

## Turisme i nordområdene

Utarbeidet av forskningsselskapet  
Ocean Futures for NHO

### Innhold

- Innledning
- Om turisme
- Internasjonale trender i reiselivsnæringen
- Reiseliv i nordområdene
- Norsk reiselivsnæring
- Reiselivsnæringen i Nord-Norge
- Nord-Norges posisjon og fremtidige muligheter
- Turisme på Svalbard
- Russisk reiselivsnæring
- Reiselivsnæringen i Nordvest-Russland
- Hemmende faktorer for turistnæringen

### Innledning

Reiselivsnæringen er globalt sett en næring i kraftig vekst, og det råder en stor optimisme både i Norge og internasjonalt. Også i nordområdene er optimismen stor, og mange ser et stort turistpotensial for denne regionen. Dette paperet drøfter hva turisme er, og ser nærmere på noen trender i internasjonalt reiseliv. Generelle trekk ved Barentsregionen blir drøftet, men fokuset er reiselivsnæringen i Norge og Russland.

### Om turisme

Mot slutten av 1700-tallet ble det utbredt for overklassen å reise på landet eller til utlandet for atspredelse og rekreasjon. Ordet “turist” stammer fra denne tiden, og betyr nettopp “en som reiser og oppholder seg hjemmefra for rekreasjon og nytelses skyld”. I dag inkluderes ofte reiser og opphold i arbeidssammenheng inn i turisme-begrepet<sup>1</sup>. En kraftig økonomisk utvikling og fremveksten av middelklassen ga kimene til den masseturismen vi kjenner i dag<sup>2</sup>.

Man deler ofte denne generelle definisjonen av turisme opp i ulike undertyper. Det finnes mange måter å gjøre dette på, og en gjør dette

ut i fra formålet for- og organiseringen rundt reisen. Noen viktige *formålsbaserte* undertyper er<sup>3</sup>:

**Naturturisme.** Her er hovedformålet å betrakte naturen i all sin mangfoldighet, alt fra landskap, dyr, naturfenomener, klima osv. Ofte kombineres dette med jakt og fiske.

**Kulturturisme.** Det mest sentrale formålet her er å betrakte kulturuttrykk, både historiske og nåtidige. Det kan være alt fra ruiner, museer, historiske steder til folkegrupper og musikk. Også grupper som reiser for å være med på tilstelning i form av konserter, skuespill, festivaler, sportsarrangement etc. inkluderes gjerne i denne undergruppen.

**Forretningsturisme.** Hovedformålet her er å gjøre forretninger med kunder og partnere på et annet sted enn der man bor – eller reise til et sted for en konferanse. Denne virksomheten utgjør en vesentlig del av det totale antall gjestedøgn og reiser – spesielt til sentrale områder.

Noen viktige *organiseringsbaserte* undertyper er:

**Helseturisme.** Her er hensikten å få en behandling for et helsemessig “problem” den reisende har. Denne typen turisme innbefatter spa, retreatter og kursteder etc.

**Sportsturisme.** Her er det meningen å få utøvet en spesiell aktivitet. Dette kan innbefatte alt fra alpint, dykking, seiling, golf, klatring etc.

**Militærturisme.** Her er hensikten å få delta på militære aktiviteter, slik som skyting med forskjellige våpen, kjøring av militære kjøretøy og fartøy etc. Dette er en form for turisme som bl.a. har blomstret opp i en rekke tidligere sovjetstater.

**Økoturisme.** Det finnes et vidt spekter av definisjoner og bruk av dette ordet, og mange bruker denne merkelappen kun som et markedsføringsgrep. The International Ecotourism Society mener at økoturisme må inkludere følgende prinsipper:

At man minimerer den menneskelige påvirkning av miljøet, og skaper en kulturell og økologisk oppmerksomhet og respekt rundt destinasjonen. Videre at man skaper en positiv opplevelse både for besøkende og vert, og at man danner en økonomisk base både for å bevare naturen, den lokale kulturen og lokalsamfunnet. Internasjonale menneske- og arbeidsrettigheter må også følges. Som regel foregår økoturisme i områder med en særegen natur. Måten oppholdet og aktiviteter er organisert på er imidlertid det som kan skille økoturisme fra naturturisme<sup>4</sup>.

