger og en identifisering av hvordan aktiviteter kan være et verktøy for økt utvikling.

## Samtaler

Gjennom samtaler med de ulike aktører som kan ha nytte av et slikt prosjekt er det valgt å gjennomføre samtaler med aktører som har både en direkte og en indirekte nytte i forhold til gjennomføring av aktiviteter. Sådant vil det være viktig å ha en forståelse for at aktører som ikke er direkte involvert i aktiviteter også kan nyte godt av dette i en større utstrekning, men at dette er samtaler som kan og bør gjennomføres i en evt. videreføring av prosjektet. Samtaler som er gjennomført i denne forstudien er gjort med følgende aktører, Rondane Gjestegård, Ole Nordahl (Rondanevegen), Gunnar Myrvang (utbygger Vinjeveien) og Håkon Akre (utbygger Vinjeveien)

Det er gjennomgående i alle samtaler at aktiviteter vil bidra positivt i forhold de enkeltes bedrift/organisasjon. Det er allikevel vanskelig for den enkelte aktør å si noe om hvilke aktiviteter og i hvor stort omfang av aktivitetene må være for at det skal være positivt. Det tilkjennegis at noen aktører selvfølgelig kan ha mere direkte nytte av en aktivitet enn andre, men at det er i større grad er den totale samordningen og tilretteleggingen av aktiviteter som gir en positiv effekt for lokalsamfunnet. I flere av samtalene fremheves det at ringvirkningene av eksisterende aktiviteter og tilrettelegginger har en positiv effekt også for andre enn de direkte involverte. Det vises til andre næringsdrivende som man mener nyter godt av eksisterende aktiviteter, men som ikke er delaktig for å øke aktivitetsnivået. Man ser på disse som «gratis passasjerer» og at flere burde være med å øke aktivitetsnivået i et område for å realisere en mulighet for vekst og økt tilfredshet. Her ligger kanskje en av kjerne spørsmålene i forhold til både finansiering og videre organisering. Skal de direkte involverte aktørene til aktivitetene bære det økonomiske ansvaret for kunne realisere et slikt potensial til økt vekst og tilfredshet i lokalsamfunnet alene eller skal andre aktører bidra. Dette er en pedagogisk utfordring som krever gode argumenter og ikke minst at det er mulig å kunne dokumentere ringvirkninger utenfor reiselivet.

Enkelte av de spurte peker på at det er positiv ikke bare i en økonomisk sammenheng men at det vil øke aktivitetstilbud også for kommunens beboere. De etterlyser aktiviteter som kan bidra til økt besøk og at folk trives bedre i de ulike områdene.. Samtidig ser de at det er forbundet store utfordringer i et lokalsamfunn for både organisering og finansiering for å få økt aktivitet. Gjennom flere av samtalene er det uttrykt et ønske om å ha et sted hvor aktører kan ta kontakt for å kunne «melde inn» og bestille aktiviteter, som da koordineres i forhold til andre aktører og opplyser om hvor det finnes aktiviteter i området rundt. Små aktører og aktivitetsbedrifter har ingen økonomi eller kapasitet til å få gjennomført et aktivitetsnivå som de ser kunne økte oppholdstiden i kommunen, men at de i stor grad kunne dra nytte av bedre koordinering og muligheten for å kunne bestille aktiviteter for å bedre tilbudet. Det finnes flere eksempler på aktivitetsbedrifter som prøver med ikke klarer å skape økonomisk balanse. Samtidig viser flere av de spurte til at aktiviteter etterspørres, men at de ikke har tilbud til kundene. For dagens situasjon vil det hele tiden for en liten aktør være balansegang i forhold til kapasitet og økonomi for å gjennomføre aktiviteter i egen virksomhet, samtidig som man ser at dette øker tilfredsheten, sjansen for et lengre opphold og muligheten for at folk kommer tilbake til området.



## Offentlige satsingsområder/markedskunnskap

Trender i reiselivet og generelt i samfunnet går mot mer krav og ønsker om bedre tilrettelegging. Områder med et bredt spekter av tilbud vil naturligvis fange flere «kunder» og dermed øke attraktiviteten for området, både til reiselivet og bomessig. I forhold til en nasjonal beskrivelse av hvordan aktiviteter og tilrettelegging kan være med å fremme et lokalsamfunn gis dette til uttrykk blant annet i den nye reiselivsstrategien til regjeringen, Destinasjon Norge. Her vises det til Norges potensial for verdiskaping basert på natur og kultur som stort, og som et fundament for reiselivsnasjonen Norge. Regjeringen ønsker derfor en forsterket satsing innen natur og kulturbasert reiseliv.

Hedmark har i lengre tid vært hengende etter i konkurransen om turistene. Det har gjennom flere år vært en nedgang i antall kommersielle overnattinger i følge Innovasjon Norge. Selv om dette ikke alene gir et korrekt bilde av hvordan situasjonen er i Stor-Elvdal, har andre regioner og landet totalt økt vekst i 2012. Denne veksten er i hovedsak knyttet til norske gjestedøgn. Når undersøkelser viser at 85 % av den voksne befolkningen i Norge er interessert i naturbaserte reiser og at Norge skårer høyest i attraktivitet er det klart at mange også i fremtiden vil velge Norge som ferieland. Samtidig øker etterspørselen av tilrettelagte opplevelser.

Selv om Hedmark har hatt en negativ trend er det også områder som kan vise til positiv utvikling. Gjennom å ha fokus på utvikling gjennom organisering og tilrettelegging av aktiviteter og infrastruktur har flere kunne vise til økte tilfredshet blant brukerne og økt områdets attraktivitet. Å kunne vise til aktiviteter i et område høyner attraktiviteten og lysten til å bruke mer tid, noe som igjen gir mulighet for økt økonomisk lønnsomhet for lokalsamfunnet. Slik sett vil aktivitet gi ringvirkninger til ikke bare de direkte involverte, men til både næringsdrivende og andre organisasjoner i kommunen.

