



Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

VILKEN FUNKTION HAR EN AKADEMISK TURISMUTBILDNING I BESÖKSNÄRINGEN

Mittuniversitet

Avdelning för turismvetenskap och kulturgeografi

Huvudområde: Turismvetenskap

Högskolepoäng: 15 HP

Termin/år: VT19

Handledare: Anders Nordvall

Examinator: Maria Lexhagen

Författare: Peter Janstad & Klas Norrsén

Tack!

Vi vill rikta ett stort tack till vår handledare Anders Nordvall som bidragit med mycket kunskap, goda råd och bra feedback. Det har varit till stor hjälp att ha stödet från studiens början till slut. Vi vill även tacka de respondenter som har ställt upp på intervjuer. Utan era tankar, reflektioner och erfarenheter hade uppsatsen inte varit möjlig.

Östersund, 9 juni 2019

Peter Janstad & Klas Norrsén

Sammanfattning

Denna uppsats syftar till att undersöka matchningen mellan akademisk utbildning och dess framtida relevans med avseende på arbetsplatser inom besöksnäringen. På grund av teknisk utveckling och globalisering ställs allt högre krav på personers kompetenser, färdigheter och kunskap. Besöksnäringens arbetssätt har förändrats; fysisk arbetskraft minskar medan den intellektuella arbetskraften har blivit viktigare. Undersökningen anser att framtida anställda inom besöksbranschen behöver ha en akademisk utbildning, men att besöksbranschen inte har förstått fördelarna med att anställa dessa personer. Genom att använda en kvalitativ forskningsinriktning och nyttja semistrukturerade intervjuer med examinerade studenter från turism- och destinationsutvecklingsprogrammet vid Mittuniversitet i Östersund och individer från branschrepresenterade organisationer med kontor i Östersund kommer den insamlade datan att besvara två frågor: Vilka är besöksnäringens behov av akademisk turismvetenskaplig utbildning, och vilka kunskaper, kompetenser och färdigheter har de studenter som har studerat akademisk turismvetenskaplig utbildning?

Resultatet är att nya och förbättrade samarbeten mellan besöksbranschen och universiteten ska stödja branschrelevant utbildning samt att besöksbranschen måste förstå de långsiktiga fördelarna av att anställa en individ med akademisk utbildning i turism.

Nyckelord: Turism, Utbildningsplan, Besöksnäring, Studenter

Abstract

This paper aims to investigate the match of academic education and its supposedly future workplace from a tourism view. For reasons of technological development and globalization, increasingly higher demands are placed on a person's skills, competencies and knowledge. This has been the cause of the labour market's need for physical labour being reduced and the intellectual labour force becoming more important. The paper believes that the future employees in the tourism industry requires to have a higher education, but the industry has not understood the benefits of employing these individuals. By using a qualitative research approach and utilising semi structured interviews with graduated students from the Tourism and Destination development program at Mid Sweden University in Östersund and individuals from industry representing organizations, the collected data will further answer two questions: What are the tourism industries need for academic tourism science education? and, what knowledge, competences and skills do students studying academic tourism science have? The results show that new and improved collaborations between the tourism industry and that the universities will aid and provide a more relevant education, and that the industry understands the long-term benefits of employing an individual with a higher education in tourism.

Keywords: Tourism, Curriculum, Tourism- and hospitality industry, Students

1. Inledning	1
1.1. Bakgrund.....	1
1.2 Problemformulering	3
1.3 Syfte.....	4
1.4 Frågeställning	4
1.5 Avgränsning	4
1.6 Begreppsindex.....	5
2. Metod	5
2.1. Vetenskaplig huvudinriktning	6
2.2. Kvalitativ metodundersökning.....	6
2.3. Databesamling.....	6
2.3.1. Fokusgrupper	7
2.3.2 Semistrukturerade intervjuer	8
2.4. Metoddiskussion	8
2.4.1 Databesamling	9
2.5. Etiska aspekter	9
3. Teori	11
3.1 Utbildning och utbildare.....	12
3.2 Utbildningsplan	13
3.3 Studenters kunskap	14
3.4 Arbetsmarknadens behov.....	14
3.4.1 Kompetent arbetskraft för besöksnäringen	16
4. Empiri	16
4.1 Intervjuer med examinerade studenter.....	17
4.1.1 Tidigare arbetserfarenheter.	17
4.1.2 Utbildningen som en dörröppnare.	18
4.1.3 Turismens komplexitet	18
4.1.4 Kunskaper kompletterade till utbildningen	18
4.1.5 Studenters kunskap, kompetenser och färdigheter	19
4.1.6 Besöksnäringens behov utifrån intervju med ex-studenter.....	19
4.2 Besöksnäringens behov utifrån intervju med fokusgruppen	21
5. Analys.....	22
5.1 Vilka kunskaper, kompetenser och färdigheter har studenter som studerat en akademisk turismvetenskaplig utbildning?	22
5.1.1 Kunskaper	22
5.1.2 Kompetens.....	23
5.1.3 Färdigheter	24
5.2 Vad är arbetsmarknadens behov av akademisk turismvetenskaplig utbildning?	25
5.3 Förbättringsförslag.....	26
5.3.1 Involvera besöksnäringen.....	26

5.3.2 Praktikens värde	27
5.3.3 Visa på praktisk tillämpning.....	27
6. Slutsats och diskussion.....	28
6.1 Förankring av resultat	28
6.2 Begränsningar.....	29
6.3 Framtida forskning.....	29
6.4 Avslutning	30
7.0 Källhänvisning	31
8.0 Bilagor.....	34
<i>Bilaga 1: Turism- och Destinationsutveckling Mittuniversitet utbildningsplan</i>	<i>34</i>
<i>Bilaga 2: Turismprogrammet Södertörns Högskola utbildningsplan</i>	<i>36</i>
<i>Bilaga 3: Intervjufrågor till examinerade studenter</i>	<i>36</i>
<i>Bilaga 4: Intervjufrågor till fokusgruppen</i>	<i>37</i>

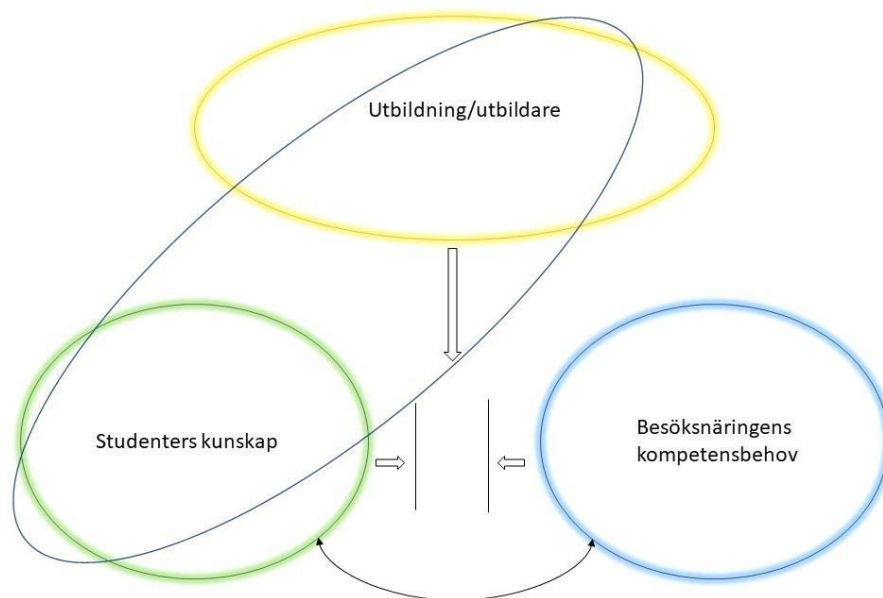
1. Inledning

1.1. Bakgrund

I det första kapitlet förklarar uppsatsen vad den ska handla om. Först beskrivs bakgrunden till problemet uppsatsen ska undersöka samt en förklaring av uppsatsens egen modell som ligger till grund för kapitlet med teori och analys. Följande text behandlar uppsatsens avgränsningar, problemformulering, syfte och innehåller ett begreppsindex.

Hur en utbildningsplan inom turismvetenskapliga utbildningar bör utformas har studerats under en längre tidsperiod och i flera länder runt om i världen (Luka och Donina, 2012). Forskningen som har gjorts på senare tid har haft varierande fokus på allt från vilka kurser som bör ingå i en utbildningsplan, till bedömning av studenterna och utbildningsresultaten (Luka och Donina, 2012). Näringsdepartementet (2017) berättar hur majoriteten av studerande inom turismprogram med inriktning gastronomi, måltidskunskap och hospitality snabbt kommer in på arbetsmarknaden efter utbildningen. Samma studie från Näringsdepartementet (2017) identifierar att studenter med inriktning mot turism upplever en saknad av kvalificerade arbeten efter avslutad utbildning. Aktörerna inom turismbranschen påstår att den kunskap som lärs ut i utbildningarna är utdaterad. Teknologin, produkterna, och kunderna är i ständig förändring. Programansvariga och arbetsmarknaden måste samarbeta för att producera studenter med relevant branschkunskap (Tillväxtverket, 2013; Millar et al., 2013).

Universiteten har genomgått en revolution från slutet av 1990-talet till tidigt 2000-tal som ett svar på en mer globaliserad värld (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization, 2009). Under 1990-talet upplevde även Sverige en utbyggnad av antalet högskolor vilket resulterade i avsevärt fler utexaminerade studenter under de följande två decennierna (Sveriges akademikers centralorganisation, 2018). I samband med teknologins utveckling har det skett ett skifte av arbetskraftsbehovet. Efter mitten av 1950-talet upplevde samhället en datorisering som ersatte mycket av de kroppsliga arbetsuppgifterna. I länder som kunde utnyttja den nya datorteknologin började en förflyttning på den ekonomiska marknaden från kroppslig arbetskraft till intellektuell arbetskraft. Utvecklingen har lett till att universiteten måste anpassa sina utbildningar för att kunna förse arbetsmarknaden med individer vilka besitter reell, relevant kunskap (Salas Velasco, 2014). Salas Velasco (2014) menar på att som en följd av det ökade behovet av ny relevant kompetens började flera länder under de senaste årtionden satsa på sina utbildningsväsende då utbildningar kan producera de kompetenser som ses avgörande för ekonomisk utveckling.



Figur 1: Uppsatsens egen modell.

Modellen (se figur 1) består utav tre kategorier: utbildning/utbildare, studenters kunskap och besöksnäringens behov. Pilarna demonstrerar sambanden som existerar mellan de olika kategorierna och de två strecken visar på det gap uppsatsen undersöker mellan studenters kunskap och besöksnäringens behov. Utbildare/utbildning innefattar utbildningsplanerna samt föreläsarna, studenters kunskap innefattar de studenter som läser akademisk turistutbildning, och besöksnäringens behov innefattar de kompetenser besöksnäringen anser saknas. Utbildning/utbildares roll är att bygga relationer mellan studenterna och besöksnäringen på bästa sätt tillsammans med studenters egna engagemang under utbildningstiden.

Någon form av kunskap och kompetens ligger i grunden till att utföra ett arbete. Kunskapen kan nås på flera håll, från formellt lärande i specifika skolor till enbart yrkeserfarenhet. Oavsett hur kunskapen nås är utbildningen en brygga mellan individen och dess framtida roll i samhället, antingen som en samhällsmedborgare eller i ett specifikt yrke (Bengtsson och Berglund, 2017).

En av fyra sysselsatta personer på den svenska arbetsmarknaden har en akademisk utbildning, sammanfattar Sveriges akademikers centralorganisation (Saco, 2018). Saco (2018) fortsätter med att sammanfatta dagsläget och berättar hur gruppen akademiker i nuläget är den grupp som upplever lägst procent arbetslöshet med ca 80 % anställning inom något yrke. Ibland de olika akademiska grupperna har personer olika utbildningar, trots detta arbetar akademiker år 2016 inom samtliga sektorer: 55 % i privat sektor, 11 % i statlig sektor, 23 % i kommunal sektor och 11 % inom landstingen (Saco, 2018). I Sverige har akademiker goda möjligheter till arbete jämfört med personer som har kortare utbildning. Men trots detta finns det fortfarande andra faktorer, bland andra personliga egenskaper istället för akademisk bakgrund, som påverkar anställningsmöjligheterna, säger Saco (2018).

I Statistiska centralbyråns (SCB:s) rapport från år 2018 framkommer skillnader mellan de olika universitetsutbildningarnas relevans kopplat till arbetsmarknaden. Som resultat av nämnda relevans förekommer det att personer som har en viss utbildning väljer att byta till en annan arbetsmarknad som inte är kopplad till tidigare utbildning (SCB, 2018).

SCB (2018) beskriver hur utbildningsprogram likt läkare och polis genererar examinerade studenter som stannar inom branscher för vilka deras utbildning är relevant. I kontrast mot dessa program berättar SCB (2018) även hur utbildningsprogram likt humaniora och konst inte uppvisar samma trend. De sistnämnda utbildningarna examinerar studenter där inte fler än hälften väljer att stanna kvar och arbeta i branscher kopplade till utbildningen. Fler exempel på universitetsutbildningar vars studenter i låg utsträckning väljer att arbeta inom samma bransch som de har blivit utbildade för är journalistik, medieproduktion samt fysikerutbildning. Vad som avgör ifall examinerade studenter upplever att de ska arbeta inom de branscher som matchar utbildningen är ifall programmet har tydliga målyrken (SCB, 2018).