**Cruise-turisme.** Her er hensikten å reise med et skip, og å ha dette som utgangspunkt for kortere turer og opplevelser. Cruise går både på elver, innsjøer og i havet.

## Internasjonale trender i reiselivsnæringen

Reiselivsnæringen er nå en næring i jevn internasjonal vekst. Den er i stor grad styrt av konjunkturer, ikke minst av utviklingen i den internasjonale økonomien. Internasjonalt fikk bransjen en nedgang etter terroranslagene i USA i 2001.

Nå er imidlertid trenden snudd. Ifølge "Verdens reise- og turistråd" (WTTC) kom det et omslag i 2004. Den anslår en vekst i bransjen på 5,4 prosent i 2005, og en videre årlig vekst på 4,6 prosent i ti år. Veksten er antatt å være lavere i Europa enn i resten av verden<sup>5</sup>.

WTTC spår også en markant endring i etterspørsel og atferd hos de reisende de neste 10 årene. De viktigste endringene de tror kommer er:

**Reiser vil bli kortere, men stige i antall.** Det globale reiseforbruket vil øke mer enn annet forbruk.

**Folk blir mer reisevante.** Reisepakker må i større grad skreddersys, og individuelle reiser vil øke på bekostning av gruppereiser.

**Nye markedssegmenter vil bli store.** Særlig tror man seniormarkedet vil øke, men også familiemarkedet.

**Reiseproduktene skal være lett tilgjengelig.** Etterspørselen etter helhetlige pakker vil bli større, og bruken av Internett for bestilling vil øke<sup>6</sup>.

Dette er trender som reiselivsnæringen i nordområdene må forholde seg til, og som det til en viss grad allerede er lagt klare planer for å møte.

## Reiseliv i nordområdene

Mye og til dels urørt natur er en fellesfaktor for store deler av nordområdene. Mange turister søker ren natur og naturopplevelser, gjerne i kombinasjon med fysisk aktivitet og helse. Det er med andre ord store muligheter for naturturisme, kombinert med sportsturisme og helseturisme i den arktiske regionen<sup>7</sup>.

Det finnes også en rekke severdigheter av historisk og kulturell art i regionen. Flere land, deriblant Norge og Sverige, har arbeidet med å utvikle egne turistveier i nord der kjernen nettopp er kombinasjonen av unik natur og kulturopplevelser. Det har fra flere hold blitt pekt på et stort potensial for et internasjonalt reiselivssamarbeid i regionen. Bl.a. arbeides det for å utvikle internasjonale turistveier som går på tvers av landegrensene<sup>8</sup>.

Potensialet for økoturisme i regionen er også stort. Flere aktører driver med dette i dag, men det har manglet en overordnet sertifisering. Barentsregionens miljøråd har arbeidet for å få på plass en omfattende regional sertifiseringsordning for øko-turisme<sup>9</sup>.

Også cruise-turismen i regionen tar utgangspunkt i unike natur- og kulturopplevelser. Dette er en reisetypen i stor vekst, både i Alaska, Grønland, Norge og Russland<sup>10</sup>. Cruise med atombrevne isbrytere langs den nordlige sjørute og opp mot polpunktet har også hatt en kraftig vekst. For noen kan nok det å kjøre en

atomdrevet isbryter være en motivasjonsfaktor i seg selv. Cruisene vil i så fall kunne sies å ha elementer av militærturisme.

Det militære har spesielt på russisk side lagt beslag på store landområder, ikke minst knyttet til basekomplekset langs kysten av Kolahalvøya. Militære og turistmessige hensyn kommer dermed ofte i konflikt. Det at arktiske cruiseturister har rapportert om stadig tynnere is nær polpunktet er en indikasjon på en av konsekvensene av de klimaendringene man antar kommer i området de neste tiårene. Nye områder vil bli gjort tilgjengelige for turister, og konflikten mellom reiselivsnæringen og det militære vil trolig dermed øke.