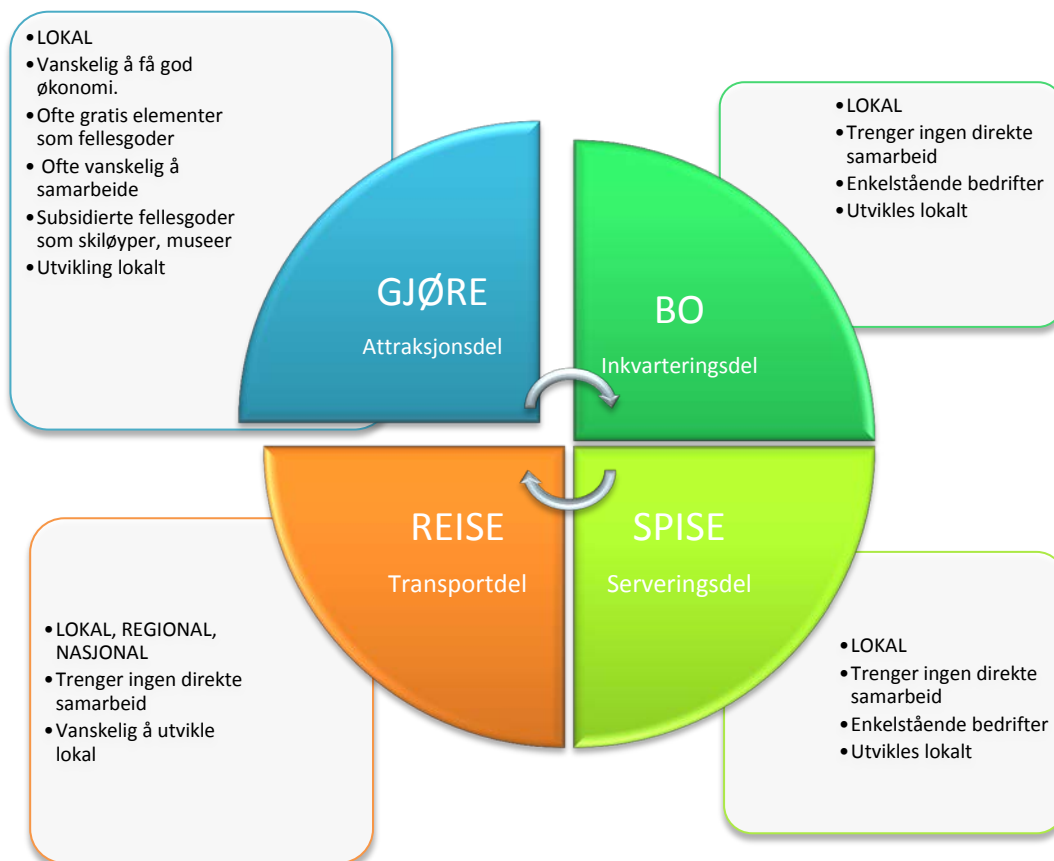
## Aktiviteter som utviklingsverktøy

Ulike samfunnsanalyser har vist at reiselivsnæringene i Norge både er sammensatt og preget av mange små aktører med liten samhandling og dårlig organisering. Samtidig er lokasjoner og markeder ulike for mange små aktører, noe som gjør organisering av reiselivsbedrifter utfordrende. Dette er kanskje den største grunnen til at reiselivet ikke har klart å realisere det potensialet som ligger i markedet. Slik sett er det et større behov for koordinering mellom ulike aktører i reiselivet enn i andre næringer. I regjeringens reiselivsstrategi er dette beskrevet som en markedssvikt som har karakter av å være en koordineringssvikt. Som samtalen med noen av aktørene også viser til, vil det være en stor gevinst i å få koordinert aktiviteter i kommunen. I mange tilfeller organiseres reiselivet på en tradisjonell måte hvor samarbeider er relativt lite forpliktende. Noe som i stor grad bærer preg av svak økonomi og liten styringsevne til å drive stedsutvikling. Ofte blir dette begrenset til markedsføring og turistinformasjons arbeid. Det finnes også eksempler som bygger på mellemeuropeiske modeller (Kurtax) hvor reiselivsbedrifter betaler en andel basert på omsetning til en fellesskapsorganisasjon, hvor det økonomiske handlingsrommet er større enn ved en tradisjonell organisering. Dette har det vært lite oppslutning om i Norge, men noen steder er man blitt enige om lignende system.

I utviklingen av reiselivet må dette ses i sammenheng med hva reiselivsproduktet består av. Kamfjord (2001) presenterer reiselivsproduktet som 4 hovedkomponenter:

- Reise
- Spise
- Bo
- Gjøre

Lokalt er det i hovedsak spise, bo og gjøredelen som kan utvikles. Dette prosjektet vil i størst grad ha fokuset mot gjøredelen. Denne er attraksjonsdelen i produktet, og ofte utløsende for både valg og tidsbruk når man velger reisemål. Det har vist seg på mange måter at denne delen er vanskelig å få økonomisk bærekraftig. Ofte er attraksjonene i reiselivet rimelige eller gratis, som utsikten til naturen, allemannsretten, subsidierte fellesgoder. Her kan nevnes også at det ofte er vanskelig å få identifisert hvem som skal betale for fellesgoder som reiselivet benytter seg av, eksempelvis oppkjøring av skiløyper og tilrettelegging av turstier. Ved etablering av en aktivitetsbedrift som en type infrastruktur kan dette være en måte å utvikle den delen av reiselivsproduktet som enkeltbedrifter har vanskelig for å få økonomi i, men alle ser som positivt for egen bedrift. Aktiviteter vil da aktivt kunne brukes som et utviklingsverktøy hvor målsetningen vil være å gjøre Stor-Elvdal mer attraktiv som reiselivsmål.



Figur 1 Bearbejdet modell basert på Kamfjord 2001 – Reiselivsproduktet

# ORGANISERINGSALTERNATIVER

For å kunne se på grunnlaget for en fremtidig organisering av prosjektet er det flere faktorer som vil være avgjørende. Stor-Elvdal er en stor og langstrakt kommune hvor avstander naturlig nok i seg selv vil gi utfordringer for både samarbeider og i forhold til å kunne gi kommunen en samlet organisering av prosjektet. Reiselivet har vært gjennom flere ulike faser med forskjellig organisering. Strukturer basert på geografisk beliggenhet og tematisk tilhørighet er utprøvd, men har vist seg å være lite effektive og uoversiktlige, også for næringen selv. I denne forstudien har vi sett på tre ulike organiseringsalternativer videre i prosjektet.

