



---

BACHELOROPPGAVE

---

Universitet i Stavanger

Tittel:

Hvordan har reisevanene for nordmenn endret seg de siste årene

Kandidatnummer:

7131

7147

7162

Forfattere:

Mats Nordli

Diler Kilic

Stian Bøe

Institusjon: Norsk

Hotellhøgskole

Studieretning: Hotelledelse

Omfang: 20 studiepoeng

Innlevering: 14/05/2023

Antall ord: 10096

## Forord

Denne bacheloroppgaven har vært en lærerik opplevelse for oss. For oss blir denne bacheloren er avslutning på tre år på Norsk Hotell Høgskole. Etter tre år hvor vi har lært mye, har dette vært en bachelor som har gitt oss avslutning på skolegangen våres.

Vi vil først og fremst takke alle som har deltatt i spørreundersøkelsen våres og hjalp oss med å få skrevet bacheloren. Uten disse hadde det ikke vært mulig å få gjennomført. Det at de har satt av tid for å hjelpe oss er noe vi alltid kommer til å sette pris på.

Til slutt vil vi ønske deg god lesning.

Hilsen oss

## Innholdsfortegnelse

<b>Forord</b> .....	<b>i</b>
<b>0.0 Figur liste</b> .....	<b>iii</b>
<b>Sammendrag</b> .....	<b>iv</b>
<b>1.0 Innledning</b> .....	<b>1</b>
<b>2.0.0 Teori</b> .....	<b>2</b>
2.1.1 Hotellmarkedet .....	2
2.2 Reisevaner til nordmenn .....	5
2.2.1 Reisevanene til nordmenn i Europa .....	8
<b>2.3 AirBnB markedet</b> .....	<b>9</b>
<b>3.0 Metode</b> .....	<b>14</b>
3.1 Kvantitativ metode .....	14
3.2 Forskningsdesign.....	15
3.3 Etske hensyn.....	17
3.4 Validitet og reliabilitet .....	17
3.4.1 Validitet .....	17
3.4.2 Reliabilitet .....	18
<b>4.0 Resultater og funn</b> .....	<b>19</b>
4.1 Spørreundersøkelsen.....	19
4.2 Funn i teori delen .....	25
4.3 Analyse og drøftelse av undersøkelsen.....	28
<b>5.0 Konklusjon og drøftelse</b> .....	<b>31</b>
5.1 Drøftelse.....	31
5.2 Konklusjon.....	33
<b>6.0 Litteraturliste:</b> .....	<b>37</b>
<b>7.0 Vedlegg</b> .....	<b>40</b>

## 0.0 Figur liste

Figur 1.....	3
Figur 2.....	4
Figur 3.....	6
Figur 4.....	7
Figur 5.....	8
Figur 6.....	12
Figur 7.....	13
Figur 8.....	20
Figur 9.....	20
Figur 10.....	21
Figur 11.....	21
Figur 12.....	22
Figur 13.....	22
Figur 14.....	23
Figur 15.....	23
Figur 16.....	24

## Sammendrag

Temaet vi har valgt i bacheloroppgaven vår er Hotell og AirBnB markedet før, under og etter pandemien, og reisevaner til nordmenn.

Problemstillingen vi valgte er:

“Hvordan har reisevanene til nordmenn endret seg før, under og etter covid-19 pandemien, hvordan har dette påvirket AirBnB og hotellmarkedet? Med tanke på preferansene til de potensielle kundene som skal bruke AirBnB eller hoteller”. I oppgaven vår har vi funnet ut av, gjennom teori og funn, hva nordmenn foretrekker av hotell og AirBnB når de er på ferie i Norge og Europa. Statistikk fra både hotell og AirBnB ga oss et godt bilde på hvordan markedet var før, under og etter pandemien.

Resultatene fra spørreundersøkelsen har vært med å påvirke oppgaven positivt. Det positive med undersøkelsen er at vi har fått et direkte innblikk i hvordan nordmenns reise og bo vaner har endret seg i løpet av pandemien. Vi ser en klar endring med tanke på at nordmenn har valgt å reise mindre etter pandemien enn i forhold til før.

Vi har også sett en stor endring i hvordan nordmenn generelt tar valget mellom hotell og AirBnB. Mange foretrekker fortsatt hotell over AirBnB, men vi har sett en endring under og etter pandemien. Etter pandemien har det blitt flere som har begynt å velge AirBnB over hotell. Dette gir oss informasjon om at mennesker tenker mer på trygghet og privatlivet under pandemien ved valget av AirBnB.

## 1.0 Innledning

Det er vanskelig å legge skjul på at covid-19 situasjonen har påvirket de fleste når det kommer til reise både innenlands og utenlands. Målet våres her vil bli å se på hvordan reisevanene til mennesker var både før, under og etter covid-19 for igjen å klare å skape en sammenligning ut i fra dette. Vi som skriver sammen har selv opplevd at valget mellom AirBnB og hotell kan være vanskelig, men her spiller selvfølgelig forskjellige faktorer inn. Det kan være alt fra pris, hvor du skal reise, hvor mange som reiser, hvem du reiser med, familie, barn osv. Det er slike avgjørelser vi skal ta for oss i denne oppgaven, for å klare å finne statistikker på hvorfor mennesker velger det de velger. Noen faktorer som har spilt en stor rolle under pandemien er restriksjoner, bekymring for sikkerhet og helse og arrangementer som har blitt avlyst. Dette er noe som mennesker må ha tatt i betraktning når det kommer til reise og ikke minst hotell og AirBnB som får inn mange avbestillinger.

Hotell og AirBnB markedet har spilt en avgjørende rolle når det kommer til reiselivet i løpet av de siste årene. Her har AirBnB spesielt hatt en banebrytende kraft når det kommer til bransjen, og utfordret hotell på mange måter som så å si alltid har hatt det tradisjonelle valget for de reisende når det kommer til valget for bosted. AirBnB har klart å skape en ny type markeds plass der privat mennesker velger å leie ut hus og leiligheter til konkurransedyktige priser og ikke minst en mer autentisk opplevelse for de reisende.

Målet her er å få samlet inn data slik at vi kan finne en oversikt på hvordan har reisevanene til nordmenn endret seg før, under og etter covid-19 pandemien, hvordan har dette påvirket AirBnB og hotellmarkedet? Med tanke på preferansene til de potensielle kundene som skal bruke AirBnB eller hoteller.

Grunnen til valget av denne problemstillingen er for å se hvor stor påvirkning AirBnB har hatt på hotellene rundt om i Norge og Europa med tanke på nordmenns valgt av bosted. Covid-19 har spilt en stor rolle innenfor dette og målet her er å finne statistikker og sende ut en undersøkelse som vil gi oss informasjon om valg nordmenn tar når de skal velge bosted under en ferie. Hvilke preferanser har de potensielle kundene som skal bruke AirBnB eller hotell, har også veldig mye å si når det kommer til valget mellom AirBnB og hotell og det er dette vi skal prøve å løse gjennom oppgaven. Problemstillingen vil også ta for seg et aktuelt og relevant tema som videre har en stor påvirkning på turistindustrien. Tanken bak å fokusere på både hotell og AirBnB Markedet er for å få en oversikt over hvordan forbrukeratferden har forandret seg når det kommer til overnattinger og hvilke forskjellige faktorer som er med å påvirke valget av overnattingsstedet. Dette kan også hjelpe hoteller og AirBnB med å tilpasse seg og kanskje begynne å tilby ulike produkter og tjenester som passer best for forbrukerens nye preferanser eller behov.

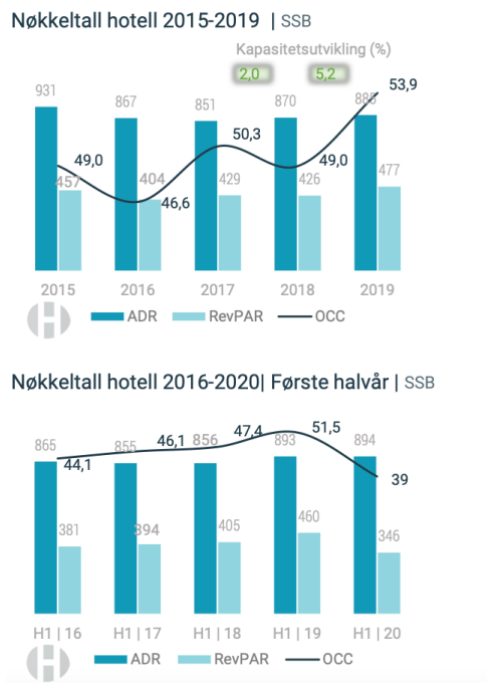
## 2.0.0 Teori

### 2.1.1 Hotellmarkedet

For å kunne få en oversikt over hvordan hotellmarkedet og AirBnB har påvirket hverandre, er det viktig å få en generell oversikt over selve hotellmarkedet, samt AirBnB markedet. Selv om disse to er to helt forskjellige typer overnattings service, så går de begge to under overnatting. Dette betyr at de er konkurrenter for de samme turistene, gjestene eller reisende som trenger et sted å sove. En annen viktig ting å se på er reisevanene til nordmenn generelt. Vi har valgt å fokusere bare på nordmenn for å kunne få en bedre oversikt over hvordan de reiser og hvorfor de for eksempel velger hotell ovenfor AirBnB nå, hva de valgte under pandemien og hva de valgte før pandemien.

I 2020 startet hotellmarkedet på en rekord økning for hotellbransjen. Da pandemien inntraff i mars 2020 så vi en stor nedgang for hele bransjen. Dette gjorde at hoteller måtte enten stenge ned eller permittere sine ansatte for å kunne overleve de første månedene av nedstengingen. I sommermånedene så vi en liten økning for hotellene, dette kom hovedsakelig fra norske turister. (Rodahl, 2020).

I Rogaland kunne vi se en stor økning i antall gjestedøgn for AirBnB fra 2016 til 2019. I 2020 stoppet veksten på 1,1 millioner gjestedøgn tilgjengelig. Dette kom av pandemien og restriksjonene som kom på grunn av pandemien (Rodahl, 2020). Hvis vi bruker Rogaland som et eksempel på veksten før pandemien som du ser på figur 1 under. Vi ser en minimal økning for hotellene i RevPAR og ingen økning i ADR fra 2015 til 2019. I første halvåret 2020 kan vi se at det er på vei ned. Selv om de første to månedene i 2020 var rekordmåneder for mange hoteller, vises det fortsatt at pandemien skapte problemer for mange hoteller. (Rodahl, 2020).