## Norsk reiselivsnæring

Den norske reiselivsnæringen stod i 2003 for om lag 5 prosent av den totale norske produksjonen. Næringen sysselsatte om lag 125 800 årsverk, noe som utgjorde ca. 6,4 prosent av den totale norske sysselsettingen. Det samlede bruttoproduktet fra næringen var på om lag 61 milliarder kroner, noe som utgjorde 3,9 prosent av BNP i 2003<sup>11</sup>.

Netto la norske og utenlandske turister igjen om lag 76 milliarder norske kroner i Norge det samme året. Av dette kom om lag 22 milliarder fra utenlandske turister, 37 milliarder fra norske turister og om lag 17 milliarder fra konferanser og forretningsreiser<sup>12</sup>.

De gode internasjonale konjunktorene og økt disponibel inntekt i norske husholdninger gjør at det også i Norge er positive forventninger til sektoren i tiden framover<sup>13</sup>.

## Reiselivsnæringen i Nord-Norge

Turisme er en nøkkelnæring i Nord-Norge, og sysselsetter flere personer enn fiskenæringen og landbruket til sammen. I følge konjunkturbarometeret sysselsetter reiselivsnæringen 21 500 mennesker i Nord-Norge, noe som betyr at om lag hver tiende arbeidstaker arbeider i denne næringen i disse fylkene<sup>14</sup>.

Reiselivsnæringen skaper ofte svært store økonomiske ringvirkninger. Ikke bare gjennom direkte salg av varer og tjenester, men også indirekte gjennom leveranser fra underleverandører og ved at mange av pengene igjen blir brukt til innkjøp i regionen. Regner man med dette, er det antatt at de totale økonomiske virkningene av reiselivet i Nord-Norge var på om lag 12 milliarder kroner i 2004<sup>15</sup>.

### Omfanget av næringen

I 2004 var det 2 518 000 gjestedøgn i Nord-Norge, noe som utgjorde om lag 10 prosent av det totale antallet i Norge. Om lag 64 prosent av gjestedøgnene i Nord-Norge var på hotell, mens resten var ved campingplasser eller i bobiler. Økningen i antall gjestedøgn har vært på beskjedne 1 prosent siden 2000, men det har vært en markant økning i antall overnattinger i bobil. 17,5 prosent av bobilovernattingene i Norge i 2004 fant sted i Nord-Norge.

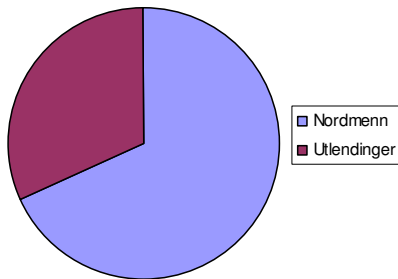
Antall gjestedøgn på hoteller i Nord-Norge, både av nordmenn, utlendinger og i forbindelse med konferanser, sank til dels kraftig mellom 1999 og 2002. Alle disse segmentene viser imidlertid en klar positiv utvikling fra 2003-2004.

Den rene og særegne naturen i Nord-Norge trekker mange turister, og naturturismen står sterkt i hele landsdelen. I tillegg er det gode muligheter for en rekke ulike aktiviteter, og stadig flere sportsturister kommer til landsdelen.

Det var også en kraftig vekst i antall besøkende på de største turistattraksjonene i Nord-Norge. De 10 største turistattraksjonene i Nordland hadde 603 381 besøkende i 2004, noe som er en oppgang på 2,9 prosent fra året før. I Troms hadde de 10 største turistattraksjonene 595 936 besøkende, mens de i Finnmark hadde 404 620 besøkende. Økningen i antall besøkende i 2004 var på 4,2 prosent i Finnmark, mens den for Troms var på hele 15,6 prosent. Her var det byene Harstad og Tromsø som hadde den største økningen<sup>16</sup>.

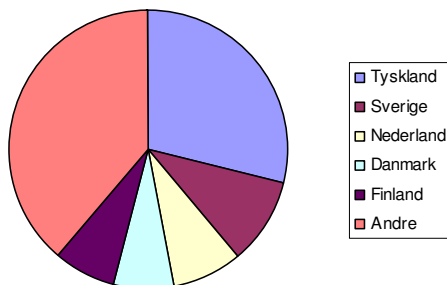
### Hvor kommer turistene i Nord-Norge fra?

