

Forskningsrapport nr. 142 / 2010
Research report no. 142 / 2010

**Om den raskt avtakende
konkurranskraft i norsk reiseliv.**
En produksjonsteoretisk analyse.

Sondre Svalastog



**Høgskolen
i Lillehammer**

Lillehammer University College • hil.no

Kr. 120,-

ISSN 0806-8348

ISBN 82-7184-336-2

Alle synspunkter står for forfatterne sin regning. De må ikke tolkes som uttrykk for oppfatninger som kan tillegges Høgskolen i Lillehammer. Denne artikkel kan ikke reproduseres - helt eller delvis - ved trykking, fotokopiering eller på annen måte uten tillatelse fra forfatteren.

Any views expressed in this article are those of the authors. They should not be interpreted as reflecting the views of Lillehammer University College. This article may not be reprinted in part or in full without the permission of the author.

SAMMENDRAG

Pedagogiske hensyn har bestemt måten stoffet presenteres på. Analysen skulle gi et overgripende bilde, og støttes opp med forklaringer og kommentarer på en slik måte at fremstillingen formidlet en gjennomarbeidet, men lett fattbar virkelighetsforståelse. Nøkkelreferansene som har blitt brukt i rapporten gir inngang til mer omfattende og detaljert redegjørelse for data, modeller, hypoteser og teori som det hele er fundert på. Framstillingen kan etterprøves på samtlige områder.

Rapporten legger hovedvekten på å vise hvordan konkurransekraften i norsk reiseliv har utviklet seg fra 1950 og fram til i dag, og skape en visuell lett forståelig kopling mellom endringer i lønns- og kostnadsnivå og konkurransekraft (Se Fig. 1).

Denne koplingen har det vært viktig å få visualisert, slik at en i neste omgang lett kan kople kunnskapsutvikling mot lønns- og kostnadsnivå. Høykostland flest har en eller flere konkurranseutsatte næringer som med suksess konkurrerer internasjonalt. Avgjørende utfordringer for norsk reiseliv ville blitt lettere å drøfte og fått forståelse for, om sektoren hadde forsøkt å analysere seg fram til suksessfaktorene for annen norsk konkurranseutsatt industri.

I foreliggende arbeid har jeg ønsket å etablere indikatorer som måler relative posisjoner og endringer, og tonet ned bruken av indikatorer som bare omfatter små deler av sektoren. (Eksempelvis viser beregninger at gruppen overnatting, eksklusive servering, står for anslagsvis 20% av næringens totale verdiskapning. Av dette igjen står hotellgruppen for om lag 50%, eller 10% av næringens totale verdiskapning).

De to viktigste indikatorene som har blitt brukt i dette arbeidet for å beskrive hvordan konkurransekraften i norsk reiseliv har utviklet seg er:

1. Hvordan verdien på det norsk reiseliv eksporterer har utviklet seg i forhold til verdien på importen. Se Fig. 1; Fig. 6 og Vedlegg 2, side 11.
2. Næringens andel av verdien på det som omsettes internasjonalt. Se Fig. 3.

Norsk reiseliv var mest konkurransekraftig i perioden 1960 – 1972. Dette var perioden da Norge hadde et midlere lønns- og kostnadsnivå. Perioden var preget av betydelig effektivisering, næringen fikk stor politisk og forvaltningsmessig oppmerksomhet, og næringen hadde status blant folk i sin alminnelighet. Distriktspolitisk var næringen sentral og sysselsettingsmessig var den viktig.

Analysen dokumenter en overraskende stabil markedssituasjon. De viktigste markeder for norsk turisme i 1886 var: Storbritannia; Sverige; Tyskland; Danmark; USA. Mer enn hundre år seinere er det fortsatt de samme markedene som er de viktigste for norsk reiseliv, men ytterligere seks ”nærmarkeder” har kommet til. Se Fig. 4 og Fig. 5.

I hele perioden har frie goder, kvaliteter i norsk natur og kulturlandskap vært de dominerende årsaker til at utenlandske turister har oppsøkt Norge. Kraftutbygging, industriutslipp og store menneskelige inngrep i norsk kulturlandskap har i betydelig grad forringet opplevelsesbasis de siste hundre årene.

Strukturen på utdanning og kunnskapsproduksjon til norsk reiseliv er ineffektiv. Den er lite målrettet og leder ikke kandidater som skulle ha rekruttert sentrale posisjoner i den private delen av næringen, offentlig forvaltning og konsulenttjeneste, inn i den globale kunnskapsfronten. Se Fig. 7, kommentarene til Fig. 8 og siste delen av Memorandumet fra professor emeritus Arnljot Strømme Svendsen med støttespillere (Sidene 14 og 15).

Memorandumet avsluttes på følgende vis:

”Kunnskapsproduksjon og utdanning må omfatte hele turismesektoren. Det bør etableres et nært samspill mellom akademia og de store og sterke enhetene innen hele reiselivsnæringen: BÅDE TIL LANDS; TIL SJØS OG I LUFTEN” (Rapporten side 15).

Transportsektoren¹ står for 38% av total verdiskapning i reiselivsnæringen. Opplevelsesproduksjon 18%. (Erik W. Jacobsen, 2010). Opplevelsesproduksjonen² er vesentlig viktigere for reiselivssektoren en verdiandelen isolert skulle tilsi. Det er i opplevelsesproduksjonen at hovedtyngden av det ikke-materielle verditillegget må komme.

Emneord:

1. Konkurranseskraft: den arves ikke - den skapes. Kunnskaper er bestemmende for hva en er i stand til å få ut av de tilganger som området har, og relevante kunnskaper er avgjørende for langsiktig forvaltning og utvikling av ressursene (godene).
2. Kunnskapsproduksjon. Forskning og utdanning for den ressursbaserte delen av sektoren (den konkurransutsatte delen) må ta utgangspunkt i nasjonen/regionens/stedets komparative fortrinn.
3. Konsentrasjon i kunnskapsproduksjon og utdanning er helt avgjørende om en skal bli globalt ledende på satsingsområdene. Institusjonen (ene) må ha ressurser for grunnforskning.

Om forfatteren:

Forfatteren er utdannet som økonom med spesialisering i økonomisk geografi og planlegging (Cand. agric./Dr. oecon.) Han er dosent³ i planleggingsfag ved Høgskolen i Lillehammer, Avdeling for økonomi og organisasjonsvitenskap (ØKORG). Forskningsinnsatsen har de seinere årene vært konsentrert på temaene reiselivsplanlegging, ressurs- og produksjonsteori og bærekraftig utvikling/bærekraftig reiseliv.

Kontor: Fasttlf: +47 – 61 28 82 51; Mobiltlf: 91 52 82 80; Fax: +47 – 61 28 81 70.
E-mail: Sondre.Svalastog@hil.no
Privat: Fasttlf: +47 – 61 26 30 56

¹ Transportsektoren samles under det analyttiske begrepet infrastruktur. Dvs.: ”All forms of construction required by an inhabited area in communication with the outside world, which support and make economic development possible. It includes roads and railways, harbours and airports, as well as public utility services of water supply, drainage and sewage disposal, power supply and telecommunications. The infrastructure has to precede other development and has to be adequate to serv the needs of both residents and visitors; it is commonly provided by the public sector” (Medlik, S.; 2003, side 93)

I turismesektoren må en imidlertid bevisstgjøre seg på at en betydelig del av transportsektoren i seg selv er opplevelsesbasis. Jfr. cruise av alle slag, og ferjetilbud som ofte fungerer både som forbindelse under vegs, og korte opplevelseopphold.

² Overnattingssektoren samles under det analyttiske begrepet superstructure (direkte oversatt til norsk: overbygning). Begrepet defineres slik: ”Superstructure: all physical facilities and services specific to particular types of development as, e.g., farms to agriculture, factories to manufacturing, hotels and other short-term accommodation to tourism and hospitality. (Particular facilities and services provided for the use of tourists are sometimes also referred to as tourism infrastructure, but see under infrastructure for the accepted meaning of that term.) (Medlik, S.; 2003, side 158).

På samme måte som for cruise og fergetrafikk må en bevisstgjøre seg på det forhold at en del av overnattingssektoren også kan være en del av opplevelsesbasis og være utslagsgivende for valg av reiserute eller reisemål. Hovedregelen er likevel at overnattingssektoren er en nødvendig investering for å kunne utnytte opplevelsespotensialet i et område, eller langs ruten til slike steder.

³ Universitets- og Høgskolerådet (UHR)/The Norwegian Association of Higher Education Institutions har i sin termbase bestemt at betegnelsen dosent skal oversettes med Professor på engelsk. (<http://termbase.uhr.no>)

SUMMARY

„The rapid decline in competitiveness in the Norwegian tourist industry. A production-theoretical analysis“

Pedagogical interests have dictated the manner in which the material is presented. The intention of the analysis was to provide an overarching picture, supported by explanations and commentaries in such a way that this report communicates to the reader an understanding of reality that is worked out in detail, but at the same time is easy to grasp. The key references employed in the report offer access to a more comprehensive and detailed account of the data, models, hypotheses, and theory on which everything is based. This makes it possible to check the report in every field.

The principal emphasis of the report lies on showing how the competitiveness in the Norwegian tourist industry has developed from 1950 to the present day and on establishing a link that is easily understood in visual terms between changes in the level of wages and prices and competitiveness (see Fig. 1).

It is important to demonstrate this link visually, so that it will be easy in future to link the development of knowledge with developments in wages and prices. High-cost countries have one or more industries exposed to competition that successfully compete in the international market. It would have been easier to discuss and to win understanding for the decisive challenges facing the Norwegian tourist branch, if this sector had attempted to analyze the factors that determine success for other Norwegian industries that are exposed to competition.

In the present work, I have sought to establish indicators that measure relative positions and changes. I have reduced the use of indicators that cover only small parts of the sector. (For example, calculations show that the group of overnight stays, excluding service, amounts to approximately 20% of the total wealth creation of this industry. Of this, the hotel group accounts for ca. 50%, or 10% of the total wealth creation of this industry.)

The two most important indicators that have been used in this work to describe how the competitiveness in the Norwegian tourist industry has developed are:

- (1) How the value of what the Norwegian tourist industry exports has developed in relation to the value of what is imported. See Fig. 1; Fig. 6 and Appendix 2, page 11.
- (2) The industry's share of the value of sales on the international level. See Fig. 3.

The Norwegian tourist industry was at its most competitive in the period from 1960 to 1972. This was the period when Norway had a medium level of wages and prices. Efficiency was greatly improved in this period. The industry was the object of considerable attention on the part of politicians and the administration, and it enjoyed a high status among people in general. It played a central role in district politics in Norway, and was an important provider of jobs.

