



Høgskulen
på Vestlandet

BACHELOROPPGAVE

Hvordan påvirker Covid-19 reiselivet i Sogn?

How does Covid-19 affect the tourism industry in Sogn?

Anna Brugrand og Madelene Iversen

Kandidatnummer: 330 og 360

Reiselivsleiring

Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

Institutt for økonomi og administrasjon

28.05.2020

Jeg bekrefter at arbeidet er selvstendig utarbeidet, og at referanser/kildehenvisninger til alle kilder som er brukt i arbeidet er oppgitt, jf. Forskrift om studium og eksamen ved Høgskulen på Vestlandet, § 12-1.

Innholdsfortegnelse

Forord	5
Sammendrag.....	6
1.0 Introduksjon	7
1.1 Bakgrunn for valg av tema.....	7
1.2 Problemstilling.....	8
1.3 Formål og avgrensning	9
1.4 Oppgavens oppbygging.....	9
2.0 Teori.....	10
2.1 Hva er Covid-19?.....	10
2.2 Hva er en pandemi?	11
2.3 Sogn som destinasjon	11
2.4 Krisehåndtering og turisme	13
2.5 Kjøpsatferd i forbindelse med en krise i turistnæringen.....	14
2.6 Bærekraftig turisme.....	17
2.7 Scenario som strategisk verktøy.....	18
3.0 Metode	19
3.1 Hva er metode?	19
3.2 Valg av metode.....	19
3.3 Reliabilitet og validitet.....	20
4.0 Litteraturstudie	23
4.1 Litteraturgjennomgang.....	23
Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of Covid-19	23
Tourism in crisis: managing the effects of terrorism	25
Tourism Crisis Management - US response to September 11.....	25
Japanese tourism and the SARS epidemic of 2003	26
Foresight - en spore til sterkere involvering i strategiutvikling og planlegging.....	27
Events in Indonesia: exploring the limits to formal tourism trends forecasting methods in complex crisis situations	28
5.0 Presentasjon av funn	30
5.1 Situasjonsbeskrivelse og noen foreløpige effekter av Covid-19.....	30
5.1.1 Luftfart.....	30
5.1.2 Kultur, idrett og arrangement.....	31
5.1.3 Kommersiell overnatting og servering.....	31
5.1.4 Cruisenæringen	32
5.1.5 Hytteturisme.....	33
5.1.6 Camping	33

5.2 Nordmenns ferievaner.....	34
5.3 Ferievaner tilknyttet alder.....	37
5.4 Konjunkturtendenser for Norge.....	39
5.5 Ferievaner for sommeren 2020.....	40
5.6 Scenario 2030 for reiselivet på Vestlandet.....	40
6.0 Resultat.....	43
6.1 Svar på problemstilling.....	43
6.2 Drøfting.....	45
6.3 Konklusjon.....	50
7.0 Litteraturliste.....	51
Vedlegg 1.....	61

Figurindeks

<i>Figur 1 - Impact of three previous crisis on world arrivals.....</i>	<i>16</i>
<i>Figur 2 - Kultur- og naturinteresse blant feriereisende på Vestlandet og i resten av Norge.....</i>	<i>36</i>
<i>Figur 3 - Tabell 04464: Personer på reise (mill. personer) etter alder.....</i>	<i>38</i>
<i>Figur 4 - Konjunkturtendenser for Norge.....</i>	<i>39</i>

Forord

Denne bacheloroppgaven er utarbeidet som en del av det treårige studiet Reiselivsledelse ved Høgskulen på Vestlandet, avdeling Sogndal. Det har vært et svært innholdsrikt halvår, som brått tok en rask endring i starten av mars. Situasjonens alvor og ringvirkninger ble tidlig av stor betydning. Derfor ønsket vi å basere oppgaven vår på den unike situasjonen. Grunnet reiselivets viktighet som næring, ønsket å undersøke mulige ringvirkninger for Sogn. Dette resulterte i at halvåret ble noe spesielt, med utgangspunkt i at oppgaven har blitt skrevet mens pandemien har utspilt seg. Til tross for at arbeidet med bacheloroppgaven har vært en svært tidkrevende prosess, sitter vi igjen med nye kunnskaper og erfaringer vi vil bringe med oss videre. Det har vært spennende å skrive om et tema som er så dagsaktuelt, selv om det av denne grunn også har bydd på en rekke utfordringer.