Nordmenn er den viktigste turistgruppen i Nord-Norge og i 2004 utgjorde de om lag 68 prosent av den totale reiselivsbaserte omsetningen i landsdelen. Utenlandske turister stod for om lag 32 prosent av den totale omsetningen.



Figur 1: Turistgrupper i Nord-Norge

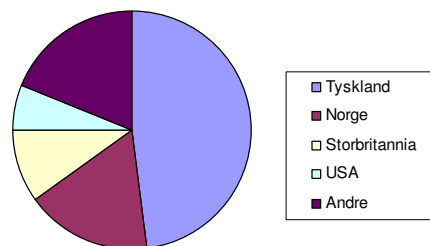
Tyskland er det landet flest overnattende turister i Nord-Norge kommer fra. De utgjorde om lag 29 prosent av de totale utenlandske gjestedøgnene på hotell- og campingplasser i landsdelen. Svensker er den nest største gruppen, med om lag 10 prosent av gjestedøgnene. Videre følger Nederland med 8 prosent av gjestedøgnene, mens danske og finske turister hver stod for om lag 7 prosent av gjestedøgnene. Til sammen utgjorde disse fem nasjonalitetene 61 prosent av gjestedøgnene på hotell og campingplasser i Nord-Norge.



Figur 2: Utenlandske turisternes nasjonalitet 2004

Cruise-turismen er svært viktig for Nord-Norge, og da særlig gjennom Hurtigruta. I

tillegg har en rekke landbaserte arrangementer, servering og severdigheter vokst fram med basis i hurtigrutas anløp. Om lag 48 prosent av de rundreisende med hurtigruta i 2004 var tyskere. 17 prosent av de reisende var nordmenn, 10 prosent var briter og 6 prosent var fra USA. Til sammen stod disse 4 nasjonalitetene for 81 prosent av rundreisene med hurtigruta i 2004<sup>17</sup>.



Figur 3: Rundreisende med Hurtigruta 2004

### Nord-Norges posisjon og fremtidige muligheter

Nord-Norge med reisemålene Nordkapp, Tromsø og Lofoten har en ganske stor tiltrekningskraft i utvalgte målgrupper både nasjonalt og internasjonalt. Hurtigruten assosieres av mange med kyststrekningen i Nord-Norge, og er med på å styrke attraktiviteten av landsdelen. Også sportsfiske og vinteropplevelser har begynt å bli attraktive.

Imidlertid er det et stort kapasitetsoverskudd for de fleste reiselivsproduktene i landsdelen. Mange mener også turistpotensialet for landsdelen er vesentlig større enn omfanget er i dag. Det har vært pekt på flere faktorer for å forklare dette. De viktigste er:

- Mangel på en enhetlig nordnorsk reiselivsstrategi, både produkt- og markedsmessig.
- En utydelig posisjon for Nord-Norge i prioriterte markeder, noe som bl.a. skyldes dårlig koordinering av markedsføringen

- En kort hovedsesong (sommer). Inntjening, kontinuitet og kompetanseoppbygging lider under dette mange steder.
- Historisk dårlig tilgjengelighet i form av høye flypriser. Prisene på fly til Nord-Norge har imidlertid falt kraftig de siste årene.

Reiselivsbedriftenes Landsforening i Nord-Norge satte ned en styringsgruppe for å utarbeide en produkt- og markedsstrategi for Nord-Norge fram til 2010. Denne gruppen la i september 2005 fram et utkast for hvordan man kan styrke det nordnorske reiselivet. Målet er bl.a. en 10 prosent økning i antall gjestedøgn på hoteller og campingplasser i forhold til i dag, og at reiselivsrelatert forbruk i Nord-Norge skal stige til 15 mrd kroner i 2010.

For å oppnå dette anbefaler de å:

- Utvikle og implementere en tydelig, attraktiv, relevant og differensiert profil for Nord-Norge.
- Koordinere og styrke markedsføringen
- Utvikle og organisere nye produkter.
- Bedre distribusjonen av nordnorske reiselivsprodukter.
- Heve kompetansen i næringen.

De ønsker videre å fokusere på Norge, Sverige og Tyskland som primærmarkeder.