Författarna av uppsatsen vill undersöka vilka akademiska kunskaper studenter anser att de lär sig under utbildningen och vilken användning de får efter slutförd utbildning. Examinerade studenter får uppleva hur stor relevans deras utbildning haft när de kommit i kontakt med arbetsmarknaden, och fått uppleva ifall kunskaperna varit till hjälp eller inte

1.2 Problemformulering

Salas Velasco (2014) har identifierat problemet som har uppstått i samband med teknologins utveckling där det skedde en förändring av arbetskraftsbehovet. Skiftet gick från kroppsliga arbetsuppgifter till intellektuell kompetens framför datorerna. Den förändringen menar Airey (2005) även skedde för turismindustrin. Inom Sverige har SCB (2018) identifierat ett problem mellan arbetsmarknadens behov och vad utbildningar lär ut. SCB (2018) menar på att de utbildningar som är tydligt utformade och resulterar i någon form av legitimation inom utbildningen, är mer anpassade till vad arbetsmarknaden efterfrågar.

Den förändrade synen på relevant kunskap skapar kritik mot utbildningssystemet. På senare tid har de ifrågasatts hur det inte lyckats bryta sig ut från det yrkessamma fokusutbildningen länge haft (Millar et al., 2013). Tidigare forskning visar även på hur en relevant utbildningsplan bör utvecklas tillsammans med besöksbranschen så studenten får relevant kunskap om besöksnäringens dynamik. När kommunikationen ut från utbildningen inte matchar besöksnäringens behov blir turismstudentens plats otydlig och därför oattraktiv.

1.3 Syfte

Syftet med studien är att belysa utmaningar som existerar mellan besöksnäringens kompetensbehov och en turismvetenskaplig utbildning. Rapporten kommer därför undersöka ifall akademisk turismvetenskapligutbildning förser studenter med relevant kunskap som efterfrågas av besöksnäringen samt matchar besöksnäringens förväntningar av examinerade studenter. Genom att identifiera gapet mellan akademisk turismvetenskaplig utbildning och besöksnäringens behov, syftar uppsatsen till att föreslå eventuella ändringar i utbildningsplanen eller vidareutveckling av samarbetspartners.

1.4 Frågeställning

- Vilka kunskaper, kompetenser och färdigheter har studenter som studerat akademisk turismvetenskaplig utbildning?
- Vad är besöksnäringens behov av akademisk turismvetenskaplig utbildning?

1.5 Avgränsning

Studien grundar sig i Östersund, Jämtland. De två forskningsfrågorna kommer undersökas genom intervjuer med två olika grupper. Ena gruppen är turismbranschrepresenterande organisationer med kontor i Östersund och den andra gruppen är examinerade studenter från turismprogrammet på Mittuniversitetet i Östersund. Personliga kontakter spelar roll i urvalet då en av moderatorerna gjort praktik på en av organisationerna. Då besöksbranschen är omfattande anser författarna att de kan ge en övergripande bild som representerar en större uppfattning bland olika företag och organisationer. Förhoppningen är att utföra intervjun genom en fokusgrupp vilket har fördelar som beskrivs i metoden. Författarna avser att sitta med personerna i person, men ifall problem uppstår kan det utföras med hjälpmedel som Skype eller vanlig telefon.

Den andra urvalsgruppen är examinerade studenter från Turism- och Destinationsprogrammet på Mittuniversitetet i Östersund. Författarna vill förstå vilka kunskaper, kompetenser och färdigheter de anser sig fått från utbildningen därför är examinerade studenter ute i arbetslivet det valet att föredra. Författarna syftar på att utföra semistrukturerade kvalitativa intervjuer i person. Men då det kan finnas svårigheter i att matcha tider och mötesplatser kan andra metoder användas och intervjuerna genomförs via Skype eller på mail.

1.6 Begreppsindex

Kunskap - Ord som förklarar begreppet är vetande, insikt och kännedom (Svenska akademins Ordlista, 2015). En person har en övertygelse och tror själv att övertygelsen är sann. Kunskapen kommer till uttryck i *hur* och *i vad* och här föreligger skillnader. Kunskap är i grunden praktisk och förvaras kroppsligt i sinnena och kroppens motorik. Kunskap i *hur* kan beskrivas som färdigheten att förmedla kunskapen språkligt till andra. Kunskap i *vad* beskrivs som tyst kunskap vilken istället för i ord uttrycks i praktisk kunskap och erfarenhet (Bengtsson och Berglund 2017). Uppsatsen definierar kunskap som en vetskap i och om ämnen utifrån teoretisk kännedom.

Kompetens - Svenska akademiens ordlista över svenska språket förklarar kompetens med orden skicklighet och behörighet (SAOL, 2015). Översätts av Morris et al. (2013) beskriver kompetens som "En kompetens syftar på kunskap, inställning, färdigheter, omdöme och handlingssätt som individen behöver för att utföra en lyckad aktivitet. Utifrån tidigare referenser definierar uppsatsen kompetens som skicklighet en individ lärt sig att hantera och utöva mot en uppgift.

Färdighet - beskrivs med ord som skicklighet eller förmåga (SAOL, 2015). Det är en skicklighet av en viss typ, såväl kroppsligt som utifrån erfarenhet eller kunskap (Bengtsson och Berglund 2017). Uppsatsen definierar färdighet som en skicklighet i en förmåga som kompletterar en individs kompetens.

Besöksnäringen - Enligt Näringsdepartementet (2017) omfattar besöksnäringen de aktörer som är involverade i att sälja tjänster till besökare som definieras som turismkonsumtion. "Besöksnäringen är inte en bransch utan består av flera branscher." (Näringsdepartementet, 2017, s 41). Uppsatsen väljer att använda Näringsdepartementets definition och vill förtydliga att besöksnäringen består av såväl privata som offentliga aktörer.

Professionalisering - SAOL (2015) beskriver det som att göras professionell. Nationalencyklopedin beskriver en process där en yrkesgrupp skaffar sig de särdrag och kompetens som utmärker professionen (NE.se).

2. Metod

Metodkapitlet behandlar följande delar: uppsatsens vetenskapliga huvudinriktning, val av undersökningsmetod, hur datainsamlingen utförs, en metoddiskussion där eventuella brister diskuteras och avslutar med uppsatsens etiska aspekter.

2.1. Vetenskaplig huvudinriktning

Denna uppsats har en hermeneutisk huvudinriktning. Det används för att besvara uppsatsens syfte och undersökningsfrågor från tolkningar av respondenternas upplevelser och tankar. Allwood (2004) förklarar hur vetenskapliga filosofier liksom hermeneutik är en tolkningsfilosofi. Ödman (2017) fortsätter utveckla hermeneutik och förklarar hur, för att förstå individers uppfattningar eller hur dem upplever det, måste innebörden studeras i sitt meningssammanhang.

2.2. Kvalitativ metodundersökning

Ämnet som undersöks är komplext och datan har samlats in från individer med olika erfarenheter. På grund av komplexiteten användes två typer av intervjumetoder så den insamlade datan kompletterade varandra. Uppsatsen valde att använda en kvalitativ ansats för att undersöka forskningsfrågorna. En beskrivning av kvalitativ metod är en forskningsmetod som omfattar tolkningar och handlingar som sätter betraktaren i världen, berättar Denzin och Lincoln (2013). Bryman (2011) förklarar hur den kvalitativa metoden fokuserar på ord istället för siffror. Av anledning till uppsatsens syfte, att förstå hur personer uppfattar och tolkar utbildningen samt besöksnäringen, utgjordes respondenternas upplevelser och tolkningar en viktig del. Därav är respondenternas ord kärninformationen, då passade en kvalitativ undersökningsmetod. Rapporten valde att basera datainsamlingen på kvalitativa semistrukturerade intervjuer och fokusgruppssamtal. Loeke (2013) berättar att triangulering innebär hur två eller fler metoder används under datainsamlingen och hur det underlättar i dataanalysen, därför utförde uppsatsen två olika typer av intervjuer. Uppsatsen ville förmedla de personliga upplevelserna för att skapa förbättringsförslag för turismutbildningar. Bryman (2011) förklarar att semistrukturerade intervjuer är en flexibel intervjuprocess. För att ha haft samtal om respondenternas personliga uppfattningar från deras studietid behövdes frågor mot olika ämnen. Intervjuaren ville fråga om ämnen som gav en helhet om utbildningstiden utifrån personen. Därför gjordes det rum för följdfrågor som ytterligare kunde lyfta nya aspekter. Det är respondenternas egna upplevelser som uppsatsen skulle analysera. Det finns två starka kännetecken som representerar kvalitativ forskningsmetod, menar Alvesson och Skoldberg (2008): tolkning och reflektion. Eftersom författarna menar på att en intervju i form av ett samtal gav en bättre datainsamling behövdes det rum för följdfrågor och avvikelser. Inom den kvantitativa metoden lämnas inte utrymme för det i motsats till kvalitativa intervjuer som vill vara flexibla och följsamma. Kvantitativ datainsamling passade inte för det hade inte gett den respondenterna samma möjlighet att uttrycka sig om turismutbildningen, som uppsatsen ville förmedla.

2.3. Datainsamling

2.3.1. Fokusgrupper

Den första frågan, *vad är besöksnäringens behov av akademisk turismvetenskaplig utbildning*, undersöks genom intervjuer med en fokusgrupp från besöksnäringen i Jämtlands län. Från praktikplatser hade författarna kontakter inom branschrepresenterande organisationer inom besöksnäringen. De personliga kontakterna kom i första hand att användas när respondenterna från respektive organisation valdes ut. Även kommunikation med kontakter på turismprogrammets institution användes för att identifiera ytterligare kandidater. Uppsatsen hade medvetet gjort urvalet av individer och Bryman (2011) beskriver hur det är vanligt att kvalitativ forskning utgår från ett urval som är målinriktat efter det arbetet vill undersöka. Metoden framställs som okomplicerad och syftar på att samla in kollektiva data genom i informella samtal engagera en mindre grupp personer i ett specifikt ämne, förklarar (Wilkinson, 2011).

Antalet gruppdeltagare till fokusgruppen var tre individer. Individerna kände varandra och arbetade med samma typ av kompetensfrågor. Det skapade en bra grund för ett informativt samtal där individerna samtalande med varandra. Samtalet med fokusgruppen varade i ca 60 minuter och likt Svenska kommunförbundet (1999) beskriver hoppades intervjuarna att samtalet gav en bredare bild av besöksbranschen istället för specifika punkter. Intervjuarna reglerade samtalet utifrån en intervjuguide som lät respondenterna komma med nya idéer och insikter, likt Svenska kommunförbundet (1999) förklarar. Intervjuguiden kom till genom författarnas egna förslag och efterforskning. Författarna började skapa frågor utifrån syftet och frågeställningen. När författarna kände sig bekväma i frågornas utformning skrevs de ut i papper så författarna kunde ha dem i handen. Ytterligare en förberedelse författarna gjorde var att skriva ut kursplanerna för turismprogrammet på Mittuniversitet. Intervjuguiden berörde utbildningen och när respondenterna fick se utbildningens kursinnehåll blev det lättare för dem att sätta utbildningen i perspektiv mot besöksnäringen.

Wilkinson (2011) nämner olika sätt att evaluera data från fokusgrupper, innehållsanalys och etnografisk analys. Arbetet utförde en innehållsanalys på den insamlade datan då den typen av analys bäst förmedlade resultatet arbetet ville ha. Innehållsanalys förklaras av Wilkinson (2011) som en analys som framställer en planerad och allinkluderande data som förmedlar en övergripande bild om forskningsfrågan. Wilkinson (2011) förklarar analysförloppet: analysen i grund letar efter återkommande faktorer i den insamlade datan som sedan identifieras och samlas ihop med hjälp av ett kodningssystem. Datans samlas in och forskaren kan börja sammanställa ett resultat som resulterar i en mer övergripande analys, fortsätter Wilkinson (2011). För att skapa en överblick av det insamlade materialet följde författarna Wilkinsons (2011) sätt att analysera. Transkribering av fokusgruppsintervjun lät författarna själva se, diskutera, förklara och tolka datan på ett mer strukturerat sätt. Det underlättade när faktorer till fokusområden identifierades. Uppsatsen hade tre fokusområden, studenters kunskap, besöksnäringens kompetensbehov och utbildning/utbildare, och information från transkriberingstexten färgmarkerades och sorterades. Ytterligare en fördel med att transkribera fokusgruppsintervjun var att författarna ständigt kunde återkomma till datan för kontroller och diskussioner.

2.3.2 Semistrukturerade intervjuer

De utvalda intervjuobjekten är selektivt utvalda utifrån deras utbildningshistoria och nuvarande arbetsposition. De är totalt sju respondenter uppdelade två grupper. Arbetet fokuserar på examinerade turismstudenter som gått det tre år långa programmet på kandidatnivå. Idag, år 2019, går studenterna en treårig akademisk utbildning så intervjuer med individer som upplevt samma längd av akademisk utbildning passar sammanhanget. Arbetspositionerna respondenterna har är olika men samtliga är kopplade till turismutbildningen. Kontakten med examinerade studenter sker i första hand genom e-post. Det var för att de utvalda respondenterna arbetar på olika plaster i Sverige. Därefter bestämdes en fysisk plats och tid, eller en avsatt tid för intervju via Skype respektive telefon.