Vi vil takke vår veileder, Ståle Brandshaug for gode råd og veiledning under prosessen. I tillegg vil vi takke hverandre for et godt samarbeid gjennom et utfordrende halvår. På bakgrunn av dette er vi veldig fornøyde med å kunne presentere vår endelige bacheloroppgave.

Høgskulen på Vestlandet, Sogndal

Anna Brugrand & Madelene Iversen

Sogndal, 28.05.20

Sammendrag

Hensikten med denne oppgaven har vært å undersøke hvordan Sogn blir påvirket som turistdestinasjon, på grunn av koronakrisen. For å svare på denne problemstillingen skal vi undersøke relevant faglitteratur, forskning og statistikk.

I teorikapittelet tar vi for oss sentrale definisjoner og teoretiske aspekter som er av betydning for å fremlegge et resultat og konklusjon. Dette innebærer teori direkte knyttet til problemstillingen, samt andre teoretiske områder da flere sider må belyses.

Vi har i denne oppgaven valgt å benytte oss av litteraturstudie som metode, der informasjonen er hentet fra eksisterende litteratur og forskning. Metodevalget begrunnes med utgangspunkt i omstendighetene rundt oppgaven, i sterk tilknytning til valg av problemstilling. Forskningsartiklene vi har brukt har vi hentet fra databasene Oria og Google Scholar.

Funnene i oppgaven er basert på sekundærdata fra Statistisk Sentralbyrå, NHO Reiseliv, Statistikknett Reiseliv og Visit Sognefjord. Vi ønsket å undersøke hvordan reiselivsnæringen påvirket av koronakrisen, og har derfor hentet informasjon om hvordan tidligere destinasjoner har blitt påvirket av kriser, samt hva de kan gjøre for å bygge opp sin gjenhentingsevne. Videre har vi sett at ved å fremstille ulike scenarier for fremtiden, danner dette et grunnlag for å foreta fremtidsplanlegging, som fokuserer på bærekraft.

Nøkkelord: krisehåndtering, Sogn, Covid-19, foresight, scenario, bærekraft, ferievaner, kjøpsatferd

1.0 Introduksjon

1.1 Bakgrunn for valg av tema

Vi befinner oss i en situasjon som vi aldri har opplevd tidligere. Verden vil aldri helt bli den samme. Verdensøkonomien er svært truet av denne enorme krisen, og reiselivsnæringen er allerede blitt hardt rammet. Samfunnet har opplevd inngripende effekter av koronakrisen, men de langsiktige konsekvensene for norsk næringsliv er forbundet med stor usikkerhet. Starten på det som så ut til å bli enda en rekordsesong for reiselivet i Sogn, ble snudd over natten til en verdensomfattende krise med betydelige konsekvenser. Det hele kan spores tilbake til en desemberdag i 2019 på et matmarked i den kinesiske byen Wuhan. Viruset ble identifisert den 7. januar 2020 av kinesiske helsemyndigheter (World Health Organization, 2020). Deretter har viruset fått navnet SARS-CoV-2, og er av typen Koronavirus, som kan gi luftveisinfeksjon og lungebetennelse hos mennesker. Smittede personer kan få alt fra mild til alvorlig sykdom, og i noen tilfeller medfører døden for enkeltpersoner (Folkehelseinstituttet, 2020). I skrivende stund (27.05.2020) er det over tid rapportert 5 491 678 tilfeller av SARS-CoV-2 globalt, inkludert 349 190 dødsfall (World Health Organization, 2020). Situasjonen preges derfor fremdeles av redsel, fortvilelse og stor uvisshet. Norge har ikke opplevd lignende krisesituasjon siden 2.verdenskrig, og går derfor en krevende fremtid i møte. I løpet av de siste 50 årene har turistnæringen utviklet seg til å bli en av de største økonomiske sektorene på global basis, og utgjør omtrent 9 % av verdens BNP og over 200 millioner jobber (UNWTO, 2013). Den siste økonomirapporten fra NHO Reiseliv (7. april 2020) anslår at BNP for Fastlands-Norge vil falle med 8,7% fra 2019 til 2020. Dette er omtrent én milliard tapte kroner hver dag (NHO Reiseliv, 2020). SSB sin prognose tyder at tapet vil bli enda større (SSB, 2020). Koronaviruset vil uten tvil sette dype spor, også for reiselivsnæringen. I Sogn vil det føre til store og ukjente konsekvenser, både på kort og lang sikt. World Health Organization (WHO) erklærte koronaviruset for en pandemi 11. mars 2020. Etter råd fra WHO innførte derfor enkelte land strenge smittevernstiltak av typen karanteneordninger, reiserestriksjoner og forbud mot sosiale sammenkomster.