Sekundærmarkeder er Frankrike, Finland, Danmark, Nederland, Italia, Spania, Storbritannia, Sveits og Japan. Markeder under utvikling er Russland, Kina og USA.

De anbefaler videre å fokusere 25 prosent av de total markedsressursene på Norge, 50 prosent på de utenlandske primær- og sekundærmarkedene, og 25 prosent på utviklingsmarkedene. Totalt sett beregner de det totale ressursbehovet for å oppnå målsetningene til 205 millioner kroner i året<sup>18</sup>.

Dersom det blir utbygging – og siden utvinning av olje- og gass-felter i Barentshavet – vil dette bringe med seg omfattende kommersiell virksomhet innenfor mange sektorer. En rekke

store nasjonale og internasjonale aktører vil etablere virksomheter i de norske og russiske nordområdene, noe som vil føre til en kraftig økning i forretningsturismen i regionen. Reiselivsnæringen må ta høyde for dette ved å tilpasse tilbudet til forretningsturismen.

## Turisme på Svalbard

Mot slutten av 1980 tallet ble næringspolitikken for Svalbard endret. Man ønsket å opprettholde bosettingen på øya, samtidig som det var usikkerhet knyttet til gruvedriften. I St.mld.50 (1990-91) ble turisme, sammen med gruvedrift og forskning/utdanning definert som basisnæringer for den norske aktiviteten på øygruppen.

Det har vært en til dels kraftig vekst i antall turistbesøk på øygruppen. I 2004 ankom omlag 29 300 personer Svalbard i ferieøyemed eller for kurs og konferanser. I tillegg kommer gjester og mannskap på oversjøiske cruiseskip, en gruppe som i 2004 talte om lag 32 590 personer.

Antall gjestedøgn i Longyearbyen var i 2004 på 77 926, noe som var en økning på 9,7 prosent fra året før. De fleste tilreisende deltar på organiserte aktiviteter, slik som scooter-turer, overnattingsturer m.m. Reiselivsnæringen er derfor en sentral næring for Svalbard-samfunnet.

I 2003 var det ca. 165 årsverk i reiselivsnæringen på Svalbard, noe som til sammenlikning svarer til omlag 67 prosent av antall årsverk i kulldriften på Svalbard. Reiselivsnæringen omsatte i 2003 for 215 millioner kroner, noe som svarer til om lag 22,8 prosent av omsetningen til kulldriften<sup>19</sup>.

Det er et stort turistpotensial på Svalbard. En rekke andre steder i verden, bl.a. i Wales, har f.eks. nedlagte gruver blitt tilrettelagt som turistattraksjoner. Dette bør også kunne være mulig på Svalbard.

Norge har både på Svalbard og på fastlandet mulighet for å gå foran i å utvikle en regional reiselivsnæring basert på bruk av natur og kultur på en bærekraftig måte.

## Russisk reiselivsnæring

Oxford Economic Forecasting har på oppdrag fra WTTC analysert status og forventet utvikling i den russiske reiselivsnæringen. Resultatet ble lagt fram i mars 2005 i rapporten *Russian Federation: Travel & Tourism Sowing the Seeds of Growth*.

Hovedkonklusjonene i denne er:

- Anslagsvis 979 000 personer jobbet innen reiselivsnæringen i Russland i 2005. Dette utgjorde om lag 1,4 prosent av den totale russiske sysselsettingen.
- Det samlede bruttoproduktet fra næringen ble antatt til å være US\$ 11,3 milliarder, noe som tilsvarer om lag 1,6 prosent av BNP.
- Om man tar med alle de økonomiske ringvirkningene reiselivsnæringen skaper, regner man med at den totale økonomiske virkningen av reiselivsnæringen i 2005 var på om lag US\$ 62 milliarder.
- På føderalt nivå brukte den russiske staten om lag US\$ 3,1 milliarder på reiselivsnæringen i 2005. Dette utgjorde om lag 2,7 prosent av de totale statlige utgiftene.
- Man ser svært positivt på potensialet og utviklingen av reiselivsnæringen i Russland. Den er antatt å bli en av de raskest voksende i verden.
- En regner med en vekst for reiselivsnæringen på 3,3 prosent i 2005. Man har videre predikere en 7 prosent årlig vekst for reiselivsnæringen i Russland mellom 2006 og 2015.
- Brutttoproduktet fra reiselivsnæringen er antatt å kunne utgjøre US\$ 17,6 milliarder i 2015<sup>20</sup>.
- Om lag 2,9 millioner utenlandske turister besøkte Russland i 2004<sup>21</sup>.