The analysis documents a surprisingly stable market situation. The most important markets for Norwegian tourism in 1886 were Great Britain, Sweden, Germany, Denmark, and the USA. More than a hundred years later, the same markets are still the most important for the Norwegian tourism industry, but they have been joined by six other markets "close at hand." See Fig. 4 and Fig. 5.

Throughout this entire period, free goods, the qualities of Norwegian nature, and the man-made environment have been the main reasons why foreign tourists have visited Norway. In the course of the last hundred years, the development of hydroelectric power, industrial waste, and large-scale human interventions in the man-made landscape in Norway have considerably reduced the basis for activity-based recreation.

The structure of education and of the production of knowledge for the Norwegian tourist industry is ineffective. It is too little oriented to goals, and candidates who ought to have secured central positions in the private part of the industry, in public administration, and in consultancy

work, have not been brought into the global frontline of knowledge. See Fig. 7, the commentaries on Fig. 8, and the last part of the Memorandum from Professor Emeritus Arnljot Strømme Svendsen and his supporters (pages 14 and 15).

The Memorandum concludes with the following words:

“The production of knowledge and education must embrace the entire tourism sector. A close collaboration must be established between the academic institutions and the large and strong units in the tourist industry as a whole: BOTH ON LAND, ON SEA, AND IN THE AIR” (Report, page 15).

The transport sector¹ accounts for 38% of the total wealth creation in the tourism industry. The production of activity-based recreation accounts for 18% (Erik W. Jacobsen, 2010). The production of activity-based recreation² is much more important for the tourism sector than would be suggested by its share in wealth creation, if that is considered on its own. It is in the production of activity-based recreation that the main emphasis of the non-material increase in value must lie.

Thematic terms:

- (1) Competitiveness. This is not inherited – it is created. Knowledge determines what one can get out of the potential a region has, and relevant knowledge is decisive for the long-term administration and development of resources (goods).
- (2) The production of knowledge. Research and training for the resource-based part of the sector (the part that is exposed to competition) must take its starting point in the comparative advantages of the nation/region/place.
- (3) Concentration in the production of knowledge and training is absolutely essential, if we are to become global leaders in these important areas. The institution(s) must possess resources for pure research.

¹ The transport sector is subsumed under the analytical concept of infrastructure, i.e.: “All forms of construction required by an inhabited area in communication with the outside world, which support and make economic development possible. It includes roads and railways, harbours and airports, as well as public utility services of water supply, drainage and sewage disposal, power supply and telecommunications. The infrastructure has to precede other development and has to be adequate to serve the needs of both residents and visitors; it is commonly provided by the public sector” (Medlik, S., 2003, page 93).

In the tourism section, however, we must be aware that a considerable part of the transport section is per se a basis for activity-based recreation – for example, cruises of all kinds and the ferries which often function both as a means of connecting two points on a journey and as a brief activity.

² The overnight sector is subsumed under the analytical concept of superstructure, which is defined as follows: “Superstructure: all physical facilities and services specific to particular types of development as, e.g., farms to agriculture, factories to manufacturing, hotels and other short-term accommodation to tourism and hospitality.

(Particular facilities and services provided for the use of tourists are sometimes also referred to as tourism infrastructure, but see under infrastructure for the accepted meaning of that term)” (Medlik, S., 2003, page 158).

Just as in the case of cruises and ferry traffic, we must be aware that a part of the overnight sector can also form part of the basis of recreation-based activity, and can play a decisive role in the choice of one’s route or of the goal of one’s journey. Nevertheless, the main rule is that the overnight sector is a necessary investment if the potential for activity-based recreation in an area (or along the routes to such places) is to be exploited.

About the author:

Sondre Svalastog is an economist specializing in geography and planning (Bachelor of Agriculture and Doctor of Economics). He is Professor of Regional Planning and Space Economy in the Faculty of Economics and Organization Sciences at Lillehammer University College. His research work in recent years has concentrated on the themes of resource and production theory, qualitative analyses of products, and sustainable development/sustainable tourism.

Office: Phone +47 – 61 28 82 51; Cellphone: 91 52 80 8;

Fax: +47 – 61 28 81 70.

E-mail: Sondre.Svalastog@hil.no

Residence: Phone: + 47 – 61 26 30 56

FORORD

Som næring er reiseliv en økonomisk aktivitet – eller med andre ord: *produksjon*. Sektoren formes derfor av de samme økonomiske lovmessigheter som andre næringer.

Produksjonsmessig er reiseliv sammensatt av en skjermet del, og en konkurranseutsatt del. I den skjermede delen inngår all yrkes- og lokalt betinget etterspørsel. Den konkurranseutsatte produksjonen er knyttet til den fritidsbetingede etterspørsel (Geografifagets begrep er: ressursbasert reiseliv). Det er i den konkurranseutsatte delen av sektoren en kan påvirke volumet og oppnå større markedsandeler om en er dyktig, eller tape markedsandeler om en ikke er i stand til å opprettholde, eller øke konkurransekraften i næringen.

Grovt utpenslet lokaliseres den skjermede produksjonene hos oss til byer, industristeder og trafikkknutepunkt, mens den konkurranseutsatte delen er distriktsorientert. Den relativt beskjedne volumvekst som den konkurranseutsatte delen av norsk reiseliv har hatt, er knyttet til kvaliteter i norsk natur og kulturlandskap (*frie goder*).

Fraværet av økonomisk modelltenkning og analyse er påfallende, og fremstår som den ene av to sentrale forklaringer på at dagens retorikk om norsk reiseliv har blitt så virkelighetsfjern og uten evne til å vise veg framover.

Kompetanse til å *forstå, forvalte og videreutvikle* naturgrunnlagsfeltet og kulturlandskapet er fraværende innenfor norsk reiseliv i dag. Dette medfører også at sektoren er uten kontakter og samhandling til de fagmiljøer som forvalter og kvalifiserer folk til å arbeide med disse attraksjonene.

Norsk reiseliv har konsentrert innsatsen til siste leddet i produksjonskjeden (hovedsakelig: markedsføring, administrasjon, finansiering og ledelse, samt fagsjargong), men dette leddet har beskjeden innflytelse på *kvalitet og markedstilpasning*, og derigjennom næringens *konkurransekraft*.

Statistisk sentralbyrå har vært enestående imøtekomende, og uten datagrunnlaget derfra hadde det vært umulig å gjennomføre analysen. De medvirkende har vært: Seniorrådgiver Tore Halvorsen og Rådgiver Anne-Mari Auno, begge Seksjon for nasjonalregnskap; Seniorrådgiver Tom Granseth, Seksjon for transport-, reiselivs- og IKT-statiastikk; Rådgiver Knut Linnerud, Seksjon for prisstatistikk og Seniorrådgiver Jan-Erik Lystad, Seksjon for regnskapsstatistikk. (Tilsvarende data for Sveits og Hellas har også blitt levert.) Stor takk for innsatsen.

Den sveitsiske geografen Peter Rudolf Vonlanthen har i dette arbeidet vært en svært utfordrende diskusjonspartner, og han har assistert meg ved utarbeidelsen av flere av figurene. Jeg er svært takknemlig for innsatsen.

Lillehammer, juli 2010.

Sondre Svalastog
cand. agric./dr. oecon.

Sondre.Svalastog@hil.no Tel. kontor: 61 28 82 51. Mobil.: 91 52 82 80. Fax.: 61 28 81 70

INNHALDSFORTEGNELSE

*”Unless we consciously work towards quality,
we may achieve only substandard recreation for
everyone - guaranteed mediocrity - - -“*
(J. Alan Wagar, 1966)

Analysen Part I:

Sondre Svalastog

Om konkurransekraften i norsk reiseliv	side	2
Nordmenn og utlendinger på norske hoteller	”	3
Norges andel av verdens reiselivseksport	”	4
De seks store utenlandsmarkedene for norsk reiseliv historisk	”	5
De seks nye markedene for norsk reiseliv	”	6
Utvalgte nasjoners import- eller eksportoverskudd	”	7
Veien fram til den internasjonale kunnskapsfronten	”	8
Det som kan forandre utviklingen i norsk reiseliv	”	9
Vedlegg 1: Produksjonsbasis - frie goder og råvarer	”	10
Vedlegg 2: Eksport- og importtallene for norsk reiseliv	”	11

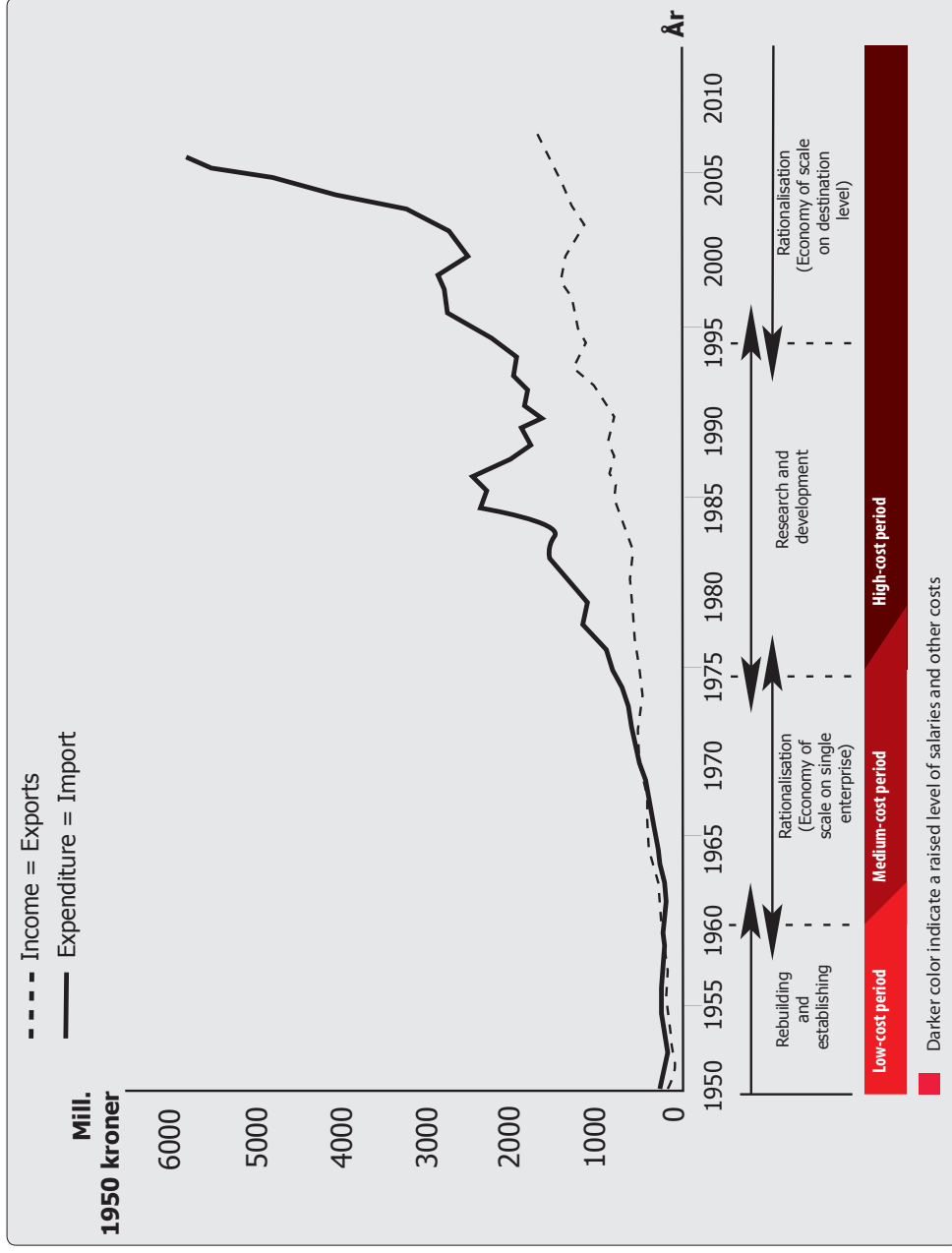
Konklusjoner Part II:

Arnljot Strømme Svendsen (red.).