Økonomisk vekst og følgelig utvikling, skjer på grunn av etableringer av spesielle sektorer eller næringer, og ringvirkningene som oppstår (Walaas & Jacobsen, 2017, s. 91). Turisme er

uten tvil en svært viktig næring, og i enkelte land også den økonomiske ryggraden (Walaas & Jacobsen, 2017, s. 118). Det er en sektor som vokser i takt med verdensøkonomien og globaliseringen. I 2018 var det totalt hele 1,4 milliarder internasjonale turistankomster i verden (UNWTO, 2020). Videre ble det også totalt registrert 110,5 millioner overnattinger i Norge, og et reiselivsforbruk på 124,9 milliarder norske kroner (Epinion & Innovasjon Norge, 2019). Likevel er det også en av de mest påvirkelige og sårbare næringene for kriser og katastrofer (Pforr & Hosie, 2008, sitert i Mair, Ritchie & Walters, 2014). Ettersom turismen og reiselivet er svært komplekse og stadig i utvikling, finnes det ingen eksakt definisjon på begrepene, verken i faglitteratur eller det dagligdagse språket. Jacobsen og Viken (2014) hevder at noe av grunnen til dette, er at det ikke er forsket nok på turisme, da det har blitt nedprioritert grunnet at det er et svært omfattende fagområde som krever mye dyre ressurser ved grundigere forskning (Jacobsen & Viken, 2014, s. 16). Med dette som utgangspunkt kan vi påstå at turistnæringen og reiselivet er en altomfattende næring som er svært viktig for Norge, og spesielt Sogn, som vi skal fokusere på videre i oppgaven. Grunnet at reiselivsnæringen er en av de mest utsatte næringene for kriser og katastrofer, er det åpenbart at den alvorlige korona-pandemien vil sette sitt preg på næringen.

Koronapandemien vi i skrivende stund befinner oss i har blitt en verdensomfattende krise. Fra den ble registrert i desember 2019, og erklært som pandemi av WTO, resulterte dette i at norske myndigheter innførte omfattende tiltak 12. mars. Dette for å bekjempe koronaviruset og hindre ytterligere spredning. Globalt sett har pandemien rammet de ulike landene svært ulikt, der blant annet Spania og Italia har merket fatale konsekvenser. På den andre siden har Norge, som vi fokuserer på i denne oppgaven håndtert situasjonen bra, og har ikke blitt rammet like hardt sammenlignet med andre land.

1.2 Problemstilling

Basert på vårt engasjement i forhold til temaet har vi valgt følgende problemstilling;

«Hvordan påvirker Covid-19 reiselivet i Sogn?»

1.3 Formål og avgrensning

Formålet med oppgaven er å undersøke hvordan koronaviruset påvirker reiselivet, og avgrensner oppgaven ved å bruke Sogn som fokusområde. Dette området representerer en viktig andel av den norske reiselivsnæringen, og vil bli sterkt preget av denne usikre perioden vi befinner oss i. I Sogn bidrar reiselivet vesentlig til økonomisk verdiskaping, i tillegg har vi relativt god kjennskap til området fra før. Videre kan vi også påstå at Distrikts-Norge blir hardere rammet av en stillestående periode, fremfor storbyene. Dette er med utgangspunkt i at distriktene i større grad er avhengig av utenlandske turister i forhold til verdiskaping, i ulikhet fra storbyene. I tillegg, grunnet sentralisering bor det færre mennesker i bygdene, noe som gjør at andelen av penger som blir lagt igjen her trolig avhenger mer av utenlandske turister. Fraværet av disse vil føre til at den totale verdiskapingen svekkes. Dette er basert på statistikk som vi vil legge frem senere i oppgaven. Basert på dette har vi valgt å bruke Sogn som utgangspunkt, og analysere hvilke konsekvenser den pågående krisen kan medføre for dette området.

