



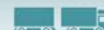
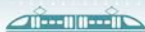
Transportøkonomisk institutt  
Stiftelsen Norsk senter for samferdselsforskning



# Nasjonal reiselivsmonitor - forprosjekt

Petter Dybedal, Anniken Enger, Frants Gundersen, Amund Kordt,  
Rolf Røtnes

1920/2022



|                       |   |
|-----------------------|---|
| Tittel:               | Nasjonal reiselivsmonitor - forprosjekt                                   |
| Tittel engelsk:       | National Monitor for Tourism - preliminary project                        |
| Forfatter:            | Petter Dybedal, Anniken Enger, Frants Gundersen, Amund Kordt, Rolf Røtnes |
| Dato:                 | 11.2022   |
| TØI-rapport:          | 1920/2022   |
| Antall sider:         | 79  |
| ISSN elektronisk:     | 2535-5104   |
| ISBN elektronisk:     | 978-82-480-1976-3   |
| Oppdragsgivers p.nr.: | Innovasjon Norge, 2021/335001   |
| Finansieringskilder:  | Innovasjon Norge  |
| TØIs p.nr.:           | 5194 – Prosjekttittel   |
| Prosjektleder:        | Frants Gundersen  |
| Kvalitetsansvarlig:   | Silvia J. Olsen   |
| Fagfelt:              | Regional utvikling og reiseliv  |
| Emneord:              | Reiseliv, turisme, monitor  |

## Kort sammendrag

På oppdrag fra Innovasjon Norge har prosjektet gjort en vurdering av nytten av å samle tilgjengelig statistikk i en nettbasert reiselivsmonitor. Gjennomgang av brukerbehov og tilgjengelig statistikk viser at en monitor over ulike sider ved reiselivssektoren både kan bli omfattende og dekke manges behov for statistikk. Samtidig gjør moderne verktøy og automatiserte prosesser for datainnhenting og -behandling terskelen relativt lav for etablering og drift av en slik monitor. En bør la etterspørsel og ressursbruk styre hvor mye en vil inkludere av bearbeiding og tilrettelegging hvis en ønsker å utvide utover en basisversjon av tilgjengelig statistikk.

## Summary

Commissioned by Innovation Norway, the project has made an assessment of the usefulness of collecting available statistics in a web-based tourism monitor. A review of user needs and available statistics shows that a monitor covering various aspects of the tourism sector can be both comprehensive and cover many people's needs for statistics. At the same time, modern tools and automated processes for data acquisition and processing make the threshold relatively low for establishing and operating such a monitor. One should let demand and resource use govern how much one wants to include further processing and facilitation if one wants to expand beyond a basic version of the available statistics.

Transportøkonomisk institutt (TØI) har opphavsrett til hele rapporten og dens enkelte deler. Innholdet kan brukes som underlagsmateriale. Når rapporten siteres eller omtales, skal TØI oppgis som kilde med navn og rapportnummer. Rapporten kan ikke endres. Ved eventuell annen bruk må forhåndssamtykke fra TØI innhentes. For øvrig gjelder [Åndsverklovens](#) bestemmelser.



# Forord

Denne rapporten skal forberede etableringen av en kunnskapsplattform, en monitor for reiselivet i Norge, slik det spesifiseres i «Nasjonal reiselivsstrategi 2030». Monitoren skal bidra til å realisere målene i reiselivstrategien (IN 2021) ved blant annet å overvåke utviklingen i norsk reiseliv langs flere dimensjoner og på flere nivåer. Prosjektet er et forprosjekt, og skal ikke i seg selv etablere en slik monitor, men beskrive og diskutere, og på den måten komme med anbefaling for innhold og utforming av en eventuell monitor.

Oppdragsgiver har vært Innovasjon Norge, der Margrethe Helgebostad har vært kontaktperson. Hun skal ha stor takk for å følge prosjektet tett og for å ha kommet med mange gode innspill.

Forprosjektet har vært et samarbeidsprosjekt mellom tre institusjoner: Aniara AS, Samfunnsøkonomisk Analyse (SØA) og Transportøkonomisk institutt (TØI) der sistnevnte har hatt prosjektlederansvaret. Rapporten er skrevet av Anniken Enger (Aniara), Amund Kordt (SØA), Rolf Røtnes (SØA), Petter Dybedal (TØI) og Frants Gundersen (TØI). Frants Gundersen har vært prosjektleder. Trude Kvalsvik ved TØI har stått for teknisk tilrettelegging av rapporten.

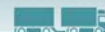
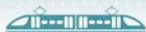
Prosjektet har hatt stor nytte av mange innspill fra både bransjeaktører og offentlige institusjoner. Takk til alle som har tatt seg tid til å dele sine erfaringer, behov og ønsker. Og spesiell takk til referansegruppa for verdifulle innspill.

Oslo, november 2022  
Transportøkonomisk institutt

Bjørne Grimsrud  
Administrerende direktør

Silvia J. Olsen  
Avdelingsleder

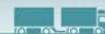
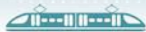




# Innhold

## Sammendrag

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>Innledning</b> .....   | <b>1</b>  |
| 1.1      | Bakgrunn/formål .....   | 1         |
| 1.2      | Avgrensning.....  | 2         |
| 1.3      | Rapportstruktur.....  | 3         |
| <b>2</b> | <b>Tilnærming og metode</b> .....   | <b>4</b>  |
| 2.1      | Metodevalg .....  | 4         |
| 2.2      | Definisjoner .....  | 5         |
| <b>3</b> | <b>Brukere og behov</b> .....   | <b>11</b> |
| 3.1      | Bruk av data/statistikk i dag.....  | 11        |
| 3.2      | Informantenes innspill .....  | 12        |
| 3.3      | Spørreundersøkelse .....  | 13        |
| <b>4</b> | <b>Datatilfang</b> .....  | <b>24</b> |
| 4.1      | Vurderingskriterier .....   | 24        |
| 4.2      | Turismens omfang og turiststrømmer .....                                    | 25        |
| 4.3      | Økonomien i reiselivet .....  | 34        |
| 4.4      | Markedsinformasjon .....  | 40        |
| 4.5      | Kunnskap om drivkrefter og trender .....                                    | 42        |
| 4.6      | Bærekraftrelatert kunnskap.....   | 43        |
| 4.7      | Bruk av stordata .....  | 45        |
| <b>5</b> | <b>Indekser, beregnede indikatorer og prognosemodeller</b> .....            | <b>48</b> |
| 5.1      | Beregnede størrelser.....   | 48        |
| 5.2      | Etablering av indekser .....  | 50        |
| 5.3      | Prognosemodeller .....  | 52        |
| <b>6</b> | <b>Praktisk fremgangsmåte ved etableringen av en reiselivsmonitor</b> ..... | <b>59</b> |
| 6.1      | Format på data og innhenting.....   | 59        |
| 6.2      | Datastruktur og databehandlingsmodell .....                                 | 61        |
| 6.3      | Krav og anbefaling til formidlingsløsning.....                              | 64        |
| 6.4      | En prototype til reiselivsmonitoren .....                                   | 65        |
| 6.5      | Etablering, drift, ressursbehov og forslag til en finansieringsmodell ..... | 68        |
| 6.6      | Internasjonale erfaringer med reiselivsmonitører.....                       | 70        |
| <b>7</b> | <b>Oppsummering</b> .....   | <b>71</b> |
| 7.1      | Basisversjon.....   | 71        |



|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| 7.2 Utvidet versjon .....         | 72        |
| 7.3 Vurdering og anbefaling ..... | 72        |
| <b>Referanser .....</b>           | <b>74</b> |
| <b>Vedlegg .....</b>              | <b>75</b> |
| V 1. Spørreskjemaet .....         | 75        |
| V 2. Informanter .....            | 79        |

## Nasjonal reiselivsmonitor - forprosjekt

TØI rapport 1920/2022 • Forfattere: Petter Dybedal, Anniken Enger, Frants Gundersen, Amund Kordt, Rolf Røtnes • Oslo 2022 • 79 sider

Gjennomgang av brukerbehov og tilgjengelig statistikk viser at en monitor over ulike sider ved reiselivssektoren både kan bli omfattende og dekke manges behov for statistikk. Samtidig gjør moderne verktøy og automatiserte prosesser for datainnhenting og -behandling terskelen relativt lav for etablering og drift av en slik monitor. En bør la etterspørsel og ressursbruk styre hvor mye en vil inkludere av bearbeiding og tilrettelegging hvis en ønsker å utvide utover en basisversjon av tilgjengelig statistikk.

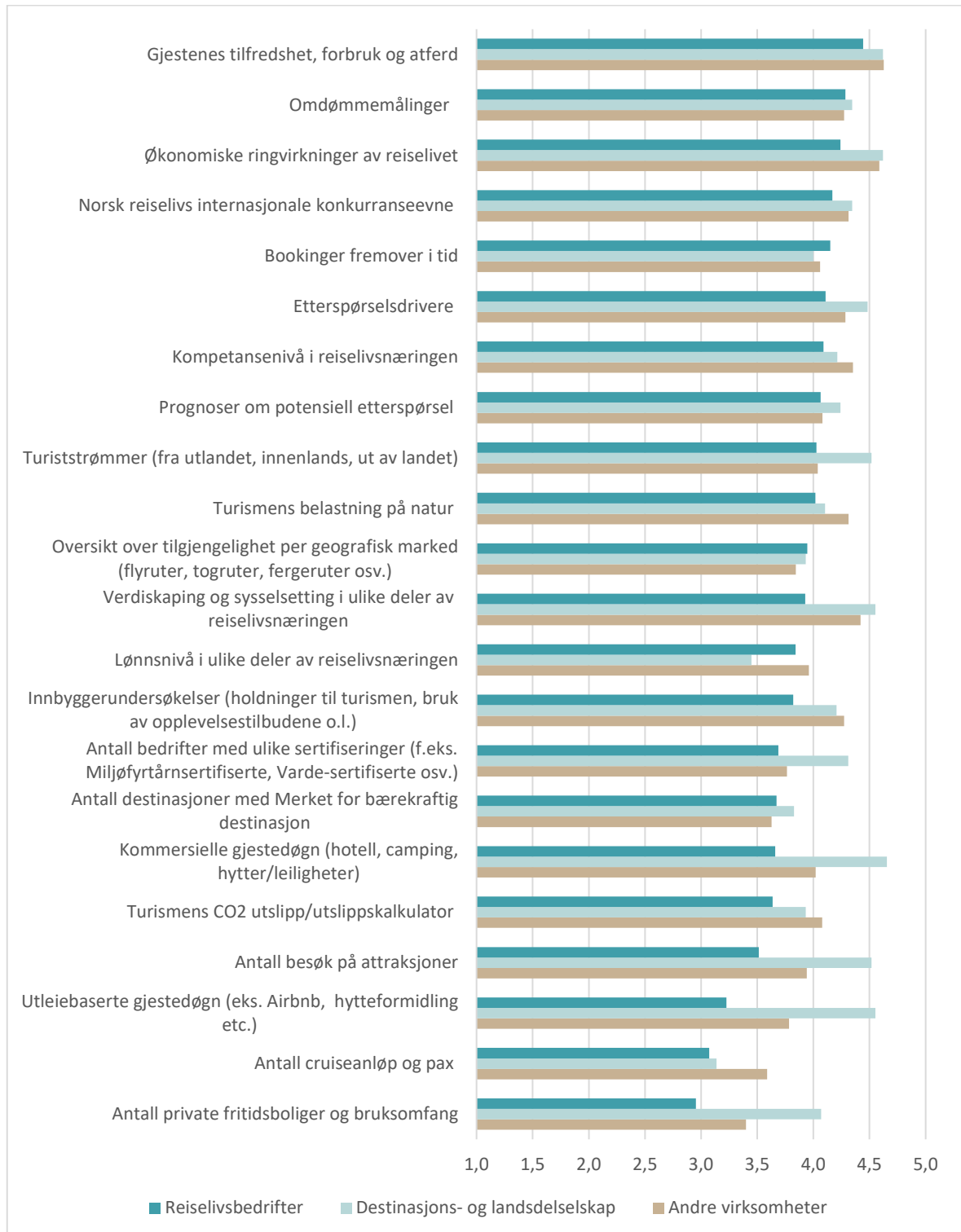
### Bakgrunn

Dette forprosjektet skal vurdere grunnlaget for etablering av en monitor for reiselivet i Norge, slik det spesifiseres i «Nasjonal reiselivsstrategi 2030». Monitoren skal bidra til å realisere målene i reiselivstrategien (IN 2021) ved blant annet å overvåke utviklingen i norsk reiseliv langs flere dimensjoner og på flere nivåer. Den innsikten monitoren skal gi handler om fem hovedområder, og arbeidet er operasjonalisert ut fra disse hovedområdene:

1. Turismens omfang: Kvantifisering og regionalisering av innkommende og innenlandske trafikkstrømmer, overnattinger, attraksjonsbesøk, etc. og observert markedsutvikling.
2. Økonomien i reiselivet: Reiselivsrelatert forbruk, verdiskaping og lønnsomhet, direkte og indirekte ringvirkninger, sysselsetting, effekter av fritidsboligsektoren på lokal økonomi.
3. Drivkrefter og trender som former etterspørsel og tilbud av reiselivstjenester; inntekter, kostnader, reisetrender, reiserestriksjoner o.a.
4. Kunnskap om opplevelser og gjestetilfredshet, omdømme, etc.
5. Klima og miljøfaktorer: Klima- og miljøavtrykk og reiselivets bidrag til det grønne skiftet, samt sosial/kulturell bærekraft, innbyggertilfredshet.

Gjennomgangen av brukerbehov viser at disse fem områdene i stor grad dekker det brukerne ser for seg av statistikkbehov. Samtidig er det i liten grad ett eller noen få av områdene som skiller seg ut ved at de(t) dominerer behovet i forhold til statistikk.

Tematisk sprer statistikkbehovet seg ganske jevnt utover disse kategoriene, selv om vi differensierer på type bruker (se figur S.1).



Figur S.1: Gjennomsnittlig viktighet (på en skala fra 1 til 5) for ulike typer respondenter og for ulike temaer i en reiselivsmonitor



## Datatilfanget og vurderinger av dette

Med utgangspunkt i resultatene fra brukerundersøkelsen med hensyn til viktighet og relevans, og kvalitets- og tilgjengelighetsvurderinger av de enkelte elementene i data-tilfanget, presenteres forslag til indikatorer innen de fem hovedområdene vi har foreslått at monitoren skal dekke (kapittel 4).

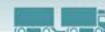
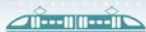
Forslagene er basert på en rangering av tilgjengelige data/statistikker i tre hovedgrupper:

1. Statistikk med høy relevans, god tilgjengelighet og god kvalitet, samt annen statistikk med høy relevans, men med mulige svakheter i kvalitet/reliabilitet og/eller tilgjengelighet.
2. Statistikk med en viss relevans, som vil være aktuell for et utvidet monitoralternativ, og/eller bør vurderes nærmere i det planlagte hovedprosjektet
3. Data/statistikk som scorer lavt på relevans og som i liten grad er blitt kvalitetsmessig vurdert med tanke på monitoren.

Ut fra denne gjennomgangen har vi foreslått i alt 82 indikatorer som skal være med i et basialternativ og 102 indikatorer i et utvidet alternativ. Disse fordeler seg innenfor hvert av de fem hovedområdene som vist i tabellen nedenfor:

Tabell S.1: Antall foreslåtte indikatorer etter hovedområder i basialternativ og utvidet alternativ.

|  | Basisalternativet | Utvidet alternativ (inkludert basialt.) |
|--|-------------------|---|
| <b>Turismens omfang</b>  |                   |   |
| Kommersielle overnattinger   | 9                 | 9                                       |
| Annen overnatting  | 1                 | 3                                       |
| Reisestrømmer Turistundersøkelsen (utlendinger + nordmenn)                   | 5                 | 5                                       |
| Reisestrømmer SSB Reiseundersøkelsen (nordmenn)                              | 2                 | 5                                       |
| Data Avinor (fly), ferger (rederiene), cruise (Kystverket), SVV (veitrafikk) | 8                 | 12                                      |
| <b>Økonomi i Reiselivet</b>  |                   |   |
| Turisters forbruk i Norge (hovedsakelig Turistundersøkelsen)                 | 7                 | 8                                       |
| Produksjon, verdiskaping og lønnsomhet (hovedsakelig SSB)                    | 9                 | 12                                      |
| Nasjonalregnskap/satellitregnskap, sysselsetting mm                          | 8                 | 9                                       |
| <b>Markedsinfo: opplevelser og gjestetilfredshet, omdømme, etc.</b>          |                   |   |
| Turistatferd og karakteristikk (Turistundersøkelsen)                         | 3                 | 3                                       |
| Motivasjon (IN Merkevarertracker/Reisebarometer)                             | 11                | 11                                      |
| Profiler flyreisende (Avinor)  | 0                 | 4                                       |
| <b>Drivkrefter og trender</b>  |                   |   |
| Valutakurser, økonomisk statistikk SSB, OECD, Eurostat                       | 6                 | 7                                       |
| Markedsutsikter (IN Merkevarertracker/Reisebarometer)                        | 1                 | 2                                       |
| <b>Klima og miljøfaktorer/bærekraft</b>                                      |                   |   |
| Utslippsrelaterte indikatorer  | 3                 | 3                                       |
| Holdninger til turisme og bærekraft (innbyggerundersøkelsen)                 | 5                 | 5                                       |
| Data fra Innovasjon Norges merkeordning for bærekraftige destinasjoner       | 2                 | 2                                       |
| Arealbruk fritidsboliger   | 2                 | 2                                       |
| <b>Totalt antall indikatorer</b>   | <b>82</b>         | <b>102</b>                              |



De viktigste kildene består ut fra kravene til kontinuitet, tilgjengelighet, omfang osv. av periodisk registerstatistikk (totalstatistikk) og periodiske utvalgsundersøkelser. Dagens hovedkilder for kunnskap er registerstatistikk (overnattingsstatistikk og økonomisk statistikk) fra Statistisk sentralbyrå og Innovasjon Norges Turistundersøkelsen. Brorparten av de foreslåtte indikatorene kommer fra disse kildene, og disse er da naturlig nok viet mest plass når det gjelder beskrivelse og vurderinger i kapittel 4.

I gjennomgangen har vi også kartlagt mulighetene for å ta inn beregnede størrelser, indekser og prognosemodeller og vurdert det er hensiktsmessig å innta i en reiselivsmonitor. Ved vurderingen har vi vektlagt brukerbehov, pålitelighet i estimatene og ressursbehov. Vi anbefaler at beregnede størrelser, indekser og prognosemodeller inntas i den utvidede versjonen.

Som en del av forprosjektet har vi også kommet med anbefalinger for hvilket format datagrunnlaget til reiselivsmonitoren bør ha, og hvordan dataene bør innhentes. Videre har vi kommet med anbefalinger for datastruktur og databehandlingsmodell til monitoren, som er eksemplifisert gjennom en prototype av reiselivsmonitoren som er laget i tilknytning til prosjektet. Til slutt har vi etablert en brukerflate for reiselivsmonitoren i en nettløsning.

Oppsummert anbefaler vi at det i reiselivsmonitoren innhentes data fra filer som er egnet for direkte uthenting av indikatorer, og at det ikke innhentes informasjon fra filer som krever manuell gjennomgang eller komplekse dataauthentingsprosesser. Så langt det lar seg gjøre anbefaler vi at datagrunnlaget innhentes fra API eller oversendelser fra dataleverandør. Vi anbefaler også at det etableres automatiserte script for bearbeiding av datagrunnlaget. Ettersom det er en rekke ulike geografisk enheter, tidsenheter og nedbrytbarhet blant indikatorene, anbefaler vi at dataene legges inn i en relasjonell databehandlingsmodell.

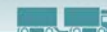
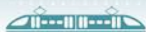
Videre anbefaler vi at nettløsningen legger opp til en brukerflate som bygger på de fem temaområdene som er omtalt over, og at rådatafilene gjøres tilgjengelig for brukergrupper som eventuelt skulle ønske mer omfattende analyser.

Forprosjektet skal avgrense – i to alternativer – omfanget av data som skal inn i monitoren. De to omfangsalternativene settes opp som et basisalternativ med minimumsutvalg av lett tilgjengelig statistikk for å dekke de fem temaområdene, mens man i et utvidet alternativ vurderer hvor langt det er ressursmessig mulig (og ønskelig) å innlemme andre typer data/indekser/avledede størrelser.

## Basisversjon

Gjennomgangen av mulige statistikker og datakilder i kapittel 4 viser at det er mer enn nok relevante og kvalitetssikrede kilder til å etablere en reiselivsmonitor. Samtidig viser kartleggingen av brukerbehov (kapittel 3) at dette er noe som svært mange ønsker og mener de vil ha nytte av. Det er imidlertid noen kriterier som vi har vektlagt når vi har vurdert hva en basisversjon bør inneholde.

For det første er det svært viktig at en ikke gaper for høyt. En etablering av en monitor kan gjøres så omfattende en bare vil, og det er fort gjort å ønske seg så mye av både



data og funksjonalitet at prosjektet ikke klarer å etablere et velfungerende system verken for drift eller fra brukersiden.

For det andre skal en også huske på at nytten ikke er proporsjonal med antall ulike statistikker – hvor lett det er å orientere seg i monitoren er også en del av kvaliteten og flere statistikker som nesten beskriver det samme fenomenet kan virke mer forvirrende enn oppklarende for en bruker.

En beskrivelse av basisversjonen av en reiselivsmonitor kan oppsummeres slik:

1. De statistikkene som er beskrevet i kapittel 4. Her er de statistikkene/indikatorerne som vi mener bør med tydelig angitt.
2. Ingen bearbeiding av grunndataene (bør gjelde uansett omfang)
3. Ingen videre sammenstilling til f.eks. indekser eller rater
4. Ingen videre funksjonalitet for analyser, f.eks. verdiskapingsmål, prognoser eller lignende.
5. Gratis tilgjengelighet til alt for alle
6. Driftes av Innovasjon Norge med standardverktøy (slik som Power BI)

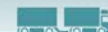
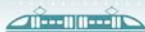
I implementeringen bør en etterstrebe bruk av automatiske innhenting av data via API eller ha en fast avtale med dataleverandør for å få data på en bestemt form hver gang, men dette vil selvfølgelig gjelde uansett omfang. Gitt denne utformingen vil selve driften av monitoren være ressurseffektiv og kreve lite ekstra innsats fra Innovasjon Norge. I tillegg er det ikke behov for spesialistkompetanse for driften. Ressursbehovet vil først og fremst være knyttet til etableringen av monitoren.

## Utvidet versjon

En utvidet versjon vil naturlig nok vurdere en utvidelse av variablene og dermed datakildene i en monitor. Hvilke statistikker en kan vurdere ved en utvidelse er også indikert i kapittel 4. Det er imidlertid ikke mulig å si akkurat hvilke statistikker en bør ha med siden vi ikke vet hvor stor utvidelsen er tenkt å være.

Ved en utvidelse av monitoren bør en også vurdere om en vil produsere indikatorer og rater (punkt 3 i lista over). Det er imidlertid skal være klar over er at en da innfører en databearbeidingsrutine mellom innhentningen av data og publiseringen av data i monitoren. Denne rutinen er det den som drifter monitoren som må stå for og også oppdatere/utvikle hvis datagrunnlaget endrer seg. Vi mener imidlertid at dette vil gi en merverdi som kan øke interessen og bruken for monitoren, og bør ha høy prioritet når en vurderer en utvidelse.

En utvidelse av monitoren til å også inkludere prognoser og mer avanserte funksjoner, slik som verdiskaping, konsum o.l. vil også gi monitoren merverdi. Imidlertid vil dette også forutsette en databearbeidingsmodul internt i monitoren. I tillegg vil slike beregninger kreve en annen type kompetanse og økt ressursinnsats for vedlikehold og utvikling som gjør driften og vedlikehold sårbar hvis datagrunnlaget av en eller annen grunn endres. Dette er nærmere beskrevet i kapittel 5.1-5.3. Det bør også legges til at en bruker selv kan ta ut data fra monitoren og gjøre egne beregninger, slik at denne typen utvidelser bør komme lengre ned på prioriteringslisten hvis en vurderer å utvide monitoren.



Siden mer avanserte funksjoner vil kreve en helt annen ressursbruk enn kun en basisversjon hos de som skal drifte monitoren, kan det være aktuelt å se på en finansieringsmodell som «spleiser» på tilrettelegging av disse funksjonene. I praksis vil de som drifter monitoren utføre analyser som brukerne av monitoren ellers ville gjort, og det kan tenkes at større aktører ville vært villige til å gå inn på en ordning der denne tidsbruken ble eksternt finansiert. Imidlertid er også administrasjon av betalingsløsninger o.l. ressurskrevende og ideelt bør hele monitoren ses på som et fellesgode som alle bør ha tilgang til. I det minste bør en eventuell betalingsordning komme som resultat av brukerbehov – den bør være etterspørselsdrevet.

## Vurdering og anbefaling

Kartleggingen av statistikkbruk og behov tilsier at en reiselivsmonitor ville vært svært etterspurt og ønsket velkommen fra mange mulige brukere. Et funn er også at tematisk etterspørres det statistikk på alle de fem temaområdene som Innovasjon Norge har definert i sin beskrivelse av oppdraget – det er ikke ett eller noen få områder som peker seg ut som viktigere enn andre. I tillegg viser kartleggingen at det er mer enn nok av tilgjengelige statistikker til å fylle en monitor med kvalitetssikrede og relevante variabler og statistikker.

Konklusjonen av dette prosjektet er derfor at vi anbefaler å etablere en reiselivsmonitor. Brukernes innspill til behov tilsier at en ikke kommer til å oppnå tilstrekkelig merverdi ved å kun etablere en basisversjon. Det er imidlertid fornuftig å starte med en basisversjon, men se dette som første steg i en etablering av en monitor med tilstrekkelig funksjonalitet slik at brukerne opplever nytte. Det er også en basisversjon som er mest overkommelig å få etablert og driftet uten større bruk av ressurser.

Prosjektet anbefaler også at eventuelle utvidelser av monitoren skjer gjennom innmelding av brukerbehov. Anbefalingen er også at reiselivsmonitoren er gratis for alle, uansett utvidelse, selv om vi kan ha forståelse for at en vil vurdere andre løsninger hvis utvidelser krever ressurser som Innovasjon Norge i utgangspunktet ikke har.

# 1 Innledning

## 1.1 Bakgrunn/formål

Dette forprosjektet skal forberede etableringen av en kunnskapsplattform, en monitor for reiselivet i Norge, slik det spesifiseres i «Nasjonal reiselivsstrategi 2030». Monitoren skal bidra til å realisere målene i reiselivstrategien (IN 2021) ved blant annet å overvåke utviklingen i norsk reiseliv langs flere dimensjoner og på flere nivåer. Behovet for en slik kunnskapsplattform synes åpenbart, samtidig som dagens datakilder ikke er godt nok egnet til å gi et helhetlig bilde av reiselivet som næring, produksjonssektor og opplevelsesarena. Det er imidlertid fullt mulig å forbedre datagrunnlaget gjennom å lette tilgangen til data gjennom en systematisering av eksisterende kilder og utnytte muligheter til å utvikle/forbedre disse. Denne rapporten vil være en del av et slikt arbeid.

Hovedoppgaven er å drøfte og konkret foreslå hvordan man kan og bør sammenstille data fra flere kilder i en monitor, som reiselivsaktørene, myndighetene og andre interessenter enkelt kan benytte seg av. Forprosjektet skal også gjøre rede for de tekniske og økonomiske mulighetene og utfordringene ved å fullføre utviklingen av en slik kunnskapsplattform, for eksempel vurdering av aktuelle data og datakilder og hvilke typer av Web-baserte løsninger som er best egnet til å presentere dette kunnskapsgrunnlaget for brukerne.

Monitoren skal være hensiktsmessig, håndterbar og kostnadseffektiv, med et funksjonelt brukergrensesnitt for å bli en attraktiv kunnskapsplattform. De grunnleggende elementene i forprosjektet omfatter kartlegging og involvering av interessenter (mulige målgrupper/brukere, dataleverandører, kunnskapsmiljøer m. fl.) og en omfattende kartlegging og vurdering av datagrunnlaget: Eksistens, tilgjengelighet og kvalitet, samt anvendbarhet og relevans for bruk i monitoren er sentrale premisser for oppbygging av monitoren.

Innovasjon Norges nye plattform «Dashbord for overnattingsstatistikk» vil være et utgangspunkt for oppbygging av en mer omfattende kunnskapsplattform. Grepert med å etablere en geografisk inndeling av Norge i 67 reiselivsregioner i stedet for fylker/kommuner er naturlig å videreføre i arbeidet med en monitor, selv om det vil være mange typer data (for eksempel fra utvalgsundersøkelser) som ikke nødvendigvis kan brytes ned på et så detaljert geografisk nivå.

Den innsikten monitoren skal gi handler om fem hovedområder, og arbeidet er operasjonalisert ut fra disse hovedområdene:

1. Turismens omfang: Kvantifisering og regionalisering av innkommende og innenlandske trafikkstrømmer, overnattinger, attraksjonsbesøk, etc. og observert markedsutvikling
2. Økonomien i reiselivet: Reiselivsrelatert forbruk, verdiskaping og lønnsomhet, direkte og indirekte ringvirkninger, sysselsetting, effekter av fritidsboligsektoren på lokal økonomi
3. Drivkrefter og trender som former etterspørsel og tilbud av reiselivstjenester; inntekter, kostnader, reisetrender, reiserestriksjoner o.a.
4. Kunnskap om opplevelser og gjestetilfredshet, innbyggertilfredshet, omdømme, etc.
5. Klima og miljøfaktorer: Klima- og miljøavtrykk og reiselivets bidrag til det grønne skiftet, samt sosial/kulturell bærekraft:

Det kan også være relevant å ta inn i monitoren data (både løpende data og prognoser) for internasjonal turisme, flytrafikk, cruise, etc. også fra utenlandske kilder, som UNWTO, OECD, CLIA (Cruise Lines International Association), Eurostat etc.

Forprosjektet vil ha et sideblikk til anbefalingene fra UNWTO med hensyn til variabler og prinsipper for nasjonale reiselivsstatistikker (UNWTO 2008) og også til utformingen av UNWTOs Tourism Data Dashboard (<https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>), samt anbefalinger fra OECD (2013).

Med tanke på betydningen av kunnskap om klimaavtrykk og grønt skifte vil data som er sentrale i relasjon til FNs 17 bærekraftsmål være aktuelle – og som for eksempel er reflektert i prinsippene for Innovasjon Norges merkeordning (IN 2018, IN 2020) og i retningslinjer fra Global Sustainable Tourism Council (GSTC 2019) og EUs The European Tourism Indicator System – ETIS (European Commission 2016).

Forprosjektet skal vurdere muligheten for å inkludere enkle modeller i monitoren for å lage estimater for klimautslipp, verdiskaping og for andre indikatorer som det ikke foreligger tilgjengelige eksterne beregninger/data for. Ikke minst gjelder dette viktige nøkkelindikatorer for hvordan reiselivet utvikler seg (KPI-er). I denne sammenhengen må forprosjektet også avklare hvordan man kan utvikle monitoren til å kunne møte målet om «å etablere en nasjonalt anerkjent analysemodell som [...] designes slik at den også etter hvert kan simulere fremtidig utvikling basert på kunstig intelligens» (fra utlysningen). Man tenker da gjerne på modeller som er basert på økonometriske metoder og prinsipper, og/eller basert på maskinlæringsmetoder.

Forprosjektet skal avgrense – i to alternativer – omfanget av data som skal inn i monitoren. Mens registerdata og utvalgsdata fra IN og SSB sine utvalgsundersøkelser er lett tilgjengelige og presumptivt relativt enkle å oppdatere løpende, vil sekundærdata i form av ikke-periodiske private og offentlige undersøkelser være mer krevende med hensyn til overvåking (av hva som finnes), innsamling og oppdatering. I tillegg er det mulig å kombinere ulike datakilder for å produsere indekser eller andre mål (verdiskaping, produktivitet o.l.). Kravet om to omfangsalternativer medfører at det settes opp et basisalternativ med begrenset bruk av ikke-periodiske/tilfeldige undersøkelsesdata og andre private data, mens man i et utvidet alternativ vurderer hvor langt det er ressursmessig mulig (og ønskelig) å innlemme andre typer data/indekser/avledede størrelser. Naturlige avgrensninger, eventuelt en form for nytte-kostnadsvurdering hvor marginale nytte (for eksempel uttrykt brukerbehov) av enkelte type data, kan danne grunnlag for diskusjonen om hva som skal med.

## 1.2 Avgrensning

### 1.2.1 Forholdet til eksisterende kunnskapsplattformer

De sentrale delene av det aktuelle datatilfanget benyttes i dag i plattformer og/eller publikasjoner som skal gi oversikt over reiselivet i Norge. All overnattingsstatistikk fra SSB publiseres digitalt i en statistikkbank for 'Overnatting', og Innovasjon Norge har i tillegg etablert plattformen 'Dashbord for overnatting' med de samme dataene for 67 definerte reiselivsregioner. En planlagt reiselivsmonitor vil i stor grad dekke de samme behovene som dette, men vi har ikke tatt stilling til om for eksempel «Dashbord for overnatting» kan inngå i sin helhet i monitoren.

I tillegg publiserer Innovasjon Norge materiale fra Turistundersøkelsen og publikasjonen «Nøkkeltall om norsk turisme» med tall både fra SSB og fra INs egne kilder på nettstedet VisitNorway/innsikt (<https://business.visitnorway.com/no/markedsinnsikt/>). På samme plattform legges det også ut tall fra Innbyggerundersøkelsen, Merkevaretrackeren, segmentundersøkelser, samt INs forbrukskalkulator og utslippskalkulator for reiseliv.

I vårt forslag til monitor har vi inkludert data fra alle disse plattformene, men det må presiseres at vi i dette forprosjektet ikke har vurdert hvorvidt det er hensiktsmessig at eksisterende IN-plattformer eventuelt innlemmes i monitoren.

En monitor skal være en samling av allerede eksisterende data/statistikk. Det er her viktig å understreke at en slik samling *ikke* skal bearbeide *grunndataene* fra de datakildene som eventuelt blir inkludert. Og dette vil gjelde uansett hvor omfattende monitoren gjøres. I rapporten er derfor eventuelt databearbeidingsbehov kun nevnt der dette gir bedre input i en monitor.

### 1.3 Rapportstruktur

Rapporten starter med en gjennomgang av metodene prosjektet har benyttet (kapittel 2). Resten av rapporten følger i det store og hele inndelingen slik det er skissert i tilbudet: først avdekkes behovene for kunnskap i ulike brukergrupper (kapittel 3). Deretter etableres det en oversikt over hva som er tilgjengelig av data og statistikk, med tilhørende vurderinger av kvalitet, tilgjengelighet, aktualitet m.m. (kapittel 4). I kapittel 5 skisseres hvilke bearbeidingsbehov som vil knyttes til videre bruk av data, mens det i kapittel 6 gjennomgås hvordan en monitor skal fungere i en eventuell driftsfase, både teknisk og i forhold til formidling.



## 2 Tilnærming og metode

### 2.1 Metodevalg

#### 2.1.1 Spørreundersøkelse brukere

For å avdekke behov hos potensielle brukere ble det gjennomført en enkel webbasert spørreundersøkelse. Potensielle brukere fikk tilsendt en lenke på e-post som førte til et skjema der de kunne krysse av på svar på 10 ulike spørsmål, samt skrive inn kommentarer i 4 åpne felt. Skjemaset er vedlagt denne rapporten.

Respondentene ble rekruttert via ulike kilder. TØI produserte en liste med reiselivsvirksomheter basert på Det sentrale virksomhets- og foretaksregisteret (VoF). Denne inneholdt 1485 e-postadresser. I tillegg ble det lagt til cirka 30 e-postadresser fra kontakter til ressurspersoner og institusjoner som prosjektet eller Innovasjon Norge hadde kjennskap til utenom lista fra VoF.

I tillegg til utsendte e-poster la også Innovasjon Norge ut lenke til undersøkelsen på sine hjemmesider og i sitt nyhetsbrev slik at flere kunne svare på undersøkelsen.

I alt svarte 232 stykker helt eller delvis på undersøkelsen. 158 komplette svar kom fra utsendte e-poster mens 30 kom fra lenken som ble distribuert av Innovasjon Norge. Det kom inn 44 delvis svar som fordelte seg cirka på samme måte fra de to kildene. Det er ikke mulig å beregne svarprosent. Vi kjenner ikke til hvor mange av e-postene som faktisk ble lest av den riktige mottakeren. 59 e-poster kom for eksempel direkte i retur der e-postadressen var ugyldig, men en vet heller ikke om e-posten ble slettet av et spamfilter eller et postmottak før den nådde mottaksadressen.

Dataene er heller ikke representative, da populasjonen er ukjent. Dette er heller ikke noe stort problem. Undersøkelsen skulle ikke danne grunnlag for noen kvantitativ analyse, men derimot ble foretatt for å få noen innspill på hva behovet er hos brukerne mht tematikk, kvalitet, omfang av bruk m.m. når det gjelder relevant databruk.

