
Kundeundersøkelsen 2012/13
«Markedets behov for norske guidetjenester»
19.2.2013

Forord

Bakgrunnen for at Virke har tatt initiativet til denne undersøkelsen er at deres medlemmer innen incoming- og cruisebransje bekrefter at behovet for guidetjenester øker og at dette skyldes flere forhold. Det ene er den generelle globale økingen i etterspørselen etter reiser med kultur/opplevelsesbasert innhold og formidling. En annen årsak er den betydelige veksten i cruisetrafikken som Norge har fått sin del av de siste årene.

Undersøkelsen er i sin helhet finansiert av Innovasjon Norge, (IN), gjennom Virkes deltakelse i Forstudiet i INs Bedriftsnettverksordning.

Norges Guideforbund, (NGF), har i mange år vært en drivkraft i utdannelsen av guider i Norge. Virke inviterte NGF til å samarbeide om utformingen av spørreskjemaet samt bistå med forslag til respondenter. Styret i NGF har også gått gjennom utkastet til denne rapporten, og kommet med nyttige kommentarer.

Heyerdahl Refsum AS har vært engasjert for å ivareta prosjektledelsen av Forstudiet, og har hatt ansvaret for gjennomføringen av denne undersøkelsen.

Vi vil også takke Vest-Telemark Museum for et godt samarbeid. Sammen med Telemark fylkeskommune, Vidda Vinn, Telemarkforskning og Høgskolen i Telemark gjennomfører de et større guideprosjekt. Her har de benyttet tilnærmet samme spørsmål i en egen etterspørselsundersøkelse i Telemark og gitt oss tilgang til den lesverdige rapporten «Guidekorps og guidesystemer i andre land».

I arbeidet med Forstudiet har Virke og prosjektledelsen blitt oppmerksom på flere eksisterende og planlagte utdanningstilbud for guider på høgskole- og universitetsnivå. Som en oppfølging inviteres de som har slike tilbud samt Norges Guideforbund og Innovasjon Norge til en samling hos Virke i løpet av våren.

Guidebransjen er svært fragmentert og preget av deltidsarbeid. Det mangler et nasjonalt system for opplæring og sertifisering. Virke er av den oppfatning at ansvaret for å sikre tilgang til guidetjenester av høy kvalitet ligger hos reiselivsnæringen selv, men opplæring og sertifisering er en oppgave som hører inn under den nasjonale reiselivssatsingen.

Oslo, 19. februar 2013

Hovedorganisasjonen Virke

Hilde C. Solheim
Direktør Reiseliv og Kultur

Innhold

1	Sammendrag	3
2	Innledning	4
2.1	Formål	4
2.2	Metode	4
3	Del 1 Dagens situasjon	5
3.1	Kjøpt eller formidlet guidetjenester	5
3.2	Rolle ved bruk av guidetjenester	5
3.3	Hvilke guidetjenester etterspør markedet?	6
3.4	Hvilke typer av kunder har størst betydning?	6
3.5	Antall oppdrag og guider	6
3.6	Guidekapasitet	7
3.7	Guidekvalitet	8
3.7.1	Sertifisering	9
3.7.2	Evaluering	10
4	Del 2. Framtidens behov for guidetjenester	11
4.1	Etterspørsel	11
4.1.1	Utvikling i forhold til kundegrupper	11
4.1.2	Etterspørsel av typer av guidetjenester	12
4.2	Høyere pris for personlige guidetjenester?	12
4.3	Hvilke tema vil interessere kundene?	13
4.4	Bærekraftige guidetjenester	14
4.5	Tilgang til online bookingsystem for guidetjenester	15
4.5.1	Behov for online booking	15
4.6	De største utfordringene for framtidens guidetjenester	16
4.6.1	Oppsummering utfordringene	17
4.7	Utviklingsprosjekt for guidetjenester	18

1 Sammendrag

- **Formålet** med undersøkelsen var å få ny og bedre kunnskap om de viktigste kundegruppene og hvilke guidetjenester det er mest etterspørsel etter i dag og ikke minst i framtiden.
- Oppsummert viser resultatene at de **største utfordringene** er:
 1. Å sikre høy og relevant kompetanse og kvalitet på norske guidetjenester. I dette inngår utviklingen av en nasjonal sertifiseringsordning
 2. Å få på plass gode opplærings-/utdanningsordninger tilpasset både reiselivsnæringen og de besøkendes behov. I dette inngår også utarbeidelse av e-læringsmoduler
 3. Mangel på online bookingløsninger
 4. De konsekvensene sesongarbeid og lav inntekt har for kvaliteten og rekrutteringen av guider
 5. Mer fokus på markedssegmentene for cruise, aktiviteter- og kulturopplevelser
- **Metode og respondenter:** Undersøkelsen ble sendt ut i november til 131 respondenter, bl.a. til Virkes incomingmedlemmer, cruiseagenter, turoperatører, destinasjonsselskap og rederier m.m. Svarprosenten var 34, noe som vurderes som å ligge innenfor kravet til representativitet for denne type undersøkelser. De fleste, (91 %), hadde kjøpt eller formidlet guidetjenester de siste to årene. Samlet hadde de bestilt/ formidlet nærmere 7 000 oppdrag i 2012.
- **Utviklingen i etterspørselen.** Dagens etterspørsel oppgis å være størst for «Grupper fra turoperatører», etterfulgt av «Individuell trafikk» og «Arrangører av tematiserte turer/ spesialoppdrag». «Skoleklasser» og «Offentlige virksomheter» har mindre betydning. Svarene tilsier store endringer i framtiden; «Skoleklasser» og «Offentlige virksomheter» har størst prosentvis vekst. Det er imidlertid «Cruiserederier», som vil innta rollen som den klart viktigste kundegruppen. Størst nedgang antas å komme fra dagens viktigste kunder; «Grupper fra turoperatører». Når det gjelder **online booking** er det bare 25 % som har en digital løsning. Mange er interessert i online booking og svarer at behovet er størst for å bestille en «2 timers bysightseeing», men også stort for «Heldagsturer» og «Tematiserte vandring».
- **Kapasiteten for alle typer guideoppdrag** vurderes som tilfredsstillende. Også når det gjelder **kvaliteten på guidene** gis det bare positive tilbakemeldinger på alle gitte egenskaper, (språk, faktakunnskap, fortellerevne, serviceinnstilling, fleksibilitet og vertskapsrollen). Når det gjelder **sertifisering** svarer 2/3 (67 %) at det er viktig for dem å benytte sertifiserte guider. Til tross for at det ikke er en nasjonal sertifiserings-ordning i Norge, viser svarene at kvalitetssikringsordninger vurderes som nyttige og viktige. Nærmere 60 % har **egne evalueringsordninger** av varierende omfang.
- På spørsmål om hvilke **type guidetjenester** som blir etterspurt i framtiden, får mobile løsninger med App'er og QR-koder høyest skår, men også de andre gitte alternativene som «Hoppe på/av-busser», «Autoguiden» og «Levende fortellerkunst» skåres høyt. Viljen til å **betale mer for personlige guidetjenester** er tilstede. Nærmere 2/3 er villig til å betale inntil 20 % mer og 1/3 mellom 20 – 50 % mer.
- **Hvilke tema vil interessere kundene i framtiden?** Respondentene gir positive tilbakemeldinger på alle de oppgitte temaene. Det er interessant å merke seg at økningen forventes å skje spesielt for «Aktiviteter» - som vandring, fiske, rib, klatring samt for «Lokalmat» og «Kunst og Kultur». På spørsmål om det er viktig å kunne tilby **«Bærekraftige guidetjenester»** svarte flertallet et klart «Ja», men mange er nok usikre for ca. 1/3 svarte «Vet ikke». Svarene på det åpne spørsmålet om hva man legger i «Bærekraftige guidetjenester» tyder på at mange har god kunnskap om dette, mens andre er usikre i forhold til selve begrepet. Nærmere 2/3 av respondentene bekreftet at de kunne være positive til å **delta i et felles utviklingsprosjekt** forutsatt at de fikk mer informasjon om innhold og kostnader.