Pionertiden for norsk turisme	”	13
70-tallet bød på nye og uventede utfordringer	”	14
Til analysen	”	14-15
Felles referanser	”	16

Analysen part I

Fig. 1: Om konkurransekraften i norsk reiseliv



Evnen til å konkurrere i markedet brukes her som indikator på sektorens konkurransekraft.

Ekspert og importtallene for sektoren gir derfor uttrykk for hva utlendingene velger (norske tilbud eller andre, og i hvilken grad nordmenn velger, eller velger bort norske alternativer.*

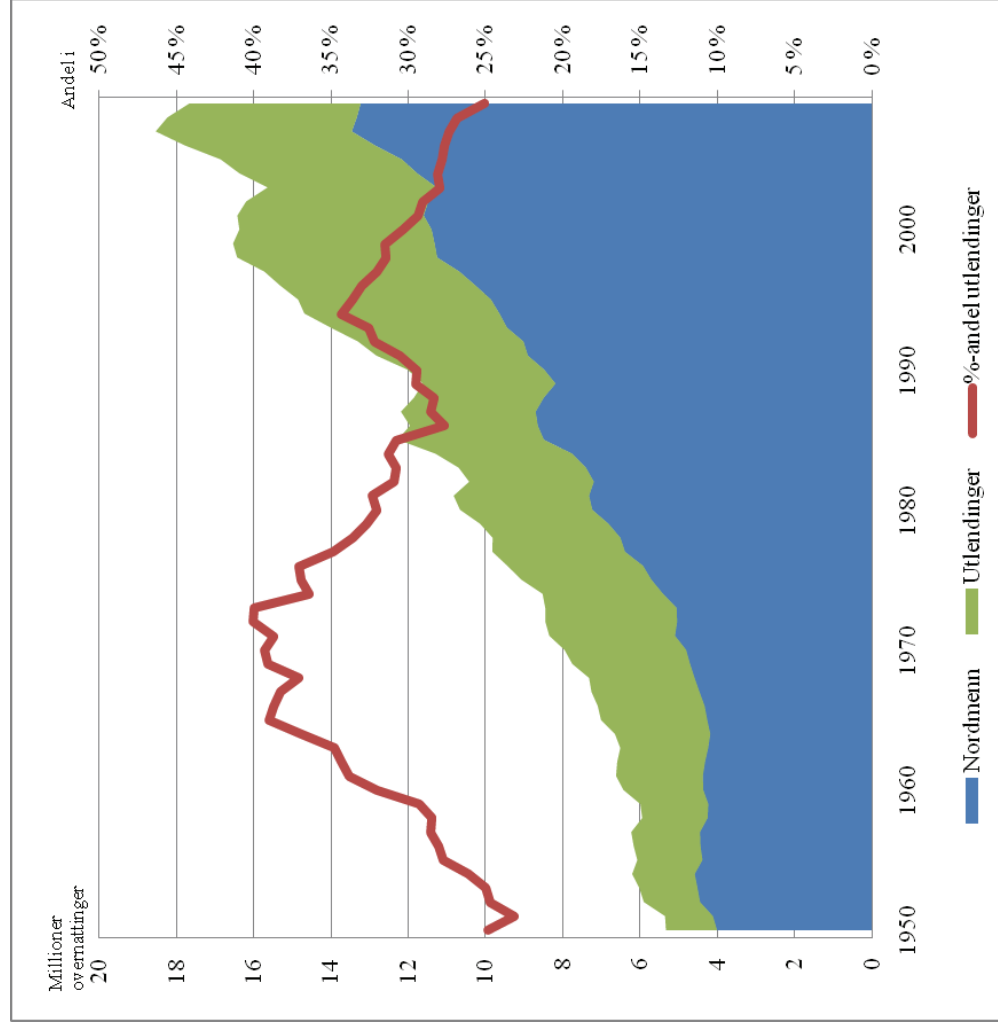
(For definisjon av “competitiveness” se: Black, J.: “A Dictionary of Economics” (2nd edn.), Oxford etc., 2003: Oxford University Press.

(Merk: Eksport- og importtallene er sumtall for konkurranseutsatt produksjon + skjermet produksjon. Veksten i den skjermede delen har vært større enn veksten i den konkurranseutsatte)

Bearbeidet fra Svalastog 2008 “The Main Challenges Facing Leisure-time Tourism in Norway” Lillehammer: Lillehammer University College.

*Reisevalutainntekter omfatter utlendingers forbruk på reiser i Norge, og reisevalutautgifter omfatter nordmenns forbruk på reiser i utlandet. (Tallgrunlaget fra Norges Bank. Statistisk sentralbyrå har stått for omregningen til 1950-kroner)

Fig. 2: Nordmenn og utlendinger på hotell fra 1950 – 2008.
 Kumulative tall i mill. overnattinger og utlendingers andel i %.

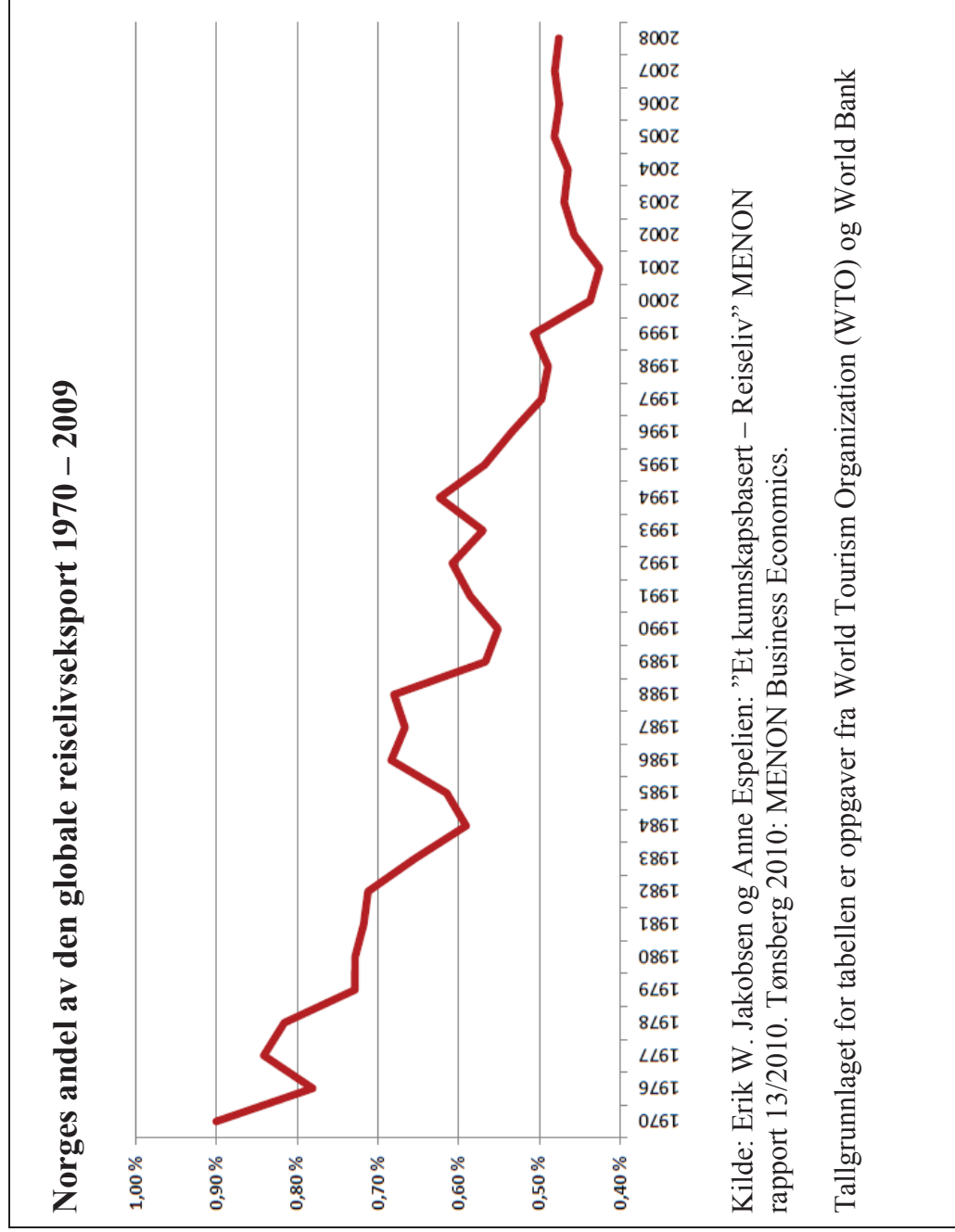


Nordmenn og utlendinger på hotell i nyere tid.

1. Konkurransen i norsk reiseliv var på sitt høyeste på 60-tallet. Dvs. perioden da norsk reiseliv tok ut en betydelig rasjonaliseringsgevinst på bedriftsnivå. Bedriftene fikk et markert bedre forhold mellom størrelsen på produksjonsavdeling, sammenliknet med administrasjonen. (Se: Svalastog, 1992).
2. Utlendingers andel av totaltrafikken har vært i uavbrutt tilbakegang fra midten på 90-tallet.
3. Volumveksten har i hovedsak kommet i den skjerma etterspørsel.

Datakilde: Statistisk Sentralbyrå, 2010.

