

Forord

Å gjera reiselivsprodukt lettare tilgjengeleg for kundane i form av nettbasert booking har lenge vore eit mål. NCE Tourism - Fjord Norway vil med dette arbeidet kartleggja status hjå eit utval av aktivitetsbedrifter og leverandørar av booking-tenester og har bede Vestlandsforskning om å utføra arbeidet.

Arbeidet har vore utført i samarbeid med Heyerdahl Refsum AS som engasjert prosjektleiing for NCE Tourism. Vi takkar for eit interessant oppdrag frå NCE Tourism - Fjord Norway.

Forskar Svein Ølnes har vore intern prosjektleiar hjå Vestlandsforskning og har utført arbeidet saman med forskar Guttorm Flatabø som har arbeida med leverandørdelen av kartlegginga. Den er dokumentert i eigen rapport.

Vestlandsforskning, desember 2014

Innhald

Samandrag	5
Oppsummering	5
Tilrådingar	6
Summary	7
About the project.....	7
Findings	7
Recommendations	7
1. Problemstilling og bakgrunn	8
1.1 Oppdraget	8
1.2 Utfordringar for aktivitetsbooking	8
1.3 Kva med kundane?	9
2. Metode	11
3. Resultat frå intervju og spørjeundersøking	12
3.1 Dagens bestillingsopplegg.....	12
3.2 Planar for booking.....	14
Vedlegg 1: Spørjeskjema/intervjuguide for bedrifter	17

Samandrag

Oppsummering

Vestlandsforskning har i samarbeid med Heyerdahl Refsum AS gjennomført ei kartlegging av bookingbehova hjå aktivitetsbedrifter i NCE Tourism/Fjord Norway (NCET). Kartlegginga har vore gjennomført delvis i form av intervju og delvis i form av ei spørjeundersøkinga til eit utval av aktivitetsbedrifter i NCE Tourism.

Spørjeundersøkinga saman med intervju av utvalde aktivitetsbedrifter har gitt eit godt bilete av utfordringane aktivitetsbedriftene i NCET står overfor. Dagens situasjon er prega av mykje ad hoc-løysingar og for ein stor del manuelle system (herunder også Excel-løysingar og liknande eigenutvikla system). Det kan fungera i ein startfase, men når bedriftene skal over i meir profesjonell drift blir det vanskeleg å basera seg på slike løysingar. Framfor alt vil kundane bli taparane fordi informasjonen og tilbakemeldingar blir for dårleg.

- **9 av dei 10** som svarte på undersøkinga har framleis eit **manuelt system** for handtering av bookingar
 - Av dei ni som ikkje har bookingløysing i dag, svarer **sju** at dei **har planar om investering** i eit slikt system

Aktivitetane som blir tilbydde har stort innslag av skreddarsydde opplegg. Det stiller ekstra store krav til ei online bookingløysing. Men bedriftene er flinke til å snu seg rundt og tilby alternative opplegg dersom ver eller andre faktorar hindrar den planlagde aktiviteten. Av den grunnen er det få avlyste aktivitetar. Den vanlegaste måten å få kundar på i dag er via **e-post/kontakt skjema** og **telefon**.

Bedriftene er **ikkje nøgde med dagens opplegg** og oppgir følgjande **ønske når det gjeld booking**:

- vil gjerne ha eit bookingsystem som fungerer på tvers av bedrifter slik at samarbeid med andre blir lettare
- vil gjerne ha direkte booking og betaling med kort ved bestilling
- vil gjerne ha oversikt over kundar i eigen database (CRM-funksjonalitet)
- enkelte aktivitetar kan bli vanskelege å tilpassa eit bookingsystem, men delar av aktivitetane vil ha stor nytte av ein online-system
- vil ha mest muleg online, men innser at tilrettelegging for grupper framleis for ein stor del må handterast manuelt

På spørsmål om kva som vil vera den **viktigaste gevinsten ved innføring av eit bookingsystem**, svarer respondentane slik, i prioritert rekkefølge:

1. Meir oversiktleg og ryddig
2. Spart tid på grunn av mindre manuelt arbeid
3. Meirsal, auka verdi for kundane
4. Automatisk stadfesting og tilbakemelding for kundane
5. Betre totaloversikt på grunn av integrasjon med økonomi/rekneskap

Bedriftene meiner den viktigaste gevinsten ved innføring av eit online bookingsystem er å gjera **heile prosessen meir oversikleg og ryddig**. Integrasjon med andre system, som økonomi og rekneskap, blir ikkje sett på som veldig viktig, men det kan også ha samanheng med at slike funksjonar ofte er sett bort til andre.