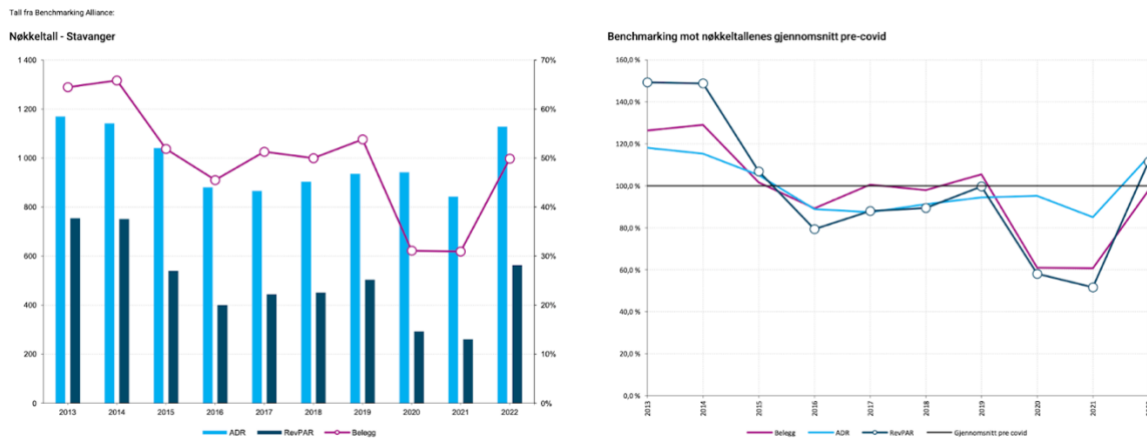
Figur 1

I figur 2 under ser vi et bedre bilde av hvordan markedet var før pandemien inntraff. Det var en nedgang fra 2013 til 2015, men etter 2015 så et marked på vei oppover igjen. Stavanger og



Rogaland er avhengig av oljenæringen for at markedet skal gå bra. I 2020 ser vi tydelig at pandemien inntraff og at belegget gikk rett ned til rett over 30%. Det var først i 2022 at belegget gikk tilbake til der det var i 2016. ADR-en og RevPAR-en endret seg ikke så mye under pandemien. Hotellet klarte å holde prisene til det samme for det meste. Det de tapte penger på var antall reisende og restriksjonene. (Lundkvist, G. Vatne, A, 2022)

## Stavanger



Figur 2

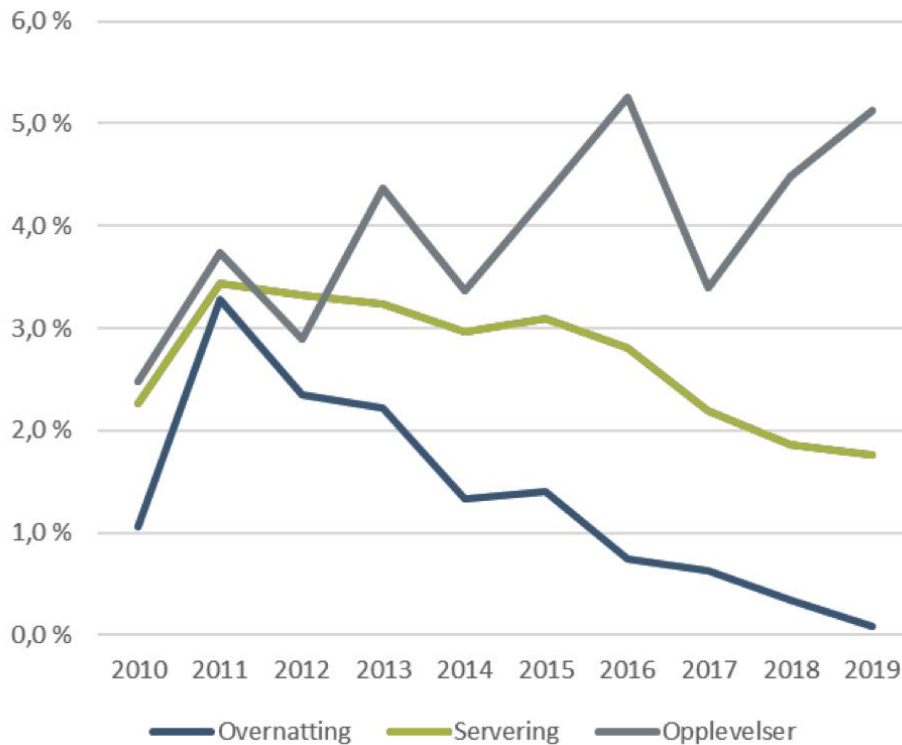
Hotellene i Norge tok flere grep for å overleve pandemien. Både økonomisk og fysisk på hotellene. Regjeringen hjalp til med økonomisk støtte for hotellene slik at de ikke gikk konkurs (Regjeringen, 2022). Dette hjalp hotellene med å komme seg gjennom nedstigningen og en periode med mye usikkerhet. Hotellene selv måtte ta tiltak for å kunne åpne opp til en mer “normal” hverdag. Rengjøringen av hotellene ble hyppigere og bedre for å kunne betrygge innkommende gjester at det ikke var noe smittefare på hotellet. De satte også opp hånd-desinfiseringsstasjoner i alle fellesområder for lett tilgang til alle gjestene. Alle overflater hvor det var en smittefare, ble desinfisert ofte for å unngå smittefare. (Wiederstrøm, 2022).

Gjestene fikk muligheten til å spise frokosten sin på rommet. Gjesten hentet en matpose med sin frokost før klokka 10, og kunne da velge hvor de ville ta med seg frokosten for å spise den.. En annen ting hotellene forventet, var at gjestene også deltok i smitteverntiltakene. Det var viktig for både hotellene og gjestene, at begge parter gjorde det de kunne for å holde smitteverntiltakene. Da ble det både lettere for hotellene å holde oppe, og gjestene følte seg tryggere da de ankom hotellet. (Scandic, 2023).

## 2.2 Reisevaner til nordmenn

Reisevanene til nordmenn er i konstant endring. Før pandemien så var næringslivet i vekst og alt dette var sammenhengende. Etter finanskrisen var det liten økonomisk vekst. Etter hvert så begynte næringen å oppleve en større vekst. Det hotellnæringen merket var at jobbreiser vokste mye i forhold til de andre kundesegmentene. Innenlands reisene økte under denne tiden, men på den andre siden, merket næringen at de utenlandske turistene forsvant og det ble mindre og mindre av dem. Etter en hvis tid endret dette seg da den norske krona og oljeindustrien sto svakere enn de hadde gjort før. (Jakobsen, E. Iversen, E.K. Nerdrum, L. Rødal, M. 2021)

Med den store veksten i turisme fra utlandet gjorde at gjestene kom først og fremst i sommermånedene og ferier. Konkurransen med AirBnB for hoteller har gjort at driftsmarginen har falt siden 2011. Dette gjelder mest for storbyene som Oslo, Stavanger og Bergen. Som du kan se på figuren under så ser vi at opplevelsene har hatt en utvikling før pandemien, mens overnatting og servering har vært på vei nedover. Dette kommer av økt konkurranse for hotellene med tanke på AirBnB. (Jakobsen, E. 2021)



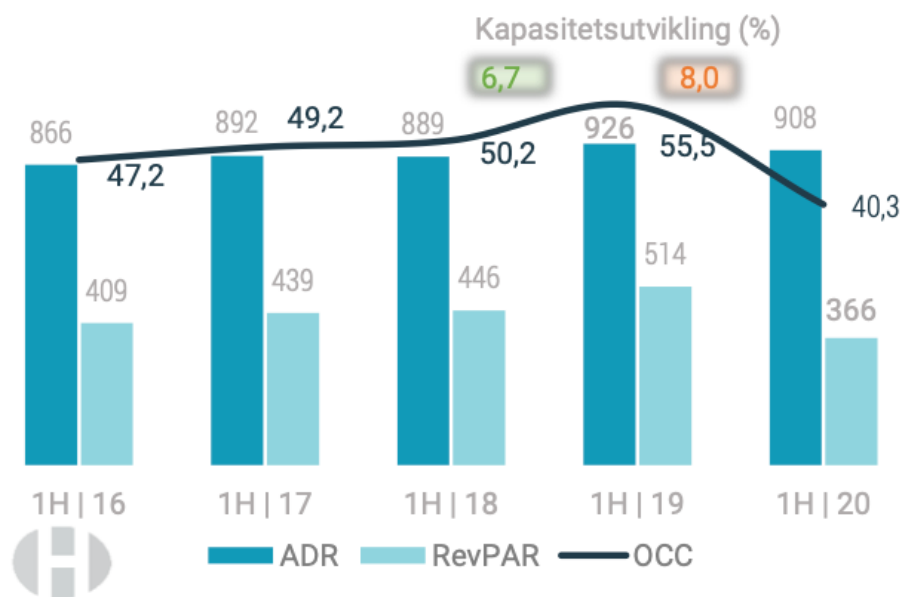
Figur 3

Da pandemien inntraff ble hele Norge stengt ned. Dette gjorde at alle hoteller og restauranter måtte permittere mange av sine ansatte. Som en konsekvens av dette kom det ingen turisme til Norge, og norske turister måtte legge om reisevanene sine. Allerede to uker før den offisielle nedstengingen så ble mye av reiseoppholdene kansellert. En annen ting som ble påvirket var jobbreiser, bedrifter gikk over til hjemmekontor og møter over nettet istedenfor å bruke penger og tid på reise og opphold. (Jakobsen, E. 2021).

Mange hoteller slet under pandemien, da Norge begynte å åpne smått igjen så vi at hotellene ble fylt opp av norske turister istedenfor turisme fra utlandet. For de norske turistbyene gikk dette fint, men for byer som ikke hadde like mye turisme så slet de mer med å fylle opp belegget. På figur (nummer) under kan vi se utviklingen for Stavanger som by og hvordan de ble påvirket av pandemien. Stavanger ble ikke rammet så hardt av pandemien, dette kommer

av forretningsreiser og lignende som fortsatt måtte gjennomføres under pandemien. Det første halvåret i 2020 så var det en nedgang på 33,6% i RevPAR. For å sette hvordan belegget ble rammet så kan vi se på månedene før pandemien inntraff. Det var 21 dager med 81,2% belegg og de seks dagene før nedstigningen kom, hadde hotellene høyest rombelegg. (Jakobsen, E. 2021).