2 Innledning

2.1 Formål

Formålet med undersøkelsen er å få bedre kunnskap om:

- Hvem er de viktigste kundegruppene og hvilke guidetjenester er det mest etterspørsel etter i dag?
- Hvordan vurderes kapasitet og kvalitet av guider i forhold til de forskjellige kundegruppene?
- I hvilken grad benyttes sertifiserte guider?
- Hvilke type guidetjenester kan markedet ha behov for i årene framover, både i forhold til teknologi, personlig guiding og tema?
- Interesse for et felles utviklingsprosjekt for guidetjenester og opplæring

2.2 Metode

Flere utkast av skjemaet ble sendt på høring til Norges Guideforbund og Virke før det ble testet av fire personer som arbeider i hhv guideselskap, incomingoperatør, destinasjonsselskap og overnattingskjede. Undersøkelsen ble sendt pr. e-post til 131 respondenter med en lenke til det elektroniske skjemaet 15.11.2012 med svarfrist innen 27.11.2012. Det ble foretatt et par purringer og det var mulig å svare fram til 3.12.2012.

	Totalt	Svart	Ikke svart
Respondenter	131	44	87
Prosent	100 %	34 %	66 %

Tabell 1 – Svar på undersøkelsen

Det finnes ingen komplett oversikt over brukere/kjøpere av norske guidetjenester. Det ble derfor utarbeidet en adresseliste basert på bistand fra Norges Guideforbund og Virke samt prosjektledelsens nettverk. Respondenter som ble invitert til å delta var primært Virkes incomingmedlemmer, (NIR – Norske Innkommende Reisearrangørers Forening), cruiseagenter, turoperatører, destinasjonsselskap og rederier m.m.

3 Del 1 Dagens situasjon

3.1 Kjøpt eller formidlet guidetjenester

Innledningsvis ble det stilt spørsmål om respondentene hadde kjøpt eller formidlet guidetjenester de siste to årene.

Har dere i løpet av de siste 2 årene kjøpt (eller formidlet) guidetjenester i Norge?		
	Antall	%
Ja	40	91
Nei	4	9
Totalt	44	100

Tabell 2 – Antall som har formidlet guidetjenester

De aller fleste, hele 91 %, har kjøpt eller formidlet guidetjenester i løpet av de to siste årene.

3.2 Rolle ved bruk av guidetjenester

De 44 av de 131 bedriftene/organisasjonene som svarte, oppga sin rolle ved kjøp av norske guidetjenester til å være følgende på de forhåndsgitte svaralternativer:

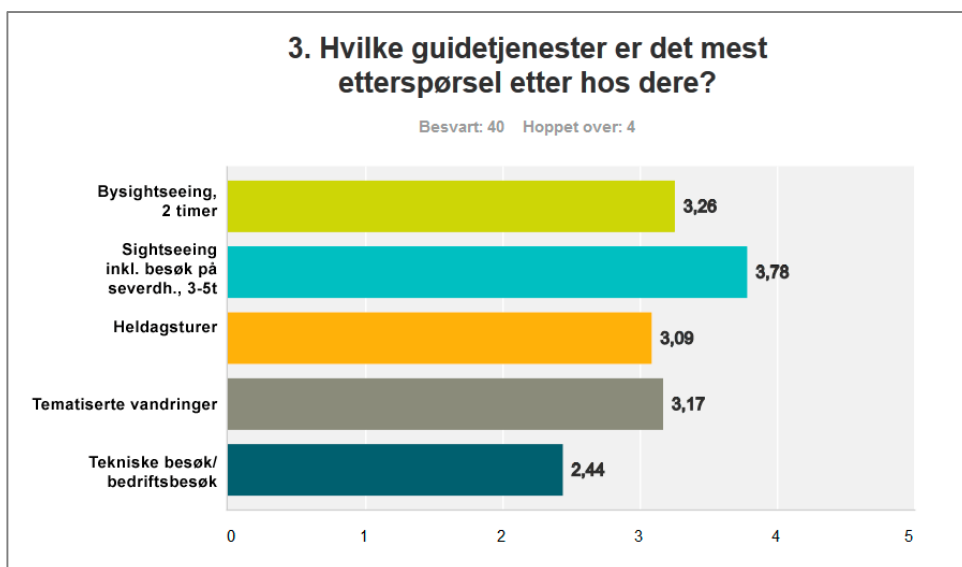
Hvilken rolle har du i forbindelse med bruk av guidetjenester? (Bare ett kryss for hovedvirksomhet)		
	Antall	%
Busselskap	1	2 %
Cruiseagent	2	5 %
Destinasjonsselskap	18	41 %
Incoming turoperatør	6	13 %
Kurs-, konferanse-, eventarrangør (MICE)	2	5 %
Rederi	2	5 %
Reisebyrå	0	0 %
Turoperatør	2	5 %
Guideselskap	5	11 %
Annet	1	2 %
Ikke svart	5	11 %
Totalt	44	100 %

Tabell 3 – Rolle ved bruk av guidetjenester

De kommersielle aktørene utgjør ca. 60 % og Destinasjonsselskapene 40 % av dem som svarte. Det er nærliggende å anta at bedriftene er kjøpere av guidetjenestene og destinasjonsselskapene primært formidler. I tillegg til de gitte svaralternativene svarte to at de er aktivitetsselskap og en svarte DMC, (Destination Management Company).