#### 2.1.2 Web-høsting

Denne rapporten inneholder en oversikt over hvilke statistikker som er vurdert som mulige kandidater til en reiselivsmonitor. Utvalget er gjort ved at prosjektet har skaffet seg en oversikt over en lang rekke statistikkilder. Ingen har i utgangspunktet en totaloversikt over alle mulige statistikker, men gjennom de nettverkene og innsikten prosjektmedarbeiderne i utgangspunktet hadde, har vi kunnet bygge opp en oversikt ved å systematisk registrere nye statistikker etter hvert som søking, intervjuer, lenker på besøkte nettsteder osv. har ført oss til nye nettsteder osv. En slik metodikk garanterer ikke at vi har fått med oss absolutt alt av relevante datakilder, men med såpass stort nettverk og systematisk arbeid er vi trygge på at oversikten dekker de mest relevante kildene.

#### 2.1.3 Intervjuer

Det ble gjennomført 12 semistrukturerte intervjuer med sentrale personer innen reiselivet. I praksis omfattet intervjuet de samme temaene som spørreundersøkelsen, men intervjuobjekt-



ene hadde bedre mulighet til å komme med egne innspill og kommentarer enn det en spørreundersøkelse gir rom for. Personene som ble intervjuet ble valgt ut slik at de skulle representere ulike deler av reiselivet – slik som destinasjoner, myndigheter og virksomheter. Disse intervjuene viste seg å være svært nyttige for forståelsen av behovene i bransjen.

## 2.2 Definisjoner

### 2.2.1 Reiselivsnæringen

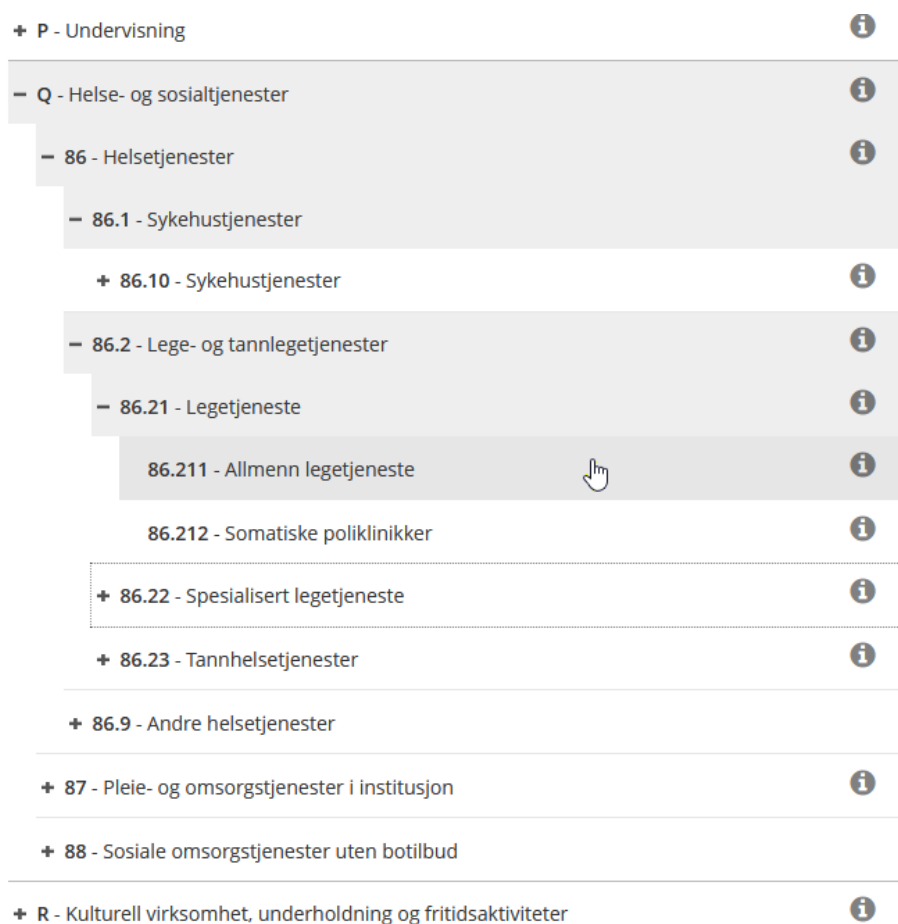
I en del sammenhenger er det nødvendig å definere hva som menes med «reiselivsnæringen». Dette er spesielt aktuelt der det som vi ønsker å måle er knyttet til virksomheter (sysselsetting, verdiskaping, omsetning o.l.). Det er viktig her å presisere forskjellen på foretak og virksomhet. Et *foretak* er den juridisk ansvarlige enheten, og den enheten som f.eks. leverer regnskap. Et foretak kan imidlertid ha aktiviteter innen ulike næringer og på ulike steder. SSB og Brønnøysundregistrene deler derfor opp foretakene i *virksomheter*, der virksomhetene i prinsippet skal være geografisk og næringsmessig entydige. Når analyser eller statistikk skal presenteres for næringer eller regioner er det helt avgjørende at en benytter virksomheter, og sysselsetting registreres da også på virksomhetsnivå. Imidlertid er regnskap knyttet til foretaksnivået, og benyttes regnskapstall bør en derfor fordele regnskapet for foretaket ut på virksomhetene for å få riktig stedfesting og næringstilhørighet for de aktivitetene regnskapstallene representerer.

Det er standard for næringsgruppering (SSB 2022) som er utgangspunktet for å klassifisere virksomheter etter aktivitetstype, og det er denne vi vil bruke for å definere reiselivsnæringen. TØI har tilgang på *Det sentrale virksomhets- og foretaksregisteret* (VoF) fra Statistisk sentralbyrå, og det er dette registeret som er benyttet for å analysere hvilke virksomheter som skal med i definisjonen.

Standard for næringsgruppering er organisert i et kode-hierarki. På øverste nivået er alle virksomheter delt inn med en bokstavkode (A til U). Bokstavkodene brukes sjeldent i seg selv som klassifisering. Virksomhetene med samme bokstavkode er igjen delt inn med en to-siffer-kode. Disse kodene er igjen delt inn i med sifferkoder i tre nivåer under dette, slik at en i praksis har en fem-siffer-kode<sup>1</sup> som det mest detaljerte nivået. Det er i praksis dette fem-siffernivået vi må benytte for å definere reiselivsnæringen.

---

<sup>1</sup> De fire første sifrene i koden følger en internasjonal standard (NACE-koden), mens det femte sifferet er et nasjonalt nivå som er lagt til for å dekke sær-norske behov.



Figur 2.1: Utsnitt av hierarkiet av næringskoder.

Denne næringsstandard vil være utgangspunktet for enhver definisjon av reiselivssektoren. Statistisk sentralbyrå benytter en definisjon av reiselivssektoren som er i tråd med den definisjonen som også benyttes av diverse internasjonale organisasjoner (OECD m.fl. 2010 og UN & UNWTO 2010). Denne definisjon sier at reiselivssektoren består av følgende produkter og aktiviteter:

| Products   | Activities  |
|--|---|
| 1. Accommodation services for visitors               | 1. Accommodation for visitors                                     |
| 2. Food and beverage serving services                | 2. Food and beverage serving activities                           |
| 3. Railway passenger transport services              | 3. Railway passenger transport                                    |
| 4. Road passenger transport services                 | 4. Road passenger transport                                       |
| 5. Water passenger transport services                | 5. Water passenger transport                                      |
| 6. Air passenger transport services                  | 6. Air passenger transport  |
| 7. Transport equipment rental services               | 7. Transport equipment rental                                     |
| 8. Travel agencies and other reservation services    | 8. Travel agencies and other reservation services activities      |
| 9. Cultural services                                 | 9. Cultural activities  |
| 10. Sports and recreational services                 | 10. Sports and recreational activities                            |
| 11. Country-specific tourism characteristic goods    | 11. Retail trade of country-specific tourism characteristic goods |
| 12. Country-specific tourism characteristic services | 12. Other country-specific tourism characteristic activities      |

Statistisk sentralbyrå har «oversatt» denne oversikten til næringskoder, og sektoren er dermed definert som foretak som ligger innenfor følgende næringskoder:

55 Overnattingsvirksomhet  
 56 Serveringsvirksomhet  
 49.1+49.2 Transport med jernbane  
 49.3 Transport med buss, sporvei og drosje  
 50.1, 50.202, 50.203, 50.3, 50.4 Transport med skip og ferger  
 51 Transport med fly  
 77 Utleie- og leasingvirksomhet  
 79 Reisebyrå- og reisearrangørvirksomhet  
 90 + 91 Kultur- og underholdningsvirksomhet  
 93 Sport og annen fritidsvirksomhet

Bruk av en slik definisjon har én klar fordel: den gir mulighet til å sammenligne norsk statistikk med tilsvarende internasjonal statistikk. I noen sammenhenger kan behovet for sammenligning være helt essensielt, og en slik definisjon kan derfor være formålstjenlig. Imidlertid har definisjonen to store svakheter. For det første benyttes den gjerne på foretak, og vil derfor verken gi korrekt geografisk fordeling eller treffe korrekt på volum (virksomheter innenfor et foretak definert som reiselivsforetak kan også drive med helt andre aktiviteter). For det andre vil det være enheter innenfor disse næringene som i liten grad driver med reiseliv, og det vil være enheter i andre næringer som faktisk driver med reiseliv, men som ikke er med. I praksis betyr dette at treffsikkerheten (validiteten) er lav. Og den er unødvendig lav for norske forhold som både kan benytte virksomheter og en finere inndeling mht. næringsklassifisering enn mange andre land (Norge har innført et femte siffer i næringskoden som er tilpasset norske forhold). Vi skal derfor presentere en alternativ klassifisering som eventuelt vil øke validiteten for statistikken.

Hvis vi starter med de to første næringskategoriene 55 (Overnattingsvirksomhet) og 56 (Serveringsvirksomhet) er dette langt på vei virksomheter som absolutt er en del av reiselivet, men ser en på hvilke detaljerte næringer disse gruppene inneholder ser en at det er noen underkategorier som en neppe vil kalle reiseliv. Dette gjelder catering og kantiner:

55.101 Drift av hoteller, pensjonater og moteller med restaurant  
 55.102 Drift av hoteller, pensjonater og moteller uten restaurant  
 55.201 Drift av vandrerhjem  
 55.202 Drift av ferieleiligheter  
 55.300 Drift av campingplasser  
 55.301 Drift av campingplasser  
 55.302 Drift av turisthytter  
 55.900 Annen overnatting  
 56.101 Drift av restauranter og kafeer  
 56.102 Drift av gatekjøkken  
 56.210 Cateringvirksomhet  
 56.290 Kantiner drevet som selvstendig virksomhet  
 56.301 Drift av puber  
 56.309 Drift av barer ellers

I vår definisjon av reiselivet vil vi derfor ekskludere virksomheter med næringskode 56.210 og 56.290.

For noen virksomheter vil bare deler av aktivitetene være rettet mot reiselivet. En restaurant/kafe vil også ha gjester som bor lokalt, og som bruker tilbudet som en nabolagskafé. Og andelen lokale vil være svært forskjellig avhengig av geografi; en pub på Beitostølen er definitivt en

reiselivsvirksomhet, mens en pub i en forstad til f.eks. Bergen vil i liten grad ha turister som marked. I praksis vil det alltid være noen aktiviteter innenfor definisjonen som kanskje ikke skulle vært med og noen aktiviteter utenfor definisjonen som *er* reiseliv, men vi anser ikke dette som noe stort problem. Så lenge en stor del av aktiviteten til virksomheten er rettet mot reiselivet må en få med dette i målingene. Og så lenge en holder definisjonen uforandret kan en sammenligne regioner og over tid, selv om det er noe usikkerhet knyttet til *nivået*. Det er heller ikke noe klart skille; hvor langt skal en reise for å spise på restaurant før en er en del av reiselivet?

Diskusjonen videre av andre næringskoder utenfor 55- og 56-næringer vil derfor først og fremst dreie seg om graden av reiselivsvirksomhet innenfor næringen.

Det er én næring som er vanlig innen reiselivet utenfor 55-næringene når det gjelder overnatting: «68.209 Utleie av egen eller leid fast eiendom ellers». Dette er typisk utleie via AirBnB eller andre delingsplattformer, privat utleie av egen hytte og utleie av oppførte hytter som ikke dekkes av SSBs overnattingsstatistikk (hytter tilknyttet landbrukseiendommer, oppgraderte naust o.l.). Dette indikerer at næringen burde inkluderes i reiselivsnæringene. Imidlertid er hovedtyngden av disse virksomhetene ikke reiselivsnæring. Dette er faktisk Norges mest utbredte næringskode (i antall), med over 47 000 virksomheter (neste på lista har «bare» 26 000). Mesteparten av disse er nok heller knyttet til utleie i det ordinære boligmarkedet (en arvet leilighet, sokkelleilighet eller hybel som leies ut), og det ville gitt en helt feil framstilling av reiselivsnæringen hvis denne ble inkludert. Vi ekskluderer næringen fra vår definisjon, men må bemerke at det er en hel del utleie innen reiselivet som befinner seg i denne næringen.

I en del reiselivsdestinasjoner er det mye detaljhandel – og da særlig dagligvare- og sportsutstyrhandel – som er rettet mot reiselivet. Imidlertid vil disse næringene på nasjonalt nivå først og fremst være rettet mot lokalbefolkningen, og vi tar derfor heller ikke disse med i definisjonen vår.

Næring 79 omfatter per definisjon tjenester rettet mot reiselivet, og disse inkluderes i vår definisjon. Vi tar også med noen kultur- og opplevelsestilbud, men først og fremst de som vi antar har størstedelen av sin aktivitet knyttet til tilreisende (museer, fornøyelsesparker o.l.). De fleste sportsaktivitetene vil ikke være reiseliv. Volumet av sysselsetting i disse næringene er knyttet til lokale fotball-, håndball-, skiklubber osv. og er i liten grad et tilbud til turister.

Reiselivet som bransje er spesielle ved at transport av personer utgjør en del av selve produktet. Persontransportnæringene vil en dermed intuitivt tenke at hører til reiselivsnæringene. Imidlertid vil også disse i stor grad rette seg mot å betjene ikke-turistene, slik at disse ekskluderes fra vår definisjon. Den altoverskyggende aktiviteten er å få folk til og fra arbeidet på hverdagene. Unntakene er «49.392 Turbiltransport», «49.393 Transport med taubaner, kabelbaner og skiheiser» og «50.102 Innenlandske kystruter med passasjerer». Her er reiselivsandelen så stor at disse tas med i definisjonen.

Utleie av bil ville nok også vært inkludert for noen år siden, men denne næringskoden (77.110) inkluderer også leasing av bil, og dette har vokst såpass mye i Norge de senere årene at det blir feil å inkludere næringen. Næringskode «77.210 Utleie og leasing av sports- og fritidsutstyr» inneholder imidlertid så mye reiselivsrelatert virksomhet (utleie av båter, fiskeutstyr, ski og sykkel o.l.) at denne blir inkludert.

Tabell 2.1 viser dermed vår anbefaling av en definisjon av reiselivsnæringen.

Tabell 2.1 De enkeltkodene som bør inngå i reiselivsnæringen

| Kode   | Forklarende tekst   |
|--------|---|
| 49.392 | Turbiltransport   |
| 49.393 | Transport med taubaner, kabelbaner og skiheiser                   |
| 50.102 | Innenlandske kystruter med passasjerer                            |
| 55.101 | Drift av hoteller, pensjonater og moteller med restaurant         |
| 55.102 | Drift av hoteller, pensjonater og moteller uten restaurant        |
| 55.201 | Drift av vandrerhjem  |
| 55.202 | Drift av ferieleiligheter   |
| 55.300 | Drift av campingplasser   |
| 55.301 | Drift av campingplasser   |
| 55.302 | Drift av turisthytter   |
| 55.900 | Annen overnatting   |
| 56.101 | Drift av restauranter og kafeer                                   |
| 56.102 | Drift av gatekjøkken  |
| 56.301 | Drift av puber  |
| 56.309 | Drift av barer ellers   |
| 77.210 | Utleie og leasing av sports- og fritidsutstyr                     |
| 79.110 | Reisebyråvirksomhet   |
| 79.120 | Reisearrangørvirksomhet   |
| 79.901 | Turistkontorvirksomhet og destinasjonsselskaper                   |
| 79.902 | Guider og reiseledere   |
| 79.903 | Opplevelses-, arrangements- og aktivitetsarrangørvirksomhet       |
| 79.909 | Turistrelaterte tjenester ikke nevnt annet sted                   |
| 91.021 | Drift av kunst- og kunstindustrimuseer                            |
| 91.022 | Drift av kulturhistoriske museer                                  |
| 91.023 | Drift av naturhistoriske museer                                   |
| 91.029 | Drift av museer ikke nevnt annet sted                             |
| 91.030 | Drift av historiske steder og bygninger og lignende severdigheter |
| 91.040 | Drift av botaniske og zoologiske hager og naturreservater         |
| 93.210 | Drift av fornøyles- og temaparker                                 |
| 93.291 | Opplevelsesaktiviteter  |

Vår tilnærming til en definisjon er helt i tråd med OECD m.fl. 2010 og UN & UNWTO 2010 sine anbefalinger. Det som gjør at vi likevel ender opp med en annen definisjon enn den internasjonale som også SSB benytter, er at vi i Norge har bedre muligheter gjennom fem-siffer næringskode og bruk av virksomheter som enhet til å definere reiselivssektoren. Vår alternative definisjon vil derfor ha betydelig bedre validitet enn den offisielle.

Det er imidlertid ikke gitt hvilken definisjon som bør benyttes. I noen tilfeller er høyest mulig validitet ønskelig, mens i andre sammenhenger er det ønsket om å kunne sammenligne med internasjonal statistikk som er hovedpoenget.

Uansett valg av definisjon av reiselivsnæringen blir uttrekk og beregning av ulike størrelser relativt enkelt og mulig å automatisere når en kun benytter den offisielle næringskoden. Gjennomgangen viser imidlertid at det er næringer som inneholder reiselivsaktiviteter som ikke kommer med og næringer som kommer med som inneholder elementer som ikke skulle vært med. Vi skal derfor også nevne en tilleggsmulighet som finnes for å øke presisjonsnivået på definisjonen.

Alle virksomheter i VoF har tre næringskoder. Hovednæringskoden (som vi har benyttet i definisjonen) og to bi-næringskoder. Når virksomheten kun driver innenfor én næring er bi-nær-

ingskodene blanke – noe som gjelder i 96,5 prosent av tilfellene. Bi-næringskodene brukes av SSB når en virksomhet får noe av omsetningen fra en næring som ikke er hovednæringen. For eksempel kan en bonde ha en gårds kafé, ysteri, siderproduksjon, hytteutleie osv., men der disse bi-næringene ikke er store nok til at bonden har skilt dette ut som egne foretak, men opererer kun under én virksomhet som er kodet som en landbruksvirksomhet. SSB kan da legge til flere næringskoder som bi-næringskoder på virksomheten. Dette er gjort for nesten 24 000 virksomheter i 2021. Bi-næringer som er knyttet til reiseliv opptre gjerne innen landbruk (næringsmiddelproduksjon, servering, utleie som bi-næringer) og fiskeri (guiding, utleie som bi-næring), men finnes i noen grad i en lang rekke næringer. Skal en benytte bi-næringene for en definisjon, og dermed øke validiteten noe, må en imidlertid både ha tilgang til grunndataene for å få tak i bi-næringskoden, og etablere et bearbeidingsopplegg som beregner hvor mye bi-næringene skal telle med når de andre størrelsene (sysselsettingen, verdiskapningen o.l.) beregnes. For en første versjon av reiselivsmonitoren er dette ikke å anbefale.

## 3 Brukere og behov

### 3.1 Bruk av data/statistikk i dag

Det er et stort spenn i kjennskap til bruk av data, fra de som svarer at de ikke bruker data i dag og gjerne skulle tatt det mer i bruk – til de som foreslår at det bør lages en åpen API løsning slik at man kan bruke AI for å lage prediksjonsmodeller samt arrangere hackaton for å innovere på dataene. Når det gjelder bruk av data er tendensen at reiselivsbedriftene henter ut data sjeldnere enn destinasjons- og landsdelsselskapene og andre virksomheter.

Blant reiselivsbedriftene er det 88 % som henter ut data, og 29 % henter ut månedlig eller oftere. Blant destinasjons/landsdelsselskapene er det 97 % som henter ut data, og 79 % henter det ut månedlig eller oftere. Blant andre virksomheter er det 94 % som henter ut data, og 47 % henter ut data månedlig eller oftere.

Når det gjelder kjøp av data finner vi samme tendens; at reiselivsbedriftene i mindre grad kjøper data, og at de kjøper sjeldnere: Blant reiselivsbedriftene er det 35 % som kjøper data, og 12 % kjøper månedlig eller oftere, inkludert 6 % som kjøper årsabonnement; blant destinasjons/landsdelsselskapene er det 72 % som kjøper data, og 17 % kjøper årsabonnement, mens det blant andre virksomheter er det 49 % som kjøper data, og 8 % kjøper månedlig eller oftere, inkludert 4 % som kjøper årsabonnement.

Av nasjonale datakilder er det tre dominerende kilder: NHO Reiseliv, VisitNorway innsikt og SSB. 87 % av reiselivsbedriftene, alle destinasjons- og landsdelsselskapene og 90 % av «andre virksomheter» bruker nasjonale datakilder. 36 % bruker internasjonale datakilder og de mest vanlige er UNWTO, Benchmark alliance og Avinor; 19 % av reiselivsbedriftene, 41 % av destinasjons- og landsdelsselskapene og 53 % av «andre virksomheter» bruker internasjonale datakilder.

Når det gjelder hvilke data som er mest viktig å få inn i monitoren viser resultatene at det meste oppfattes som viktig. Topp 6 er:

- Gjestetilfredshet, forbruk og atferd
- Ringvirkningsanalyser
- Omdømmemålinger
- Norsk reiselivs internasjonale konkurransevne
- Etterspørselsdrivere
- Kompetansenivå blant ansatte i næringen

Reiselivsbedriftene er noe mer opptatt av omdømmemålinger og bookinger fremover i tid. Destinasjons/landsdelsselskapene er noe mer opptatt av kommersielle gjestedøgn og utleiebaserte gjestedøgn (eks. Airbnb, hytteformidling etc.), mens «Andre virksomheter» er noe mer opptatt av kompetansenivået i næringen

Selv om bærekraft ikke ble nevnt blant de viktigste datatemaene i dag, kom det mange tilbakemeldinger i de åpne svarene om at dette er et område det er stort behov for tilgang på indikatorer fremover.

For at monitoren skal tas i bruk er det først og fremst viktig at dataene er kvalitetssikret og riktige, at bruken er enkel og at tallene finnes på lavest mulig geografisk nivå. Eksempel på enkelhet er mulighet for å abonnere på egendefinerte utkjøringer og at det er mulig å lagre sine egne utkjøringer.

Generelt ser det ut til å være behov for å øke kjennskapen til eksisterende data og for eksempel gjennomføring av workshops for innsikt i hvordan nyttiggjøre data til eget formål.

Det ser ut til at bruken av data per i dag hovedsakelig styres av tilgjengelighet; det er de mest tilgjengelige og tilrettelagte datakildene som brukes mest (NHO reiseliv og IN/innsikt).

Videre ser det ut til at utvikling av en reiselivsmonitor bør starte i det små med de mest brukte og best kvalitetssikrede datakildene (på lavest mulig geografisk nivå), for deretter å bygge den ut etter hvert som dataene kan tilrettelegges for bruk i en monitor.

## 3.2 Informantenes innspill

Det ble gjennomført semistrukturerte intervjuer med noen sentrale personer innen reiselivsnæringen.

Det er stor variasjon i hva respondentene bruker av statistikk per i dag, og omfanget på bruken. De aller fleste bruker SSBs overnattingsstatistikk og Innovasjon Norges innsiktssider/Turistundersøkelsen. Men det er unntak. En organisasjon for små reiselivsbedrifter oppgir at de ikke bruker data/statistikk da de ikke omfattes av SSBs overnattingsstatistikk, og ikke finner annen relevant informasjon. En incomingoperatør får informasjon fra egne internasjonale samarbeidspartnere, men sier de ønsker å bruke data mer.

De største bedriftene/organisasjoner for større bedrifter bruker internasjonale kilder: Norsk reiseliv, NordNorsk reiseliv (har egen innsiktsmedarbeider), Cruise Norway, NHO Reiseliv og Avinor.

Det ser ut til å være behov for å øke kjennskapen til eksisterende data samt opplæring i hvordan nyttiggjøre seg dataene.

Hva slags behov som skal dekkes ved å benytte data/statistikk er ganske forskjellig og illustrerer at en reiselivsmonitor har et bredt spekter av behov å dekke:

- Benchmark markedsstatus
  - Oversikt over status og utvikling i både næringen og konkurrerende markeder
- Som strategisk beslutningsunderlag
  - Markedskunnskap; f.eks. når man skal inn i nye markeder
  - Ifm. rådgivning og planlegging.
  - Kartlegging av gjestetilfredshet for produkt- og tjenesteutvikling
- Effektmåling
  - Måle effekt av egne markedstiltak – har små budsjetter og har ikke råd til å kjøpe egne effektmålinger, så henter tall fra SSB og IN
  - Har definert egne KPI'er – bruker tallene for å kartlegge om man når målene
- Dokumentasjon av bærekraft
  - Overvåking av utslipp, f.eks. fra luftfart
  
- Ekstern informasjon til politikere og myndigheter



- særlig verdiskapings- og ringvirkningsanalyser for å synliggjøre næringens viktighet
- Informasjon til pressen

Det ble oppgitt at det generelt var lite *kjøp* av data. Men noen få tilfeller: Landsdelsselskapet kjøper data om Airbnb fra Capia, hotellkjedene kjøper rapporter fra Benchmark Alliance, Avinor kjøper data fra SRS (data fra flyselskapene om seter i flyene og reisemønstre) og RVU (reisevaneundersøkelsen), mens flere oppgir at de kjøper rapporter «en gang iblant».

Informantene hadde også viktige innspill på en del forutsetninger som må være på plass for bruken av en monitor:

- Tallene må være kvalitetssikret og riktige
- Brukergrensesnittet må være enkelt
- Alt på ett sted
- Tall på kommunenivå
- Må kunne hente ut tall til eget formål – fleksibilitet
- Lagre egne preferanser til senere bruk

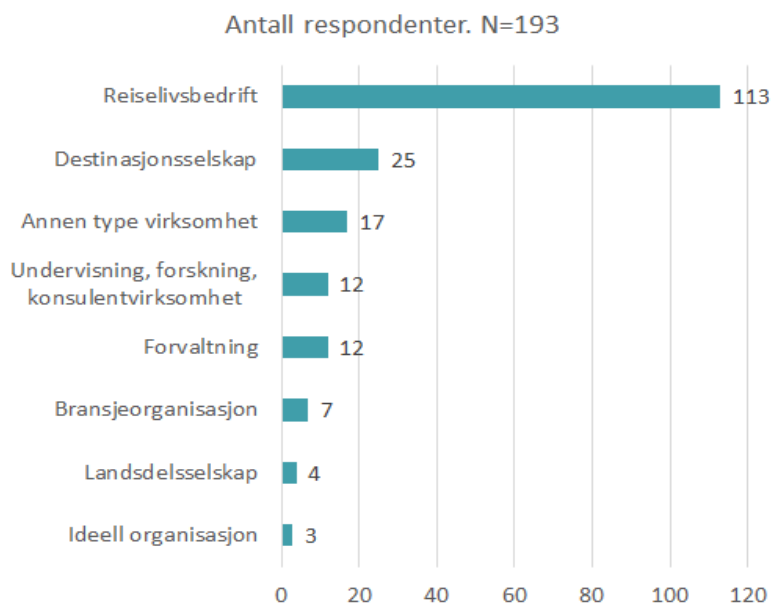
Det ble også pekt på at data bør være åpent tilgjengelig, gjerne via åpen API slik at andre kan hente ut data til sine formål – noe som bidrar til innovasjon. Her ble det vist til Stortingsmelding 22 «Data som ressurs – Datadrevet økonomi og innovasjon» der et prinsipp er at «data skal åpnes når de kan, og skjermes når de må» og at «Data er den nye oljen. Det nye gullet», dvs. at den har ingen verdi hvis den ikke sammenstilles/gjøres tilgjengelig. Eksempler på datakilder som (delvis) praktiserer dette er Finn.no (noe åpent, noe betalt), Entur – henter data fra alle transportselskapene og Data.norge.no (driftes av Difi). Et tips var å arrangere hackaton for å innovere på dataene.

Det var bred enighet at den tematiske inndelingen som Innovasjon Norge hadde gjort i utlysningen var hensiktsmessig.

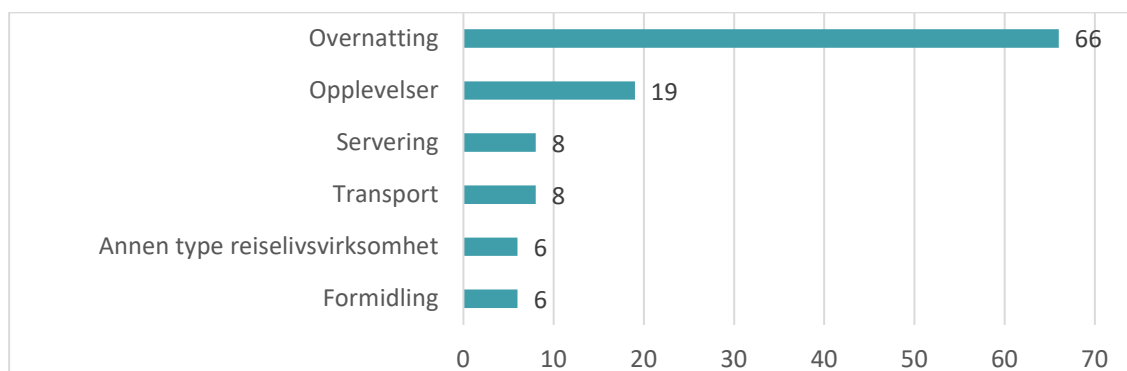
### 3.3 Spørreundersøkelse

I presentasjonen av spørreundersøkelsen vil N variere noe fra spørsmål til spørsmål. Dette kommer av at vi ikke har praktisert «tvungne» svar, det vil si at respondenten kan hoppe over spørsmål uten å svare.

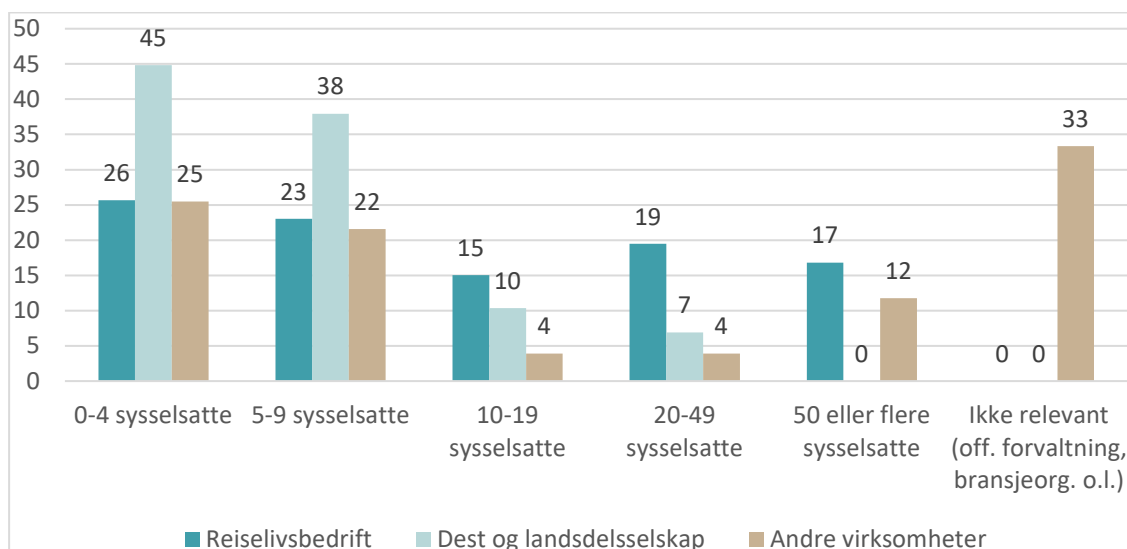
Spørreundersøkelsen var ikke ment å danne noe datagrunnlag for en kvantitativ analyse, men gi noen indikasjoner på bruk og behov. Vi vil derfor ikke gjennomgå og beskrive hovedtrekket ved hvert enkelt spørsmål her, men mener likevel det er riktig å ta med resultatene slik at disse er kjent. Vi vil imidlertid i liten grad kommentere disse.



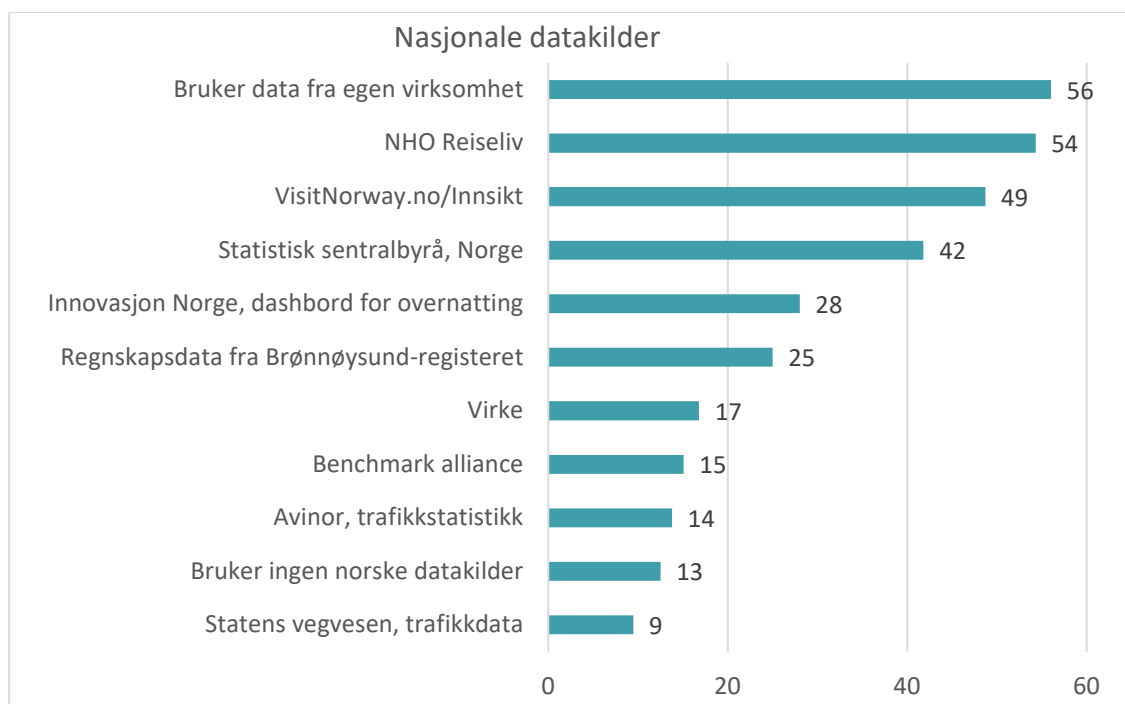
Figur 3.1: Antall respondenter etter type.



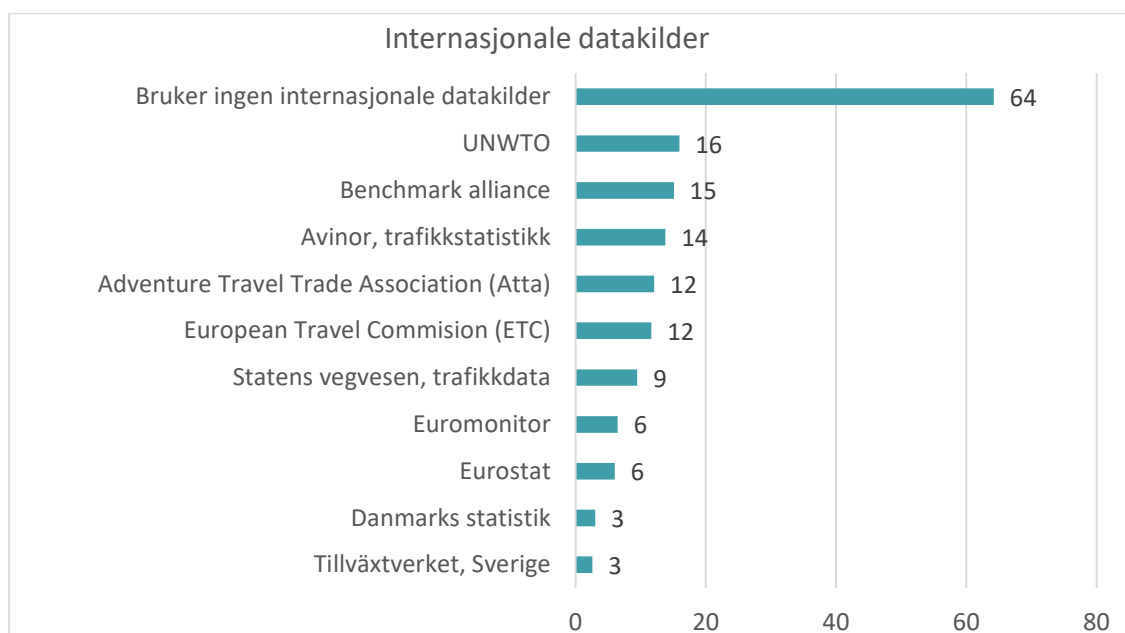
Figur 3.2: Antall reiselivsbedrifter etter type.