På spørsmål om kva som er dei største hindera for innføring av online bookingsystem, er dei viktigaste grunnane **økonomi (kostnader)** og **manglande fleksibilitet**. Dialogen med kundane vert også framheva som viktig.

Tilrådingar

Mange av aktivitetsbedriftene i NCET er klare for å investera i ei bookingløysing. Ut frå både intervju og kommentarar i spørjeskjemaet er det også klart at det trengst meir informasjon og rådgiving på dette området. Den planlagde leverandørkartlegginga som går parallelt med bedriftsundersøkinga, vil bli avgjerande for mange av bedriftene. Fleire seier også at dei ventar på at dette arbeidet skal bli ferdig før dei bestemmer seg for bookingsystem.

I tillegg til ein oversikt over aktuelle bookingløysingar i denne kategorien, ser det også ut til å vera eit behov for informasjon om kva ei slik løysing kan gjera for å letta arbeidet både for bedrifta og for kundane. Ei formidling av gevinstpotensialet ved integrasjon med økonomisystem er viktig. Det ser også ut til å vera eit behov for å informera om fordelane for kundane med eit godt bookingsystem; det kan sjå ut som kundefokuset manglar litt. Dei som alt har teke i bruk eit online bookingsystem, understrekar også verdien for kundane.

Ut frå samtalar med aktivitetsbedriftene og svar på spørjeskjemaet, bør eit online bookingsystem ha følgjande eigenskapar på eit overordna nivå:

- Fleksibelt; må kunna handtera ulike typar aktivitetar og ulike opplegg
- Økonomisk rimeleg, både i innkjøp og vedlikehald
- Støtte for mobil bruk (responsivt design eller mobiltilpassa på annan måte)
- Bør vera fullt ut web-basert også fordi det blir enklare administrasjon

Summary

About the project

Vestlandsforskning together with Heyerdahl Refsum AS have conducted interviews and a survey to document the needs of activity tourism providers in the Norwegian Centre of Expertise for Tourism network (NCET). The survey has been carried out on behalf of NCET/Fjord Norway and has been a combination of interviews with five activity providers and a questionnaire to a subset of the activity partners of NCET.

Findings

Nearly all of the respondents (9 out of 10) handle booking manually, mainly through telephone and email. However, **most of them have plans for investing in a booking system** and welcome an overview of solutions in the market. The activity providers see the main benefits of investing in an online booking system as (in prioritized order)

1. Gives a better overview and gives better structure
2. Saves time
3. Increased sale due to better value for the customers
4. Better handling of confirmations and general feedback to the customers
5. Improved total overview of activity because of integration with economy/accounting system(s)

The activity providers see a **better overview and better structure** as the main benefit of investing in an online booking system. The main barriers to getting an online booking system, is the **cost** (investment and maintenance) and the perceived **lack of flexibility** (afraid of losing the ability of tailoring the activities to different needs).

Recommendations

Given the needs expressed from the activity providers, both in interviews and from the questionnaire, these are important requirements a booking system should meet

- Flexible; should be able to handle different types of activities as well as different situations within an activity
- Should be economic favorable, both in investment and maintenance
- Support for mobile devices (responsive design or other mobile device adaption)
- Should be completely web based for easy administration

1. Problemstilling og bakgrunn

1.1 Oppdraget

NCE Tourism¹ har aktivitetsturisme som eit satsingsområde og ønskjer å finna ut meir om status og kva behov og løysingar som finst når det gjeld bookingløysingar for denne delen av reiselivet. Dei bad Vestlandsforskning om å utføra ei kartlegging av behov og tilbod.

Trass i eit stadig veksande tilbod om aktivitetar i reiselivet er denne delen lite synleg på nettet i form av produkt som kan bookast. Det er på mange måtar eit paradoks, for dei fleste reisande er det aktivitetane som er hovudinnhaldet på reisa, ikkje transporten og overnattinga. Men det er dei to siste kategoriane som dominerer når det gjeld bookingløysingar.