1.4 Oppgavens oppbygging

Oppgaven er strukturert med seks kapitler som tar for seg henholdsvis innledning, teori, metode, litteraturstudie, funn og en drøfting etterfulgt av vår konklusjon. I kapittel 2 legger vi frem teori som er viktig å forklare i forhold til vår oppgave, med fokus på sentrale begreper og områder med utgangspunkt i Covid-19 og turisme. Kapittel 3 handler om metode, der vi forklarer hva et litteraturstudie innebærer, hvorfor vi har valgt denne metoden, i tillegg til at vi knytter kildene vi har brukt opp mot sentrale begrep innen kildekritikk. Deretter følger gjennomgangen av utvalgt litteratur i kapittel 4, inkludert en forklaring av litteratursøking. I kapittel 5 presenterer vi funnene våre og knytter disse til relevant teori og empiri. Videre følger ulike scenarier vi har utarbeidet i kapittel 6, som beskriver mulige utfall for reiselivsnæringen i Sogn, før vi drøfter disse mot funnene fra kapittel 5. Oppgaven rundes av med en konklusjon som understreker hva vi har presentert og funnet frem til.

2.0 Teori

I dette kapitlet skal vi gå gjennom sentrale teoretiske aspekter som er viktige å belyse i forhold til problemstillingen i vår oppgave. Vi skal blant annet definere og forklare viktige begrep som er av betydning for problemstillingen. Vi skal også kort presentere Sogn som destinasjon, da dette området er utgangspunktet for problemstillingen vår. I tillegg redegjør vi for krisehåndtering og dens betydning i forhold til turisme, før vi forklarer begrepet bærekraftig reiseliv og utvikling. Avslutningsvis i kapitlet forklarer vi kjøpsatferd i reiselivet etter en krise, samt scenario som strategisk verktøy da dette er av stor betydning for oppgaven.

2.1 Hva er Covid-19?

Covid-19 er en smittsom åndedrettssykdom som er det nyeste utbruddet innen de ulike typene av coronavirus. Coronavirus er samlebetegnelsen på en rekke virus som kan forårsake sykdommer hos mennesker og dyr. De vanligste sykdommene hos mennesker forårsaker puste- og åndedrettsinfeksjoner, fra en vanlig forkjølelse til mer alvorlige sykdommer som kan resultere i dødsfall (World Health Organization, 2020). Dette nye coronaviruset SARS-CoV-2 kan sees i sammenheng med SARS-viruset (Severe Acute Respiratory Syndrome) som var årsaken til SARS-epidemien fra 2002-2003, da det besitter liknende genetiske egenskaper. Likevel er det ikke det samme viruset, da dette var ukjent frem til det oppstod et utbrudd i Wuhan, Kina i desember 2019, som ble kartlagt i januar 2020. Den nye sykdommen som da har fått navnet Covid-19 kommer trolig fra flaggermus, som har smittet til mennesker. (Folkehelseinstituttet, 2020). Sykdommen rammer mennesker i alle aldre, men utslaget varierer etter alder og helse. De fleste som får Covid-19 vil oppleve milde til moderate symptomer som innebærer hoste, feber og åndenød, og vil tilfriskne uten nødvendig behandling. For eldre mennesker samt de som innehar medisinske problemer i form av hjerte- og karsykdommer, diabetes, kroniske lungesykdommer og kreft er i større fare for å utvikle livstruende symptomer (World Health Organization, 2020). Covid-19 ble erklært som en pandemi av WHO 11.mars 2020, da statistikk viser at det var over 100 000 registrerte tilfeller verden over (Store Medisinske Leksikon, 2020). Per dags dato finnes det ingen vaksiner eller spesiell behandling mot Covid-19. Til tross for dette er det mange pågående kliniske studier

for å finne en kur. Nestleder i vaksinekoallisjonen CEPI, Frederik Kristensen fremla 20.03.2020 at det var åtte vaksiner i utvikling (Storvik, 2020). En ferskere rapport utført av WHO 27.05.2020 sier at det når er 10 vaksinekandidater som befinner seg i klinisk evaluering og ytterligere 155 vaksinekandidater i før-klinisk evaluering (WHO, 2020). “Klinisk evaluering er en kontinuerlig prosess som innebærer vurdering av kliniske data knyttet til utstyret for å avgjøre hvorvidt utstyret oppfyller regelverkets krav til klinisk ytelse og sikkerhet” (Legemiddelverket, 2020). Hvorvidt disse kandidatene oppfyller de nødvendige kravene og beskytter mot sykdommen er fortsatt usikkert. Organisasjonen fremhever og at dette kun er til informasjon, og at de ikke har noen garanti for å si med sikkerhet at noen av kandidatene blir ferdigstilt som vaksine mot Covid-19. Avslutningsvis hevder de at det kan ta opp til 12-18 måneder, før vi kan få en vaksine (WHO, 2020).