## Kommunal eierstruktur

For da å kunne inkludere hele kommunen vil Stor-Elvdal kommune i utgangspunktet kunne være en aktør som dekker hele kommunen. Den er uavhengig i forhold til geografisk tilhørighet og vil ha en egenskap av å kunne ha en nøytral troverdighet blant aktørene. Samtidig vil kommunen da enklere legge sine føringer for prosjektet videre. Det kan være en aktuell driftsform videre hvor kommunen driver prosjektet gjennom de neste fasene. Det kan være en aktivitetsbedrift som koordinerer aktiviteter i kommunen og driver egne aktivitets tilbud. Det finnes flere eksempler på slike organiseringer som har vist seg gode. Men det kan også være bakdeler ved at kommunen, som selv har vært initiativtager til prosjektet, blir fremtidig driver. I første rekke vil det slik sett kanskje være vanskeligere å få andre aktører med i finansieringen videre og andre næringer vil se på prosjektet som en «gavepakke» til reiselivet. Slik sett vil det være viktig for kommunen å kommunisere at en slik satsing fra kommunens side indirekte også skal være utviklende for andre enn reiselivet og som et bedret tilbud til sine beboere.

## Privat eierstruktur

En privat eierstruktur vil gi mer delaktighet og engasjement blant de involverte aktørene. Selv om kommunen i en slik organisering ikke vil ha like stor styringsrett gjennom de neste fasene av prosjektet, vil dette gi et større eierskap til prosjektet blant de involverte aktørene. Her vil da organisasjoner om representerer flere aktører være naturlig valg. Grunneierlag og reiselivssammenslutninger kan her være aktuelle i en videre organisering. Kommunen kan selvfølgelig også være eier i en slik eierstruktur, men da på linje med de private. Prosjektet vil da i større grad selv med offentlige midler være mer involvert i oppbygningen av både aktiviteter og organiseringen videre. Man kan med offentlige midler se på dette som hjelp til selvhjelp i større grad, og det vil kanskje være enklere for det offentlige å begrunne eventuelle økonomiske virkemidler med bakgrunn i at man ønsker ringvirkninger og økte «offentlige goder». Bakdelen ved å velge en aktør eller en sammenslutning for videre drift vil i hovedsak være det geografiske og den eventuelle aktørens tilhørighet for et område. I dag finnes det ingen aktører eller organisasjoner som dekker kommunen geografisk. Det kan være utfordrende å få en aktør som i dag er aktiv i en region av kommunen til også å skape aktiviteter i andre deler av kommunen. Det vil i så måte være en fordel om man kanskje kan knytte til seg flere aktører som er geografisk plassert i ulike områder og få disse til å samarbeide videre i prosjektet. Evt. om en organisasjon utvider sin geografiske tilhørighet til å gjelde hele kommunen.

## Oppdragsbasert framdrift

Som en tredje mulig driver fremover vil det være mulig å kunne gjennomføre de neste fasene hos en utenforstående aktør. De forskjellige fasene kan gjennomføres som oppdrag fra kommunen for tilrettelegging og organisering av prosjektet videre. Selv om det i fremtiden må være en annen organisering kan man gjennom de videre prosjektfasene bruke mer tid på en endelig drift/organisering. Her kan Evenstad være en aktør som ikke selv i utgangspunktet er delaktig og har noen reel nytte av prosjektet, men som har tilhørighet til kommunen. Det kan nevnes at Evenstad, Stor-Elvdal Kommune og private aktører samarbeider om oppstart og utvikling av Norsk Elgsenter, som også kan være en potensiell aktør for videre drift.

## DRIVERE AV PROSJEKTET

Hvordan man velger en videre organisering av prosjektet vil dette også være noe styrende for eventuelle drivere av prosjektet. Her kan det også skilles mellom hvordan man ønsker gjennomføring av forprosjekt og i selve hovedprosjektet. Likeledes at det kan være flere drivere i prosjektet.

Det vil være naturlig som initiativtager kommunen har en eller annen form for eierskap eller driver for gjennomføringen av forprosjektet for så evt. la andre aktører ta hånd om videreføringen. Det offentlige vil da kunne ha en sterk styring i forhold til oppbygningen og man vil i større grad politisk være med å forme prosjektet. Men å knytte til seg andre aktører eller organisasjoner for en evt. driver kan være av interesse for å få en tilhørighet til prosjektet og således kanskje ha flere aktører som samarbeider videre. En av hovedutfordringene vil ligge i en oppstart fase. Det er ingen aktører eller organisasjoner som i dag har et nettverk og de økonomiske rammene til å kunne starte opp et slikt prosjekt. Det vil være avhengig av offentlige midler for en videreføring av prosjektet.

I samtaler med Ole Nordahl (Rondevegen) er det blitt diskutert en mulig driver videre av prosjektet i regi av Rondevegen. Det er en allerede etablert sammenslutning og vil for Sollia sitt utgangspunkt være en naturlig aktør videre i prosjektet. Men med dette nettverket som utgangspunkt er det heller ikke utelukkende at dette kan utvides til også å omfatte andre deler av Stor-Elvdal og således inkludere hele kommunen. Det vil da være en stor utvidelse geografisk for Rondevegen slik den er organisert i dag, med de fordeler og ulemper det kan føre til. Men det vil klart være fordelaktig for prosjektet å ha videre dialog med Rondevegen siden denne sammenslutningen både har en organisatorisk fordel i forhold til aktuelle samarbeidsparter og allerede i dag organiserer mange aktiviteter i sitt område.