Kartlegginga av bedriftene sine behov har vore kopla mot dei utvalde temasatsingane til NCE Tourism:

- Ski/vinter
- Vandring
- Sykkel
- Fiske
- Kajakk/elvepadling
- Arkitektur

I samarbeid med NCE Tourism har vi plukka ut bedrifter for intervju og spørjeundersøking og også utval av leverandørar av bookingløysingar for gjennomføring av ei eiga spørjeundersøking for desse. Undersøkinga av tilgjengelege løysingar for booking av aktivitetar er dokumentert i eigen rapport².

1.2 Utfordringar for aktivitetsbooking

I denne undersøkinga av aktivitetsbooking har vi konsentrert oss om aktivitetar innan dei prioriterte temaområda for NCE Tourism, sjå avsnittet over. Vi brukar *aktivitet* i utvida forstand og reknar også inn arrangement og attraksjonar (gjerne med guide). I NCE Tourism sitt utval er det stort sett tema vi forbind med aktivitetar, med unnatak av arkitektur som vil falla inn under *attraksjon*.

På engelsk blir både *activities* og *adventure* brukt om denne delen av reiselivet. Bransjen omtalar tilbydarar av aktivitetsprodukt som *Activity providers*³.

¹ I 2009 fekk Fjord Norge-klynga status som Norwegian Centre of Expertise - NCE Tourism - Fjord Norway (NCET).

² Vestlandsforskning-rapport nr. 10/14 (først gjeven ut som NCET-publikasjon)

³ Cathy Schetzina, *When They Get There (and Why They Go): Activities, Attractions, Events and Tours in Europe* (New York: PhoCusWright, February 2014), <http://www.phocuswright.com/products/4415>

Det er som nemnt innleiingsvis, eit paradoks at det mest sentrale for dei ferierande også er det som er vanskelegast tilgjengeleg. Det er etter kvart lett å bestilla reise og overnatting på nettet i samband med ferieturar, men når ein har nådd reisemålet og skal delta på aktivitetar, på arrangement, oppsøkja attraksjonar eller få omvising til spesielle ting, er det vanskeleg å bestilla det på nettet. Som regel finst det ein omtale av aktiviteten på nettet i form av ei heimeside eller liknande (Facebook-omtale), men frå omtalen og til bestilling er vegen lang og går ofte om e-post eller telefon. Det medfører at bestillingar heller ikkje er integrerte i andre IT-system brukte i bedrifta, og det blir mykje manuell handsaming av data og informasjon.

Den før nemnde rapporten frå PhoCusWright (sjå forrige side) oppgir det europeiske aktivitetsbaserte reiselivet til ca. 300 mrd. NOK. Til samanlikning er den europeiske bilutleige-marknaden (car rental) i samband med feriereiser estimert til ca. 86 mrd. NOK, medan hotellmarknaden er estimert til rundt 650 mrd. NOK. Dei fem store europeiske landa i reiselivssamanheng; Tyskland, Storbritannia, Frankrike, Italia og Spania, står for ¾ av aktivitets marknaden, i den siste fjerdedelen finn vi Norge saman med dei andre europeiske landa.

Med ein så stor marknad er også interessa stor for å tilby løysingar til denne viktige delen av reiselivet. Når store bookingaktørar⁴ likevel ikkje har valt å gå inn på denne marknaden enno, er det fordi det er knytt ei rekkje utfordringar til den:

- Stor fragmentering på tilbydarsida med mange til dels veldig små bedrifter
- Produkta er meir samansette enn t.d. transport og overnatting – ikkje muleg å standardisera på same nivå som desse
- Små bedrifter som ofte også har låg kompetanse om rasjonell bruk av IKT
- Mange tilbydarar ønskjer å snakka med kundane og vil gjerne at dei skal ta kontakt på telefon, e-post eller ved personleg frammøte ("walk in")

1.3 Kva med kundane?

Kundane er ikkje ein del av målgruppa for undersøkinga vår, men er i høgste grad interessante og viktige. Ei undersøking frå Vestlandsforskning om booking og bookingvanar⁵ viste følgjande resultat for kva type produkt som vart booka i forkant av ei feriereise:

⁴ Både OTA- (Online Travel Agencies) og OAS-type tilbydarar (Online Activities Specialists). Eksempel på OTA er Booking.com og Hotels.com, eksempel på OAS er Viator, GetYourGuide og City Discovery.