I samtliga intervjuer användes samma framtagna intervjufrågor som utformades utifrån uppsatsens frågeställningar och dess syfte. Under intervjuerna började intervjuarna med att berätta uppsatsens syfte för respondenterna. Det gjordes för att respondenterna skulle känna sig bekväma i situationen. När det var dags att börja med frågorna, ställde intervjuaren en fråga från intervjuguiden. Vid somliga tillfällen ställdes en följdfråga av intervjuarna på respondenternas svar. Samtliga intervjuer blev inspelade med diktafon och godkännande från respondenterna.

Inspelningen från intervjuerna transkriberades sedan till separata texter. De transkriberade texterna skrev sedan ut till fysiskt pappersformat. Därefter användes markeringspennor i olika färger för att koda texterna utifrån tre bestämda fokusområden; utbildning och utbildare, besöksnäringens behov samt studenters kunskap. Det respondenterna sa som passade in under varje fokusområde markerades sedan med respektives fokusområdets färg.

2.4. Metoddiskussion

De förbättringsförslag som presenteras i slutet av uppsatsen, kan erbjuda inspiration till utveckling av turismprogrammet på Mittuniversitetet. Uppsatsen vill även inspirera turismstudenter samt andra turismprogram runt om i Sverige ifall de upplevt samma utmaningar. Att författarna av uppsatsen studerar turismprogrammet gav en stark insikt i vad som var av betydelse för förbättringsförslagen.

Respondenterna i undersökningen var examinerade turismstudenter från turismprogrammet på Mittuniversitetet i Östersund samt representanter från besöksnäringen i Jämtland. Författarna upplevde att fler intervjurespondenter ytterligare kunna bidra med insikt i ämnet. Ett exempel är att uppsatsen hoppades på en intervju med 4 personer i fokusgruppen för att matcha antalet examinerade studenter. Samtalet med de tre individerna i fokusgruppen var givande trots att de var en individ färre. Ett ämne som belystes mycket under intervjuerna var skillnaderna mellan stora och små företag. För att uppsatsen skulle få en tydligare bild i den påstådda skillnaden kunde intervjuer med representanter från sådana företag önskas.

Bryman (2011) menar på att utrustningen som används i intervjuerna för att fånga samtalen är en orosfaktor då det kan sluta fungera eller i uppspelningen inte förmedla samtalet i en bra kvalitet. Vid ett tillfälle när intervjuerna skulle intervjuas en examinerad student, slutade diktafonen att fungera. Som lösning på det användes en dator för att spela in intervjun, dock med sämre ljudupptagningsförmåga.

Semistrukturerade intervjuer är beroende på sättet frågorna är utformade. Intervjuerna var bekväma i sina frågor men upplevde hur de ofta blev långa och därför otydliga för respondenterna. Då respondenterna var lite nervösa och ville ställa frågan tydligt blev resultatet att de hellre sa för mycket än för lite. Mer träning och mer erfarenhet i att hålla intervjuer bör förbättra sättet att förmedla frågorna.

Ett problem som författarna upplevde från transkriberingen av fokusgruppsamtalet var att det sades mycket som inte hade någon direkt koppling till intervjufrågorna. Det var mycket som gav en kontext om besöksnäringen men det gick inte att använda i empirin då det inte bidrog till att besvara frågeställningarna. Svenska kommunförbundet (1999) identifierar att det lätt kan bli för mycket information som inte är relevant för forskningsfrågan i ett fokusgruppsamtal.

2.4.1 Datainsamling

Utifrån de semistrukturerade intervjuerna och fokusgruppsamtalet samlades det som blev empirin in. Totalt var det fyra examinerade studenter som intervjuades och i fokusgruppsamtalet deltog tre personer med övergripande kunskap om besöksnäringen. Samtliga intervjuer transkriberades med hjälp av inspelningarna. Den transkriberade texten skrevs sedan ut i pappersformat. Därefter gick författarna till uppsatsen igenom samtliga texter tillsammans och diskuterade vad respondenterna sagt som är viktigt för uppsatsens frågeställning och syfte. Det som bidrog till att besvara frågeställningarna och syftet markerades med tre olika färger beroende på under vilket fokusområde det passade bäst in. De tre fokusområden som uppsatsen utgår från är; utbildning/utbildare, besöksnäringens behov samt studenternas kunskap. När empirin skulle beskrivas sammanfattades det som framgick utifrån intervjun med de examinerade studenter under en egen rubrik med blev flera underrubriker som baseras på intervjufrågan som ställdes. Fokusgruppsamtalet behandlades på samma sätt som intervjuerna med de examinerade studenterna med en sammanfattning utifrån intervjufrågorna baserat på fokusområdena, samt egen rubrik med underrubriker.

2.5. Etiska aspekter

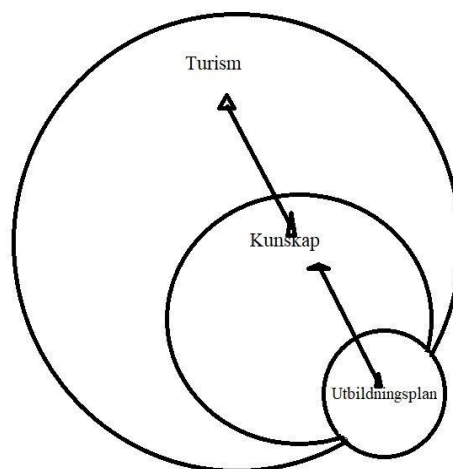
De personer som är respondenter behandlas anonymt i uppsatstexten. Den insamlade datan kommer transkriberas för att efter arbetets inlämning sparas en begränsad tid. Anledningen är så författarna eller en granskare kan kontrollera det uppsatsen påstår. Att datan tas bort visar

även att arbetet respekterar konfidentialiteten intervjupersonerna ger de som intervjuar. Det var inte varje deltagare som önskade anonymitet. Deltagarna i fokusgruppen var alla positiva till att deras namn användes. Till skillnad från fokusgruppen var det några av de examinerade studenterna som önskade anonymitet. Uppsatsen hade från början bestämt sig för att behandla alla intervjurespondenter anonymt och valde därför att göra så oavsett vad respondenterna själva sa. I och med anonymiteten använder uppsatsen ordet *fokusgrupp* och benämningen *de examinerade studenterna* som hänvisning till de olika intervjuerna.

3. Teori

I teoridelen behandlas tre kategorier: studenters kunskap, besöksnäringens kompetensbehov, och utbildning/utbildarens roll. Inom kategorierna lyfts forskning och studier utförda både i Sverige och utomlands.

Relationen mellan utbildningsplan och kunskap samt fenomenet turism har Tribe (2005) illustrerat med hjälp av en modell som visar tre cirklar, utbildningsplan, kunskap och turism (se figur 2). Det Tribe (2005) vill demonstrera med modellen är att av anledning till turism som ämne i sig är väldigt komplext, innehåller utbildningsplaner endast en liten del utav den befintliga kunskapen om turism. Tribe (2005) menar på att förklaringen till varför cirkeln som representerar utbildningsplanen är mindre än kunskap är av den anledningen att bara en begränsad mängd av kunskapen går att lära ut och planera under en normal studietid på tre år. Pilarna i modellen visar att det finns ett flöde mellan kunskap och utbildningsplan, till själva turismfenomenet. Tribe (2005) argumenterar för att det visar hur turismvetenskapliga utbildningar och kunskapen kan vara med och påverka turismfenomenet till en positivt inriktad utveckling och det är därför turismutbildning är viktigt.



Figur 2: Egen bearbetning av *Tourism, Knowledge and Curriculum* (Tribe, 2005)

Tribe (2005) har, som beskrivs ovanför, utformat en modell som visar på att turismfenomenet är ett stort område som det finns begränsat med kunskap om och att en utbildningsplan bara kan innehålla en del av den befintliga kunskapen om turismfenomenet. Det som Tribes modell inte visar på är relationen mellan akademisk turismutbildning och studenternas kunskap, kopplat till arbetsmarknadens behov. För att förtydliga det har författarna till denna rapport utformat en egen modell som förtydligar relationen. Björklund och Paulsson (2012) argumenterar för att om

det inte existerar en befintlig modell som passar syftet, kan författarna själva utforma en ny eller anpassa en befintlig modell.

De olika kategorierna, utbildning/utbildare, studenters kunskap och besöksnäringens behov, kommer ligga som grund för uppsatsens uppbyggnad av presentation, analys och slutsats.

3.1 Utbildning och utbildare

Det fylls en viktig funktion i samhället av högskoleutbildningar. Några av målen med utbildning redovisar högskoleförordningen. I högskoleförordningen, 1 kap. 8§ (SFS 1992:1 434) står det att studenter ska förberedas mot förändringar i arbetsmarknaden. Utbildningarna ska då ta hänsyn till studenternas efterfrågan tillsammans med arbetsmarknadens behov, menar Universitetskanslersämbetet (2017). Målet är att utbilda och tillgodose framtida kompetensbehov på arbetsmarknaden både i avseende till vilken kunskap studenterna lär sig och antal studenter som utbildas. Det ställer lärosäten inför utmaningen att försöka förutse framtidens behov av kompetens baserat på dagens kunskap (UKÄ, 2017).

I världen sker förändringar inom utbildningsväsendet (Organisation for Economic Cooperation and Development, 2018). UNESCO (2009) menar att universitet ska utbilda individer som kan driva turistföretag som ger ekonomisk vinst, socialt ansvar samt ekologiskt hållbara tjänster. Universiteten har haft rollen som utbildare av framtida anställningsbara kunskaper och kompetenser. De kunskaper och kompetenser ska efter utbildningen ut i en marknad som potentiellt kan förändra den sociala och kulturella miljö som den omges av. På grund av en sådan kraftig marknad borde universitet fokusera på att framställa utbildningsplaner som lär individen att tänka kritiskt och kunna ha en stor påverkan på marknadens framtida effekt. Tribe (2002) anser att turistutbildningar även bör lära den filosofiska grunden turism har och hur det forskas i. Enbart då, påstår Tribe (2002), att studenten är kompetent inom turismyrket och den akademiska turismkunskapen.

Det skapas fler utbildningstillfällen vilket resulterar i fler individer som skaffar sig en examen. Anledningen är att individer med högre utbildning har en större chans till anställning (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2018). Dock är det fortfarande långt ifrån alla som väljer en examen och arbetskraften med mindre formellt utbildade individer är stor. De individer med lägre utbildning har även vanligtvis lägre lön och arbetsuppgifter som är rutinmässiga. De rutinmässiga arbetsuppgifterna leder en större risk att bli automatiserade, och individen som utfört arbetet blir arbetslös (OECD, 2018).

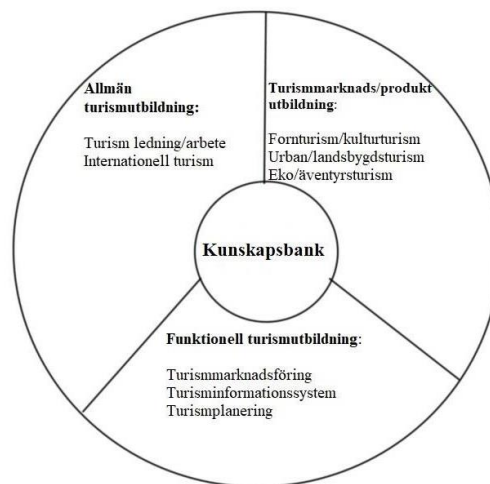
Att det inte finns ett gemensamt samarbete eller ett gemensamt mål från utbildningarna och arbetsmarknaden förstärks av Tillväxtverket (2013) som intervjuade arbetande personer från företag i den svenska turistbranschen. En av intervjufrågorna Tillväxtverket (2013) ställde var om kunskapsluckor som företagen upplever inom sin egen organisation och var de kan få hjälp att lära sig den. Många företag föreslog organisationer och branschnätverk likt Visita, turistorganisationer, regionförbund samt sitt eget nätverk. Av de tillfrågade i Tillväxtverkets

undersökning (2013) var det en respondent som nämnde att regionens universitet eventuellt kan hjälpa till.

3.2 Utbildningsplan

En tydlig definition av en utbildningsplan går att beskriva som ett dokument framtaget av institutioner med information om vilka kurser och ämnen som innefattas i utbildning och kunskapen de förväntas att lära ut (Scott, 2014).

En förklaring av turismutbildningarnas innehåll gör Robertson och Dale (2001). De föreslår tre uppdelningar inom turismutbildningen baserat på tre olika dimensioner.



Figur 3: Egen bearbetning av the three domains model of tourism education (Robertson och Dale 2001)

Generic Tourism Degrees kan översättas till allmän turismutbildning och enligt Robertson och Dale (2001) lär den första biten i modellen ovan ut allmänt bred tvärvetenskaplig kunskap utan något speciellt fokus. Andra biten, Functional Tourism Degrees kan översättas till funktionell turismutbildning och innefattar, som namnet antyder, funktionell kunskap riktad mot turismbranschen. Robertson och Dale (2001) påstår att på grund av branschens servicetunga inriktning är det kunskap inom IT, marknadsföring eller planering som behövs. Den tredje biten i modellen av Robertson och Dale (2001) kan översättas till turismmarknads/produkt utbildning och menar att lära om nischad utveckling för produkter eller marknader. Robertson och Dale (2001) påstår att alla tre kunskaper tillsammans ger turismstudenter den nödvändiga kunskap och kompetens som en bred och dynamisk turistmarknad behöver.