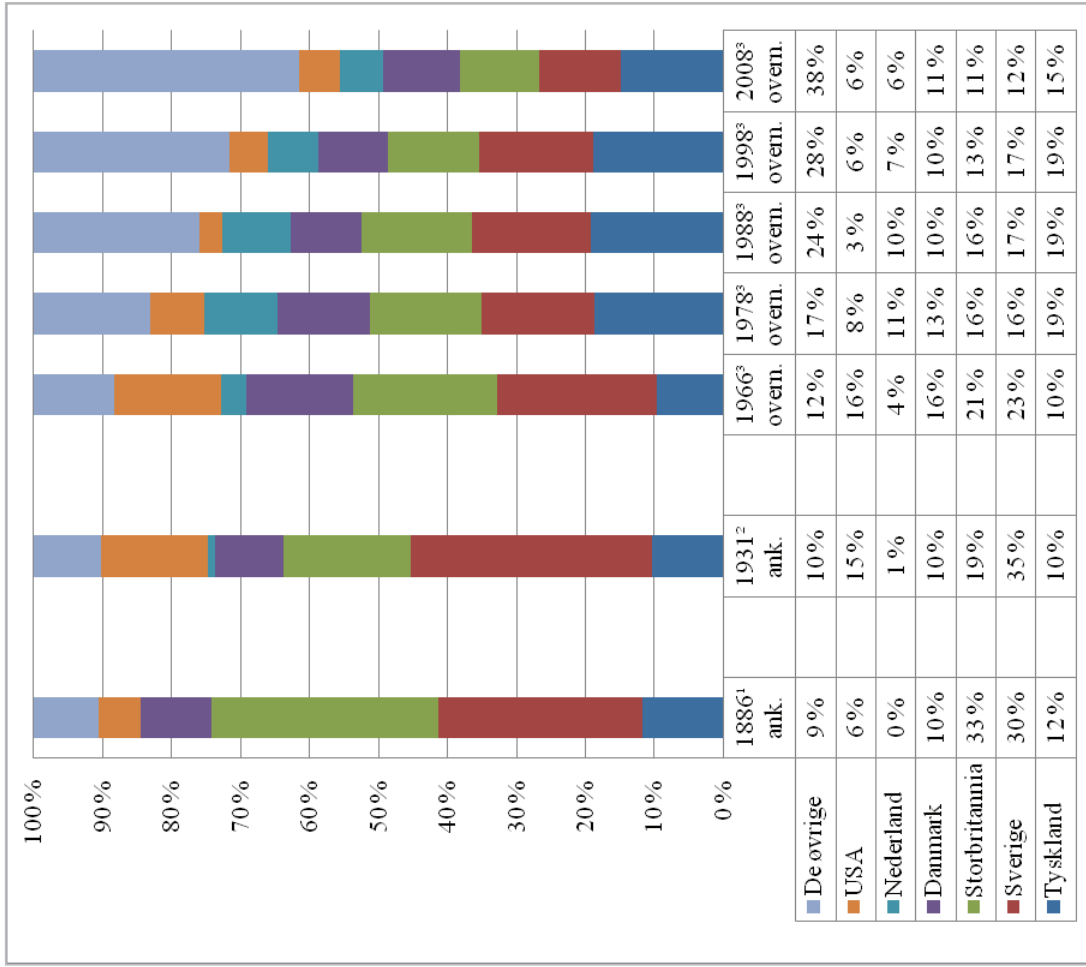
Fig. 3: Den relative utvikling for norsk reiseliv i global sammenheng.



Tapet av internasjonal konkurransekraft er oppsiktsvekkende!

1. *Norsk reiseliv har hatt en dramatisk reduksjon av sin andel av den internasjonale omsetningen etter 1970. I 1970 stod norsk reiseliv for 0.90% av den internasjonale omsetningen. **Andelen halveres fram til 2009.***
2. *I stedet for å vinne markedsandeler, har altså norsk reiseliv opplevd et dramatisk tap av markedsandeler.*
3. *Endringer av et slikt omfang kan bare inntreffe når helt grunnleggende forhold svikter!*

**Fig. 4. Utlendinger på hotell fra 1880 til i dag.
De 6 historisk store er fortsatt de samme 6 store.**



De 6 historisk store er fortsatt de samme 6 store.

Basismarkedene¹ for norsk reiseliv har vært og fortsatt er de nære markedene (med unntak av USA, men USA må betraktes som et "skjermet marked" pga alle besøksreisene til slekt og familie). Den statiske situasjonen forklares først og fremst av:

1. Måltrettet markedsføring forutsetter markedsforståelse og kunnskap, og etterspørselssiden må ha kjennskap til produkttilbud og tilbydere.
2. De lange reisene er fortsatt tidkrevende, anstrengende og legger beslag på en betydelig del av feriebudsjettet. *Turisten reiser heller ikke over bekken etter vann.* Derfor blir *kvalitet* og *regional ektet* så viktig.
3. Norsk reiseliv har en lav foredlingsgrad og liten tilgang på spisskompetanse. (Se figuren side 8).

Beregningsgrunnlaget for 1886 og 1931 er basert på antall innreiste turister til Norge. Seinere antall overnattinger.

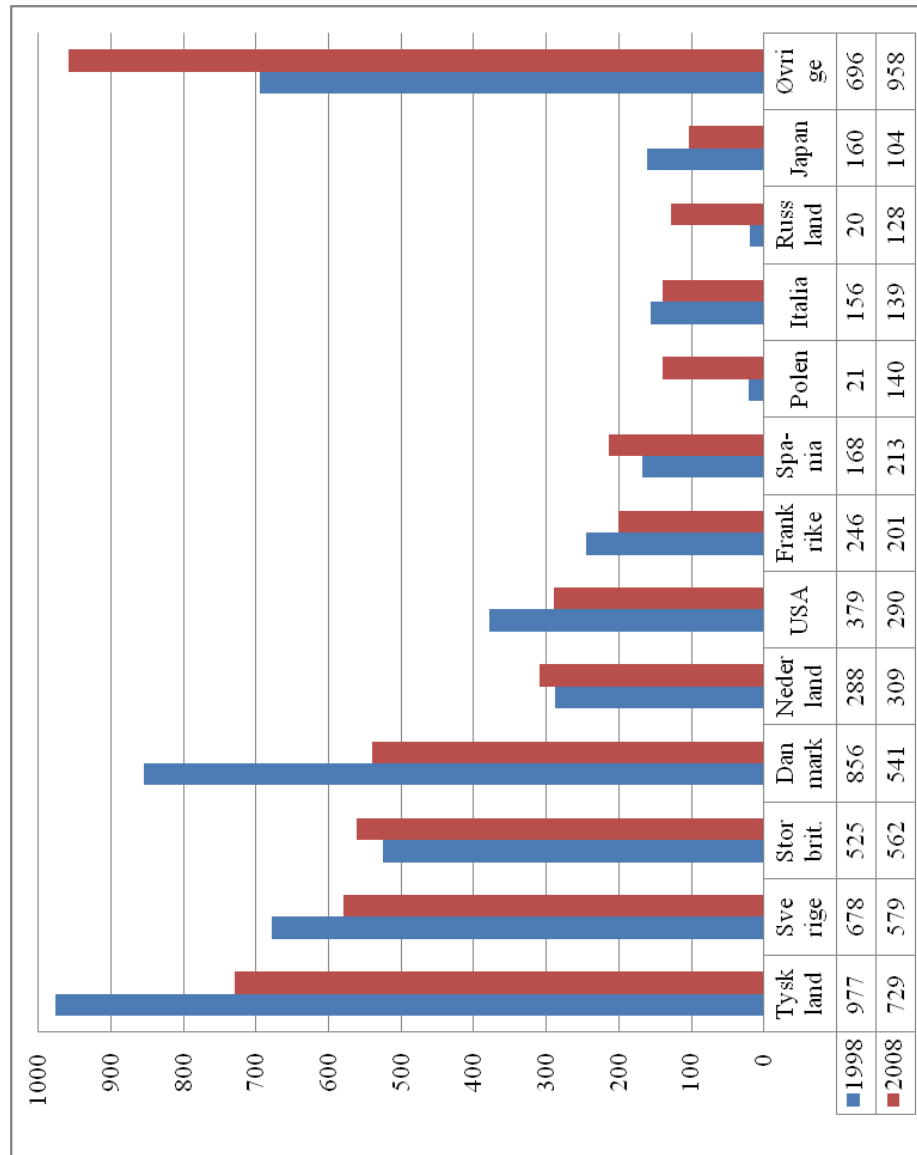
Kildene:

- ¹ Nielsen, Yngvar 1887: "Den fremmede reisetraffikken i Norge sommeren 1886 og dens økonomiske betydning for landet (sidene 32-57) i Statsøkonomisk Tidsskrift, Oslo i Aschehoug
- ² Ogilvie, F. W. 1933: "The Tourist movement: an economic study", P.S. King & Son, London
- ³ Statistisk Sentralbyrå, 2010: "Norges primærmarkeder" (rådata i mail datert 03.02.2010 fra Seksjon for nasjonalregnskap)

For forklaring av begrepet se: Svalastog, Sondre 2008: "The Main Challenges Facing Leisure-time Tourism in Norway", side 21 og def. "National level of costs". Lillehammer: Hogskolen i Lillehammer

De 6 historisk store har fått selskap av ytterligere 6 markeder av betydning.

Fig. 5: Utlendinger på hoteller. 1998 – 2008.
Tall i tusen overnattinger.