Pr. september 2005 har imidlertid ikke forventningene om vekst i 2005 blitt innfridde. Det var faktisk en reduksjon på om lag 12 prosent i antall utenlandske besøkende til

Russland de første seks månedene av 2005 i følge tall fra den føderale grensekontrollen<sup>22</sup>.

Det ble innført nye visumrestriksjoner for polakker og ukrainere, og en del av nedgangen skyldes mindre innreise fra disse landene. Men antall kinesiske turister falt også kraftig. Visse europeiske land, som Finland, Frankrike og Sveits, hadde også en nedgang i besøk. Besøktallet fra andre europeiske land har imidlertid økt noe<sup>23</sup>.

Det har blitt pekt på tre hovedårsaker til reduksjonen:

**Kostnadsnivået.** Sammenliknet med en del europeiske og spesielt østeuropeiske destinasjoner er det dyrt å reise til Russland. Dette skyldes bl.a. mangel på billige overnattingsmuligheter, spesielt i de store og populære byene.

**For liten og dårlig samkjørt markedsføring av Russland som turistdestinasjon.** I følge det russiske føderale turistbyrået (Rosturism) bruker Russland kun om lag US\$ 3 millioner årlig på å markedsføre seg som turistdestinasjon i utlandet. Dette er svært lite sammenliknet med mange andre land. F.eks. bruker Slovenia tre ganger så mye på dette.

Flere interne russiske analytikere forventer et par år til med nedgang før trenden vil snu. Når prisene i andre østeuropeiske land stiger, vil den russiske konkurranseposisjonen bedres<sup>24</sup>.

**Dyr og komplisert visumprosess.** Den største nasjonale interesseorganisasjonen for reiselivsnæringen i Russland (RTU) hevder at den kompliserte og kostbare prosessen for å få turistvisum til Russland er en viktig årsak til nedgangen i besøkstallene. De bruker Israel som et eksempel, og viser til at en russer som reiser til Israel må betale ca. 17 US\$ for visum, mens en israeler som reiser til Russland må betale ca. 140 US\$ for sitt visum. Forholdet blir ikke bedre av at flere land, deriblant Ukraina, har opphevet visumplikten for turister fra EU og USA<sup>25</sup>.

Visumproblematikken er imidlertid blitt noe myndighetene har begynt å se alvorlig på. Det

russiske overhuset foreslo i september 2005 å lette kraftig på visumkravet for utlendinger som ikke utgjør noen innvandrings- eller terroristtrussel. Og sommeren 2005 falt visumkravet bort for turistgrupper fra Kina.<sup>26</sup>

Russland har også blitt enige med EU om å forenkle visumprosessen for journalister, studenter, diplomater, politikere, forskere og forretningsfolk fra Schengen-landene, noe som også vil omfatte norske borgere om regjeringen går inn for dette. Disse gruppene vil trolig få utstedt et femårs multivisum etter en forenklet prosedyre. Turister er ikke inkludert i ordningen, så tiltaket vil trolig ikke ha noen effekt på turisttrafikken. For forretningsreiser vil man kanskje se moderate positive effekter<sup>27</sup>.

## Reiselivsnæringen i Nordvest-Russland

Nordvest-Russland er et område som er svært rik på natur. Det finnes flere store nasjonalparker her, og det er svært gode fiske- og jaktmuligheter. Dette er også et område som er svært rikt på historiske, kulturelle, arkitektoniske og andre severdigheter. Området er også et sentrum for turer mot polpunktet, til Kvitsjøen og Barentshavet. Nordvest-Russland kan derfor sies å ha særlig gode forhold for naturturisme, cruise-turisme og for sports- og andre aktiviteter.

Reiselivsnæringen er en viktig næring for regionen, men i motsetning til f.eks. Norge har denne regionen mye tungindustri. Man kan derfor anta at reiselivsnæringen utgjør en relativt beskjeden del av bruttoproduktet og sysselsettingen i forhold til andre næringer i regionen. Potensialet for næringen er imidlertid stort.