I samband med turismens framväxt har även intresset och behovet av utbildade inom turism ökat. En betydelsefull faktor inom turismutbildningar är kopplat till huruvida utbildningsplaner är utformade i relation till hur arbetsmarknaden ser ut. Att skapa en utbildningsplan för turismutbildningar är en utmaning i sig. Det är viktigt att hålla utbildningsplaner uppdaterade av den anledningen att turistmarknaden i sig ändras och det kan uppstå nya relevanta genre att fokusera utbildningen på (Cooper, 2002; Bird, van de Mortel, Holt, & Walo, 2015). Tidigare forskning menar på att utbildningsplaner utgör en viktig del för studenternas utbildning och deras attraktionskraft på arbetsmarknaden (Cooper, 2002; Bird et al., 2015; Dhiman, 2012; Boley, 2011). Det betyder att utbildningsplanens utformning har en viktig betydelse för hur turismstudenters framtida arbetsmöjligheter upplevs av både arbetsmarknaden och studenterna själva.

3.3 Studenters kunskap

Som individ väljer du att gå en högre utbildning och den personliga investeringen i tid och pengar beräknas komma tillbaka i form av högre lön och/eller en arbetsposition som inte varit möjlig utan utbildning (Bengtsson och Berglund, 2017; Landell, 2015). Den svenska arbetsmarknaden har få regleringar på olika yrken och arbetsplatser frågar allt mindre efter examensbevis. Det uppmuntrar individen att välja bort en examen då de ofta redan blivit erbjudna en anställning (Bengtsson och Berglund, 2017). Arbetsmarknaden tjänar på att uppmuntra individer mot högre utbildning. Individen tjänar faktorer som bättre lön och bättre anställningsbarhet och företagen kan uppleva effekter av ökad produktivitet, lönsamhet och innovationsförmåga (Landell, 2015). Även om det inte är avgörande på arbetsmarknaden ger en högre utbildning individen ett utbildningsbevis, något informella utbildningar sällan gör. Trots att företagen eller organisationerna är medvetna om kompetenserna utan att se beviset kan ett utbildningsbevis underlätta jobbyten (Landell, 2015).

Akademiska studenter blir utbildade och kompetenta i både turismutvecklingens utmaningar samt yrkeskunskaper av en utbildningsplan som balanserar yrkes- och akademiska kunskaper (Inui et al., 2006). Traditionellt har utbildningsplaner i de turismvetenskapliga utbildningarna inslag av näringslivets behov, med kurser inom marknadsföring, finans och mänskliga relationer. Tillsammans med kurserna har universitetet arbetat nära näringen med hjälp av praktikperioder och studenterna blir som resultat kompetenta och anställningsbara (Inui et al., 2006).

3.4 Arbetsmarknadens behov

Enligt högskolelagen (SFS 1992:1 434) 8 § skall studenterna anskaffa sig “- *förmåga att självständigt urskilja, formulera och lösa problem...*” (Riksdagen.se, u.å). Förmågan att kunna formulera sig i skrift, menar Wells, Piat och Paisley (2012) och Bobanovic och Grzanic (2012)

är en viktig egenskap att besitta inom turismsektorn. Wells et al. (2012) argumenterar för att det inte kommer spela någon roll vilket typ av arbete du gör inom turismsektorn, så kommer du behöva kunna uttrycka dig väl i skrift. Wells et al. (2012) fortsätter och menar på att de personer som kan uttrycka sig väl i skrift är en tillgång till företaget, detta är då de kan utföra arbete som företag annars hade behövt betala för att få hjälp med. Bobanovic och Grzinic (2012) resonerar liknande och menar kommunikationsegenskaper är högt värderade inom turism- och servicesektorn och menar på att språkkunskaper inom andra språk såsom engelska blir allt viktigare i en globaliserad värld.

En faktor som ofta framkommer i forskningen om utbildningsplaner för turismutbildningar är att arbetsgivare inte ser turismstudenter som redo för arbetsmarknaden efter examinationen, påstår Dhiman (2012). Studien utförde en undersökning i Indien där anställda i besöksbranschen fick utvärdera turismstudenters kunskaper. Dhiman (2012) förklarar hur besöksnäringen efterfrågar en större mängd överförbar kunskap som tas med till arbetsplatsen och exempel på efterfrågad kunskap är ledarskap, kommunikation, och strategiskt tänkande. Behovet av yrkesrelaterad kunskap i turismutbildningarna borde genomströmma utbildningsplanerna så studenter får kunskaper om turismförvaltning. Lika viktigt som yrkeskopplingen framgår det också att turismutbildningarna måste förse studenterna med bredare akademisk kunskap som rustar dem för framtiden (Dhiman, 2012).

Ett förslag för att rusta turismstudenterna för framtiden är att involvera hållbarhet i turismutbildningen, menar Boley (2011). Studien tar upp ämnet hållbarhet och hur destinationer arbetar med det allt mer. Målet med hållbarhet är att få hållbara resultat inom ekonomin, miljön och samhället. Att turism är en av de största marknaderna i världen och har en stor påverkan på alla tre områden och är inte immun mot förändringar. För att arbeta hållbart måste personalen inneha kunskaper som förstår hållbarhet och när turismutbildningarna lär studenter om hållbarhet skapas individer med kunskap inom de tre områdena, fortsätter Boley (2011). Näringsdepartementet (2017) förtydligas hur de ökande besöksantalen stärker vikten av kunskapsutveckling om hållbarhetsaspekterna, den ekonomiska, miljömässiga, och sociala. Boley (2011) menar på att miljötänk måste implementeras för att bemöta dagens miljömedvetna turister och företag tjänar på kunskap om hur ansvar, kostnader, och efterfrågan görs mer hållbart. Hållbarhet finns även inom turismens både negativa och positiva påverkan och personal med kunskap inom hållbarhet kan direkt minska negativ påverkan inom ett samhälle eller på en plats. Turism består av naturliga och kulturella resurser och ifall en destination blir av med sina resurser försvinner dess turism. Personal som inte förstår hållbart arbete riskerar att slita ut resurserna och turismupplevelsen förlorar sin styrka och därför är kompetent personal viktig, avslutar Boley (2011).

Tillväxtverket (2016) belyser också att med det ökade besöksantalet är det inte enbart de långsiktiga faktorerna som påverkas utan även kompetensbehovet om hur de nya besökarna ska bemötas. Det som gör att ny kompetens efterfrågas är att de nya turisterna är väl beresta och förväntar sig en ny högre standard av kvalitet och service. Det är kunskaper inom innovationsutveckling av tjänster och produkter som allt mer saknas, påstår Tillväxtverket (2016), samt att många mindre företag upplever ett behov av professionalisering.

Professionaliseringen kopplas till ett behov av stärkt produkt- och konceptutveckling då turismen i Sverige kommer uppleva inte är densamma som den varit van vid och det är inte enbart enskilda aktörer och små företag som står för nya utmaningar, menar Tillväxtverket (2016). Både enskilda aktörer och hela destinationer måste anpassa sig mot de ökande besökarna för att besöksnäringen ska uppleva den fulla potentialen:

“En anpassning av enskilda aktörers service och utbud samt hela destinationers utveckling till nya kunders krav och förväntningar. En annan utmaning är förmågan att synliggöra destinationer internationellt och göra dem internationellt konkurrenskraftiga.” (Tillväxtverket, 2016 s. 21)

3.4.1 Kompetent arbetskraft för besöksnäringen

Luka och Donina (2012) genomförde en studie i Litauen där anställda inom turismsektorn fick besvara en enkät om vad de värderade högst att studenter hade för kompetenser och färdigheter. Deras resultat visade på att den kompetensen som anställda inom turismsektorn värderade högst var 1) kommunikation, 2) personalhantering, 3–4) kommersiellt tänkande inom turism & marknadsföring. Färdigheterna som de anställda värderar högst var 1–2) förmågan att kommunicera med kollegor och förmågan att arbeta i ett multikulturellt företag, 3–5) förmågan kommunicera med gäster, positiv attityd till arbetet och engelska språkkunskaper.

4. Empiri

I empiridelen görs först en jämförelse mellan turismprogrammet på Mittuniversitetet och andra turismprogram på Södertörns högskola, Umeå universitet och Karlstad universitet. Det ska visa hur turismutbildningar kan skilja sig åt. Det som följer är empiri från intervjuerna med de examinerade studenterna och intervjun med fokusgruppen. Båda intervjugrupperna hålls isär då frågorna berör två olika ämnen som kompletterar varandra.

Sverige har tio universitet som erbjuder kandidatprogram i turismvetenskap. Dock kan programmen ha olika inriktningar. Exempel på sådana inriktningar kan vara Umeås gastronomiprogram och Lunds Universitets service management program.

Turismprogram kan även ha en mer allmän inriktning, följande stycke visar vilka skillnader och likheter program delar.

Programmet Turism- och Destinationsutveckling beskrivs av Mittuniversitet (u.å) som en bred utbildning vilket ska tillgodose grundläggande kompetenser inom turismvetenskap, kulturgeografi och företagsekonomi. Miun (u.å) beskriver dem turismvetenskapliga kurserna som “...har tydlig fokus på turismnäringens aktörer och marknad, destinationsutveckling, evenemangsproduktion samt turismens betydelse och effekter för samhället.” I de kulturgeografiska kurserna beskriver Miun (u.å) som “...skaffar studenten sig kunskap inom bland annat omvärldsanalys, globalisering, mobilitet, tillgänglighet och planering.” (Miun.se). Kurserna inom företagsekonomi ska bidra till att ge studenterna kunskap inom

“ledarskap och organisation, ekonomistyrning, affärsutveckling, marknadsföring och konsumentbeteende” (Miun.se).

I jämförelse med Mittuniversitetets turismprogram beskrivs turismprogrammet på Södertörns Högskola (SH) som inriktad på privat- och affärsresande i storstadsregion (SH, 2015). Turismprogrammet på Umeå Universitet har valt att inrikta utbildningen till huvudämnet kulturgeografi och turismen samt dess geografiska perspektiv (Umu, u.å). På Karlstads Universitet erbjuds ett turismprogram som har är inriktat på samhällsplanering och kommunikation (Kau, 2019)

Turismprogrammet på Mittuniversitetet har under termin fem en tio veckors verksamhetsförlagd praktik, vilket motsvarar 15 HP (Miun, u.å). Södertörns Högskoleutbildning turismutbildning erbjuder även en möjlighet att ansöka om en praktiktermin. Den skiljer sig mot turismprogrammet på Mittuniversitetet då Södertörns turismstudenter ansöker om det efter avslutad turismprogramexamen (SH, 2015). I Umeås (u,å) turismutbildning är ingen verksamhetsförlagd praktik inkluderad i utbildningsplanen. Karlstads universitet har inkluderat en verksamhetsförlagd utbildning motsvarande 15- eller 30HP (Kau, 2019)

4.1 Intervjuer med examinerade studenter.

De examinerade studenterna som deltog är tre män och en kvinna i åldrarna 25 till 50. De tog examen 1996–2017. Tre av respondenterna tog examen i turismvetenskap och en tog i kulturgeografi. Frågorna till de examinerade studenterna behandlar olika faktorer från utbildningen. Empirin sammanfattar respondenternas upplevelser i de olika frågorna från intervjuguiden.

4.1.1 Tidigare arbetserfarenheter.

Samtliga av de examinerade studenterna som deltog i undersökning hade arbetserfarenhet från besöksnäringen innan de började turismutbildningen. Samtliga upplevde att den tidigare erfarenheten hjälpte under programmet. Respondenterna ansåg även att de hade en fördel mot personer i samma utbildning som började utbildningen utan tidigare erfarenheter. Fördelarna med att gå utbildningen med arbetserfarenhet i ryggen är att vetenskapliga metodkunskaper och teorier lättare går att applicera när man arbetat ute i branschen och upplevt hur komplex den är.

Mittuniversitetets plats spelade in i valet av utbildning. Då Mittuniversitetet inte är den enda i Sverige som erbjuder en akademisk turismutbildning var det faktorer som miljön, programmets bredd och inriktning mot destinationsutveckling samt att det tidigare var intagning på vårterminen som avgjorde valet av utbildningsplats för respondenterna. Programmets bredd lyftes som både en fördel och en nackdel under intervjuerna. Det fanns en fördel i de många olika ämnen som studenterna blev introducerade till. Nackdelen var att med så många olika ämnen blev det svårt att sätta fingret på vad det är utbildningen lär ut. Flera av de examinerade

studenterna upplevde under studietiden att de inte visste vad programmet gav. Ifall föreläsarna blev tydligare i var kunskaperna kan användas hade det underlättat i att förstå vad de vill förmedla, påstod de examinerade studenterna.

