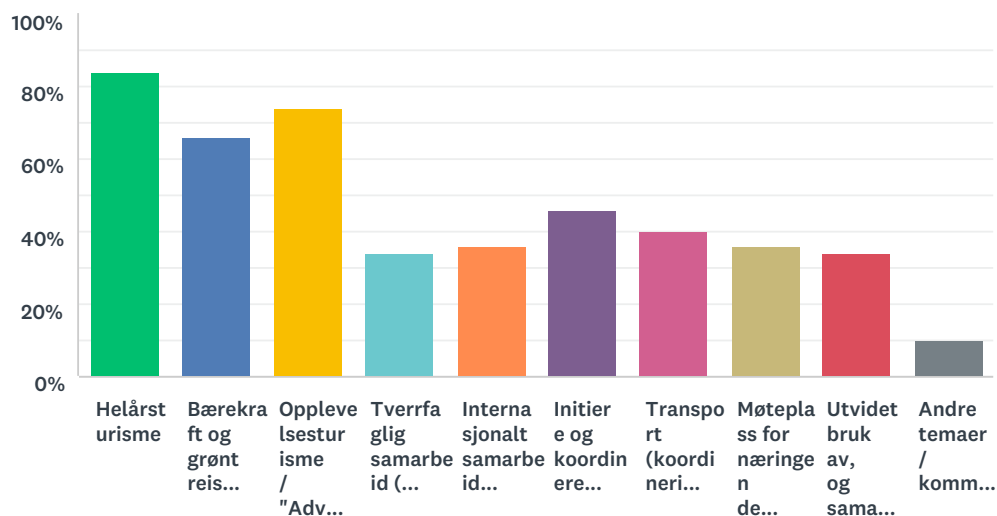


Q1 Hvilke hovedtemaer bør en framtidig klynge fokusere på? Kryss gjerne av for flere temaer.