Som utarbeider av forstudien vil også Evenstad Næringsutvikling kunne være en aktuell driver i utviklingen av prosjektet videre. De vil kunne fremme prosessen videre i en oppdragsbasert organisering og kan eksempelvis kunne gjennomføre forprosjektet for så å la andre gjennomføre selve prosjektperioden. Evenstad Næringsutvikling vil kunne ha god kompetanse for gjennomføring og kan være en driver uten noen preferanser for geografisk beliggenhet. For reiselivet og næringslivet generelt vil det være en nøytral driver i opparbeidelsen av prosjektet.

## SYNLIGGJØRING AV RINGVIRKNINGER

Formålet for prosjektet i sin helhet er ikke definert i forstudien, men det ligger en underforstått oppfatning i fra prosjektbeskrivelsen av at ringvirkninger, i tillegg til utvikling av reiselivet, er utgangspunktet for kommunens initiativ til prosjektet. Det vil for det offentlige være viktig som premisse for at det skal være aktuelt for det offentlige fremover å engasjere seg, hvor det er essensielt å kunne synliggjøre det lokale potensialet ved videreføring av prosjektet. Det er selvfølgelig vanskelig å si konkret hvordan dette faller ut, men med bruk av moderate tall som er kjent gjennom forskning og statistikk knyttet til antall overnattinger og hytter, er det gode forutsetninger for å gi uttrykk for et urealisert potensial i markedet. Det vil i denne sammenhengen knytte seg til å få flere til å stoppe / være lengre på hytta og bruke mer tid i kommune for at det skal kunne legge igjen mer penger i lokalmiljøet. Men også samtidig kunne bidra positivt som et tilbud til kommunens egne beboere. For lokalsamfunnet er det interessant å se på hva slags ringvirkninger som oppstår i kjølvannet av økt turisme. Bygde-Norge sliter med fraflytting, og hovedgrunnen til dette er mangel på sysselsetting og identitetsfølelse til hjembygda. Økt tilgang på turister til et område vil hjelpe med å opprettholde gamle arbeidsplasser samtidig som at det kan skape nye.

Ringvirkningene omfatter med andre ord en bredere verdiskaping enn bare den bedriftsøkonomiske siden. Det vil også omfatte sosiale, kulturelle og miljømessig verdiskaping for lokalsamfunnet. Ved utvikling av tilrettelegging og aktiviteter vil disse også gi lokalbefolkningen et større tilbud. I følge rapporten Verdiskapningsprogrammet på kulturminneområdet 2006–2010 fra Riksantikvaren omfatter er en bredere verdiskaping mer enn bare bedriftsøkonomiske verdier;

- Miljømessig verdiskaping
- Sosial verdiskaping
- Kulturell verdiskaping
- Økonomisk verdiskaping

En bredere verdiskaping omfatter dermed også ringvirkninger som attraktivitet, tilflytning, bolyst etc. i tillegg til innovasjon og merkevarebygging. Innovasjon Norge har presentert noen prinsipper for bærekraftig utvikling av reiselivet i Norge. Disse er basert på tre hovedtemaer; Bevaring av natur, kultur og miljø – Styrking av sosiale verdier – Økonomisk levedyktighet.

### Bevaring av natur, kultur og miljø - miljømessig og kulturell verdiskaping

Kulturmiljøer og kulturminner er en viktig ressurs og har verdi for lokalsamfunnet ved at det kan skape forankring, engasjement og glede. Stor interesse for historielag, frivillige organisasjoner og arrangementer med fokus på stedenes kulturarv viser at kulturminner og kulturmiljøer vekker engasjement i lokalsamfunnet. Slike arrangementer og aktivitet rundt stedets kulturhistorie er med på å skape en positiv bevissthet rundt dette, som igjen kan bidra til å øke lokalbefolkningens tilhørighet til stedet. I tillegg til at aktivitet rundt kulturminner skaper glede, engasjement og tilhørighet i et lokalsamfunn, er denne aktiviteten med på å bevare dem. Det å formidle verdien som kulturminner og kulturminner representerer, betyr mye for arbeidet for å bygge opp et godt forhold til kulturarv og følelse av egen identitet. Håndverk, kunnskap, tro og tradisjoner er også kulturminner, som er like viktige å ivareta som fysiske kulturminner. For at disse skal ivaretas, må fokuset på dem økes gjennom formidling og kurs. Ved å skape en arena hvor slike aktiviteter gjennomføres, vil bevaring av kulturminner være en ringvirkning av dette.

Bevaring av natur og naturmiljø er også en ringvirkning som kommer av økt bevissthet og kunnskap om sjeldne eller truede arter av flora og fauna.

## Styrking av sosiale verdier – sosial verdiskapning

### Styrking av sosiale verdier – sosial verdiskapning

En form for ringvirkninger av aktivitet rundt natur og kultur i lokalsamfunnet er bevisstgjøring som styrker identitetsfølelsen. Ifølge Distriktskommisjonens utredning Livskraftige distrikter og Regioner (2004) er ikke nødvendigvis tilgjengelige arbeidsplasser alene avgjørende for valg av bosted. Det er like viktig med valg av identitet og livsstil for at folk skal bli boende på et sted. Er jobbmulighetene like store på ulike steder, er det andre faktorer som vektlegges i valg av bosted. Både menn og kvinner velger først og fremst ut fra bomiljø og standard på bolig, og deretter hensyn til venner. I tillegg vektlegger menn tilgang på natur og friluftsliv mens kvinner vektlegger kort avstand til hjemsted og nærhet til slekt. Dette gjør at samarbeidet mellom offentlig sektor, næringsliv og frivillig sektor er spesielt viktig i distriktene for å opprettholde stedets attraktivitet og skape et positivt bilde av Bygde-Norge som bidrar til identitet og identifisering hvor både modernitet og tradisjonelle fortrinn inngår.

Ifølge Fjørtoft og Reitens rapport Barn og unges relasjoner til natur og friluftsliv er natur og friluftsliv en viktig faktor i barn og unges oppvekst, tilhørighet og for bygging av identitet, bedre sosialt miljø, naturkontakt, kreativ lek, økt kroppsbeherskelse og mestring av fysiske omgivelser. Det er derfor viktig å introdusere barn og unge for et aktivt forhold til natur friluftsliv tidlig for at de skal kunne utvikle seg best mulig fysisk og sosialt og kunne komme tilbake til det som voksne.