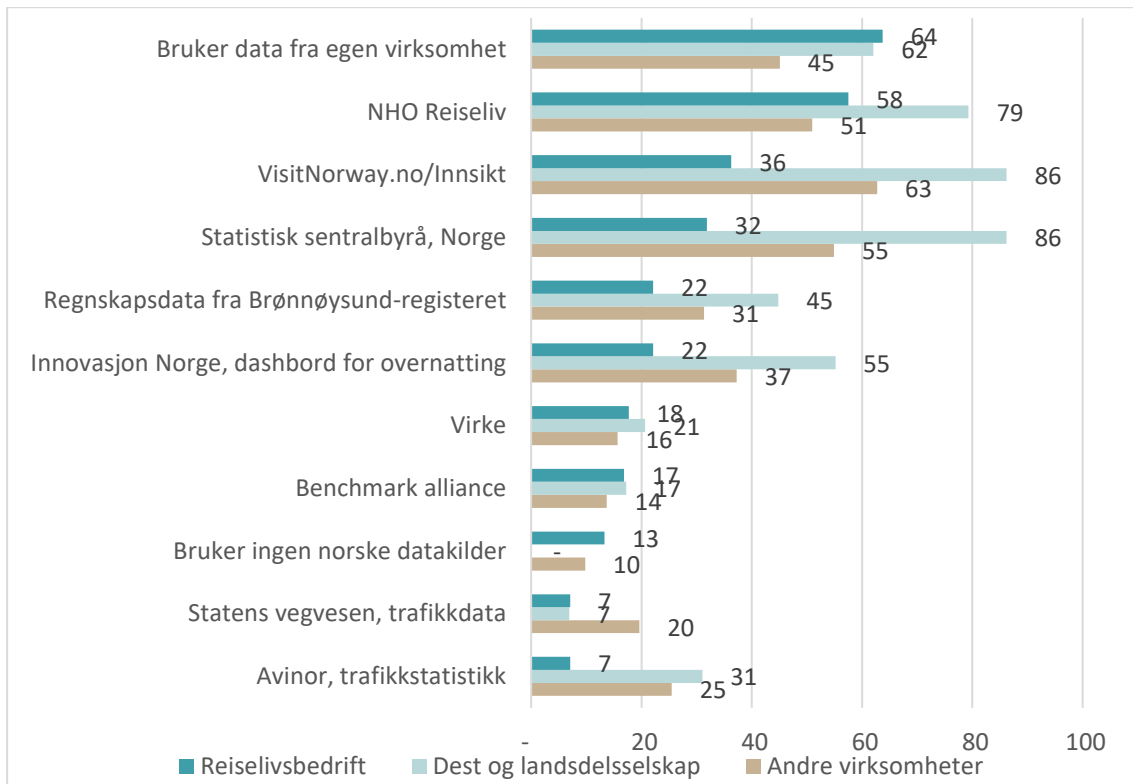
Figur 3.3: Antall respondenter etter type og størrelse (sysselsatte).



Figur 3.4: Antall respondenter etter hvilke nasjonale datakilder de benytter.



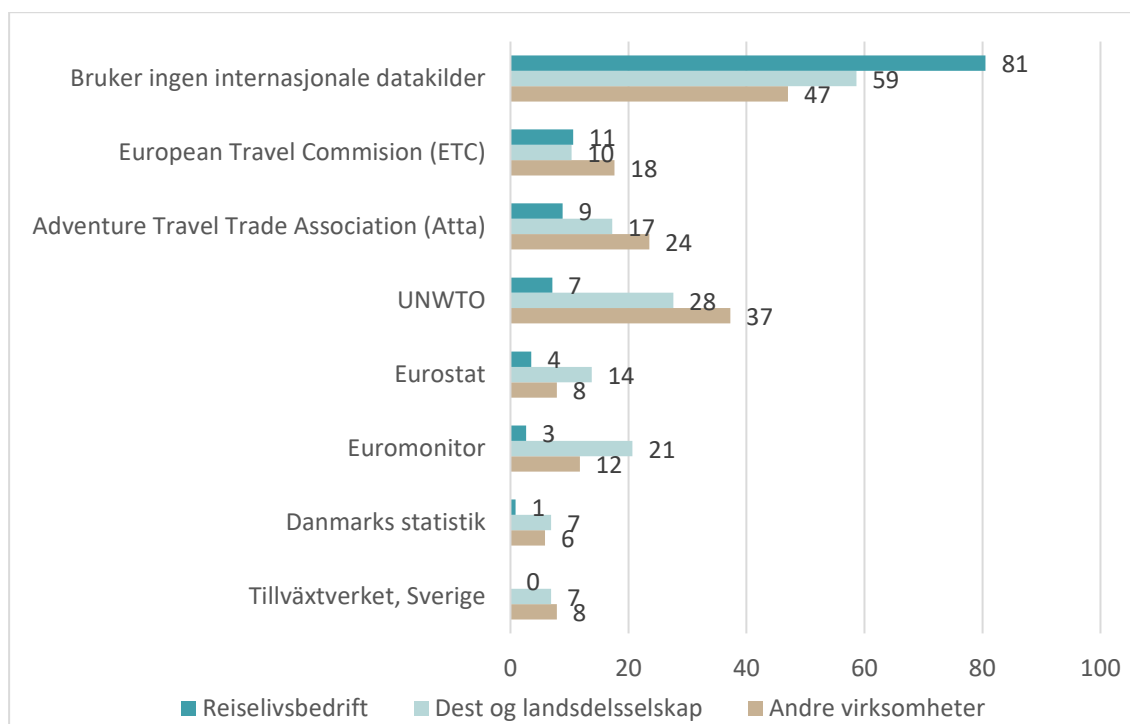
Figur 3.5: Antall respondenter etter hvilke internasjonale datakilder de benytter.



Figur 3.6: Antall respondenter etter type og hvilke nasjonale datakilder de benytter.

I delen av undersøkelsen som omhandlet datakilder var det også et åpent spørsmål der respondenten kunne skrive inn nasjonale datakilder som ikke var listet opp i skjemaet. De som ble nevnt var følgende (antall ganger nevnt i parentes):

- Destinasjonsselskap (5)
- Avinor RVU (2)
- Menon (2)
- Klynger
- Capia
- Helsenorge
- Regjeringen.no
- Horecanytt
- Hotelia
- MVA håndboka
- Norsk museumsforbund
- Publikumstellere
- AirDna
- Sosiale media
- Statistikknett
- UMS tall (?)
- INs utenlandskontor



Figur 3.7: Antall respondenter etter type og hvilke internasjonale datakilder de benytter.

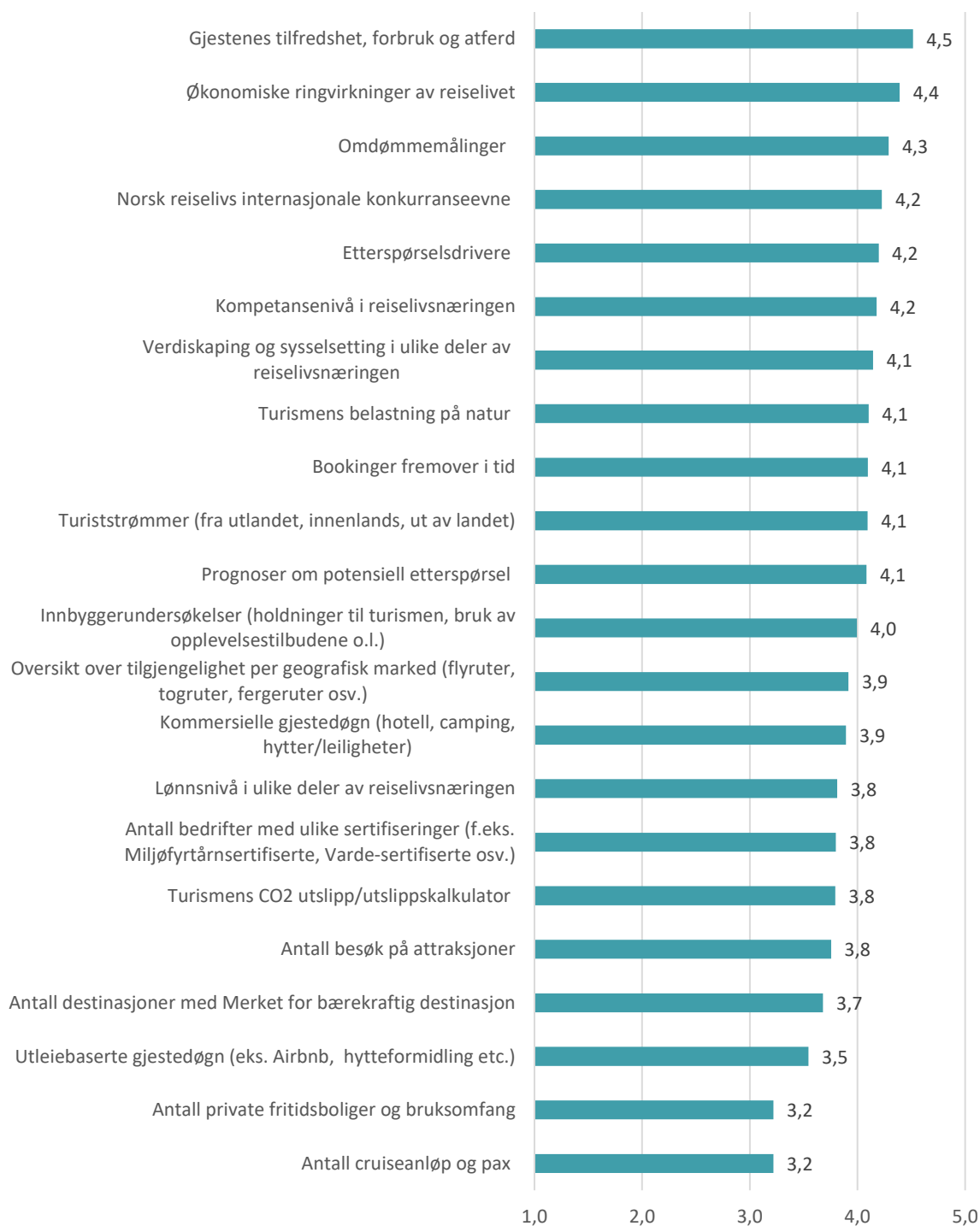
Også når det gjelder internasjonale kilder var det et åpent spørsmål der respondenten kunne skrive inn andre kilder. De som ble oppgitt var:

- Internasjonale bookingplattformer: Booking.com, Tripadvisor og Expedia partners
- Sosiale media
- Mc Kinsey (3)
- Stakeholder.no
- Europarc Federation
- Global Passenger Network
- Amadeus
- Hostelling International
- IATA statistikk/analyser
- Skift.com
- WTTC (World Travel and Tourism Council)
- GSTC (Global Sustainable Tourism Council)
- GDS (Global Destination Sustainability Movement)
- ACI (Airport Council International)
- DTTT (Digital Tourism Think Tank)
- Duetto
- Stayntouch
- Revinat
- Xenia
- WARC
- ETOA (European Tourism Association)
- Bransjedata fra Europa gjennom FIANET
- Diverse:

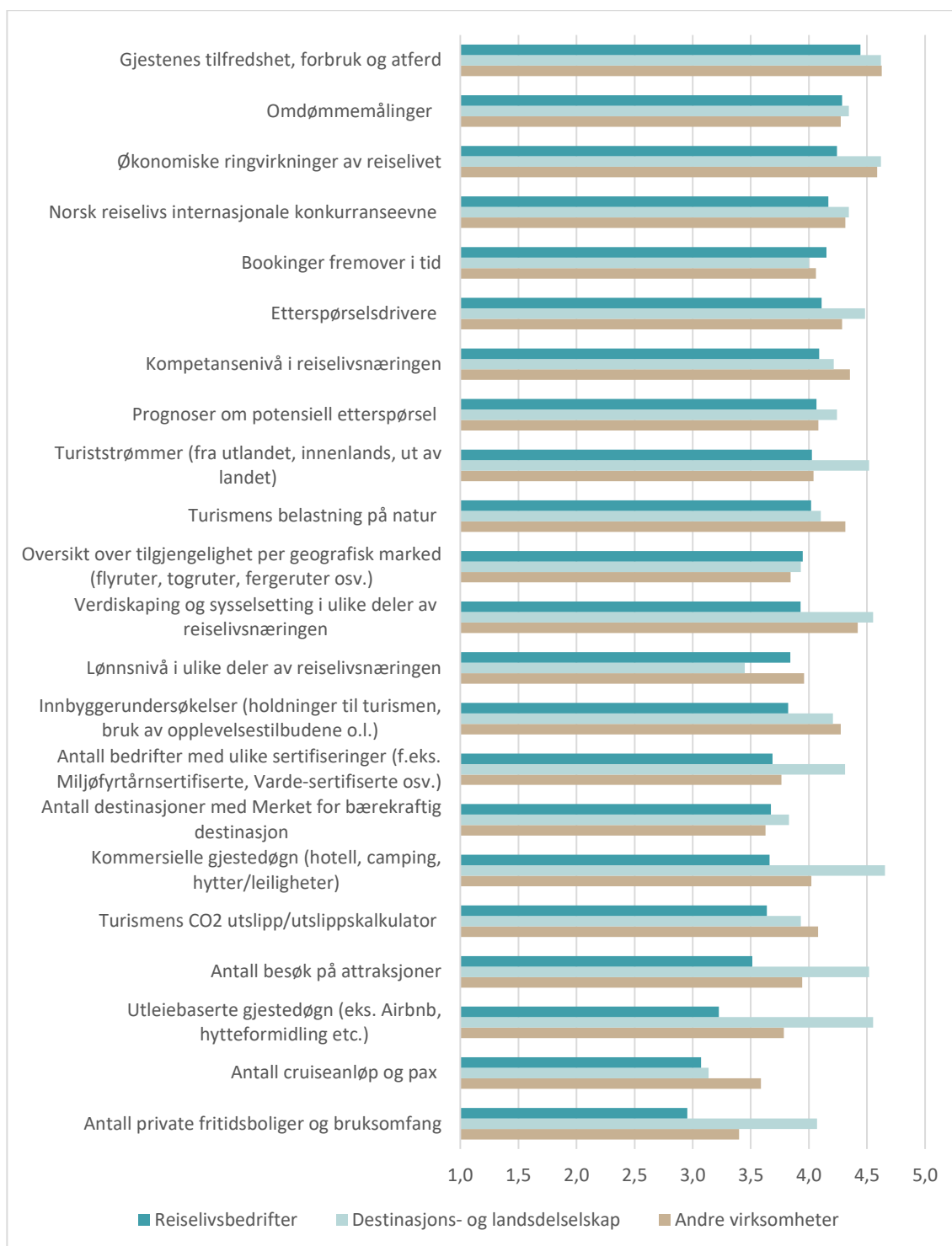
- Cruisestatistikker
- EU
- Internasjonale FoU-institusjoner
- Biotur (et avsluttet forskningsprosjekt)

### 3.3.1 Viktighet - ulike datakilder

Markedskunnskap og økonomi er de to viktigste temaene man ønsker data om.



Figur 3.8: Gjennomsnittlig viktighet (på en skala fra 1 til 5) for ulike temaer i en reiselivsmonitor.



Figur 3.9: Gjennomsnittlig viktighet (på en skala fra 1 til 5) for ulike typer respondenter og for ulike temaer i en reiselivsmonitor

### 3.3.2 Data som savnes og som man ønsker å ha med i en Nasjonal reiselivsmonitor

Det var et åpent spørsmål der respondentene kunne skrive inn hva de savner av data/statistikk i deres virksomhet innen bransjen. Her er svarene tematisk delt inn etter inndelingen som er brukt ellers i rapporten.

#### Tema: markedskunnskap

- Effekter av markedsføringen
- Markedsrapporter m/nøkkeltall (per marked)
  - F.eks. geografi, demografi, ferieoversikt, vår posisjon sammenlignet med konkurrenter
- Forbruk fordelt på målgrupper, reisemåte osv.
- Kunnskap om MICE segmentet og grupper
- Kunnskap om rundreiseturistene
- Gjestedøgn fordelt på aktivitet på destinasjonsnivå, per marked
- Konkurrentstudier

#### Tema: omfang og turiststrømmer

- Muligheten til å slå sammen overnattings- og formidlingsstatistikken
- Reisetall per transportmodalitet

#### Tema: økonomi

- Verdiskapingsanalyser ift. ulike segmenter
- Reiselivsomsetningen hos virksomheter som driver innen flere bransjer/har reiseliv som tilleggsnæring
- Omsetning i opplevelsesbransjen, brutt ned på aktivitetstype
- Årlige verdiskapingsanalyser

#### Tema: bærekraft

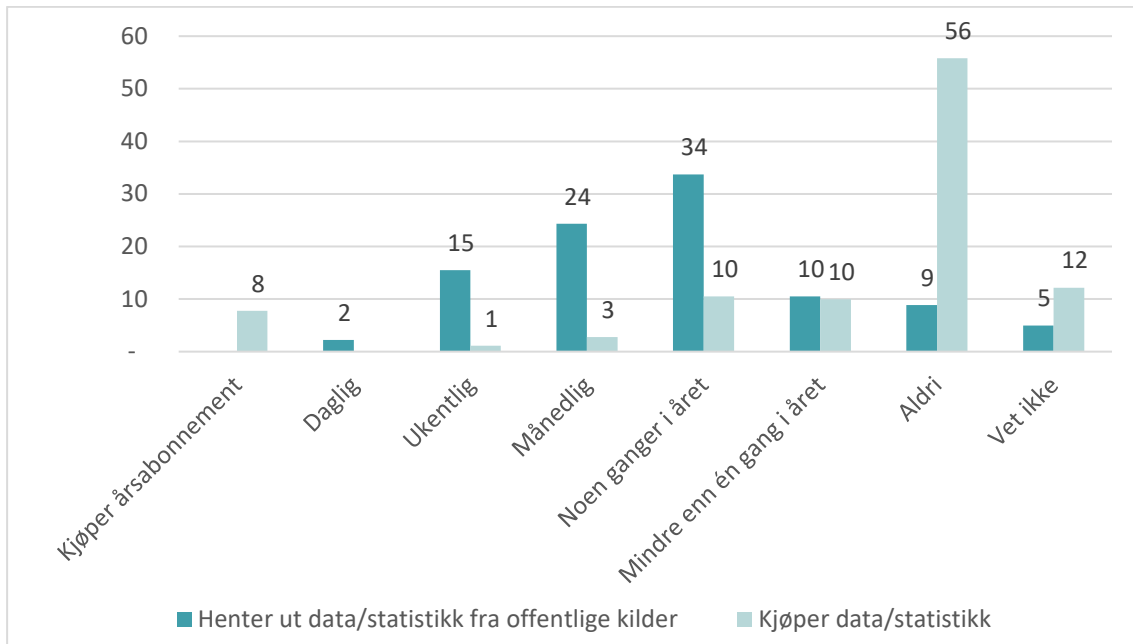
- Bærekraftstilstanden i næringen
- Belastning på lokalsamfunn
- Belastning på kulturressurser
- Utslipp og forbruk i kombinasjon med nasjonalitet, sesong og segment
- Klimautslipp per region

#### Diverse:

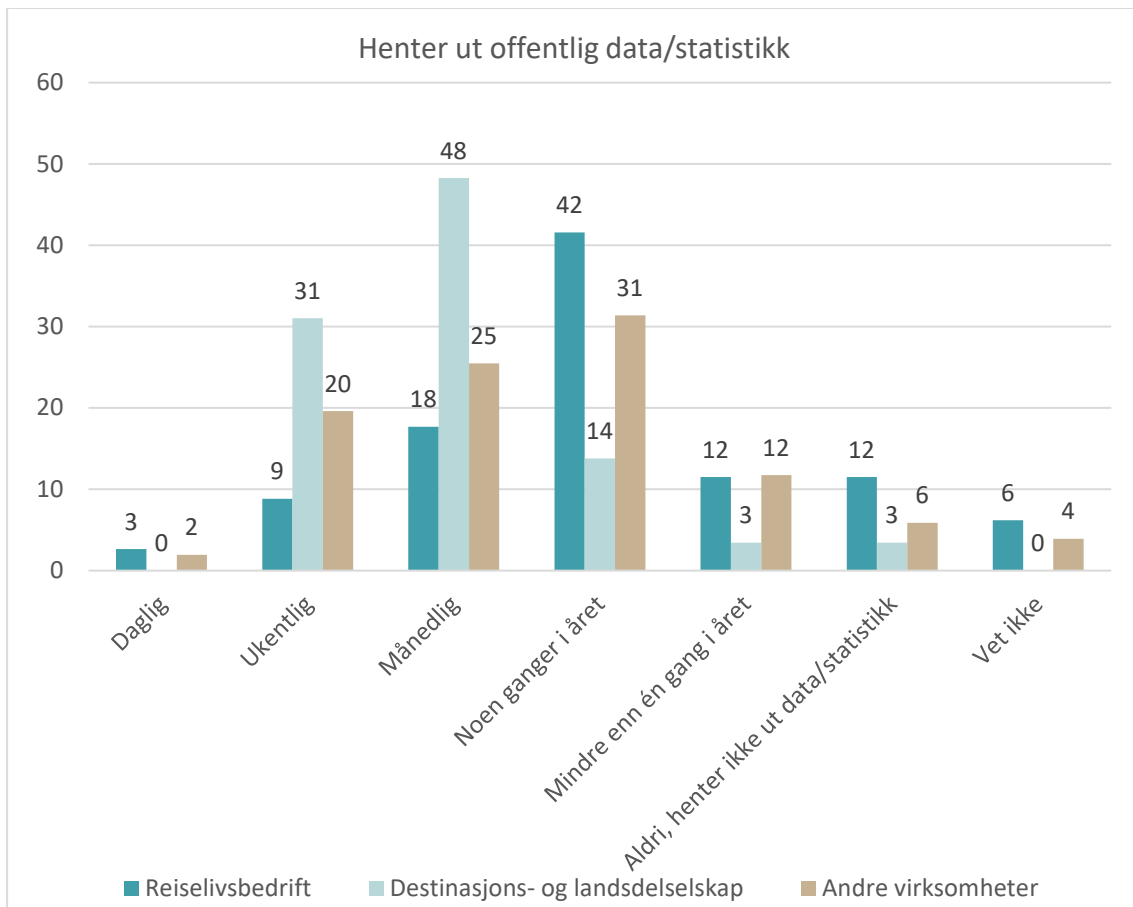
- Tydelige KPI'er – nasjonale, regionale
- Data om utenlandsk eierskap, nasjonalitet på ansatte.



### 3.3.3 Hyppighet på uthenting/kjøp av data

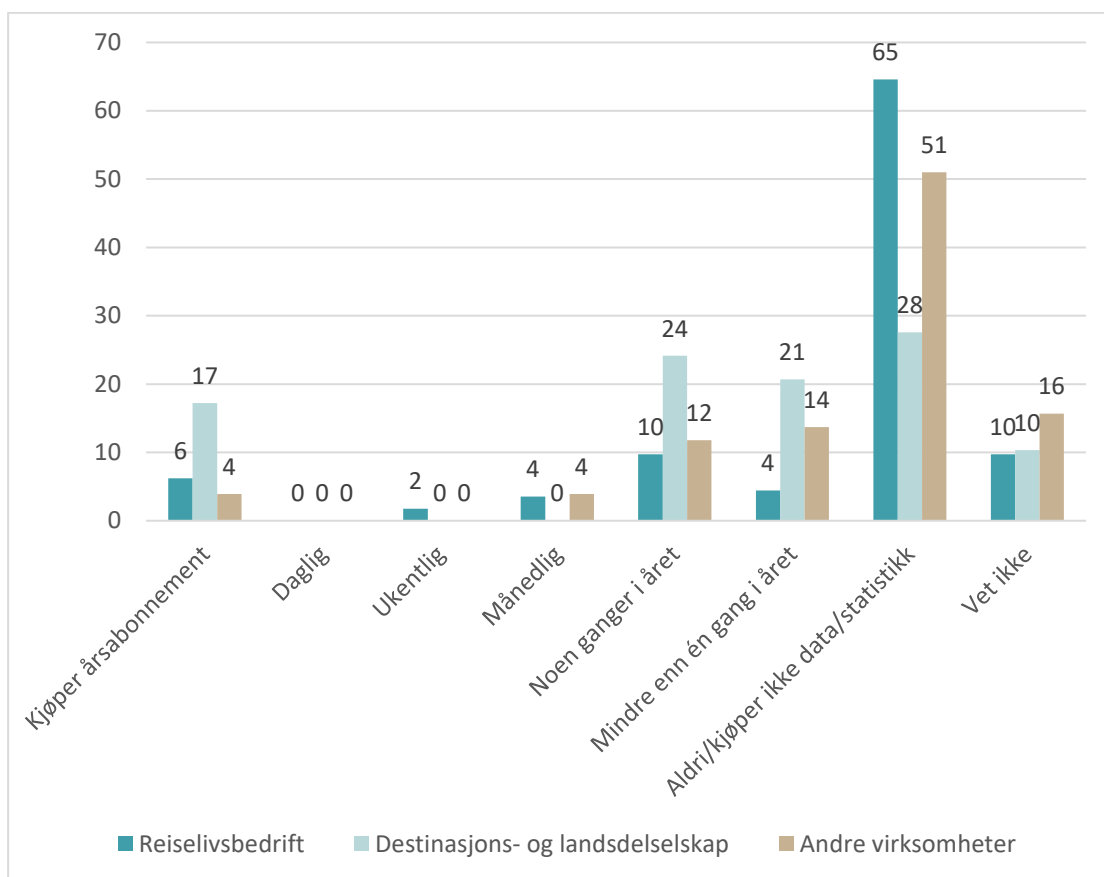


Figur 3.10: Andelen av respondentene etter hvor ofte de henter ut/kjøper data/statistikk. Prosent.



Figur 3.11: Andelen av respondentene etter type og hvor ofte de henter ut data/statistikk. Prosent.

- Tendensen er at reiselivsbedriftene henter ut data sjeldnere enn destinasjons- og landsdelsselskapene og andre virksomheter.
- Blant reiselivsbedriftene er det 88 % som henter ut data, og 29 % henter ut månedlig eller oftere.
- Blant destinasjons/landsdelsselskapene er det 97 % som henter ut data, og 79 % henter det ut månedlig eller oftere.
- Blant andre virksomheter er det 94 % som henter ut data, og 47 % henter ut data månedlig eller oftere.



Figur 3.12: Andelen av respondentene etter type og hvor ofte de kjøper data/statistikk. Prosent.

### 3.3.4 Andre innspill

Det var til slutt i spørreundersøkelsen et åpent felt der respondentene kunne gi innspill. Både til selve prosjektet og til innholdet i en reiselivsmonitor. Her kom det to negative:

«Nei. Dette er en dårlig ide. Enda et sentral-register reduserer mangfoldet og vanskeliggjør innovasjon. Alt fødes som bitte lite, og vokser etter hvert, og trenger ulike ting etter hvert. Men trenger alltid friheten til å handle og forandre. Alle disse sentral-systemene gjør det vanskelig å etablere seg, gå på egne bein, skape. Det blir «innenfor og utenfor» med statsmonstere av alle sorter. Alle systemene lager normer og barrierer - forventninger som skygger for sola»

«Unødvendig prosjekt. Bør avsluttes»

Imidlertid var hovedtyngden av tilbakemeldingene positive

- Positivt at prosjektet settes i gang
  - Må ha fokus på brukervennlighet
  - Mulighet for krysskjøringer
- Mulighet for å abonnere på egendefinerte utkjøringer
- Regionalisering
  - Tall på så lavt nivå som mulig

Tematisk var det bærekraft som hyppigst ble nevnt:

- Behov for å måle progresjon innen bærekraft
- Måle utvikling i turismens effekt på lokalmiljø, natur osv.
- Reiselivets påvirkning på kommunale tjenester
- Utvikling i indikatorer på definerte bærekraftsmål
- Mer fokus på regenerativ turisme; hva gir bedriftene tilbake til lokalsamfunnet
- Måle HR relaterte spørsmål med tanke på arbeidsforhold, lønnsnivå osv.

Diverse innspill:

- Lage en innsiktsstrategi for å foredle data i hele verdikjeden – nasjonalt og regionalt
- Bruk av AI for å simulere fremtidig utvikling
- Oppdateringer i sanntid
- Viktig å prioritere datakvaliteten, og heller utvide omfang og nye dataområder etter hvert
- For best mulig datakvalitet - pålegg bedriftene rapporteringsplikt
- Ønske om data om flere segmenter
  - Mer bransjespesifikke data – særlig innenfor aktiviteter/opplevelser
  - MICE og grupper

I kapittel 4 vil en del av hovedfunnene fra spørreundersøkelsen benyttes i evaluering av datakildene. Imidlertid kan en tolke en del av innspillene til at brukerne ønsker seg noe mer enn bare en ren statistikksamling.

## 4 Datatilfang

### 4.1 Vurderingskriterier

Analysen omfatter en generell vurdering av egenskaper ved grunnlagsdataene; kvalitet (validitet, reliabilitet, robusthet), tilgjengelighet (hva som er praktisk og ressursmessig tilgjengelig for implementering i monitoren), kontinuitet (hyppighet, oppdatering, produksjonstid) og hvordan data kan brytes ned på delpopulasjoner (geografiske områder, markedssegmenter, etc.). I lys av egenskaper ved datatilfanget vurderes hva som bør og kan inngå i monitoren, og hvordan data innen de enkelte områdene skal implementeres som rene statistikker (tabellverk) og/eller definerede nøkkelindikatorer (KPI). Nøkkelindikatorer vil omfatte både historiske data (utvikling over tid), «siste nytt», og også nøkkeltall fra trendanalyser og prognoser, som for eksempel kan produseres ved bruk av maskinlæringsmetoder.

Prioriteringene og drøftingene i kapittel 3 og 4 følges videre opp i kapittel 5 og 6 om konstruksjon av kunnskapsplattformen (blant annet brukergrensesnitt) og tekniske og ressursmessige løsninger og utfordringer. Her drøftes i hvilken grad man kan anvende data for de enkelte kunnskapsområdene i ulike typer av interaktive brukerløsninger, i for eksempel en statistikk-databank.

#### 4.1.1 Relevans og betydning

De innledende brukerundersøkelsene i dette forprosjektet avdekket at det er flere typer kunnskap innen alle de fem hovedtypene av kunnskapsområder<sup>2</sup> vi har definert i dette forprosjektet som blir ansett som ganske viktige eller svært viktige. Spesielt kunnskap om tilfredshet og omdømme, økonomiske ringvirkninger og konkurransekraft scorer høyt på viktighetsskalaen.

Prioriteringene etter viktighet varierer litt etter hvilke aktører vi ser på. Et typisk trekk er at reisemålsselskapene (25 destinasjonsselskaper, 4 landsdelskaper) er mer opptatt av besøksstatistikk (turiststrømmer, kommersielle og andre overnattinger, attraksjonsbesøk og bruk av fritidsboliger) enn både næring og forvaltning/øvrige aktører. Destinasjonsselskapene og aktører utenom reiselivsbedriftene er også litt mer opptatt av verdiskaping og ringvirkninger, innbyggertilfredshet og utslipp enn det reiselivsbedriftene er.

Vi vil også nevne at en forstudie, finansiert av Innovasjon Norge (Jacobsen, Berglund og Voll Dombu 2019), konkluderte med at det viktigste når det gjaldt «måling av reiselivet» var markeds- og økonomirelaterte kunnskapsområder, med hovedvekt på antall gjester og gjestedøgn, måling av turisternes forbruk og utvikling av verktøy for prognoser på kort og lang sikt.

---

<sup>2</sup> Omfang og reisestrømmer, reiseliv og økonomi, trender/drivkrefter, markedsinformasjon, bærekraftig reiseliv, se kapittel 1.1.

### 4.1.2 Datakilder og prioritering

Det er ganske varierende i hvilken grad det finnes nok egnede data på hvert av de fem hovedområdene for kunnskap. Et nødvendig grep her er å rangere datatilfanget innen hvert av hovedområdene ved å kombinere grad av viktighet og relevans fra brukerundersøkelsene med kvalitets- og tilgjengelighetsvurderingene av de enkelte elementene i datatilfanget.

De viktigste kildene består ut fra kravene til kontinuitet, tilgjengelighet, omfang osv. av periodisk registerstatistikk (totalstatistikk) og periodiske utvalgsundersøkelser. Vår gjennomgang av mulige datakilder viser et tydelig og ikke særlig ikke overraskende bilde; dagens hovedkilder for kunnskap er det som produseres og publiseres av Statistisk sentralbyrå og av Innovasjon Norge/VisitNorway innsikt. Det finnes likevel enkelte andre relevante kilder, både relativt store databaser og relativt små. Virksomhets- og foretaksregisteret i SSB (VoF), Avinors reisevaneundersøkelser på fly og trafikkdata fra Statens vegvesen er ganske store databaser, mens for eksempel Kystverkets anløpsstatistikk for cruiseskip og heisomsetningsdata fra norske alpinanlegg er mindre omfattende.

Det finnes også en del i utgangspunktet relevante data som ikke er periodiske, for eksempel ad hoc datainnsamling i utredninger og analyser basert på besøksregistreringer via mobilnett. Slike data kan gi viktige nøkkeltall på områder som ellers er dårlig dekket (for eksempel turistenes forbruk og besøkstall på attraksjoner), og bør vurderes som aktuelle i en monitor.

I gjennomgangen av statistikk i dette kapittelet har vi foretatt en relativt enkel rangering innenfor hvert av de fem hovedområdene. Vi deler tilgjengelige data/statistikker inn i tre hovedgrupper:

1. Statistikk som prioriteres
  - a. Statistikk med høy relevans, god tilgjengelighet og god kvalitet
  - b. Annen statistikk med høy relevans, men med mulige svakheter i kvalitet/reliabilitet og/eller tilgjengelighet. Aktuelt der det ikke finnes alternative data og/eller når det kan identifiseres reelt potensial for forbedring.
2. Statistikk med en viss relevans, som vil være aktuell for et utvidet monitoralternativ, og/eller som settes på «venteliste» for nærmere vurdering senere (enten i referansegruppen eller i det planlagte hovedprosjektet)
3. Data/statistikk som ikke er tilstrekkelig relevant og/eller kvalitetsmessig bra nok til å anbefales som del av monitoren.

Rangering av indikatorer etter kriteriene som er gjort ovenfor innebærer også en avgrensning av hvilke indikatorer som skal være med i henholdsvis basisalternativet og i det utvidete alternativet som skal presenteres i dette forprosjektet.

## 4.2 Turismens omfang og turiststrømmer

Dette er det mest omfattende statistikkområdet, det beskriver forenklet sagt hvem turistene er, hvor mange de er og hvor og hvordan de reiser. Besøksstatistikk og oversikter over reisestrømmer omfatter også variabler som beskriver besøkendes atferd, og grenser temamessig mot de fire andre områdene, spesielt mot økonomi og mot markedskunnskap. Antall besøk-

ende og antall gjestedøgn er for eksempel grunnpilarer i beregninger av økonomiske virkninger, miljø- og klimapåvirkning og i markedsvurderinger.

Per i dag er det ingen samlet statistikk for antall innreisende turister til Norge. Det finnes slik statistikk for flyreisende (Avinors RVU-fly), med blant annet fordeling på nasjonalitet og overnattingsmåte, og også tall hos fergeselskapene for antall innreiste passasjerer etter nasjonalitet. Statistikk for innreiste turister med bil over grenseoverganger mot Sverige, Finland og Russland er mer problematisk, her finnes kun tall for antall kjøretøyer.

#### 4.2.1 Kommersielle overnattinger SSB

De såkalte kommersielle overnattingene dekkes av SSBs overnattingsstatistikk (SSB 2022), som er en totalstatistikk (registerstatistikk). Hotellstatistikken er basert på månedlig innrapportering fra alle foretak med næringskode 55.1 (hoteller og liknende overnattingssteder). Camping- og hyttegrendstatistikken er basert på rapportering månedlig fra bedrifter med næringskode 55.2 og 55.3, nærmere bestemt campingplasser med minst 20 utleieenheter (oppstillingsplasser for campingvogner, bobiler, telt og eventuelle sengeplasser i hytter), alle hyttegrender med minst 10 sengeplasser, samt alle vandrerhjem. Det beregnes overnattingstall for foretak som ikke sender inn rapport.