3.3 Hvilke guidetjenester etterspør markedet?

På spørsmål om hvilke guidetjenester som etterspørres, fordelte svarene seg som det framgår på figuren nedenfor, (skala 1- 5 med 3 som middeltall).



Figur 1 – Mest etterspurte guidetjenester

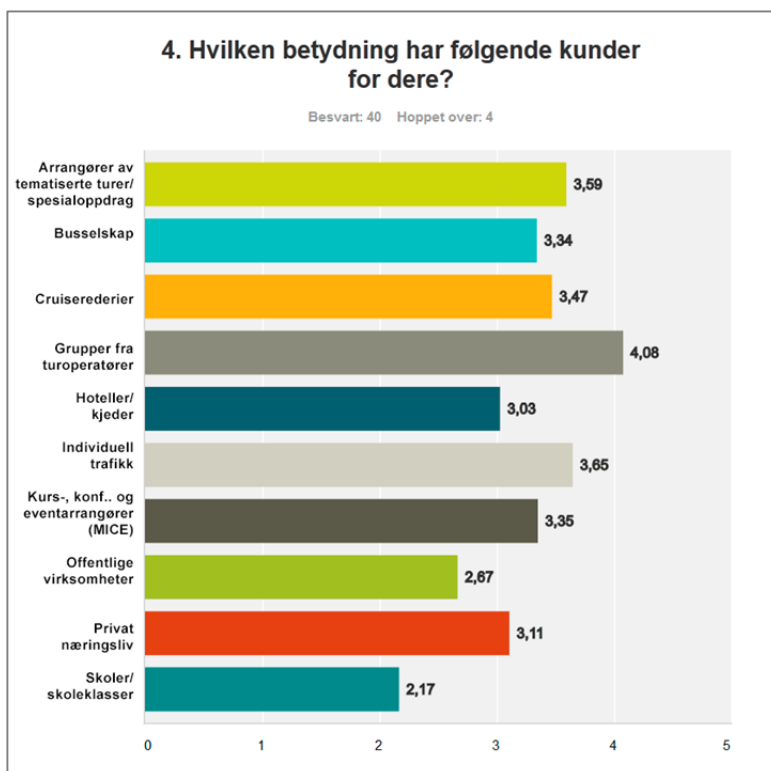
Det er størst etterspørsel etter «Sightseeing som varer i 3-5 timer med innlagte besøk på severdigheter», etterfulgt av «Bysightseeing på 2 timer». Så følger «Tematiserte vandringer» og «Heldagsturer». Det er minst interesse for «Tekniske besøk/bedriftsbesøk».

På det åpne spørsmålet om etterspørselen for «Annen type guiding» ble følgende tilbud oppgitt 1-2 ganger:

- Båtturer
- Elgsafari
- Fjellturer
- Fjordcruise
- Fuglesafari
- Havfisketurer
- Incentiveturer over flere dager
- Jaktsafari
- Kajakturer
- Korte opplevelser (1-2,5 t.) tilknyttet konferanser på hotell
- Naturopplevelser hele året
- Nordlysguiding
- Rafting
- Sykkelturer
- Trugeturer

3.4 Hvilke typer av kunder har størst betydning?

På dette spørsmålet var det gitt 10 forhåndsdefinerte svaralternativer. (Skala 1 – 5, med 3 som middeltall).



Figur 2 – Typer av kunder

«Grupper fra turoperatører» får høyest skår med 4,06 etterfulgt av «Individuell trafikk, (3,65,) og «Arrangører av tematiserte turer/spesialoppdrag», (3,59). «Skoleklasser» og «Offentlige virksomheter» har mindre betydning for de 38 av respondentene som svarte på dette spørsmålet

Andre kommentarer:

- Hurtigruten - svært stor betydning
- Presse/Media/Visningsturer
- Internasjonal media

3.5 Antall oppdrag og guider

Hvor mange guideoppdrag har dere bestilt / formidlet i 2012?		
	Antall	%
0 – 19	12	27 %
20 – 49	10	23 %
50 – 100	3	7 %
101 – 500	4	9 %
Over 500	10	23 %
Ikke svart	5	11 %
Totalt	44	100 %

Tabell 4 – Antall guideoppdrag i 2012

Det er store variasjoner i antall oppdrag; halvparten av respondentene har bestilt/formidlet mindre enn 50 oppdrag, mens 10 svarer mer enn 500. Samlet har respondentene bestilt/formidlet nærmere 7 000 oppdrag, (basert på gjennomsnittsberegninger). Det finnes ingen nasjonal oversikt over antall guider i Norge. Norges Guideforbund anslår at det ligger på mellom 1000 til 2000 personer.

3.6 Guidekapasitet



Figur 3 – Guidekapasitet til ulike kundegrupper

En av problemstillingene man ønsket å få bedre kunnskap i denne undersøkelsen er om det virkelig er mangel på guider slik både brukerne av guidetjenester og Norges Guideforbund har antydnet. Resultatene viser at dette ikke oppleves som et problem blant respondentene. Kapasiteten til alle typer guideoppdrag vurderes som tilfredsstillende, (skår over 3), og for flere oppdrag som fra «Hoteller/kjeder», «Offentlig virksomhet» og «Skoleklasser» vurderes kapasiteten som bra (skår 4).