Naturen og friluftslivet spiller en stor rolle innenfor eldreomsorgen som møtested og fysisk aktivitet som fører til økt trivsel og livskvalitet. Det å være i naturen bringer frem gamle minner om gode opplevelser med andre og bruk av naturen samtidig som det skaper nye Risdal (2007). Samtidig er eldre en ressurs som kan benyttes til å videreføre kunnskap, historier og håndverk som står i fare for å bli tapt for kommende generasjoner. I forhold til omsorgsarbeidet med fysisk og psykisk utviklingshemmede har natur og friluftsliv en positiv effekt i form av frisk luft og vakre omgivelser som virker stressreducerende og styrker brukerne både fysisk og psykisk. Samtidig opplever brukerne personlig vekst gjennom samvær, samarbeid og mestring. Friluftaktiviteter bidrar også til sosialisering og inkludering i samfunnet og nærmiljøet.

## Økonomisk levedyktighet – økonomisk verdiskapning

Petter Dybedal (2005) omtaler virkingene av sysselsetting som direkte og indirekte, hvor direkte sysselsetting oppstår når besøkende for eksempel kjøper servering eller overnatting fra reiselivsbedrifter, handler i lokal matvarehandel eller besøker lokale severdigheter eller arrangementer. Indirekte virkninger av sysselsetting oppstår når reiselivsbedrifter og andre bedrifter handler varer og tjenester lokalt og regionalt, når ansatte hos reiselivsbedrifter bruker av lønn til innkjøp hos lokale bedrifter og når bedriftene bruker lokal arbeidskraft eller handler hos lokale bygg- og anleggsentreprenører når de skal utvide eller etablere nye reiselivsbedrifter.

Som det vises til i prosjektbeskrivelsen er det gjennom analyser av samfunnsøkonomiske effekter i natur og kulturisme presentert tall som viser hvor mye turister som besøker landet legger igjen pr dag. Dette varierer noe fra kr 450–2000,- med et gjennomsnitt på kr 620,- pr dag pr person til overnatting, mat, aktiviteter og annet. Det vil sannsynligvis være flere ulike faktorer som synliggjør denne variasjonen, men sesong, geografisk beliggenhet og områdets tilrettelegging vil være betydningsfulle.

For å kunne gi noen forholdstall tilknyttet et urealisert potensial ved økt tid brukt i regionen vil det også være aktuelt å se på det økte økonomiske bidraget det vil være om de som har hytte benyttet denne mer. Med bakgrunn i at det pr. i dag er ca. 2300 hytter og fritidseiendommer i kommunen og i

forhold til antall personer på hytta vil man kunne gi noen tall som et utgangspunkt for hvor mange personer det potensielt dreier seg om i forhold til eksisterende hytter. Ut fra hytteundersøkelsen gjennomført av Østlandsforskning i 2003 er det noe variasjon i gjennomsnitt for hvor mange som er på hytta samtidig som varierer mellom 2,8–4 og noe høyere for fritidseiendommer. Med et forsiktig utgangspunkt her også kan man bruke 2,8. Med 6440 ( $2300 * 2,8$ ) vil dette være antall personer som kan realiseres i forhold til hytter/fritidsbebyggelse. Om disse brukte en dag ekstra på hytta hvert år vil det være et realiserbart potensial for økte inntjeningsmuligheter.

Det har vist seg vanskelig å gi noen gode analyser for å se de lokaløkonomiske konsekvensene i forhold til hytteeiere. Det er spesielt å kunne gi gode estimater på forbruk, som har vist seg å være svært sammensatt og med store variasjoner, da spesielt hva som legges igjen lokalt. Mange av undersøkelsene viser til store variasjoner og det brukes forskjellige målingsmodeller for forbruk og hva som legges igjen lokalt. Undersøkelser i Sigdal og Krødsherad viste et årlig forbruk pr hytte på 16.000–18.000 (Sigdal) og 21.000–30.000 (Krødsherad). Samtidig viser andre undersøkelser til forbruk pr.pers / pr. dag. Derfor vil det ikke være riktig her å sammenstille tall for hvor mye som legges igjen pr. dag i forhold til hytter og fritidseiendommer i Stor-Elvdal uten ytterligere analyser og undersøkelser. Det er tidligere gjennomført en forbruksundersøkelse ovenfor hytteeiere i Stor-Elvdal hvor det også er presentert gjennomsnittstall og som viser store beløp knyttet opp mot hva som legges igjen lokalt. Men det er tydelig at potensialet basert på både hytteeiere og gjennomreisende turister er betydelig. Med andre ord er det vanskelig å tallfeste ringvirkninger uten en mer omfattende økonomisk utredning, men dimensjonen i det økonomiske potensialet er stor med et betydelig potensial for økte ringvirkninger.

I denne fremstillingen er det ikke gjort til kjenne den markedsgevinsten det vil være å få en større aktivitetsfrekvens og bedre tilrettelegging. Det vil også her kunne være urealiserte potensialer i forhold til f. eks. utvikling av hytter og at det kan øke markedsprisen ved å heve tilfredsheten blant eksisterende hyttefolk. Samt den lokaløkonomiske effekten av investering i tilknytning til utbygging av nye hytter.

\*

Økt turisme og aktiviteter rundt natur og kultur vil ha positive ringvirkninger for trivsel, identitetsfølelse og arbeidsplasser hos lokalbefolkningen i forskjellige aldre samtidig som det bidrar til vern og bruk av naturen og kulturen i nærområdet på en bærekraftig måte. Men for å synliggjøre ringvirkninger vil det være et aspekt i hvilken grad man klarer å opprettholde dagens aktivitet. Det finnes flere eksempler på aktører som ikke direkte har tilknytning til reiselivet men som i dag er avhengig av den omsetningen som reiselivet indirekte skaper. Her kan nevnes lokalbutikker som ikke uten reiselivet og de aktivitetene som det gir vil kunne ha god nok omsetninger til å overleve. Det kan også gi konsekvenser om man ikke møter den trenden som Hedmark har vist gjennom de siste års nedgang i antall overnattinger. Pr i dag bruker mange regioner betydelige midler for å møte konkurransen om kundene og tilrettelegger for økte aktivitetstilbud. Dette er en sammensatt utfordring, men som kan være viktig i en samfunnsmessig vurdering av ikke bare tilrettelegge for økt vekst, men også hvordan man velger å møte kundenes etterspørsel i en av verdens mest økende bransje.