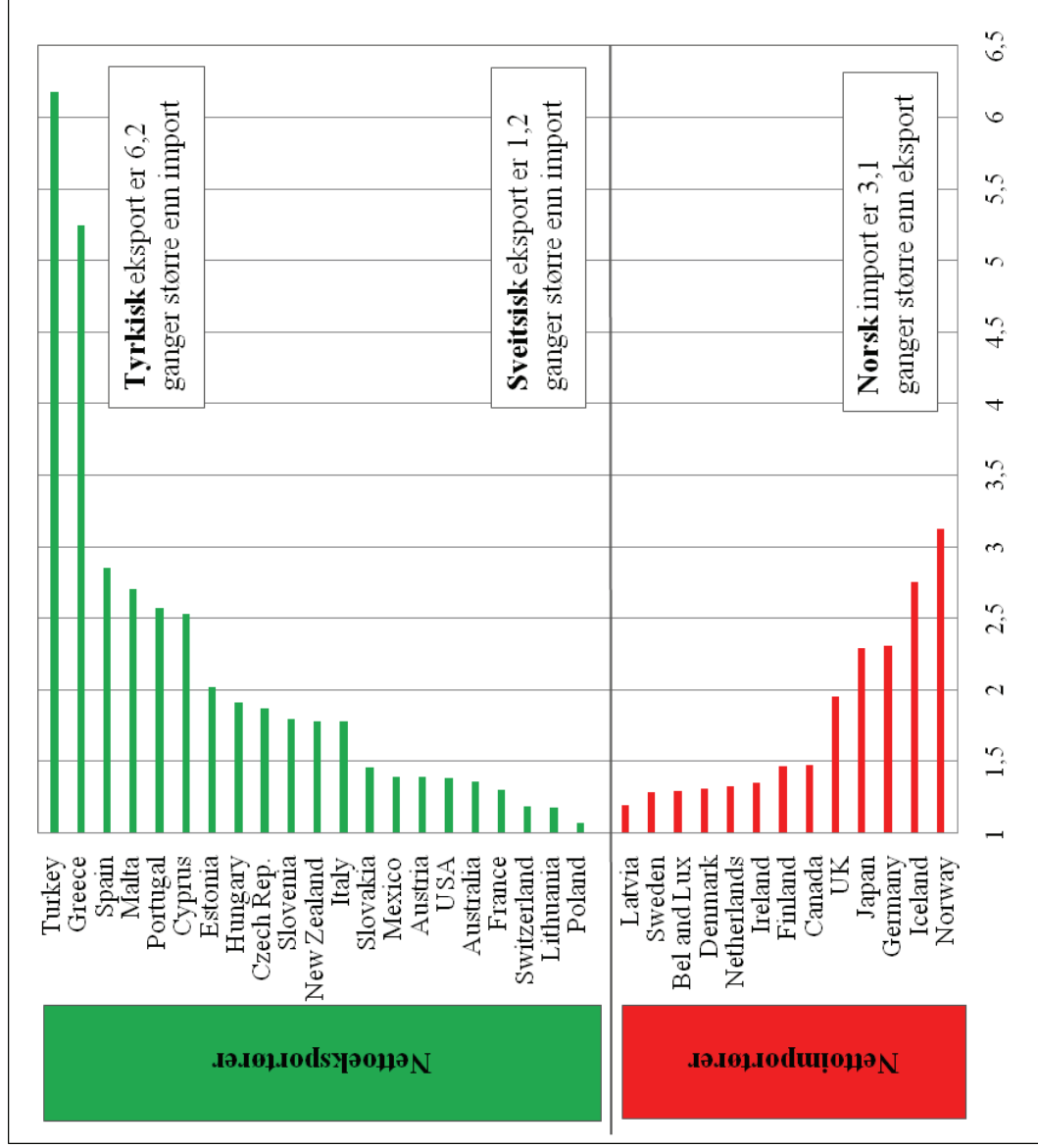


Det har skjedd en tydelig markedsdiversifisering, men spredningen til nye markeder skyldes ikke produktutvikling (produktdiversifisering). Spredningen er med unntak av Japan til nære markeder. En sterk indikasjon på manglende produktinnovasjon eller foredling i form av mer know-how lagt inn i produktene.

”Spridningen av ett lands export är viktig för att avgöra huruvida landet har globala fördelar inom en bransch, snarare än handel till grannländer som baseras främst på effekter av lokalisering. - - -”
(Erngren og Strandell, side 47, 1998)

Japanerne kommer pga. av det eksotiske, vår maritime kontakt og import av norsk sjømat, samt frie goder som midnattssol og nordlys.

Fig. 6: Internasjonal turisme. 2006.
Utvalgte nasjoners import- eller eksportoverskudd¹



Noen land eksporterer og noen andre land igjen importerer¹.

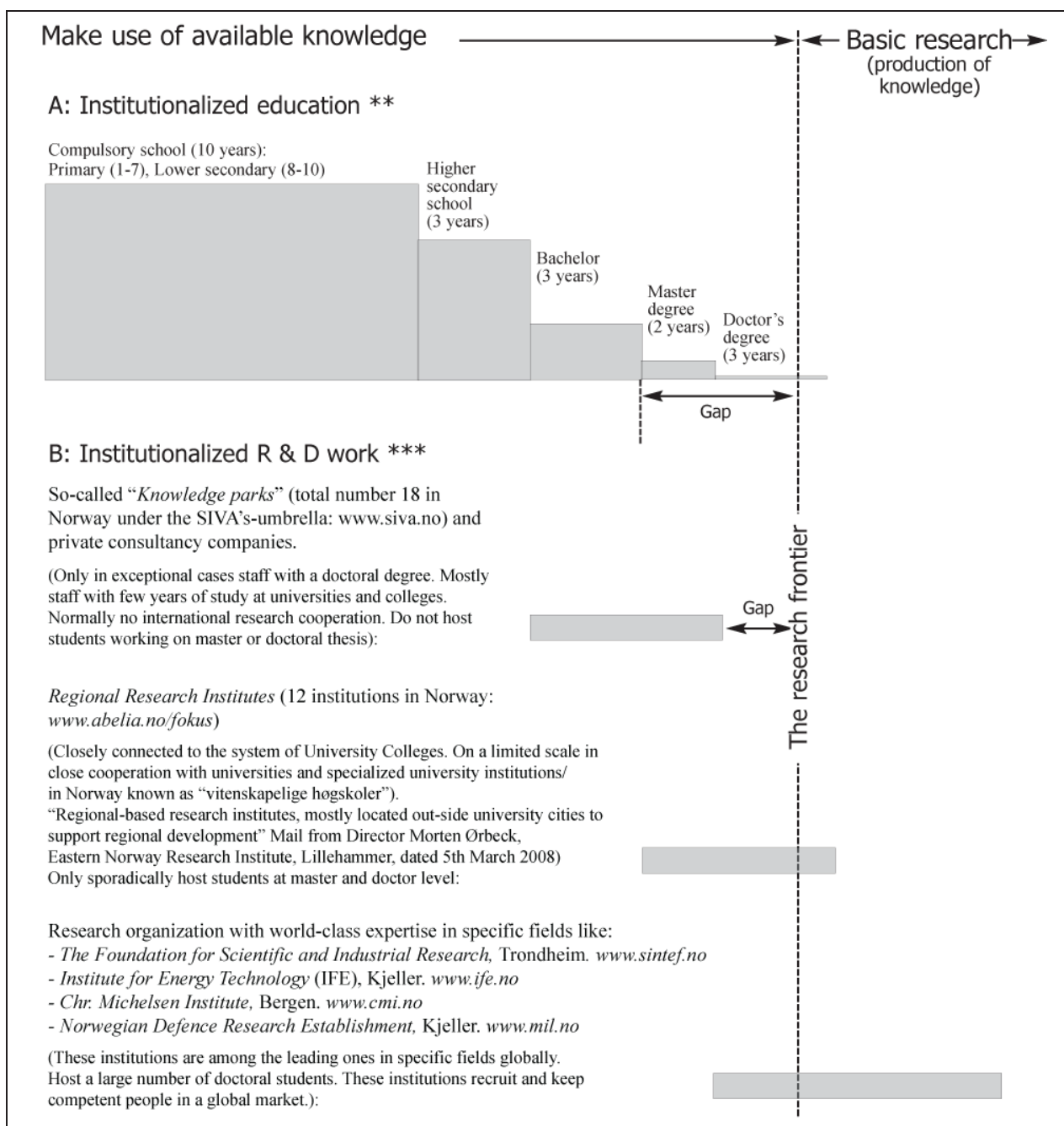
Norge importerte mer enn tre ganger verdien av sin reiselivseksport i 2006. Tyrkia er motstykket. Her var eksportverdien mer enn seks ganger importverdien.

Det mest tydelige i figuren er at høykostland, eller land med et midlere lønns- og kostnadsnivå har tendens til å bli nettoimportører. Blant nettoeksportørene er bildet mindre klart. Tradisjonelle høykostland som eksempelvis Sveits, USA og Frankrike har netto eksport i sin reisevalutabalanse.

*Bildet er ikke entydig, men å bli nettoeksportør for et høykostland vil i regelen være en **formidabel faglig utfordring**, med unntak for eksepsjonelle forutsetninger kulturelt eller beliggenhetsmessig. I øvrige områder **må det besluttes**, og den viktigste enkeltfaktoren er at det etableres forutsetninger for å bli **globalt ledende på relevant kompetanse**. Dvs. at kompetanseutviklingen må knyttes til landets relative konkurransefortrinn!*

¹ **Datakilde:** Tourismstrategische Ausrichtung 2015: Weichenstellung im österreichischen Tourismus für mehr Wachstum und Beschäftigung Egon Smeral, ÖSTERREICHISCHES INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG, Wien, 2007

Fig. 7: Veien fram til den internasjonale kunnskapsfronten.*



* An adaption of Sondre Svalastog: Department of Geography, Bergen; 03.04.1989/Landbruksdepartementet 1990: Norsk bygdeturisme. Ei næring med framtid. NOU 1990: 14. Oslo: Forvaltningstjenesten – Statens trykkningskontor.

** **Number of people who completed:**

Compulsory school (2007): 63.240 persons; Higher secondary school (2007): 53.897.

www.SSB.no/english/subjects/04/main.html

Bachelor (2007): 18.795 persons; Master degree (2007): 8876 persons. Doctor's degree (2007): 1030.

<http://DBH.NSD.UiB.no>

*** The following criteria have been used for the division of Research and Development institutions into the principal Categories:

1. Formal competence, i.e. the average length of higher education of those who work at the institutions.
2. The extent to which the institutions has a close collaboration with universities and specialized university institutions, and the presence of students studying for the degrees of Master and Doctor.
3. The extent of the collaboration with professional milieus outside the country – or the absence of such collaboration.
4. The extent to which the institution is part of the international labour market in the relevant fields.

Fig. 8¹: Det som kan forandre utviklingen i norsk reiseliv

Innsatsfaktorer (in-put)	Produksjonsprosess (omforming)	Produkter (out-put)
Ressurser: A: Råvarer - Natur - Kultur B: Arbeidskraft C: Kapital		Hovedkategorier: 1. Råvarer og delprodukter av lav foredlingsgrad. 2. Delprodukter basert på mye know-how. 3. Sammensatte produkter

Ethvert produkt og turistattraksjon er et resultat av kvaliteten på innsatsfaktorene:

*Råvarer (natur og kultur)
Arbeidskraft, og
Kapital.*

Norge har råvarer av til dels verdensklasse (i særlig grad gjelder dette natur). Hovedfaktoren kapital er heller ikke begrensningen i dagens Norge.

Dersom dette aksepteres som en erkjennelse, må en søke forklaringen til den dagsaktuelle situasjon i norsk reiseliv på feltet arbeidskraft, og da arbeidskraft som kunnskapsbærer². (Se figuren "Veien fram til den internasjonale kunnskapsfronten, s. 8).

I et høykostland som Norge forteller produksjonsteorien oss at all konkurranseutsatt produksjon må være kunnskapsbasert, og det på kunnskap som både er globalt ledende og relevant for angjeldende produksjon.

"Landets kostnadsutveckling kan tillfälligt försvåra eller underlätta framväxten av internationellt konkurrenskraftiga företag, men det är andra faktorer (inno m företaget och i deras omgivning) som driver fram en uthållig konkurrenskraft"

B. Erngren og A.C. Strandell, 1998

¹ Det basale produksjonsskjemaet for enhver produksjonsstudie.