⁵ VF-rapport 5-2013: "Bookingtenester i reiselivet"

<http://www.vestforsk.no/filearchive/vf-rapport-5-2013-bookingtenester-i-reiselivet.pdf>

Tabell 1: Kva vart booka på førehand? Svar i prosent av N (N = 723)

	Prosent
Pakketur	24,6
Overnatting	32,6
Transport innan reisemålet	22,5
Attraksjonar og aktivitetar	12,6
Anna	7,6

Berre 12,6 % av dei spurde booka attraksjonar eller aktivitetar på førehand. Dette stemmer bra med andre undersøkingar, t.d. bransjeundersøkingar frå PhoCusWright, som anslår førehandsbooking av enkelte aktivitetsgrupper til rundt 10 %.

I den same undersøkinga av bookingtenester svarte 60 % av respondentane at dei brukar elektronisk utstyr på turen, og på spørsmål om kva type utstyr dei brukar, svarte nesten halvparten (46,1 %) smarttelefon. Ein fjerdedel av svara (25,2 %) oppga PC og 20,6 % nettbrett (iPad og liknande). Respondentane var i hovudsak frå USA, Tyskland, Frankrike og Storbritannia.

2. Metode

Trass i bruk av spørjeundersøking er dette i all hovudsak ei kvalitativ undersøking. Fire aktivitetsbedrifter vart plukka ut frå utvalet av aktivitetsbedrifter med partnerskap i NCE Tourism. I tillegg vart ei bedrift som ikkje er partner i NCE Tourism, intervjuet, fordi den har ein interessant og omfattande aktivitet og har mange års erfaring med denne typen aktivitetstilbod.

Intervjua vart utførte delvis pr. telefon og delvis som fysiske intervju. Ut frå dei fem intervjua vart det utforma eit elektronisk spørjeskjema som så vart distribuert til eit utval på 16 aktivitetsbedrifter med partnerskap i NCET. Dei 16 bedriftene vart valde ut i samråd med prosjektleiar og NCET og ga ei god dekning av dei seks temaområda for satsing i NCET. 10 av dei 16 bedriftene svarte på undersøkinga. Bedriftene fordelte seg slik på dei utvalde temaområda til NCE Tourism:

Tabell 2: Oversikt over respondentar pr. temaområde

Temaområde	Tal svar
Ski/vinter	3
Vandring	3
Sykkel	3
Fiske	2
Kajakk/elvepadling	1
Arkitektur	2
Sum	14⁶

Sjølv om det er gjennomført ei spørjeundersøking er likevel metoden kvalitativ. Vi har gått ut til eit avgrensa tal respondentar og også tenkt intervjuguide i utarbeidinga av skjemaet. På grunn av utval og representativitet kan ikkje resultata tolkast generelt til å gjelda alle aktivitetsbedrifter.

Undersøkinga omfattar ein stor del av aktivitetsbedriftene i NCET og seier primært noko om tilstanden for desse når det gjeld status og planar for booking.

Spørjeskjemaet finst i vedlegg 1.

⁶ Grunnen til at det er 14 temasvar frå 10 bedrifter er at nokre av bedriftene tilbyr aktivitetar innan fleire temaområde.