Det har i de siste årene har vært en nedgang i antall kommersielle overnattinger i Hedmark, men det har vært vanskelig å finne data som bekrefter dette bilde i Stor-Elvdal. Dog er det lyspunkter; noen aktører kan vise til en sterk oppadgående trend i forhold til etterspørsel av aktiviteter. Fiskspot som i dag er lokalisert på Tynset, og som markedsfører fiske rundt om i Hedmark, kan vise til en formidabel økning de siste årene, og blir sett på som en betydelig markedsutvikler i de områdene de opererer. Dette er et godt eksempel på tilrettelegging som skaper økt lønnsomhet gjennom god koordinering og målstyrte prosesser for deltagerne.



## VIDEREFØRING OG FINANSIERING

I denne siste delen av forstudien er det utarbeidet en modell for hvordan det foreslås å gjennomføre et forprosjekt som leder frem til et beslutningspunkt for selv prosjektfasen. Forprosjektet er tenkt som en sammenstilling av alle de faktorer som man mener bør være med i prosjektet og som er bearbeidet slik at når forprosjektet er gjennomført og evt. besluttet videreført inn i selve prosjektperioden skal være tilrettelagt slik at man skal kunne «trykke på knappen» for igangsettelse av prosjektperioden. Samtidig er det viktig at man i videreføringen har en dynamisk prosess, hvor det er rom for endringer underveis, men at den overordnede målsetningen om å få etablert aktivitetstilbud basert på kultur og naturressurser i regionen ligger fast. Det innbefatter at det er gjennomført grunnleggende markedsanalyser, gjennomførte organiseringer/eierforhold for videre drift og beskrevet konkrete arbeidsfelt for prosjektet gjennom en prosjektplan med en videre finansieringsmodell.

### Markedsinformasjon

I et forprosjekt vil det være behov for å få gjennomført en større kartlegging av ressursene som finnes i dag og behovene til kundene. I følge Innovasjon Norges markedsundersøkelse gjennomført av Synovate Norge er 85 % av Norges voksne befolkning interessert i naturbaserte reiser. Dette er ikke uventet men tilkjennegir at svært mange nordmenn vil ha glede av å feriere i sitt eget land. Når markedsgrunnlaget er så stort som det vises til er det klart at det finnes utallige segmenter innenfor en så stor gruppe. Ikke alle vil være i målgruppen for dette prosjektet og det er viktig å kunne se markedsgrunnlaget som faller inn under de ressurser som finnes i Stor-Elvdal. Her må man se dette i forhold til det eksisterende tilbudet og hvordan man videre kan styre utviklingen i forhold til etterspørselen lokalt. Dette vil kunne gjennomføres som en markedsundersøkelse blant gjennomreisende turister, eksisterende hyttefolk, kunder tilknyttet de ulike aktørene og boende i kommunen. Markedsinformasjonen vil gi grunnlag for å kunne sammenstille ønsker og behov med eksisterende aktiviteter og hvilke som bør utvikles for å møte etterspørselen. Kort sagt hvilke aktiviteter og tilbud eksisterer i dag – hvilke etterspørres – hvilke kan utvikles for å møte etterspørselen. I tillegg vil det kunne gi et utgangspunkt ved prosjektstart som man senere i prosjektet kan korrigere seg etter og som gir mulighet for å måle deler av utviklingen i prosjektet.

### Organisering

Som både ledd i innhenting av informasjon som ressursgrunnlag med forskjellige aktører må det tidlig i forprosjektet kartlegges hvem som kan bidra videre i prosjektet og i hvilken grad. Blant de som er blitt intervjuet så synes det fra deres hold å være positivt innstilt for prosjektet. Det vil da også vise seg gjennom en slik kartlegging hvordan prosjektet klarer å engasjere andre til å delta. Her vil det selvfølgelig være viktig å få med seg aktører som ikke direkte har utbytte av et økt aktivitetstilbud. Gjennom gode løsninger for den enkelte må prosjektet være med å åpne muligheten til at andre bransjer enn reiselivet kan bidra og høste av å samarbeide. Forprosjektet må i tillegg til å organisere hovedprosjektet beskrive en endelig organisering etter endt prosjektperiode.

Slik prosjektet har vært organisert frem til nå er kommunen alene styrende for prosjektet som helhet. Når man går inn i et forprosjekt vil valg av fremtidig prosjekt eier(e) og driver være selvsagte deltagere i en styringsgruppe for prosjektperioden. Samtidig bør styringsgruppa inkludere representanter fra andre deltagere i prosjektet. Derfor er det viktig tidlig i forprosjektet få en oversikt over aktuelle deltagere slik at styringsgruppa kan representere en bredde av aktører tilknyttet

prosjektet. Den skal i utgangspunktet ikke selv delta i gjennomføringen av prosjektet, men nedsette formål og konkrete målsetninger med prosjektet. Samtidig som den sammen med driver justerer og legger premissene fremover i prosjektfasen.

## Prosjektplan

Forprosjektet må konkretisere en prosjektplan med formål og mål med prosjektet. Denne bør inneholde prosjektbeskrivelse med en milepælsplan som en oversiktsplanlegging med ulike delmål. Den utarbeides med kontrollerbare mål hvor milepæler kan sees på som beslutningspunkter / oppnådde delmål. Videre bør det utarbeides mer detaljerte aktivitetsplaner for de ulike milepælene. Prosjektplanen må sammenstille innhentet markedsinformasjon og gjennomføre ulike markedsanalyser som interessent analyse, usikkerhetsanalyse, SWOT analyse. De ulike grunnlagene er viktige for å oppnå en målstyrt prosjektplan.

