

METAVERSE I PRAKSIS

Nye digitale muligheder for vækst og bedre brugeroplevelser i danske SMV'er inden for turisme- og oplevelsesbranchen

Dette forskningsprojekt undersøger, hvordan danske små og mellemstore virksomheder (SMV'er) inden for turisme- og oplevelsesbranchen kan udnytte Metaverse og tilknyttede teknologier (VR, AR, MR, AI) strategisk med særligt fokus på brugeroplevelse. Projektet tager udgangspunkt i den aktuelle udvikling inden for Metaverse-begrebet og dets potentielle implikationer for markedsføring, servicedesign og kundeengagement. Formålet er at skabe ny viden om, hvordan SMV'erne bedst kan modne deres forretningspraksis til at integrere disse "bleeding edge"-teknologier. Forskningsspørgsmålet lyder:

Hvordan kan SMV'er inden for turisme- og oplevelsesbranchen modnes til bedre at anvende Metaverse enabling teknologier som VR, AR, MR og AI i deres strategiske forretningsdrift?

Metodisk arbejder projektet i tre faser (work package 1, 2, og 3):

- (WP1) Et omfattende litteraturreview igennem desk research, der kortlægger den eksisterende viden og praksis på området
- (WP2) Kvalitative interviews med danske SMV'er samt udbydere og udviklere alle inden for turisme og oplevelsesbranchen for at afdække konkrete muligheder og udfordringer ved implementering af Metaverse enabling teknologier
- (WP3) En grounded theory-baseret analyse, der danner grundlag for anbefalinger samt udvikling af en best practice-metode for SMV'er.

Projektet er forankret i et konstruktivistisk paradigme, hvor social og kulturel kontekst vægtes højt for at belyse forskellige perspektiver på fordele og ulemper ved implementering.

Research Design

For at organisere og bevare et klart overblik over dette studie er Lars Mathiassens (Mathiassen, 2017) Research Design blevet anvendt. Dette framework synliggør, hvordan en problematisk situation i praksis (P) krydser med et relevant fagligt interesseområde i litteraturen (A), hvilket afføder en forskningsspørgsmål (RQ). Dette spørgsmål kræver indsamling af empiriske data (DC) og efterfølgende dataanalyse (DA) gennem en passende undersøgelsesmetode (M) og en teoretisk framing (F) – det teoretiske perspektiv, hvorigennem de empiriske data fortolkes. Tilgangen understøtter dermed en systematisk bevægelse mod besvarelsen af forskningsspørgsmålet. Processen kulminerer i konkrete bidrag (C), der har værdi for både praksis og den videnskabelige diskussion.

Ved at eksplicitere hvert enkelt element i designet muliggør frameworket en gennemsigtig og iterativ proces til at styre og formulere forskningsdesignet. Tabellen nedenfor giver et overblik over forskningsdesignet, efterfulgt af en visuel illustration af designet.