3. Resultat frå intervju og spørjeundersøking

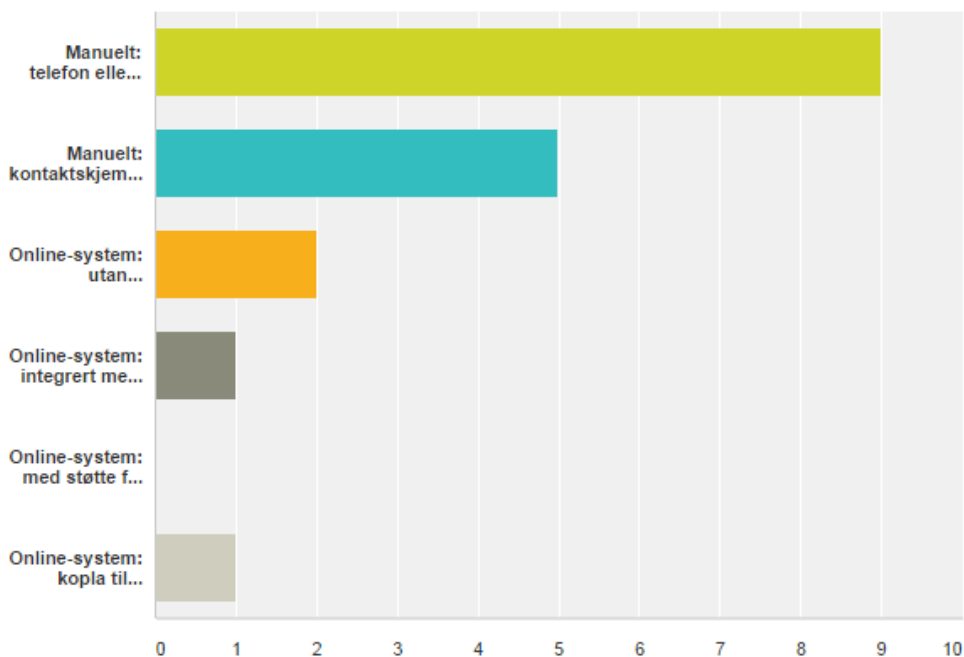
Resultata presenterte her er både frå dei innleiande intervjuja og frå svara på spørjeundersøkinga i etterkant.

Av aktivitetstilboda frå respondentane er det ei stor overvekt av skreddarsydde opplegg. Fleire tilbyr både faste aktivitetar og også aktivitetar etter påmelding og etter vertilhøve. Det viser seg likevel at aktivitetar sjeldan blir avlyste. Tilbydarane er flinke til å tilby alternative opplegg dersom det av ein eller annan grunn er vanskeleg å gjennomføra det annonserte opplegget. Uteaktivitetar kan bli inneaktivitetar, lengre turar kan bli omgjorde til kortare turar osv.

Blant respondentane i undersøkinga er det også eit par som både driv overnattingsverksemd og aktivitetar. Vi har ikkje teke omsyn til bookingdelen av overnattingsdelen av desse verksemdene, då det er å sjå på som ordinære bookingsystem.

3.1 Dagens bestillingsopplegg

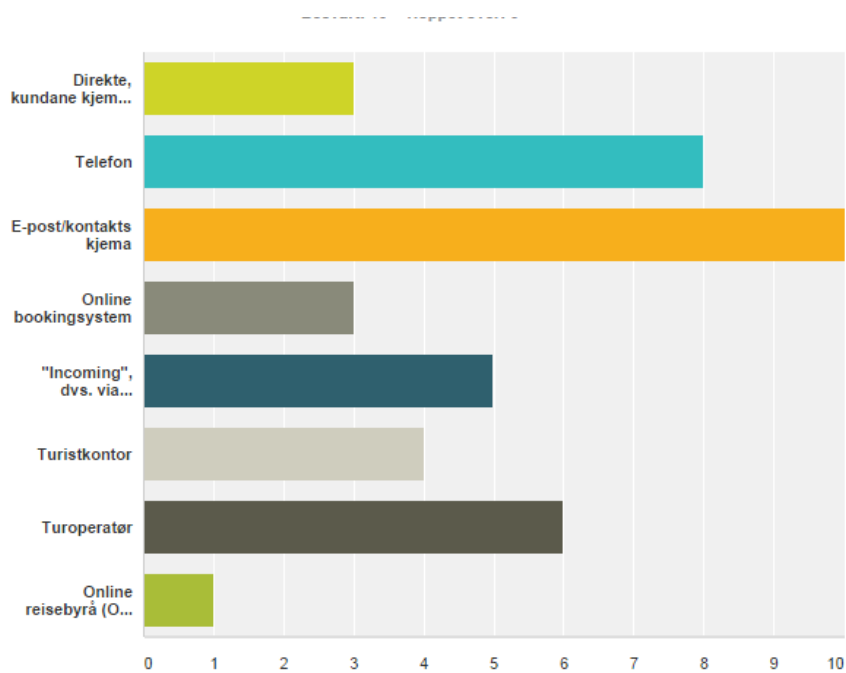
Det er manuell handtering av bestillingar som dominerer, som figuren under viser:



Figur 1: Dagens bestillingssystem⁷ (fleire svar pr. respondent er muleg)

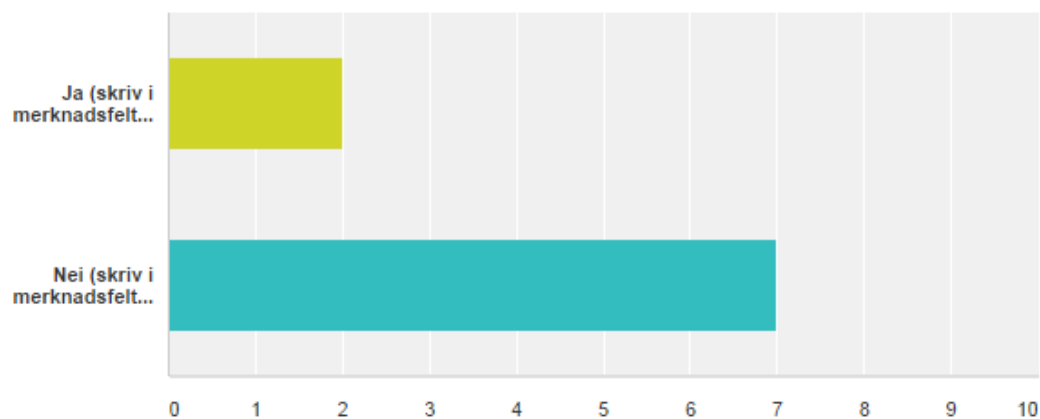
Av dei 10 som har svart, har ni manuelle system for bestilling av aktivitetar. Bestilling av aktivitetar må skjen enten pr. telefon eller e-post, eller eit eige kontaktskjema på nettsidene som neste figur viser.

⁷ Dei to som svarer online-system utan integrasjon med økonomi, har bookingsystem for overnatting



Figur 2: Korleis kjem dagens bestillingar? (fleire svar er muleg)

Aktivitetsbedriftene er **ikkje nøgde med dagens system**, som figuren under viser.



Figur 3: Er de fornøyde med dagens bestillingssystem ?

Kommentarane viser kva som er problemet:

"Ønsker å ha et bookingsystem som jobber på tvers med andre bedrifter - spesiell innenfor fjordski"

"Direkte booking/betaling med kort ved bestilling. Registrering av antal bookinger i data base, med enkel oppsøking av info om kunde."

"skal investere i system til høsten"

"Burde hatt på nett!"

"I den grad det kan kalles et system. Potensielle kunder tar kontakt og vi lager et opplegg som passer. Akkurat dette tror jeg kan bli vanskelig å putte inn i et system. Derimot kunne et system for booking av sykler og guider vært veldig aktuelt"

"Vi ønsker at mest mulig kan behandles online men er klar over at det må skreddersys for grupper 10+"

"Fleksibilitet når du har flere produkt, mulighet får å velge flere alternativer. Mulighet for forespørsel på noen produkt hvor flere aktører er involvert. Men har ikke så mye erfaring."

"Vi har byrja med Travius i år og er særs nøgde, særskilt at nettbutikk, manuell booking og fakturering er integrert. Anbefalast til alle aktivitetsbedrifter. Dette systemet har spart oss for mykje tid + nettbutikken ser ut til å auke omsetninga sidan kunden ordnar alt sjølv medan dei er i kjøpsmodus."

Det er eit stort ønskje om meir rasjonelle system for bestilling for enklare oppfølging av kundane og for å få samla all kundekontakt i eitt system. Også integrasjon med andre system i bedrifta er viktig. Samtidig er fleksibilitet i høve kjerneopplegget viktig og det er ikkje lett å få slik fleksibilitet koda i eit bookingsystem.