² I dagens situasjon er det iøyenfallende mangel på så vel *strategisk kompetanse* som *operativ kompetanse*, om kompetansesituasjonen testes mot det lønns- og kostnadsnivå som den konkurranseutsatte delen av norsk reiseliv arbeider under. På strategisk nivå må en besitte kunnskap til bl.a. å forstå dynamikken i omstilling sektorer i mellom, forstå utfordringen i å gi produktene en betydelig ikke-materiell bestanddel, kunne møte globaliseringsutfordringen på en adekvat måte m.m. På det operative nivå må kvalitet også bli et must!

Vedlegg 1: Produksjonsbasis – frie goder og råvarer

I. Raw material - presuppositions specific to the area:

1. Natural resources

- climate
- air
- flora
- fauna
- salt and fresh-water lakes, rivers, waterfalls, etc.
- geological conditions
- topographical conditions
- the scale of the landscape

2. Cultural resources

- a) Physical objects and conditions (concrete resources)
 - relics of the past
 - buildings and installations of a monumental nature
 - other buildings and installations with potential for experiences or substantial (cultural) information
 - cultural landscape (the ways in which man has adapted to the local conditions for production (making a living) and manifestation of their life, etc.)
- b) non-physical conditions (abstract/non-physical aspects)
 - the starting point (cradle) of cultures
 - places where important events have taken place (e.g. religious or political)
 - cultural creator of our time
 - cultural conditions as a result of social life, values and cultural activities

II. Workforce²⁰ – presuppositions specific to the area:

1. Workforce as bearers of knowledge

- a) Institutionalized knowledge
 - some few possessing leading competence for development of new products, consultancy, communication with the market, etc.
 - the common level of education (determine the quality of the workforce)
- b) Traditional knowledge (synonymous with the concept “silent knowledge,” which some scholars use)

2. The culturally determined condition for innovation in the area or nation

III. Capital/capital goods – can be obtained everywhere according to demand:

1. Superstructure:

- accommodation and eating places aimed at tourists
- transport equipment (e.g. ski lifts, sightseeing boats, weasels, gondola sightseeing boats, weasels, gondola cables, other transport equipment, specially prepared ski runs and paths)

2. Producer goods:

- from other industries e.g. museums, zoos, utopian visions of the future, glass blowing, breweries, wine cellars, distilleries, power plants, etc.
- from the tourist sector itself e.g. bathing complexes, amusement parks, play-grounds. etc.

Bearbeidet fra Svalastog: ”Reiselivsnæringens ressursgrunnlag” i Jacobsen og Viken (red.) ”TURISME. Fenomen og næring” side 183 (Andre utgave) Oslo, 2002: Gyldendal Akademiske.

20) I modellen isolerer vi arbeidskraften til bærere av kunnskap. Arbeidskraften som energibærere faller utenfor.

Vedlegg 2: Reisevaluta. Tall i millioner løpende kroner¹.

År	Inntekter Eksport	Utgifter Import	Netto	År	Inntekter Eksport	Utgifter Import	Netto	År	Inntekter Eksport	Utgifter Import	Netto
1950	125	186	-61	1970	1 128	1 014	114	1990	9 662	21 713	-12 051
51	115	215	-100	71	1 227	1 194	33	91	10 751	20 320	-9 569
52	145	221	-76	72	1 368	1 402	-34	92	12 650	23 066	-10 416
53	170	225	-55	73	1 420	1 655	-235	93	13 757	23 840	-10 083
54	190	264	-74	74	1 491	2 001	-510	94	15 741	26 206	-10 465
55	220	314	-94	75	1 924	2 908	-984	95	15 022	26 923	-11 901
56	250	310	-60	76	2 223	3 522	-1 299	96	15 564	29 375	-13 811
57	245	320	-75	77	2 586	4 639	-2 053	97	16 233	32 165	-15 932
58	290	343	-53	78	3 018	5 661	-2 643	98	16 950	36 171	-19 221
59	310	359	-49	79	3 228	6 042	-2 814	99	18 776	38 469	-19 693
1960	367	380	-13	1980	3 716	6 486	-2 770	2000	19 040	40 873	-21 833
61	400	400	0	81	4 430	8 470	-4 040	2001	18 619	39 957	-21 338
62	432	380	52	82	4 727	10 583	-5 856	2002	18 273	41 031	-22 758
63	513	418	95	83	4 910	11 586	-6 676	2003	18 775	48 014	-29 239
64	560	475	85	84	5 388	12 143	-6 755	2004	21 138	59 420	-38 282
65	599	504	95	85	6 493	14 812	-8 319	2005	22 516	67 381	-44 865
66	682	541	141	86	7 836	18 582	-10 746	2006	24 113	77 946	-53 833
67	732	623	109	87	8 459	20 672	-12 213	2007	25 654	86 082	-60 428
68	774	691	83	88	9 558	22 442	-12 884				
69	914	824	90	89	9 218	19 698	-10 480				

Kilde: Norges Bank til og med 2004/fra og med 2005 spesialsammenstilling fra Statistisk Sentralbyrå, Seksjon for regnskapsstatistikk i mail datert 25. april 2008.

¹ ”Løpende priser: Når verdien av bruttonasjonalproduktet stiger år etter år, kan det delvis forklares med en mengdemessig økning, delvis med prisutviklingen. En variabel i løpende priser påvirkes således både av pris- og mengdeutvikling. Hvis man bare vil ha et uttrykk for den mengdemessige utviklingen, må tallet i løpende priser omregnes til faste priser ved deflatering med prisindeks” (Nørgaard, Borud og Engevik, 2003, side 210)

Analysen part II



Senter for internasjonal
økonomi og skipsfart - SIØS

Centre for International
Economics and Shipping

Bergen den 27. juli 2010

Til den det måtte vedkomme!

Memorandum vedrørende forskning og utdanning på turismefeltet.

Pionertiden for norsk turisme:

Pionertiden for norsk turisme strakte seg fra siste halvdel av det 18-århundre og frem til første verdenskrig. Utlendinger kom i stort antall, relativt sett, for å utøve fjellklatring, sportsfiske, jakt og vadring i høyfjellet.

Optimismen på området var stor: "Norge har nok av fjelde, bræer, fosser og fjorde for at kunne tilfredsstille omtrent hele Europas og Amerikas skuelysten publikum. Naturskjønheden forringes ikke; den kommer snarere i skuddet, eftersom den bliver mer bekjent - - -"
Dernæst kan Norge aldrig vente at komme helt op ved siden af Schweits og Italien, der i sin beliggenhed imellem og lige indpå flere af Europas største og rigeste lande, have en betydelig fordel fremfor os. Vi kunne ikke tænke paa at naa høiere op end til at blive no. 3. Men ogsaa dette er noget - - -" (Yngvar Nielsen, 1887 i Statsøkonomisk Tidsskrift sidene 32-57)

De førts cruise-båtene begynte også å besøke "Norges fjorder, Lapplands kyster, og Nordkapp". (Se: Erlend Scheen "Fra de flytende hotellere barndom" side 51-63 i boken "Bidrag til Norges turisthistorie", Oslo 1956)

Det var fjordene, fjellene, midnattsolen og andre naturherligheter som gjorde Norge interessant for de utenlandske turistene.

Pionertiden for norsk turisme falt sammen med gullalderen for dampskibstrafikken.

I mellomkrigsperioden fortsatte investeringen, men da mer knyttet til den raske utbyggingen av jernbanenettet og nettet med bussruter. Hotellvognene ble også en transportfaktor av stor betydning.

Den første perioden etter annen verdenskrig ble for turismesektoren en periode for gjenoppbygging og nyinvesteringer. Perioden kan man kanskje si at varte til begynnelsen av 70-tallet.

ADRESSE/ADDRESS	TELEFON/TELEPHONE	TELEFAX	TELEX	BANKKONTO/ BANK ACCOUNT	POSTGIRO/ POSTAL GIRO ACCOUNT
Helleveien 30 N-5035 Bergen - Sandviken Norway	Nasjonalt: 05 95 93 90 Internat.: +47 5 95 93 90	05 95 22 50 +47 5 95 22 50	40642 nhh n	0616 05 70367	0808 3 72 00 00

70-tallet bød på nye og uventede utfordringer:

Oljealderen medførte at Norge fikk større lønns- og kostnadsstigning enn hos våre viktigste konkurrenter. Utfordringene som den konkurranseutsatte industrien i Norge møtte var formidabel.

Økonomisk teori forteller oss at et stigende lønns- og kostnadsnivå må møtes med tilsvarende vekst i kompetansenivå, om en ikke skal miste konkurransekraft. Konkurranseutsatte produkter i et høykostland, må derfor gies et større innslag av kompetanse. (Når jeg bruker samlebegrepet "kompetanse", så har det ikke bare med kunnskap og skoling å gjøre, men med det gåtefulle: sinnelag, lynne og mentalitet)

Til analysen "Om den raskt avtakende konkurransekraften i norsk reiseliv"

Dr. oecon. Sondre Svalastog har gjort en makroanalyse over det som har skjedd i norsk reiseliv i etterkrigsperioden.

Analysen viser at norsk reiselivsnæring hadde en god periode fram til midt på 70-tallet, men utviklingen i internasjonal konkurransekraft svekkes raskt i høykostperioden, og blir dramatisk forverret det siste decennium.

Som sekretær for utvalget som avga innstillingen "Om behovet for forskning og utvikling innenfor bygdeturisme" (NLV-Utredning nr. 146), argumenterte jeg sterkt for at det måtte konsentrasjon til innenfor forskning (kunnskapsproduksjon) og utdanning, om en skulle komme opp på ledende internasjonalt nivå på de områder en valgt å satse. På det tidspunktet (1988) mente jeg at antallet ledende miljører burde begrenses til maksimalt 4 til 5 stykker.

I dag er den kunnskapsmessige utfordringen langt større. Ingen kunne i 1988 forutse en så ekstrem lønns- og kostnadsutvikling som den Norge fikk i tiden etterpå.

Norge har i dag 15 studiesteder, som i all hovedsak tilbyr lavere grads utdanning (Bachelor), og vi finner mer enn 40 miljører som gjør krav på at de utfører forskning. Det utdannes et stort antall "mellomteknikkere"¹ til sektoren, men godt som ingen med faglig tyngde.

Ressurstilgangen til forskning og utdanning er formidabel, men måten ressursene anvendes på må det være grunn til å se nærmere på.

Vi vet, som de fleste at den konkurranseutsatte delen av reiselivssektoren på global basis er dømt til å forbli sesongpreget, forbli arbeidsintensiv, rekruttere en stor andel ufaglært arbeidskraft, og forbli lavproduktiv.

På den annen side må det være mulig å tenke seg nasjonale og regionale avvik, og at det i hvert fall ikke hadde behøvd å gå så galt som det har gjort for den konkurranseutsatte delen i Norge.

I et høykostland som det norske må en bli faglig globalt ledende på de områder av konkurranseutsatt produksjon som en velger å satse på. Hovedutfordringen fremstiller dr.