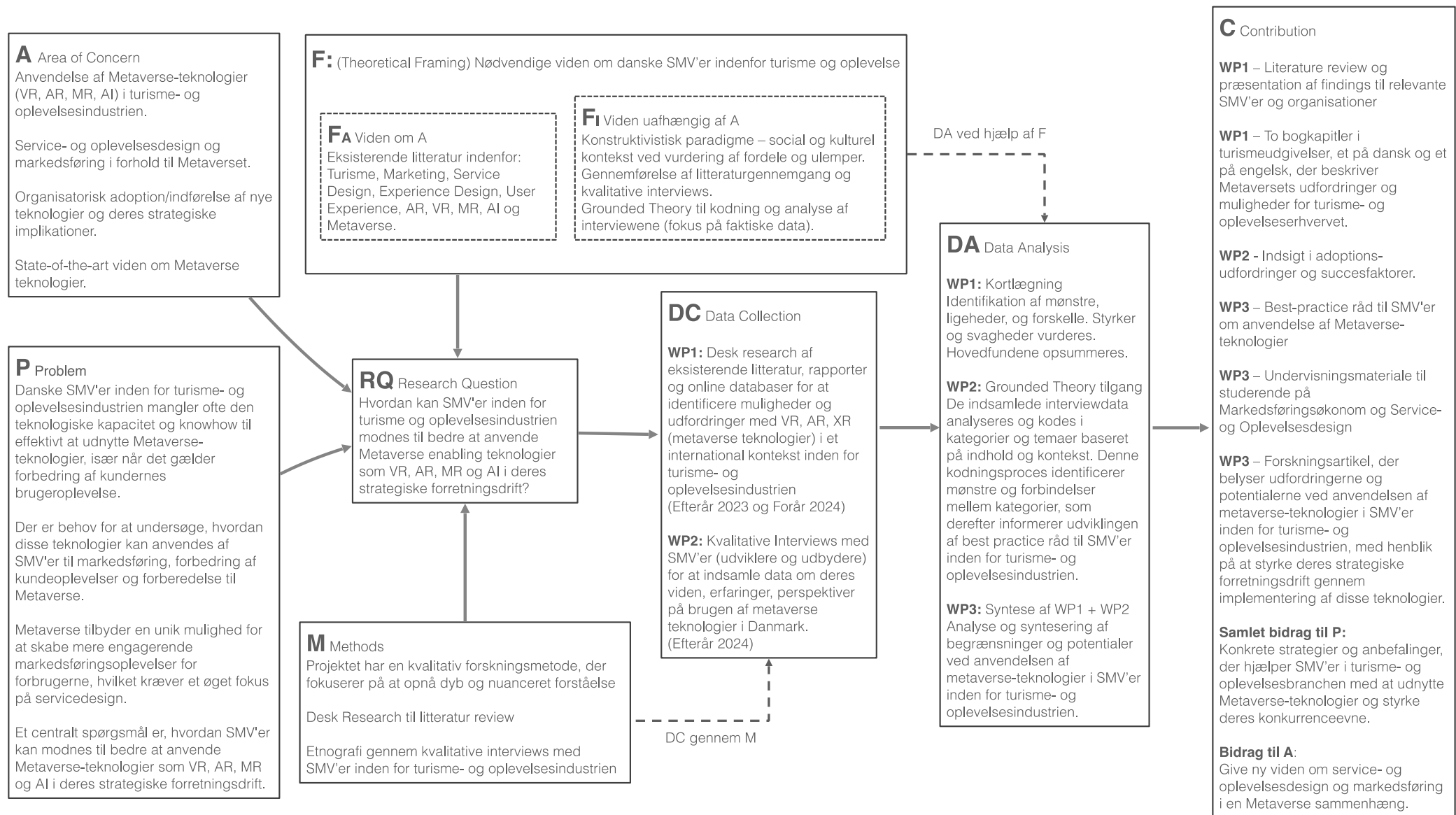
Research Design til Metaverse i Praksis		
Navn	Beskrivelse af komponenterne	Specifikation
P	Problemer eller udfordringer i den virkelige verden. I engageret forskning bør problemformuleringen ('P') klart definere en konkret situation i den virkelige verden, som forskningen sigter mod at adressere. Det skal afspejle specifikke problemer eller udfordringer, som identificerbare interessenter oplever, og undgå abstrakte eller alt for generelle beskrivelser.	Små og mellemstore danske virksomheder (SMV'er) inden for turisme- og oplevelsesindustrien mangler ofte både teknologisk kapacitet og den nødvendige viden til effektivt at udnytte Metaverse-teknologier – særligt i forhold til at styrke kundeoplevelsen. Der er behov for at undersøge, hvordan disse teknologier kan anvendes af SMV'er i forbindelse med markedsføring, forbedring af kundeoplevelser samt strategisk forberedelse på Metaverset. Metaverset repræsenterer en unik mulighed for at skabe mere engagerende og immersive markedsføringsoplevelser for forbrugere, hvilket aktualiserer behovet for øget fokus på servicedesign. Et centralt spørgsmål er, hvordan SMV'er kan støttes i at modne deres kompetencer og kapaciteter med henblik på at integrere Metaverse-teknologier som virtual reality (VR), augmented reality (AR), mixed reality (MR), og kunstig intelligens (AI) i deres strategiske forretningsudvikling.