Finansielt er det ikke i dag noen annen aktør enn kommunen som peker seg ut som finansiell kilde til å gjennomføre et forprosjekt. Men ut i fra de beskrivelsene som regjeringen beskriver i den nye reiselivsstrategien ligger det gode forutsetninger i prosjektet for økonomisk støtte hos Innovasjon Norge, og ulike støtteordninger i regi av Fylkesmannen. For å komme videre i prosjektet fra forstudien vil det være mest nærliggende at kommunen stiller økonomiske midler til forprosjektet. Men det er viktig at det i de videre fasene initieres søknadsprosesser på et tidlig tidspunkt for så raskt som mulig få de økonomiske rammene på plass.

## Modell for forprosjekt

Aktivitet	Hensikt	Kostnad
<b>Markeds informasjon</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Hente inn eksisterende bakgrunnsinformasjon i forhold til lokale forhold</li> <li>Gjennomføre markedsundersøkelse lokalt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>For å kunne tilrettelegge prosjektet basert på lokale ressurser</li> <li>Få kunnskap om hvilke aktiviteter som etterspørres blant eks. hyttebefolkning gjennomreisende turister evt. andre grupper.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>30.000,-</li> <li>50.000,-</li> </ul>
<b>Organisering av prosjektet</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Kontakt med aktuelle aktører/samarbeidspartnere</li> <li>Konstituering av prosjektets eier(e)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Få oversikt over hvem og i hvilken grad ulike aktører kan bidra og engasjere seg i prosjektet</li> <li>Sette sammen prosjektets styringsgruppe som kan videreføre forprosjektet inn prosjektperioden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>40.000,-</li> <li>20.000,-</li> </ul>
<b>Prosjektplan</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Utarbeide en konkret arbeidsplan med aktiviteter for prosjektet</li> <li>Finansiering</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Synliggjøre de enkelte arbeidsoppgavene i prosjektet med konkrete arbeidsfelt. Vise til aktiviteter, målsetninger, hvordan måle målsetningene, milepælsplan for fremdriften..</li> <li>Vist en finansieringsmodell og gjennomført søknader om støtte fra aktuelle instanser.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>40.000,-</li> <li>20.000,-</li> </ul>
Totalt		200.000,-

# LITTERATURLISTE

- Dybedal, P. (2005). *Ringvirkninger av reiseliv i Buskerud, Telemark og Vestfold*. Transportøkonomisk Institutt.
- Fjørtoft, I. & Reiten, T. (2003). *Barn og unges relasjoner til natur og friluftsliv- En kunnskapsoversikt*. (HiT skrift nr 10/ 2003). Høgskolen i Telemark.
- Grefsrud, R. (2003). *Lokaløkonomiske effekter og muligheter av fritidshus*. Østlandsforskning.
- Grønolen, G. (2009). *Gards- og stølsturisme i Valdres i 2009*. Fylkesmannen i Oppland, Landbruksavdelinga.
- Håkon K. Ingelsrud, M.H. Berntsen, W. (2009). *Optima Norge 2009 – Hovedfunn*. (For: Innovasjon Norge). Synovate Research Reinvented.  
<http://www.innovasjonnorge.no/Documents/Reiseliv%20-%20markedsdata/Optima%20Norge%20Hovedrapport.pdf?epslanguage=no>
- Kommunal og regionaldepartementet. (2004). *Livskraftige distrikter og Regioner – Rammer for en helhetlig og geografisk tilpasset politikk*. (NOU 2004:19) Oslo: Departementet.
- Kommunal og Regionaldepartementet. (2013, mars). *Ta heile Norge i bruk*. (St. Meld. Nr. 13 (2012-2013) Oslo: Departementet.
- Ljøstad, A.E. (2009). *Fra kulturminner til levende historie - Strategisk plan for Arendal kommune 2010-14*. Arendal Kommune.
- Madsen, K. (2008). *Friluftsliv for alle – en eksempelsamling*. 4H Norge.
- Miljøverndepartementet. (2001). *Fortid former framtid – Utfordringer i en ny kulturminnepolitikk*. (NOU 2002:1) Oslo: Departementet.
- Miljøverndepartementet (2001, april). *Friluftsliv- Ein veg til høgare livskvalitet*. (St. Meld. Nr. 39 2000- 2001). Oslo: Departementet.
- Nærings og handelsdepartementet. (2012). *Destinasjon Norge, Nasjonal strategi for reiselivsnæringen* (Regjeringens reiselivsstrategi).
- Riksantikvaren (2011). *Kulturminner i bruk verdi, vekst og vern – Verdiskapingsprogrammet på kulturminneområdet 2006–2010*. Miljøverndepartementet – Riksantikvaren.
- Risdal, G. H. (2007). *Naturkontakt og uteliv i eldreomsorgen, – luksus eller selvfølge? -Sansehagers betydning for gamle i sykehjem*. Universitetet i Oslo.
- Velvin, J. (s.a.). *Hyttebasert reiseliv, hvordan øke brukstid og lokale inntekter*. Høgskolen i Buskerud.

# VEDLEGG

## Prosjektbeskrivelse: Opplevelsesaktiviteter i Stor-Elvdal

### Bakgrunn:

Reiseliv er verdens største og raskest voksende næring. I Norge er reiseliv den tredje største eksportnæring og trenden viser at etterspørselen etter kultur- og naturbaserte aktiviteter øker. Norske og internasjonale undersøkelser peker på at morgendagens turist i takt med økende velstand og helse er eldre enn dagens turister, men også sprekere. En større andel enn tidligere etterspør reisemål og turer hvor hovedtema er kultur og natur. Velstanden som de senere år har gjort innbyggerne i den vestlige verden i stand til å reise oftere og lengre, har også ført med seg en klarere vilje og evne til å besøke fjerne og eksotiske reisemål og opplevelser. Tradisjonelle aktiviteter og formidlingsplasser hvor passiv opplevelse, er hovedfokus, er ikke lengre nok til å innfri et ønske om å skape genuint og eksotisk innhold i en feriereise. «Levende» museer og aktiv deltakelse, hvor den besøkende kan ta del i livet på en sæter, eller hjelpe smeden med å smi en ny kniv, delta på viltsafari eller andre naturbaserte aktiviteter er områder som i større grad trekker til seg dagens turister. Ønsket om å lære, forstå og oppleve på kroppen viser seg i flere undersøkelser å være viktige motiver for dagens turister ved valg av feriereise og -sted.