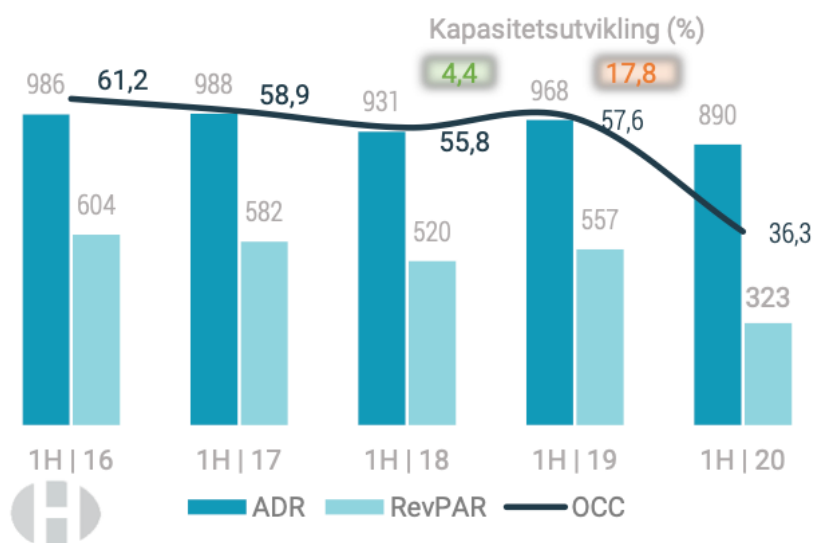
### Nøkkeltall 2016-2020 | Første halvår 1H | SSB



Figur 4

Hvis vi sammenligner Stavanger sine tall, (figur over), og Bergen sine tall så ser vi en større nedgang for Bergen enn det det var i Stavanger. I Bergen gikk både belegget og prisen ned sammen. RevPAR-en falt med så mye som 55,5% de første ni månedene. Belegget falt mellom 55-80% fra måned til måned, da det ble sammenlignet med året før. Selv om det gikk dårlig for Bergen de første månedene, hadde de et lite løft i Juli, da falt belegget bare med 28,8%. Dette kom av at nordmenn valgte å feriere i Norge og Bergen er en populær turistby. (Rodahl, 2020)

## Nøkkeltall 2016-2020 | Første halvår 1H | SSB



Figur 5

### 2.2.1 Reisevanene til nordmenn i Europa

Nordmenn er kjent for å reise både utenlands og innenlands. På nettsiden til Statistisk sentralbyrå (SSB) er det gjort undersøkelser for nordmenns reisevaner både innenlands og utenlands. Tall fra 2019 viser at 74% av befolkningen, over 16 år, reiste minst en gang til utlandet i løpet av året. Dette er jo en høy prosentandel som reiste sammenlignet med året etter. Pandemien gikk hardt utover reiselivsbransjen og ifølge Statistisk sentralbyrå sank antall reisende til utlandet med 82% i 2020. Dette er sammenlignet med året 2019.

Pandemien påvirket alle i hele verden, men vi ser på statistikken at etter vaksinerings og mindre restriksjoner at reise-trenden økte raskt. Etter et drastisk fall i reisende ser vi en økning i året 2021. Tallene fra undersøkelsen til SSB viser at nordmenn gikk tilbake til trenden av å reise med en økning på 77%, første kvartal i 2021. Dette er sammenlignet med første kvartal i 2020. (SSB, 2023)

Det har også blitt hentet inn tall fra selskapet “Telia” som er et teleselskap. Gjennom disse tallene ser vi vaner tilreisende nordmenn som da er kunder hos Telia.

Her har de funnet ut av tallene vi ser i 2019 og 2022 er nokså like. Dette betyr at nordmenn er så å si tilbake til de reisevanene de hadde før Covid-19 pandemien inntraff. Innhentet tall fra Telia forteller oss at de mest besøkte landene for nordmenn, innenfor Europa, er Sverige, Danmark, Polen og Spania der Sverige er den mest besøkte. (Reiselivskunnskap, 2023)

Nordmenn har vært ganske tradisjonelle når det kommer til reise og ferie, men nå ser det ut som at det har endret seg. En artikkel fra NRK (Norsk rikskringkasting AS) 17.02.2023 viser at eksperter ser en uvanlig endring. Normalt er nordmenn tidlig ute på å bestille ferie til sommeren, men nå er det gjort undersøkelser som viser en endring i reisevanene. Selv om det er cirka sju av ti som har planlagt sommerferie, er det mange som venter med å bestille.

Det kan virke som at pandemien har påvirket reisevanene og folk er mer usikre og venter med å bestille ferie til Syden. Terje Berge fra Finn Reise forteller oss at de populære destinasjonene til nordmenn fortsatt er det samme, men mange venter lengre med å booke ferie. Terje Berge forteller videre at han ikke skjønner hvorfor nordmenn venter så lenge siden det blir bare dyrere og dyrere jo nærmere reisetid. Det er flere faktorer som spiller inn her, krig i Ukraina og stram økonomi har også påvirket reisevanene. (Drægni, 2023)

### 2.3 AirBnB markedet

AirBnB, som står for “Air Bed and Breakfast”, er en markeds plass som foregår på nettet. Her kobler utleiere ut hjemmet sitt for folk som er på jakt etter overnatting i det området de oppholder seg i. Selve selskapet startet i 2008. Ideen med AirBnB, da det ble grunnlag, var at huseiere kunne invitere folk til å sove hjemme hos dem i stua eller lignende. Vi ser i dag at de har kommet en lang vei. AirBnB fungerer slik at huseiere legger ut sin leilighet eller hus til

utleie mens de er vekke på ferie eller lignende. Ifølge investopedia dekker AirBnB over 100 000 byer i 220 land (2022). Dette er en enkel måte for gjestene å booke overnatting for en billigere penge og man føler seg mer "hjemme" enn det man føler på hotell. Siden selve forhandlingen foregår mellom huseier og gjest, har AirBnB et servicegebyr på hver bestilling slik at de tjener penger. Det som kan være ulempen med AirBnB er at man risikerer å ikke få det man betaler for siden du mest sannsynlig ikke møter verten før du møter opp på tomten. AirBnB har hatt en revolusjon siden 2008. Vi ser at AirBnB nå er en stor konkurrent med hoteller, slik var det ikke i 2008. Grunnen til dette er stor påvirkning av Covid-19 pandemien hvor det var mange restriksjoner og regler som måtte følges på hotell osv. AirBnB er en måte der de lokale folkene kan tjene penger hvor gjestene har tilgang til et hus med eget kjøkken, toalett osv. Dette vil gi en "hjemmefølelse" til gjestene. Det er ganske enkelt å reservere hus/leilighet hos AirBnB. (Curry, 2023).

Følgende steg gjennomføres:

- Gå inn på AirBnB sin hjemmeside
- Lage en bruker, verifisere via mobil og en form for identifikasjon
- Sende inn forespørsel til utleieren godtar/ikke godtar
- Betale enten full pris eller inngå en avtale og betale delvis.

Fordelen med AirBnB:

- Det er en stor seleksjon av hva du vil ha enten det er leilighet, hus, rom eller lignende.
- Utleierne trenger ikke å betale en avgift for å legge ut det de tilbyr.
- Utleieren bestemmer pris for utleie selv og bestemmer hvor mye de vil kreve hver natt, uke eller måned.

- Gjestene kan bruke databasen til AirBnB til å bestemme dato og lokasjon, type utleie, språk til utleieren, bestemme at det skal være nær stranden eller storby og mange flere valg.
- AirBnB inkluderer også hva du kan gjøre som gjest i den plassen du er i av hva du kan gjøre og hvor de anbefaler de forskjellige restaurantene. Gjestene har tilgang til å se de forskjellige turistattraksjonene og tilbakemeldingene fra tidligere gjester på restauranter osv.

#### Ulemper med AirBnB:

- Det kan være at du får noe annet enn det du trodde. Vertene velger selv hvilke bilder de legger til og skriver sin egen beskrivelse, man vet ikke om verten er ærlig eller ikke. Her er det viktig for gjesten å lese på kommentarer fra tidligere gjester for å unngå å bli skuffet ved ankomst.
- Tilleggsavgifter er også en ulempe. Det kan dukke opp avgifter for både gjest og vert.
- Det er også forskjellige regler på de ulike plassene for tillatelse til å leie ut. Noen må ha lisenser eller spesielle tillatelser. (Folger, 2022)

AirBnB har blitt veldig populær for reisende i hele verden, men hvordan var situasjonen for AirBnB i markedet før og etter Covid-19 pandemien?

Før pandemien var AirBnB populært og hadde høy etterspørsel i de populære turistdestinasjonene i hele verden som for eksempel Berlin, Paris, London, New York, Tokyo og mange flere. AirBnB var populært for dem som ville ha autentiske og spesielle overnattingssteder, alt fra hus/leilighet til husbåter. Når pandemien Covid-19 påvirket hele verden påvirket det også AirBnB markedet. Dette var på grunn av restriksjoner og helse



bekymringer. AirBnB måtte dermed tilpasse seg disse restriksjonene med å være fleksible på avbestilling, renhold og desinfisering ble også noe av det de måtte prioritere. Hvis vi ser på markedet etter folk fikk i seg vaksinen at reisemønstre endret seg. De fleste som reiste valgte mindre kjente plasser og vi så at flere ville oppleve naturen og gjøre utendørsaktiviteter. Her er det en fordel for AirBnB med tanke på plassering ved sjø og natur.

Vi ser tydelig på markedet at AirBnB måtte tilpasse seg pandemien. Selv om det var mye usikkerhet i markedet ser vi at AirBnB har vært fleksible og dyktige på å tilpasse seg.