¹ Metaforen er samspillet vi lenge hadde mellom Norges Tekniske Høgskole i Trondheim, og de toårige mellomteknikkerne/de tekniske skolene.

oecon. Svalastog meget godt forståelig i figurene 7 og 8 i vedlagte analyse. Studer spesielt del B i Fig. 7

Institusjonene som skal ha det bærende ansvar for kunnskapsproduksjon og utdanning på feltet må tilhøre nederst gruppe i figur 7.

Oppsummert blir våre konklusjoner:

- Forskning og utdanning for den konkurranseutsatte delen av sektoren må ta utgangspunkt i våre komparative fortrinn.
- Antallet faglig bærende miljøer må reduseres til to til tre stykker, og det må være institusjoner som har finansiering for grunnforskning, ikke bare kunnskapsformidling. Det store antallet med Statlige høyskoler representerer ingen styrke. Ingen annen næring har en slik fragmentert struktur på kunnskapsproduksjon (forskning) og utdanning.
- Institusjonene som skal gies et bærende ansvar må ha en faglig bemanning som matcher de faglige utfordringene som våre komparative fortrinn aktualiserer.
- Der er i dag en påfallende ubalanse mellom det som utdannes av "mellomteknikkere" og kandidater med faglig tyngde, og som i kraft av sin faglige tyngde kan ta initiativ og forstå prosessene rundt sektoren og trekke de rette konsekvenser av den globale dynamikken!
- Kunnskapsproduksjon og utdanning må omfatte hele turismesektoren. Det bør etableres et nært samspill mellom *akademia* og de store og sterke enhetene innen hele reiselivsnæringen: BÅDE TIL LANDS; TIL SJØS OG I LUFTEN.

Tiden er inne til et nytt og radikalt grep.

Arnlot Strømme Svendsen

Arnlot Strømme Svendsen,
Professor emeritus Norges Handelshøyskole, Bergen.

Anne K. Geelmuyden

Professor dr. Anne Katrine Geelmuyden,
Seksjonsleder ved Institutt for landskapsplanlegging,
Universitetet for miljø- og biovitenskap, Ås
Aktiv deltaker i Cultural Tourism Committee/ ICOMOS² -Norge.

Cand. oecon. Stein Storsul³, Steinkjær. (sign.)

Forstkandidat Torjus Nordbø⁴, Vrådal. (sign.)

Kulturminneforvalter (siv. ark.) Torbjørn Eggen, (sign.)

Verdensarvstedet Røros.
Leder av Training Committee/ICOMOS – Norge.

² International Council on Monuments and Sites. <http://www.icomos.org>

³ Leder av utvalget som utredet "Om behovet for forskning og utvikling innenfor bygdeturisme" NLVF-utredning nr. 146. Oslo 1988: Norges Landbruksvitenskapelige Forskningsråd.

⁴ Leder av det offentlige utvalg som arbeidet fram Norges Offentlige Utredning "Norsk bygdeturisme. Ei næring med framtid" NOU 1990: 14

REFERANSELISTE

- Black, J.: "A Dictionary of Economics" (2nd edn.). Oxford etc., 2003: Oxford University Press.
- Det kongelige Landbrusdepartement: "Norsk bygdeturisme. Ei næring med framtid" NOU 1990: 14 Oslo 1990: Forvaltningstjenesten/Statens trykningskontor.
- Hersoug, Bjørn og Leonardsen, Dag: "Bygger de landet?" Oslo 1979: Pax Forlag/Danmark: Politisk revy
- Jakobsen, Erik W.: "Et kunnskapsbasert reiseliv" (Stensil: Color Lines Reiselivskonferanse 5. mai 2010) Tønsberg 2010: MENON Business Economics.
- Jakobsen, Erik J. og Espelien, Anne: "Et kunnskapsbasert – Reiseliv" MENON rapport 13/2010. Tønsberg 2010: MENON Business Economics.
- Erngren, B. & Strandell, A.C.: "Kluster och Klusterpolitik". Stockholm 1998: Närings- och teknikutvecklingsverket (NUTEK).
- Haugen, Arne Sigurd: "Regionprofilering god medisin" i Hallingdølen.nyheiter. 05.09.10 <http://www.hallingdolen.no/nyheiter/article174180.ece?css=print>
- Medlik, S.: "Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality". Oxford, Amsterdam etc. 2003: Butterworth Heinemann.
- Nielsen, Y.: "Den fremmede reisetrafikken i Norge sommeren 1886 og dens økonomiske betydning for landet" sidene 32-57 i Statsøkonomisk Tidsskrift. Oslo 1887: Aschehaug.
- Norges Landbruksvitenskapelige Forskningsråd: "Om behovet for forskning og utvikling innenfor bygdeturisme" NLVF-utredning nr. 146. Oslo 1988: Norges Landbruksvitenskapelige Forskningsråd.
- Nørgaard, P; Borud, I. og Engevik, J.: "Det store norske Økonomileksikon" Sandefjord 2003: Læremiddelforlaget.
- Ogilvie, F.W.: "The Tourist movement: an economic study". London 1933: P.S. King & Son.
- Oslo Handelsstands Forening: "Tiltrekker oss ikke pengesterke turister" 23.08.2010. http://www.ohf.no/nyheter_full.asp?m=7535&newsID=435
- Sandelson, Michael: "Norwegian prices and services put tourists off" i The Foreigner Norwegian News in English" 23.08.2010. <http://theforeigner.no/pages/news/norwegian-prices-and-service-put-tourists-off/>
- Smeral, E.: "Tourismusstrategische Ausrichtung 2015: Weichenstellung im österreichischen Tourismus für mehr Wachstum und Beschäftigung". Wien 2007: ØSTERREICHISCHES INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG.
- Statistisk Sentralbyrå: "Norges primærmarkeder" (Auno, Anne Mari, Seksjon for nasjonalregnskap, rådata i mail datert 03.02.2010). Oslo 2010: Statistisk Sentralbyrå.
- Statistisk Sentralbyrå: "Reisevalutta. Tall i millioner løpende kroner" Lystad, Jan-Erik, Seksjon for regnskapsstatistikk i mail datert 25. april 2008. Kongsvinger 2008: Statistisk Sentralbyrå.
- Svalastog, S.: "The Main Challenges Facing Leisure-time Tourism in Norway". Lillehammer 2008: Høyskolen i Lillehammer.
- Svalastog, S.: "Reiselivsnæringens ressursgrunnlag" I Jacobsen og Vike (red.): "TURISME. Fenomen og næring" side 183. Oslo 2002: Gyldendal Akademiske.
- Svalastog, S.: "Tourism in a changing Norway" i Norwegian Journal of Geography. Vol. 46, No. 2, June 1992. Oslo – Stockholm: Scandinavian University Press.
- Svalastog, Sondre: "Skjema for kunnskapsformidling og kunnskapsproduksjon" (side 140) i "Norsk bygdeturisme. Ei næring med framtid" Norsk Offentlig utredning 1990: 14. Oslo 1990: Forvaltningstjenesten/Statens trykningskontor.
- Wagar, J. Alan: "Quality in outdoor recreation" i Trends in Parks and Recreation, nr. 3 (3)/1966.

Publikasjoner fra Høgskolen i Lillehammer f.o.m. 2005

For fullstendig oversikt over publikasjonene i HiLs skriftserie se
http://hil.no/hil/biblioteket/forskning_og_publicisering/skriftserien_ved_hil

Arbeidsnotatserien ISSN 0806-8348

- 165 : 2005 Reichelt, Mette Villand: "The Social Dimension of Online Delivery and Computer Mediated Communication in Higher Education". Thesis for the degree of Master of Education (Honours) at Charles Sturt Universty, Australia.
- 166 : 2005 Selstad, Tor: "Industrikommunene på Østlandet – trenger de fordelings- eller fornyingspolitikk?" Senter for innovativ forvaltning.
- 167 : 2005 Eriksen, Håkon Glommen: "Selvbestemmelse, rettigheter og tvang. Ei skisse til en introduksjon i juss for studenter i barnevern, sosialt arbeid og vernepleie."
- 168 : 2006 Selstad, Tor: "Funksjoner og regioner. Bidrag til en innovativ regionforvaltning."
- 162 : 2004 Pryser, Tore: "I varm og kald krig. Tyske hemmelige tjenester i Norden 1930-1950. Sverige. Bearbeidet versjon juni 2006"
- 169 : 2006 Eriksen, Håkon Glommen; "Selvbestemmelse, rettigheter og tvang. Ei skisse til en introduksjon i juss for studenter i barnevern, sosialt arbeid og vernepleie." – 2. Utgave
- 170 : 2006 Nordkvelle, Yngve Troye og Strøm, Bjarne W.: "Om høgskolepedagogikken som samarbeid mellom de tre Innlandshøgskolene: Gjøvik, Hedmark og Lillehammer"
- 171 : 2006 Aasen, Unni, Bruun, Frank Jarle og Kollstad, M: "Pedagogiske utfordringer knyttet til 'Helsefag, omsorgsideologier og miljøarbeid' ved vernepleieutdanninga på Høgskolen i Lillehammer"
- 173 : 2006 Støfring, Egil: "Transition or transformation – the case of inclusive education"
- 174 : 2006 Bjørgen, A.M. og Haaland, S.O. "Lærere møter nett - digitalt grep på didaktikken? Evaluering av utvikling og gjennomføring av to mastergradsstudier ved Avdeling for helse- og sosialfaglig arbeid og velferdspolitikkk ved Høgskolen i Lillehammer høsten 2004-våren 2005"
- 175 : 2006 Bjørgen, Anne Mette og Vangen, Pia: "Evaluering av prosjektet LÆRNO – Lærende nettverk i Oppland. Hva har Høgskolen i Lillehammer lært om det å drive og lede et lærende nettverk?"
- 176 : 2007 Bergsvendsen, Trond og Jordet, Hege: "Aktivitetsfag i et sosialpedagogisk perspektiv – Om utvikling av en studentaktiv læringsmodell"
- 177 : 2007 Eriksen, Håkon Glommen: "Selvbestemmelse, rettigheter og tvang. Ei skisse til en introduksjon i juss for studenter i barnevern, sosialt arbeid og vernepleie"
- 178 : 2007 Støfring, Egil: "På sporet av inkludering? Holisme og kulturell bevissthet"
- 179 : 2007 Støfring, Egil: "A Cross-cultural perspective on Local Knowledge"
- 180 : 2008 Onshus, Terje: "Nissene på Gålå 2007. En kartlegging av publikums tilfredshet og inntektsvirkninger av arrangementet for regionen.
- 181 : 2008 Eriksen, Håkon Glommen: "Selvbestemmelse, rettigheter og tvang. Ei skisse til en introduksjon i juss for studenter i barnevern, sosialt arbeid og vernepleie." 4. utgave.
- 182 : 2008 Pryser, Tore: "I varm og kald krig. Tyske hemmelige tjenester i Norden 1930-1950. Danmark og Island."
- 183 : 2009 Pryser, Tore: "I varm og kald krig. Tyske hemmelige tjenester i Norden 1930-1950. Finland"
- 184: 2009 Askheim, Ole Petter, Guldvik, Ingrid og Johansen Vegard: "Like muligheter til politisk deltakelse."
- 185: 2009 Austvik, Ole Gunnar: "Strengths and weaknesses related to various empirical methods in interdisciplinary fields like International Political Economy"
- 186: 2009 Austvik, Ole Gunnar: "The generally misguided long-term oil price forecasts; Price formation and policy implications"
- 187: 2009: Nordkvelle, Yngve, Fritze, Yvonne, Haugsbakk, Geir og Svoen, Brit: "Tidsskriftet Seminar.net – en casestudie av et tidsskrift i en remedieringsprosess"
- 188 : 2009 Eriksen, Håkon Glommen: "Selvbestemmelse, rettigheter og tvang. En introduksjon i juss for studenter i barnevern, sosialt arbeid og vernepleie." 5. utgave
- 189 : 2010 Nordby, Halvor: "Values in social work: A philosophical discussion of normative questions."