Antall gjestedøgn i denne delen av Russland kan oppsummeres i Tabell 1. Som man ser av tabellen er det en viss forskjell i antall gjestedøgn for de ulike områdene. Forskjellen er imidlertid svært stor på andelen utenlandske turister i disse gjestedøgnene. Karelen er det området med klart flest utenlandske turister, mens disse utgjør en marginal del av turistnæringen i Arkhangelsk.

**Tabell 1 – Antall gjestedøgn i Nordvest-Russland**

| Område                     | Antall gjestedøgn | Andel utenlandske gjestedøgn |
|----------------------------|-------------------|------------------------------|
| Republikken Karelen (1999) | 270 000           | 108 000 (40 prosent)         |
| Murmansk fylke (2004)      | 211 526           | 21 942 (10 prosent)          |
| Arkhangelsk fylke (2003)   | 318 683           | 3 520 (1 prosent)            |

Kilde: STBR, "International Tourism Roads in the Barents Region", Publication 1/2005 (STBR, 2005).

## Hemmende faktorer for turistnæringen

Flere faktorer i Nordvest-Russland kan sies å virke hemmende på utviklingen av reiselivsnæringen i regionen. Noen av disse er naturgitte og vanskelig å påvirke, mens andre er menneskeskapte og lettere å endre.

### Naturgitte faktorer

**Kort sesong.** Som i Nord-Norge er turist-sesongen i Nordvest-Russland konsentrert rundt sommermånedene, noe som fører til en svært sesongavhengig næring.

**Stor avstand til de viktigste turistattraksjonene St. Petersburg og Moskva.** St. Petersburg og Moskva er de to store turistmagnetene i Russland, og om lag 40 prosent av alle utenlandske turister er inntil minst en av disse byene. Avstanden herfra til Nordvest-Russland er relativt lang, og hindrer nok mange potensielle turister fra å ta turen<sup>28</sup>.

### Menneskeskapte faktorer

**Lite midler til markedsføring.** Markedsføringsbudsjettene for regionen er beskjedne sammenliknet f.eks. med de nordiske naboene.

**Dårlig samkjøring av statistikk, markedsføring og utviklingsstrategier.** Det er dårlig innsamling og samkjøring av reiselivsstatistikk

for Nordvest-Russland, noe som gjør det vanskelig å utvikle gode og samkjørte markedsstrategier. Markedsføringen og merkevarebyggingen av regionen mangler også overordnet koordinering.

**Mangel på tilgjengelig informasjon.** Selv om det finnes turistportaler på nettet for de fleste områdene i regionen, er informasjonen på disse ofte mangelfull og av en helt annen kvalitet enn den man f.eks. finner for de andre nordiske nabolandene. Det har også blitt reagert på manglende kart og beskrivelse av severdigheter, spesielt for distriktsområdene<sup>29</sup>.

#### **Språkbarriere og dårlig service.**

Språkbarrieren er fremdeles et problem når man reiser rundt i Nordvest-Russland. Selv om mange unge kan engelsk, er det allikevel svært mange som kun forstår russisk. Spesielt om man ønsker å reise rundt "på egenhånd" kan dette være en utfordring. Mange turister har også reagert på et dårligere servicenivå enn det de er vant til fra andre turistdestinasjoner, noe som har blitt forklart med mangelfull servicekultur under Sovjettiden og at reiselivsnæringen er en relativt ny næring<sup>30</sup>.

**Variierende kvalitet på infrastruktur.** Hovedveiene mellom byene i Nordvest-Russland er blitt karakterisert som gode. Kommer man imidlertid inn på mindre sideveier, er kvaliteten på disse svært varierende<sup>31</sup>.

**Tungrodd byråkrati.** Fremdeles er det tungvint å passere en internasjonal grense inn og ut av Russland. Mange papirer må fylles ut, stemples og kontrolleres gjerne flere ganger. Visumsøknadene er også kompliserte, tidkrevende og dyre. Også andre deler av det russiske byråkratiet oppfattes som svært omfattende og rigid. Alt fra søknad og betaling av fiskekort, til betaling av mindre farts- og parkeringsbøter er svært tungvint<sup>32</sup>.