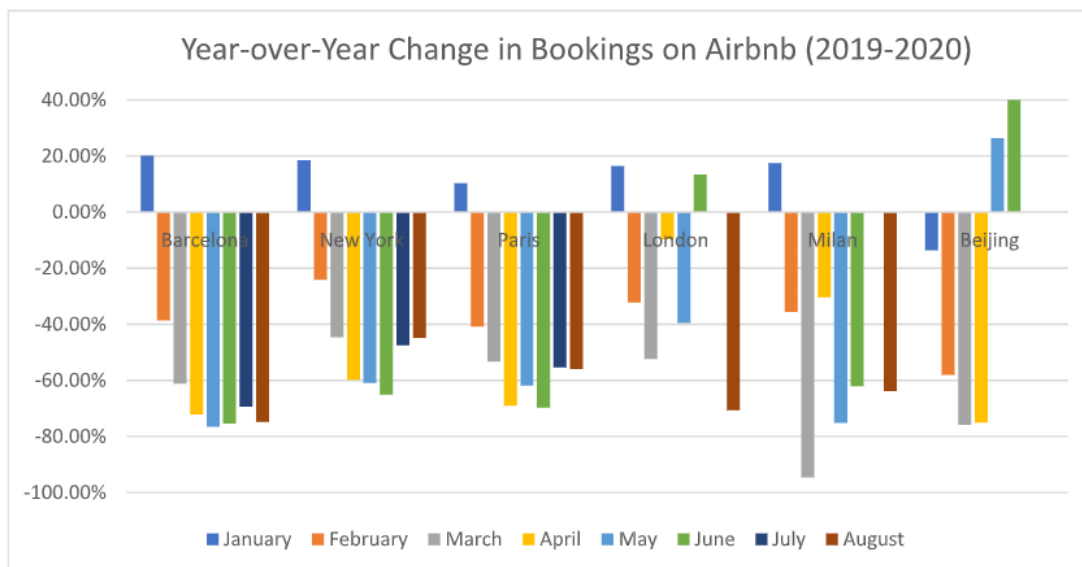
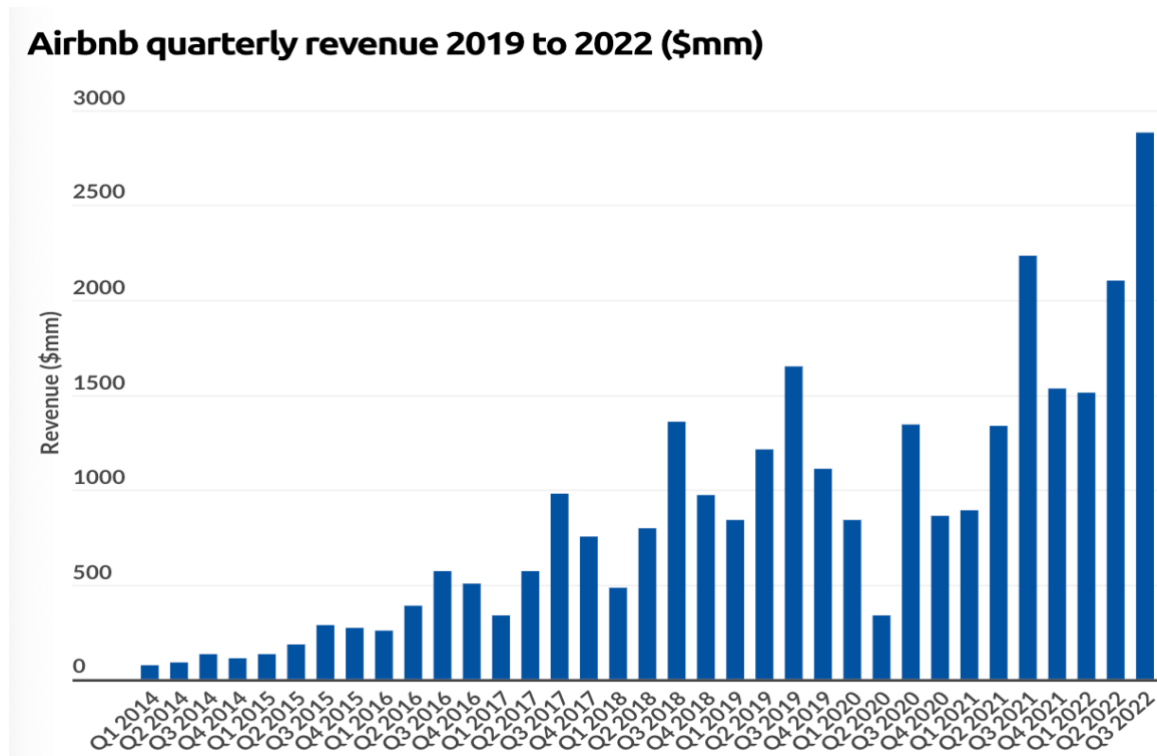


Fig. 4. Year-on-year change in monthly bookings.

Figur 6

I figuren over ser vi booking av AirBnB i forskjellige storbyer rundt i verden. Figuren viser en stor nedgang fra februar og utover. I januar ser vi at storbyene gjorde det bra i forhold til resten. Grunnen til nedgangen av bookinger er Covid-19 pandemien som påvirket verden i slutten av 2019/begynnelsen av 2020. (Turk, Osth, Kourtit, Nijkamp. 2022).



Figur 7

I figuren over ser vi statistikk av inntekter i forskjellige kvartaler av året. Vi ser at kvartal fire 2019 til kvartal to i 2020 at inntekten sank drastisk på grunn av pandemien. Kvartalet tre i 2020 ser vi at inntekten stiger veldig mye i forhold til kvartal to. Bookingen fra 2020 til 2021 økte fra 193 millioner til 300 millioner. Dette er en økning på hele 55%.

En av faktorene av hvorfor AirBnB ble populært i Norge er at Norge er et ganske populært reisemål/turistmål for utenlandske turister. Turister ønsket nemlig å oppleve Norges kultur og natur, da passer nemlig AirBnB godt inn i markedet. Dette er nemlig en fordel fordi AirBnB kan tilby en autentisk måte å bo, for turister. Vi ser nemlig at AirBnB er veldig populært i Norge generelt, men spesielt i Nord-Norge. Tromsø og Lofoten er nemlig veldig populære turistmål, så der kommer AirBnB sitt tilbud godt inn. Det AirBnB slår hotellene på er at gjestene kan velge hvor de vil oppholde seg, enten det er midt i en storby eller et hus ved sjøen/fjellet. Dette gjør at turistene kan oppleve Norge på en legitim måte. En annen faktor

som har gjort AirBnB populært er delingsøkonomi og bærekraftig reisevirksomhet. (Curry 2023)

Informasjonen som blir gitt til oss er at AirBnB ble hardt rammet av pandemien, men vi ser at det ble mer populært etter hvert. Før pandemien var AirBnB populært i de største byene i verden, som vi ser i tabellene over, men under/etter pandemien ser vi at flere og flere byer begynte med AirBnB og at det ble populært i hele verden. Grunnen til dette er nemlig alle restriksjonene som kom på grunn av pandemien. Gjester og reisende booket heller på AirBnB enn hotell på grunn av hoteller som var overfylte og samtidig det å holde avstand fra andre mennesker. AirBnB kunne tilby det kundene ville ha, mindre enheter og private hjem og bo i. AirBnB sank nemlig også prisene sine på grunn av lav etterspørsel og økt konkurranse med hotellbransjen. Dette førte til at AirBnB sto sterkest og tiltrakk seg flere gjester enn det hotellene gjorde. Fordelen med AirBnB er også fleksibiliteten og justeringen av oppholdet. Flere ønsker seg et opphold med for eksempel eget kjøkken slik at de kan ha mulighet til lenger opphold å spare penger og lignende. AirBnB fremsto også som en sikker og trygg oppholdsplass under pandemien. AirBnB har også fått mye oppmerksomhet av sin markedsføring og tilbudet de har hatt. Her har det blitt brukt mye tid og ressurser investert i markedsføring. Dette har selvfølgelig gjort AirBnB attraktiv for ulike type turister og spilt en stor rolle i populariteten.

## 3.0 Metode

### 3.1 Kvantitativ metode

For valg av metode måtte vi tenke over hva slags problemstilling vi hadde valgt å gå ut ifra.

Med tanke på våres problemstilling, valgte vi å gå den samfunnsvitenskapelige metoden, og

rette det inn på den kvantitative veien for å kunne få en større oversikt over hvordan reisevanene og preferansene til nordmenn er. I denne delen vil vi dekke hvorfor vi har valgt den metoden vi har, hvordan vi har gått frem for å samle inn data, hvordan vi har analysert og samlet inn informasjonen vi trenger, etiske hensyn og hvordan metoden vi har valgt er relevant til problemstillingen og oppgaven våres.

### 3.2 Forskningsdesign

Forskningsdesignet vi valgte å gå for, var kvantitativ tilnærming. Problemstillingen våres handler om å få en oversikt over reisevaner og preferanser til nordmenn. Derfor mente vi det var best å gå for en tilnærming som ga oss mye informasjon som vi kunne analysere. Spørreundersøkelsen har vi valgt å bruke som sekundær data. Grunnen til dette er at det var viktig for oss å først få et overblikk på hotell og AirBnB markedet. Etter vi hadde fått en oversikt over dette, kan vi bruke spørreundersøkelsen som et middel for å hjelpe oss med å analysere informasjonen om markedet og reisevanene bedre. For teoridelen har vi brukt den samme metoden. Vi valgte å finne flere rapporter og artikler for å kunne samle inn informasjonen vi trengte. Deretter har vi brukt denne dataen og analysen av dataene for å skrive teorien. Hvis vi hadde valgt kvalitativ forskningsdesign hadde vi kanskje hadde flere dybdeintervjuer, noe som kunne hjulpet oss med å få en bedre forståelse for hvorfor flere personer endrer reisevanene sine. Siden problemstillingen går ut på å finne ut hvordan de har endret seg, valgte vi heller å gå for et kvantitativ forskningsdesign.

I kvantitativ forskningsdesign så er det avgjørende å se på data som er samlet inn på en objektiv måte. Dataen er samlet inn via en undersøkelse vi har sendt ut. Spørsmålene er det vi har laget for å få samlet inn den informasjonen vi ønsker. Derfor er det viktig å ikke ha ledende spørsmål i undersøkelsen, eller spørsmål som kan skape forvirrelse for oss eller deltakeren.

Spørreundersøkelsen ble sendt ut på flere forskjellige måter. Vi valgte å dele den på sosiale medier og sende den som melding i forskjellige grupper. Responsen var så å si helt OK og vi fikk den informasjonen som var nødvendig. En stor del av de som tok undersøkelsen ser vi er i en alder fra 18-25, og det var det vi prøvde å sikte oss inn på når vi sendte ut undersøkelsen. Det er denne målgruppen som ofte reiser mest og vil ofte velge det billigste valget når det kommer til bosted på ferie om det skulle være AirBnB eller hotell.

For å få en større respons kunne vi ha sendt undersøkelsen til enda flere personer og grupper. På denne måten hadde vi hatt mer informasjon å analysere og undersøkelsen kunne gi oss et mer nøyaktig bilde av hvordan situasjonen er i dag. På grunn av at vi valgte å bruke undersøkelsen som en sekundær kilde, valgte vi å si oss fornøyd med responsen vi hadde fått og bruke sekundær kilden for å hjelpe til med analysen.

For å analysere dataene vi samlet inn, brukte vi tabeller og grafer. Noen av spørsmålene i undersøkelsen hadde svar på hvor deltakeren kunne skrive inn det de ville istedenfor faste svaralternativer. Det gjorde at vi fikk mer diverse svar, men samtidig måtte lese igjennom alle svarene for å kunne få en oversikt over hvordan de hadde svart. Etter vi hadde samlet inn denne informasjonen, delte vi opp informasjonen i forhold til hva de svarte. For eksempel hvis de svarte at de foretrakk hotell over AirBnB, eller at de foretrakk AirBnB hvis det var mange personer som skulle dra, la vi dette inn i forskjellige kategorier. Det gjorde at vi fikk en bedre oversikt over hva deltakerne foretrakk i forskjellige situasjoner, som videre hjelper oss med analysen og drøftingen videre i oppgaven.