Booking lang tid i førevegen

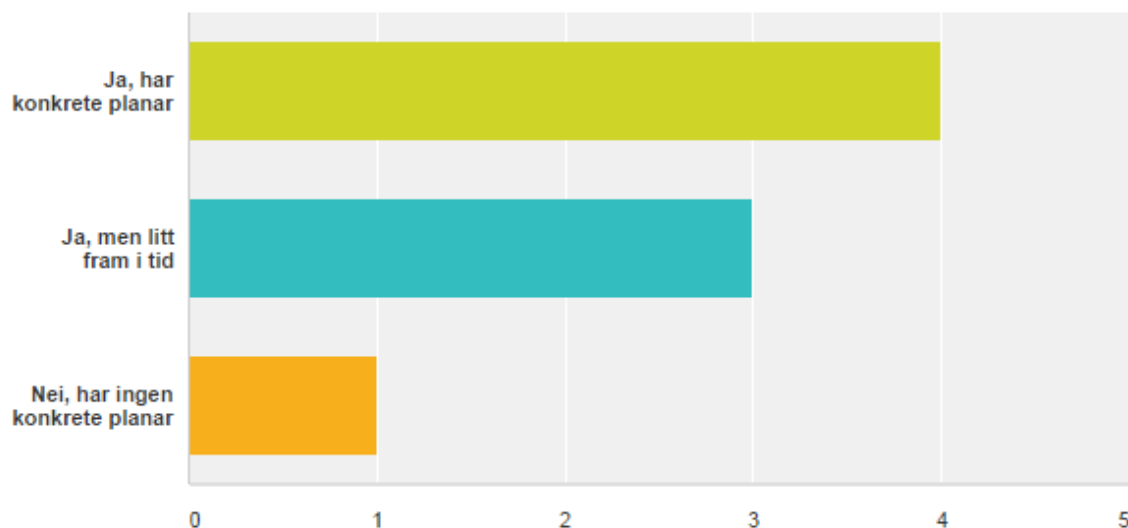
Kundane bestiller aktivitet lang tid på førehand; dei fleste oppgir 1-3 månader. Ingen svarer mindre enn ei veke. Dersom bestillingane kjem så lang tid i førevegen er det endå eit argument for innføring av eit bookingsystem.

Men opplysningane om bestilling lang tid i førevegen stemmer ikkje heilt med svaret på korleis dei får kundar i dag, då det er ein del kundar som møter opp utan å ha teke kontakt på førehand. Dei fleste kundane kjem via kontaktskjema eller e-post på nett, og via telefon.

3.2 Planar for booking

Dei fleste som ikkje har ei bookingløysing i dag, har planar om å skaffa seg det, og mange av dei har konkrete planar om innkjøp. Både i intervju og i svar på spørjeskjema kjem det fram at resultatet av dette prosjektet er viktig for den vidare prosessen, som denne kommentaren viser:

"Vi venter på dere:D Er i kontakt med IN og [N.N.]"



Figur 4: Har bedrifta planar om å skaffa eit bookingsystem (horisontal akse viser tal bedrifter)

På spørsmålet om kva bedriftene ser som den største gevinsten ved innføring av eit online bookingsystem, svarer dei som vist i tabellen under. Alternativa er lista i prioritert rekkefølge ut frå ein skala frå 1–5 der 1 var viktigast og 5 minst viktig. Eit lågt tal for gjennomsnittleg prioritering er difor eit uttrykk for at mange prioriterer dette høgt.

Tabell 3: Kva vil vera den største gevinsten ved innføring av eit bookingsystem (skala 1-5 der 1 er viktigast og 5 minst viktig)

Størst gevinst	Gj.snittleg prioritering
1. Meir oversiktleg og ryddig	2,1
2. Spart tid på grunn av mindre manuelt arbeid	2,6
3. Meirsal, auka verdi for kundane	2,8
4. Aut. stadfesting og tilbakemelding for kundane	2,9
5. Betre totaloversikt på grunn av integrasjon med økonomi/rekneskap	4,6

Det første og det siste alternativet skil seg klarast ut. Bedriftene meiner den viktigaste gevinsten ved innføring av eit online booking-system er at det blir meir oversiktleg og ryddig for dei. I den andre enden er integrasjon det som blir minst vektlagt. Ei forklaring på det kan vera at mange set bort økonomi og rekneskap til ein tredjepart. Svara viser også ei noko avsenderorientert haldning der auka verdi for kundane og eit potensial for meirsal ikkje blir tillagt så stor vekt som andre moment.