A	Area of Concern: Beskriv det relevante faglige interesseområde (A), der relaterer sig til problemformuleringen (P). Dette inkluderer en gennemgang af eksisterende litteratur med henblik på at afdække, hvad der allerede er kendt på området, samt hvor der eksisterer videnshuller eller uunderbyggede antagelser.	Anvendelse af Metaverse-teknologier (VR, AR, MR, AI) i turisme- og oplevelsesindustrien. Service- og oplevelsesdesign samt markedsføring i relation til Metaverset. Organisatorisk implementering af nye teknologier og deres strategiske implikationer. Den nyeste viden om Metaverse-teknologier.
RQ	Research Question: Et veldefineret forskningsspørgsmål (RQ) udgør broen mellem den praktiske problemstilling (P) og det faglige interesseområde (A). Det bør undersøge krydsfeltet mellem virkelighedens udfordringer og den eksisterende viden, og samtidig fungere som rettesnor for forskningsdesignet ved at sikre sammenhæng med både den teoretiske ramme (F) og den valgte metode (M). Forskningsspørgsmålet skal klart forholde sig til både (P) og (A) og åbne op for nye forskningsperspektiver, samtidig med at det forbliver forankret i praksisnære forhold.	Hvordan kan små og mellemstore virksomheder (SMV'er) i turisme- og oplevelsesbranchen bedre rustes til at implementere metaverse-understøttende teknologier – såsom VR, AR, MR og AI – i deres strategiske forretningsaktiviteter?
M	Methods: Beskriv den specifikke tilgang til empirisk undersøgelse, der danner grundlag for dataindsamling og -analyse. Tilgangen skal være i overensstemmelse med forskningsspørgsmålet (RQ), problemformuleringen (P) og det faglige interesseområde (A).	Projektet anvender en kvalitativ forskningsmetode med fokus på at opnå en dybdegående og nuanceret forståelse. Desk research anvendes til litteraturgennemgang. Etnografisk tilgang gennem kvalitative interviews med SMV'er i turisme- og oplevelsesindustrien.
F	Theoretical Framing: Den teoretiske framing udgør det intellektuelle fundament for dataindsamling og -analyse, vejleder forskningsspørgsmålet (RQ) og former det endelige	F: Grundlæggende viden om danske SMV'er i turisme- og oplevelsesindustrien. FA: Eksisterende litteratur/viden inden for: turisme, markedsføring, servicedesign, oplevelsesdesign, brugeroplevelse, AR, VR, MR, AI og Metaverset.