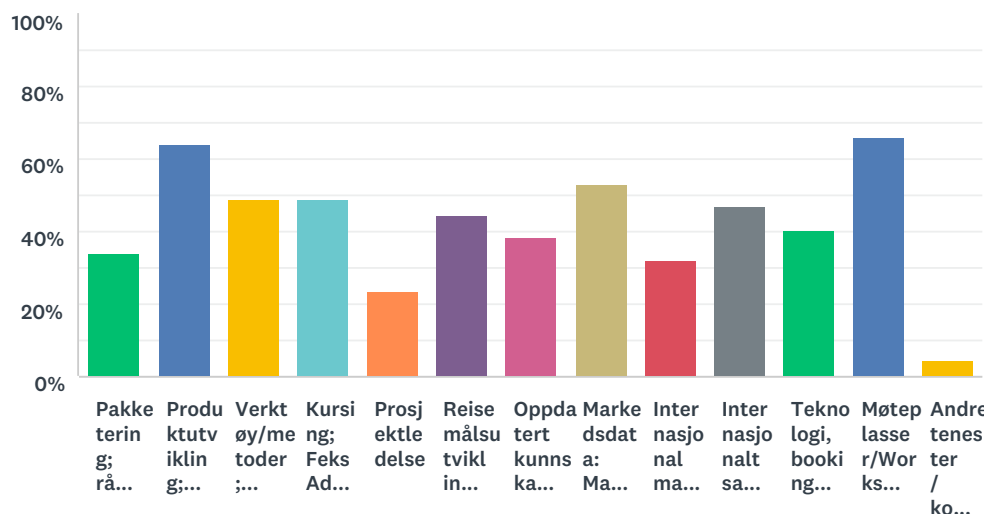
Answered: 50 Skipped: 2



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Helårsturisme	84.00% 42
Bærekraft og grønt reiseliv, blant annet oppfølging av "Veikartet for grønt reiseliv", herunder metode for verdsetting av urørt natur	66.00% 33
Opplevelsesturisme / "Adventure Tourism"	74.00% 37
Tverrfaglig samarbeid (med andre bransjer og klynger som feks NCE Finans, Media, Seafood og Clean Tec)	34.00% 17
Internasjonalt samarbeid (kompetanseoverføring med samarbeidsdestinasjoner og organisasjoner som ATTA, d'Accord og GSTC)	36.00% 18
Initiere og koordinere samarbeidsprosjekt mellom flere bedrifter	46.00% 23
Transport (koordinering transportører inkl flyselskap og myndighetene)	40.00% 20
Møteplass for næringen der de sentrale aktørene treffes	36.00% 18
Utvidet bruk av, og samarbeid med - FoU miljøene. I dag består NCE Tourism sitt FoU Forum av: Universitet i Stavanger, Vestlandsforskning, NHH og Høgskolen Kristiania	34.00% 17
Andre temaer / kommentar	10.00% 5
Total Respondents: 50	

Q2 Hvilke tjenester og kompetanse ønsker du at en fremtidig klynge skal levere? Kryss gjerne av for flere alternativ.

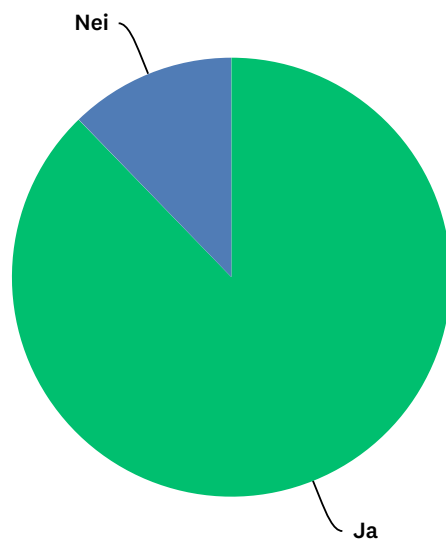
Answered: 47 Skipped: 5



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Pakketering; rådgiving og kursing	34.04% 16
Produktutvikling; på oppdrag eller innenfor utvalgte tema/prosjekt, testing av produkter i markedet	63.83% 30
Verktøy/metoder; Feks VARDE kvalitetssystem, Metode for prissetting av urørt natur, sertifisering av guider, RISS-metoden (design thinking)	48.94% 23
Kursing; Feks Adventure Travel Guideutdanning, sykkel, vandring, bærekraft, helårsproduktutvikling	48.94% 23
Prosjektledelse	23.40% 11
Reisemålsutvikling, masterplaner og utviklingsprosjekt på destinasjonsnivå	44.68% 21
Oppdatert kunnskap om dagsaktuelle tema	38.30% 18
Markedsdata: Markedskompetanse, markedsundersøkelser, kundeinnsikt, statistikker, osv.	53.19% 25
Internasjonal markedsføring mot forbruker – digitale kampanjer med fokus på reiselyst og salgsutløsende effekt	31.91% 15
Internasjonalt salg mot internasjonale turoperatører – salgsarbeid, salgsreiser, visningsturer	46.81% 22
Teknologi, bookingsystemer og ny teknologi	40.43% 19
Møteplasser/Workshops med fastsatt tema, for erfaringsutveksling og påfyll av ny kunnskap	65.96% 31
Andre tjenester / kommentar	4.26% 2
Total Respondents: 47	

Q3 Vil din bedrift være interessert i et klyngesamarbeid dersom dette blir en mulighet?