2.2 Hva er en pandemi?

Ifølge Folkehelseinstituttet defineres en pandemi som et stort utbrudd av en sykdom som sprer seg utover et stort geografisk perspektiv, samt smitter særs mange mennesker (Illustrert Vitenskap, 2020). Sykdommer som hovedsakelig betegnes som pandemier er infeksjonssykdommer. Gjennom tidene har det vært en rekke pandemier, men de preges av ulik utbredelse, tidsperspektiv samt alvorlighetsgrad. Noen eksempler på pandemier som har rammet verden i løpet av historien er Svartedauden, svineinfluensa og spanskesyken. Sistnevnte, som herjet i verden i 1918-1919, er per dags dato den mest alvorlige influensapandemien som har vært, da nesten 50% av verdens befolkning ble syke.

2.3 Sogn som destinasjon

Sogn er et distrikt i Vestland fylke, som dekker områdene rundt Sognefjorden. Det består av mer enn 200 reiselivsbedrifter og 7 kommuner i ett av Norges største reisemål blant distriktene (Visit Sognefjord, personlig kommunikasjon, 18. mai 2020). Sognefjorden er Norges lengste og dypeste fjord, samt verdens nest lengste med sine 205 km. (Store Norske Leksikon, 2019). Med utgangspunkt i naturen er dette området en verdenskjent og ettertraktet destinasjon. I tillegg er to av stedene langs fjorden etablert på UNESCOs liste over verdensarvsteder. Dette er Urnes Stavkirke og Nærøyfjorden, som er to svært populære turistmål (Fjord Norge, 2020). I 2017 vant Kongevegen over Filefjell den ettertrakta kulturminneprisen Europa Nostra Awards og har økt i popularitet som turistmål siden (Europa Nostra, 2017).

Cruiseturisme er noe av det som preger Sogn som turistdestinasjon. Et av de mest populære stoppestedene for internasjonale cruiseskip er Flåm, i Aurland kommune. En av hovedårsakene og trekkplasteret for denne destinasjonen er den populære Flåmsbana som strekker seg fra Myrdal høyfjellstasjon til Flåm stasjon, innerst i Aurlandsfjorden. Flåmsbanen har i tillegg fått en rekke utmerkelser på internasjonal basis. For eksempel har Lonely Planet Traveller kåret den til verdens beste togreise (Fjord Norge, 2020). Sognefjorden er en av Norges mest besøkte fjorder, mye grunnet cruiseturister fra hele verden. De ulike destinasjonene er Flåm, Skjolden, Vik og Gudvangen, der Flåm er desidert størst med hele 158 anløp (Aurland Hamnevesen, 2019) og omtrent 250 000 passasjerer i 2019. Sogn hadde omtrent 700 000 kommersielle gjestedøgn, 140 000 private gjestedøgn og 250 000 dagsbesøkende i perioden mars til september i 2019 (Visit Sognefjord, personlig kommunikasjon, 18. mai 2020). Menon Economics har gjennomført en analyse som omfatter de økonomiske effektene av reiselivet i Sognefjorden, der reiselivsomsetningen er beregnet til å være 1,5 milliarder norske kroner per år (Løge og Dombu, 2017). Dette er med utgangspunkt i at Sogn har omtrent 1,2 millioner besøkende i året, og dermed sikrer 1700 arbeidsplasser (Visit Sognefjord, personlig kommunikasjon, 18. mai 2020). Koronakrisen har medført et svært høyt nivå arbeidsledighet, spesielt innen transport og reiseliv. NHO Reiseliv viser til en undersøkelse (29. april 2020) fra sine medlemsbedrifter at 78% har permittert 76-100% av sine ansatte. I tillegg har 74% fått 76-100% lavere omsetning som følge av koronakrisen (NHO Reiseliv, 2020).

Videre viser rapporten at forbruket ble anslått til å bidra til rundt 723 millioner kroner i lokal verdiskaping i 2016 (Løge & Dombu, 2017). Reiselivsnæringen befant seg på tredje plass, likt som bygg og anlegg når det gjaldt sysselsetting. Ettersom reiselivet er preget av sesongvariasjon, resulterer det i at en betraktelig andel av arbeidsplassene antas å være deltids- og sesongbaserte stillinger. Reiselivsnæringen er dermed svært viktig for området, ettersom den er den femte største næringen målt i verdiskaping. Denne verdiskapingen er målt til 660 millioner norske kroner i 2016, og utgjør på bakgrunn av dette 7% av næringslivets totale verdiskaping i Sognefjord-regionen. Dette kan sees i sammenheng med at verdiskapingen i bedriftene i de respektive bedriftene har vokst med 80% fra 2004-2016 målt i faste priser. I tillegg har driftsmarginene, sysselsettingen og arbeidsproduktiviteten også økt i løpet av samme perioden. De største reiselivsbedriftene i regionen er blant annet Flåm

Utvikling i Aurland, The Fjords i Aurland, Sogndal Hotell Drift i Sogndal og Kviknes Hotel i Balestrand (Løge & Dombu, 2017).