Forskningsrapportserien ISSN 0807-2647

- 121 : 2005 Buer, Bjørn Arne: "Omsorgssvikt- og mishandlingsdiskursen" (ISBN 82-7184-303-6)
- 123 : 2005 Andersen, Jan: "Effekten av stimuleringstilskudd til brukerstyrt personlig assistanse" (ISBN 82-7184-314-1)
- 124 : 2005 Selstad, T, Grefsrud, R og Hagen, S.E.: "Sykehuset og samfunnet. Regionale virkninger av omstrukturering i Sykehuset Innlandet HF". Senter for innovativ forvaltning (ISBN 82-7184-316-8)
- 125 : 2005 Selstad, T: "Askim og Mysen, Søskenbyer i suburbia" (ISBN 82-7184-317-6)
- 126 : 2005 Godeseth, Marit: "Verdighet på spill?" Foreldres erfaringer fra å delta i ansvarsgrupper i barnevernet." Hovedfagsoppgave i sosialt arbeid. Hovedfagstudiet ved Høgskolen i Oslo, Avdeling for økonomi, kommunal og sosialfag i samarbeid med NTNU, Trondheim.
- 127 : 2006 Begg, Ingvild Sigstad: "Nytter det å klage? Fylkesmannens behandling av klager vedrørende brukerstyrt personlig assistanse." (ISBN 82-7184-319-2)
- 128 : 2006 Nøhr, Øyvind N.: "De kompetente eldre. Aldring og digital kompetanse – konflikt eller lykke?" (ISBN 82-7184-320-6)
- 129 : 2006 Altman, Liv: "Mestring og medvirkning gjennom fellesskap og feedback. Empowerment i praksis" (ISBN 82 7184-321-4)
- 130 : 2006 Fritze, Y. og Solheim, L.; "Mulighetenes mangfold – en evaluering av et videoproduksjonsprosjekt" (ISBN 82-7184-322-2)
- 131 : 2006 Kleiven, Jo: "Eight Scales for Leisure Travel Research Replicating and Revising the Lillehammer Scales" (ISBN 82-7184-323-0)
- 133 : 2007 Nordby, Halvor "Førstemann inn' – møter mellom ambulanspersonell og foreldre som har mistet barn i krybbedød" (ISBN 82-7184-325-7)
- 134 : 2008 Guldvik, I, Johansen, V og Askheim, OP: "Tilgjengelighet ved valg. En evaluering av kommunenes erfaringer med veilederen 'Tilgjengelighet til valg' og kartlegging av tilgjengeligheten ved kommune- og fylkestingvalget 2007" (ISBN 82-7184-326-5)
- 135 : 2008 Syversen, Trine Løvold: "NAV-piloten i Nord-Gudbrandsdal : en statusrapport" (82-7184-327-3)
- 136 : 2008 Holmengen, Hans: "Innovativ fjellturisme : en evaluering av pilot- og forprosjektene" (82-7184-328-1)
- 137 : 2008 Svalastog, Sondre: "The Main Challenges Facing Leisure-time Tourism in Norway". (82-7184-330-3)
- 138: 2009 Lesjø, Jon Helge: "Lokalstyre og ny politisk organisering. Evaluering av Gausdal kommunes modell 2003 - 09." (82-7184-331-1)
- 139: 2009 Halså, Astrid og Aubert, Anne Marie: "Forebyggende arbeid når mor eller far har psykiske helseproblemer. En evaluering av det forebyggende arbeid for barn med psykisk syke foreldre i Asker og Bærum." (82-7184-330-8)
- 140: 2009 Nyhus, Lene, Overland, Bjørn og Monsen, Lars: "Ledelse for læring og endring. Rapport fra en spørreundersøkelse blant skoleledere i videregående skoler i Oppland". (82-7184-334-6)
- 141: 2010 Deichman-Sørensen, Bjørn: "Tillitsmennene i konsentrasjonsleiren Sachsenhausen. En krigsinvalid ser seg tilbake." (82-7184-335-4)

Informasjonsserien ISSN 0809-1609

- 25 : 2005 "Forskning og utviklingsarbeid ved Høgskolen i Lillehammer 2004"
- 26 : 2005 Rapport fra konferansen "Nasjonale prøve – veivalg og utviklingsmuligheter" på Lillehammer 8.-9. februar 2005.
- 27 : 2006 "Forskning og utviklingsarbeid ved Høgskolen i Lillehammer 2005"
- 28 : 2007 "Forskning og utviklingsarbeid ved Høgskolen i Lillehammer 2006"
- 29 : 2007 "Proceedings 12th International Workshop on Telework, Lillehammer 28th-30th August 2007"
- 30 : 2008 "Forskning og utviklingsarbeid ved Høgskolen i Lillehammer 2007"
- 31 : 2009 "Forskning og utviklingsarbeid ved Høgskolen i Lillehammer 2008"
- 32 : 2010 "Forskning og utviklingsarbeid ved Høgskolen i Lillehammer 2009"



MJØSBOK

Postboks 194, 2601 Lillehammer. Tlf. 61 28 74 10
Besøksadresse: Gudbrandsdalsvn. 350. Mail: mjosbok@sopp.no

Mjøs bok er SOPPs fagbokhandel på Lillehammer. Mjøs boks hovedoppgave er å betjene hele høgskolemiljøet med faglitteratur. Hvis du har spesielle behov innen faglitteratur, vil vi hjelpe deg så langt det er mulig.

Mjøs bok er Lillehammers største innen faglitteratur, og har også et stort utvalg i skjønnlitteratur.

Vi anbefaler alle å oppleve Mjøs bok «live».

For bestilling av bøker, send e-post til: mjosbok@sopp.no

”Om den raskt avtakende konkurransekraft i norsk reiseliv. En produksjonsteoretisk analyse”

”Et lands næringspolitikk bør i størst mulig grad baseres på en bredest mulig kunnskapsbasis. Denne kunnskapen bør ha et empirisk så vel som et teoretisk fundament. Sondre Svalastog har gjennom mange år bidratt i begge henseender. I herværende publikasjon presenterer Svalastog interessante data vedrørende en svekket konkurransekraft i norsk reiseliv etter krigen, og argumenterer for nødvendigheten av å styrke selve kunnskapsbasen for reiselivsnæringen. Artikkelen representerer en viktig oppsats for en videre diskusjon av hvordan norsk reiselivs-politikk bør utformes i framtida”

(Professor Dag Leonardsen, Avdeling for helse- og sosialfag, Høgskolen i Lillehammer i kommentarene som fulgte godkjenning for publisering som Forskningsrapport. Tidlig i sitt forfatterskap publiserte Dag Leonardsen boken ”Bygger de landet?” sammen med Bjørn Hersoug. Pax Forlag, Oslo 1979)

”Norwegian prices and service put tourists off:

Svalastog has analysed the industry’s competitiveness, and the result don’t make pleasant reading. - - - Competing internationally is much harder in high-cost than a low-cost country, says Svalastog. - - - He does believe there is a glimmer of hope for Norway, however, despite the noticeable tourism decline in what’s known as “the five-percent market” especially - - -“

(Michael Sandelson, 23.08.2010)

“Regionprofilering god medisin:

Dr. oecon. Sondre Svalastog ved Høgskolen i Lillehammer har utarbeidd analysen ”Om den raskt avtagende konkurransekraft i norsk reiseliv” - - - Han konkluderer med at Norge ikkje er attraktivt nok for velstående og betalingsviljuge turistar. Analysen fortel blant anna at andre høgkostland har langt større tiltrekningskraft på pengesterke turistar enn kva Norge har. - - - -

Eg trur Svalastog har heilt rett, seier Rasmus Sandnes.

- Vi gjer alt for lite på nasjonalt plan for å utvikle produkt som er attraktive og gode nok. Og alt for ofte sel vi tre stjernesprodukt til fem stjerners prisar. - - -”

(Dir. Rasmus Sandnes ved Dr. Holms Hotel på Geilo i Hallingdal i intervju med Arne Sigurd Haugen, Hallingdølen, 05.09.2010)

”Tiltrekker oss ikke pengesterke turister:

De pengesterke som etterspør kvalitet og er villige til å betale for det, ser ut til å velge andre reisemål enn Norge, forteller analysen ”Om den raskt avtakende konkurransekraft i norsk reiseliv” utarbeidet av forsker Sondre Svalastog ved Høgskolen i Lillehammer - - -”

(Oslo Handelsstands Forening, 23.08.2010. www.ohf.no/nyheter)

Dir. Børrea Schau-Larsen, Solstrand Hotel & Bad: ”Tusen takk for interessant dokumentasjon, som er helt i tråd med det jeg brenner for på vegne av reiselivet. Vi frydet oss over å få NCE reiseliv her til Vestlandet, men veien videre er jamen krevende! - - -

Det har tatt lang tid å overbevise styret i BRN om at det ikke er siste leddet i produksjonskjeden, som Sondre Svalastog nevner i sitt forord, som først og fremst kan bidra til å løfte vår konkurransekraft vesentlig, men de aktørene og miljøer som kan bedre total kvaliteten i reiselivet, og ikke minst markedstilpasse konseptene våre og tilgjengeligheten til dem til dagens globale samfunn. Jeg er svært glad for at du sendte meg Sondre Svalastog’s analyse, som jeg herved ber om tillatelse til å anvende i mitt næringspolitiske virke. - - - ”

(I e-post, datert 31.07.2010 til en kollega m/gjenpart forfatteren)

Høgskolen i Lillehammer / Lillehammer University College
Postboks/P. O. Box 952, 2604 Lillehammer, Norway
Telefon/phone: (+47) 61 28 80 00

www.hil.no