Har det vært dager i 2012 der det ikke har vært mulig å skaffe nok guider?		
	Antall	%
Ja	16	36 %
Nei	22	50 %
Ikke svart	6	14 %
Totalt	44	100 %

Tabell 5 – Mangel på guider

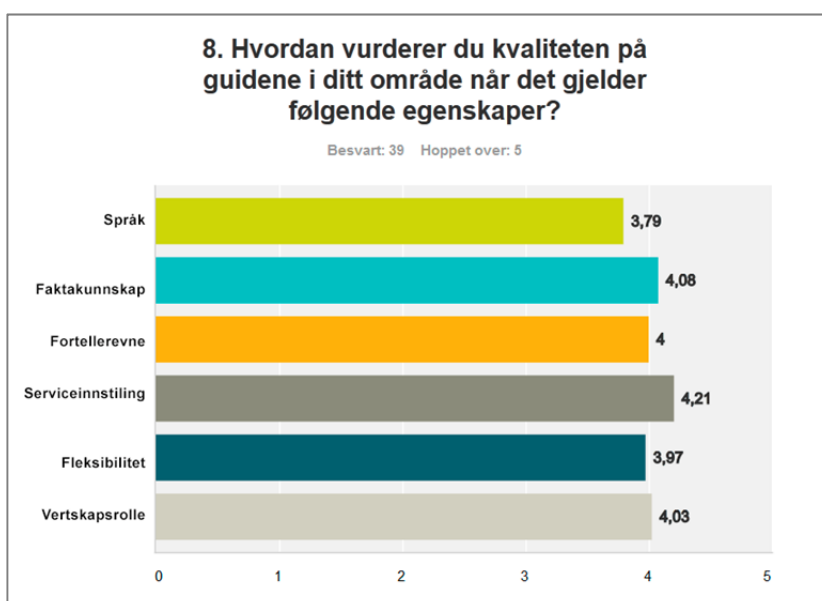
I tabellen over svarer 16 at det har vært dager i 2012 der det ikke har vært mulig å skaffe nok guider. Ser man imidlertid på svarene i spørsmålet nedenfor om hvor mange ganger dette har skjedd, viser svarene at de fleste, (14 av 16) bare har opplevd dette mellom 0 - 5 ganger.

Hvis "Ja", hvor mange ganger har dette skjedd?		
	Antall	%
0 – 5 ganger	14	32 %
6 – 10 ganger	1	2 %
11 eller fler	1	2 %
Ikke svart	28	66 %
Totalt	44	100 %

Tabell 6 – Dager i 2012 uten nok guider

3.7 Guidekvalitet

På spørsmål om hvordan respondentene vurderte kvaliteten på guidene i sitt område fordelte svarene seg som vist i figuren nedenfor, (skala 1-5).



Figur 4 – Kvaliteten på guider

Her får alle gitte egenskaper bare positive tilbakemeldinger; svarene ligger godt over middeltallet på 3. Meste fornøyd er man med Serviceinnstillingen som skårer 4, 21 og lavest for språk med 3,79.

Andre kommentarer:

- Vi bruker kun sertifiserte guider
- Enkelte språk kan være vanskelig å skaffe på visse dager
- Det finnes bare 2 utdannede guider her, og begge har egentlig fast jobb, dvs er lite fleksible
- Dette er svært individuelt fra guide til guide
- Helt umulig å svare på... vi har så mange "områder" i Norge og Skandinavia

3.7.1 Sertifisering

Tabellen nedenfor viser svarene på spørsmål om viktigheten av å benytte sertifiserte guider.

Er det viktig for dere å benytte sertifiserte guider?		
	Antall	%
Ja	26	59 %
Nei	13	30 %
Ikke svart	5	11 %
Totalt	44	100 %

Tabell 8 – Viktighet av sertifisering

Her svarer 26 av de 39 som svarte, (2 av 3), at det er viktig for dem å benytte sertifiserte guider. Til tross for at det ikke er en nasjonal sertifiseringsordning i Norge, viser svarene at kvalitetssikringsordninger vurderes som nyttige og viktige.

Andre kommentarer:

En gjennomgang av svarene til de 21 som svarte på det åpne spørsmålet om «hvorfor/hvorfor ikke» det er viktig å benytte seg av sertifiserte guider kan grupperes som følger:

Hvorfor er det viktig å benytte sertifiserte guider:

- Kvalitetssikring, for å vite at de kan levere
- Guiden er 80 % av opplevelsen
- Guiding bør holde en viss kvalitet, som krever utdanning og kontroll av kunnskaper
- Kvalitet, yrkesstolthet, lokal tilhørighet over tid, kunnskap
- Viktig for oss å vite at de har gode nok kunnskaper og er serviceinnstilte

Hvorfor er det ikke viktig å benytte sertifiserte guider:

- Så lenge de kan det som kunden ønsker, trenger de ikke være sertifiserte for våre behov
- Viktigst er guidens kunnskap og formidlingsevne i forhold til målgruppe
- Vi sertifiserer /lærer opp selv (2)
- Kan være flinke uten å være sertifiserte
- Finnes ingen ordning, nasjonalt eller i vårt område (5)

Når de 21 svarene er nærmere analysert, viser det seg at 16, (vel 75 %), anser sertifisering som viktig og bare 5 at det ikke er viktig. 5 andre som svarte at det ikke er viktig med sertifisering, har i sine kommentarer begrunnet dette med at det ikke finnes en nasjonal sertifiseringsordning i Norge. De har derfor forklart hvorfor de ikke benytter sertifiserte guider, men ikke tatt stilling til om det er viktig med sertifisering eller ikke.

3.7.2. Evaluering

Her var spørsmålet om man evaluerer guidene.

Driver dere noen form for evaluering av guidene som benyttes?		
	Antall	%
Ja	21	48 %
Nei	15	34 %
Vet ikke	4	9 %
Ikke svart	4	9 %
Totalt	44	100 %

Tabell 9 – Evaluering av guider

Av de 36 som svarte «Ja» eller «Nei» på dette spørsmålet, bekrefter nærmere 60 % at de har et opplegg for evaluering av guidene.

Nedenfor er kommentarene fra det åpne spørsmålet om hvordan evalueringen skjer.