4.1.2 Utbildningen som en dörröppnare.

Då respondenterna hade arbetat innan de påbörjade utbildningen upplevde de att de saknade kunskap och meriterade egenskaper för att nå en nivå högre i hierarkiskt. För att kunna arbeta sig uppåt, för att få en mer ledande och administrativ roll, ansågs utbildningen bidra till en lösning. Samtliga deltagare såg samma mål med utbildningen, men olika faktorer från besöksnäringen övertalade dem att börja. Det är faktorer som att finna en bredare kunskapsgrund som öppnar upp fler positioner. Eller att företag inte anställer någon utan högskolepoäng eller att en kollega på arbetsplatsen inspirerade till att söka en turismutbildning. Svårigheter med att få in en fot i branschen utan antingen relevant arbetserfarenhet eller de rätta kontakterna var återkommande. En lösning som flera av de intervjuade studenterna använde sig av var att aktivt välja att skriva de större skrivarbetena mot verkliga företag. Det ledde i slutändan till att flera av de intervjuade fick arbete tack vare sin uppsats.

De examinerade studenterna berättar att en individ med akademisk utbildning kommer in på arbetsplatsen med en mentalitet som skiljer sig från de utan högre utbildning. Att göra en karriär inom besöksbranschen är möjligt utan högre utbildning berättar samtliga respondenter men tiden det tar skiljer sig mellan individer menar de. Individen med akademisk utbildning är inställd mot en högre ingångsposition efter examen för det matchar nivån på kunskapen som lärs ut i utbildningen. Samma väg går att ta med enbart praktisk erfarenhet men individen måste gå i samma fotspår och lära sig från samma misstag som många tidigare och genast tar det längre tid.

4.1.3 Turismens komplexitet

De deltagande pratade alla om hur utbildningen gett dem verktyg till att se turismen i dess helhet. Det verktyget är även en anledning till att individer med akademisk turismutbildning skiljer sig från individer utan utbildning i besöksbranschen. Verktyg som låter en individ förstå hur människor fungerar och varför människan agerar som den gör. Ytterligare verktyg är möjligheten att utforma strategier för långsiktig uppbyggnad, en hållbar destination, hållbart företagande. Även verktyg i hur en destination eller företag kan synas och marknadsföra sig i en allt mer global marknad gör att individer med den kunskapen står ut. De examinerade studenterna såg ett stort värde i att koppla så mycket som möjligt av det egna arbetet under utbildningen mot verkliga uppdrag. Två av fyra intervjuade fick arbete efter examen tack vare att de visat sina färdigheter för aktörer i besöksnäringen.

4.1.4 Kunskaper kompletterade till utbildningen

Samtliga respondenter antingen har kompletterat med ekonomikurser eller har funderat på det. Respondenternas motiv skiljer sig men tillsammans anser de alla att det gett dem en fördel i branschen och att det är något som branschen efterfrågar. Även kurser i juridik och entreprenörskap var personliga val respondenterna känt passade med turismutbildningen. Att

ekonomi är ett ämne som samtliga berört beror på att dels är det enklare att förklara vilken roll man kan ha, dels för att ekonomi är något som många kan se och kan förstå. Bredden i turismutbildningen låter studenterna lära sig lite av om allt men det blir svårt att förklara vilken roll utbildningen förberett en för. Företagsekonomi är bra ifall individer vill starta eget och om en individ kan säga att den är en ekonom blir dess roll mycket tydligare. Att en treårig utbildning ger kompetenser lyfte en av deltagarna. Att spendera tre år med klasskamrater i en miljö som erbjuder tillfällen att vara aktiv i styrelser, aktiviteter och andra tillställningar ger både ett starkt kontaktnätverk och en chans att samla färdigheter som besöksbranschen efterfrågar.

4.1.5 Studenters kunskap, kompetenser och färdigheter

Samtliga examinerade studenter förklarar den treåriga turismutbildningen som en träning i att skriva och arbeta. Återkommande i samtalen var kunskapen och erfarenheten i att kunna samla in stora mängder information, att bearbeta informationen, att tänka kritiskt, och att hålla sig till en tidsram. Allt skrivande som sker under tre år i programmet har av deltagarna både beskrivits både som ett hantverk och en process. Sen har samtliga känt att hantverket de tränat på under tre år får användas mycket ute på arbetsplatsen. I några samtal lyfts även andra kunskaper som programmet lärt ut, kunskaper i turismens grunder som lärs ut första året, metodkurserna återkommer genomgående samt destinationsmodeller som dyker upp under utbildningens gång. De kunskaperna används inte lika aktivt som skrivandet men respondenterna är tacksamma för att de finns i bakhuvudet när det väl behövs. Även färdigheten i att veta hur och i vilken litteratur man kan finna relevant information lyfts.

Intervjupersonerna tog examen från Mittuniversitetet under olika tidsperioder. I jämförelse med varandra fanns det olika förutsättningar som hjälpte studenter under studietiden. Tidigare i programmet fanns det tillfällen för turismstudentklasserna att tillsammans åka utomlands i två veckor för att göra en undersökning de förberett. Under 2000-talet hade turismklasserna chansen att både hjälpa till som funktionär på TUR-mässa i Göteborg samt att studiebesöksresor både inom Sverige och till Norge anordnades. Turismklassen som tog examen 2017 åkte på studieresa från Östersund till Trondheim med platsbesök på vägen. Programmet har förändrats genom åren men återkommande i samtalen med de examinerade studenterna är vikten i att få upp ögonen och upptäcka hur mycket och brett turism kan vara. Ett sätt att ytterligare bygga på sina färdigheter är att aktivt koppla sina arbeten mot riktiga företag. Ett exempel är att applicera ett arbete i ekonomikurserna på ett tjänsteföretag eller att skriva en b-uppsats mot ett destinationsbolag. Dessa exempel visar på en tanke som de intervjuade hade under utbildningen och det är att vara taktiska, bygga upp kompetenser och färdigheter från besöksnäringen samtidigt som de får visa upp kunskapens applicering i verkligheten. Något som de examinerade studenterna gynnats av mest efter utbildningen.

4.1.6 Besöksnäringen behov utifrån intervju med ex-studenter.

De examinerade studenterna belyser många av sina erfarenheter och uppfattningar från sina egna karriärer. Det är erfarenheter som uppkommit på olika arbetsplatser där de utfört olika typer av arbeten. Efterfrågan av kompetens har varit närvarande förklarar

studentrespondenterna och flera av dem känner att kunskaper, kompetenser och färdigheter från utbildningen möter besöksnäringens efterfrågan. För att förenkla är de olika behoven indelade efter kategorier och den första kategorin sammanfattas som företagsutveckling.

Inom kategorin finns ämnen som marknadsföring, ekonomikunskaper, destinationsutveckling och digitalisering med mera. Destinationsutveckling återkom i flera intervjuer och knöts ihop mycket med kunskaper om den större turistiska bilden och digitaliseringen. Flera av de intervjuade examinerade studenterna hade själv arbetat på en destination med utvecklingsarbete. En arbetar med destinationens digitala marknadsföring och upplever en hög efterfrågan efter kompetent personal i branschen. När frågan om vad som gör en person relevant för liknande tjänster uppmärksammades att, förutom kunskaper om digital marknadsföring, även behovet av att inneha en akademisk utbildning.

En annan av de intervjuade examinerade studenterna har upplevt flera olika anställningar som innebär koordinera, utveckla och leda projekt, platser eller boenden. Tack vare sin turismutbildning hamnade den personen i ett arbete med direkt matchning mot utbildningen. I den intervjun lyfts även vikten av kontakter inom besöksnäringen fram.

Det finns fler perspektiv. Argumentet om att ekonomi alltid är relevant och återkommande i många typer av arbeten samt att en roll inom ekonomi är tydligare att förstå än att förklara vad för roll en individ med en kandidatexamen i turismvetenskap ska ha. Det framgick i flera intervjuer att turismprogrammet var svårt att definiera för personer som inte visste vad det innebar.

Studenterna får med sig olika typer av erfarenheter från utbildningen. En beskrevs av studentrespondenterna som kunskaper och färdigheter i att skapa innehåll. Antingen i text eller online så har många av respondenterna behövt arbeta med marknadsföring eller annan kommunikation. I den typen av kommunikation blir innehållet väsentligt. Det fördes resonemang i några av intervjuerna om att säkert många idag är familjär med onlineverktyg och är vana vid att själva använda och lägga upp innehåll. Men vad de märkt är att besöksnäringen efterfrågade är individer som kan skapa och sprida innehåll på ett sätt som attraherar olika målgrupper eller är riktat mot specifika personer. Beroende på vilken individ eller målgrupp som man vill nå är kunskapen om hur innehållet ska anpassas som är viktigast. Det är ett resultat från alla PM och skriftliga arbeten som utbildningen innehöll och kunskaperna som det gett ser studentrespondenterna som en fördel över andra individer som de mött ute i arbetslivet som inte haft en akademisk utbildning.

De större företagen och organisationerna i besöksbranschen är även de som mest verkar anställa individer med akademisk utbildning. Studentrespondenterna upplever att det är en stor skillnad mellan små och stora aktörer. Anledningen tror studentrespondenterna är att de större aktörerna själva har någon eller några i styrelsen med en akademisk utbildning och kan därför förstå värdet i kunskaperna. De mindre aktörerna blir inte medvetna om det i samma utsträckning när de själva inte arbetar med någon som innehar en akademisk utbildning.

Ytterligare kunskaper som studentrespondenterna upplevt att besöksnäringen uppskattat är kunskaper inom miljöfrågorna, destinationsmodeller och andra modeller, och färdigheter i kvantitativ metod. Kvantitativ metod användes i en stor del av en av studentrespondenternas arbetsuppgifter och den förklarade att erfarenheten i att arbeta med siffror gett personen arbeten efter utbildningen. Frågan om varför Mittuniversitetets turismutbildning oftast är så tung i kvalitativ metod kom upp. Fördelarna med en större skrivuppgift där undersökningen gjordes kvantitativt, beskrev personen som en stor fördel och en eftertraktad kunskap ute bland företag och organisationer.

4.2 Besöksnäringens behov utifrån intervju med fokusgruppen

Fokusgruppen bestod av tre representanter från Swetour. Swetour är ett branschråd som behandlar frågor kring kompetensbehoven i Jämtlands besöksnäring. I fokusgruppen deltog Therese Gärdin, Andreas Edholm, och Catharina Utanskog.

För att ge ett perspektiv på besöksbranschen i jämförelse med många av de andra branscherna, till exempel handelsbranschen och industribranschen, påstår fokusgruppen att besöksnäringen är omogen och genomgår just nu en mognadsprocess. De stora behoven som uppmärksammas är kunskaper inom digitalisering, projektstyrning, ekonomiska kunskaper och kunskaper inom mjuka värden som kundbemötande samt kundservice. Behoven finns i en bransch vars aktörer inte förstår värdet i vad en akademisk utbildning kan bidra med. Samtidigt berättar fokusgruppen hur de upplever ett glapp mellan Mittuniversitetet och den lokala besöksnäringen. Universitetets väggar måste bli tunnare och fler trådar mot de personer som aktivt arbetar i besöksbranschen måste knytas. Det finns personer vars roller i besöksnäringen innebär att de ska arbeta nära utbildningen på olika sätt. Ett problem som fokusgruppen belyser är hur samverkansavdelningen på Mittuniversitet inte aktivt nog för ihop besöksnäringens aktörer och studenterna. Ytterligare en utmaning som fokusgruppen lyfter är att besöksbranschen inte tar mycket egna initiativ att lära sig vad universiteten lär ut.

I en bransch som inte förstår värdet av en akademisk utbildning menade fokusgruppen att mycket ansvar faller på studenten själv. De måste själva identifiera en brist eller ett behov som de kan hjälpa till med. Ett bra sätt enligt fokusgruppen är att göra en skrivuppgift mot ett verkligt case. I en bransch där det är svårt att komma in utan referenser skapar ett sådant arbete många möjligheter och visar på rätt attityd och inställning.

Kunskaper inom projektledning berör kommunala och regionala organisationer. För att fortsätta på hur studenter själva kan komma i kontakt med besöksnäringen lyftes tanken om en platsbank för studenter. Fokusgruppen förklarade att ifall studenterna kan registrera att de vill ta emot projekt eller andra arbeten från besöksnäringen tjänar båda på det. Studenterna får visa sina kunskaper samt komma i kontakt med besöksnäringen och företagen eller organisationerna

får en hjälp i till exempel projekt som de gynnar på. Det återknyter till att studenten borde tänka taktiskt under sin studietid.

5. Analys

I analysen kopplar uppsatsen empirin till teorin. Dess frågeställningar besvaras och efter finns det förbättringsförslag framtagna utifrån empirin och författarnas egna uppfattningar. Kapitlet avslutas med en slutsats- och diskussionsdel där begränsningar, framtida forskning, och tillslut en avslutning.

5.1 Vilka kunskaper, kompetenser och färdigheter har studenter som studerat en akademisk turismvetenskaplig utbildning?

Syftet med uppsatsen är att belysa det gap som existerar mellan besöksnäringens kompetensbehov och en akademisk turismvetenskaplig utbildning. Den första analysdelen delar upp studenternas kunskap, kompetenser och färdigheter.