Kvaliteten på SSB sin overnattingsstatistikk er gjennomgående ansett som god. Det er imidlertid noen svakheter ved innrapportering som sannsynligvis påvirker tallmaterialet:

1. Overnattinger skal rapporteres (av overnattingsforetaket) etter gjesters bostedsland, men for eksempel online travel agents (OTA), som for om lag hver fjerde hotellbestilling i Norge, i liten grad oppgir kundenes landkoder ved bestilling.
2. En del kommersielle overnattinger kan «gå under radaren» ved å ligge under andre næringskoder enn overnatting, for eksempel i landbruksvirksomhet, fiskerivirksomhet eller i eiendomsrelaterte næringer (Kvile 2020).
3. Den antatt ganske omfattende utleien av private fritidsboliger gjennom utenlandske selskaper, som Novasol og DanCenter, booking.com og Airbnb, inngår ikke i formidlingsstatistikken.
4. Det kan være feil i foretakenes rapportering til SSB når virksomheten er en hybrid av utleie/formidling og tradisjonell hotell- og hyttegrendvirksomhet. Det drives mange steder overnattingsvirksomhet både med (i) rom, hytter og leiligheter som virksomheten eier og med (ii) enheter som driftes og/eller leies ut på vegne av eksterne eiere. Det kan være ulik praksis fra sted til sted hva hotellet (eller hyttegrenda) rapporterer inn til hva (eller unnlater å rapportere inn).

Innvendingene til statistikken er imidlertid små i forhold til den verdien denne har for en reiselivsmonitor. Tabell 4.1 viser variable, hyppighet, publiseringstidspunkt, og nedbryting geografisk og på andre variabler.

Tabell 4.1: Tilgjengelig statistikk for overnattingssektoren, fra SSB per 2022.

| Kilde                                      | Variabler/<br>Indikatorer   | Type stat.          | Leverandør/<br>eier | Hyp-<br>pig-<br>het | Når<br>tilgjengelig | Geografisk<br>minstenivå                             | Brutt ned på                        | Tilgjengelig-<br>het             |
|--|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--|-------------------------------------|----------------------------------|
| <b>Foreslått til basialternativet:</b>     |   |                     |                     |                     |                     |  |                                     |                                  |
| SSB overnattings-stat.                     | Overnattinger hotell  | Register/<br>total  | SSB                 | mnd.                | 5 uker etter        | 67 regioner  | Nasjonalitet/<br>formål             | Åpen - SSB<br>stat.bank          |
| SSB overnattings-stat.                     | Overnattinger camping + hyttegrend +vandrerrheim                            | Register /<br>total | SSB                 | mnd.                | 5 uker etter        | 67 regioner  | Nasjonalitet                        |                                  |
| SSB overnattings-stat.                     | Sum overnattinger   | Register/<br>total  | SSB                 | mnd.                | 5 uker etter        | kommune  | Nasjonalitet                        |                                  |
| SSB overnattings-stat.                     | Ankomster hotell  | Register/<br>total  | SSB                 | mnd.                | 5 uker etter        | 67 regioner  | Nordmenn/<br>utlending              |                                  |
| SSB overnattings-stat.                     | Ankomster camping + hyttegrend + vandrerhjem                                | Register/<br>total  | SSB                 | mnd.                | 5 uker etter        | 67 regioner  | Nordmenn/<br>utlending              |                                  |
| SSB overnattings-stat.                     | Campingovernattin-<br>ger telt, bobil,<br>hytte,<br>sesongkontrakt          | Register/<br>total  | SSB                 | mnd.                | 5 uker etter        | 67 regioner  | Nasjonalitet                        |                                  |
| SSB overnattings-stat.                     | Åpne bedrifter,<br>rom/hytter/leilighe-<br>ter, uteplasser og<br>senger     | Register/<br>total  | SSB                 | mnd.                | 5 uker etter        | kommune  | Hoteller/<br>camping/<br>hyttegrend |                                  |
| SSB overnattings-stat.                     | Overnattinger ved<br>formidling/utleie av<br>hytter og<br>ferieleiligheter  | Register/<br>total  | SSB                 | mnd.                | 5 uker etter        | Landsdel<br>Litt bedre<br>inndeling for<br>Østlandet | Nasjonalitet                        |                                  |
| SSB overnattingsstat./<br>Innovasjon Norge | Sesongkalkulator –<br>Gini-indeks<br>sesongsvingninger<br>komm. overnatting | Register            | IN (SSB-data)       | Årlig               | Løpende             | 67 regioner/<br>kommuner                             | Nasjonalitet<br>(14)                | Åpen –<br>VisitNorway<br>Innsikt |

Overnattinger etter innkvarteringstype er brutt ned på nasjonaliteter. Antall ankomster er i statistikkbanken kun brutt ned på nordmenn og utlendinger, men detaljert nasjonalitetsfordeling finnes hos SSB og kan bestilles.

Overnattingsstatistikkens tall for formidling av hytter og ferieleiligheter er begrenset til norske formidlere, og omfatter heller ikke internettbasert formidling som for eksempel Airbnb. Formidlingsstatistikken publiseres nå bare på landsdelsnivå, men antallet overnattinger er brutt ned på i alt 71 nasjonaliteter.

Alle overnattingstall er tilgjengelige i SSBs statistikkbank, med hyppighet og utgivelsestidspunkt som vist i tabell 4.1. Dette materialet publiseres nå også av Innovasjon Norge (dashbord for overnatting). Alle datatypene i tabell 4.1 foreslås tatt med i basisutgaven av monitoren.

#### 4.2.2 Private fritidsboliger og annen privat overnatting

Innovasjon Norge (Turistundersøkelsen) presenterer tall for norske og utenlandske reisende som har benyttet ikke-kommersiell overnatting (egen eller lånt fritidsbolig, hos venner/familie, annet) på reise i Norge (IN/Epinion 2020, IN/Epinion sept 2021). Dette er ifølge Innovasjon Norge anslag for antall slike overnattinger, og ikke statistikk.

SSBs oversikt over antall private fritidsboliger kan også belyse omfanget av privat fritidsboligturisme. Denne foreligger i februar hvert år og viser antall fritidsbygg og antall andre bygg anvendt til fritidsformål for hver kommune per 1. januar (totalstatistikk). Man må her være oppmerksom på at antall fritidsbygg ikke er det samme som antall fritidsboliger. Fritidsbygg telles i denne statistikken som kun ett bygg uavhengig av hvor mange enheter bygget rommer. Det vil si at det reelle antallet fritidsboliger er underrapportert, spesielt på destinasjoner hvor det satses mye på leilighetsbygg.

Statistisk sentralbyrå har tidligere (2017) publisert en oversikt over eiere av fritidsboliger i Norge etter nasjonalitet. Oversikten er basert på opplysninger fra eiendomsregisteret, og kan i prinsippet gjentas på bestilling.

Tabell 4.2: Data og datakilder privat/annen overnatting.

| Kilde                                   | Variabler/<br>Indikatorer   | Type<br>statistikk | Leverandør/<br>eier | Hyppighet | Når<br>tilgjengelig    | Geografisk<br>minstenivå | Brutt ned på                       | Tilgjengelighet |
|---|---|--------------------|---------------------|-----------|------------------------|--------------------------|------------------------------------|-----------------|
| <b>Foreslått til basisalternativet:</b> |   |                    |                     |           |                        |                          |                                    |                 |
| SSB byggearealstatistikk                | Antall fritidsboliger (bygg)  | Register/total     | SSB                 | Årlig     | Medio februar          | kommune                  | Fritidsboliger/helårsboliger       | Åpen            |
| <b>Foreslått til utvidet alternativ</b> |   |                    |                     |           |                        |                          |                                    |                 |
| AirDNA markedsdata                      | Overnattinger formidlet gjennom Airbnb/Vrbo                             | Utvalg (+)         |                     | Løpende   | Løpende?               |                          | Antall, kap.utnyttning, priser etc | Kommersiell     |
| Eurostat overnattingsstat.              | Overnatting online formidling Airbnb, booking.com, Tripadvisor, Expedia | Totaltall          | Eurostat/SSB        | Årlig     | Ca. 1 år på etterskudd | Fylke/stor by i Norge    | Nordmenn/utlendinger               | Åpen            |

Statistikk for online formidling av overnatting vil kunne være tilgjengelig, og bør a priori inkluderes i det utvidete alternativet. SSB har blant annet publisert tall fra Eurostat for omfanget av slik formidling i Norge (2019 og 2020), fordelt på fylker samt på Trondheim, Bergen og Stavanger, og det finnes kommersielle markedsdata om utleie (AirDna, oppgitt å være basert på 10 millioner utleieobjekter globalt). Dette er noe som bør følges opp i monitoren, men vi har foreløpig satt det opp i det utvidete alternativet.

### 4.2.3 Innovasjon Norge: Turistundersøkelsen

Turistundersøkelsen er den klart viktigste utvalgsbaserte reiselivstatistikken i Norge, den kartlegger et bredt spekter av viktige variabler. og resultater publiseres hyppig på Innovasjon Norges hjemmesider/VisitNorway Innsikt. Ifølge IN (2018b) er undersøkelsen «en helårlig, landsdekkende undersøkelse, hvor både norske og utenlandske ferie-, fritids-, og forretningsreisende intervjues».

Turistundersøkelsen gir mye viktig informasjon om reisestrømmer i form av relative fordelinger av respondentene på nasjonalitet, transportmiddel til Norge, overnattingsmåte og besøksregioner. Den gir også betydelig markeds kunnskap (se kapittel 4.4).



Fra og med 2018 er turistene intervjuet ved både attraksjoner, overnattingssteder, lufthavner, havner mv. I 2018 var datagrunnlaget 9 076 utenlandske feriereisende og 2 668 norske feriereisende (til sammen 11 744 respondenter), samt 1 010 utenlandske og 560 norske forretningsreisende (til sammen 1 570).

IN publiserer resultater fra denne undersøkelsen i en hovedrapport og i flere delrapporter. Det utgis sesongrapporter, regionale rapporter, og temarapporter om for eksempel skiturisme og nordlysturisme, og for cruiseturisme (egen undersøkelse med egen utvalgsplan).

Turistundersøkelsen er midlertidig stoppet grunnet pandemien, og det er planlagt oppstart januar 2023. I mellomtiden har IN gjennomført web-undersøkelser blant norske feriereisende.

Turistundersøkelsen er ikke laget for å beregne antallet utenlandske eller norske turister i Norge totalt sett, og det er begrenset hva tallmateriale fra andre kilder (overnattingsstatistikk, flystatistikk etc.) per i dag kan gi av oversikt over omfang og strukturer. Dette gir en del usikkerhet knyttet til representativitet når det gjelder *personer* (ikke nødvendigvis *aktiviteter*). Det er vanskelig å kontrollere og eventuelt korrigere skjevheter i utvalget gjennom stratifisering og/eller vekting av materialet, fordi man ikke kjenner til størrelsen på populasjonen av turister og dens fordeling på sentrale stratifiseringsvariabler som nasjonalitet, innreisemåte eller overnattingsmåte. Man er i stedet henvist til å benytte kunnskap om populasjon og strukturer i kommersielle gjestedøgn, slik dette framkommer av SSBs overnattingsstatistikk. En konsekvens av dette er for eksempel at respondenter med mange overnattinger på reisen veier tyngre enn gjester med få overnattinger (se metodekapitlene i IN 2020a, IN 2018b).

Det er altså ikke Turistundersøkelsens ansvar eller formål å framskaffe kunnskap om totalpopulasjonen av turister i Norge. Det er snarere et generelt problem at det ikke finnes tilstrekkelig kunnskap om dette per i dag, som Turistundersøkelsen kunne ha nyttiggjort seg for å redusere usikkerheten rundt undersøkelsens representativitet. Det er nærliggende å tenke at et slikt ansvar burde ligge hos SSB, men dette er et omfattende felt å få oversikt over. Spesielt kan det være ekstremt krevende å få oversikt over den veibaserte innkommende turisttrafikken, noe som for øvrig er et gjengs problem i de fleste lands turiststatistikk.

Tabell 4.3: Reisestrømmer: Data fra Turistundersøkelsen.

| Kilde                                  | Variabler/<br>Indikatorer    | Type<br>statistikk | Leverandør/<br>eier | Hyppeghet         | Når<br>tilgjengelig | Geografisk<br>minstenivå              | Brutt ned<br>på              | Tilgjeng-<br>lighet |
|--|------------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|---------------------|---------------------------------------|------------------------------|---------------------|
| <b>Foreslått til basialternativet:</b> |                              |                    |                     |                   |                     |                                       |                              |                     |
| IN Turistunder-<br>søkelsen            | Nasjonalitet                 | Utvalgs-<br>data   | Innov. Norge        | Årlig +<br>sesong | 2-3 mnd etter       | 6 regioner/<br>cruise/<br>hurtigruten | yrke/fritid                  | åpen                |
| IN Turistunder-<br>søkelsen            | Transportmiddel<br>til Norge | Utvalgs-<br>data   | Innov. Norge        | Årlig +<br>sesong | 2-3 mnd etter       | 6 regioner/<br>cruise/<br>hurtigruten | yrke/fritid/<br>nasjonalitet | åpen                |
| IN Turistunder-<br>søkelsen            | Antall<br>overnattinger      | Utvalgs-<br>data   | Innov. Norge        | Årlig +<br>sesong | 2-3 mnd etter       | 6 regioner/<br>cruise/<br>hurtigruten | yrke/fritid/<br>nasjonalitet | åpen                |
| IN Turistunder-<br>søkelsen            | Type overnatting             | Utvalgs-<br>data   | Innov. Norge        | Årlig +<br>sesong | 2-3 mnd etter       | 6 regioner/<br>cruise/<br>hurtigruten | yrke/fritid/<br>nasjonalitet | åpen                |
| IN Turistunder-<br>søkelsen            | Besøk i regioner             | Utvalgs-<br>data   | Innov. Norge        | Årlig +<br>sesong | 2-3 mnd etter       | 6 regioner/<br>cruise/<br>hurtigruten | yrke/fritid/<br>nasjonalitet | åpen                |

I rapporten finner vi blant annet informasjon om antall norske og utenlandske gjestedøgn (og deres utvikling) etter reisendes bostedsland, sesong og region (Fjord Norge, Østlandet, Oslo, Nord-Norge, Sørlandet og Trøndelag). Rapporten publiserer også forbrukstall etter bostedsland, reiseformål og region samt tilfredshet med oppholdet i Norge og oppfatninger av Norge som reisemål med mer.

Tilgjengelighet, innhold, relevans og hyppighet er bra i Turistundersøkelsen. Materialet vektet med tall fra SSBs overnattingsstatistikk (som kommer 1,5 måned på etterskudd), men kan likevel publiseres inne relativt kort tid (2-3 måneder). Kvaliteten på dataene og robusthet er også bra tatt i betraktning det etter hvert store omfanget av respondenter.

#### 4.2.4 Nordmenns reiser: SSBs Reiseundersøkelse

Med bakgrunn i (blant annet) rapporteringsplikt til Eurostat (EU-direktiv 692/2011) og eget behov for tall for nordmenns kjøp av varer og tjenester i/fra utlandet, produserer SSB Reiseundersøkelsen. Den omfatter nordmenns reiser i Norge og utlandet med minst en overnatting, for henholdsvis ferie- og yrkesreiser (SSB 2020). Statistikken viser antall personer på reise, antall reiser fordelt etter innkvarteringstype, reisetype, transportmåte og reisemål. I tillegg publiseres tidsserier for antall reiser til de mest besøkte landene, forbruksutgifter brukt på reise og andel av befolkningen som dro på ferie.

For hvert kvartal trekkes et landsrepresentativt utvalg på 2 000 personer i alderen 16-79 år. Gjennomsnittlig svarprosent oppgis til ca. 55 prosent, det vil si et samlet årlig utvalg på 4 400 respondenter. Dette gir begrensninger i hvor mye dataene kan brytes ned på enkeltvariabler: Publiserte data er ikke regionaliserte, det vil for det første si at man ikke bryter reiseatferd ned på bostedsregion. For det andre er reiser innenlands ikke fordelt på besøksregion eller -landsdel.

Statistikken viser ellers brutt ned på følgende variabler:

- Antall personer som har reist (respektive innenlands og utenlands) er fordelt på reiseformål (ferie, yrke) og alder, og på reiseformål og kjønn.
- Antall reiser (respektive innenlands og utenlands), er brutt ned på tre reisetyper (korte og lange feriereiser, yrkesreiser) x transportmåte (6 kategorier), og på reisetype x overnattingsmåte (5 kategorier).

Statistikken publiseres i SSBs statistikkbank hvert kvartal, med ca 8 ukers produksjonstid.

Tabell 4.4: Reisestrømmer: Data fra SSB Reiseundersøkelse.

| Kilde  | Variabler/<br>Indikatorer   | Type<br>statistikk | Leverandør/<br>eier | Hyppighet   | Når<br>tilgjengelig | Geografisk<br>minstenivå | Brutt ned på   | Tilgjengelig-<br>het |
|--|---|--------------------|---------------------|-------------|---------------------|--------------------------|--|----------------------|
| <b>Foreslått til basisalternativet:</b>        |   |                    |                     |             |                     |                          |  |                      |
| SSB<br>Reiseunder-<br>søkelsen                 | Antall personer<br>som har reist  | Utvalg             | SSB                 | kvartal, år | 8 uker etter        | Innenlands/<br>utenlands | ferie/yrke/<br>aldersgruppe,<br>ferie/yrke/kjønn     | åpen                 |
| SSB<br>Reiseunder-<br>søkelsen                 | Antall korte<br>feriereiser (1-3 d)<br>og lange feriereiser<br>(4 d +), | Utvalg             | SSB                 | kvartal, år | 8 uker etter        | Innenlands/<br>utenlands | Reisemål/<br>transportmåte<br>/overnattings-<br>måte | åpen                 |
| <b>Foreslått til det utvidete alternativet</b> |   |                    |                     |             |                     |                          |  |                      |
| SSB<br>Reiseunder-<br>søkelsen                 | Antall reiser yrke  | Utvalg             | SSB                 | kvartal, år | 8 uker etter        | Innenlands/<br>utenlands | Reisemål/<br>transportmåte<br>/overnattingsmå-<br>te | åpen                 |
| SSB<br>Reiseunder-<br>søkelsen                 | Antall reiser<br>foretatt   | Utvalg             | SSB                 | kvartal, år | 8 uker etter        | 6 utvalgte<br>land       | ferie/yrke   | åpen                 |
| SSB<br>Reiseunder-<br>søkelsen                 | Antall reiser<br>foretatt   | Utvalg             | SSB                 | årlig       | 8 uker etter        | 30 mest<br>besøkte land  | alle reiser<br>samlet                                | åpen                 |
| <b>Foreslås utelatt foreløpig:</b>             |   |                    |                     |             |                     |                          |  |                      |
| SSB<br>Reiseunder-<br>søkelsen                 | Samlet forbruk på<br>reiser   | Utvalg             | SSB                 |             |                     |                          | ferie (korte og<br>lange),<br>yrkesreiser            | åpen                 |

## 4.2.5 Data om flytrafikk

### Avinors lufthavnstatistikk

Flysidene er godt dekket i Norge. Avinors trafikkstatistikk (registerstatistikk) gir månedlige tall for antall avreiste og ankomne passasjerer for alle norske lufthavner og for trafikken mellom norske lufthavner. Dataene er brutt ned på innenlandske og utenlandske flyvninger, på rute og charter og på antall ankomne og avreiste passasjerer og passasjerer i transitt. Passasjertallene er ikke fordelt på nordmenn og utlendinger. Statistikken publiseres av SSB transportstatistikk og finnes også på Avinors hjemmesider, og er vanligvis tilgjengelig 7-8 uker på etterskudd.

### Avinors reisevaneundersøkelse fly (RVU-fly)

Trafikkstatistikken følges opp av Avinors reisevaneundersøkelse på fly (RVU fly), som siden 2017 gjennomføres årlig (løpende). Undersøkelsen er rettet mot både norske og utenlandske flypassasjerer (Thune-Larsen & Farstad, 2018). Undersøkelsen kartlegger både innenlands flytrafikk og flytrafikken fra/til utlandet. Den gjennomføres blant avreisende passasjerer, det vil for eksempel si at på internasjonale ruter blir utenlandske turister intervjuet ved avreise fra Norge (hjem-reise), mens nordmenn blir intervjuet ved utreise. Intervjuene gjennomføres på norske lufthavner som står for tilnærmet all innlandstrafikk og all utlandstrafikk, og er fordelt på ulike avganger, uker, ukedag og tid på døgnet slik at man får et representativt utvalg av flypassasjerer for hver flyplass og måned.

Kombinert med lufthavnstatistikken fra Avinor får man tall for total turisttrafikk med fly til Norge fordelt på sentrale strata som nasjonalitet og overnattingsform. Den gir i tillegg data om reisens formål, varighet, besøksmål i Norge, reiserute, transportmåte til flyplassen og om selve

flyreisen (eks. reisetidspunkt, flyselskap, reisekjede, pris for reisen), men mangler data om forbruk, aktiviteter og turistenes tilfredshet med Norge som besøksmål.

Materialet i RVU fly er svært omfattende. I 2017 omfattet undersøkelsen 89 000 passasjerer på utenlandsruter og 58 000 på innenlandsruter. Offentlig publisering av resultatene skjer relativt sent, for eksempel er siste foreliggende publiserte undersøkelse (per mai 2022) gjennomført i 2017 (Thune-Larsen & Farstad, 2018). Datafilene er i prinsippet klare 1-2 måneder på etter-skudd. Tilgangen til databasen for RVU-fly med sikte på inkludering i reiselivsmonitoren er drøftet med Avinor (i telefonintervju februar 2022), og man er i utgangspunktet positive. Vi har i forprosjektet ikke kunnet etablere noen definitiv forpliktelse fra Avinors side om hvilke data som vil kunne bli tilgjengeliggjort.

## 4.2.6 Data om skipstrafikk og vegtrafikk

### Ferjetrafikk internasjonale ruter

Trafikktall for de internasjonale fergerutene til/fra Norge blir samlet og systematisert av de enkelte fergeselskapene. De viktigste (dominerende) selskapene og fergestrekningene er (per mai 2022):

- Color Line: Oslo-Kiel, Larvik-Hirtshals, Kristiansand-Hirtshals, Sandefjord-Strømstad
- DFDS Oslo-København
- Fjord Line Bergen-Stavanger-Hirtshals, Kristiansand-Hirtshals, Langesund-Hirtshals, Sandefjord-Strømstad

Fergetrafikktallene omfatter informasjon om bostedslandet til fergepassasjerene og om kjøretøyer. Statistikken er også ganske fullstendig, men detaljeringsgraden varierer noe. Mens Fjord Line registrerer antall norske, danske og tyske passasjerer, gir Color Line og DFDS ganske detaljerte nasjonsfordelinger. Color Line og DFDS gir også informasjon om antall svippturpassasjerer og fordeling av passasjerer på kjøretøytype (personbil, bobil/campingvognbuss, etc.) samt antall busspassasjerer. Det registreres ikke noe informasjon om f.eks. reisemål og reisemål for fergepassasjerene.

Dataene er fergeselskapenes eiendom, de kan innhentes og brukes etter særskilt tillatelse fra selskapene, men med reservasjon mot å publisere tall for enkeltruter. Vi har i forprosjektet ikke hatt konkrete drøftinger med fergeselskapene med sikte på å frigi data til en nasjonal reiselivsmonitor. Ferge er fortsatt en viktig faktor i innkommende turisme, til sammen transporterer de anslagsvis 20 prosent av utenlandske turister til Norge (Dybedal og Landa Mata 2022).

#### 4.2.6.1 Cruise og hurtigrute

Kystverket har de siste årene tatt inn statistikk fra de enkelte havnedistriktene i Norge over anløp fra cruiseskip i sin informasjonsplattform «Kystdatahuset». Tidligere ble slike data samlet inn og presentert av markedsføringsorganisasjonen Cruise Norway.

Statistikken utgis månedsvis og viser antall anløp og samlet antall passasjerer til hver havn, og er i praksis en totalstatistikk. Det er imidlertid noen svakheter ved statistikken: Passasjertallene viser samlet antall besøk i norske havner – basert på statistikk fra hver enkelt havn – og viser altså ikke totalt antall cruiseturister som besøker Norge. Her er man avhengig av tall fra cruise-rederiene, som i hovedsak presenteres i noe aggregert form av Cruise Lines International

Association (CLIA). Videre er Kystverkets besøkstall for hver enkelt havn basert på passasjerkapasiteten til hvert anløpende skip og ikke faktisk antall som er om bord.

Kun Oslo og Bergen havn har tidligere publisert faktisk antall passasjerer. Bergen er Norges desidert viktigste cruisemål, anslagsvis to tredeler av alle cruise til Norge i 2017 var innom Bergen (Dybedal og Jacobsen 2019), slik at tallene fra Bergen kan være et godt grunnlag for å få fram riktig antall cruisepassasjerer. Men, slike tall er altså ikke umiddelbart tilgjengelige, men må beregnes.

SSB publiserer egen statistikk for Hurtigruten Bergen Kirkenes, her oppgis antall avstigende og påstigende passasjerer for hver havn etter måned. Dette er kvalitetsmessig god totalstatistikk, men det skilles ikke mellom cruisepassasjerer (som Hurtigruten definerer som «distansepassasjerer») og rutepassasjerer. IN mottar data fra Hurtigruten til bruk i totalberegninger i Turistundersøkelsen, men Hurtigruten tillater ikke at disse tallene blir publisert for seg selv.

#### 4.2.6.2 Trafikkdata statens vegvesen

Veisiden er den sektoren vi vet minst om når det gjelder trafikk av turister. Det er minst 15 grenseoverganger mellom Norge og Sverige, Finland og Russland som brukes av turister. Trafikktellingene til Statens Vegvesen gir nøyaktige tall for hvor mange tunge og lette kjøretøyer som til enhver tid passerer inn og ut på de aller fleste grenseovergangene, men det finnes ikke tellinger av nasjonalitetsmerker på kjøretøyer som kunne fortelle hvor mange utlendinger (pendlere, turister, andre) som reiser inn i eller ut av Norge.

Tall for fordeling av nasjonalitetskjenner fra Gjesteundersøkelsen (Farstad, Rideng og Landa Mata 2011) må anses for å være for gamle og dermed ikke tilstrekkelig pålitelige som nøkkeltall for andelen av den totale grensepasserende trafikken som faktisk er utenlandske turister. Det samme gjelder surveydata om besøksmål, overnattingsform etc.

Vi mener at tellingsdata fra grenseovergangene, for eksempelvis aggregert til måneder, likevel er nyttig og viktig informasjon som burde være med i basisvarianten av monitoren.

Tabell 4.5: Reisestrømmer: Data om fly-, skips- og veitrafikk.

| Kilde                                      | Variabler/ Indikatorer  | Type statis, tikk | Leverandør/ eier | Hyppeghet | Når tilgjengelig | Geografisk minstenivå  | Brutt ned på                | Tilgjengelig- het                |
|--|---|-------------------|------------------|-----------|------------------|------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| Foreslått til basialternativet:            |   |                   |                  |           |                  |                        |                             |                                  |
| Avinor trafikkstatistikk                   | Antall passasjerer innenlandske ruter                         | Register          | Avinor/SSB       | månedlig  | 7 uker etter     | Norske lufthavner      | Ankomst, avreise, transitt  | Åpen                             |
| Avinor trafikkstatistikk                   | Antall passasjerer utenlandsruter                             | Register          | Avinor/SSB       | månedlig  | 7 uker etter     | Norske lufthavner      | Ankomst, avreise, transitt  | Åpen                             |
| Avinor RVU-fly                             | Avreiste passasjerer utenlandsruter                           | Utvalg            | Avinor           | månedlig  | 1-2 mnd etter    | Norske lufthavner      | Rute/ charter, nasjonalitet | Må avtales med Avinor            |
| Avinor RVU-fly                             | Besøkssted i Norge (der de har oppholdt seg lengst)           | Utvalg            | Avinor           | månedlig  | 1-2 mnd etter    | lufthavn/ kommune      | Rute/ charter, nasjonalitet | Må avtales med Avinor            |
| Fergedata fra Color Line, Fjord Line, DFDS | Antall pax svipptur/overnattings- tur                         | Totaltelling      | Fergerederi      | per måned | løpende          | Øst/Sør/ Vestnorge     | nasjonalitet                | Må avtales med ferge- selskapene |
| Fergedata fra Color Line, Fjord Line, DFDS | Antall biler, busser, bobil/campingvogn                       | Totaltelling      | Fergerederi      | per måned | løpende          | Øst/Sør/ Vestnorge     | nasjonalitet                | Må avtales med ferge- selskapene |
| Kystverket cruisestatistikk                | Antall anløp i norske cruisehavner                            | Register          | Kystverket       | Månedlig  | løpende          | Cruise- havner i Norge | Ikke på nasjonalitet        | Åpen                             |
| Kystverket cruisestatistikk                | Antall passasjerer i norske cruisehavner                      | Register          | Kystverket       | Månedlig  | løpende          | cruisehavn er i Norge  | Ikke på nasjonalitet        | Åpen                             |
| Foreslått til det utvidete alternativet    |   |                   |                  |           |                  |                        |                             |                                  |
| Avinor RVU-fly                             | Overnattingsmåte/anta ll netter i Norge                       | Utvalg            | Avinor           | månedlig  | 1-2 mnd etter    | lufthavn/ besøkssted   | Rute/ charter, nasjonalitet | Må avtales med Avinor            |
| Statens vegvesen                           | Antall passerende biler ved grenseoverganger                  | Totaltelling      | Statens vegvesen | Løpende   | Løpende          | Trafikkelle -punkt     | Lette og tunge kjøretøyer   | Åpen                             |
| Fergedata fra Color Line, Fjord Line, DFDS | Antall pax uten/med kjøretøy                                  | Totaltelling      | Fergerederi      | per måned | løpende          | Øst/Sør/ Vestnorge     | nasjonalitet                | Må avtales med fegre- selskapene |
| Hurtigrutestati- stikk SSB havnestatistikk | Antall passasjerer avstigende og påstigende per havn          | Totaltelling      | Fergerederi      | måned     | 2 mndr etter     | 32 anløps- havner      | Ingen                       | Må avtales med fegre- selskapene |
| Foreslås utelatt foreløpig:                |   |                   |                  |           |                  |                        |                             |                                  |
| Avinor RVU-fly                             | Transportmiddel til flyplass (bil, drosje, buss, tog, annet)  | Utvalg            | Avinor           | månedlig  | 1-2 mnd etter    | Norske lufthavner      | Rute/ charter, nasjonalitet | Må avtales med Avinor            |
| Avinor RVU-fly                             | Startflyplass, forrige flyplass, neste flyplass, endeflyplass | Utvalg            | Avinor           | månedlig  | 1-2 mnd etter    | Alle land              | Rute/ charter, nasjonalitet | Må avtales med Avinor            |
| Avinor RVU-fly                             | Avreiste passasjerer innenlandsruter                          | Utvalg            | Avinor           | månedlig  | 1-2 mnd etter    | Norske lufthavner      | Rute/ charter, nasjonalitet | Må avtales med Avinor            |
| Avinor trafikkstatistikk                   | Passasjerer mellom norske lufthavner                          | Register          | Avinor/SSB       | månedlig  | 7 uker etter     | Norske lufthavner      | Lufthavn x lufthavn         |                                  |

### 4.3 Økonomien i reiselivet

Data om økonomi i reiselivet kan i utgangspunktet deles i tre hovedområder. For det første har vi i denne kategorien data for turistenes forbruk eller andre indikatorer som beskriver etterspør- selssiden. For det andre data som gjelder næringsaktivitetene, det vil si data som viser salgs- inntekter, verdiskaping, vareinnkjøp, lønnskostnader osv., og andre tall som mer spesifikt belyse en type næringsaktivitet, for eksempel kapasitetsutnyttning, inntekt per rom osv. i overnattingssektoren.

Det tredje hovedområdet omfatter generell statistikk om effekter av reiselivet; sysselsetting/arbeidsmarkedsdata, nasjonalregnskapstall.

### 4.3.1 Forbrukstall

Hovedkilden for persondata om forbruk per døgn, type produkt etc. er Innovasjon Norges Turistundersøkelsen. Her dekkes både utenlandske og norske turister, og det er også laget en egen undersøkelse blant cruiseturister (Innovasjon Norge/Epinion 2019). Det er også samlet inn data i flere enkeltstående FoU-prosjekter tidligere, for eksempel Menons cruiseundersøkelse i Bergen (Seeberg et al 2018), men det er lite av nyere undersøkelser om forbruk blant turister generelt. Slike datakilder vil kunne være viktige der det ikke finnes andre data, men vi har uansett valgt å se bort fra reiselivsdata som framkommer i enkeltstående rapporter.

Dermed er hovedkilden for forbrukstall IN Turistundersøkelsen, som har tall for fordeling av forbruk per døgn på overnatting, transport og sum øvrig forbruk, etter sesong og nasjonalitet (se omtale under avsnitt 4.2.3).

INs forbrukskalkulator er en type interaktiv indikator som i dag ligger ute på nett (VisitNorway innsikt). Kalkulatoren er utarbeidet av Epinion i samarbeid med Innovasjon Norge, og kan benyttes til å gi et kvalifisert estimat på forbruket til turistene i et bestemt område. Estimatenes baseres på antall overnattinger/antall besøkende i området (også sesongvis) og regionale forbrukstall fra Turistundersøkelsen (6 regioner). Valgfritt kan det i kalkulatoren legges inn nasjonalitetsfordelinger, andel yrkesreisende på hotell, om området er by eller land for å øke detaljeringsgraden i kalkulatorens forbrukstall, og/eller det kan legges inn lokale forbruksdata der slike finnes. Det anvendes uansett regionale gjennomsnittsdata i kalkulatoren der lokale data mangler.

Det er viktig at kalkulatoren oppdateres med nye forbrukstall når Turistundersøkelsen gjenopprettes etter to år med pandemipause.

SSBs Reiseundersøkelsen (se omtale avsnitt 4.2.4) gir tall for nordmenns samlede forbruk på reiser, fordelt på yrkesreiser og korte og lange feriereiser innenlands og utenlands. Dette bør være aktuelt kun i det utvidete alternativet.

Tabell 4.6: Reiseliv og økonomi: Data og datakilder turistets forbruk i Norge.

| Kilde  | Variabler/Indikatorer              | Type statistikk    | Leverandører     | Hyppighet      | Når tilgjengelig          | Geografisk minstenivå  | Brutt ned på   | Tilgjengelighet |
|--|------------------------------------|--------------------|------------------|----------------|---------------------------|--|--|-----------------|
| <b>Foreslått til basisalternativet:</b>        |                                    |                    |                  |                |                           |  |  |                 |
| IN Turistundersøkelsen                         | Forbruk per døgn overnatting       | Utvalgsdata        | Innov. Norge     | Årlig + sesong | 1-2 mnd etter             | 6 regioner/ cruise/hurtigruten<br><u>Ta bort Hurtigruten</u> | yrke/fritid finnes per nasjonalitet                      | åpen            |
| IN Turistundersøkelsen                         | Forbruk per døgn transport i Norge | Utvalgsdata        | Innov. Norge     | Årlig + sesong | 1-2 mnd etter             | 6 regioner/ cruise/hurtigruten                               | yrke/fritid/ nasjonalitet                                | åpen            |
| IN Turistundersøkelsen                         | Forbruk per døgn øvrig             | Utvalgsdata        | Innov. Norge     | Årlig + sesong | 1-2 mnd etter             | 6 regioner/ cruise/hurtigruten                               | yrke/fritid/ nasjonalitet                                | åpen            |
| IN Turistundersøkelsen                         | Forbruk per døgn pakkereise        | Utvalgsdata        | Innov. Norge     | Årlig + sesong | 1-2 mnd etter             | 6 regioner/ cruise/hurtigruten                               | yrke/fritid/ nasjonalitet                                | åpen            |
| IN Turistundersøkelsen                         | Forbruk transport til Norge        | Utvalgsdata        | Innov. Norge     | Årlig + sesong | 1-2 mnd etter             | 6 regioner/ cruise/hurtigruten                               | yrke/fritid/ nasjonalitet                                | Åpen            |
| IN Turistundersøkelsen                         | Døgnforbruk totalt i Norge         | Utvalgsdata        | Innov. Norge     | Årlig + sesong | 1-2 mnd etter             | 6 regioner/ cruise/hurtigruten                               | yrke/fritid/ nasjonalitet                                | Åpen            |
| IN forbrukskalkulator                          | Beregning av lokalt turistforbruk  | Beregnet indikator | Innovasjon Norge | Sesongtall     | Forbruksdata 1-2 år etter | Destinasjon /forbruksdata 6 regioner                         | Yrke/fritid, nasjonalitet, sesong, varighet              | Åpen            |
| <b>Foreslått til det utvidete alternativet</b> |                                    |                    |                  |                |                           |  |  |                 |
| SSB Reiseundersøkelsen                         | Nordmenns forbruk på reiser (sum)  | Utvalgsdata        | SSB              | Kvartal        | 2 mnd. etter              | Norge totalt   | Yrke, fritid/korte og lange reiser innenlands/ utenlands | Åpen            |

### 4.3.2 Næringsdata: Produksjonsinntekter, verdiskaping, lønnsomhet

Hovedtema her er verdiskaping og lønnsomhet i ulike deler av reiselivsnæringene, i hovedsak basert på regnskapsdata fra Brønnøysundregisteret, som igjen kan kobles sammen med data om lokalisering, sysselsetting med mer i Virksomhets- og foretaksregisteret (VoF). Dette er omfattende og pålitelige registerdata, som er tilgjengelige via SSB eller direkte fra Brønnøysundregisteret. Dataene kan grupperes etter for eksempel næringskode og/eller geografisk område.