Grunnen til at vi valgte å ha mange spørsmål med svaralternativer istedenfor å ha spørsmål hvor de kan svare hva de vil, var fordi vi ville ha en måte hvor vi lett kunne analysere

informasjonen og ikke skape en situasjon hvor vi tolker ting subjektiv og feil i forhold til hva deltakeren mente. Da kunne vi se på informasjonen mer objektivt og bruke dette til vår egen fordel. Etter litt diskusjon kom vi frem til at objektivitet er viktig for oss og oppgaven.

### 3.3 Etiske hensyn

Med tanke på etiske hensyn så har vi gjort det vi kan for å holde alt anonymt. Survio.com ga oss muligheten til dette. Ingen av deltakerne trengte å skrive inn navn, mail eller noe av den slags ting. Vi valgte å ta med alderen i spørreundersøkelsen for å kunne få en oversikt over om det var noen forskjeller på reisevaner i forhold til alder. En annen ting vi gjorde var å spørre om kjønn, igjen var dette for å se om det var en forskjell i reisevaner med tanke på alle mulige kjønn.

Siden vi valgte å bruke kvantitativ forskningsdesign så vi ikke på anonymitet som et problem. Vi visste at vi kom til å bruke en spørreundersøkelse som var fullstendig anonym. Noe som vi skrev i innledningen i spørreundersøkelsen. Dette nevnte vi også når vi sendte ut spørreundersøkelsen til potensielle deltakere. Vi sa at undersøkelsen var fullstendig anonym og svarene skulle bare brukes til bacheloroppgaven våres. For å gjøre det enda tryggere for deltakerne så la vi til at svarene kommer til å bli slettet etter bacheloroppgaven har blitt levert og rettet. På denne måten vet deltakerne at svarene ikke kommer til å bli brukt i andre oppgaver eller artikler.

### 3.4 Validitet og reliabilitet

#### 3.4.1 Validitet

Validitet handler om i hvilken grad man kan trekke slutninger ut ifra undersøkelsen eller studiene man har gjennomført (Dahlum, 2021). Man kan skille validitet inn i to kategorier, indre- og ytre validitet. Ytre validitet er at en studie eller undersøkelse med begrenset antall

svar kan generaliseres for å gjelde en større mengde data. Indre validitet er muligheten en studie kan forklares på gjennom hypotesen som er antatt. For å oppnå høy indre validitet må man være obs på potensielle bias i undersøkelsen (Dahlum, 2021).

Spørreundersøkelsen vi sendte ut, hadde et mål, det var å få en oversikt over reisevaner. Dette klarte vi å åpne uten å skape noe bias eller lignende. Med hjelp fra rapportene vi brukte i teoridelen og undersøkelsen så har vi et godt grunnlag for å kunne svare på problemstillingen vi utarbeidet. Siden spørreundersøkelsen går under ytre validitet så kan vi generalisere svarene der og bruke den primære teori kilden som grunnlag for svarene vi fikk. For å øke validiteten så gjorde vi som nevnt i tidligere avsnitt, vi begrenset antall svar hvor man kunne svare fritt og gikk for flest spørsmål med svaralternativer.

#### 3.4.2 Reliabilitet

Reliabilitet brukes for å se om målingene på undersøkelsen eller forskningen er stabil og konsekvent (Svartdal, 2020). Her kan det oppstå to typer feil, systematiske og tilfeldige feil. Tilfeldige feil oppstår når målingene blir gjennomført flere ganger og målingene varierer rundt et gjennomsnitt. Hvis målingen er skjev, at den enten er for høy eller for lav, er målingen systematisk (Svartdal, 2020).

For å sikre reliabiliteten til spørreundersøkelsen og rapportene vi har brukt i teoridelen, måtte vi bruke tid på å finne flere rapporter som handlet om det samme året eller samme fagfelt. På denne måten brukte vi ikke bare en rapport for å finne teorien vi trengte. Vi hadde flere rapporter som ga oss tall. For å bestemme hvilken rapport vi skulle bruke så tok vi den rapporten med flest deltakere i. Det ga oss et bedre bilde av hvordan markedet var på den tiden, men i slike rapporter er det større sjanse for at det kan oppstå systematiske eller tilfeldige feil.

For å sikre at det ikke oppstår noen feil i spørreundersøkelsen, sørget vi for at hvert enkelt svar har lite variasjon. For eksempel på spørsmålet om alder så var alternativene: under 18, 18-25, 26-35, 36-45, 46-55 og 55+. Grunnen til at vi gjorde dette var for å ikke få store variabler som kunne skape systematiske feil. Det kan skje hvis en av deltakerne valgte å svare ikke seriøst på noen av spørsmålene eller om noen trykket feil. Hvis det skjedde så ble ikke svarene skjevt fordelt over eller under gjennomsnittet. På denne måten sikret vi svarene vi kom til å få og fikk muligheten til å bruke det sammen med primærdata og hjelpe oss med å finne en konklusjon på problemstillingen våres.

## 4.0 Resultater og funn

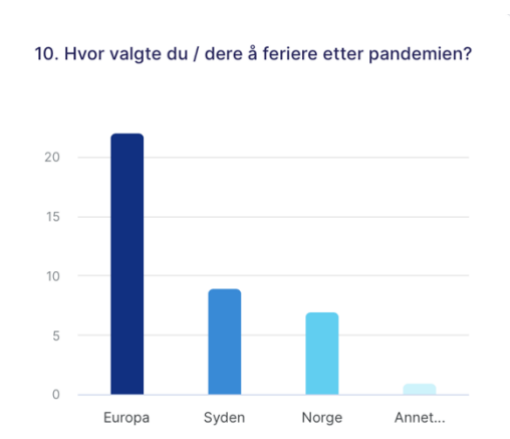
### 4.1 Spørreundersøkelsen

Etter å ha gått gjennom resultatene fra spørreundersøkelsen ser vi at svarene ga oss et bra overblikk over hvordan nordmenn reiser. Vi stilte spørsmål angående reisevaner både før og etter pandemien og ser at resultatene før og etter var ganske likt, mens reisevaner under pandemien var mye mindre. Årsaken til dette vil være at da Covid-19 først slo ut var det stor forvirring rundt hva som kom til å skje og hva fremtiden ville bringe. Noe som skjedde ganske så fort var nedstengingen av reiser til og fra landet. Med dette så var det ikke muligheter for å forlate byen/landet man bodde i, og mennesker ble bedt om å holde seg hjemme og ikke reise med mindre det var nødvendig. Dette er da grunnen til at ut ifra undersøkelsen at de fleste folk bare reiste mellom 1-2 ganger.

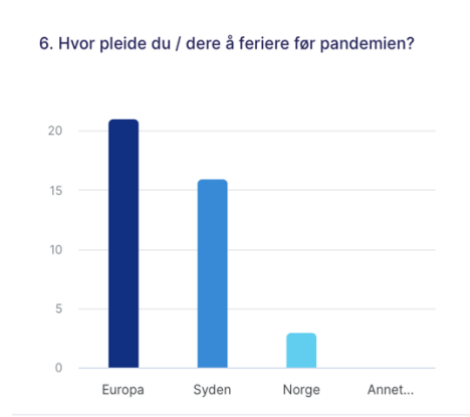
Vi ser også en endring i hvor mennesker valgte å feriere før, under og etter pandemien. Ut ifra tallene som vi har samlet inn ser vi en ganske så stor forskjell på hvor mennesker valgte å feriere før, under og etter pandemien. På bildene under ser vi at det var ganske populært for nordmenn å reise rundt i Europa og til syden og ikke så veldig mye innenlands før pandemien



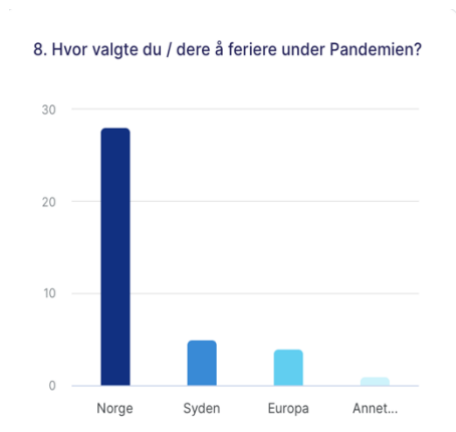
slo ut. Etter at pandemien slo ut ble Europa og Sydenferier satt ganske på pause og Norgesferier ble det populære valget mellom nordmenn. Etter pandemien derimot så tok Europa og Sydenferier godt over igjen for hvor mennesker valgte å feriere, men pandemien har allikevel vært med å påvirke Norges Reisene som vi ser. Norges reiser har hatt en fin økning fra før pandemien til etter pandemien så vi kan si at pandemien når det kommer til Norgesreiser har påvirket nordmenn ganske så bra for å oppleve andre plasser rundt om i Norge.



Figur 8

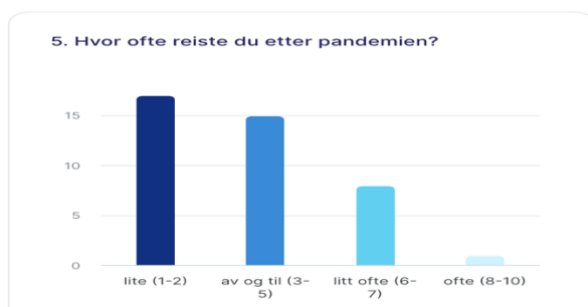


Figur 9



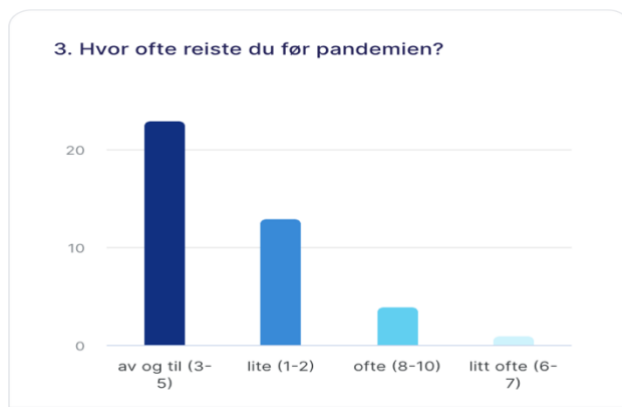
Figur 10

Noe som vi spesielt la merke til ut ifra undersøkelsen var spørsmålet "Hvor ofte reiste du etter pandemien?". Det som scoret høyest her var "lite" (1-2 ganger), noe som vi ikke helt forventet. Årsaken til dette kan være at mennesker etter å ha hatt lite reisevaner i 1-2 år kanskje ikke føler det er nødvendig å dra på ferier hele tiden, og heller velger å tilbringe ferien sin hjemme. Dette er noe som vi ser har blitt mer og mer normalt etter pandemien og undersøkelsen viser oss rett. Selv om det er sagt så er alternativet "av og til (3-5)" rett under og hatt en ganske god økning fra under pandemien. Folk er forskjellige og har som oftest ulike reisevaner, men det å reise på en ferie er noe alle bør gjøre for å få en liten avkobling i hverdagen.