Kostnader og **manglande fleksibilitet** blir vurdert som dei største hindera for å skaffa bookingløysing. Også **dialogen med kundane** blir trekt fram som noko eit bookingsystem ikkje kan erstatta.

Vedlegg 1: Spørjeskjema/intervjuguide for bedrifter

Bedriftsinformasjon

1. Namn på bedrifta

2. Dagleg leiar/kontaktperson

3. Type produkt

- Aktivitet (inkl. aktivitetsguiding)
- Attraksjon (inkl. severdigheits-guiding)
- Arrangement

Spesifiser, og evt. suppler med andre typar

4. Fast eller skreddarsydd produkt?

- Fast (faste avgangar/turar, fast opplegg)
- Fleksibelt/skreddarsydd (avhengig av ver, påmelding etc.)

Spesifiser (faste opplegg kor ofte, årsvariasjon ++)

5. Hender det at oppsette aktivitetar må avlysast pga. dårleg påmelding?

- Ja, ofte (meir 33 % av planlagde aktivitetar)
- Ja, av og til (10-33 % av planlagde aktivitetar)
- Ja, men sjeldan (< 10 % av planlagde aktivitetar)
- Nei, aldri
- Ikkje aktuelt

Spesifiser:

6. Kva slags booking-/bestillingssystem brukar verksemda i dag?

- Manuelt: telefon eller e-post
- Manuelt: kontaktskjema på nett
- Online-system: utan integrasjon med andre system
- Online-system: integrert med andre system (fakturering, rekneskap)
- Online-system: med støtte for mobilbruk
- Online-system: kopla til turoperatar (ekstranett-funksjon)

Spesifiser og skriv evt. namn på bookingløyising:

7. Kva andre bookingsystem kjenner du til?

8. Kor lang tid på førehand bestiller kundane (i gjennomsnitt)?

- 0-2 dagar
- 3-6 dagar
- 1-4 veker
- 1-3 månader
- Meir enn 3 månader

Merknad (skriv gjerne fordelinga på kategoriane over):

9. Korleis får de kundar i dag?

- Direkte, kundane kjem innom ("walk in")
- Telefon
- E-post/kontaktskjema
- Online bookingsystem
- "Incoming", dvs. via arrangørar som formidlar produkt til utanlandske reisearr.
- Turistkontor
- Turoperatar
- Online reisebyrå (OTA - Online Travel Agency)

Kva er dei tre viktigaste? Fordeling mellom dei? Kor er det størst utnytta potensial?

10. Er du fornøyd med dagens booking-/bestillingssystem?

- Ja (skriv i merknadsfeltet kva du er spesielt godt fornøyd med)
- Nei (skriv i merknadsfeltet kva du saknar og kva som kan bli betre)

Kommentar:

11. Har verksemda planar om å skaffa eit online bookingsystem?

- Ja, har konkrete planar
- Ja, men litt fram i tid
- Nei, har ingen konkrete planar

Spesifiser (tidsplan, andre moment):

12. Gi ei prioritering av det du meiner vil vera dei største gevinstane ved innføring av eit online bookingsystem (1 er viktigaste, 5 er minst viktig)

<input type="text"/>	Meirsal, auka verdi for kundane
<input type="text"/>	Spart tid pga. mindre manuelt arbeid
<input type="text"/>	Meir oversiktleg og ryddig
<input type="text"/>	Automatisk stadfesting og tilbakemelding til kundane
<input type="text"/>	Betre totaloversikt pga. integrasjon med økonomirekneskap

13. Kva er dei største hindera for innføring av eit online bookingsystem? Prioriter ved å bruka skalaen 1 (viktigast) til 6 (minst viktig)

<input type="text"/>	Økonomi (pris, driftskostnader)
<input type="text"/>	Manglande fleksibilitet, kan mista viktig dialog med kundane
<input type="text"/>	Dagens system fungerer greitt nok
<input type="text"/>	Prioriterer andre investeringar og forbetringar høgere
<input type="text"/>	Dialog med kundane er avgjerande og eit online bookingsystem kan ikkje hjelpe på det området
<input type="text"/>	Manglar kunnskap om tilgjengelege system

14. Har du andre kommentarar eller synspunkt på temaet aktivitetsbooking? Her kan du også leggja inn evt.

kommentarar til spørsmål 12 og 13.