5.1.1 Kunskaper

Det framgår tydligt i utbildningsplanen vad målen med kurserna är och när intervjuer fördes med studenter var det en mix av olika kunskaper från olika kurser som kom på tal. Det är kunskaper angående besöksnäringens aktörer, turismens betydelse och effekt på samhället, omvärldsanalys och marknadsföring som i olika utsträckningar följt med och använts efter examen. Även kunskaper om processer, hållbart tänkande, hållbart utvecklande och hållbart företagande var något som de examinerade studenterna tog med sig. Boley (2011) stryker under vikten av att turismutbildningarna inkluderar mer hållbarhetskunskaper i utbildningsplanerna för att matcha besöksnäringens allt större fokus på det. Hållbart tänkande innefattar ekonomin, det sociala och miljön, fortsätter Boley (2011), och individer med kunskap i de ämnena är viktiga för besöksnäringens utveckling. Näringsdepartementet (2017) belyser vikten av hållbara kunskaper i en marknad med ökande besöksantal. Idag måste företag och organisationer förstå, samt implementera miljötank för att bemöta de allt mer miljömedvetna turisterna och det gäller även frågor i efterfrågan och ansvar, fortsätter Boley (2011). De examinerade studenterna gick turismutbildningen under olika tidsperioder. Trots det har de stora kunskaperna programmet lärt ut varit liknande. Hållbarhetskunskaper i långsiktig uppbyggnad, en hållbar destination, hållbart företagande framgår som en kunskap utbildningen haft länge och kompletteras med undervisningen i destinationsmodeller och större turistiska teorier. Likt Boley (2011) påstår är besöksnäringen i behov av kunskap i hållbart utvecklande och Näringsdepartementet (2017) nämner professionaliseringen av besöksnäringens aktörer i framtiden. I den besöksnäringens bilden kan en akademisk utbildning i turismkunskap vara relevant och göra en skillnad.

Utmaningen är, utifrån fokusgruppen, att besöksnäringen är omogen och branschen "tar inte tillräckligt stort ansvar i att förkovra sig i vad ni kan". Tribe (2002) menar att turismutbildningen ska ge studenterna filosofiska turismkunskaper som komplement till arbetsbaserade kunskaper. Tribe (2002) anser att det inte är tillräckligt med en typ av kunskap då besöksbranschen är komplex. Teorin om ämnet menar att turismstudenterna behöver den akademiska filosofiska kunskapen samt mer konkret kunskap om hållbarhet, ekonomi, destinationsutveckling och marknadsföring. Inui et al. (2006) beskriver hur traditionellt innehar utbildningsplaner för turismprogram kopplingar till arbetsmarknaden med inslag i kursutbuden som ekonomi, mänskliga relationer och marknadsföring. En tradition som fortfarande är relevant när man ser utbildningsplanen för turismutbildningen på Mittuniversitetet.

Turismutbildningen på Mittuniversitetet är tre år lång. Tribe (2005) påpekar hur en vanlig turismutbildning är för kort för att lyckas beröra allt i besöksbranschen. I tre år kan studenterna lära sig kunskaper relevanta mot besöksnäringens behov och kunskaper inom marknadsföring, destinationsutveckling och ekonomi är tydligt utsatta i utbildningsplanen och är även de största kompetensbehoven, lyfter de examinerade studenterna och fokusgruppen. De examinerade studenterna berättar hur enbart akademiska kunskaper inte räcker i dagsläget. Inte heller enbart arbetserfarenheter räcker, flera av de examinerade studenterna använde utbildningen som ett karriärverktyg som öppnar dörrar till högre tjänster.

Under tre år har turismstudenterna chans att göra sig relevanta för framtida arbeten ifall utbildningsplanen är relevant, föreläsarna använder sin erfarenhet för att inspirera och studenterna gör smarta taktiska val. Dhiman (2012) påstår att arbetsgivaren inte ser turismstudenten som redo för arbetslivet efter examen. De kunskaper som besöksnäringen efterfrågar lärs ut till turismstudenterna så utbildningsplanen är relevanta för besöksnäringen. Att de examinerade studenterna ändå upplever en utmaning i att förstå vad för typ av arbete de kan söka efter visar ett gap mellan föreläsarna och studenterna,

"Med en turismexamen fanns det inget tydligt sätt att berätta vad man kan... programmet kan säkert, ifall lärarna tänkt bli tydligare med att berätta var kunskapen kan användas, för mig var det svårt att beskriva vilken plats jag har" (intervju examinerad student).

5.1.2 Kompetens

Det är lätt att blanda in kunskap när det talas om kompetenser. På ett sätt ger kunskapen grunden till att kompetenserna utformas, när kunskapen prövas i teorin ger det en ny kompetens som studenten tagit till sig.

Utifrån beskrivning av kompetens är det en blandning av komponenter individen lär sig från olika håll som tillsammans skapar en skicklighet. Utifrån intervjuerna med de examinerade studenterna är kompetenser från turismutbildningen själva investeringen av 3 år till akademisk

utbildning i de ämnena den innehåller. Det är en utbildning som alla andra och ska bemötas som det, *”en slutförande utbildning är ett sätt ta till sig kunskap och tillgodogöra sig om kunskap i vilket ämne de må vara”*, berättar en av de examinerade studenterna. Inui et al., (2006) påstår att en balanserad utbildningsplan skapar studenter med relevant kompetens. Den typ av utbildningsplan Inui et al. (2006) menar som balanserad är en kombination av yrkeskunskaper och akademiska kunskaper. De kunskaper appliceras under och efter utbildningen och då ger utbildningen *”...ett sätt att arbeta och att klara av att jobba på ett strukturerat och systematiskt sätt.”* menar en examinerad student. Bengtsson och Berglund, (2017) och Landell, (2015) berättar hur en individ investerar år och pengar i en utbildning med förhoppning om att det resulterar i en högre arbetstjänst och högre lön. Att anställa individer med akademisk utbildning kan företag och organisationer uppleva arbetare som ökar produktiviteten, lönsamheten och innovationsförmågan, förklarar Landell (2015). Det en turismstudent gör i 3 år är att samla kunskap om olika ämnen i en *”...kompetensbank...”*, säger en av de examinerade studenterna. Kunskaperna under tre år är svåra att minnas i detalj men samlingen låter studenten applicera det senare i arbetslivet. I intervjun med fokusgruppen talades det om hur turismstudenternas kunskapsnivå efter 3 år är på samma nivå som de i fokusgruppen. Skillnaden är att fokusgruppen har arbetserfarenhet. De fortsätter förklara att mycket av den kunskapen programmet lär ut är kunskap de själva besitter. Problemet är att studenterna inte har praktiken att testa det.

5.1.3 Färdigheter

Wells, et al (2012) har beskrivit skrivandets värde i besöksbranschen och vilken tillgång det är för ett företag. Skriften är ständigt återkommande i samtalen med de examinerade studenterna och fokusgruppen. De examinerade studenterna upplever att vara bekväm i att samla information, bearbeta det och sedan skriva ner det i text är den största färdigheten från programmet, de har lärt sig ett *”...hantverk...”*. Samtliga examinerade studenter upplevde att skrivfärdigheterna användes på sin arbetsplats och gav dem en fördel mot kollegor utan en akademisk utbildning. Det är även ett av målen i högskoleförordningen att studenter lär en *“-förmåga att självständigt urskilja, formulera och lösa problem...”* (Riksdagen.se, u.å). Utifrån samtalen med båda intervjugrupperna visas det tydligt att utbildningen lyckas med att lära ut det under programmets gång.

Att färdighet beskrivs som en skicklighet utifrån kunskap och erfarenhet passar in på den färdighet utbildningen gav mest, skrivandet. Under tre år är skrivandet det som ständigt återkommer, berättar de examinerade studenterna, alltså får studenterna tre års kunskap och erfarenhet i att skriva. Turismprogrammets utbildningsplan visar hur många olika kunskaper ska läras ut under studietiden och all kunskap kan inte få lika stor plats. Färdigheter är något som besöksnäringen vill se. I intervjun med fokusgruppen framkom det hur en person kan ha helt rätt utbildning för besöksnäringen, *”men det finns ingen yrkestitel där du kan stänga in dig och göra din grej...”* förklarar fokusgruppen. Fokusgruppen menar att oavsett ifall du arbetar bakom en reception eller på ett destinationsbolag så finns mötet med människan.

Fokusgruppen fortsätter utveckla besöksbranschens syn på färdighet och hur de vill se att individer har färdigheter från tidigare arbeten för då vet individen ifall de trivs i branschen eller inte.

En kompetens från utbildningen som samtliga av intervjuade examinerade studenterna uppfattade som en fördel är att se den stora turistiska bilden. I den innefattas en förståelse för människans handlingar och en stor del i besöksbranschen handlar om kundbemötande och värdskap.

Utbildningen ger en stor del ny kunskap men samtliga av de intervjuade examinerade studenterna hade även arbetserfarenhet sen innan utbildningen. De kände alla att det hjälpte dem i utbildningen då de redan hade en viss förståelse om besöksnäringens komplexitet.

Återkommande i intervjuerna var uppfattningen om att en akademisk utbildning resulterade i större karriärmöjligheter. Bengtsson och Berglund (2017) och Landell (2015) menar på att enbart praktisk kunskap inte räcker i den långa bilden. Tid och pengar i en utbildning bör resultera i en arbetsposition som inte varit möjlig utan utbildningen och en lön som visar värdet av en akademisk utbildning. Det är relevant när samtalen med de examinerade studenterna från programmet genomfördes för mycket av de kunskaper som de använde på arbetsplatsen är inom de traditionella områdena. Då deltagarna hade arbetat innan de påbörjade utbildningen upplevde de att de saknade kunskap och meriterade egenskaper för att nå en högre nivå i arbetsordningen. Utbildningen blir en lösning för att arbeta sig uppåt och för att få en mer ledande och administrativ roll.

5.2 Vad är arbetsmarknadens behov av akademisk turismvetenskaplig utbildning?

Det finns ett behov av kompetens i olika områden framgår av intervjuerna med de examinerade studenterna. De har själva upplevt i besöksnäringen att digitalisering, ekonomikunskaper, marknadsföring och destinationsutveckling saknar individer som besitter sådan kunskap. I samtalet med fokusgruppen förklarades det att besöksnäringen har ett behov av individer med en akademisk utbildning. Kompetens inom digitalisering, projektledning, destinationsutveckling och kunskap i mjuka värden som bemötande och service var de stora behoven fokusgruppen identifierade. Att både de examinerade studenterna och fokusgruppen ser samma behov visar på en medvetenhet i branschen och i utbildningen.

Näringsdepartementet (2017) identifierar framtida utmaningar för besöksbranschen. Nya turister med större krav på upplevelser och service kommer sätta en ny press på aktörerna som måste anpassa sig fortsätter Näringsdepartementet (2017). Fokusgruppen lyfter liknande uppfattningar om hur de upplever besöksnäringen idag. Arbetsgivare söker trygghet genom att anställa *”...nyckelpersoner...”* för en fast anställning *”så man inte står i skiten...”*. Det är mycket fokus på den typen av rekrytering och företagen vill inte längre ha en *”...flyktighet...”* i branschen. Näringsdepartementet (2017) förklarar hur de nya kraven från turisterna skapar ett

behov av professionalisering hos mindre företag. Kunskaper inom innovationsutveckling av produkter och tjänster för att möta turistefterfrågan tvingar företagen att bli bättre på det de gör, fortsätter Näringsdepartementet (2017). Fokusgruppen påstår att rekryteringsbehovet av *“...nyckelpersoner...”* beror på att konsumenten höjer kraven på produkterna, och företagen vill *“veta att man är trygg i att leverera...”*. Som följd kommer de kunskapsområden om nämnt tidigare öka i relevans, menar fokusgruppen. Och företagen kommer tjäna på det ifall det anställs individer med akademisk utbildning för branschen, enligt Landell (2015). Landell (2015) beskriver hur aktörerna kan uppleva en ökad kvalitet i produktivitet, lönsamhet och innovationsförmåga.

Skriften är ständigt återkommande i samtalen med de examinerade studenterna och fokusgruppen. Utifrån intervjuerna med både de examinerade studenterna och fokusgruppen visas det tydligt att utbildningen lyckas med att lära ut det under programmets gång. Problem uppstår när de examinerade studenterna kommer ut i en besöksnäring som inte förstår fördelarna med en akademisk utbildning, menar fokusgruppen. Många företag är i behov av utveckling men de förstår det inte själva, fortsätter fokusgruppen. Att det finns personer som kan utveckla företagen i till exempel mjuka värden som kundbemötande och kundrelationer, den kunskapen är för låg bland företagarna, enligt fokusgruppen. Fokusgruppen fortsätter att utveckla resonemangen med att problemet kan vara större i regionen Jämtland Härjedalen men även om de ser på Sverige nationellt finns ett stort kompetensbehov.

För att åter lyfta kompetensbehoven inom ekonomi, projektledning, digitalisering, marknadsföring och destinationsutveckling som båda intervjugrupperna identifierade visar att Mittuniversitetets turismprogram berör de ämnena. I Mittuniversitetets utbildningsplan för turismprogrammet står det tydligt hur kurserna berör kunskap inom destinationsutveckling, ekonomikunskaper, projektkunskaper och marknadsföring. Stora ämnen som samtliga intervjuer visat är betydande kunskaper i besöksnäringen.

5.3 Förbättringsförslag

I den här delen kommer identifierade problem baserat på den insamlade empirin återigen nämnas och förbättringsförslag presenteras. Förbättringsförslagen baseras stor del till på det som sades under fokusgruppsamtalet och intervjuerna med examinerade studenterna.