Samfunnsøkonomisk er vi i dag vitne til en forskyvning av verdiskapningen fra produksjon til service- og underholdningsbransjer. Dette er en trend som blir forståelig når det kan vises til at reiselivsnæringen er den raskest voksende næring i verden. Mange «nye» næringer blir i dag til uten annet produkt enn opplevelse.

Det drives i øyeblikket mye forskning på denne nye økonomien og dens betydning for samfunnsøkonomien og -utviklingen. Analyser av tema-, opplevelsesparker og museer viser at tilrettelegging og aktivitetsform har stor betydning for nivået på økonomiske ringvirkninger. Tiden som gjennomsnittlig brukes pr besøk har direkte betydning for størrelsen på lokale effekter. Det er vist at besøkstid på enkeltaktiviteter for en familie i gjennomsnitt ligger i mellom 1 og 3 timer. Årsaken til at besøkstid er viktig henger sammen med at etterspørselen etter kost, logi og andre vare og tjenester ved lengre opphold blir øker.

Analyser av samfunnsøkonomiske effekter av natur og kulturturisme, blant annet Tøbbe 2007 (Visit Denmark analyseavdelingen) og Phd arbeidet til Mehmet Mahmetoglu «Naturbasert turisme» fra 2006 og i tillegg i transportøkonomisk institutts rapport 941/2008 om utenlandske turistenes forbruk på feriereise i Norge, vil en kunne se at turister som besøker landet legger igjen fra kr 450–2000,- med et gjennomsnitt på kr 620,- pr dag pr person til overnatting, mat, aktiviteter og annet.

Ovenstående forskning og erfaring tyder på at et besøkssted som klarer å fange den besøkendes interesse i mer enn 3–4 timer vil ha større mulighet for å skape høyere inntekter i lokalmiljøet.

## Mål og organisering

### Formål

Etablerer et aktivitetstilbud til turister og fastboende med utgangspunkt i regionens natur- og kulturressurser. Gjennom samarbeid mellom flere aktører skal aktivitetene tilbys til faste tider gjennom turistsesongen og i en prisklasse som er tilgjengelig for flesteparten av områdets turister. Samarbeide mellom de aktører i lokalsamfunnet som har gagn av ringvirkningene av aktive turister. Fellesskapet eier aktivitetstjenesten og benytter selv eller leier ut til arrangementer, tilstelninger eller kjører egne aktiviteter i perioder av året hvor det tradisjonelt er mange turister i regionen. Tjenesten driftes av en person som også har ansvar for koordinering og gjennomføring av aktivitetene. Omfang og varighet vil avhenge av samarbeidspartnerne behov og økonomi.

### Fremdrift

En ønsker med denne starten å etablere et forløp hvor en jobber i faser. Dette for å få til beslutningspunkter og faser. Disse faser og punkter er tenkt å være viktige beslutningspunkter i forhold til å vurdere nytten av videreføring. Dvs at en i denne arbeidsformen har flere muligheter for å bestemme om prosjektet skal videreføres eller avsluttes. På denne måten vil en oppnå en god ressursutnyttelse i forhold til tradisjonelle utviklingsprosjekter.

Første fasen, som dette skriv omhandler, er en type forstudie som skal gi nødvendige svar på potensial, fremtidige samarbeid og en tidlig synliggjøring av aktuelle aktiviteter og tiltak i senere faser. I tillegg skal det presenteres et kostnadsoverslag på videreføring, samt forslag til videre finansiering.

Oppbyggingen av hele forløpet kan systematiseres slik;

### Forstudie

mulighetsavklaring, tydeliggjøre potensialet i prosjektet, innledende samtaler med fremtidige samarbeidspartnere, beskrivelse av forprosjekt

### Forprosjekt

konkretisere og avgrense arbeidsfelt, organisering, eierforhold og i tillegg prioriterer tiltak og aktiviteter. Prosjektbeskrivelse og finansieringsplan

### Prosjekt

På bakgrunn av analyser utvikles en aktivitetsportefølje, jobbe frem endelig organiserings- og eierskapsmodell, klargjøre for driftsfasen. Implementeres og supplerer eksisterende aktiviteter og arrangementer.

### Drift

Prosjektet går over i driftsfasen hvor opplegget er økonomisk uavhengig av støtte fra andre enn samarbeidende parter.

Som avslutning på hver av fasene gjøres det en evaluering av resultatene og på bakgrunn av dette bestemmes det om neste fase skal i gangsettes.

## Målgruppe

- Reiseliv
  - o Reiselivsbedrifter
  - o Turoperatører
  - o Overnattingsbedrifter
- Turister på eksisterende reisemål i regionen
- Turister på gjennomreise
- Kommunens beboere
  - o Hyttebeboere
  - o Fastboende

## Samarbeidspartnere

Mulige:

Stor-Elvdal kommunen, Handelsstanden, Stor-Elvdal næringsforening, enkeltaktører innen reiselivsnæringen, Harrfestivalen, SEG, Glomma Fiskeforening, kaupangrmarkt'n og selvfølgelig grunneiere i kommunen.

## Organisering og økonomi

Organisering

Prosjektansvarlig (PA)                      Nærings sjef Stor-Elvdal kommune, Trond Øverland

Prosjektleder (PL)                        Evenstad Næringsutvikling – (evt andre?)

## Omfang og avgrensning

Omfang

Forstudie som skal avdekke behovet og mulighetene i Stor-Elvdal for en slik satsing, basert på regionens natur- og kulturressurser

Hovedfokus:

- Behovsavklaring
- Analyse av forskjellige organiserings alternativer og eierskaps- konstellasjoner.
- Synliggjøre ringvirkningene i forhold til handelsstanden, reiselivet og kommunen som helhet
- Synliggjøre mulighetene for å engasjere eller på annen måte knytte til seg en «driver» i videreføring av tiltaket
- Se på mulighetene for ekstern finansiering av prosjektets neste faser.