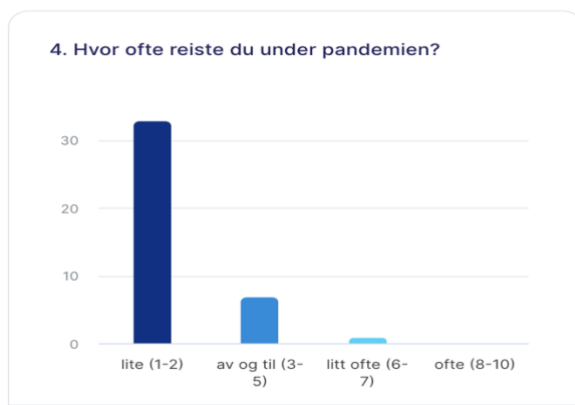


Figur 11

Dette fører oss over til spørsmålene om reisevanene før pandemien og under pandemien. Sammenligningen mellom disse er noe som er forventet. Vi ser ut ifra undersøkelsen at mennesker reiste mer før pandemien, enn under pandemien. Dette skyldes restriksjoner, nedstigninger, frykt for å bli smittet osv. Folk ble anbefalt av helsedirektoratet å holde seg hjemme og ikke dra på “unødvendige” reiser. Forretningsreiser og jobber er også noe som må merke seg når det kommer til sammenligning. Under pandemien ble mye arbeid gjort om til hjemmekontor der mennesker hadde en like god arbeidsdag hjemmefra enn at de skulle komme på kontoret for å sosialisere seg med medarbeiderne. Dette var med på å skape mindre smitte blant folk på arbeid og en tryggere hverdag for familien.



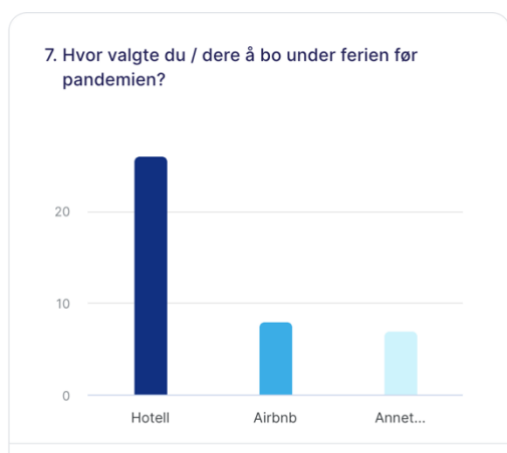
Figur 12



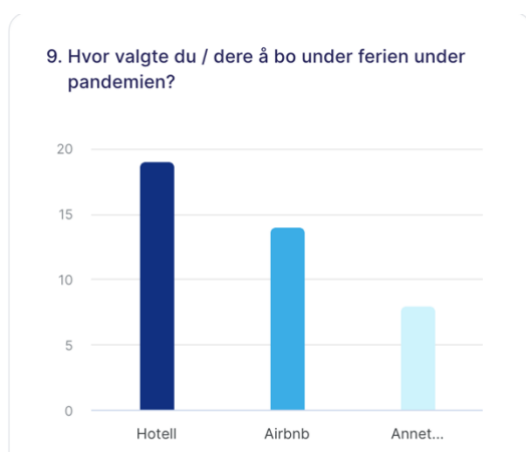
Figur 13

Noe som vi også ser ut ifra undersøkelsen er hvor folk valgte å bo når de reiste på ferie før pandemien. Her var valget mellom AirBnB, hotell og annet, og vi så at hotell var det

nordmenn foretrakk først og fremst.. Grunnen til dette vil være at hotell er en enklere måte å bo på med tanke på mat, beliggenhet og service. Når folk er på ferie, skal de gjøre minst mulig selv og det er derfor hotell er et enkelt valg foran AirBnB. Det var ikke så vanlig å bo i AirBnB før pandemien og det ser vi også ut ifra undersøkelsen. Videre ser vi på spørsmålet hvor folk valgte å bo under pandemien og her har AirBnB dobbelt svar i forhold til før pandemien. Grunnen til dette er at mennesker helst ville holde seg for seg selv og ikke være i kontakt med fremmede med tanke på å bli smittet. Vi ser også at folk fortsatt valgte hotell foran AirBnB under pandemien, men i forhold til før pandemien var det mindre på hotell.



Figur 14



Figur 15

Spørsmålet om hvordan pandemien har påvirket reisevanene dine er også et ganske interessant spørsmål. Folk har blitt mer forsiktige og reiser kanskje ikke så ofte så de pleide og det ser vi også ut ifra spørsmålet. Ut ifra spørsmålet ser vi at på en skala fra 1-5 så er 2 og 3 øverst. Vi kan konkludere med at gjennomsnittet har blitt påvirket av pandemien på forskjellige måter og kanskje velger å holde seg hjemme i stedet for å reise på ferie. Dette kan også være positivt for mennesker som reiser mindre enn det de pleide å gjøre. Her blir penger spart i og med at en ferie for en hel familie fort kan bli ganske dyrt og du har da mulighet til å spare penger og eventuelt bruke det på noe som er litt mer trengende.



Figur 16

Hele spørreundersøkelsen ble avsluttet med 2 åpne spørsmål der det første var “Hvis reisevanene dine har blitt påvirket, på hvilken måte?” Ut ifra svarene som er samlet inn ser vi at de fleste respondentenes reisevaner har blitt påvirket av pandemien, og majoriteten har valgt å reise mindre og eller valgt å reise innenlands i stedet for utenlands for å unngå økende smitte og karantenebestemmelser. Vi legger også merke til at noen har blitt mye mer bevisst på hygiene og smittevern, og at noen fortsatt reiser like mye eller ønsker å reise mer. Selv om

det nå er ganske uvanlig å finne restriksjoner rundt om i verden, er det fortsatt viktig å være forsiktig og følge retningslinjene fra helsemyndighetene for å holde seg og andre trygge under reiser.

Det andre var “hvis du skulle velge mellom hotell og AirBnB i dag, hva hadde du valgt og hvorfor?” Her gir vi deltakerne av undersøkelsen en mulighet til å gi oss et svar på hva som er positivt med valget deres og hva som er negativt. Ut ifra svarene som er blitt samlet inn ser vi en ganske så jevn fordeling mellom de som foretrekker hotell og de som foretrekker AirBnB. Vi ser at de som velger hotell gjør det på grunn av trygghet, forutsigbarhet, komfort og hotellfrokost, mens de som har valgt å bo i AirBnB vil ofte foretrekke den private følelsen, unike opplevelser, friheten og den lave prisen.

Selv om det er sagt så er det noen svar som er avhengig av ulike faktorer som for eksempel reisemål, størrelse på hvor mange som reiser og ikke minst pris. Ut ifra alternativene så har begge deres fordeler og ulemper. I bunn og grunn kommer det til hva som passer best for den spesifikke reisen som er planlagt og ikke minst preferansene til de som reiser.

#### 4.2 Funn i teori delen

Hotell og AirBnB er store konkurrenter som tilbyr noenlunde det samme, hvor begge har sine forskjellige fordeler og ulemper. Begge konkurrentene tilbyr overnatting, men har forskjellige typer service. Hotell i likhet med AirBnB konkurrerer om det samme, nemlig gjester som vil overnatte på en sikker og bra plass og oppleve landet og byene. Gjennom våre funn fant vi ut at hotellmarkedet hadde en rekord økning i starten av 2020, men ble raskt påvirket av Covid-19 pandemien i mars 2020. Hotellene ble påvirket så mye at ansatte ble permittert og sagt

opp, mange hoteller måtte også stenge helt ned. Fordelen her for AirBnB er at de ikke har faste ansatte som jobber med vask, resepsjonsarbeid osv. AirBnB gjennomgår avtaler med utleier og gjester via nett.

AirBnB i Rogaland fylke gjorde det bra i året 2016 til 2019, men akkurat som hotellene ble også AirBnB bransjen påvirket av Covid-19. I 2020 ble altså AirBnB sin vekst på 1,1 millioner gjestedøgn satt en stopper på. Hotellmarkedet har alltid vært et stort marked, men AirBnB ligger nå i 2023, cirka likt med hotellmarkedet. AirBnB startet nettopp i 2008, lenge etter hotellbransjen, men vi ser at nå til dags at preferansene til folk er ulike og at de konkurrerer i samme marked. Det er viktig å legge merke til at AirBnB var et selskap som ga tilgang til folk å sove på sofaen og lignende tilbake i 2008 hvor de nå har utviklet seg til leie av leiligheter, hus osv. hvor de dekker over 100 000 byer i 220 land ifølge tall fra 2022.

Da pandemien inntraff Norge var det flere grep som måtte utføres av både hotellene og regjeringen. Hotellene måtte ta grep både økonomisk og fysisk, men fikk litt hjelp av regjeringen i de tøffe og usikre tidene under pandemien. Regjeringen sitt bidrag var for å unngå at hotellene gikk konkurs. AirBnB på andre siden er ikke et selskap som er tilknyttet Norge og ikke et ansvar for staten. AirBnB vil da ikke oppleve en like stor risiko som hotellene siden det er nettbasert og de bare er et mellomledd mellom utleier og gjest. AirBnB tjener nettopp pengene med en avgift når gjestene bestiller. I Norge finnes det forskjellige regler for skatt for utleie som går til staten. Jo mindre etterspørsel, som følge av pandemien, førte til mindre avgift som går til staten.

Pandemien førte til at det ble strenge restriksjoner, men etter hvert åpnet samfunnet litt og litt opp. Det begynte med å holde avstand, gå med munnbind og bruk av desinfiserte midler

(antibac). Siden det var så stor usikkerhet med Covid-19 var det mer “trygt” for gjester å booke seg inn på AirBnB. Hotellene hadde dermed en ulempe med at det var så mange mennesker under et tak, jo flere mennesker, jo større risiko var det. Tiltakene de benyttet seg av, på hotellene, var at gjestene måtte holde avstand, ha på munnbind, bruke antibac og spise frokost på rommene sine. Dette ble viktige tiltak for hotellene for å holde hotellene sine åpne samtidig som gjestene ville føle seg tryggere. AirBnB derimot, trengte ikke å ha så mange tiltak som hotellene. AirBnB måtte dermed være fleksible med avbestillinger, desinfisering og ha godt renhold slik at også gjestene der følte seg trygge. Faktorer som å lage seg mat og det å slippe munnbind var en fordel her for AirBnB.