Merk at innsending av regnskapsdata til Brønnøysundregisteret kun kreves for aksjeselskaper og større enkeltpersonforetak (etter antall ansatte og/eller verdi av eiendeler).

Regnskapsdata fra virksomheter og foretak – etter innleveringsfrist i september og oppfølging av regnskapspliktige som ikke har levert – foreligger for bearbeiding og kobling til VoF tidligst i november året etter regnskapsåret.

Vi har foreslått at nøkkeltall som viser produksjonsverdi, verdiskaping og resultat prioriteres i basisversjonen, sammen med tall for sysselsetting fra VoF og beregnet verdiskaping per årsverk.

Data fra VoF/Brønnøysundregisteret om lønnsutgifter er foreslått utelatt fra monitoren.

Vi foreslår videre at monitoren basisalternativ også omfatter økonomiske data for overnattingssektoren, hentet fra SSBs overnattingsstatistikk. Dette gjelder hotelldata om kapasitetsutnyttning, samlet losjiovernattning, oppnådd pris per rom og losjiinntekt per tilbudt



rom. Sistnevnte er en internasjonal standardindikator, på engelsk revenue per available room (revpar).

I den utvidete versjonen har vi også foreslått å ta med omsetningsdata for detaljhandel på bransjenivå og kommunenivå. Spesielt i hyttekommuner vil detaljhandelen kunne utgjøre en stor andel av salget av varer og tjenester til tilreisende. Detaljhandelsstatistikk for to og to måneder (momsterminer) i året er vanligvis tilgjengelig ca. 4 måneder på etterskudd er offentlig tilgjengelige hos SSB på bestilling. Statistikken er total, men på kommunenivå kan det forekomme en god del «prikking» av data. Det vil si at det ikke oppgis tall for enkeltbransjer med færre enn tre virksomheter i kommunen.

Vi har også foreslått å ta med to typer av data fra private aktører det utvidete alternativet. For det første skiheisstatistikk som viser samlet heiskortomsetning i sesongen for de 15 største alpinanleggene i Norge. Denne offentliggjøres etter sesongslutt av Norske Alpinanlegg og Fjelldestinasjoner. Den andre typen data gjelder en del indikatorer knyttet til bookingdata for hotellsektoren. Benchmarking Alliance er et kommersielt tilbud som gir indikatorer som kapasitetsutnyttning, RevPAR (inntekt per tilgjengelig/tilbudt rom) og noen andre indikatorer, basert på bookingdata for ca. 1 000 hoteller i sju land.

Tabell 4.7: Data og datakilder produksjonsinntekter, verdiskaping og lønnsomhet.

| Kilde  | Variabler/<br>Indikatorer                 | Type<br>statistikk         | Leverandør/<br>eier                         | Hyp-<br>pig-<br>het          | Når<br>tilgjengelig | Geografisk<br>minstenivå  | Brutt ned<br>på                          | Tilgjengelig-<br>het   |
|--|---|----------------------------|---|------------------------------|---------------------|---------------------------|--|------------------------|
| <b>Foreslått til basisalternativet:</b>        |   |                            |   |                              |                     |                           |  |                        |
| Regnskapsdata VoF                              | Omsetning,<br>produksjonsinntekt          | Register                   | SSB/<br>Br.sund.reg.                        | Månedlig                     | 1 år etter          | Kommune                   | Nace-<br>kode                            | Åpen, må<br>bearbeides |
| Regnskapsdata VoF                              | Verdiskaping = lønn<br>+ overskudd        | Register                   | SSB/<br>Br.sund.reg.                        | Månedlig                     | 1 år etter          | Kommune                   | Nace-<br>kode                            | Åpen, må<br>bearbeides |
| Regnskapsdata VoF                              | Resultat                                  | Register                   | SSB/<br>Br.sund.reg.                        | Månedlig                     | 1 år etter          | Kommune                   | Nace-<br>kode                            | Åpen, må<br>bearbeides |
| Regnskapsdata VoF                              | Antall sysselsatte                        | Register                   | SSB/<br>Br.sund.reg.                        | Månedlig                     | 1 år etter          | Kommune                   | Nace-<br>kode                            | Åpen, må<br>bearbeides |
| Regnskapsdata VoF                              | Verdiskaping per<br>årsverk               | Register                   | SSB/<br>Br.sund.reg.                        | Månedlig                     | 1 år etter          | Kommune                   | Nace-<br>kode                            | Åpen, må<br>bearbeides |
| SSB overnattings-<br>statistikk                | Kapasitetsutnyttning<br>senger og rom     | Register                   | SSB   | Månedlig                     | 1 mnd etter         | Kommune                   | Hoteller<br>(kun for)                    | Åpen                   |
| SSB overnattings-<br>statistikk                | Pris oppnådd per<br>rom                   | Register                   | SSB   | Månedlig                     | 1 mnd etter         | Kommune                   | Hoteller<br>(kun for)                    | Åpen                   |
| SSB overnattings-<br>statistikk                | Losjiiinntekt per<br>tilbudt rom (revpar) | Register                   | SSB   | Månedlig                     | 1 mnd etter         | Kommune                   | Hoteller<br>(kun for)                    | Åpen                   |
| SSB overnattings-<br>statistikk                | Samlet<br>losjioinnetning                 | Register                   | SSB   | Månedlig                     | 1 mnd etter         | Kommune                   | Hoteller<br>(kun for)                    | Åpen                   |
| <b>Foreslått til det utvidete alternativet</b> |   |                            |   |                              |                     |                           |  |                        |
| SSB Detaljhandels-<br>stat.                    | Omsetning<br>detaljhandel                 | Register                   | SSB   | Mva-<br>terminer<br>(2 mndr) | 4 mndr etter        | Kommune                   | Nace-<br>kode 3-<br>sifret               | Åpen/bestilles         |
| Benchmarking<br>Alliance Hoteller              | Markeds- og<br>performedata<br>hoteller   | Utvalg<br>1000<br>hoteller | Benchmarking<br>Alliance                    | Løpende                      | Løpende             | Land (7<br>land)          | Måneder,<br>områder,<br>indika-<br>torer | Kommersielt            |
| Norske alpinanlegg<br>og<br>fjelldestinasjoner | Skiheisomsetning                          | Register                   | Norske Alpin-<br>og Fjell-<br>destinasjoner | Sesong,<br>årlig             | Etter<br>sesongen   | Skisenter<br>(15 største) | Ingen                                    | Åpen                   |
| <b>Foreslås utelatt foreløpig:</b>             |   |                            |   |                              |                     |                           |  |                        |
| Regnskapsdata VoF                              | Lønnsutgifter                             | Register                   | SSB/<br>Br.sund.reg.                        | Månedlig                     | 1 år etter          | Kommune                   | Nace-<br>kode                            | Åpen, må<br>bearbeides |
| SSB overnattings-<br>statistikk                | Antall utleide rom                        | Register                   | SSB   | Månedlig                     | 1 mnd etter         | Kommune                   | Hoteller<br>(kun for)                    | Åpen                   |
| SSB overnattings-<br>statistikk                | Omsetning samlet                          | Register                   | SSB   | Månedlig                     | 1 mnd etter         | Kommune                   | NACE 55                                  | Åpen                   |

### 4.3.3 Makroøkonomisk statistikk: Nasjonalregnskap, sysselsetting mm

Økonomisk statistikk og data om sysselsetting og lønnsnivå i ulike deler av reiselivsnæringene har SSB som hovedkilde. Dataene hentes fra ulike deler av SSBs virkeområder, det vil si at det er offentlig tilgjengelig statistikk som kvalitetsmessig skal holde mål.

I basisversjonen foreslår vi følgende data fra nasjonalregnskap og satellittregnskap for reiseliv:

- Utlendingers og nordmenns årlige turistkonsum i Norge, fordelt på 10 reiselivsnæringskategorier
- Turismens andel av total eksport per år
- Sysselsetting i reiseliv, målt i antall årsverk - fordelt på 10 reiselivsnæringer nasjonalt og på tre kategorier (overnatting/servering, transport og kultur/underholdning) på fylkesnivå

Vi foreslår at tall for bruttoprodukt (verdiskaping) i reiselivet tas med i den utvidete versjonen (fordelt på 10 reiselivsnæringer nasjonalt og tre kategorier på fylkesnivå), mens satellittregnskapenes data om samlet produksjonsverdi i reiselivet og norske næringers konsum av reiselivstjenester i yrkesreisesammenheng foreløpig settes på venteliste for nærmere vurdering.

Merk at data fra nasjonalregnskap/satellittregnskap har en betydelig forsinkelse, normalt to til tre år. I basisversjonen foreslår vi også å ta med data om:

- Sysselsetting fra SSBs arbeidsmarkedsstatistikk, som gir sysselsettingstall på kommunenivå etter næringskode (Nace)
- Data om årslønn og gjennomsnittlig månedslønn for sysselsatte i reiselivsnæringer (i hovedsak to-sifret Nacekode)
- Utdanningsnivå (fem kategorier) for ansatte i hotell- og restaurantsektoren i Norge etter kjønn, fra SSBs årlige arbeidskraftundersøkelse (AKU), som er en utvalgsundersøkelse.

Arbeidsmarkedsstatistikk, lønnsstatistikk og Reiseundersøkelsen har en relativt kort produksjonstid og publiseres fra to måneder til ett år på etterskudd.

Merk at vi ikke har inkludert noen form for ringvirkningsdata i monitoren. Direkte økonomiske ringvirkninger kan uttrykkes som samlet omsetning i reiselivsnæringer pluss såkalte overrislingseffekter, som er besøkendes kjøp av varer og tjenester i detaljhandel og tjenester utenom reiselivsnæringene. De direkte virkningene kan man i prinsippet regne ut på grunnlag av kunnskap om turistenes forbruk, for eksempel fra Turistundersøkelsen.

Indirekte økonomiske virkninger er derimot mer kompliserte å beregne, de omfatter både underleveranser og anvendelse av lønns- og eierinntekter. Multiplikatorberegninger gjøres ideelt sett i en såkalt input-output-modell. I Norge er PANDA-modellen den som er mest anvendt på regionnivå. Omfanget av indirekte virkninger kan variere ganske mye fra område til område, de avhenger sterkt av næringsstrukturen (mulighetene for lokale underleveranser, muligheter for anvendelse av inntekter) i området man studerer.

Modellberegninger ved bruk av for eksempel PANDA i selve monitoren krever at man har et godt oppdatert bilde av næringsstrukturer og interne leveranser ("kryssløpet») i alle aktuelle geografiske områder.

Tabell 4.8: Reiseliv og økonomi: Data og datakilder sysselsetting og nasjonalregnskapsstørrelser.

| Kilde  | Variabler/<br>Indikatorer   | Type<br>statistikk | Leveran-<br>dør/eier | Hyppeg-<br>het   | Når<br>tilgjenge-<br>lig | Geografisk<br>minstenivå | Brutt ned på  | Tilgjengelig-<br>het |
|--|---|--------------------|----------------------|------------------|--------------------------|--------------------------|---|----------------------|
| <b>Foreslått til basialternativet:</b>         |   |                    |                      |                  |                          |                          |   |                      |
| SSB Reiseundersøk-<br>elsen                    | Nordmenns<br>forbruk på reiser<br>(sum)                                 | Utvalg             | SSB                  | Kvartals-<br>vis | 2 mndr<br>etter          | Norge totalt             | Yrke,<br>fritid/korte og<br>lange reiser            | Åpen                 |
| SSB<br>satellittregnskap                       | Utlendingers<br>turistkonsum i<br>Norge                                 | Bereg-<br>ninger   | SSB                  | Årlig            | 2-3 år<br>etter          | Nasjonalt/<br>fylker     | 10 reiselivs-<br>næringer                           | Åpen                 |
| SSB<br>satellittregnskap                       | Nordmenns<br>turistkonsum i<br>Norge                                    | Bereg-<br>ninger   | SSB                  | Årlig            | 2-3 år<br>etter          | Nasjonalt/<br>fylker     | 10 reiselivs-<br>næringer                           | Åpen                 |
| SSB<br>nasjonalregnskap                        | Turismeeksport<br>andel av total eksp.                                  | Bereg-<br>ninger   | SSB                  | Kvartals-<br>vis | 2-3 år<br>etter          | Hele landet              |   | Åpen                 |
| SSB<br>satellittregnskap                       | Sysselsetting 1000<br>årsverk reiseliv                                  | Bereg-<br>ninger   | SSB                  | Årlig            | 2-3 år<br>etter          | Nasjonalt/<br>fylker     | 3 hoved-<br>næringer/ 10<br>reiselivs-<br>næringer  | Åpen                 |
| SSB<br>arbeidsmarkeds-<br>stat.                | Sysselsetting<br>reiselivsnæringer                                      | Register           | SSB                  | Årlig            | 1 år etter               | kommuner                 | Nace-kode   | Åpen                 |
| SSB lønnsstatistikk                            | Lønnsnivå; årslønn/<br>månedslønn<br>reiselivsnæringer                  | Register           | SSB                  | årlig            | 2 mndr<br>etter          | Hele landet              | 85 nærings-<br>sektorer, kjønn,<br>arbeidstid       | Åpen                 |
| SSB AKU (arb.kraft-<br>und.)                   | Utdanningsnivå<br>blant sysselsatte i<br>hotell og<br>restaurant samlet | Utvalg             | SSB                  | Kvartals-<br>vis | 4 mnd<br>etter           | Hele landet              | Kjønn, 5<br>utdannings-<br>nivåer                   | Åpen                 |
| <b>Foreslått til det utvidete alternativet</b> |   |                    |                      |                  |                          |                          |   |                      |
| SSB<br>satellittregnskap                       | Bruttoprodukt<br>reiselivsnæringer                                      | Bereg-<br>ninger   | SSB                  | Årlig            | 2-3 år<br>etter          | Nasjonalt/<br>fylker     | 3 hoved-<br>næringer / 10<br>reiselivs-<br>næringer | Åpen                 |
| <b>Foreslås utelatt foreløpig:</b>             |   |                    |                      |                  |                          |                          |   |                      |
| SSB<br>satellittregnskap                       | Samlet<br>produksjonsverdi<br>reiseliv                                  | Bereg-<br>ninger   | SSB                  | Årlig            | 2-3 år<br>etter          | Nasjonalt/<br>fylker     | 3 hoved-<br>næringer / 10<br>reiselivs-<br>næringer | Åpen                 |
| SSB<br>satellittregnskap                       | Norske næringers<br>konsum yrkesreiser                                  | Bereg-<br>ninger   | SSB                  | Årlig            | 2-3 år<br>etter          | Nasjonalt/<br>fylker     | 3 hoved-<br>næringer / 10<br>reiselivs-<br>næringer | Åpen                 |

Utelatelse av ringvirkningsberegninger innebærer at vi også ser bort fra eksplisitte økonomiske effekter (ikke nødvendigvis modellberegninger) knyttet til fritidsboligsektorens betydning for lokal og regional økonomi, samt betydningen av reiseliv forkommuneøkonomi – skatteinn-tekter, gebyrer, utgifter/kostnader til administrasjon, beredskap, kommunal infrastruktur, etc. Dette er to ganske viktige områder, men det er foreløpige relativt liten tilgang på data. En del er gjort i enkelte kommuner på effekter av fritidsboligturisme, men det mangler nyere regionale eller nasjonale data som kan belyse dette i et allment perspektiv. Det finnes lite på turisme og kommuneøkonomi generelt. SSB KOSTRA-database<sup>3</sup> gir for øvrig en rekke informasjonen om

<sup>3</sup> KOSTRA står for Kommune-Stat-Rapportering og gir styringsinformasjon om ressursinnsatsen, prioriteringer og måloppnåelse i kommuner, bydeler og fylkeskommuner.

blant annet kommuneøkonomi, men det er ikke laget noen statistikker som viser sammenhenger mellom turisme og kommunenes økonomi.

## 4.4 Markedsinformasjon

Markedsinformasjon omfatter en rekke typer av data som beskriver etterspørselen etter reiselivstjenester. Data om hvor og hvordan folk reiser er i hovedsak samlet under «Turismens omfang og turiststrømmer» (kapittel 4.2), mens vi i dette kapitlet (4.4) har fokusert på data som gjelder markedets (turistenes) preferanser, forventninger/tilfredshet, holdninger og atferd med hensyn til valg av reisemål, reisetype, opplevelser osv.

### 4.4.1 IN Turistundersøkelsen

Hovedkilden her er INs Turistundersøkelsen, som nettopp kartlegger slike markedsrelaterte aspekter gjennom å foreta intervjuer med et stort antall turister som reiser i Norge. Vi har foreslått i alt 11 ulike aspekter som aktuelle for monitoren, alle i basialternativet (og dermed også i det utvidete alternativet).

### 4.4.2 IN Merkevaretracker/Koronabarometer

En viktig kilde når det gjelder Norges markedsposisjon og omdømme er de omdømmemålingene som gjøres i Innovasjon Norges merkevaretracker. Siden 2012 har Innovasjon Norge gjennomført omdømmeundersøkelser for Norge som besøksmål for turister fra Sverige, Danmark, Tyskland, Nederland, England og Frankrike, samt fra Norge (fra 2020 kalt Koronabarometer) som gir innsikt i reiselyst, forventninger og barrierer for disse hovedmarkedene for Norge som besøksmål (se for eksempel Innovasjon Norge/Epinion/Gyger 2021 og 2022). Analysen for sommeren 2021 er basert på intervjuer med 1 000 potensielle reisende i hvert av de seks utenlandske markedene, mens man i undersøkelsen for vinteren 2021/2022 doblet antall intervjuer til 12 000.

Hovedspørsmålene i tidligere og nåværende utgaver av merkevaretrackeren (koronabarometeret) er sannsynligheten for å besøke Norge og oppfatninger av Norge som ferieland (belyst ved en rekke aspekter). Disse foreslås inntatt i basialternativet, sammen med spørsmålet om motivasjonsfaktorer for å reise utenlands i den forestående ferisesesongen.

### 4.4.3 Avinor RVU-fly og luftfartsstatistikk

Denne inneholder også en del markedsinformasjon om flybårne turister utover beskrivelsen av reisestrømmer i luftfarten. Vi mener at data om flyreisendes reisemål, bostedsland, reisefølge og kjønn/alder/inntekt bør være med i det utvidete alternativet., men at man kan velge å utelate RVU-fly data om billetter og luftfartsstatistikkenes tall for fly- og setekapasitet mellom norske lufthavner.

Tabell 4.9: Reiseliv og markedsinformasjon: Data og datakilder reiseatferd, preferanser, tilfredshet mm.

| Kilde  | Variabler/Indikatorer                               | Type stati. | Leverandør/eier  | Hyppeghet     | Når tilgjeng. | Geografisk nivå   | Brutt ned på                        | Tilgjengelighet    |
|--|---|-------------|------------------|---------------|---------------|-------------------|-------------------------------------|--------------------|
| <b>Foreslått til basialternativet:</b>         |   |             |                  |               |               |                   |                                     |                    |
| IN Merkevaretracker/ Reisebarometer            | Oppfatninger om Norge som ferieland (23 utsagn)     | Utvalg      | Innovasjon Norge | Sesong, årlig | 1-2 mnd etter | 7 land inkl Norge | Alder, ferieperiode, norske byer mm | Åpen               |
| IN Merkevaretracker/ Reisebarometer            | Sannsynlighet for å besøke Norge                    | Utvalg      | Innovasjon Norge | Sesong, årlig | 1-2 mnd etter | 7 land inkl Norge | Alder, Ferieperiode                 | Åpen               |
| IN Merkevaretracker/ Reisebarometer            | Motivasjonsfaktorer for reiser                      | Utvalg      | Innovasjon Norge | Sesong, årlig | 1-2 mnd etter | 7 land inkl Norge | Alder, ferieperiode                 | Åpen               |
| Turistundersøkelsen                            | Reiseformål   | Utvalg      | Innovasjon Norge | Sesong, årlig | 1-2 mnd etter | 6 regioner/cruise | Yrke/fritid/nasjonalitet            | Åpen               |
| Turistundersøkelsen                            | Betydning av arrangement for reise                  | Utvalg      | Innovasjon Norge | Sesong, årlig | 1-2 mnd etter | 6 regioner/cruise | Yrke/fritid/nasjonalitet            | Åpen               |
| Turistundersøkelsen                            | Betydning av ulike opplevelser                      | Utvalg      | Innovasjon Norge | Sesong, årlig | 1-2 mnd etter | 6 regioner/cruise | Fritidsreisende/nasjonalitet        | Åpen               |
| Turistundersøkelsen                            | Betydning av utendørs aktiviteter                   | Utvalg      | Innovasjon Norge | Sesong, årlig | 1-2 mnd etter | 6 regioner/cruise | Fritidsreisende/nasjonalitet        | Åpen               |
| Turistundersøkelsen                            | Betydning av kulturelle aktiviteter                 | Utvalg      | Innovasjon Norge | Sesong, årlig | 1-2 mnd etter | 6 regioner/cruise | Fritidsreisende/nasjonalitet        | Åpen               |
| Turistundersøkelsen                            | Hyppeghet besøk i Norge                             | Utvalg      | Innovasjon Norge | Sesong, årlig | 1-2 mnd etter | 6 regioner/cruise | Yrke/fritid/nasjonalitet            | Åpen               |
| Turistundersøkelsen                            | Tilfredshet med reisen                              | Utvalg      | Innovasjon Norge | Sesong, årlig | 1-2 mnd etter | 6 regioner/cruise | Yrke/fritid/nasjonalitet            | Åpen               |
| Turistundersøkelsen                            | Hva slags reise i Norge tidligere                   | Utvalg      | Innovasjon Norge | Sesong, årlig | 1-2 mnd etter | 6 regioner/cruise | Yrke/fritid/nasjonalitet            | Åpen               |
| Turistundersøkelsen                            | Deltakelse arrangement                              | Utvalg      | Innovasjon Norge | Sesong, årlig | 1-2 mnd etter | 6 regioner/cruise | Yrke/fritid/nasjonalitet            | Åpen               |
| Turistundersøkelsen                            | Reisefølge  | Utvalg      | Innovasjon Norge | Sesong, årlig | 1-2 mnd etter | 6 regioner/cruise | Yrke/fritid/nasjonalitet            | Åpen               |
| Turistundersøkelsen                            | Kjønn, alder  | Utvalg      | Innovasjon Norge | Sesong, årlig | 1-2 mnd etter | 6 regioner/cruise | Yrke/fritid/nasjonalitet            | Åpen               |
| <b>Foreslått til det utvidete alternativet</b> |   |             |                  |               |               |                   |                                     |                    |
| Avinor RVU fly                                 | Reiseformål (Yrke, fritid, VFR)                     | Utvalg      | Avinor           | Månedlig      | 1-2 mnd etter | Norske lufthavner | Rute/charter, nasjonalitet          | Avtales med Avinor |
| Avinor RVU fly                                 | Bosted (land, region, postnummer)                   | Utvalg      | Avinor           | Månedlig      | 1-2 mnd etter | Norske lufthavner | Rute/charter, nasjonalitet          | Avtales med Avinor |
| Avinor RVU fly                                 | Kjønn, alder, inntekt, yrke                         | Utvalg      | Avinor           | Månedlig      | 1-2 mnd etter | Norske lufthavner | Rute/charter, nasjonalitet          | Avtales med Avinor |
| Avinor RVU fly                                 | Reisefølge; hvem, antall spørsmål                   | Utvalg      | Avinor           | Månedlig      | 1-2 mnd etter | Norske lufthavner | Rute/charter, nasjonalitet          | Avtales med Avinor |
| <b>Foreslås utelatt foreløpig:</b>             |   |             |                  |               |               |                   |                                     |                    |
| Avinor RVU fly                                 | Billettype, pris, hvem betaler etc                  | Utvalg      | Avinor           | Månedlig      | 1-2 mnd etter | Norske lufthavner | Rute/charter, nasjonalitet          | Avtales med Avinor |
| Avinor lufthavnstatistikk                      | Antall flygninger og seter mellom norske lufthavner | Register    | Avinor/SSB       | Månedlig      | 1 mnd etter   | Norske lufthavner | Lufthavn x lufthavn                 | Åpen               |

## 4.5 Kunnskap om drivkrefter og trender

Vi har begrenset de typene av etterspørselsdrivere som skal være med under drivkrefter og trender i monitoren basialternativ til overordnede parametere knyttet til norsk reiselivs internasjonale konkurransevne (valutakurser, prisnivå) og til sentrale sosioøkonomiske størrelser som husholdningers disponible inntekt og befolkningsutvikling (tabell 4.10 i vedlegg):

- Valutakurser, med fokuset på kroneverdi i forhold til sentrale valutaer som Euro, britiske pund, amerikanske dollar, danske kroner osv. Kan hentes løpende fra Norges Bank og/eller SSB
- Sammenlikning av prisnivå i 27 europeiske land samt USA og Japan ved prisnivåindekser for ulike varer og grupper av varer, og såkalte kjøpekraftspariteter. Dette publiseres årlig av SSB og viser relativt prisnivå og prisutvikling innenfor i alt 61 vare- og tjenestekategorier, herunder for hotell- og restaurantsektoren.
- Registerdata om utvikling i husholdningers disponible inntekt i ulike land publiseres årlig av OECD og SSB nasjonalregnskap
- Registerdata om befolkningsutvikling og befolkningens sammensetning med hensyn til alder og kjønn publiseres av OECD og SSB.

I basialternativet har vi også trukket inn data fra Innovasjon Norges reisebarometer om kort-siktige trender i ferietrafikk de nærmeste år i seks hovedmarkedsland pluss Norge, nærmere bestemt forventninger om og planer for reiser utenlands generelt og til Norge spesielt. I denne sammenhengen har vi også foreslått at data om sannsynligheten for å reise til Norge fra INs reisebarometer kan være med i den utvidete versjonen, elv om akkurat denne variabelen også er foreslått under feltet markedsinformasjon.

Det lages en del ulike prognoser for utvikling i verdensøkonomi, befolkning turisme internasjonalt og i for eksempel OECD og UNWTO. Vi har foreslått at man i første omgang ikke tar inn slike internasjonale data i monitoren.

Tabell 4.10: Reiseliv og drivkrefter: Data og datakilder trender og push/pull-faktorer.

| Kilde                                       | Variabler/Indikatorer  | Type stat.                      | Leverandør/eier              | Hyppeg-<br>het    | Når<br>tilgjeng<br>. | Geograf-<br>isk nivå         | Brutt ned<br>på  | Tilgjengelighet |
|---|--|---------------------------------|------------------------------|-------------------|----------------------|------------------------------|--|-----------------|
| <b>Foreslått til basisalternativet</b>      |  |                                 |                              |                   |                      |                              |  |                 |
| Norges Bank/SSB                             | Valutakurser/  | Register                        | Norges Bank/SSB              | Løpende           | Løp-<br>ende         |                              |  | Åpen            |
| SSB økonomisk statistikk                    | Kjøpekraft/relativt prisnivå                                     | Register/<br>bereg-<br>ninger   | SSB/<br>Eurostat             | Årlig             | 6 mnd<br>etter       | La                           | 61 vare-<br>grupper,<br>hotell- og<br>restaurant<br>egen<br>gruppe |                 |
| IN Merkevare-<br>tracker/<br>Reisebarometer | Reiseforventninger/<br>prognoser for ferietrafikk<br>nærmeste år | Utvalg                          | Innovasjon<br>Norge          | Sesong,<br>årlig  | 1-2<br>mnd<br>etter  | 7 land<br>inkludert<br>Norge | Alder,<br>ferie-<br>periode,<br>norske<br>byer mm                  | Åpen            |
| Eurostat                                    | Produksjonstimer i hotell og<br>overnatting i EU/EØS-land        | Register                        | Eurostat/<br>SSB             | Årlig             | Halvt år<br>etter    | Land                         |  | Åpen            |
| Befolkningsstati-<br>stikk                  | Befolkningsutvikling 20-74 år                                    | Register                        | OECD                         | Løpende           | Løp-<br>ende         | Land                         | Alder,<br>kjønn etc  | Åpen            |
| OECD/SSB<br>Nasjonalregnskap                | Utvikling i husholdningenes<br>disponible inntekt i ulike land   | Register                        | OECD/SSB                     | Årlig             | Årlig                | Land                         |  | Åpen            |
| <b>Foreslått til utvidet alternativ</b>     |  |                                 |                              |                   |                      |                              |  |                 |
| IN Merkevare-<br>tracker/<br>Reisebarometer | Sannsynlighet for<br>Norgesbesøk                                 | Utvalg                          | Innovasjon<br>Norge          | Sesong,<br>årlig  | 1-2<br>mnd<br>etter  | 7 land inkl<br>Norge         | Alder,<br>ferie-<br>periode,<br>norske<br>byer mm                  | Åpen            |
| <b>Foreslått foreløpig utelatt</b>          |  |                                 |                              |                   |                      |                              |  |                 |
| OECD  | BNP prognoser i viktige<br>markedsland                           | Bereg-<br>ninger,<br>periodisk  | OECD                         | Kvartal,<br>årlig | Halvår-<br>lig       | Nasjonalt                    | Land   | Åpen            |
| OECD/SSB                                    | Arbeidsledighet i viktige<br>markedsland                         | Register                        | OECD                         | Kvartal,<br>årlig | Kvartal              | Nasjonalt                    | Land   | Åpen            |
| OECD  | Endringer i transport-<br>kostnader i viktige<br>markedsland     | Pris-<br>statistikk<br>(utvalg) | OECD/IMF                     | Kvartal,<br>årlig | Halvår-<br>lig       | Nasjonalt                    | Land   | Åpen            |
| OECD  | Bruttoprodukt i turisme som<br>andel av BNP                      | Nasjonal-<br>regnskap           | SSB<br>Nasjonal-<br>regnskap | Årlig             | Årlig                | Nasjonalt                    | Land   | Åpen            |
| Eurostat/SSB                                | Sammenlikning: Antall<br>overnattinger etter marked              | Register                        | Eurostat                     | Månedlig          | Måned-<br>lig        | Nasjonalt                    | Land   | Åpen            |

## 4.6 Bærekraftrelatert kunnskap

Intensjonene i «Nasjonal reiselivsstrategi 2030» dreier seg ganske mye om klima- og miljø-avtrykk og reiselivets bidrag til det grønne skiftet, samt sosial/kulturell bærekraft: Det er relativt lite ferdigpreparerte datasett om dette per i dag, som kunne ha vært med i monitoren. Det finnes en del data om utslipp og om holdninger til bærekraft og turisme, men lite om for eksempel turismens innvirkning på natur (landskaper, fauna og flora, lokal forurensning osv.).

Vi har her fokusert på data om utslipp og om holdninger til bærekraft, og foreslått noen typer av data som alle bør være med i basisalternativet (tabell 4.11 i vedlegg):

- Innovasjon Norge har etablert en utslippskalkulator for turistens reiser til/fra Norge og innen Norge (turismens CO<sub>2</sub> utslipp). Vi har foreslått at denne bør ligge inne i monitoren.



- SSB (Nasjonalregnskap) utgir statistikk for utslippsintensitet (CO<sub>2</sub>-ekvivalenter per milliard bruttoprodukt), etter type næring. Denne statistikken gis ut årlig, med ca. 8-9 måneders forsinkelse.
- Innovasjon Norges utvalgsundersøkelse «Innbyggerundersøkelser» kartlegger viktige parametere knyttet til turisme og sosiokulturell bærekraft, som vi mener bør være med i monitoren. Herunder holdninger til turismens framtid, turistpress, miljømessig bærekraft, ulike mulige positive og negative konsekvenser, osv. Statistikken gis på årlig basis og på sesong, og omfattet sommeren 2021 ca. 1 600 respondenter. Data kan brytes ned på alder, kjønn og region, men nedbrytingen begrenses av antallet respondenter.. Dataene publiseres relativt raskt, normalt i februar hvert år for det foregående året.

Innovasjon Norge sitter også på viktige data fra destinasjoner i Norge gjennom sin merkeordning for bærekraftig reiseliv. Oversikt over antall (og hvilke) destinasjoner som til enhver tid innehar merket for bærekraftig destinasjon bør være med i monitoren, likeledes informasjon om antall bedrifter med ulike sertifiseringer (f.eks. Miljøfyrtårnsertifiserte, Varde-sertifiserte osv.).

Data som destinasjonene har levert inn på de ulike kriteriene for å oppnå bærekraftsmerket burde også på sikt kunne ta inn i monitoren. Per i dag er disse dataene beskyttet av brukernavn og passord for hver enkelt destinasjon.

Tabell 4.11: Reiseliv og bærekraft: Data og datakilder bærekraftsperspektiver.

| Kilde                                      | Variabler/ Indikatorer  | Type stati.      | Leverandør/eier       | Hypphet       | Når tilgjeng.       | Geografisk nivå                 | Brutt ned på              | Tilgjengelighet                       |
|--|---|------------------|-----------------------|---------------|---------------------|---------------------------------|---------------------------|---------------------------------------|
| Innovasjon Norge                           | CO <sub>2</sub> utslipp turistens reiser til og i Norge   | Beregninger      | IN Utslippskalkulator | Løpende       | Løpende             | Landsdel                        | Destinasjoner             | Åpen                                  |
| SSB utslippsstatistikk                     | Utslippsintensitet (CO <sub>2</sub> -ekvivalenter per mrd bruttoprodukt)                              | Nasjonalregnskap | SSB                   | Årlig         | Årlig, høsten etter | Land                            | Næring                    | Åpen                                  |
| Turistundersøkelsen                        | Transportmiddel til Norge   | Utvalg           | Innovasjon Norge      | Sesong, årlig | 1-2 mnd etter       | 6 regioner/ cruise/ Hurtigruten | Yrke/fritid/ nasjonalitet | Åpen                                  |
| IN Innbyggerundersøkelsen                  | Holdninger til turismens omfang/"turistpress"   | Utvalg           | Innovasjon Norge      | Sesong, årlig | Februar året etter  | 6 regioner + noen pressområder  | Alder, kjønn, region      | Åpen                                  |
| IN Innbyggerundersøkelsen                  | Turismens framtid   | Utvalg           | Innovasjon Norge      | Sesong, årlig | Februar året etter  | 6 regioner + noen pressområder  | Alder, kjønn, region      | Åpen                                  |
| IN Innbyggerundersøkelsen                  | Positive og negative konsekvenser   | Utvalg           | Innovasjon Norge      | Sesong, årlig | Februar året etter  | 6 regioner + noen pressområder  | Alder, kjønn, region      | Åpen                                  |
| IN Innbyggerundersøkelsen                  | Bærekraftspekter  | Utvalg           | Innovasjon Norge      | Sesong, årlig | Februar året etter  | 6 regioner + noen pressområder  | Alder, kjønn, region      | Åpen                                  |
| IN Merkevarertracker/ Reisebarometer       | Holdninger til bærekraft  | Utvalg           | Innovasjon Norge      | Årlig         | 1-2 mnd etter       | 7 land inkl Norge               | Alder, kjønn etc          | Åpen                                  |
| SSB byggearealstatistikk                   | Sammenhengende fritidsbyggområder, etter størrelse på område  | Register         | SSB                   | Årlig         | Årlig, ultimo juni  | Kommuner                        |                           | Åpen                                  |
| SSB byggearealstatistikk                   | Endring i arealbruk knyttet til natur/fritidsbygg   | Register         | SSB                   | Årlig         | Årlig, ultimo juni  | Kommuner                        |                           | Åpen                                  |
| IN merkeordning bærekraftige destinasjoner | Antall destinasjoner med Merket for bærekraftig destinasjon   | Register         | Innovasjon Norge      | Løpende       | Løpende (?)         | Kommuner                        |                           | Åpen (IN)                             |
| IN merkeordning bærekraftige destinasjoner | Antall bedrifter med ulike sertifiseringer (f.eks. Miljøfyrtårnsertifiserte, Varde-sertifiserte osv.) | Register         | Innovasjon Norge      | Løpende       | Løpende (?)         | Kommuner                        |                           | Foreløpig lukket for hver destinasjon |



## 4.7 Bruk av stordata

Stordata, eller *Big Data* som mange ynder å omtale det som, er en form for data som er blitt aktuelt som datakilde for statistikker ved at data genereres automatisk gjennom et stort antall digitale prosesser og en dermed kan beskrive disse prosessene og relaterte hendelser på et høyt detaljnivå. For å vurdere bruken av stordata i en reiselivsmonitor må en ta utgangspunkt i en del av egenskapene til denne typen data som avviker fra «klassisk statistikk»:

- De genereres automatisk gjennom prosesser som i utgangspunktet *ikke* er for å samle inn data – en får datainnsamlingen «gratis» fra annen aktivitet.
- Dataene genereres kontinuerlig – det vil si at data om en hendelse/prosess foreligger umiddelbart i digital form etter at hendelsen har funnet sted.
- Dataene har – som navnet tilsier – enorme omfang. Det er kun mulig å bearbeide dataene maskinelt.
- Dataene er som nevnt skapt ut fra hendelser som ikke har som formål å generere statistikk. For å konvertere disse dataene til nyttig informasjon forutsetter det dermed en bearbeidingsrutine som både koder data i forhold til den tematikken en er interessert i og eventuelt retter/selekerer/veker data slik at de kan benyttes til statistikkproduksjon.