Det har fra flere hold blitt pekt på behovet for forpliktende samarbeid om å forenkle grensepasseringene og byråkratiet. Dette er hindringer som Russland, Norge og de andre nabolandene i fellesskap må løse om man ønsker å utvikle et godt regionalt samarbeid innenfor reiselivssektoren.

**Militære områder.** Særlig på Kolahalvøya er det en rekke avstengte militære områder, og mange av disse ligger langs kysten. Dette setter klare begrensninger på mulig cruise-turisme og for mangfoldet i ekskursjoner. Dette er selvsagt ikke en konflikt som bare finnes på Kola, men for turistdestinasjoner andre steder kommer man ofte fram til en felles løsning som åpner for begrenset og kontrollert aktivitet i slike områder<sup>33</sup>.

<sup>1</sup> Det er en omfattende akademisk diskusjon om hvordan man bør definere turismebegrepet. Her er det tatt et språklig utgangspunkt.

<sup>2</sup> www.worldwidewords.org.

<sup>3</sup> Motivet til en turist kan godt være flere av disse undertypene.

<sup>4</sup> The International Ecotourism Society, www.ecotourism.org.

<sup>5</sup> Styringsgruppe program reiseliv, *Utkast til Produkt og Markedsstrategi for Nord-Norge 2006-2010*, Reiselivsbedriftenes Landsforening, 2005.

<sup>6</sup> Styringsgruppe program reiseliv.

<sup>7</sup> Ekspertutvalget for nordområdene, *Mot Nord! Utfordringer og muligheter i nordområdene*, NOU 2003:32 (Statens forvaltningstjeneste, 2003).

<sup>8</sup> Plaana Oy, *International Tourism Roads in the Barents Region*, STBR publications 1/2005 (Ramboll Group and Viisikko-Femman, 2005).

<sup>9</sup> Ekspertutvalget for nordområdene.

<sup>10</sup> Ekspertutvalget for nordområdene.

<sup>11</sup> Statistisk sentralbyrå, www.ssb.no.

<sup>12</sup> Statistisk Sentralbyrå.

<sup>13</sup> Styringsgruppe program reiseliv.

<sup>14</sup> Styringsgruppe program reiseliv.

<sup>15</sup> Styringsgruppe program reiseliv.

<sup>16</sup> Styringsgruppe program reiseliv.

<sup>17</sup> Styringsgruppe program reiseliv.

<sup>18</sup> Styringsgruppe program reiseliv.

<sup>19</sup> Sysselmannen på Svalbard, *Turisme og Friluftsliv på Svalbard; utvikling, politiske føringer, rammebetingelser, utfordringer og strategier*, (Sysselmannen på Svalbard, 2005).

<sup>20</sup> World Travel & Tourism Council, *Russian Federation: Travel & Tourism, sowing the seeds of growth*, (World Travel & Tourism Council, 2005).

<sup>21</sup> Timur Bordyug, "Foreign Tourists are Hard to Catch Nowadays", *Kommersant*, 8. September 2005.

<sup>22</sup> Timur Bordyug.

<sup>23</sup> Timur Bordyug.

<sup>24</sup> Timur Bordyug.

<sup>25</sup> Anna Smolchenko, "Tourism Industry Decries Red Tape", *The Moscow Times*, 7. oktober 2005.

<sup>26</sup> "Russian Upper Chamber Proposes Visa Facilitation to Develop Tourism", *Novosti*, 30. September 2005.

<sup>27</sup> Per Kristian Aale, "Enklere å dra til Russland", *Aftenposten*, 6. oktober 2005.

<sup>28</sup> "Tourist numbers in Russia increasing", *Novosti*, 12. mai 2005.

<sup>29</sup> Jorma Mattsson og Arja Vasama, *Nature Tourism Potential in the Tuloma Drainage, Western Murmansk Area, NW-Russia* (EU-Tacis, Tuloma River Project, Helsinki Consulting Group, 2000).

<sup>30</sup> Mattsson og Vasama.

<sup>31</sup> Mattsson og Vasama.

<sup>32</sup> Mattsson og Vasama.

<sup>33</sup> Mattsson og Vasama.