5.3.1 Involvera besöksnäringen

En viktig poäng som nämns av deltagarna i fokusgruppen var avståndet som existerar mellan akademisk turismvetenskaplig utbildning och besöksnäringens syn på behovet av individer med sådan utbildning. Deltagarna i fokusgruppen menar på att det existerar ett behov av personer med akademisk turismutbildning. Utmaningen är att branschen till en viss del är omogen och inte ser behovet eller vet vilken kunskap studenterna besitter efter utbildningen. För att minimera gapet mellan utbildningsväsendet och besöksnäringens syn på behovet har rapporten förbättringsförslag på hur det kan lösas.

Ett förslag för att minska avståndet mellan universiteten och besöksnäringen är att involvera besöksnäringen mycket mer än vad som görs för tillfället. Exempelvis kan universitet börja involvera företag och organisationer inom näringen mer i studenternas utbildning genom att studenterna uppmuntras till att skriva sina arbeten direkt kopplade mot företag i kurser där det skulle fungera enligt utbildningsmålen. Med ett sådant samarbete får studenterna en tydligare koppling mellan sin utbildning och kunskap om hur deras framtida bransch fungerar. Samtidigt blir det tydligare för företagen inom besöksnäringen, vilka kunskaper, kompetenser som en akademiskt utbildad lär sig. Det ger även studenten möjligheten att skapa ett kontaktnät inom framtida yrke.

5.3.2 Praktikens värde

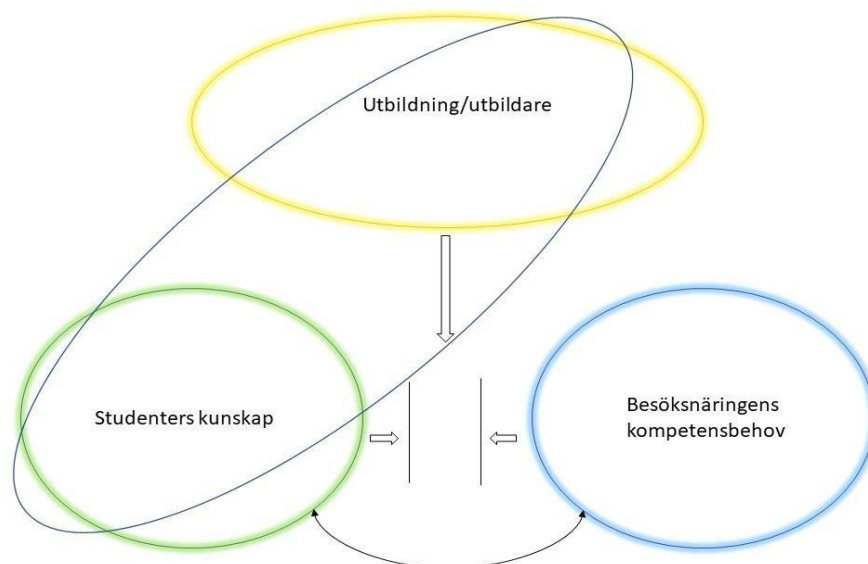
Fokusgruppens deltagare vittnade om hur svårt det kan vara att komma in i branschen och där många rekryteringar sker på grund av nätverkskontakter. Att involvera praktik i utbildningen är något som fokusgruppdeltagare och en del av de intervjuade examinerade ser väldigt positivt på. Detta är ytterligare ett problem som studenter kan möta efter sin avslutade utbildning. I dagsläget har de som studerar Turism- och Destinationsutveckling på Mittuniversitet praktik i tio veckor, motsvarande 15 HP, i termin fem.

Ett problem är att praktiken ligger under termin fem och inte sex, alltså den sista terminen. Om en student skulle bli erbjuden arbete efter avslutad praktik så kan de behöva välja mellan att antingen tacka ja till arbetet och inte slutföra sin utbildning. Eller alternativ två, tacka nej till arbetet men slutföra sin utbildning. Av den anledningen föreslår uppsatsen att praktikperioden bör planeras in under den sista terminen. Då kan de studenter som blir erbjuden ett arbete både kunna slutföra sin utbildning och att få ett arbete direkt i en bransch som inte alltid ser värdet av en akademisk utbildning inom turism. På grund av, som tidigare nämnt, att inte företag förstår värdet med en akademisk turismutbildning, utgör praktiken en viktig roll för studenten att visa ens kunskap och kompetens.

5.3.3 Visa på praktisk tillämpning

“*Det är en bred utbildning*”, så beskriver alla respondenter och utbildningsplanen turismprogrammet. En av de examinerade studenterna vittnar till att det tog tre år för hen att tillslut förstå vad det är som utbildningen gav. Uppsatsen föreslår att programmet gör det mer uppenbart för studenter i vilken situation det olika kunskaperna och metoderna från respektive kurs kan tillämpas ute i arbetslivet. Genom att förtydliga var- och när kunskaper under föreläsningstillfällena där föreläsaren inspirerar och förklarar hur kunskapen används i det verkliga arbetslivet får studenterna upp ögonen för besöksbranschen många olika yrken, samt en säkerhet i vilka kunskaper och kompetenser de har ifall en arbetsgivare frågar. Som kompletterande till att programmet blir bättre med att förtydliga kunskapens användning, föreslås att utbildningen arrangerar mer träffar med större och mindre företag inom besöksnäringen. Genom att träffa företag kan bilden om vad turism egentligen är och hur stort det är bli tydligare för studenterna. Studenterna kan då upptäcka positioner och arbetsroller som de inte trodde existerade inom besöksnäringen.

6. Slutsats och diskussion



Likt uppsatsens modell som presenterades i början av arbete så existerar det ett gap mellan besöksnäringens kompetensbehov och en akademisk turismutbildning. Det framgår tydligt att besöksnäringen värdesätter arbetserfarenhet väldigt högt. Samtidigt visar resultat utifrån insamlade empirin på att besöksnäringen är i behov av akademiskt utbildade. Enligt empirin förser turismprogrammet på Mittuniversitet med grundläggande kunskaper som efterfrågas av arbetsmarknaden. Dock visar empirin även på att flera av de intervjuade efterfrågar mer kompetens inom olika ämnen. Ämnen som det efterfrågas mer av är; ekonomikunskaper, servicekunskaper, metodkunskaper och marknadsföring som exempel.

6.1 Förankring av resultat

Uppsatsen har ett induktivt angreppssätt. Utifrån allmänna påståenden har problemformuleringen och syftet framställts. Uppsatsen har valt intervjurespondenter med koppling till Mittuniversitetes turismprogram och besöksnäringen i Jämtland Härjedalen som troligast besvarar de två forskningsfrågorna. Genom kvalitativa intervjuer har uppsatsen samlat in data och jämfört det med teorin för att nå resultat. Förutom att besvara forskningsfrågorna ger uppsatsen förbättringsförslag till turismutbildningen gällande utbildningsplanen samt hur

programmet kan utveckla sitt samarbete med besöksnäringen så studenternas kunskap hålls relevant mot besöksnäringens behov.

Likt teorin påstår finns det ett behov i besöksnäringen av individer med akademisk kunskap för att arbeta och utveckla besöksnäringen. Likt mycket av teorin påstår görs det bäst med en stark koppling mellan turismutbildningarna och besöksnäringens aktörer. Kopplingen ska komma från två håll, programmen och aktörerna ska ha ett utbyte av kunskap och kompetens men det framgår från intervjuerna att studenten även har ett ansvar att aktivt rikta sina arbeten mot verkliga aktörer. Det ger studenten en fot in i branschen samt ett utrymme för att visa sin kunskap. Att studenten är taktisk under studietiden är inget som framkommer i teorin. Besöksnäringens behov kommer från det ökande trycket av besökare till Sverige, besökare som ställer nya och högre krav på tjänster och produkter. Utmaningen med att professionalisera företagen nämns i teorin samt i intervjuerna och det visar på en utveckling som behöver individer med högre utbildning. Turismutbildningen berör många av de områden som kommer utvecklas i besöksnäringen men likt teorin och intervjuerna berättar verkar besöksnäringen fortfarande fokusera på arbetserfarenhet över akademisk kunskap.

6.2 Begränsningar

Ifall något saknats och kunde göras annorlunda är det faktorer som lyfts tidigare i uppsatsen. Fler intervjuer med besöksnäringens företag i olika storlekar hade ytterligare bidragit till en nyansering av besöksbranschen. Den nyanseringen skulle ge uppsatsen en ytterligare bredd. En begränsning uppsatsen upplevt är hur den varit fokuserad enbart på Mittuniversitetet i Östersund. Det kan diskuteras hur Jämtland har en turistindustri som skiljer sig från andra delar av Sverige och Jämtlands turismaktörer är ofta mindre och mer utspridda. Det kan även diskuteras i vilken utsträckning förbättringsförslagen kan appliceras på andra turismutbildningar i Sverige med andra förutsättningar. det går även att diskutera hur andra typer av akademiska utbildningar upplever liknande problem och ifall uppsatsen kan vara till hjälp där.

6.3 Framtida forskning

Uppsatsen kan vara en inledning för fortsatt forskning inom ämnet. Då uppsatsen använt sig av en kvalitativ metodundersökning kan framtida studier utföras med andra metoder. Nya undersökningar kan göras med en mixed method eller kvantitativ undersökningsmetodik. Vidare forskning inom ämnet kan beröra medvetenheten och inställningen mot akademiskt utbildade individer från större och mindre företag i besöksbranschen. Under uppsatsens gång har det framkommit att det finns en skillnad i hur mycket kunskap företaget har om hur studenters potentiella kompetens kan bidra till utveckling. Det har även framkommit att hur mindre företag kan uppleva en rädsla för att anställa en individ med akademisk utbildning. Det hade varit till nytta att undersöka hur besöksnäringens alla

olika företag och organisationer, privata som offentliga, skulle kunna komma på samma nivå av insikt om akademisk kunskaps plats i besöksnäringen. Även fler undersökningar som utgår från Sveriges akademiska turismprogram och dess studenter kan inspirera till förståelse och utveckling av programmets koppling mot besöksnäringen.

6.4 Avslutning

Besöksnäringen är i en mognadsprocess och om 10 år kan det vara att aktörerna förstår vilken påverkan individer med akademisk turismvetenskaplig utbildning kan ha. Författarna hoppas att mognaden går snabbare då allt fler utmaningar lär uppstå med den ökande turismen. Utmaningar inom bland annat hållbarhetsplanering, destinationsutveckling och digitalisering är utmaningar som turismstudenter lär sig att hantera i utbildningarna. Därför är det en förlust när besöksnäringen inte låter de kunskaper hamna utanför universitetens väggar.

7.0 Källhänvisning

Altbach, Philip G. Reisberg, Liz. Rumbley, Laura E (2009): *Trends in Global Higher Education: Tracking an Academic Revolution*. Paris: UNESCO.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000183168>

Allwood, C. (2004). *Perspektiv på kvalitativ metod*. Lund: Studentlitteratur.

Alvesson, M., & Sköldberg, K. (2008). *Tolkning och reflektion*. Lund: Studentlitteratur.

Björklund, M. and Paulsson, U. (2012). *Seminarieboken*. 2nd ed. Lund: Studentlitteratur AB.

Bird, J., van de Mortel, T., Holt, J. & Walo, M. (2015). Academics' perceptions of continuous and collaborative curriculum review: An Australian case study. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 24, ss.18-24.
DOI:10.1016/j.jhtm.2015.07.001

Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2nd ed. Malmö: Liber.

Bobanovic, M., Grzinic, J. (2011) The importance of English language skills in the tourism sector: A comparative study of students/employees perceptions in Croatia. *AlmaTourism*, 2(4), ss. 10–23 DOI: 10.6092/issn.2036-5195/2476

Boley, B. (2011). Sustainability in Hospitality and Tourism Education: Towards an Integrated Curriculum. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 23(4), ss.22-31.

Cooper, C (2002) Curriculum Planning for Tourism Education. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 2 (1), ss. 19-39
DOI: 10.1300/J172v02n01_02

Dale, C. and Robinson, N. (2001). The theming of tourism education: a three-domain approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(1), pp.30-35. DOI 10.1108/09596110110365616

Denzin, N., & Lincoln, Y. (2002). *Handbook of qualitative research* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage.

Dhiman, M. (2012). Employers' perceptions about tourism management employability skills. *Anatolia*, 23(3), ss. 359-372.
Doi 10.1080/13032917.2012.711249

Karlstads Universitet (2019) *Utbildningsplan*. Karlstad: Karlstads Universitet.
https://www3.kau.se/utbildningsplaner/sv/SGTUR_20192.pdf (hämtad 2019-05-30)

Landell, Elin (2015) *Underlagsrapport till analysgruppen Arbete i framtiden*. Stockholm: Regeringskansliet.

Luka, I., & Donina, A. (2012). Challenges of tourism education: conformity of tourism curriculum to business needs. *Academica Turistica*, 5(1), ss, 85-101.