Statistikken vi hentet fra Statistisk sentralbyrå i 2019 viste oss at 74% av befolkningen, over 16 år, reiste til utlandet minst én gang i året. Sammenlignet med året 2020 sank dette med hele 82%. Dette er som følge av pandemien. Hvis vi går videre til en undersøkelse i 2021 økte reisende med 77% i løpet av første kvartal i 2021. Ut ifra statistikk og tall hentet fra Telia ser vi en sammenligning mellom år 2019 og 2021. Informasjonen vi har hentet fra teleselskapet “Telia” forteller oss at statistikken på reisende i år 2019 og 2021 er nokså like.

Dette forteller oss at nordmenn er på spor tilbake til sine gamle reisevaner. De populære reisemålene til nordmenn i Europa, fra de mest besøkte først, var Sverige, Danmark, Polen og Spania.

Selv om nordmenn er tilbake i gamle reisevaner i Europa forteller Norsk rikskringkasting AS “NRK” oss at tradisjonene til nordmenn ser ut til å ha endret seg. Normalt er nordmenn tidlig ute med å bestille ferie til utlandet. En uvanlig endring som forundrer ekspertene, er at nordmenn er nå trege på å bestille en ferie til utlandet. Pandemien og usikkerheten, som følge av pandemien, har ført til at folk er mer skeptiske og mer kresne på å bestille ferie tidlig. De



populære reise destinasjonene er fortsatt det samme, forteller Terje Bjerger fra Finn reise.

Bjerger forteller til NRK at det er flere grunner til at folk er skeptiske til å bestille. Økonomi, krig i Europa og selvfølgelig påvirkningen av pandemien er noen av hovedgrunnene.

En av utfordringene med våre funn var statistikk over AirBnB i Norge. Det var ikke mye informasjon om statistikk på salg i Norge generelt. Informasjonen vi fant var derimot nok til å sammenligne hotellmarkedet med AirBnB-markedet. Grunnen til dette er at AirBnB er opprettet i USA som betyr at vi ikke har tilgang til 100% av all informasjon på salg fra måned til måned og år til år.

Gjennom våre funn og utforskninger fant vi ut at det ble mer populært å reise i innlandet under pandemien. Norge er en fin og stor plass med mye å utforske. Statistikken gjennom våre funn viser oss at nordmenn brukte tiden under pandemien til å utforske Norge mer å reise innlands til de plassene som ble forskjøvet fremover siden de fleste vil til utlandet og oppleve “Syden” og varmen. Etter pandemien og mindre restriksjoner ser vi at nordmenn var raske på å komme seg til utlandet, tilbake til sine normale reisevaner. Hotellene og AirBnB hadde positiv effekt av at flere nordmenn tok norgesturer, dette var en positiv effekt for hotellene som slet gjennom Covid-19 pandemien. Sommeren 2020 var de fleste hotellene fullbooket som da var på grunn av at mange nordmenn valgte å bruke ferien sin i Norge i stedet for å dra til utlandet hvor man måtte ta hensyn til flere regler som covid-19 test før og etter reise, karantene og mye mer.

#### 4.3 Analyse og drøftelse av undersøkelsen

Ut ifra resultatene fra spørreundersøkelsen ser vi tydelig at pandemien har hatt en stor påvirkning på menneskers reisevaner. Vi ser at resultatene viser en god nedgang i antall reiser som blir gjort under pandemien sammenlignet med før og etter. Et slikt resultat er ikke

overraskende med tanke på hvordan pandemien har påvirket menneskers reisevaner, men noe som er spesielt interessant ut ifra undersøkelsen er at selv etter pandemien velger mennesker å begrense antall reiser de tar.

Noe vi må komme inn på her er hvilke uavhengige variabler som er signifikante som er med på å påvirke reisevanene til nordmenn. Her kommer vi inn på kjønn, alder, tidligere reiseerfaringer og den økonomiske situasjonen. Vi ser at flesteparten av de som har tatt undersøkelsen er i en alder mellom 18-25 år. Det er i denne alderen mennesker begynner å planlegge reiser selv uten familie og kan ofte reise sammen med venner. Selv om det er sagt så har ikke alle like gode økonomier noe som gjør at folk reiser mer enn andre. (Sander, 2022)

For å lage et eksempel her ut ifra sammenhengen vil det være forbruk av alkoholholdige drikker og antall hotellovernattinger. Dette kommer fort inn på en årsak-virkning-forhold-linje der mennesker som bor på et hotell vil konsumere mer alkohol enn de som ikke bor på et hotell. Dette vil også komme inn på en spuriøs sammenheng med tanke på de andre faktorene som er med på å påvirke både forbruket av alkohol og antall hotellovernattinger. Her vil for eksempel personer med bedre økonomi anlagt til å bo på et hotell også være mer anlagt til å konsumere mer alkohol.

Når det kommer til hotell og AirBnB markedet har det også en klar innvirkning på reisevanene til mennesker i Norge i løpet av de siste årene. AirBnB har klart vært et ganske populært valg, spesielt blant unge reisende som vil ha et mer autentisk og ikke minst rimeligere alternativ i forhold til hotell. AirBnB er med på å tilby en mer unik opplevelse i og med at gjestene har valg i bo i lokale boliger og kan lettere bli kjent med området rundt på en

helt annen måte enn det et hotell kan tilby. Selv om det er sagt kommer også pris og beliggenhet inn. Faktorer som tilgjengelighet til transport og turistattraksjon i området spiller en stor del for dem som skal leie, og hvis det ikke er tilgjengelig innenfor området vil de ikke være like populære som andre. Det er viktig å argumentere for hotell her med tanke på tjenestene de kan tilby som AirBnB ikke kan tilby. Her kommer vi inn på for eksempel rengjøring og frokost. Dette er ekstremt viktig for noen mennesker som er på ferie og ikke er interessert i å gjøre dette selv. Dette gjør at hotellene vil være et godt sted å bo i forhold til AirBnB, men i den siste tiden ser vi at AirBnB scorer litt høyere når det kommer til leie.

Videre må vi se på de spuriøse sammenhengene. I dette tilfellet kan vi si at AirBnB er mye mer populært enn det hotellene er blant de unge reisende, men som også samtidig tilbyr mer unike opplevelser enn hotell. Konklusjonen som blir tatt ut her kan fort høres ganske feil ut om at hotellene ikke vil tilby en unik opplevelse og dermed bli mindre attraktive for de unge reisende. I virkeligheten her kan det være flere andre faktorer som spiller inn, da tenker vi på prisforskjeller eller tilgjengeligheten til hotell og AirBnB Alternativer i forskjellige områder.

Et annet eksempel på de spuriøse sammenhenger kan være at hotellet tilbyr når det kommer til rengjøring og frokost, ikke har AirBnB de samme tjenestene. Dette kan fort bli videreført til en feilaktig konklusjon om at tilbudet hotellet har blir mer attraktivt for de personene som ønsker å slippe rengjøring og lage frokost selv. Det kan faktisk være andre grunner til at folk heller foretrekker hotell, som for eksempel beliggenhet, servicekvalitet og fasiliteter. (Sander, 2022)

## 5.0 Konklusjon og drøftelse

### 5.1 Drøftelse

Et av de største funnene vi fant i spørreundersøkelsen var at det har skjedd en endring i reisevanene til nordmenn. Dette kan vi se ved at nordmenn reiser mindre etter pandemien enn det de gjorde før pandemien. Før pandemien reiste over 20 deltakere mellom 3-5 ganger i året, etter pandemien ser vi at det tallet har gått ned til rundt 15 deltakere. På dette punktet ser vi en stigning på en annen kategori. Etter pandemien er det flere som reiser 1-2 ganger i året. Under pandemien var dette også tilfelle, men med tanke på nedstengingen og andre faktorer som smittevern så kommer ikke dette som et sjokk.

En annen ting vi ser er at nordmenn endret hvordan de valgte å bo under pandemien. Under pandemien vil jeg si nordmenn innså smittefaren av å bo på et hotell under en global pandemi. Derfor valgte de å gå til andre alternativer som AirBnB. Her ser vi også at det kom an på hva slags type tur de skulle på og om det var en reise med mange personer eller ikke. AirBnB var et alternativ som gjorde at de følte seg tryggere på reisen. Siden det AirBnB er utleie av egne leiligheter vil jeg si det var vanskelig å si om smitteverntiltakene ble fulgt som de skulle etter en gjest var ferdig med leie oppholdet sitt. AirBnB var populært i storbyer som Oslo, Tokyo og London før pandemien. Under pandemien ble AirBnB mer spredt til andre områder enn bare storbyer. Dette vil vi si kommer av at pandemien åpnet øynene både for gjester og utleiere. AirBnB er mer tilgjengelig i mindre byer og landsbygder hvor det kanskje ikke er mye profitt å drive et hotell.

På den andre siden har vi hotellmarkedet som slet under pandemien. Den første nedstengingen gjorde at flere hoteller måtte permittere nesten alle sine ansatte. Under pandemien valgte flere

hoteller å pusse opp eller utvide hotellene for å ta imot flere gjester. Dette var noe som påvirket hotellrapporten for 2022 siden antall ledige rom hadde økt og det gjør at rom belegget kan se litt dårligere ut enn det det gjorde før pandemien. En ting som var positivt med pandemien, var at nordmenn valgte å reise rundt om i Norge og bruke den tiden de hadde på å oppleve mer av hjemlandet sitt.

Under pandemien var hotellmarkedet på sitt laveste på flere år. Noe vi også så på AirBnB markedet under pandemien. For eksempel i Bergen så vi en RevPar på rundt 330 kr. Noe som er veldig lavt for en turist storby i Norge. En redning her var at på sommeren så flokket de norske turistene seg til de norske storbyene for å kunne oppleve Norge.

Noe vi ser tydelig er at nordmenn er glade i å reise til andre land når de først skal på ferie. Før pandemien dro nesten alle deltakerne til Europa eller Syden som valgt ferie sted. Det var få som så på Norge som et alternativ. Under pandemien så valgte nesten alle å feriere i Norge istedenfor. Selv om det var mulighet for å reise til andre land da restriksjonene ble hevet. Dette kan komme av flere årsaker, en av de kan være det ekstra bryet nordmenn måtte gjennom for å kunne dra på ferie til andre land. Det var karantene hoteller og det var mange land de ikke kunne dra til. Etter pandemien så vi en økning i antall som dro på ferie utenfor Norge igjen, som forventet, men det var flere som valgte å reise rundt omkring i Norge enn det var før pandemien. Reisevanene har endret seg lite, men dette kan komme av at prisene for reiser har økt de siste årene og økonomien har endret seg fra hvordan den var før pandemien.