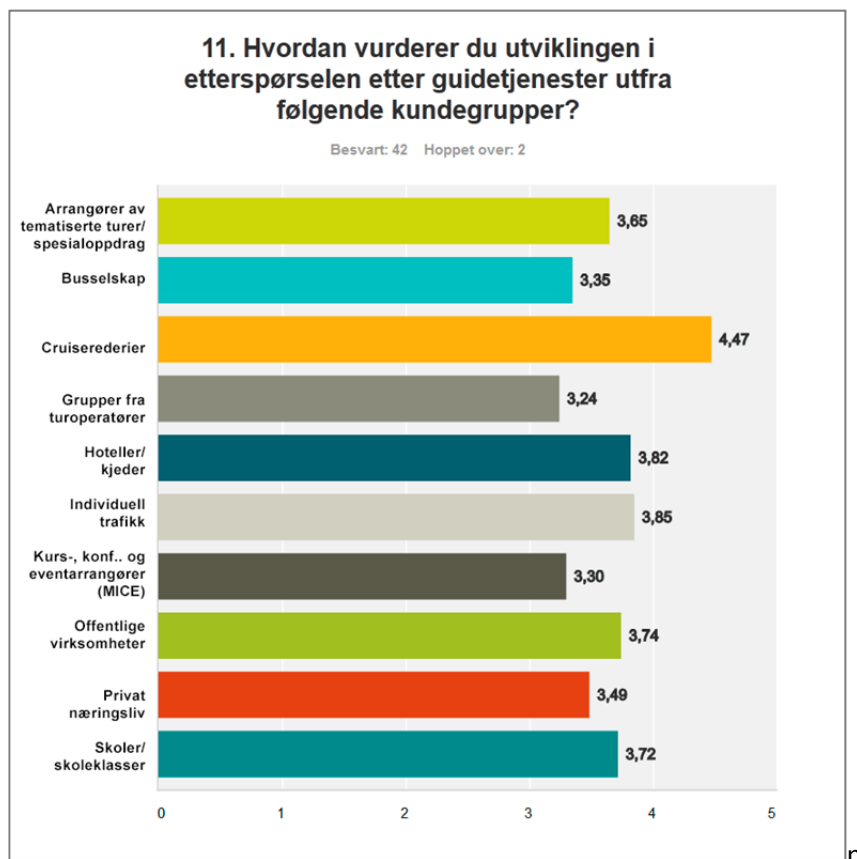
- Ved å være med på turer og spørreundersøkelser
- Spørreundersøkelse, tester
- Intern evaluering, samt med kunde (telefon og e-post)
- Kurs med eksamen
- Godkjent Norsk Økoturisme
- Egen " feeling "
- Kjenner dem personlig
- Medlemmer i Norges Guideforbund som har bestått guideeksamen godkjent av NGF
- Tilbakemelding fra gruppen som har benyttet guiden
- Ikke systematisk. Kun basert på kundetilbakemeldinger og egne observasjoner
- Avlagt prøve/eksamen
- Guidene evalueres fortløpende av våre kunder. Spesielt på cruise og hurtigruten.
- Vi spør kunden
- Er med selv og gir tilbakemelding til guidebyråene
- Tilbakemelding fra våre kunder
- Kjøper kun av guidebyråer
- Guider med bestått eksamen i henhold til Oslo kommunes krav for godkjenning som Oslo-guide.
- Kort evaluering etter hvert gruppeoppdrag

4 Del 2. Framtidens behov for guidetjenester

4.1 Etterspørsel

4.1.1 Utvikling i forhold til kundegrupper

Her er de samme 10 alternativene benyttet som i fig. 2 «Dagens kunder» for å få fram synspunkter på utviklingen.



Figur 5 – Framtidig etterspørsel fra ulike kundegrupper

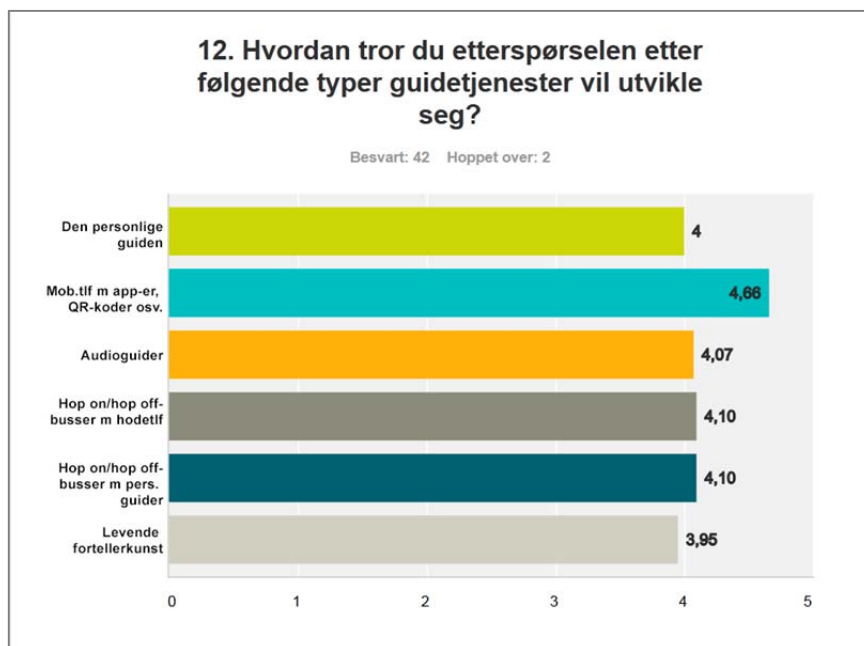
Utviklingen i etterspørselen etter guidetjenester vurderes som relativt høy for alle de gitte svaralternativene. Det er «Cruiserederiene», (skår 4,47), som vurderes til å ha den mest positive utviklingen, etterfulgt av «Individuell trafikk», (3,85), og «Hotell/kjeder», (3,82). Her er imidlertid marginene små i forhold til de andre kundegruppene. I forhold til spørsmålet om hvilke av dagens kunder som har størst betydning, (jfr. Fig. 2, side 6), vurderes den største veksten i framtiden å komme fra «Skoleklasser» fra 2,17 i dag til 3,72 og «Offentlige virksomheter» fra 2,67 til 3,74. «Cruiserederier» som er av vel middels betydning i dag med en skår på 3,47, forventes som nevnt over til å øke til 4,47 og innta rollen som den mest betydningsfulle av alle grupper. Størst nedgang antas å komme fra «Grupper fra turoperatører» fra 4,06 i dag til 3,24 i framtiden.

Andre kommentarer

- Hurtigruten - som nå
- Internasjonal media på reportasjebesøk

4.1.2 Etterspørsel av typer av guidetjenester

Formålet med dette spørsmålet var å få fram synspunkter på utviklingen av digitale løsninger for guidetjenester kontra den personlige formidlingen.