Gjennom en stadig høyere grad av digitalisering av ulike prosesser etableres det en lang rekke stordata-kilder, og i forhold til reiseliv kan en for eksempel nevne:

- Stedsdata fra mobiltelefoner via SIM-kortet. Alle mobiltelefoner kobler seg opp mot («pinger») nærmeste basestasjon med noen sekunders mellomrom. Det foreligger dermed data som forteller hvor hver mobiltelefon er til (nesten) enhver tid. Hvis en antar at mobiltelefonen er på samme sted som den som eier abonnementet har en altså også oversikt over hvor alle personer med mobiltelefon er til enhver tid. En annen variant av dette er CDR-data (call detail data) som også går gjennom basestasjonene hver gang det skjer datatrafikk fra/til mobiltelefonen (via en samtale, SMS eller en app).
- Appdata fra smarttelefoner. Mange apper på mobiltelefoner registrerer ved hjelp av GPS hvor telefonen er og sender dette til en server knyttet til den spesifikke appen. Dette er f.eks. treningsapper, reiseapper (Tripadvisor, Entur, Google Trips osv.) navigasjonsapper osv. Det finnes også spesiellagede apper som nettopp er laget for å beskrive reisemønstrene til den som eier mobiltelefonen.
- Banktransaksjoner. Gjennom BankAxept, VISA eller MasterCard kan en få informasjon om kortbruk fra både norske og utenlandske brukere, med informasjon om både butikken transaksjonen skjedde i, hva som ble kjøpt og beløpet.
- Generelle GPS-signaler. Både mobiltelefoner og en hel del andre innretninger, slik som nyere biler, båter, el-sparkeykler osv., har GPS slått på som standard, og selskapene bak programmene på enheten (Garmin, TomTom, Google, Apple osv.) sitter på en kontinuerlig strøm av stedfesting av enheten.
- AIS-data. De aller fleste større båter/skip – og en hel del mindre – har installert et automatisk identifikasjonssystem (AIS-system). Det er ca. 5000 AIS-bærende fartøy i norske farvann til enhver tid. Hvert skip oppdaterer sin posisjon på AIS via det maritime VHF-båndet ca. hvert 10. sekund, og Kystverket lagrer denne informasjonen (Kystverket 2022).

Denne lista er på ingen måte komplett, men illustrerer at enkelte stordata gir noen omfattende muligheter til å beskrive reiselivsvirksomheten i Norge. En kunne for eksempel tenke seg at en får tilgang til alle korttransaksjoner i Norge. Våren 2020 dekket disse 97 % av all handel i Norge, målt i antall transaksjoner (Norges Bank 2020), og denne andelen kan en anta også har økt siden den gangen. En kunne dermed i detalj beskrive hvor mye den enkelte reisende la igjen i kroner og øre på hver destinasjon, hvilke produkter de brukte penger på, opprinnelsesland (hvor kortet var registrert) osv. Over tid kunne en destinasjon også følge forbruksmønsteret i sin region og få feedback på eventuelt endrede tilbud og sammenligne seg med andre destinasjoner. Et annet eksempel er at tilgang til posisjonsdata fra alle SIM-kort ville gjøre det mulig å beskrive i detalj reisemønsteret til både norske og utenlandske turister (utenlandske turister ville benytte en norsk operatør mens de var i Norge). En ville vite hvor lenge de var i Norge (når SIM-kortet slo inn på en norsk operatør og når det forlot norsk operatør), hvor de overnattet (SIM-kortet stod stille på ett sted om natten), hvilke destinasjoner de besøkte og hvor lenge de var på hvert sted. I en monitor ville dette kunne blitt presentert på et hvilket som helst geografisk nivå.

Det er altså lett å trekke den konklusjonen at stordata gir veldig gode muligheter for en reiselivsmonitor. Ikke minst i forhold til oppdateringsfrekvens ved at denne typen data er tilgjengelig nesten i sanntid. Imidlertid er det noen forhold som gjør at slike datakilder per i dag *ikke* kan benyttes i en reiselivsmonitor.

Først og fremst er dataene uhensiktsmessige fordi de er *ubearbeidede*. Siden denne typen data genereres i en jevn strøm uten at formålet er å produsere statistikk vil det være opp til den som ønsker å lage statistikk av dataene å definere bearbeidingen mht. kategorier, omkodinger, vektning osv. Dette er også en bearbeiding som er spesielt krevende pga. de store datamengdene. En mobiltelefon vil for eksempel koble seg opp mot basestasjoner til ulike nettverk, avhengig av hvor vedkommende befinner seg. En mobiltelefon kan dermed opptre i både Telenors, Telias og ICEs nettverk som én enhet i hvert datasett. Kravet om bearbeiding er i seg selv nok til at vi ikke anbefaler at dette blir inkludert i basisversjonen av reiselivsmonitoren.

Stordata er også normalt *informasjonstynne*. Det vil si at de inneholder i utgangspunktet lite av de standard kategoriseringene og variablene som en normalt tar utgangspunkt i ved bruk av data. SIM-data fra en mobiltelefon vil f.eks. bare inneholde en tidsangivelse og en basestasjon-identifikasjon, mens det er opp til brukeren å kode dette om til kommune, ukedag osv. Hvis en forsøker å koble på mer informasjon, f.eks. persondata knyttet til mobilabonnement, vil en fort støte på *personvern* som forhindrer dataeier å levere ut data. Siden data normalt er samlet inn knyttet til et annet formål enn statistikk vil den også ha *svak validitet*. En vet ikke om korttransaksjonene gjort i Geiranger en junidag er gjort av turister eller arbeidsinnvandrere som har sesongarbeid i landbruket. Eller om de tusenvis av mobiltelefonene som ble registrert samme dag på samme sted tilhørte turister eller mannskapet på nærmeste cruiseskip. Til slutt skal det nevnes at mange av disse dataene er eid av private aktører som ser et kommersielt potensial i disse dataene. Flere har tilrettelagt for salg (særlig teleselskaper), og ved bruk av slike data i en reiselivsmonitor må en regne med en del kostnader til datakjøp.

Vi konkluderer altså med at datakilder som kjennetegnes av de egenskapene som normalt klassifiserer dem som stordata ikke er egnet som kilde til en reiselivsmonitor. Det betyr ikke at vi mener at slike datakilder er verdiløse i reiselivsanalyser. Allerede i dag benyttes slike data. Ved å kjøpe et datasett fra f.eks. Telia kan en lage «snapshot» av trengselen i Lofoten osv., men dette er enkeltprosjekter der en ikke skal overvåke strømmer over tid. Samtidig er jo flere av de

statistikkene vi har nevnt i dette kapitlet allerede basert på noe som nærmest må kalles stordata, slik som Avinors trafikkdata eller Vegvesenets kontinuerlige registrering av kjøretøy ved grenseoverganger. Men da har institusjonen selv allerede gjort den bearbeidingen, kodingen, kvalitetssikringen og eventuelt vektingen som skal til for at dataene skal bli til statistikk. Slik sett kunne en tenkt seg en situasjon der Innovasjon Norge hadde etablert et samarbeid med f.eks. Telenor, og fikk oversendt *statistikk* over antall utenlandske SIM-kort som hadde kommet til Norge hver måned, fordelt etter nasjonalitet og hvor de ankom (eventuelt vektet etter Telenors markedsandel og eventuelt justert for Telenors avtaler med utenlandske mobiloperatører). Men da er ikke dataene lenger stordata for Innovasjon Norge og reiselivsmonitoren, men «vanlig» statistikk. Og så lenge denne statistikken ikke foreligger er det utenfor dette prosjektets mandat å gå i dialog med de ulike dataeierne for å avdekke mulighetene, bearbeidingsbehovene og eventuelt kostnadene ved å gjøre om stordata til statistikk.

## 5 Indekser, beregnede indikatorer og prognosemodeller

Indikatorene som er behandlet i kapittel 4 gir et godt utgangspunkt for å få innblikk i reiselivets historiske utvikling og situasjon i dag. For en rekke formål kan det imidlertid være av interesse å ta i bruk indikatorene til å etablere indekser, beregne nye indikatorer og/eller lage prognosemodeller. I dette kapitlet vil vi peke på hva slags muligheter som finnes og trekke frem noen momenter i vurderingen av om en slik bearbeiding av datagrunnlaget er hensiktsmessig.

### 5.1 Beregnede størrelser

Indikatorene som er omtalt i kapittel 4 kan også tas i bruk for å beregne nye indikatorer som ikke finnes direkte tilgjengelig. Igjen er dette avhengig av hva slags behov man ønsker å dekke eller spørsmål man ønsker å besvare.

Ressursbehovene for å beregne ulike indikatorer varierer, og det vil måtte gjøres konkrete vurderinger for ulike beregnede størrelser. For eksempel vil ringvirkningsanalyser kreve betydelige ressurser. Ringvirkningsanalyser forutsetter modeller for reiselivsaktørers innsatsfaktorbruk og leverandørers innsatsfaktorbruk, samt hvilke innsatsfaktorer som importeres til landet eller en region. I praksis er det vanskelig å lage automatiske ringvirkningsanalyser for regioner uten en rekke forutsetninger, som risikerer å bli meget unøyaktige.

Det er derimot langt enklere å benytte etablerte indikatorer for å få innsikt i interessante sammenhenger. Man kan for eksempel beregne Norges andel av samlet turistkonsum i Norden ved hjelp av tall fra OECD. Tallgrunnlaget som benyttes i OECD-statistikken baseres på innrapporteringer fra ulike land, og det kan være ulike definisjoner av hva som anses som turistkonsum på tvers av land.

Ved beregning av indikatorer er det derfor nødvendig med god kjennskap til hva slags informasjon grunnlagsdataene inneholder.

Med utgangspunkt i behovsanalysen og de foreslåtte indikatorene i kapittel 4 har vi i tabell 5.1 listet opp enkelte størrelser som ikke i tilstrekkelig grad er dekket gjennom de foreslåtte indikatorene i kapittel 4, og som kan være av særlig interesse å beregne. I tabell 5.1 er det for eksempel satt opp flere forslag til indikatorer som gjelder antall turister i Norge og fordeling på ulike variabler, foreløpig basert på Turistundersøkelsen og SSBs overnattingsstatistikk.

I tillegg til å liste opp kilde og beskrivelse av de ulike mulige beregnede størrelsene har vi vurdert ressursbehov for beregningene og usikkerhet ved de ulike størrelsene.

Som vi ser av tabell 5.1 er det variasjon i både ressursbehov og usikkerhet knyttet til ulike beregnede indikatorer. Vi vil gjennomgående anbefale at beregnede størrelser med lavt ressursbehov for beregninger inntas i Reiselivsmonitoren.

Flere av de beregnede størrelsene inneholder middels eller høy usikkerhet. Ved formidling av disse størrelsene er det viktig å få frem denne usikkerheten. Beregnede størrelser med høy grad av usikkerhet vil kunne danne et kunnskapsgrunnlag for å dimensjonere ulike størrelser, men indikatorene bør opplyse om at tallgrunnlaget ikke skal tolkes som presise tall.

Tabell 5.1: Beregnede størrelser – liste over mulige og relevante beregnede størrelser som kan inntas i reiselivsmonitoren fordelt på temaområde

| Kilder                                 | Variabler/Indikatorer   | Ressursbehov for beregninger | Usikkerhet ved beregnet mål |
|--|---|------------------------------|-----------------------------|
| <b>Drivkrefter og trender</b>          |   |                              |                             |
| OECD                                   | Norges markedsandel av turistkonsum i Nord-Europa og/eller andre OECD-land    | Lavt                         | Middels                     |
| Turismens omfang og strømmer           |   |                              |                             |
| Turistundersøkelsen og SSB             | Samlet antall reisende til og i Norge   | Lavt                         | Middels/Høy                 |
| Turistundersøkelsen og SSB             | Antall reisende etter transportmiddel   | Lavt                         | Middels /Høy                |
| Turistundersøkelsen og SSB             | Antall reisende fordelt på antall gjestedøgn                                  | Lavt                         | Middels /Høy                |
| Turistundersøkelsen og SSB             | Antall reisende fordelt på alle typer gjestedøgn                              | Lavt                         | Middels /Høy                |
| <b>Økonomi i reiselivet</b>            |   |                              |                             |
| PANDA eller andre ringvirkingsmodeller | Ringvirkningsberegninger for ulike reiselivsregioner                          | Svært høyt                   | Høy                         |
| Regnskapstall fra enhetsregisteret     | Produktivitet i reiselivsnæringene  | Lav                          | Lav                         |
| Regnskapstall fra enhetsregisteret     | Antall årsverk i reiselivet   | Lav                          | Lav                         |
| <b>Markedsinformasjon</b>              |   |                              |                             |
| Turistundersøkelsen og SSB             | Antall reisende fordelt på opprinnelsesland (yrke og fritid)                  | Lavt                         | Middels /høy                |
| Turistundersøkelsen og SSB             | Antall reisende fordelt på alder og kjønn (yrke og fritid)                    | Lavt                         | Middels /høy                |
| Turistundersøkelsen og SSB             | Antall reisende fordelt på detaljert reisemål (yrke og fritid)                | Lavt                         | Middels /høy                |
| Turistundersøkelsen og SSB             | Antall reisende etter deltagelse på arrangement (yrke og fritid)              | Lavt                         | Middels /høy                |
| Turistundersøkelsen og SSB             | Antall reisende etter aktivitet i Norge (yrke og fritid)                      | Lavt                         | Middels /høy                |
| <b>Klima og miljøfaktører</b>          |   |                              |                             |
| SSB og Utslippskalkulatoren            | Samlet transportrelatert CO <sub>2</sub> utslipp for reisende fordelt på land | Lav                          | Høy                         |
| SSB                                    | Endring i nytt bruksareal til fritidsboliger                                  | Lav                          | Lav                         |

I en reiselivsmonitor vil man kontinuerlig kunne vurdere mulighetene og behovet for nye beregnede størrelser. Tabell 5.1 er altså ikke en uttømmende liste, men en oppstilling av mulige indikatorer som kan dekke behov som ikke allerede er dekket av indikatorene i kapittel 4.

**Utenom ringvirkningsanalyser anbefaler vi at alle de beregnede størrelsene som er beskrevet over inntas i den utvidede versjonen av reiselivsmonitoren.** I kapittel 5.1.1 begrunner vi anbefalingen om å utelate ringvirkningsberegninger fra reiselivsmonitoren.

Ettersom nye indikatorer inntas i reiselivsmonitoren anbefaler vi at det kontinuerlig vurderes om de nye indikatorene kan brukes for å beregne andre størrelser som potensielt kan dekke behov som monitoren ikke allerede dekker.

### 5.1.1 Særskilt drøftelse av ringvirkningsberegninger i en reiselivsmonitor

Ettersom ringvirkningsanalyser er særskilt etterspurt i behovsanalysen ser vi på det som hensiktsmessig med en egen drøftelse av denne typen beregninger. I ringvirkningsanalyser skiller man ofte mellom direkte-, indirekte-, induserte- og katalytiske effekter av et foretak eller en næring innenfor et geografisk avgrenset område. Direkte effekter av en næring er mål som er lett tilgjengelig gjennom satellittregnskapet for reiselivet og/eller analyser av regnskaps-

størrelser i foretak som er klart definerte reiselivsforetak. Mål på de direkte effektene er gjerne verdiskaping og sysselsetting. Ulike versjoner av disse målene er allerede inntatt i de anbefalte indikatorene i kapittel 4.

Det som imidlertid skiller ringvirkningsanalyser fra indikatorene som allerede er med i reiselivsmonitoren er at de også søker å anslå de indirekte-, induserte- og katalytiske virkningene i den. De indirekte virkningene knytter seg til underleverandører av næringen, de induserte effektene knytter seg til konsum fra ansatte og eiere og til slutt er katalytiske effekter virkningen av at foretaket eller næringen kan påvirke lokaliseringen av andre virksomheter.

Anslag på indirekte effekter krever at man har et anslag på næringsfordelingen av innkjøp fra reiselivsnæringen, ofte brukes innkjøpslister fra større selskaper for å anslå disse. De induserte effektene anslås gjerne ved at man legger til grunn antagelser om bo- og arbeidsmønstre, sparerater og lignende for å anslå virkninger på konsum lokalt. Til slutt anslås de katalytiske virkningene ved å konkret vurdere hvorvidt reiselivsnæringen har bidratt til at annen næringsvirksomhet har lokalisert seg i vedkommende region.

Det er vanskelig nok i seg selv å anslå hvor stor del av de samlede direkte virkningene (konsum, verdiskaping og sysselsetting) som skyldes turistkonsum og konsum fra lokalbefolkningen i hele Norge. Å skille mellom hvor stor del av de indirekte, induserte og katalytiske virkningene som skyldes henholdsvis reiselivet og lokalbefolkning om ikke mer utfordrende for en angitt reiselivsregion. En tydelig avgrensning av slike ringvirkninger som kan tilskrives reiselivet er metodisk utfordrende og ressurskrevende. Dersom man ønsker å gjennomføre slike analyser for de 67 reiselivsregionene vil det være svært ressurskrevende og i slike analyser vil man måtte legge til grunn antagelser som vil være beheftet med betydelig grad av usikkerhet.

Samlet sett er det derfor vår anbefaling at man holder seg til å måle de direkte virkningene av reiselivsnæringen gjennom indikatorene som er beskrevet i kapittel 4 og utelater ytterligere ringvirkningsberegninger i en reiselivsmonitor.

## 5.2 Etablering av indekser

Informasjon fra indikatorene som er beskrevet i kapittel 4 og i kapittel 5.1 vil gi et omfattende og komplekst informasjonsbilde. For enkelte formål kan det være hensiktsmessig å forenkle tolkningen av de ulike indikatorene.

Indekser brukes ofte til å sammenstille informasjon fra ulike kilder til ett datapunkt. Fortrinnet med indekser er at de kan oppsummere mye informasjon og forenkle tolkningen av en mengde data.

Interessen for indekser ligger i hovedsak i deres utvikling over tid, eller for å sammenligne ulike produktgrupper, geografiske enheter eller lignende. Enkelte av indikatorene som er foreslått å ta med i reiselivsmonitoren i kapittel 4 er indekser som allerede er utviklet av andre aktører.

Hvor ressurskrevende det er å utvikle en indeks, avhenger av kompleksiteten til informasjonsbildet som skal oppsummeres. Indekser utformes gjerne med tanke på å besvare et spesifikt spørsmål som eksisterende indikatorer ikke gir et tilfredsstillende svar på.

I en eventuell reiselivsmonitor kan det være hensiktsmessig å vurdere om det er behov for å lage indekser for å gi brukergruppen en enkel inngang til et komplekst indikatorsett. Under har vi for de ulike temaområdene drøftet mulige indekser som kan være av interesse for de ulike

brukergruppene. Listen er imidlertid ikke uttømmende og nye indikatorsett og/eller behov kan dukke opp som kan erstatte eller supplere de opplistede indeksene.

### 5.2.1 Drøftelse av mulige indekser i reiselivsmonitoren

Under temaet **drivkrefter og trender** anser vi en *samleindeks for priser på turistkonsumvarer* som særlig interessant for reiselivsmonitoren. Det finnes en rekke ulike prisindekser for typiske konsumvarer til turister som også kan kombineres med valutakurser for ulike handelspartnere. Disse prisene kan for eksempel vektet ut ifra konsumsammensetningen fra satellittregnskapet for turisme. Samlet sett gir disse ulike indikatorene et komplekst bilde som til tider kan være vanskelig å sammenstille for å gi et oppsummerende bilde av norsk reiselivs konkurranseevne. Med en samleindeks for priser på turistkonsumvarer, kombinert med statistikk på den samlede inntektsutviklingen i typiske opprinnelsesland til turister i Norge, vil man få et samlet inntrykk av to grunnleggende drivere for utviklingen i reiselivet i Norge. Med en slik prisindeks kan man også sammenligne prisutviklingen i reiselivsnæringen med andre prismål som for eksempel konsumprisutviklingen (KPI).

Under temaet **omfang og strømmer og økonomi i reiselivet** kan det tenkes at det er av interesse å etablere utvalgte tilbuds- og etterspørselsindekser. Her kan for eksempel en indeks for overnattingstilbud og transportmuligheter være typiske eksempler på tilbudsindekser.

For overnatting anser vi imidlertid overnattingsstatistikken som omtales i kapittel 4 som tilstrekkelig for å dekke informasjonsbildet for overnattingstilbudet. For transportmuligheter er det metodisk vanskelig å etablere en indeks som sier noe om transporttilbud da man alltid har mulighet til å ta egen bil over en eller flere landegrenser for å komme til Norge, samt at nye eller hyppigere flyruter relativt enkelt lar seg etablere. Her vil noen av de andre transportstatistikken som er omtalt i kapittel 4 kunne dekke behovet.

En indeks for å beskrive utviklingen i etterspørsel etter reiselivsprodukter kunne også vært en hensiktsmessig oppsummering av et komplekst informasjonsbilde. For å måle etterspørselspotensialet har vi imidlertid allerede inntatt inntektsutviklingen i typiske opprinnelsesland for turister til Norge. Vi anser det som tilstrekkelig å forholde seg til disse størrelsene og eventuelt estimere ulike prognosemodeller for å anslå konsumet av reiselivsprodukter i Norge, som behandles nærmere i kapittel 5.3.

Under temaet **markedsinformasjon** finnes det en rekke indikatorer som måler utviklingen i turistenes tilfredshet med opphold i Norge samt vurdering av Norge på en rekke ulike forhold. Med utgangspunkt i dette omfattende informasjonsbildet kan det tenkes en *tilfredshetsindeks for ulike produktgrupper*. En slik indeks kan for eksempel måle tilfredshet både på tvers av ulike produktgrupper og tilfredshet med produktgruppene over tid. En slik indikator vil både gi oppsummerende informasjon om hvor godt ulike deler av norsk reiseliv presterer og konkurranseevnen til norsk reiseliv. En slik indeks kan utvikles ved at man harmoniserer vurderingskalaen på ulike spørsmål og tar et uvektet eller vektet gjennomsnitt av turistenes vurderinger av ulike produktgrupper.

Det er noe færre indikatorer under temaet for **klima og miljøfaktorer**, det er snarere mangel på informasjon enn behov for å oppsummere informasjonen som finnes. Det kunne vært interessant å utvikle en indeks for samlede utslipp, men her finner vi det mer hensiktsmessig å ta utgangspunkt i beregnede størrelser.



For den utvidede versjonen av reiselivsmonitoren anbefaler vi at det etableres en *tilfredshetsindeks* og en *samleindeks for priser på turistkonsumvarer*. Vi anbefaler også at det i arbeidet med reiselivsmonitoren kontinuerlig vurderes om det på ett eller flere områder er et såpass omfattende informasjonsbilde at en indeks er mest hensiktsmessig for å kommunisere utvikling over tid eller på tvers av grupper eller enheter.

## 5.3 Prognosemodeller

Prognosemodeller er statistisk estimerte modeller som er ment å fortelle oss om verdien for en spesifikk indikator akkurat nå (såkalt «nowcasting») eller framover.

Prognosemodeller er imidlertid ressurskrevende å etablere og krever kontinuerlig vedlikehold, og dersom prognosemodeller skal tas i bruk i reiselivsmonitoren, bør det derfor være for en særlig interessant indikator, beregnet indikator eller indeks.

For å illustrere sentrale utfordringer og muligheter med bruk av prognosemodeller, og forskjellen på ulike prognosemetoder har vi inntatt et eksempel med bruk av prognosemodeller for utenlandsk konsum i Norge, en av indikatorene som er omtalt i kapittel 4.

I dette kapitlet vil vi forsøke å belyse noen prinsipielle skiller ved bruk av ulike prognosemodeller og illustrere noen funn som er relevant for å vurdere ulike prognosemetoder.

De valgte metodene kan, med noe justering, anvendes på andre indikatorer om det er behov for det. Ettersom noen av metodene som fungerer relativt sett dårlig på en indikator kan vise seg å være svært gode for andre indikatorer har vi valgt å fremlegge flere ulike metoder som er egnet for prognosemodeller, uavhengig av om en av de er å foretrekke for å lage prognoser av utenlandsk konsum i Norge.

### 5.3.1.1 Prognosemodeller for utenlandsk konsum i Norge

Indikatoren for utenlandsk konsum i Norge er valgt ut fordi det i behovskartleggingen ble avdekket et sterkt ønske om prognoser på etterspørsel. Utenlandsk konsum i Norge består i hovedsak konsum til utenlandske feriereisende og yrkesreisende til Norge.

#### A. Datasett

Ved etablering av prognosemodeller må man ha data på flere indikatorer/variabler som strekker seg over samme tidshorisont.

Ved etableringen av prognosemodellene for utenlandsk konsum i Norge har vi innhentet årlige data på sentrale makroøkonomiske størrelser i norsk økonomi fra SSB, valutakursutvikling fra Norges bank og utvikling i befolkning og disponibel inntekt fra OECD for de 6 landene som i Turistundersøkelsen har høyest andel besøkende til Norge.

Etter innhenting av datagrunnlaget fra de nevnte kildene var det kun 16 år hvor det fantes tilgjengelige data på alle de ulike størrelsene. Bakgrunnen for at det er relativt få observasjoner i datasettet er at datasettet fra Norges Bank ikke strakk seg lengre tilbake enn de siste 20 årene.

Utfordringer med manglende observasjoner for en enkelt variabel oppstår ofte i utformingen av prognosemodeller, for å redusere slike utfordringer kan man ta i bruk ulike datakilder for å lage



historiske tidsserier for å øke antallet observasjoner som også ofte gir bedre prediktiv evne og forklaringskraft til modellene.

### B. Valg av modelleringstype

Det finnes en rekke ulike estimeringsmetoder innenfor tidsserieøkonometri. En hensiktsmessig inngang for å forklare forskjellen på de ulike metodene er å først gi en kort innføring i den grunnleggende strukturen i tidsseriemodeller. Overordnet innebærer alle tidsseriemetoder at man tar utgangspunkt i en avhengig variabel og søker å forklare utviklingen i denne variabelen ved hjelp av en eller flere forklaringsvariabler. Ofte benyttes følgende representasjon for tidsseriemodeller:

$$Y_t = \beta X_{t-1} + \varepsilon_t$$

$Y_t$  er den avhengige variabelen (utlendingers konsum i Norge) på tidspunkt  $t$  som søkes forklart ved hjelp av forklaringsvariablene  $X_{t-1}$  (valutakurs, disponibel inntekt osv.) på tidspunkt  $t - 1$ , eller året før.

$\beta$  må beregnes og angir den estimerte sammenhengen mellom forklaringsvariablene ( $X_{t-1}$ ) og den avhengige variabelen ( $Y_t$ ).  $\beta$  kan under en eller flere strenge forutsetninger tolkes som effekten av for eksempel disponibel inntekt på utlendingers konsum i Norge.

Ettersom modellen bygger på statistiske<sup>4</sup> sammenhenger vil de inneholde en prediksjonsfeil, som i ligningen over er betegnet som  $\varepsilon_t$ . Med en god statistisk modell vil man altså, med noe prediksjonsfeil, kunne si noe om utlendingers konsum i Norge neste år, basert på enkelte forklaringsvariabler i dag.

I den videre forklaringen vil vi skille mellom tradisjonelle metoder (B.1), maskinlæringsmetoder som oppsummerer informasjon fra mange forklaringsvariabler i  $X_{t-1}$  (B.2), maskinlæringsmetoder som har en annen tilnærming til estimering av  $\beta$  (B.3) og til slutt nevner vi kort noen andre maskinlæringsmetoder som kan være av interesse (B.4).

#### B.1 Tradisjonelle metoder

Historisk har tradisjonelle økonometriske modeller blitt laget ved at modellbygger velger ut enkelte variabler som vedkommende anser som relevant for å forklare utviklingen i den avhengige variabelen, som i vårt tilfelle er utenlandsk konsum i Norge. Videre brukes ulike statistiske tester for å vurdere om de valgte variablene egner seg som forklaringsvariabler eller ikke.

Når en tilstrekkelig god nok modell er estimert kan man også fortolke  $\beta$ . Vi kan for eksempel anslå virkningen av en gitt økning i disponibel inntekt eller endring i valutakurs på utenlandske turistenes konsum i Norge. Dette illustrerer en viktig fordel med slike modeller, nemlig at man kan peke på hvilke forklaringsvariabler som er årsaken til at man forventer at utenlandsk konsum i Norge vil øke eller synke.

---

<sup>4</sup> Eller nærmere bestemt stokastiske sammenhenger

En annen mye brukt tradisjonell metode for å lage prognosemodeller er å ta i bruk såkalte autoregressive modeller (AR-modeller). AR-modeller er enkle prognosemodeller hvor forklaringsvariablene er den avhengige variabelen i tidligere perioder. AR-modeller er mye brukt da de for enkelte størrelser viser seg å være gode prediktorer, samt at de er enkle å estimere.

En viktig svakhet ved de tradisjonelle metodene er imidlertid at prognosemodellbyggeren av ulike grunner inkludere mindre relevante forklaringsvariabler i  $X_{t-1}$ . På grunn av estimeringsmetodene som benyttes i tradisjonelle økonometriske modeller er det er også begrenset hvor mange forklaringsvariabler ( $X_{t-1}$ ) som kan brukes i modellen før prediksjonsfeilen ( $\varepsilon_t$ ) blir veldig stor. Prediksjonsfeilen i disse metodene er altså avhengig av antallet forklaringsvariabler.

I de senere årene har imidlertid dataomfanget på økonomiske størrelser økt betydelig. Dette har utløst en interesse for å utforske hvorvidt informasjon fra svært mange forklaringsvariabler kan bidra til å forbedre prediksjonsevnen til tidsseriemodeller, uten at prediksjonsfeilen ( $\varepsilon_t$ ) blir stor som følge av at man tar i bruk mange forklaringsvariabler.

### *B.2 Maskinlæringsmetoder som oppsummerer informasjon fra mange forklaringsvariabler til færre forklaringsvariabler*

En første tilnærming for å ta i bruk betydelige mengder data i en prognosemodell er å oppsummere informasjonen i et datasett med mange forklaringsvariabler til et færre antall variabler. En mye brukt metode for å gjøre dette er å estimere såkalte underliggende «faktorer» ved hjelp av prinsippal-komponent estimering.

Fordelen med denne type maskinlæringsmetoder er at man for eksempel kan ta i bruk en eller to av disse faktorene som inneholder samme informasjon som alt fra ti til flere hundre forklaringsvariabler. Når antallet faktorer som inngår som forklaringsvariabler ( $X_{t-1}$ ) i prognosemodellen er drastisk redusert uten nevneverdig tap av informasjon får man fordelene av den tilførte informasjonen uten at prognosefeilen ( $\varepsilon_t$ ) går opp som følge av at mange forklaringsvariabler er inkludert.

Ulempen med denne metoden er imidlertid at det ikke er opplagt hvordan man skal fortolke forklaringsvariablene eller de estimerte koeffisientene  $\beta$  da forklaringsvariabelen er en oppsummering av en rekke ulike indikatorer. Dette vanskeliggjør fortolkningen av prognosemodellen og derfor også prognosene modellen gir.

### *B.3 Maskinlæringsmetoder som estimerer $\beta$ med formål om å redusere prediksjonsfeilen*

De tradisjonelle estimeringsmetodene søker å estimere den verdien av  $\beta$  som er den sanne<sup>5</sup> virkningen av for eksempel valutakurs på utviklingen av utlendingers konsum i Norge.

De senere årene har det imidlertid kommet til metoder som estimerer  $\beta$  på en måte som muliggjør at man kan ha flere forklaringsvariabler uten at prediksjonsfeilen øker. Dette grepet har imidlertid en pris. Når  $\beta$  estimeres på denne måten vil ikke man kunne fortolke de estimerte koeffisientene fordi de ikke er ment å fortelle noe om virkninger, men bidra til bedret predik-

---

<sup>5</sup> Nærmere bestemt konsistent og avviksfri

sjonsevne. Her fremstiller bruker vi to slike metoder som skiller seg noe fra hverandre, men har til felles at de introduserer noe avvik i estimeringen av  $\beta$  for å bedre produksjonsevne, nemlig Ridge- og LASSO-regresjon.

LASSO<sup>6</sup>-regresjon er en estimeringsmetode som foretar variabelseleksjon i  $X_{t-1}$  ved å sette enkelte av koeffisientene i  $\beta$  lik null. Ridge-regresjon innfører noe avvik i estimeringen av  $\beta$  som gjør at man får en estimert  $\beta$  for alle forklaringsvariablene selv om disse er mange, men innføringen av avviket muliggjør at man kan ha langt flere forklaringsvariabler. Avviket som introduseres i Ridge-regresjon og hvilke koeffisienter som settes til null i LASSO bestemmes av en innstillingsparameter.

#### B.4 Andre maskinlæringsmetoder

Metodene som er beskrevet har på kort tid blitt etablerte metoder i prognosemodellering. Dette feltet er imidlertid kontinuerlig under utvikling og metoder som for eksempel nevrale nettverk og Random Forest kan være nyttige metoder for såkalt nowcasting. I dette forprosjektet har vi imidlertid kun tatt i bruk det som i dag er kjente metoder innenfor feltet da det fortsatt er mye man ikke vet om disse metodene.

#### C. Estimerte modeller av utenlandsk konsum i Norge og vurdering av modellenes egnethet

I Tabell 5.2-.5.3 har vi fremstilt fem ulike estimerte prognosemodeller for utenlandsk konsum i Norge.

Som forklaringsvariabler i den tradisjonelle modellen brukes utvikling i disponibel inntekt per innbygger i seks av landene som besøker Norge mest, valutakurs, samplet import<sup>7</sup> og en dummy for året 2020 som er året koronapandemien rammet reiselivet. Tolkningen av koeffisientene er for eksempel at dersom gjennomsnittlig disponibel inntekt per innbygger øker med ett prosent i de utvalgte landene vil dette øke utenlandsk konsum i Norge med ett prosentpoeng. Den tradisjonelle modellen kan brukes til å gi en bedre forståelse av driverne bak utviklingen i utenlandsk konsum.

I tillegg til den tradisjonelle modellen har vi også estimert en prinsippal komponent-modell med de to første faktorene som oppsummerer alle variablene som er listet opp i tabell 5.3.

For Ridge og LASSO-regresjon er de estimerte koeffisientene fremstilt i tabell 5.3. Her ser vi at flere av de samme forklaringsvariablene velges ut av LASSO som benyttes i den tradisjonelle modellen, men modellen tar også i bruk flere forklaringsvariabler.

Ridge-regresjonen inkluderer alle forklaringsvariablene, men med et avvik som er introdusert i estimeringen av koeffisientene. Hverken LASSO, Ridge eller prinsippal komponent metoden gir en klar økonomisk tolkning av hva som driver utviklingen i utenlandsk konsum i Norge.

I tillegg til å estimere modellene har vi også simulert en prognosesituasjon hvor vi har estimert alle modellene i tabell 5.2-5.3 i perioden 2003-2010, laget en prognose for 2011 og lagret

---

<sup>6</sup> Akronym for Least Absolute Shrinkage and Selection Operator

<sup>7</sup> Som en indikator på yrkesreisende

prognosen. Deretter har vi estimert modellen i perioden 2003-2011, laget en prognose for 2012 og lagret prognosen, dette har vi gjort for alle modellene fram til og med 2020.

I tabell 5.1 har vi fremstilt det gjennomsnittlige absolutte avviket mellom det prognosene og faktisk prosentvis endring i utenlandsk konsum i Norge. I kolonnen helt til høyre er også prediksjonsfeilen angitt som andel av prediksjonsfeilen til den tradisjonelle modellen.

Som vi ser av figuren har LASSO og Ridge-regresjon en klart lavere prediksjonsfeil enn den tradisjonelle modellen, hele 40 prosent lavere. Prinsipal-komponent modellen ga imidlertid om lag samme prediksjonsfeil som den tradisjonelle metoden.