2.4 Krisehåndtering og turisme

En krise er definert som en lite sannsynlig hendelse med store konsekvenser, som utvikler seg svært raskt og involverer tvetydige situasjoner med ukjente grunner og effekter (Aguilera, 1990; Dutton, 1986; Quarantelli, 1988; sitert i Pearson 2007, s. 109). En krise er med andre ord en hendelse som uten forvarsel kan endres til å bli en ugunstig situasjon (Laws & Prideaux, 2006). Pforr og Hosie (2008) trekker frem to typologier av en krise, disse kalles for “kobra” og “pyton”. Den første typologien viser til en plutselig krise, slik som 9/11 eller en tsunami. En pyton-krise sniker seg sakte inn på organisasjonen, eller i dette tilfellet, hele verden. En kobra-krise fører som oftest til en defensiv respons, som avhenger av en kjent og trygg metode. En pyton-krise utløser på den andre siden en mer formalisert prosess, der krisen ikke er identifisert med det samme, men handlinger blir iverksatt når krisen er anerkjent (Pforr & Hosie, 2008).

Videre definerer Prideaux, Laws og Faulkner (2003) en katastrofe som uforutsigbare endringer som normalt bare kan reageres på *etter* hendelsen, enten ved å iverksette beredskapsplaner eller gjennom reaktiv respons. Interessen for krisehåndtering vokser stadig, ettersom det blir tydelig for mange moderne organisasjoner at en potensiell krise kan medføre ødeleggende økonomiske resultater, også for samfunnet og omgivelsene (Perrow 1984, sitert i Pearson 2007, s. 109).

Reiselivsnæringen er en svært sårbar næring ovenfor kriser og katastrofer. En kan hevde at næringen nærmest alltid er truet av overhengende kriser, og at disse er nær sagt umulig å unngå (Pforr & Hosie, 2008). Kriser innen reiselivet er derfor ikke et nytt fenomen. De siste tiårene har næringen opplevd blant annet kriser i form av terrorangrep, naturkatastrofer, politiske konflikter, økonomisk tilbakegang og kjemiske trusler. En av de mest omfattende krisene som preger historien er tidenes største terrorangrep, som fant sted 11. september i 2001, da World Trade Center og Pentagon ble angrepet. Norge selv opplevde sin tids største terrorhandling under 22.juli i 2011. Videre er jordskjelvet og tsunamien i Indiahavet i 2004 en av de mest kritiske naturkatastrofene mennesker har opplevd. Til tross for den voksende

litteraturen innen krisehåndtering i reiselivet viser funn at kun 4 av 64 studier utført mellom 2000 og 2012 omhandler nettopp kriser av typen pandemier (Mair, Ritchie & Walters, 2014).

Vi kan hevde at reiselivsnæringen nå opplever en helt ny type krise, enn tidligere. Linjer kan trekkes til tidligere situasjoner, slik som Ebola-epidemien i 2014-2016. Den vesentlige forskjellen er at Koronaviruset rammer nå hele verden, ikke bare enkelte områder, slik som Vest-Afrika i Ebola-tilfellet. Derfor trer reiselivsnæringen nå inn i en ny tid, i likhet med svært mange andre næringer. Likevel vil konsekvensene for turismen bli svært omfattende og langvarige. Cassedy (sitert i Mair et al., 2014) uttaler nemlig at reiselivsnæringen ikke er i stand til å hente seg inn like raskt som andre næringer, siden store deler av en destinasjons attraksjon stammer fra sitt "image", som kan bli svertet som følge av en krise eller katastrofe. Dessuten består reiselivsnæringen av mange små bedrifter og turoperatører, som ikke innehar ressurser og evner til å gjenopprette sitt "image" like raskt som andre næringer.