Figur 6 – Framtidig etterspørsel etter typer av guidetjenester

Respondentene er samstemte i at mobilteknologi med bruk av App'er og QR-koder får svært stor betydning, (skår 4,66), men også de andre oppgitte alternativene skårer høyt, litt under/over 4.

Andre kommentarer:

- Vi tror bruken av levende guide med "transmitter" og gjester med "receiver" hvor guiden kan snakke med normal stemme og gjestene hører alle like godt vil øke.

4.2 Høyere pris for personlige guidetjenester?

Dette spørsmålet skal avklare i hvilken grad man er villig til å betale noe ekstra for den personlige guidetjenesten

Vil dere i fremtiden være villige til å betale en høyere pris for den personlige guidetjenesten i forhold til digitale løsninger?		
	Antall	%
Ja	26	59 %
Nei	4	9 %
Vet ikke	11	25 %
Ikke svart	3	7 %
Totalt	44	100 %

Tabell 10 – Høyere pris for personlig guiding

Bare 4 respondenter er direkte negative til å betale mer for en personlig guidetjeneste; flertallet er positive eller er usikre. I tabellen på neste side kommer svarene på hvor mye ekstra man er villig til å betale.

Dersom man svarte «Ja» til å betale mer for den personlige guidetjenesten var oppfølgingsspørsmålet hvor mye:

Hvor mye mer er du villig til å betale for personlig guidetjenester		
	Antall	%
Inntil 20 % mer	16	29 %
Mellom 20 - 50 % mer	8	15 %
Over 50 % mer	1	2 %
Ikke svart	19	54 %
Totalt	44	100 %

Tabell 11 – Hvor mye mer vil man betale for personlig guiding

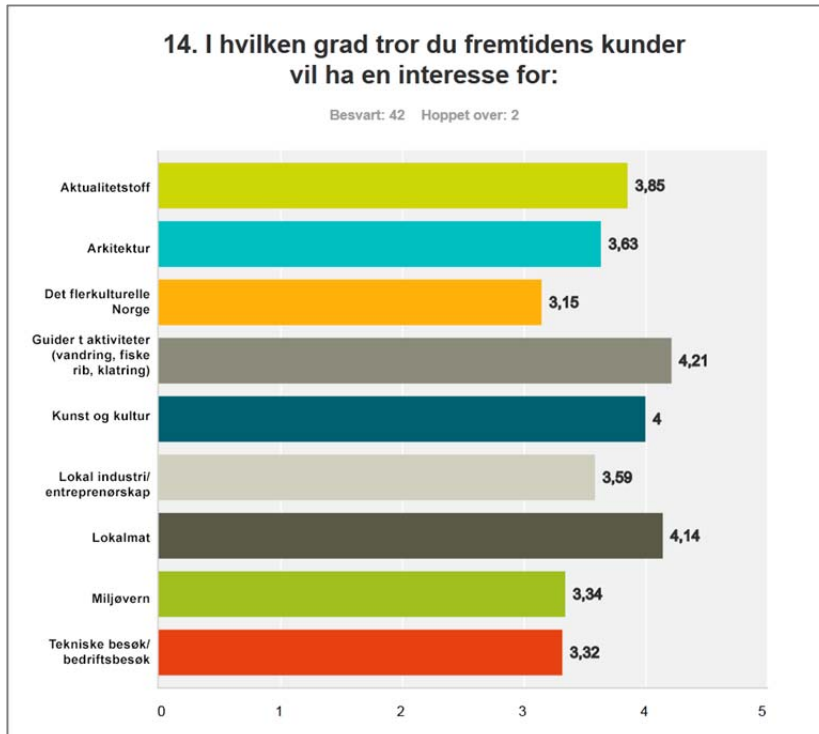
Av de 25 som svarte på dette spørsmålet var det 16, (vel 60 %), som var villige til å betale inntil 20 % mer, mens 8, (32 %), var villige til å betale mellom 20 - 50 % mer. Et par av dem som ikke var villige til å betale mer for personlige guidetjenester hadde følgende begrunnelse for dette:

- Norge er det dyreste landet i verden
- Avhenger av tilgjengelige digitale løsninger

Andre kommentarer:

- Som guideformidler håper vi at markedet forsetter å sette pris på den personlige guiden med god formidlerevne, og er villige til å betale litt mer for det.

4.3 Hvilke tema vil interessere kundene?



Figur 7 – Framtidig interesse fra kundenes side

Respondentene mente at det ville være interesse for alle de oppgitte temaene. Størst ble interessen vurdert til å være for «Aktiviteter» (4,21) – vandring, fiske, rib, klatring, «Lokalmat» (4,14) og «Kunst og Kultur» (4,0).

Andre forslag til tema:

- Lokalbefolkning - besøk i private hjem. Lokale forhold, hva lever de av her?
- Nærkontakt med "det ekte Norge", opplevelser som føles autentiske og ekte

4.4 Bærekraftige guidetjenester

Bærekraftbegrepet er mye brukt også i reiselivet, men er det viktig for kjøpere/formidlere av guidetjenester å kunne tilby «Bærekraftige guidetjenester» og hva legger de i begrepet?

Er det viktig for dere å kunne tilby «bærekraftige guidetjenester»?		
	Antall	%
Ja	23	52 %
Nei	4	9 %
Vet ikke	15	34 %
Ikke svart	2	5 %
Totalt	44	100 %

Tabell 12 – Bærekraftige guidetjenester

Av de 27 som har svart «Ja» eller «Nei» på dette spørsmålet er det bare 4 som mener at det ikke er viktig å kunne tilby «Bærekraftige guidetjenester». Mange er usikre for hele 15 har svart «Vet ikke». Svarene på det åpne spørsmålet, til dem som svarte «Ja» til at det er viktig å kunne tilby «Bærekraftige guidetjenester», tyder på at flere har god kunnskap om dette, mens andre er usikre i forhold til selve begrepet.