Inui, Y., Wheeler, D. and Lankford, S. (2006). Rethinking Tourism Education: What Should Schools Teach?. *The Journal of Hospitality Leisure Sport and Tourism*, 5(2), ss.25-35. DOI 10.3794/johlste.52.122

Mattias, B., & Tomas, B. (2017). *Arbetslivet* (3rd ed.). Lund: Studentlitteratur AB

Millar, M. and Park, S. (2013). Sustainability in Hospitality Education: The Industry's Perspective and Implications for Curriculum. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 25(2), ss.80-88. DOI:10.1080/10963758.2013.805090

Mittuniversitet (2018) *Utbildningsplan*. Östersund: Mittuniversitetet.
<https://www.miun.se/utbildning/program/ekonomi-juridik-samhalle-och-turism/turism-och-destinationsutveckling/utbildningsplan/?utbildningsplanid=1172> (hämtad 2019-05-30)

Morris, M., Webb, J., Fu, J. and Singhal, S. (2013). A Competency-Based Perspective on Entrepreneurship Education: Conceptual and Empirical Insights. *Journal of Small Business Management*, 51(3), ss.352-369.
DOI: 10.1111/jsbm.12023

Nationalencyklopedin (u.å). *Professionalisering*.
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lang/professionalisering> (hämtad 2019-05-27).

Näringsdepartementet. (2017). *Ett land att besöka - En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring*. Stockholm: Elanders Sverige AB

OECD (2018), *Education at a Glance 2018: OECD Indicators*, OECD Publishing, Paris.
<http://dx.doi.org/10.1787/eag-2018-en>

Saco (2018). *Framtidsutsikter-Här finns jobben för akademiker år 2023*. Stockholm: Saco.
https://www.saco.se/globalassets/saco/dokument/rapporter/2018_framtidsutsikter.pdf

Statistiska centralbyrån (2018) *Matchningen på arbetsmarknaden – sambandet mellan utbildning och yrke*. Stockholm: Statistiska centralbyrån.
https://www.scb.se/contentassets/7a1344b6af49412f992a398a594bcfa1/uf0521_2018a01_br_a40br1806.pdf

Salas Velasco, M. (2014). Do higher education institutions make a difference in competence development? A model of competence production at university. *Higher Education*, 68(4), ss.503-523.

Scott, D. (2014). Knowledge and the curriculum. *The Curriculum Journal*, 25(1), pp.14-28.
DOI 10.1080/09585176.2013.876367

Steene, Anders. (2014). Tourism Education in Sweden: Past, Present and Future. *Journal of Applied Economics and Business Research*. Vol.2(3), ss.147-154.
(ISSN 1927-033X)

SFS 1992:1434 *Högskolelag*. Stockholm: Utbildningsdepartementet.

Svenska kommunförbundet. (1999). *Fokusgrupper*. Stockholm.

Södertörn Högskola (2015) *Turismprogrammet*.
https://dubhe.suni.se/apps/planer/new/show_p_Syll.asp?code=P4414&pid=582&lang=swe&Code=null (hämtad 2019-05-30)

Tillväxtverket (2013). *Turismutbildningar 2012: Utbud, Förändringar och hållbarhet*. Stockholm: Tillväxtverket. http://tillvaxtverket.eprint.se/System/TemplateView.aspx?p=E-View&id=64bda63403de434fb724553b5133d5ba&l=t&view=11&cat=%2FPublikationer%2FEndast%20f%C3%B6r%20nedladdning&tc=%2FWeb%2FText%2FTopp_Listvy_App3&page=16

Tillväxtverket (2016). *Kompetensförsörjning och kompetensbehov inom svensk besöksnäring*. Stockholm: Tillväxtverket.
https://tillvaxtverket.se/download/18.448d2df3160e422a573b787c/1516609938333/Kompetensf%C3%B6rs%C3%B6rjning%20och%20kompetensbehov%20inom%20svensk%20bes%C3%B6ksn%C3%A4ring_Rapport%200197_final.pdf

Tribe, J. (2002). The philosophic practitioner. *Annals of Tourism Research*, 29(2), ss. 338-357.
[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00038-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00038-X)

Tribe, J. (2005). Tourism knowledge and curriculum. I Arie, D & Tribe, J (red) *An international Handbook of Tourism Education*. ss, 47-66

Umeå Universitet (U,å). *Turismprogrammet utbildningsplan*.
<https://www.umu.se/utbildning/program/turismprogrammet/utbildningsplan/> (hämtad 2019-05-30)

Universitetskanslersämbetet (2017) *Årsrapport 2017* (Universitetskanslersämbetet rapportserie 2017:8). Stockholm: Universitetskanslersämbetet.
<https://www.uka.se/download/18.667441fa15af4fb7b21126b3/1497612948871/arsrapport2017.pdf> (hämtad den 10-05-2019).

Wells, M. S., Piatt, J. A. & Paisley, K. P. (2012) Writing Well as an Essential Skill for Professionals in Parks, Recreation, and Tourism: Why Do We Need It and

How

Do We Do It?, *SCHOLE: A Journal of Leisure Studies and Recreation Education*, 27:2, ss.14-21.

DOI:10.1080/1937156X.2012.11949686

Wilkinson, S (2008) *Analysing Focus Group Data*. I Silverman, D. (red). (2011). *Qualitative Research - 3: e uppl.*. London: Sage publications ltd.

Ödman, P-J. (2017). *Tolkning, förståelse, vetande*. 3:e uppl. Lund: Studentlitteratur.

8.0 Bilagor.

Bilaga 1: Turism- och Destinationsutveckling Mittuniversitet utbildningsplan

År 1

Turismvetenskap GR (A), Turismens drivkrafter och omvärld, 7,5 hp

Turismvetenskap GR (A). Entreprenörskap och företagande inom turism, 7,5 hp

Kulturgeografi GR (A), Vetenskapligt arbetssätt och undersökningsmetodik, 7,5 hp

Turismvetenskap GR (A), Destinationsutveckling och hållbarhet, 7,5 hp

Turismvetenskap GR (A), Projektledning inom turism, 7,5 hp

Kulturgeografi GR (A), Lokala utmaningar i en globaliserad värld, 7,5 hp

Kulturgeografi GR (A), Planering och förvaltning av natur- och kulturresurser, 7,5 hp

Kulturgeografi GR (A), Mobilitet, tillgänglighet och hållbarhet, 7,5 hp

År 2

Företagsekonomi GR (A), Organisation och ledarskap, 7,5 hp

Företagsekonomi GR (A), Ekonomistyrning, 7,5 hp

Företagsekonomi GR (B), Strategisk ledning, 7,5 hp

Företagsekonomi GR (A), Marknadsföring, 7,5 hp

Studenten ska välja en kurs om 15 hp i kulturgeografi respektive turismvetenskap bland kurserna nedan. Observera att kurser erbjuds baserat på antalet sökande studenter vilket kan innebära att vissa kurser inte ges alla läsår.

Kulturgeografi GR (B), Regional utveckling och turism, 15 hp eller

Kulturgeografi GR (B), Turism ur ett kritiskt samhällsperspektiv, 15 hp eller

Kulturgeografi GR (B), Turismens arbetsmarknad och arbetsliv, 15 hp

Turismvetenskap GR (B), E-turism: digital distribution, marknadsföring och information, 15 hp eller

Turismvetenskap GR (B), Strategiska faktorer för destinationsutveckling, 15 hp eller

Turismvetenskap GR (B), Design och ledning av evenemang, 15 hp,

År 3

Studenten väljer att genomföra hela terminen för sin verksamhetsförlagda utbildning inom antingen turismvetenskap eller kulturgeografi. Det kan finnas möjlighet att göra den terminen utomlands. Val av ämne påverkar behörighet till sista terminen på programmet och därmed huvudområde i kandidatexamen. Terminen består av tre delkurser.

Turismvetenskap GR (B), Verksamhetsförlagd utbildning: Förberedelser och fördjupning 7,5 hp

Turismvetenskap GR (B), Verksamhetsförlagd utbildning, 15 hp

Turismvetenskap GR (B), Verksamhetsförlagd utbildning: Analys och utveckling 7,5 hp

eller

Kulturgeografi GR (B), Verksamhetsförlagd utbildning: Förberedelser och fördjupning 7,5 hp

Kulturgeografi GR (B), Verksamhetsförlagd utbildning, 15 hp

Kulturgeografi GR (B), Verksamhetsförlagd utbildning: Analys och utveckling 7,5 hp

Sista terminen läser studenten kurser i antingen turismvetenskap eller kulturgeografi beroende på sitt val av ämne föregående termin. Detta styr huvudområde i kandidatexamen.

Turismvetenskap GR (C), Vetenskapligt arbetssätt och undersökningsmetodik II, 7,5 hp

Turismvetenskap GR (C), Litteraturfördjupning, 7,5 hp

Turismvetenskap GR (C), Självständigt arbete, 15 hp

eller

Kulturgeografi GR (C), Vetenskapligt arbetssätt och undersökningsmetodik II, 7,5 hp

Kulturgeografi GR (C), Litteraturfördjupning, 7,5 hp Kulturgeografi
GR (C), Självständigt arbete, 15 hp

Bilaga 2: Turismprogrammet Södertörns Högskola utbildningsplan

Termin 1. Turismvetenskap A, 30 högskolepoäng

Kursen behandlar inledningsvis hur turismen kan ses som ett sammanhängande system i dagens samhälle. Vidare studeras marknads- och branschförhållanden i näringslivet. Vetenskapliga förhållningssätt och olika undersökningsmetoder analyseras och diskuteras. Kursen behandlar även kommunikationsteorier och retorik.

Avslutningsvis studeras dagens och framtidens turism utifrån en historisk belysning.

Termin 2. Turismvetenskap B, 30 högskolepoäng

Kursen behandlar inledningsvis turismens geografiska, sociala, ekonomiska och miljömässiga konsekvenser på lokal nivå utifrån ett hållbart samhällsperspektiv. Sedan studeras hur olika individer (enskilt och i grupp) fungerar i en resandeprocess till en destination och på vilket sätt service upplevs. Vidare visas hur kulturhistoria och naturförutsättningar på ett resmål kan undersökas, och hur man utifrån denna kunskap kan utveckla en permanent eller temporär besöksattraktion. Avslutningsvis behandlas kvalitativt inriktat tjänsteföretagande såsom marknadsföring och service management samt omvärldspåverkan, IT och branschstruktur.

Termin 3. Valt biämne på A-nivå, 30 högskolepoäng

Termin 4. Valt biämne på B-nivå, 30 högskolepoäng

Termin 5. Valt biämne på C-nivå, 30 högskolepoäng. Alternativt andra turismrelaterade ämnen på A-nivå eller utlandsstudier.

Termin 6. Turismvetenskap C, 30 högskolepoäng

Kursen genomsyras av högskolans turismprofil: privat- och affärsresande i storstad. Först utförs en framtidsstudie för att på ett kreativt sätt identifiera potentiella turisminnovationer. Dessa innovationer hanteras i en formell utvecklingsprocess för en destination med tillhörande företag och produkter, vilket resulterar i en destinations- och affärsplan. Sedan behandlas den urbana turismens särart samt distinktionen privatresande (t.ex. upplevelseturism) och affärsresande (t.ex. professionella möten). Vidare behandlas olika resenärers behov samt hur upplevelseindustrin, mötesindustrin och samhället möter denna efterfrågan. Kursen avslutas med ett självständigt examensarbete i form av en kandidatuppsats

Bilaga 3: Intervjufrågor till examinerade studenter

- Kan du börja med att berätta vad du heter, ålder och vilket år du tog examen från Mittuniversitetet?
- Vilken är din nuvarande arbetsplats?
- Vad du har arbetat med efter turismutbildningen på Mittuniversitetet?
- Vilka kunskaper och kompetenser utvecklade du mest under turismutbildningen på Mittuniversitetet? Varför, vad bidrog?

- Vad önskar du att utbildningen innehöll mer av som har varit förekommande att arbetsgivare frågar efter? Har du kompletterat utbildningen?
- Hur redo för arbetslivet var du efter examen? Har du arbetat med något turismrelaterat innan utbildningen? Hur mycket förbereder turismutbildningen studenterna på arbetslivet?
- Har din turismutbildning varit meriterande när du sökt och fått arbete? Om ja, varför? Om nej, varför?
- Vilka arbeten tänker du att man kan söka med en turismvetenskaplig utbildning? Vad anser du man får kompetens till?
- Hur skulle du beskriva kopplingen mellan akademisk utbildning och arbetsmarknadens efterfrågan?
- Hur har en turismakademisk utbildning betydelse för besöksnäringen; varför? Vad är enligt dig relevant kunskap/kompetens och varför?
- Vilka samarbetspartners rekommenderar du för MiUns turismutbildning och varför? Hur viktig är t ex en internationell koppling?
- Finns det något som du tycker vi borde fråga men som vi inte gjorde?

Bilaga 4: Intervjufrågor till fokusgruppen

- Vilken funktion fyller en akademisk utbildning på arbetsmarknaden?
- Vad är arbetsmarknadens behov av turismvetenskapliga akademiskt utbildade?
- Ser ni någon brist mellan turismvetenskaplig akademisk utbildning och arbetsmarknadens efterfrågan? Och hur kan man åtgärda det isåfall?
- Hur viktig är det att ha arbetserfarenhet inom området?
- Tror ni att arbetsmarknaden förstår vad en turismvetenskaplig utbildning på akademisk nivå innebär? Om inte, vart ligger ansvaret?

- Vad hade ni önskat att en akademiskt utbildad inom turismvetenskap har för någon kunskap, färdighet eller kompetens?