Etter pandemien har vi sett en positiv økning igjen for hotellmarkedet. Turister fra utlandet er på vei inn igjen og noen nordmenn velger heller å feriere i Norge enn andre land. Etter to år

med pandemi hvor belegget har ligget på rundt 30%, i 2022 er det endelig på vei opp igjen sammen med RevPAR-en og adr-en. Restriksjonene ble løftet som gjorde at det ble lettere for hotellene å åpne for fullt igjen.

I begynnelsen av pandemien så vi en endring i hvordan nordmenn reiste. Antall personer som valgte å dra ut eller reise falt drastisk. Under en pandemi vil vi se at dette er forventet, valg som å dra på en opplevelse i nærheten istedenfor å reise til utlandet kan ha dukket opp. Nordmenn er også kjent for å reise utenlands, under pandemien sank antall reisende til utlandet med hele 82%. Etter pandemien var “over” økte antall reisende med 77% til utlandet. Vi ser også at tallene fra 2019 og 2022 er nokså like. En endring vi ser i reisevanene er hvordan nordmenn går frem for å bestille turer og ferier nå. Det er flere og flere som velger å vente med å bestille ferieturen sin.

## 5.2 Konklusjon

Formålet med vår studie var å få et innblikk i reisevanene til nordmenn før, under og etter pandemien, og om disse reisevanene hadde endret seg på noe slags måte. En annen ting vi så etter er hvordan preferansene til nordmenn hadde endret seg, hadde pandemien noe å si for om de valgte hoteller ovenfor AirBnB eller gikk de rett tilbake til gamle vaner. Ved å benytte rapporter og teori om hotellmarkedet, AirBnB markedet og reisevaner til nordmenn, fikk vi dannet et større bilde av hvordan markedet har utviklet seg de siste årene. For å kunne få et overblikk over reisevanene, brukte vi teori funnet i disse rapportene, supplert med egen undersøkelse som skulle hjelpe oss med å svare på problemstillingen våres.

Resultatene på undersøkelsen våres ga oss svar på hvordan reisevanene til nordmenn var før, under og etter pandemien. Rapportene om markedet hjalp oss også med å få et overblikk. Alle deltakerne vi hadde tatt vår undersøkelse, har sett en endring i reisevanene sine. Det kan være små endringer for noen, eller store for andre. Vi har sett at nordmenn har åpnet seg mer opp for AirBnB, men hoteller er fortsatt noe som leder med tanke på preferanser for overnatting.

Med tanke på at pandemien var så og si akkurat ferdig er det vanskelig å si om reisevanene har virkelig blitt påvirket av hvordan markedet har utviklet seg de siste årene. Det vi kan si for sikkert er at det akkurat nå er en endring på gang. Vi ser det i en oppgang på hotellmarkedet og vi ser det i en oppgang på AirBnB markedet. AirBnB markedet de siste årene har spredt seg ut fra storbyene til flere mindre byer hvor det ikke er like lett for hoteller å etablere seg. AirBnB har en fordel ved at de ikke har mange ansatte, rom som skal vaskes, mat som skal lages og mange andre ting. Det er enkelt både for gjesten og utleieren.

Det er ingen tvil om at markedet påvirker hvordan reisevanene til nordmenn er. Hvis norske hoteller ikke kan konkurrere med utenlandske reisemål og turistbyer, så er det ikke noe poeng for nordmenn å bruke de norske hotellene og byene som reisemål. Her ser vi at det er lettere for nordmenn å velge AirBnB hvis de skal til norske byer som ikke er kjent for turisme. De fleste nordmenn har vært i mange av storbyene og ser ikke noen poeng ved å dra tilbake til disse byene. Hvis de først skal feriere i Norge, vil de oppleve byer og steder de ikke har vært før.

Ved å gjennomføre undersøkelsen vi gjorde fikk vi en bedre oversikt over hvordan nordmenn tenker når de skal reise. Hadde vi bare brukt rapportene som primær forskning så hadde vi ikke fått den samme oversikten vi har nå. I Norge hadde mange valgt AirBnB ovenfor hotell,

mens i utlandet velger de heller hotell ovenfor AirBnB, derav at de føler seg tryggere på hoteller i utlandet enn de gjør på AirBnB i utlandet.

For å kunne få en enda bedre oversikt kunne vi plukke ut noen av de som deltok i spørreundersøkelsen for et dybdeintervju. På denne måten hadde vi fått bedre begrunnelser på hvorfor og hvordan reisevanene har endret seg. Det var mange som sa at pandemien har endret hvordan de tenker på reisen og at det gjør det vanskeligere for dem å reise etter pandemien. Med et eller flere dybdeintervju kunne vi fått en bedre forståelse av hvorfor reisevanene hadde endret seg. Vi kunne også funnet hvorfor noen personer foretrekker hotell ovenfor AirBnB og motsatt. Vi vil si fant ut det til den grad vi trengte å vite for å kunne svare på vår problemstilling.

Reisevanene har helt klart endret seg fra hvordan de var før pandemien. Det har vært en nedgang i forretningsreiser og nordmenn har lyst å oppleve mer av Norge. På denne måten påvirker det AirBnB markedet, ved at flere velger å leie ut leiligheter eller hus de eier på sommeren for å tjene litt ekstra penger. Da er hotellene nødt til å hente inn flere utenlandske turister for å kunne dekke en mangel på norske turister. Vi ser også en endring i preferanser hos reisende nordmenn, det er flere som velger AirBnB siden det er lettere enn hotell for mange. Hvis det er mange som skal reise ser vi at AirBnB er en klar favoritt ovenfor hoteller. Hadde det ikke vært for pandemien kunne vi sett et annet type marked per dags dato. AirBnB hadde ikke vært like utspredd i Norge som det er i dag. Hotell har fortsatt en stor markedsandel av overnattinger per dags dato i Norge, men vi ser en utvikling. Fremover er det vanskelig å si hvordan markedet og reisevanene kommer til å utvikle seg. Det er mange faktorer som er viktig her, som økonomi, reisemål, turistattraksjoner og hvordan verdensbilde er når man skal reise. For eksempel hvis man ikke føler seg trygg til dit man skal reise, så



endrer det hvordan reisene blir. Vi tror reisevanene er i endring, men det trengs noen flere år før vi ser en skikkelig endring i reisevanene og hvordan markedet påvirker disse reisevanene.

## 6.0 Litteraturliste:

Lundkvist, G. Vatne, A. Gaarder-Larsen, H. Aasebø, K. Vasveen, E. Madsen, T. (2022).

Norsk hotellbransje. *Markedsrapport*. Hentet fra:

<https://assets.website->

[files.com/62c6cfaaf59a85dde09d51ee/631f2c7e1d7ec74bc551740a\\_Markedsrapport%202Q22.pdf](https://assets.website-files.com/62c6cfaaf59a85dde09d51ee/631f2c7e1d7ec74bc551740a_Markedsrapport%202Q22.pdf)

Curry, D. (2023, 2. Mai). Airbnb Revenue and Usage Statistics. Hentet 07.05.23 fra:

<https://www.businessofapps.com/data/airbnb-statistics/>

Sander, K (2022, 16. Juli) *Bacheloroppgaven sin oppbygning*. studie. Hentet 30.04.23 fra:

<https://estudie.no/bacheloroppgaven-sin-oppbygning/#METODE>

Kaiser, M. (2015, 27. April) *Kvantitativ metode*. De nasjonale forskningsetiske komiteene.

Hentet 02.05.23 fra:

<https://www.forskningsetikk.no/ressurser/fbib/metoder/kvantitativ-metode/>

Folger, J. ( 2022, 07. juli.) How Airbnb Works. Hentet 06.03.23 fra:

<https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/032814/pros-and-cons-using-airbnb.asp>

Jakobsen, E. Iversen, E.K. Nerdrum, L. Rødal, M. (2021). *Norsk reiseliv før, under og etter pandemien*. (MENON-publikasjonsnummer. 121/2021). Menon economics

<https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/6abc6856aad442bcb91b431d978d6042/rapport-norsk-reiseliv-for-under-og-etter-pandemien.pdf>

Wiederstrøm, P. (Januar, 2022). *Hotelloversikten årsrapport 2022*. NHO reiseliv. Hentet fra:  
<https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/2d69dc827c1343cd89a7c779d9b5642e/hotelloversikten-2022-arsrapport.pdf?fbclid=IwAR04iEcejOjNJDWc7J9hm0BvRsUhQQv5-lwROFfLZQgq284VeHoCkCpsk3I>

Turk, U, Osth, J, Kourtit, K. Nijkamp, P. (2022) Airbnb and COVID-19: SPACE-TIME Vulnerability effects in six world-cities. Hentet 10.04.23 fra:  
<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0261517722000826?token=A9931178FFFB015AF0134024BC6D68A1C2F4D473EB7C5CDF02DA74A0183BC649EAE141EF5CC104CFAF29B5AF032987D3&originRegion=eu-west-1&originCreation=20230418090420>

Reiselivskunnskap. (2023, 31. Januar). Nordmenn reiser utenlands tilnærmet som før - besøkte 200 land i 2022. Hentet 27.03.23 fra:  
<https://www.reiselivskunnskap.no/innlegg/nasjonalt/nordmenn-reiser-utenlands-tilnaermet-som-for-besokte-200-land-i-2022/>

Regjeringen. (2022, 29. august). *Støtteordninger for næringsliv og kultur*. Hentet fra:  
<https://www.regjeringen.no/no/tema/naringsliv/stotteordninger-for-naeringsliv-og-kultur/id2694423/?expand=factbox2841769>

Scandic. (2023). *#STAYSAFE AT SCANDIC*. Hentet fra:  
<https://www.scandichotels.no/kundeservice/sporsmal-og-svar/covid-19-coronavirus>

Rodahl, T. (2020). *Norsk hotellnæring 2020*. Wiederstrøm. Hentet fra:

<https://simplebooklet.com/userFiles/a/3/9/9/5/1/3/q8avnK8Ci4WlvpbN7z2YRL/xv4RIHsP.pdf>

Svartdal, F. (2020, 3. April) *Reliabilitet*. Store norske leksikon. Hentet 12.04.23 fra:

<https://snl.no/reliabilitet>

Dahlum, S (2021, 9. Mars) *Validitet*. Store norske leksikon. Hentet 12.04.23 fra:

<https://snl.no/validitet>

Statistisk sentralbyrå. (2023, 24. Februar). Reiseundersøkelsen. Hentet 04.03.23 fra:

<https://www.ssb.no/transport-og-reiseliv/reiseliv/statistikk/reiseundersokelsen>

Drægni, I. (2023, 17. Februar). Vi skjønner ingenting. Hentet 23.03.23 fra:

<https://www.tv2.no/nyheter/innenriks/vi-skjonner-ingen-ting/15504538/>

## 7.0 Vedlegg

<https://www.surveio.com/survey/d/Q0X1G5I5Z3Y5R2L9P>