Lena Mossberg (2012) definerer en destinasjons image som: "hvordan en person eller målgruppe oppfatter for eksempel et produkt, en bedrift eller et sted." (Mossberg, 2012, s. 164). Videre skriver Mossberg at et image kommuniserer og påvirker både forventninger, erfaringer og kvalitetsvurdering, som har en stor effekt på kunder og ansatte. Det sies at et image ikke kan forandres over natten. Likevel ble reiselivsnæringens image totalt forandret som følge av nasjonale og globale smitteverntiltak. Noen destinasjoner som er blitt svært hardt rammet av Koronaviruset opplever også at imaget er nærmest ødelagt. Wuhan og Italia er eksempler på destinasjoner der det trolig vil gå lang tid før imaget er gjenopprettet til slik det var før krisen. Vi kan derfor påstå at hele reiselivsnæringens sitt image og rykte er redusert da hele næringen er i "lockdown".

2.5 Kjøpsatferd i forbindelse med en krise i turistnæringen

Vi kan tenke oss til at forbrukeratferden som omhandler kjøp blir preget når en destinasjon opplever en krise, for eksempel i form av terrorangrep. Det er uenigheter om definisjonen på terrorisme, men ifølge et utkast fra en FN konvensjon "handler terrorisme om intensjonelle, ulovlig og skadelige handlinger hvor målet er å skremme en befolkning, eller å tvinge en regjering eller en internasjonal organisasjon til å gjøre eller frstå fra bestemte handlinger" (FN-sambandet, 2020).

Når en destinasjon, som i stor grad avhenger av turistnæringen opplever et terrorangrep, vil dette få fatale ringvirkninger for industrien. Et slikt angrep truer og forhindrer den normale aktiviteten innad i næringen, og preger alle relaterte bedrifter. Dette er med utgangspunkt i at det skader destinasjonens overordnede rykte som omhandler trygghet, tiltrekningskraft og status, som påvirker turistenes persepsjon og oppfatning av destinasjonen. Ettersom turistene som følge av dette vil få et negativt inntrykk av destinasjonen, og oppfatte det som utrygt, vil dette resultere i en nedgang i antall besøkende, som derav får en negativ påvirkning på den lokale økonomien (Sönmez, Apostolopoulos & Tarlow, 1999). Dermed kan vi påstå at kjøpsatferden ved en destinasjon blir endret som følge av et terrorangrep.

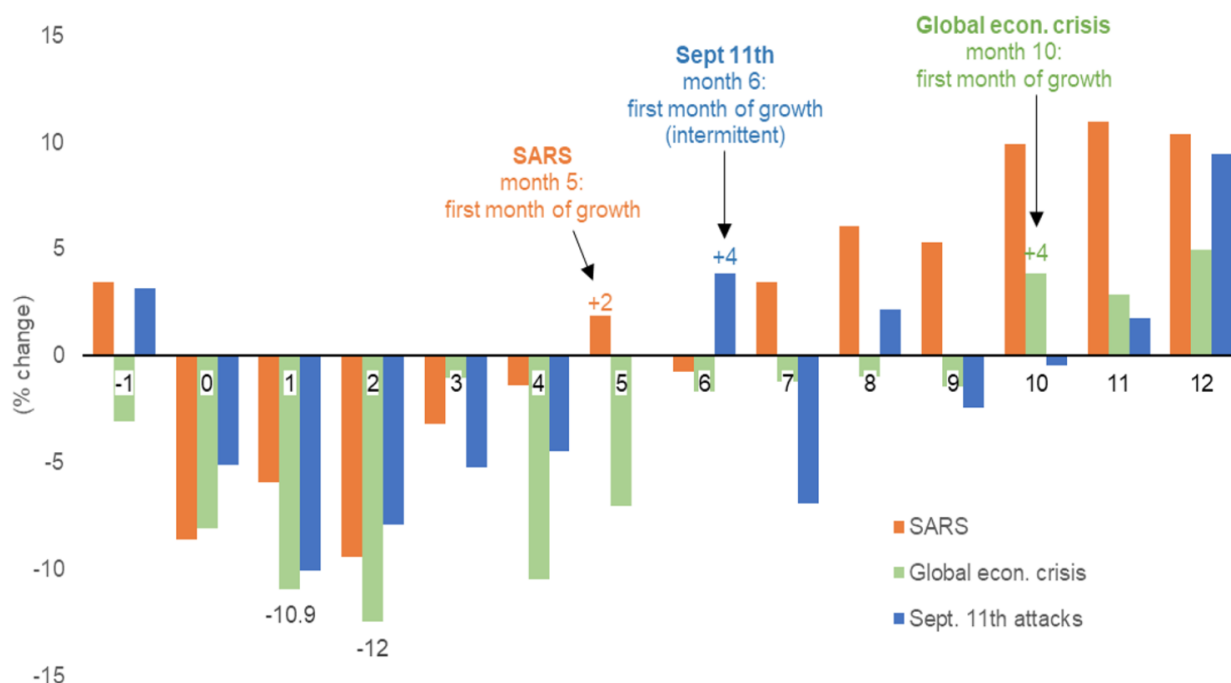
Konovalova og Vidishceva (2013) hevder at forståelsen av teorien som omhandler etterspørsel og dens elasticitet er svært viktig for beslutningstakere og bedrifter. De forklarer at det er gjennomført en rekke empiriske studier med formål om å utforske priselastisitet i forhold til tilbud og etterspørsel for internasjonal turisme, der det er stor spredning i resultatene. Ettersom reiselivsnæringen består av svært mange ulike elementer, er det vanskelig å tilegne seg tilstrekkelige mål av priser for å estimere priselastisitet. Dette er med utgangspunkt i at det alltid er minst to priser å ta med i betraktningen. Den ene prisen er reisen til destinasjonen, mens den andre er prisen for å leve som turist på den respektive destinasjonen. Etterspørselen varierer betraktelig ettersom den avhenger av turistens hjemland, valgt destinasjon og formål med reisen. Forretningsreisende virker å være mindre sensitiv for prisendringer. Dette kan forklares med at de har mindre eller ingen alternativer, sett i likhet med for eksempel turister på ferie- og fritidsmarkedet.