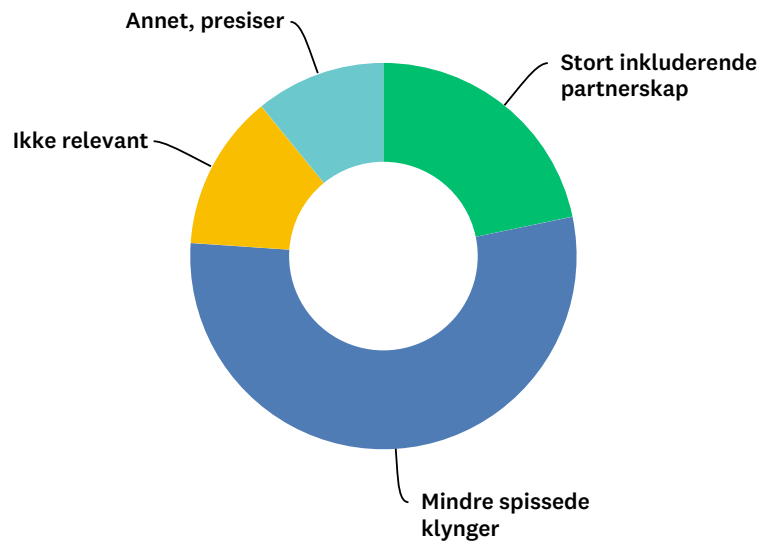
Answered: 49 Skipped: 3



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Ja	87.76%	43
Nei	12.24%	6
TOTAL		49

Q4 Hvilke klyngesamarbeid er dere da interessert i?

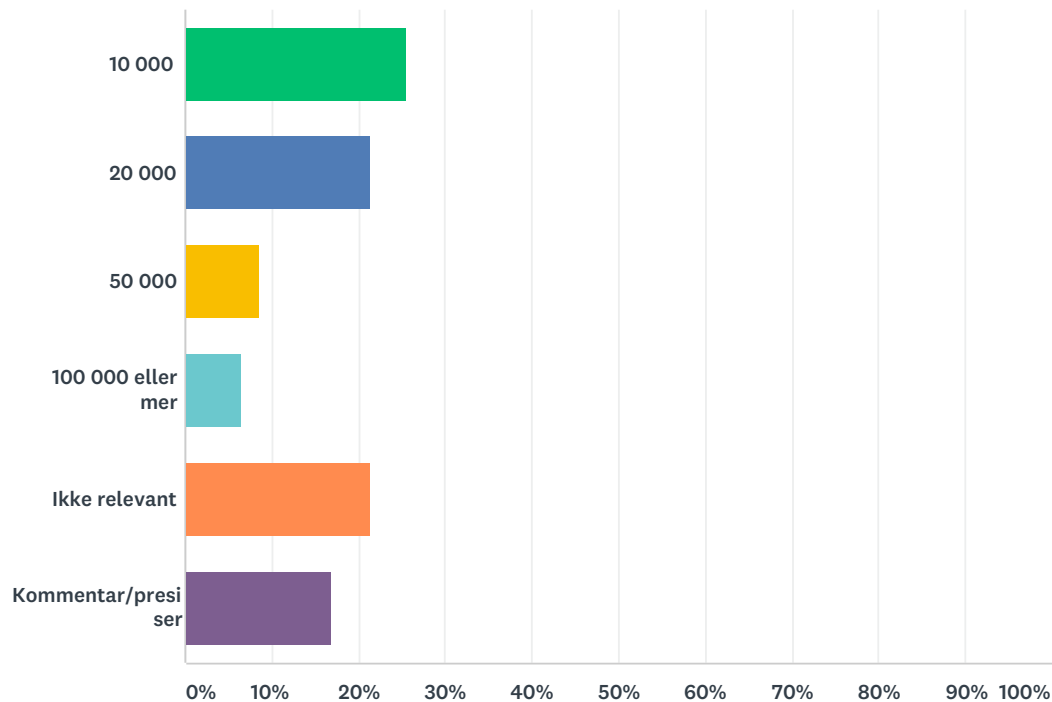
Answered: 46 Skipped: 6



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Stort inkluderende partnerskap	21.74%	10
Mindre spissede klynger	54.35%	25
Ikke relevant	13.04%	6
Annet, presiser	10.87%	5
TOTAL		46

Q5 Dersom dere aktivt får være med å definere arbeidsoppgaver og tenester levert av den nye klyngen, hva vil være din bedrifts "tak" for økonomisk investering?

Answered: 47 Skipped: 5



ANSWER CHOICES	RESPONSES
10 000	25.53% 12
20 000	21.28% 10
50 000	8.51% 4
100 000 eller mer	6.38% 3
Ikke relevant	21.28% 10
Kommentar/presiser	17.02% 8
TOTAL	47