Resultatene i tabell 5.2-5.4 illustrerer er at man relativt enkelt kan etablere relativt gode prognosemodeller for en størrelse som utenlandsk konsum i Norge med kun 16 observasjoner.

Tabell 5.2: Gjennomsnittlig og relativ prognosefeil for utvalgte maskinlæringsmetoder og tradisjonelle metoder.

|                      | Estimeringsmetode   | Gjennomsnittlig absolutt prosentvist avvik i prognose | Prognosefeil relativt til tradisjonell metode |
|----------------------|---------------------|---|---|
| Maskinlæringsmetoder | Lasso               | 13 %  | 57 %  |
|                      | Ridge               | 14 %  | 59 %  |
|                      | Prinsipal komponent | 23 %  | 102 %   |
|                      | Tradisjonell modell | 23 %  | 100 %   |
|                      | AR-modell           | 31 %  | 134 %   |

Note: Tabellen viser absolutt gjennomsnittlig prosentvist avvik i en rekursiv estimering av modellene med prognose en periode frem i tid ut av utvalget som modellen er estimert på. I tillegg vises gjennomsnittlig absolutt prognosefeil relativt til den tradisjonelle metoden.

I dette eksempelet har vi kun estimert en prognosemodell for en enkelt størrelse. Prognosemodeller estimeres imidlertid ofte i ligningssett hvor to eller flere relasjoner som bygger på hverandre estimeres. Det kan for eksempel lages en modell for norsk turistkonsum i Norge som bygger på en modell for antall norske feriereisende i Norge.

Vi anbefaler at det i reiselivsmonitoren vurderes om det er indikatorer som det er av særlig interesse å vite nå- eller framtidig situasjon og at det etableres prognosemodeller for disse. Dersom det er et særlig behov for dette vil vi også anbefale at det gjennomføres en vurdering av om det er behov for å forstå bakgrunnen for prognosene. Hvis det ikke er et stort behov for å forstå bakgrunnen for prognosen er den prediktive evnen til maskinlæringsmetoder ofte klart bedre. Det bør da gjennomføres tester, lik den vi har gjennomført her, for å undersøke om maskinlæringsmetodene faktisk gi bedre prediktiv evne. Dersom det er behov for å kunne peke på utviklingstrekk som forklarer prognosene anbefaler vi den tradisjonelle økonometriske metoden.

Dersom man først har etablert et system for å lage modeller og prognoser er merkostnaden ved å estimere ytterligere relasjoner små og vi ser på det som hensiktsmessig i en slik situasjon at man lager et mindre sett med ligninger for prognoser for variabler av særlig interesse.

Tabell 5.3: Estimerte koeffisienter for Tradisjonell-, AR- og PC-modell.

| Forklaringsvariabler og kilde |   | Tradisjonell modell  | AR-modell           | Prinsipal komponent              |
|-------------------------------|---|----------------------|---------------------|----------------------------------|
| Forklaringsvariabler          | Husholdningenes disponible inntekt per innbygger i 6 utvalgte land (OECD) | 1.070***<br>(-0,105) |                     |                                  |
|                               | Importveid valutakurs (Norges bank)                                       | 0.006***<br>(-0,001) |                     |                                  |
|                               | Tradisjonell import (SSB)   | 0.004***<br>(-0,001) |                     |                                  |
|                               | Utenlandsk konsum i Norge t-1 (SSB)                                       |                      | 0.523**<br>(-0,196) |                                  |
|                               | Prinsipal Komponent 1 (SØA)   |                      |                     | 0.007**<br>(-0,003)              |
|                               | Prinsipal Komponent 2 (SØA)   |                      |                     | 0.011**<br>(-0,004)              |
|                               | Dummy i 2020 og 2021  | -1.145***            | -<br>1.148**<br>*   | -1.155***                        |
|                               | Konstant  | (-0,015)             | (-0,042)            | (-0,031)<br>0.029***<br>(-0,008) |
|                               | R i hele utvalget   | 0,998                | 0,982               | 0,991                            |
|                               | F   | 1643,451             | 383,775             | 455,909                          |
| N                             | 16  | 16                   | 16                  |                                  |

Note: Alle forklaringsvariablene er på logaritmiske form og differensiert. Modellene er estimert ved hjelp av OLS på hele utvalgsperioden. Husholdningenes disponible inntekt per innbygger er beregnet ved å ta husholdningenes samlede disponible inntekt i Danmark, Sverige, Tyskland, Nederland, Storbritannia og USA og dele på befolkningen i de samme landene.

Standardfeil for estimert koeffisient i parentes.  $p < 0.10$  \*,  $p < 0.05$  \*\*,  $p < 0.01$  \*\*\*

Tabell 5.4: Estimerte koeffisienter for modeller estimert ved Lasso og Ridge-regresjon.

|                      | Forklaringsvariabel (kilde)                                 | Lasso    | Ridge       |
|----------------------|---|----------|-------------|
| Forklaringsvariabler | Konstant  | 0,015    | 0,033       |
|                      | Husholdningenes disponible inntekt i 6 utvalgte land (OECD) | 3,66E-09 | 1,19E-09    |
|                      | Disponibel inntekt per innbygger i 6 utvalgte land (OECD)   |          | 5,68E-07    |
|                      | Befolkning i 6 utvalgte land (OECD)                         | 5,76E-09 | 5,94E-10    |
|                      | Arbeidsledighetsrate (SSB)                                  |          | 5,68E-05    |
|                      | Arbeidsstyrke (SSB)   |          | 0,0003      |
|                      | BNP Fastlands-Norge (SSB)                                   |          | 0,0002      |
|                      | BNP Industri og bergverk (SSB)                              |          | 5,50E-05    |
|                      | Bruttoinvestering i fast realkapital (SSB)                  |          | 7,34E-05    |
|                      | Bruttonasjonalprodukt (SSB)                                 |          | 0,00031544  |
|                      | DKK (Norges Bank)   |          | 0,00105527  |
|                      | Driftsbalansen (SSB)  |          | -1,81E-06   |
|                      | Driftsbalansen i prosent av BNP (SSB)                       |          | -5,16E-05   |
|                      | Eksport (SSB)   |          | 0,00012331  |
|                      | Eksport av råolje og naturgass (SSB)                        |          | 2,25E-05    |
|                      | Eksport av tradisjonelle varer (SSB)                        |          | 3,12E-05    |
|                      | Eksportmarkedsindikator (SSB)                               |          | 6,15E-05    |
|                      | Eksportpris tradisjonelle varer (SSB)                       |          | 5,39E-05    |
|                      | Etterspørsel fra Fastlands-Norge (SSB)                      | 0,001    | 0,00033982  |
|                      | EUR (Norges Bank)   |          | 0,00014796  |
|                      | GBP (Norges Bank)   | 0,006    | 0,00061646  |
|                      | I44 (Norges Bank)   |          | 9,08E-05    |
|                      | Import (SSB)  | 0,001    | 8,81E-05    |
|                      | Import av tradisjonelle varer (SSB)                         |          | 6,20E-05    |
|                      | Importpris tradisjonelle varer (SSB)                        |          | 8,17E-05    |
|                      | Importveid kronekurs (44 land) (SSB)                        |          | -4,69E-05   |
|                      | Konsum i husholdninger mv (SSB)                             |          | 0,00027296  |
|                      | Konsum i offentlig forvaltning (SSB)                        |          | -0,00023865 |
|                      | Konsumpris euro-området (SSB)                               |          | 0,00021943  |
|                      | Konsumprisindeksen (SSB)                                    |          | -2,38E-05   |
|                      | Dummyvariabel for korona                                    |          | 0           |
|                      | NOK per euro (Norges Bank)                                  |          | 0,00015489  |
|                      | Nordmenns konsum i Utlandet (SSB)                           |          | 7,15E-08    |
|                      | Bruttoprodukt i næringer (SSB)                              | 0,001    | 5,68E-05    |
|                      | Offentlig forvaltning (SSB)                                 |          | -2,37E-05   |
|                      | Pengemarkedsrente (SSB)                                     |          | 0,00014663  |
|                      | Realrente etter skatt (SSB)                                 |          | 2,68E-05    |
|                      | Råoljepris i dollar (SSB)                                   |          | -7,06E-06   |
|                      | Råoljepris i kroner (SSB)                                   |          | -1,70E-06   |
|                      | USD (Norges Bank)   |          | 0,00035327  |
|                      | Utførte timeverk i Fastlands-Norge (SSB)                    |          | 0,00029587  |
|                      | Utvinning og rørtransport (SSB)                             |          | -1,76E-05   |
|                      | Yrkesandel (SSB)  |          | 0,00015121  |
|                      | Årslønn i Norge (SSB)                                       |          | 3,79E-06    |
| Antall observasjoner |   | 16       | 16          |

Note: Tabellen viser koeffisienter ved estimering av modellen på oppgitte forklaringsvariabler ved hjelp av Lasso- og Ridge-regresjon. Alle variable ble inkludert i Lasso-regresjon men kun utvalgte estimerte koeffisienter vises. Innstillingsparameteret er satt ved hjelp av trefold-kryssvalidering og er satt til 0.0078 og 1.174 for henholdsvis Lasso og Ridge.

## 6 Praktisk fremgangsmåte ved etableringen av en reiselivsmonitor

Med utgangspunkt i utvalget av indikatorer som er beskrevet i kapittel 4 og eventuelle indekser, beregnede størrelser eller prognoser som er beskrevet i kapittel 5 er det neste steget å innhente og systematisere datagrunnlaget.

Indikatorene, indeksene og prognosene som eventuelt inntas i Reiselivsmonitoren bør formidles på en måte som muliggjør at ulike brukergrupper med varierende kjennskap til databehandling får tilgang på informasjonen som monitoren inneholder. En viktig del av tilgjengeliggjøringen vil derfor være valg av et godt formidlingsverktøy. Hvilket formidlingsverktøy som benyttes vil også påvirke ressurs- og kompetansebehov for etablering og drift av Reiselivsmonitoren.

I dette kapittelet vil vi drøfte innhenting, bearbeiding og formidling av datagrunnlaget i en reiselivsmonitor og gi en kort fremstilling av prototypen som er etablert ved hjelp av Power BI<sup>8</sup> i forbindelse med forprosjektet. Prototypen til reiselivsmonitoren som er utviklet i forbindelse med forprosjektet kan åpnes i en nettleser ved å [klikke her](#).<sup>9</sup> Til slutt vil vi også kort drøfte en hensiktsmessig drifts- og finansieringsmodell.

### 6.1 Format på data og innhenting

Det er som beskrevet i kapittel 4, ulik tilgjengelighet for de opplistede datakildene. For vurderingen av tilgjengelighet til de enkelte indikatorene viser vi til kapittel 4. Her behandles den praktiske gjennomføringen for innhenting av data.

Ved innhenting av data er formatet informasjonen lagret på relevant for effektiv databehandling. Videre er mulighetene for å få tilgang til datagrunnlaget sentralt for en effektiv informasjonsoverføring fra datakilde til monitor. Det skjer en kontinuerlig utvikling i tilgjengeligheten av data og i en reiselivsmonitor bør man til enhver tid vurdere om nye relevante indikatorer har blitt lettere tilgjengelig og om de er lagret på et egnet format.

---

<sup>8</sup> Power BI er et interaktivt datastrukturerings- og visualiseringsprogram. Power BI er en samling programvare tjenester og koblinger som gjør urelaterte datakilder til en sammenhengende visuell fremstilling. Det er relativt lave lisenskostnader forbundet med deling av Power-BI-filer, enkelte funksjonaliteter som direkte nedlasting av data fra figurer og grafer krever imidlertid dyrere lisens. Power BI fungerer som egne sider, slik som prototypen til Reiselivsmonitoren, men dersom man ønsker å inkorporere en rapport på en nettside krever dette noe koding.

<sup>9</sup> Full lenke:

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjojOWI4ZjQ5MjMjZDVhZC00NGY0LTg2MjAtNjYwMDc3ZGY1NmMwliwidCI6IjcxZjMzOTE2LWEzMTItNDJhOC05MzI2LTE3NmZmOGM1MTA4ZiIsImMiOjI9>

### 6.1.1 Dataformat

I kartleggingen har vi overordnet skilt mellom informasjon som er egnet for direkte databehandling og filer som ikke er egnet for direkte uthenting av indikatorene. Filene vi har avdekket som egnet for direkte uthenting av indikatorer er:

- Excel-filer
- JSON-filer
- CSV-filer

Det finnes også en rekke andre dataformater som er egnet for direkte uthenting av indikatorer, men som ikke er listet opp her da filformatet ikke har fremkommet i kartleggingen.

Videre har vi avdekket følgende filformater som vi ikke anser som egnet for direkte uthenting av indikatorer:

- PDF-filer
- Word-filer
- Nettsider

Disse kildene krever en manuell gjennomgang eller mer avanserte datainnhentingsmetoder for at indikatorer skal uthentes. Selv om slike filer utelates fra datasettet kan man legge ved lenker til disse filene om de er tilgjengelig på nett, slik at brukeren kan lese igjennom filene selv.

Ved etablering av prototypen har vi kun innhentet informasjon fra filer vi har ansett som egnet for direkte uthenting av indikatorer. Vi foreslår også at det i en reiselivsmonitor tas utgangspunkt i filtypene som er egnet for direkte uthenting av data til indikatorer.

### 6.1.2 Innhenting av data

Mulighetene for innhenting av relevante filer er viktig for å sikre effektiv drift av monitoren. Uttrekk ved hjelp av API<sup>10</sup> er den minst ressurskrevende innhentingsmetoden. API muliggjør at dataene automatisk kan oppdateres på forhåndsbestemte tidspunkt. API-koblinger kan endre seg over tid og det vil fortsatt være behov for kvalitetssikring av innhentede data. Dersom det er mulig å innhente data ved hjelp av API anbefaler vi at denne innhentingsmetoden benyttes. OECD og SSB som er dataleverandør til flere av de foreslåtte indikatorene har etablert APIer.

Dersom indikatoren ikke kan innhentes ved hjelp av API, er det neste alternativet at informasjonen sendes til den ansvarlige for monitoren. Dette kan for eksempel skje ved epost, skybaserte løsninger eller at det etableres egne uttrekkssider for datagrunnlaget. Dersom dataene overleveres med samme struktur (samme kolonner) hver gang og på samme dataformat (samme filtype) kan også slike data relativt ressurseffektivt tas inn i monitoren ved hjelp av ferdiglagde databehandlingsscript som må gjøres på rådataene. Samtidig krever dette at datagrunnlaget tilgjengeliggjøres av dataleverandør og at de ansvarlige for reiselivsmonitoren laster inn datagrunnlaget, som gjør at det kreves noe mer ressurser enn ved API.

Filene i delkapittel 6.1.1 som er omtalt som filtyper som vi ikke anser som egnet for direkte uthenting av indikatorer, vil kreve enten en manuell gjennomgang eller mer avanserte datainnhentingsmetoder som bildeanalyser, såkalt web-scraping, eller lignende.

---

<sup>10</sup> API-er er mekanismer som gjør det mulig for to programvarekomponenter å kommunisere med hverandre ved hjelp av et sett med definisjoner og protokoller.



Både manuell gjennomgang og mer avanserte datainnhentingsmetoder krever mer ressurser enn de overnevnte innhentingsformene. Om det skulle dukke opp indikatorer som er av særlig relevans og viktighet i slike datatyper kan de vurderes innhentet. I forprosjektet har vi ikke avdekket slike indikatorer, men peker på at dette vil være behov for en løpende vurdering av om det finnes slike indikatorer i etablering- og utviklingen av reiselivsmonitoren, og at relevans og viktighet må måles opp mot ressursbehov for kontinuerlig oppdatering av slike data.

## 6.2 Datastruktur og databehandlingsmodell

Etter at datagrunnlaget er innhentet må dataene struktureres på samme måte (like kolonner og kategoriser av rader) og det bør etableres en databehandlingsmodell som effektivt muliggjør bearbeiding og formidling av data med en rekke ulike tidsenheter (for eksempel måned, kvartal, år), geografiske enheter (kommune, reiselivsregion, fylke og land) og næringsklassifisering.

Det er også mulig å bryte ned de ulike indikatorene på en rekke mulige måter. Derfor må også struktur og databehandlingsmodell gi mulighet for å bryte de ulike størrelsene ytterligere ned.

En rekke ulike tilnærminger finnes for å harmonisere data fra ulike kilder. Vi vil her beskrive hvordan vi har håndtert dette i prototypen av reiselivsmonitoren.

Den valgte datastrukturen og databehandlingsmodell muliggjør at ulike former for data kan harmoniseres og er enkle å implementere i databehandlingsverktøyet Power-BI. Den valgte tilnærmingen er imidlertid også mulig å benytte i andre formidlingsverktøy som muliggjør relasjonell databehandling og gir også enkelt mulighet for utvidelser av andre type data.

### 6.2.1 Datastruktur og databehandlingsmodell

I prototypen har vi lagt opp til en relasjonell databehandlingsmodell.<sup>11</sup> Relasjonelle databehandlingsmodeller vil kunne bidra til en reduksjon i størrelsen på datafilene, og gir en svært enkelt håndterbar og fleksibel struktur for behandling av data. Det sistnevnte er særlig relevant for en monitor som skal inneholde data som er strukturert på ulike måter.

I figur 6.1 har vi fremstilt hvordan databehandlingsmodellen kan se ut. Overordnet deles filene inn i to kategorier:

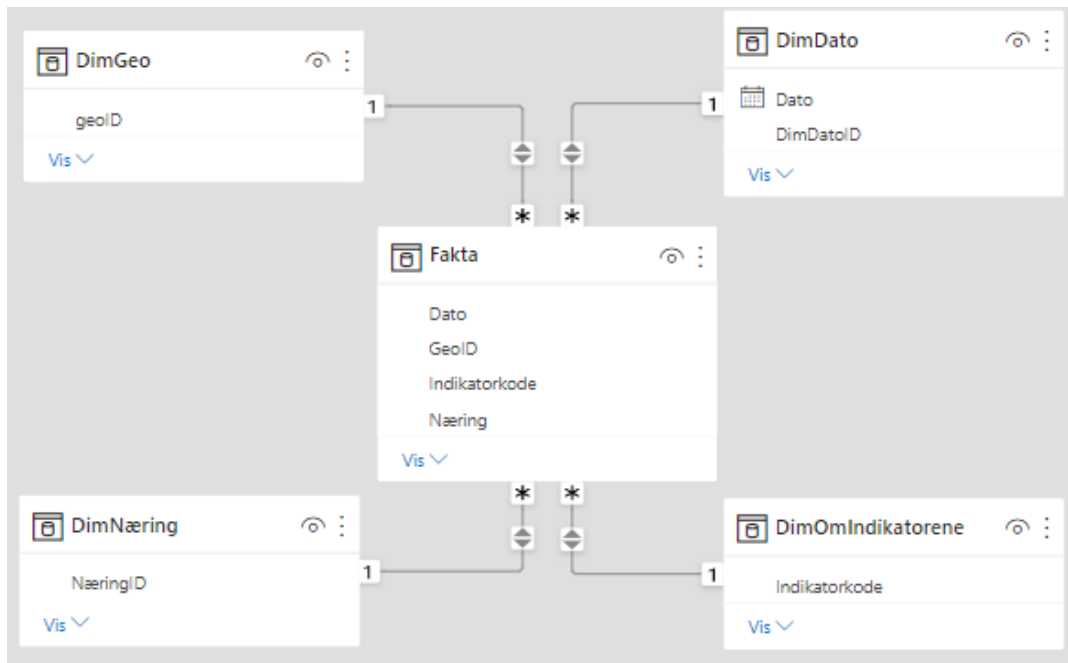
1. Dimensjonsfiler
2. Faktafilene

Dimensjonsfilene er filer som inneholder statiske kjennetegn ved næring, geografi, indikatoren eller dato. I hver av disse filene kan vi benytte ulike kategorier av de statiske kjennetegnene, som vi skal komme tilbake til.

Faktafilene inneholder verdien for en indikator, i en gitt geografisk, tidsmessig enhet og i en gitt næring, hvis dette er oppgitt. Faktafilene inneholder koder for kjennetegnene for hver observasjon som er koblet til de ulike dimensjonsfilene.

---

<sup>11</sup> En relasjonell databehandlingsmodell er en rekke enkelte datafiler som er koblet sammen ved hjelp av relasjoner. Hver rad i tabellen representerer en samling av relaterte dataverdier.



Note: Illustrasjonen er laget i Power-BI. Faktaarket inneholder verdiene til de enkelte indikatorene. DimGeo inneholder informasjon om alle de ulike geografiske enhetene. DimDato inneholder alle de ulike tidsenhetene som brukes i indikatorene (år, kvartal, måned osv.) DimNæring inneholder NACE-koder for de ulike næringsgruppene. DimOmIndikatorerne inneholder karakteristikker ved de ulike indikatorene. Alle Dim-filene er koblet til Faktaarket ved hjelp av unike koder for geografiske enheter, tidsenheter, næringskode og indikatorene.

Figur 6.1: Illustrasjon av en relasjonell databehandlingsmodell for Reiselivsmonitoren.

I figur 6.2 fremstilles faktaarket for en gitt indikator (angitt med indikatorkode B3) og geografisk enhet (angitt med geografisk ID 3101). Indikatoren som her er illustrert er overnattinger i den angitte reiselivsregionen over tid, hvor antall overnattinger er angitt i kolonnen «Verdi». Ettersom det er mulig å bryte ned denne indikatoren på innkvarteringstype og bostedsland til de overnattende har vil lagt inn muligheten for å bryte ned på dette i kolonnene «Nedbryt\_1» og «Nedbryt\_2». Dersom den angitte indikatoren ikke har mulighet for nedbrytbarhet vil disse kolonnene stå tomme, dette illustreres ved at kolonnen «Næring» som står tom for denne indikatoren, da denne kategoriseringen ikke er egnet for indikatoren.

Hver av radene kan på denne måten kobles til de ulike dimensjonsfilene. For å illustrere dette viser vi den geografiske inndelingen som er benyttet. I dimensjonsfilen for geografisk enhet kan vi åpne for muligheten for flere ulike geografiske enheter ved hjelp av de unike kodene for den angitte geografisk enhet i kolonnen «GeolD» i Faktafilen som har en tilsvarende verdi Dimensjonsfilen for geografi (eller «DimGeo»). De to filene kobles sammen ved hjelp av den geografiske enhetskoden og vi kan angi ulike kjennetegn ved den geografiske enheten.

| Indikatorkode | Verdi  | Dato     | GeoID | Næring | Nedbryt_1                                | Nedbryt_2 |
|---------------|--------|----------|-------|--------|--|-----------|
| B3            | 162693 | 20220303 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 102150 | 20220203 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 57119  | 20220103 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 81949  | 20211203 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 171814 | 20211103 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 172449 | 20211003 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 136801 | 20210903 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 137152 | 20210803 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 162686 | 20210703 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 76540  | 20210603 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 30720  | 20210503 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 19446  | 20210403 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 17812  | 20210303 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 23999  | 20210203 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 21472  | 20210103 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 31639  | 20201203 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 30990  | 20201103 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 67655  | 20201003 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 69114  | 20200903 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 85101  | 20200803 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 140879 | 20200703 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |
| B3            | 71514  | 20200603 | 3101  |        | Hotell og liknande overnattingsbedrifter | Norge     |

Note: Illustrasjonen er laget i Power-BI

Figur 6.2: Illustrasjon av ark med informasjon om indikatorverdier (faktaark).

I Dimensjonsfilen for geografi som er fremstilt i figur 6.3 kan vi legge inn en geografisk enhet som flyplass, kommune, reiselivsregion, fylke og land. Utgangspunktet er at vi skal benytte data på laveste mulige geografiske nedbrytbarhet. Men for en rekke av de foreslåtte indikatorene finnes kun informasjon på høyere geografiske enheter enn kommune eller flyplass. Vi legger derfor inn en linje for hver flyplass, som vi kan kategorisere i et fylke og land. Deretter legger vi inn egne linjer for kommunene, reiselivsregionene, fylke og land som alle har sin unike geografiske kode i kolonnen «GeoID».

| geoID   | Flyplass        | Kommunennummer | Kommunenavn   | Reiseregionsnummer | Reiselivsregion    | Fylkesnummer | Fylke | Landsdel | landnr | Land  |
|---------|-----------------|----------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------|-------|----------|--------|-------|
| 2000022 | Moss Rygge      |                |               |                    |                    | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 2000001 | Oslo Gardermoen |                |               |                    |                    | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 30      |                 |                |               |                    |                    | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 30112   |                 |                |               | 30112              | Hallingdal         | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 30111   |                 |                |               | 30111              | Norefjellsregion   | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 30106   |                 |                |               | 30106              | Kongsbergregion    | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 30105   |                 |                |               | 30105              | Drammensregion     | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 30107   |                 |                |               | 30107              | Hadeland/Ringerike | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 30109   |                 |                |               | 30109              | Asker/Bærum        | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 30108   |                 |                |               | 30108              | Follo              | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 30110   |                 |                |               | 30110              | Romerike           | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 30104   |                 |                |               | 30104              | Fredrikstad/Hvaler | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 30103   |                 |                |               | 30103              | Sarpsborg          | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 30102   |                 |                |               | 30102              | Mosseregion        | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 30101   |                 |                |               | 30101              | Haldenkanalen      | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 3052    |                 | 3052           | Nore og Uvdal | 30106              | Kongsbergregion    | 30           | Viken |          | 1      | Norge |
| 3051    |                 | 3051           | Rollag        | 30106              | Kongsbergregion    | 30           | Viken |          | 1      | Norge |

Note: Illustrasjonen er laget i Power-BI

Figur 6.3: Illustrasjon ark for geografisk kategorisering (dimensjonsark for geografi).

Den samme fremgangsmåten kan benyttes for å kategorisere ulike nivåer av næring (for eksempel to- eller femsiffer næring) og dato (for eksempel kvartal, år), med unike koder for ulike dato- eller næringsenheter og egne linjer i dimensjonsfilene for dato og næring.

For å raskt kunne hente inn informasjon om de ulike indikatorene har vi også lagt inn en dimensjonsfil som beskriver indikatorene. Indikatorkoden i faktaarket er da koblet til denne dimensjonsfilen som angir ulike kjennetegn ved indikatoren og beskriver for eksempel hva slags informasjon indikatoren inneholder, hva den kan brytes ned på, tidsenhet, geografisk enhet, kilde osv.

| Indikatorkode | Variabelbeskrivelse                           | GeoID | Dato    | Nedbryt_1                     | Nedbryt_2 | Kilde | Indikatorgruppenavn    |
|---------------|---|-------|---------|-------------------------------|-----------|-------|------------------------|
| A1            | Prisnivåindekser                              | Land  | År      | Produktgruppe                 |           | SSB   | Drivkrefter og trender |
| A2            | Disponibel inntekt per innbygger              | Land  | År      |                               |           | OECD  | Drivkrefter og trender |
| A3_1          | Befolkningsprognoser                          | Land  | År      |                               |           | OECD  | Drivkrefter og trender |
| A3_2          | Befolkning                                    | Land  | År      |                               |           | OECD  | Drivkrefter og trender |
| A4            | Sysselesettingsandel i turisme                | Land  | År      |                               |           | OECD  | Drivkrefter og trender |
| A5            | Samlet turistkonsum i landet som andel av BNP | Land  | År      |                               |           | OECD  | Drivkrefter og trender |
| B1            | Norske reisende                               | Norge | Kvartal | Reisende utenlands/Innenlands |           | SSB   | Turismens omfang       |

Note: Illustrasjonen er laget i Power-BI

Figur 6.4: Illustrasjon av ark med informasjon om indikatorene (dimensjonsark om indikatorene).

Dimensjonsfilene vil kun trenge oppdateringer dersom andre statiske kjennetegn ved indikatorene skal brukes i monitoren. Faktaarket vil imidlertid måtte oppdateres når nye data kommer til.

Ved utarbeidelsen av prototypen er det laget databehandlingsscript som innhenter data fra API og lokale data og bearbeider disse slik som illustrasjonen av faktaarket viser over, slik at de enkelt inngår i databehandlingsmodellen. For en effektiv bearbeidingsprosess anbefaler vi at det i reiselivsmonitoren etableres slike script som innhenter og harmoniserer data.

### 6.3 Krav og anbefaling til formidlingsløsning

Formidlingsløsningen til reiselivsmonitoren bør enkelt kunne inkorporere en datastruktur slik den vi har beskrevet i kapittel 6.2. Ettersom det i behovsanalysen har kommet frem at det er et ønske om hyppig oppdaterte data er det av ressurs hensyn viktig at formidlingsløsningen enkelt kan laste inn oppdaterte data.

Reiselivsmonitoren bør også inneholde muligheter som gjør det enkelt å legge til og endre databehandlingsmodell, figurer og grafer dersom man skulle ønske å legge til ytterligere indikatorer i monitoren.

Monitorens brukerflate bør også være enkel slik at brukergrupper med varierende IT-kompetanse har tilgang til nettløsningen og kan lese eller innhente data fra monitoren. Ettersom detaljert nedbrytbarhet har blitt uttrykt som et ønske i behovsanalysen bør også formidlingsløsningen gjøre det mulig for brukeren å legge til filter og velge produktgrupper, geografiske enheter, næringsklassifisering, opprinnelsesland og lignende for de indikatorene dette er relevant for.

Det finnes en rekke ulike nettbaserte verktøy som muliggjør formidling av et datasett med en tilsvarende struktur og databehandlingsmodell som den som er beskrevet i kapittel 6.2. Et skille mellom de ulike formidlingsverktøyene går mellom løsninger hvor hele eller store deler av det

visuelle uttrykket kodes spesifikt for en nettside og formidlingsløsninger som lages ved hjelp av modulbaserte programmer<sup>12</sup> slik som Power BI og Tableau.

Formidlingsløsninger som er spesifikt kodet for en nettside, krever betydelig mer ressurser for å etablere det visuelle uttrykket sammenlignet med løsninger som er modulbaserte. Også eventuelle senere utvidelser av reiselivsmonitoren vil kreve en større ressursinnsats dersom nettsiden skal lages fra grunnen av. I motsetning til de modulbaserte formidlingsverktøyene vil imidlertid de som er spesifikt kodet for en nettside ha noe større muligheter for å tilpasse det visuelle uttrykket.

Samlet sett vil vi imidlertid anbefale at modulbaserte verktøy, slik som Power BI og Tableau, tas i bruk for en eventuell basisløsning. Bakgrunnen for dette er at slike programmer ikke krever betydelig IT-kompetanse for å etablere, endre og videreutvikle monitoren. Videreutvikling vil med slike nettløsninger ofte bli aktuelt på et senere tidspunkt og her har de modulbaserte formidlingsverktøyene en klar fordel. Videre kan man for mer komplekse dataanalyser alltid tilgjengeliggjøre datagrunnlaget i offentliggjorte datafiler for de som ønsker å gjennomføre mer komplekse analyser.

En annen fordel med de nevnte formidlingsløsningene er at man kan lage databehandlingsmodeller i samme program som man lager det visuelle uttrykket. Dette forenkler arbeidsprosessen og senker kompetansekravet for å oppdatere og utvikle formidlingsverktøyet ytterligere. Det er også betydelig handlingsrom i de modulbaserte verktøyene for å tilpasse filtreringsmuligheter og visuelt uttrykk.

Begrensningen i en modulbasert løsning ligger i manglende mulighet for å gjøre spesialtilpasninger i forhold til brukergrensesnitt. I en reiselivsmonitor vil en del av merverdien for brukeren (utover det å ha tilgang på statistikk som i prinsippet er tilgjengelig fra andre kilder) ligge i en mulighet for personlige tilpasninger. Dette kan for eksempel være en abonnementsordning (melding når en ny årgang av en statistikk legges ut), lagring av søk, lagring av datauttrekk, lagring av presentasjonsformer osv. Slike løsninger forutsetter brukerkontoer og administrasjon av en hel del mer enn bare statistikker. Denne typen funksjonalitet har blitt spilt inn som viktig av brukerne, og er hovedgrunnen til at vi anser en basisversjon av monitoren som kun første steg mot en fullverdig reiselivsmonitor. Denne typen tilpasninger krever imidlertid spesialisert IT-kompetanse og er hovedgrunnen til at ressursbehovet for etableringen er beregnet til å være såpass høyt (se tabell 6.1).

## 6.4 En prototype til reiselivsmonitoren

Prototypen til reiselivsmonitoren som er utviklet i forbindelse med forprosjektet kan åpnes i en nettleser ved å [klikke her](#).<sup>13</sup> Prototypens er utviklet i Power BI hvor datainnhenting, datastruk-

---

<sup>12</sup> Med modulbaserte programmer mener vi programmer hvor det er laget forhåndsdefinerte type grafer og figurer som man laster data inn i. Det sentrale kjennetegnet ved disse programmene er at man har en enkel brukerflate som ikke krever omfattende IT-kompetanse for å lage en formidlingsløsning.

<sup>13</sup> Full lenke:

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiOWI4ZjQ5MjZlZDZhZC00NGY0LTg2MjAtNjYwMDc3ZGY1NmMwliwidCI6IjcxZjMzOTE2LWEzMTItNDJhOC05MzI2LTE3NmZmOGM1MTA4ZiIsImMiOiJ9>

tur og databehandlingsmodell er i tråd med anbefalingene i kapittel 6.1-6.3. Det må understrekes at prototypen kun er for å vise frem at det er mulig med enkle modulbaserte verktøy å strukturere statistikker etter flere dimensjoner og med ulike presentasjonsformer. Den er ikke ment å vise en form for sluttprodukt.

I behovskartleggingen fant vi at de ulike brukergruppene i all hovedsak syntes den tematiske inndelingen i fem temaer var en hensiktsmessig inngang for deres informasjonsbehov. Fremfor å lage ulike versjoner til de ulike brukergruppene kan det derfor være effektivt å heller legge opp til en versjon som er tilpasset flere brukergruppers behov. Vi anbefaler at Reiselivsmonitoren i første rekke legger opp til en struktur hvor det er mulig å navigere seg inn på de fem ulike temaene, og at man innenfor de fem temaene kan navigere videre inn på underemner.

Det kan imidlertid være at enkelte brukergruppers behov blir tydeligere over tid, og at disse viser seg å være svært forskjellig. Dersom en tematisk inndeling ikke dekker brukerbehovene i tilstrekkelig stor grad, kan det utvikles flere nettløsninger for ulike brukergrupper. Et annet alternativ for å dekke mer behovet til mer avanserte brukere kan være å gjøre rådataene tilgjengelig for brukerne, så lenge dette ikke er sensitiv informasjon. Ved vurderingen av om det bør etableres flere nettløsninger for ulike brukergrupper eller om rådatagrunnlaget skal tilgjengeliggjøres må behovet avveies mot ressursbruk.

Prototypens første side er fremstilt i figur 6.5 som gir en kort beskrivelse av Reiselivsmonitoren og knapper som åpner sidene til de ulike temaområdene som er omtalt over. I tillegg er det en knapp som gjør det mulig for leseren å gå til en side som gir mer detaljert informasjon om reiselivsmonitoren og noe informasjon om indikatorene som er inkludert.



I denne prototypen til Reiselivsmonitoren har vi innhentet statistikk om reiselivet fra en rekke ulike kilder. Disse ulike statistikkene er sammenstilt til en reiselivsmonitor hvor man kan følge med på utviklingen i Norsk reiseliv samlet og reiselivsregioner. Monitoren deler de ulike indikatorene i fem kategorier som søker å dekke ulike aspekter ved reiselivet. De fem kategoriene er:

- **Drivkrefter og trender** som former etterspørsel og tilbud av reiselivstjenester; inntekter, kostnader, reisetrender, reiserestriksjoner o.a.
- **Turismens omfang og strømmer:** Kvantifisering og regionalisering av innkommende og innenlandske trafikkstrømmer, overnattinger, attraksjonsbesøk, etc og observert markedsutvikling
- **Økonomien i reiselivet:** Reiselivsrelatert forbruk, verdiskaping og lønnsomhet, direkte og indirekte ringvirkninger, sysselsetting og fritidsboligsektoren
- **Tilfredshet og omdømme:** kunnskap om opplevelser og gjestetilfredshet, innbyggertilfredshet, omdømme, etc.
- **Klima og miljøfaktorer:** Klima- og miljøavtrykk og reiselivets bidrag til det grønne skiftet, samt sosial/kulturell bærekraft

For mer informasjon om Reiselivsmonitoren og de enkelte indikatorene trykk på knappen "Om Reiselivsmonitoren" over.

Kilde: SØA og TØI

Figur 6.5: Forsiden på prototype til Reiselivsmonitoren.

Dersom man trykker på en av temaknappene på forsiden i rapporten kommer man inn på nettløsningens temaside. På temasiden har man alltid mulighet til å trykke seg tilbake til forsiden eller gå til siden som gir mer informasjon om Reiselivsmonitoren. Figur 6.6 viser temasiden for turismens omfang og strømmer.