	bidrag (C). F omfatter den nødvendige viden for at forstå og adressere problemstillingen (P). FA dækker relevante teorier og begreber fra det faglige felt (A). FI inddrager ekstern viden – såsom metoder, perspektiver eller analytiske værktøjer – uden for kerneområdet, hvilket muliggør tværfaglige eller innovative bidrag.	FI: Viden om konstruktivistisk paradigme – fokus på sociale og kulturelle kontekster ved vurdering af fordele og ulemper. Viden om gennemførelse af litteraturgennemgang og kvalitative interviews. Viden om anvendelse af Grounded Theory til kodning og analyse af interviewdata (med fokus på empirisk grundlag).
DC	Data Collection: Denne del beskriver, hvordan data indsamles, samt hvilke metoder der anvendes for at sikre, at de er i overensstemmelse med forskningsspørgsmålet (RQ), problemstillingen (P) og det faglige interesseområde (A). Den indeholder en redegørelse for de valgte kvalitative eller kvantitative metoder – såsom interviews, spørgeskemaer eller observationer – og forklarer begrundelsen for deres anvendelse.	WP1: Desk research af eksisterende litteratur, rapporter og online databaser med henblik på at identificere muligheder og udfordringer relateret til Metaverse-teknologier i en international kontekst inden for turisme- og oplevelsesindustrien – (efterår 2023 og forår 2024) WP2: Kvalitative interviews med 10-15 SMV'er (udviklere og udbydere) for at indsamle data om deres viden, erfaringer og perspektiver på anvendelsen af Metaverse-teknologier i Danmark – (forår 2024)
DA	Data Analysis: Dataanalyse har til formål at skabe forståelse for den indsamlede empiri i relation til problemområdet (P) med henblik på at besvare forskningsspørgsmålet (RQ) og udvikle bidrag til (P) og/eller (A). Analysen rækker ud over blot at opsummere eller præsentere data – den handler om at fortolke og strukturere data med udgangspunkt i den teoretiske framing (F). Analysen skal forblive fokuseret på forskningsspørgsmålet (RQ), og dens resultater skal danne grundlag for det endelige bidrag (C).	WP1: Kortlægning Identifikation af mønstre, ligheder og forskelle. Styrker og svagheder vurderes. Centrale fund opsummeres. WP2: Grounded Theory-tilgang De indsamlede interviewdata analyseres og kodificeres i kategorier og temaer baseret på indhold og kontekst. Denne kodningsproces identificerer mønstre og forbindelser mellem kategorier, som danner grundlag for udviklingen af best practice-retningslinjer for SMV'er i turisme- og oplevelsesindustrien. WP3: Syntese af WP1 + WP2 Analyse og syntese af begrænsninger og potentialer ved anvendelse af Metaverse-teknologier i SMV'er inden for turisme- og oplevelsesindustrien.

C	Contribution: Bidrag (C) er det primære resultat og viser undersøgelsens betydning både i den praksisnære kontekst (P) og inden for det akademiske felt (A). Det besvarer forskningsspørgsmålet (RQ), er forankret i data (M) og fortolket gennem den teoretiske framing (F). Bidrag til praksis (CP) skaber værdi i den virkelige verden, mens bidrag til teori (CA) fremmer den akademiske forståelse. Styrken af (C) er afgørende for forskningens relevans og potentiale for publicering.	WP1 – Litteraturgennemgang og formidling til relevante organisationer. WP1 – To bogkapitler i turismepublikationer, ét på dansk og ét på engelsk, som beskriver udfordringer og muligheder ved Metaverset for turisme- og oplevelsesindustrien. WP2 – Indsigter i adoptionsudfordringer og succesfaktorer. WP3 – Best practice-retningslinjer for SMV'er vedrørende anvendelse af Metaverse-teknologier. WP3 – Undervisningsmateriale til studerende på uddannelserne i Marketing Management og Service & Experience Design. WP3 – En forskningsartikel, der belyser udfordringer og potentialer ved at anvende Metaverse-teknologier i SMV'er inden for turisme- og oplevelsesindustrien med det formål at styrke deres strategiske forretningsudvikling gennem implementeringen af disse teknologier. Samlet bidrag til P (praksisfeltet): Det overordnede praksisbidrag er at understøtte SMV'er i turisme- og oplevelsesbranchen med konkrete strategier og anbefalinger til, hvordan de kan udnytte Metaverse-teknologier til at styrke kundeoplevelser og skabe mere engagerende markedsføringsindsatser. Projektet sigter mod at modne virksomhedernes teknologiske kapaciteter og inspirere til fremtidig teknologiintegration, der kan øge deres konkurrenceevne og innovationskraft. Bidrag til A (akademisk felt): Det overordnede akademiske bidrag er at skabe ny viden om service- og oplevelsesdesign samt markedsføring i en Metaverse-kontekst.
---	---	--

Beskrivelserne i tabellen er omsat til en visuel illustration af forskningsdesignet, som præsenteres på den følgende side. Illustrationen tydeliggør sammenhængen mellem de enkelte komponenter og viser, hvordan de indbyrdes påvirker og understøtter hinanden i en iterativ proces.



Bibliografi

Mathiassen, L. (2017). Designing Engaged Scholarship: From Real-World Problems to Research Publications. *Engaged Management ReView*, 1(1). <https://doi.org/10.28953/2375-8643.1000>