- Bærekraftig både økonomisk og miljømessig.
- Økonomisk, miljømessig, sosialt
- Ja, si det?
- Guider med lokalkunnskap og forankring i lokalmiljøet
- Vi liker å kunne tilby vandreturer, og likeledes kan det være bra at eventuell transport er miljøbevisst.
- Solid kvalitet; pålitelig og tilgjengelig (dvs. enkelt å hyre inn)
- Økonomi-miljø- lokal tilknytning
- Guider drillet på vertskap og formidlingsevne - kompetanse!
- Hva legger man i dette begrepet??
- Kunnskapsrike, lokalkjente og serviceinnstilte guider, som kan levere det gjestene betaler for. For vår del har vi krav om at guidene skal kunne norsk og ha bosted i Norge.
- Tjenester som løfter stedet som blir besøkt. Er gode på gjenkjøp.
- Kunnskapsrike, troverdige guider -til konkurransedyktig pris

4.5 Tilgang til online bookingsystem for guidetjenester

Innledningsvis var spørsmålet om man har tilgang til et online bookingsystem

Har bedriften tilgang til et online bookingsystem for bestilling av guidetjenester?		
	Antall	%
Ja	11	25 %
Nei	31	71 %
Vet ikke	1	2 %
Ikke svart	1	2 %
Totalt	44	100 %

Tabell 13 – Online bookingsystem

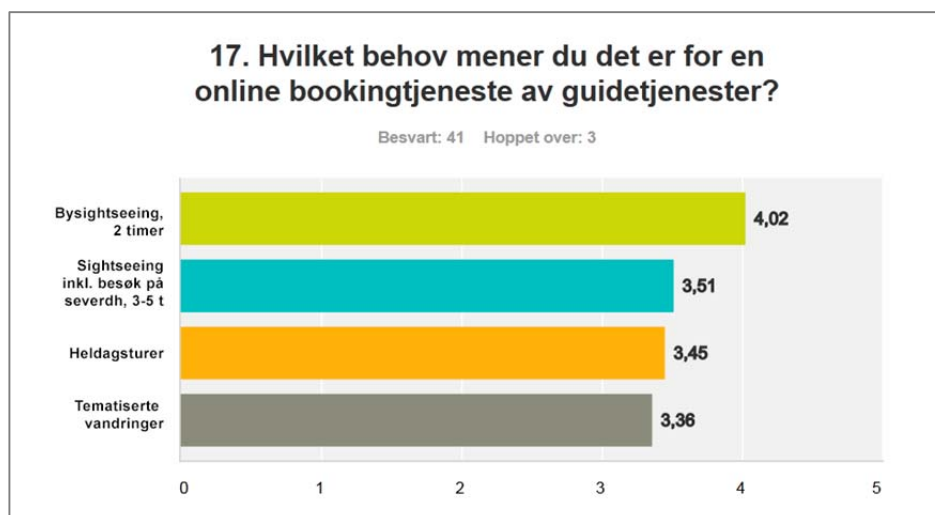
Bare 11, (25 %), bekreftet at de har en digital løsning for bestilling av guidetjenester. En gjennomgang av svarene til dem som svarte «Ja» viser at andelen er lavere da flere har nevnt løsninger som ikke er digitale/online; som f.eks. e-post eller systemer som pt ikke har funksjonalitet for guidebooking internt/eksternt (i sanntid).

Hvis "Ja", hva slags system har dere? (Navn, leverandør, egenutviklet el. lign.)

- Travius (2)
- CityBreak (2)
- TellusGuestMaker (2)
- Egenutviklet gruppebookingsystem med guiding på skjerm og høyttaler med valg mellom 16 forskjellige språk.
- Egenutviklet system (2)

4.5.1 Behov for online booking

I figuren nedenfor er svarene på spørsmålet om det er behov for en online booking av guidetjenester, og evt. hvilke av tjenestene.



Figur 8 – Behov for online bookingtjeneste

De fleste mener det er størst behov for en bookingløsning for «2 timers bysightseeing», (skår 4,02), men også for de andre gitte alternativene er interessen over middels.

Andre kommentarer:

På det åpne spørsmålet om hvilke andre typer guiding det kunne være behov for online bookingtjenester, (inkl. for aktiviteter og opplevelser) kom det følgende kommentarer:

- Havfisketurer, safari
- Alle typer friluftaktiviteter / opplevelser
- Kombinasjon båt + guide + natursafari + technical visits.
- Kommentar: informasjon på nett er superviktig uansett, bookingmuligheter en stor pluss
- Individuelle gjester

4.6 De største utfordringene for framtidens guidetjenester

På dette åpne spørsmålet om hva man mener er de største utfordringene når det gjelder framtidens guidetjenester i Norge kom det mange gode og innsiktsfulle kommentarer fra hele 33 av de 44 som svarte. Mange av kommentarene viser at den tilsynelatende tilfredsheten i svarene i Figur 4 Kvaliteten på guidene, (side 4), ikke er representativ når det gjelder utfordringene i framtiden.

1. At de personlige guidene blir erstattet med elektroniske løsninger er synd. Men noen utviklingsprosesser kan man ikke endre. Enkelte aktører vil nok oppleve utfordringene med å tilpasse seg og ta de kostnadene i en startfase ved å innføre og vedlikeholde elektroniske løsninger.
2. At lokale og regionale reiselivsaktører blir flinkere til å bruke guidene som er tilgjengelige i området. At turoperatører er villig til å betale for tjenesten
3. Det blir viktigere å kunne tilby elektroniske guidemuligheter og dette er krevende og dyrt å utvikle for at kvaliteten skal bli god nok
4. Det er i dag ikke et yrke i Norge, ergo ingen (meget få) som vil satse på dette som hovedinntektskilde. Det gjør at Norge forblir de «evige amatører» innen guiding.
5. Det gode og ekte vertskapet, med profesjonalitet og kvalitet i bunn.
6. Dyrt og for liten tilgang. For uforutsigbar booking / antall
7. Ekte opplevelse, personlig kontakt
8. Færre og færre nordmenn ønsker å jobbe som guide. Vanskelig å rekruttere og utdanne nok guider for å klare toppene i høysesong. Sesongarbeid gjør at man har stor gjennomtrekk
9. Få nok guider på mange språk. Innfør enkel kursordning - tilbud i hele landet
10. Kan fort blir for dyrt for gjestene.
11. Konkurransedyktighet på pris - uautoriserte guider benyttes i stor grad
12. Obligatorisk bruk av autoriserte guider bør innføres
13. Kundens betalingssevne/-vilje; eksempelvis bussoperatører, også norske som ikke vil betale for personlig guiding og heller ikke har utstyrt sine sjåførere med smarttelefoner for nedlasting og bruk av guide på App. Med norsk kostnadsnivå vil færre turoperatører betale for guidetjenester, kun helt spesielle ting der utstyr og fare inngår. I distrikta: ingen kan leve av guiding, må få til kombinasjoner med annen inntekt fra reiseliv for å få kvalitet og kompetente guider.
14. Kvalitet, kapasitet, språk, stort nok kunnskapsområde (4)
15. Mangel på tilbud av flerspråklige guider i vårt område, spesielt asiatisk og østeuropeisk
16. Nok lokalkunnskap, og å finne rette «typer» til å guide.
17. Opprettholde kvalitet og kvantitet. Våre mindre destinasjoner sliter nok med dette og det blir derfor behov for å flytte guider fra andre destinasjoner. Dette gjør tjenesten kostbar og kvaliteten går ned grunnet mindre kunnskap og tilknytning til destinasjonen.
18. Prisen og servicenivået. En guide forteller ikke kun om historie og fakta. En guide er en serviceperson