## Turismens omfang og strømmer

Til forsiden Om monitoren



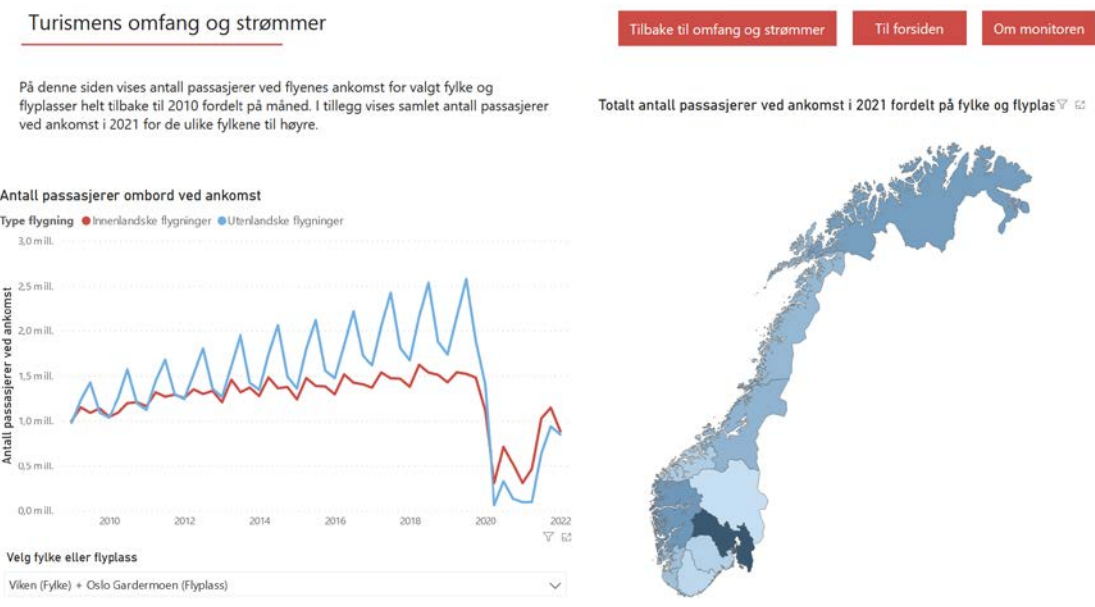
Turismens omfang og strømmer er det mest omfattende statistikkområdet, det beskriver forenklet sagt hvem turistene er, hvor mange de er og hvor og hvordan de reiser. Besøksstatistikk og oversikter over reisestrømmer omfatter også variabler som beskriver besøkendes atferd, og grenser temamessig mot de fire andre områdene, spesielt mot økonomi og mot markedskunnskap. Antall besøkende og antall gjestedøgn er for eksempel grunnpilare i beregninger av økonomiske virkninger, miljø- og klimapåvirkning og i markedsvurderinger.

Kilde: SØA og TØI

Figur 6.6: Temasiden for Turismens omfang og strømmer.

På hver temaside finner man knapper som går til sider for ulike indikatorer. På temasiden for Turismens omfang og strømmer kan man som vist i figur 6.6 gå til indikatorer om de reisende, indikatorer om turistenes transportmiddel, mer spesifikke indikatorer om flytrafikk samt overnattingsstatistikk.

Dersom man trykker seg inn på siden som viser indikatorer for flytrafikk vises utviklingen totalt antall passasjerer som er om bord ved ankomst over tid og et kart som er fargekodet for å vise hvilke fylker som hadde flest og minst antall passasjerankomster i 2021. Igjen har brukeren mulighet til å gå til informasjonssiden om monitoren, til forsiden og gå tilbake til temasiden for turismens omfang og strømmer.



Kilde: SØA og TØI

Figur 6.7: ndikatorside for flytrafikk i prototype for reiselivsmonitoren.



Prototypen er laget med formål om å illustrere mulighetene for en reiselivsmonitor og utnytter ikke nødvendigvis det fulle potensialet som ligger i tilgjengelig statistikk og formidlingsmuligheter. Det vil måtte gjøres nye vurderinger ved utformingen av en reiselivsmonitor da høyere detaljeringsnivå på de ulike statistikkene ofte krever noe mer ressurser i etableringsfasen. På grunn av at det er ressurskrevende å innta alle indikatorer på alle detaljeringsnivå i monitoren vil det være hensiktsmessig med en avveining mellom behovet for indikatorenes nedbrytbarhet.

I alle figurer og kart i PowerBI er det mulig å åpne for at brukeren kan laste ned datagrunnlaget og at brukeren ved hjelp av ulike knapper på figurene eller ved hjelp av filtre kan se svært detaljer statistikk om reiselivet.

I reiselivsmonitoren har vi kun inntatt noen av indikatorene som er omtalt i kapittel 4, det vil imidlertid være fullt mulig å innta alle indikatorene i en nettløsning som er lik prototypen. Videre er det også mulig å lage større grad av nedbrytbarhet eller innhente statistikk for å få lengre tidsserier.

I prototypen er kun fylkes- og kommunekart benyttet. Det kan imidlertid være av interesse å også ta inn kart som viser de ulike reiselivsregionene da flere av statistikkene har reiselivsregionene som minste geografiske enhet. I skrivende stund er det ikke åpent tilgjengelige elektroniske kart for reiselivsregionene, men i en eventuell reiselivsmonitor vil man kunne utvikle slike kart om det er behov for det.

Prototypen illustrerer at en reiselivsmonitor er mulig å etablere og den illustrerer de ulike mulighetene for å bryte ned variable på ulike kategorier, samt vise utvikling over tid. Prototypen viser også at man kan lage en reiselivsmonitor med en enkel brukerflate, men som fortsatt muliggjør at brukeren kan se på svært detaljert statistikk og laste ned datagrunnlaget.

## 6.5 Etablering, drift, ressursbehov og forslag til en finansieringsmodell

### 6.5.1 Etablering og drift

Vi anbefaler at det i første rekke etableres en reiselivsmonitor som inneholder indikatorene som er foreslått i basisalternativet i kapittel 4 for deretter å utvide med ytterligere indikatorer, eventuelle beregnede indikatorer, indekser og prognosemodeller. Hvorvidt utvidelser skal gjennomføres bør til enhver tid vurderes ut fra reiselivsaktørens behov for mer informasjon og ressursinnsatsen som kreves.

Hvis for mange indikatorer inntas i monitoren er det imidlertid en fare for at det blir for mye informasjon for brukeren. En brukervennlig brukerflate er derfor sentralt ved eventuelle utvidelser.

Dersom det lages gode automatiserte prosesser for datainnhenting og bearbeiding vil det redusere ressursbehovet i en driftsfase. Det anbefales derfor at det brukes ressurser på å utforme og etablere effektive og automatiserte prosesser for de aller fleste steg allerede i etableringen av statistikkbanken, lignende de metodene som er beskrevet over.

Hvis dataleverandørene leverer sine data på samme måte ved hver oppdatering vil det kreves relativt lite ressurser for å oppdatere og drifte statistikkbanken. Noe større ressursbehov vil



imidlertid gjøre seg gjeldende dersom det brukes prognosemodeller og monitoren utvides med nye indikatorer.

### 6.5.2 Ressursbehov

Ressursbehovet for å etablere en Reiselivsmonitor vil variere avhengig av hvor mye statistikk Reiselivsmonitoren skal inneholde, hvor mange beregnede størrelser, indekser og prognosemodeller som skal inntas. For hver av disse operasjonene er det knyttet usikkerhet til ressursbruk som vil avhenge av utførers kompetanse og ønsket utforming av reiselivsmonitoren.

I dette forprosjektet har vi foreslått at det allerede fra start arbeides videre med en utvidet versjon, men det er nyttig også å tenke gjennom ressursbehovet for en basisversjon.

Hvor stort ressursbehovet er for å utvikle de to alternativene vil avhenge av en rekke forhold som man gjerne først blir kjent med under etableringen av monitoren. I tabell 6.1 har vi imidlertid inntatt et anslag for kostnader hhv. etablering og drift. Anslagene er forbundet med usikkerhet, men beskriver i ressursbehovet for å utvikle henholdsvis en basis- og utvidet versjon av reiselivsmonitoren tilsvarende prototypen som er utviklet i forprosjektet. Særlig ved etablering vil tilgang på rett IT-kompetanse være et usikkerhetsmoment.

Både ved etablering og drift vil det være behov for dedikerte ressurser for å administrere monitoren. Vi anslår dette til å være 2 årsverk i etableringsfasen for en utvidet versjon og et årsverk årlig i driftsfasen. Videre har vi anslått estimert samlet kostnad for etablering og drift fordelt på ulike kostnadsposter basert på prosjektteamets erfaring med tilsvarende prosjekter tidligere. Vi vil anbefale at ressursene som hentes inn har både kompetanse innen statistisk bearbeiding, kjenner de relebete datakildene og har selv eller effektivt kan knyttet til seg nødvendig ekstra ikt-kompetanse.

Tabell 6.1 Kostnadsanslag for etableringen av en basis- og utvidet versjon av en reiselivsmonitor fordelt på ressurspost og etablering og drift

| Versjon         | Ressurspost                   | Etablering             | Årlig kostnad drift                   |
|-----------------|-------------------------------|------------------------|---------------------------------------|
| Basisversjon    | Ressursbruk                   | 1,5 årsverk            | Et årsverk+ eventuell videreutvikling |
|                 | Kostnad for data              | kr 0,-                 |                                       |
|                 | Innhenting av statistikk      | kr 500 000,-           | kr 1 100 000,-                        |
|                 | Bearbeiding av statistikk     | kr 700 000,-           |                                       |
|                 | Formidling av statistikk      | kr 400 000,-           |                                       |
|                 | <b>Totalt</b>                 | <b>kr 1 600 000,-</b>  | <b>kr 1 100 000,-</b>                 |
| Utvidet versjon | Ressursbruk                   | 2 årsverk              | Et årsverk+ eventuell videreutvikling |
|                 | Datakostnad                   | Avhenger av leverandør |                                       |
|                 | Innhenting av statistikk      | kr 500 000,-           | kr 1 100 000,-                        |
|                 | Bearbeiding av statistikk     | kr 700 000,-           |                                       |
|                 | Formidling av statistikk      | kr 400 000,-           |                                       |
|                 | Prognosemodeller og prognoser | kr 200 000,-           |                                       |
|                 | Beregnete indikatorer         | kr 200 000,-           |                                       |
|                 | Indekser                      | kr 200 000,-           |                                       |
|                 | <b>Totalt</b>                 | <b>kr 2 200 000,-</b>  | <b>Kr 1 100 000</b>                   |

### 6.5.3 Finansieringsmodell

Tilgang på informasjonen som er beskrevet i kapittel 4 og 5 kan i all hovedsak sies å være et ikke-rivaliserende gode. Et ikke-rivaliserende forringes ikke av andres bruk av det samme godet. En rekke av indikatorene er også mulig å innhente fra ulike åpent tilgjengelige kilder som gjør at man vanskelig kan ekskluderes fra å benytte seg av de samme godene.

Ikke-rivalisering og ikke-eksklusivitet taler for at en reiselivsmonitor i all hovedsak er et kollektivt gode. Et kollektivt gode er et gode som i en markedssituasjon ikke vil være lønnsomt å produsere til tross for at mange vil ha nytte av det. Det er derfor vanlig at det offentlige tilbyr slike goder.

Med utgangspunkt i at Reiselivsmonitoren i hovedsak er et kollektivt gode og at IN er en sentral offentlig aktør som arbeider med- og for reiselivet ser vi på det som hensiktsmessig at IN står som hovedansvarlig for finansieringen av reiselivsmonitoren. Finansieringen kan skje hjelp av særskilte bevilgninger eller som en del av INs generelle reiselivsprioriteringer. Dersom andre aktører skal bistå i finansieringen av modellen bør det imidlertid være under forutsetning av at dataene er åpent tilgjengelig for alle.

Dersom reiselivsmonitoren skal omfatte indikatorer som kun er tilgjengelige ved at datagrunnlaget kjøpes, anbefaler vi fortsatt at disse dataene, eller enkle fremstillinger av disse dataene, skal gjøres offentlig tilgjengelig. Dette gjør at den ansvarlige for monitoren må foreta en avveining nytten for allmennheten ved å inkludere indikatorene i monitoren eller om det er mer hensiktsmessig at private aktører kjøper informasjonen selv.

Ettersom tilgang på indikatorer ofte reiser nye spørsmål og behov for ytterligere analyser anbefaler vi også at datagrunnlaget offentliggjøres så langt det lar seg gjøre. Dette vil gjøre at flere kan bidra til å avdekke behov for ny informasjon, bidra til å forenkle analyser og bedre forståelsen av reiselivet.

## 6.6 Internasjonale erfaringer med reiselivsmonitører

I prosjektet er det også gjennomført kartlegginger av om det finnes andre tilsvarende monitører i utlandet. Utenlandske reiselivsmonitører kunne bidratt til Reiselivsmonitoren gjennom å høste erfaringer og råd fra andre aktører. I gjennomgangen har vi imidlertid ikke klart å avdekke andre reiselivsmonitører med tilsvarende formål i utlandet, utover de internasjonale kildene som er opplistet i kapittel 4. Internasjonale erfaringer kan være nyttig dersom man skulle finne en tilsvarende monitor i utlandet, men en norsk reiselivsmonitor vil i all hovedsak måtte forholde seg til de forholdene som er behandlet i denne rapporten.

## 7 Oppsummering

### 7.1 Basisversjon

Gjennomgangen av mulige statistikker og datakilder i kapittel 4 viser at det er mer enn nok relevante og kvalitetssikrede kilder til å etablere en reiselivsmonitor. Samtidig viser kartleggingen av brukerbehov (kapittel 3) at dette er noe som svært mange ønsker og mener de vil ha nytte av. Det er imidlertid noen kriterier som vi har vektlagt når vi har vurdert hvordan en basisversjon bør inneholde.

For det første er det svært viktig at monitoren ikke gaper for høyt. En etablering av en monitor kan gjøres så omfattende en bare vil, og det er fort gjort å ønske seg så mye av både data og funksjonalitet at prosjektet ikke klarer å etablere et velfungerende system verken for drift eller fra brukersiden.

For det andre skal en også huske på at nytten ikke er proporsjonalt med antall ulike statistikker – hvor lett det er å orientere seg i monitoren er også en del av kvaliteten og flere statistikker som *nesten* beskriver det samme fenomenet kan virke mer forvirrende enn oppklarende for en bruker.

En beskrivelse av basisversjonen av en reiselivsmonitor kan oppsummeres slik:

1. De statistikkene som er beskrevet i kapittel 4. Her er de statistikkene/indikatorerne som vi mener bør med tydelig angitt.
2. Ingen bearbeiding av grunndataene (bør gjelde uansett omfang)
3. Ingen videre sammenstilling til f.eks. indekser eller rater
4. Ingen videre funksjonalitet for analyser, f.eks. verdiskapingsmål, prognoser eller lignende.
5. Gratis tilgjengelighet til alt for alle
6. Driftes av Innovasjon Norge med standardverktøy (slik som Power BI)

I gjennomgangen har vi også kartlagt mulighetene for å ta inn beregnede størrelser, indekser og prognosemodeller og vurdert om det er hensiktsmessig å inkludere disse i en reiselivsmonitor. Ved vurderingen har vi vektlagt brukerbehov, pålitelighet i estimatene og ressursbehov. Vi anbefaler at beregnede størrelser, indekser og prognosemodeller inntas i den utvidede versjonen.

Vi anbefaler at det i reiselivsmonitoren innhentes data fra filer som er egnet for direkte uthenting av indikatorer, og at det ikke innhentes informasjon fra filer som krever manuell gjennomgang eller komplekse dataauthentingsprosesser. Så langt det lar seg gjøre anbefaler vi at datagrunlaget innhentes fra API eller oversendelser fra dataleverandør. Ettersom det er en rekke ulike geografisk enheter, tidsenheter og nedbrytbarhet blant indikatorene, anbefaler vi at dataene legges inn i en relasjonell databehandlingsmodell.

Videre anbefaler vi at nettløsningen legger opp til en brukerflate som bygger på de fem temaområdene som er omtalt over, og at rådatafilene gjøres tilgjengelig for brukergrupper som eventuelt skulle ønske mer omfattende analyser.

Gitt denne utformingen vil selve driften av monitoren være ressurseffektiv og kreve lite ekstra innsats fra Innovasjon Norge – estimert til ca. ett månedsverk. I tillegg er det ikke behov for

spesialistkompetanse for driften. Ressursbehovet vil først og fremst være knyttet til etableringen av monitoren.

## 7.2 Utvidet versjon

En utvidet versjon vil naturlig nok vurdere en utvidelse av variablene og dermed datakildene i en monitor. Hvilke statistikker en kan vurdere ved en utvidelse er også indikert i kapittel 4. Det er imidlertid ikke mulig å si akkurat hvilke statistikker en bør ha med siden vi ikke vet hvor stor utvidelsen er tenkt å være.

Ved en utvidelse av monitoren bør en også vurdere om en vil produsere indikatorer og rater (punkt 3 i lista over). Det en imidlertid skal være klar over er at en da innfører en databearbeidingsrutine mellom innhentningen av data og publiseringen av data i monitoren. Denne rutinen er det den som drifter monitoren som må stå for og også oppdatere/utvikle hvis datagrunnlaget endrer seg. Vi mener imidlertid at dette vil gi en merverdi som kan øke interessen og bruken for monitoren, og bør ha høy prioritet når en vurderer en utvidelse. Mulighet for å etablere automatiserte script for bearbeiding av datagrunnlaget bør etterstrebes.

En utvidelse av monitoren til å også inkludere prognoser og mer avanserte funksjoner, slik som verdiskaping, produktivitet o.l., og vil gi monitoren merverdi. Imidlertid vil dette også forutsette en databearbeidingsmodul internt i monitoren. I tillegg vil slike beregninger kreve en annen type kompetanse og økt ressursinnsats for vedlikehold og utvikling som gjør driften og vedlikehold sårbar hvis datagrunnlaget av en eller annen grunn endres. Dette er nærmere beskrevet i kapittel 5.2 og 5.3. Det bør også legges til at en bruker selv kan ta ut data fra monitoren og gjøre egne beregninger, slik at denne typen utvidelser bør komme lengre ned på prioriteringslisten hvis en vurderer å utvide monitoren.

Siden mer avanserte funksjoner vil kreve en helt annen ressursbruk enn kun en basisversjon hos de som skal drifte monitoren, kan det være aktuelt å se på en finansieringsmodell som «spleiser» på tilrettelegging av disse funksjonene. I praksis vil de som drifter monitoren utføre analyser som brukerne av monitoren ellers ville gjort, og det kan tenkes at større aktører ville vært villig til å gå inn på en ordning der denne tidsbruken ble eksternt finansiert. Imidlertid er også administrasjon av betalingsløsninger o.l. ressurskrevende og ideelt bør hele monitoren ses på som et fellesgode som alle bør ha tilgang til. I det minste bør en eventuell betalingsordning komme som resultat av brukerbehov – den bør være etterspørselsdrevet.

## 7.3 Vurdering og anbefaling

Kartleggingen av statistikkbruk og behov tilsier at en reiselivsmonitor ville vært svært etterspurt og ønsket velkommen fra mange potensielle brukere. Et funn er også at tematisk etterspørres det statistikk på alle de fem temaområdene som Innovasjon Norge har definert i sin beskrivelse av oppdraget – det er ikke ett eller noen få områder som peker seg ut som viktigere enn andre. I tillegg viser kartleggingen at det er mer enn nok av tilgjengelig statistikker til å fylle en monitor med kvalitetssikrede og relevante variabler og statistikker.

Brukernes innspill til behov tilsier imidlertid at en ikke kommer til å oppnå tilstrekkelig merverdi ved å kun etablere en basisversjon. Innspill fra brukere og referansegruppen er at funksjonalitet som ikke lar seg dekke av et standardverktøy er nødvendig for at brukerne skal anse monitoren som så nyttig at de vil benytte denne framfor å skaffe seg statistikk på egenhånd. Det kan

imidlertid være fornuftig å starte med en basisversjon, men se dette som første steg i en etablering av en monitor med tilstrekkelig funksjonalitet slik at brukerne opplever nytte. Det er også en basisversjon som er mest overkommelig å få etablert og driftet uten større bruk av ressurser, og en kan dermed få etablert og presentert en monitor som kan illustrere hvilke muligheter og nytte som ligger i en slik monitor, og dermed motivere aktører til å støtte videre utvikling.

Prosjektet anbefaler også at eventuelle utvidelser av monitoren skjer gjennom innmelding av brukerbehov. Anbefalingen er også at reiselivsmonitoren er gratis for alle, uansett utvidelse, selv om vi kan ha forståelse for at en vil vurdere andre løsninger hvis utvidelser krever ressurser som Innovasjon Norge i utgangspunktet ikke har.

## Referanser

- Dybedal, P. & Jacobsen J. K. S. (2019): Mer bærekraftig cruiseturisme – framtidsskisser for cruiseutvikling på Vestlandet. TØI-rapport 1686/2019
- Dybedal, P. (2019): Cruiseturisters forbruk i Norge – en sammenlikning av resultater og metoder i ti undersøkelser. TØI-rapport 1702/2019)
- Dybedal, P. & Landa Mata, I. (2022): Omfang og strukturer i den utenlandske turisttrafikken til Norge – en evaluering av tilgjengelig statistikk og nøkkeltall. TØI-rapport 1873/2022
- Farstad, Eivind og Arne Rideng 2008: Utenlandske turistenes forbruk i Norge 2007. TØI rapport 941/2008.
- Farstad, Eivind, og Petter Dybedal, 2010a. Nasjonal ferie- og forbruksundersøkelse sommeren 2008. *TØI Rapport 1092/2010*. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- Farstad, Eivind, og Petter Dybedal, 2010b. Nasjonal ferie- og forbruksundersøkelse vinteren 2009. *TØI Rapport 1119/2010*. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- Farstad, Eivind, og Petter Dybedal, 2011. Nasjonal fritidsboligundersøkelse 2008. *TØI Rapport 1155/2011*. Oslo: Transportøkonomisk institutt
- Farstad, E., Rideng, A. & Landa Mata, I. (2011). Gjesteundersøkelsen 2011. Utenlandske ferie- og forretningsreiser i Norge. *TØI rapport 1166/2011*
- Grontmij/Carl Bro 2011: Gjesteundersøkelse for cruiseturisme. Unummerert rapport for Nærings- og handelsdepartement desember 2010.
- Innovasjon Norge/Epinion (2018b). Turistundersøkelsen året 2018. Bakgrunnsrapport for alle turister. Oslo: Innovasjon Norge
- Innovasjon Norge/Epinion (2020a): Turistundersøkelsen – årsrapport – 2019
- Innovasjon Norge (2020b): Nøkkeltall om norsk turisme 2019
- Innovasjon Norge/Epinion (2021): Nordmenns ferier i Norge sommeren 2021.
- Innovasjon Norge/Epinion/Gyger (2021): Koronabarometer sommer 2021.
- Innovasjon Norge (2021): Nasjonal reiselivsstrategi 2030.
- Innovasjon Norge/Epinion/Gyger (2022): Koronabarometer vinter 2021/2022.
- Jacobsen, E. W., Børre Berglund, B. og S. V. Dombu (2019): *Forstudie: Bedre måling i reiselivet*. Unummerert notat fra Menon, finansiert av Innovasjon Norge
- Kvile, Jarle (2020) Produksjonsmessige endringer i overnattingsstatistikken. SSB notat 2020/42
- Kystverket (2022) [https://www.kystverket.no/navigasjonstjenester/ais/ais-artikkelside/#j\\_1491](https://www.kystverket.no/navigasjonstjenester/ais/ais-artikkelside/#j_1491)
- Norges Bank (2020) Kunderetta betalingsformidling 2019, *Noregs Bank Memo 1:2020*, Oslo: Norges Bank.
- OECD, EU, UNWTO og UN (2010) Tourism Satellite Accounts: Recommended Methodological Framework 2008, *Studies in Methods Series F No. 80/Rev.1*, UN Department of Economic and Social Affairs.
- Statistisk sentralbyrå (2022) <https://www.ssb.no/klass/klassifikasjoner/6>
- UN, UNWTO (2010) International Recommendations for Tourism Statistics 2008, *Studies in Methods Series M No. 83/Rev.1*, UN Department of Economic and Social Affairs.

# Vedlegg

## V 1. Spørreskjemaet

| Informasjon   |  |
|---|--|
| <p>Spørreundersøkelse om Nasjonal reiselivsmonitor</p> <p>I Nasjonal reiselivsstrategi 2030 «Sterke inntrykk med små avtrykk» er et av tiltakene å utvikle en nasjonal reiselivsmonitor. Monitoren skal sammenstille data fra flere kilder som reiselivsaktørene og deres samarbeidspartnere kan benytte seg av, og vi behøver informasjon om brukere og kunnskapsbehov. Det finnes en stor mengde data tilgjengelig, og i en Nasjonal reiselivsmonitor må det gjøres prioriteringer. Derfor håper vi at du kan sette av noen minutter til å besvare noen spørsmål. Alle svar vil bli behandlet konfidensielt.</p> <p>Med vennlig hilsen Samfunnsøkonomisk analyse AS, Aniara, Transportøkonomisk institutt og Innovasjon Norge</p> |  |

| Hvilke av følgende norske informasjonskilder har du/dere brukt det siste året for å hente ut data om reiselivet? |                             |
|--|-----------------------------|
| Bruker ingen norske datakilder   | <input type="checkbox"/> 1  |
| Bruker data fra egen virksomhet  | <input type="checkbox"/> 2  |
| Statistisk sentralbyrå, Norge  | <input type="checkbox"/> 3  |
| Innovasjon Norge, dashbord for overnatting   | <input type="checkbox"/> 4  |
| VisitNorway.no/Innsikt   | <input type="checkbox"/> 5  |
| Regnskapsdata fra Brønnøysund-registeret   | <input type="checkbox"/> 6  |
| NHO Reiseliv   | <input type="checkbox"/> 7  |
| Virke  | <input type="checkbox"/> 8  |
| Avinor, trafikkstatistikk  | <input type="checkbox"/> 9  |
| Statens vegvesen, trafikkdata  | <input type="checkbox"/> 10 |
| Benchmark alliance   | <input type="checkbox"/> 11 |

| Er det andre kilder dere bruker enn de som ble nevnt i forrige spørsmål? Oppgi dem i så fall her: |  |
|---|--|
| Open  |  |

| Hvilke av følgende internasjonale informasjonskilder har du/dere brukt siste året for å hente ut data om reiselivet? |                            |
|--|----------------------------|
| Bruker ingen internasjonale datakilder   | <input type="checkbox"/> 1 |
| UNWTO  | <input type="checkbox"/> 2 |
| Tillväxtverket, Sverige  | <input type="checkbox"/> 3 |
| Danmarks statistik   | <input type="checkbox"/> 4 |
| Eurostat   | <input type="checkbox"/> 5 |
| Euromonitor  | <input type="checkbox"/> 6 |
| European Travel Commission (ETC)   | <input type="checkbox"/> 7 |
| Adventure Travel Trade Association (Atta)  | <input type="checkbox"/> 8 |

**Er det andre kilder dere bruker enn de som ble nevnt i forrige spørsmål? Oppgi dem i så fall her:**

Open

**Hvor viktig er det med data om følgende tema for din bedrift/organisasjon?:  
Tema: Turismens omfang og turiststrømmer**

|   | Svært<br>uviktig<br>1 | Ganske<br>uviktig<br>2 | Verken eller<br>3     | Ganske<br>viktig<br>4 | Svært viktig<br>5     | Vet ikke<br>6         |   |
|---|-----------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---|
| Kommersielle gjestedøgn (eks. hotell, camping, hytter/leiligheter etc.) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | 1 |
| Utleiebaserte gjestedøgn (f.eks. AirBnB, hytteformidling etc.)          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | 2 |
| Turiststrømmer (fra utlandet, innenlands, ut av landet)                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | 3 |
| Antall private fritidsboliger og/eller bruksomfang av disse             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | 4 |
| Antall besøk på attraksjoner  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | 5 |
| Antall cruiseanløp og/eller pax   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | 6 |

**Hvor viktig er det med data om følgende tema for din bedrift/organisasjon?:  
Tema: Økonomien i reiselivsnæringen**

|  | Svært<br>uviktig<br>1 | Ganske<br>uviktig<br>2 | Verken eller<br>3     | Ganske<br>viktig<br>4 | Svært viktig<br>5     | Vet ikke<br>6         |   |
|--|-----------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---|
| Verdiskaping og/eller sysselsetting i ulike deler av reiselivsnæringen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | 1 |
| Lønnsnivå i ulike deler av reiselivsnæringen                           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | 2 |
| Økonomiske ringvirkninger av reiselivet                                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | 3 |
| Norsk reiselivs konkurransekraft                                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | 4 |



| Hvor viktig er det med data om følgende tema for din bedrift/organisasjon? |                       |                       |                       |                       |                       |                         |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Tema: Drivkrefter og prognose  |                       |                       |                       |                       |                       |                         |
|  | Svært uviktig<br>1    | Ganske uviktig<br>2   | Verken eller<br>3     | Ganske viktig<br>4    | Svært viktig<br>5     | Vet ikke<br>6           |
| Bookinger fremover i tid på (hotell, transport, opplevelser osv.)          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> 1 |
| Etterspørselsdrivere   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> 2 |
| Prognoser om potensiell etterspørsel                                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> 3 |

| Hvor viktig er det med data om følgende tema for din bedrift/organisasjon?                |                       |                       |                       |                       |                       |                         |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Tema: Kunnskap om markedet  |                       |                       |                       |                       |                       |                         |
|   | Svært uviktig<br>1    | Ganske uviktig<br>2   | Verken eller<br>3     | Ganske viktig<br>4    | Svært viktig<br>5     | Vet ikke<br>6           |
| Gjestenes tilfredshet, forbruk og atferd  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> 1 |
| Omdømmemålinger   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> 2 |
| Oversikt over tilgjengelighet per geografisk marked (flyruter, togruter, fergeruter osv.) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> 3 |

| Hvor viktig er det med data om følgende tema for din bedrift/organisasjon?                           |                       |                       |                       |                       |                       |                         |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Tema: Bærekraft  |                       |                       |                       |                       |                       |                         |
|  | Svært uviktig<br>1    | Ganske uviktig<br>2   | Verken eller<br>3     | Ganske viktig<br>4    | Svært viktig<br>5     | Vet ikke<br>6           |
| Innbyggerundersøkelser (holdninger til turismen, bruk av opplevelsestilbud o.l.)                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> 1 |
| Turismens CO2 utslipp/ utslippskalkulator  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> 2 |
| Turismens belastning på natur  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> 3 |
| Antall destinasjoner med Merket for bærekraftig destinasjon  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> 4 |
| Antall bedrifter med ulike sertifiseringer (f.eks. Miljøfyrtårnsertifiserte, Verdesertifiserte osv.) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> 5 |
| Kompetansenivå i reiselivsnæringen   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> 6 |

**Er det data du savner og gjerne skulle hatt med i en nasjonal reiselivsmonitor?**

Open

**Hvor ofte henter dere ut data/statistikk om reiselivet fra offentlige kilder?**

|                                       |                       |   |
|---------------------------------------|-----------------------|---|
| Daglig                                | <input type="radio"/> | 1 |
| Ukentlig                              | <input type="radio"/> | 2 |
| Månedlig                              | <input type="radio"/> | 3 |
| Noen ganger i året                    | <input type="radio"/> | 4 |
| Mindre enn én gang i året             | <input type="radio"/> | 5 |
| Aldri, henter ikke ut data/statistikk | <input type="radio"/> | 6 |
| Vet ikke                              | <input type="radio"/> | 7 |

**Hvor ofte kjøper dere data/statistikk om reiselivet?**

|                                   |                       |   |
|-----------------------------------|-----------------------|---|
| Kjøper årsabonnement              | <input type="radio"/> | 1 |
| Daglig                            | <input type="radio"/> | 2 |
| Ukentlig                          | <input type="radio"/> | 3 |
| Månedlig                          | <input type="radio"/> | 4 |
| Noen ganger i året                | <input type="radio"/> | 5 |
| Mindre enn én gang i året         | <input type="radio"/> | 6 |
| Aldri/kjøper ikke data/statistikk | <input type="radio"/> | 7 |
| Vet ikke                          | <input type="radio"/> | 8 |

**Hvordan vil du karakterisere din bedrift/organisasjon?**

|  |                       |   |
|--|-----------------------|---|
| Reiselivsbedrift                             | <input type="radio"/> | 1 |
| Forvaltning                                  | <input type="radio"/> | 2 |
| Destinasjonsselskap                          | <input type="radio"/> | 3 |
| Landsdelselskap                              | <input type="radio"/> | 4 |
| Bransjeorganisasjon                          | <input type="radio"/> | 5 |
| Ideell organisasjon                          | <input type="radio"/> | 6 |
| Undervisning, forskning, konsulentvirksomhet | <input type="radio"/> | 7 |
| Annen type virksomhet                        | <input type="radio"/> | 8 |

| <b>Innen hvilken bransje driver din bedrift?<br/>Hvis du driver innen flere bransjer, velg den bransjen der hoveddelen av omsetningen er.</b> |                         |
|---|-------------------------|
| Overnatting   | <input type="radio"/> 1 |
| Transport   | <input type="radio"/> 2 |
| Servering   | <input type="radio"/> 3 |
| Opplevelser   | <input type="radio"/> 4 |
| Formidling  | <input type="radio"/> 5 |
| Annen type reiselivsvirksomhet  | <input type="radio"/> 6 |

| <b>Oppgi størrelsen på virksomheten</b>            |                         |
|--|-------------------------|
| 0-4 sysselsatte                                    | <input type="radio"/> 1 |
| 5-9 sysselsatte                                    | <input type="radio"/> 2 |
| 10-19 sysselsatte                                  | <input type="radio"/> 3 |
| 20-49 sysselsatte                                  | <input type="radio"/> 4 |
| 50 eller flere sysselsatte                         | <input type="radio"/> 5 |
| Ikke relevant (off. forvaltning, bransjeorg. o.l.) | <input type="radio"/> 6 |

| <b>Har du andre kommentarer eller innspill om f.eks. viktigheten, utforming og organisering av en Nasjonal reiselivsmonitor tar vi dem gjerne imot:</b> |
|---|
| Open  |

| <b>Information</b>                            |
|---|
| Tusen takk for at du tok deg tid til å svare! |

## V 2. Informanter

1. Agnete Ryeng, NordNorsk Reiseliv
2. Knut Aandal, Visit Greater Oslo/Akershus Reiselivsråd
3. Anne Silje Sylvarnes, Vestland fylkeskommune
4. Per Arne Tuftin, Norsk Reiseliv
5. Trude Sivertsen, Authentic Norway
6. Terje Christensen, Smart Cities
7. Bernt Bucher Johansen, Hanen
8. Trygve Kolderup, DNT
9. Øystein Tvetene, Espen Willassen Hoel, Avinor
10. Inge Tangerås, Cruise Norway
11. Anne Dorte Carlson, SITE/Rådgiver bærekraftig reiseliv
12. Gunnar Nilsen, NHO Reiseliv Nord-Norge

TØI er et anvendt forskningsinstitutt som mottar basisbevilgning fra Norges forskningsråd og gjennomfører forsknings- og utredningsoppdrag for næringsliv og offentlige etater. TØI ble opprettet i 1964 og er organisert som uavhengig stiftelse.

TØI utvikler og formidler kunnskap om samferdsel med vitenskapelig kvalitet og praktisk anvendelse. Instituttet har et tverrfaglig miljø med rundt 90 høyt spesialiserte forskere.

Instituttet driver forskningsformidling gjennom TØI-rapporter, artikler i vitenskapelige tidsskrifter, bøker, seminarer, samt innlegg og intervjuer i media. TØI-rapportene er gratis tilgjengelige på instituttets hjemmeside [www.toi.no](http://www.toi.no).

TØI er partner i CIENS Forskningscenter for miljø og samfunn, lokalisert i Forskningsparken nær Universitetet i Oslo (se [www.ciens.no](http://www.ciens.no)). Instituttet deltar aktivt i internasjonalt forskningssamarbeid, med særlig vekt på EUs rammeprogrammer.

TØI dekker alle transportmidler og temaområder innen samferdsel, inkludert trafiksikkerhet, kollektivtransport, klima og miljø, reiseliv, reisevaner og reiseetterspørsel, arealplanlegging, ITS, offentlige beslutningsprosesser, næringslivets transportbehov og generell transportøkonomi.

Transportøkonomisk institutt krever opphavsrett til egne arbeider og legger vekt på å opptre uavhengig av oppdragsgiverne i alle faglige analyser og vurderinger.

**Postadresse:**

Transportøkonomisk institutt  
Gaustadalléen 21  
0349 Oslo  
Norge

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

**Kontoradresse:**

Forskningsparken  
Gaustadalléen 21

Telefon: 22 57 38 00

Hjemmeside: [www.toi.no](http://www.toi.no)