19. Prissetting og utdanning av nye guider
20. Rekruttering
21. Rekruttering av nye og yngre guider, mange av de «gamle» kan sin historie, men de fleste er ikke så gode på språk. Markedsføre tilbudene.
22. Ser man på guidetilbudet i Norge, spesielt for cruiseskip, er det en utfordring å skaffe de ønskede fremmedspråkene på hvert lite sted. Utfordringen er også å utdanne guider på småsteder til en sommerjobb som er såpass flyktig og usikker.
23. Skaffe nok guider
24. Skaffe nok til topp dager
25. Språk og gode kunnskaper om Norge, samfunn, politikk etc.
26. Store sesongvariasjoner i forhold til etterspørsel/ tilgjengelighet utenfor de store byene. Systematisert rutine for vedlikehold og oppdatering av kunnskap. Bevisstgjøring rundt vertskapsrollen og kvalitetssikring, da guiden ofte er viktigste kontaktpunkt for tilreisende
27. Tilgang på språkmektige, kunnskapsrike og fleksible guider som både behersker buss og naturguiding. Viktig at guidene får nok oppdrag og får vedlikeholdt sine kunnskaper, spesielt på små destinasjoner.
28. Tilpasse seg teknologien
29. Vanskelig å få det til å være en full jobb. Veldig sesongbetont. Ender opp med mye pensjonister pluss studenter i ferietiden. Stor utskifting.
30. Å få tak i guider på ulike og "eksotiske" språk i "tunge" turistdestinasjoner som har lite befolkningsgrunnlag. Kan ofte være en mindre bygd men med hundretusenvis av turistbesøk.
31. Å ha nok med kvalifiserte guider. Kvalitet i guiding (i dag brukes gjerne hvem som helst, det finnes mye dårlig guiding). Opplevelser og aktiviteter knyttet til tur/guidetilbud.
32. Å opprettholde kvaliteten på guider, grunnet at det er billigere å hente inn kortsiktige utenlandske sommerarbeidere som bare blir en sommersesong. Språk er en utfordring, men mye kan gjøres lokalt for å få innflyttere eller folk med lenger utenlandsopphold til å guide. Pr. i dag er det oppdragsmengden på språk som italiensk, spansk, kinesisk, japansk og russisk stor nok til at det vil lønne seg utdanne seg til guider.
33. Å skaffe engasjerte guider som både kan språk (gjørne lokale), samtidig som de klarer å sette seg inn i norsk kultur/religion og at de innehar samfunnsengasjement

4.6.1 Oppsummering utfordringene

En nærmere analyse og gruppering av de mange utfordringene som nevnes i kommentarene over tilsier at det kan være viktige å vurdere tiltak på følgende områder:

1. Å sikre høy og relevant kompetanse og kvalitet på norske guidetjenester. I dette inngår utviklingen av en nasjonal sertifiseringsordning
2. Å få på plass gode opplærings-/utdanningsordninger tilpasset både reiselivsnæringen og de besøkendes behov. I dette inngår også utarbeidelse av e-læringsmoduler
3. Mangel på online bookingløsninger
4. De konsekvensene sesongarbeid og lav inntekt har for kvaliteten og rekrutteringen av guider
5. Mer fokus på markedssegmentene for cruise, aktiviteter- og kulturopplevelser

4.7 Utviklingsprosjekt for guidetjenester

Ett av formålene med undersøkelsen var å kartlegge interessen for et felles utviklingsprosjekt dersom resultatene viste at tilgangen på kvalifiserte guider ikke er god nok.

Er dere interessert i at Virke søker Innovasjon Norge om deltakelse i neste fase i deres Bedriftsnettverk.		
	Antall	%
Ja	25	57 %
Nei	14	32 %
Ikke svart	5	11 %
Totalt	44	100 %

Tabell 14 – Behov for utviklingsprosjekt

25 av de 39, (64 %), som svarte på dette spørsmålet bekreftet at de kunne være positive til å delta i et felles utviklingsprosjekt forutsatt at de fikk mer informasjon om innhold og kostnader.

De som svarte «Nei» på dette spørsmålet ble bedt om å begrunne hvorfor:

- Vi driver egen opplæring, kurs, bedriftsbesøk, etc. Vi er pga språk og geografisk plassering avhengig av utenlandsk arbeidskraft for å kunne levere i høysesongen og ellers i året. Lokalt er det meget få med de språklige kombinasjonene vi har behov for. Vi ansetter i all hovedsak guider som er flerspråklige (3-5 språk). Vi kjører ofte turer med opp til 2 og 3 språk. I tillegg gir det våre ansatte flere oppdrag og større inntjening.
- Vi bruker i svært liten grad "levende guider" på våre fartøyer, det heller mer mot det digitale hos oss, på skjermer, på hodetelefoner, app. osv.
- Som privat konsern har vi gode og funksjonelle guideløsninger for egne bedrifter.
- Tiden strekker ikke til (2)
- Er annet prosjekt på gang i vårt fylke
- Som destinasjon er vi verken direkte guidekunde eller har økonomi til å være med i et prosjekt, men ser behovet. NB store forskjeller mellom by og distrikt i utfordringer og behov.
- Som privatperson med guideutdannelse og med tanke på regionen er jeg svært interessert i å videreutvikle guidemuligheter/guideutdannelse i regionen. Tror bare ikke at arbeidsgiver er så veldig opptatt av det, siden vi utdanner våre egne guider.
- Vi benytter kun autoriserte guider, og er fornøyd med det, selv om servicegraden med fordel kan økes
- Vi lar guidebyråene stå for denne tenkningen - de får direkte feedback fra inomingoperatørene
- Vi foretrekker å utvikle et bedriftsinternt guidenettverk på vår destinasjon