Forretningsreisende har som regel mindre fleksibilitet for å utsette eller kansellere reisene sine, da det er arbeidsrelatert. Ferie- og fritidsreisende er mer prissensitive, da markedet er mer konkurransedyktig og består av flere tilbud og produkter. I enkelte tilfeller inkludert forretningsreisende, kan priselastisiteten av etterspørselen være positiv. Det betyr at jo dyrere reisen er eller hvor eksklusiv destinasjonen er, kan det tiltrekke flere turister (Konovalova & Vidishceva, 2013). Med dette som utgangspunkt kan vi påstå at prisene på turismerelaterte produkter sannsynligvis vil synke i nærmeste fremtid i likhet med etterspørselen, da destinasjonene er avhengige av at man skal begynne å reise igjen. Etter et terrorangrep vil det være naturlig å anta at frykt, negativitet og unnvikelse fra å reise til destinasjonen for angrepet vil spre seg, noe som kan resultere i at det kan ta lang tid for en destinasjon å

komme tilbake på et normalt prisnivå. Dette vil igjen føre til en lavere verdiskaping, som vil ha en negativ innflytelse og stopp i reisemålsutviklingen.

Innovasjon Norge sin spørreundersøkelse for sommerferien 2020 viser at flere er skeptiske til å feriere fordi de er redde for å bli smittet. Hele 55% svarer at råd fra helsemyndighetene er viktigst (Helgebostad, 2020), som fører til at flere derfor avventer med å bestille ferie i sommer. I likhet med værforhold vil også dette bidra stort til at mange av feriene i sommer blir spontane. Det er også mange som er bekymret for å reise med kollektivtransport, slik som fly, buss og tog. Til slutt viser undersøkelsen at hele 60% vil unngå attraksjoner og severdigheter der det er folksomt (Helgebostad, 2020). Dette gjør at vi kan trekke linjer mellom kjøpsatferden som følge av et terrorangrep og Covid-19. Reaksjonen til turister kan dermed sammenlignes, når frykt og redsel er innblandet. Et terrorangrep og den nåværende korona-krisen, påvirker tydelig vår atferd og beslutninger som kjøper. Til tross for dette viser en modell fra UNWTO tidligere internasjonale kriser at det ikke nødvendigvis tar lang tid før de rammede destinasjonene oppnår vekst.

Impact of three previous crisis on world arrivals



Figur 1 - Impact of three previous crisis on world arrivals

Kilde: UNWTO

Måned 0 symboliserer angrepet 11. september 2001. Videre følger SARS-utbruddet i 2002-2003, og finanskrisen som rammet verden i 2008-2009. Av de tre hendelsene fremkommer det av modellen at SARS-krisen var raskest til å oppnå vekst i antall turistankomster, etter kun 5 måneder. Deretter fulgte angrepet 11. september med en positiv vekst etter 6 måneder, og til slutt finanskrisen, der det tok hele 10 måneder før tallene snudde (UNWTO, 2020). Dette gjør at teorien vi nettopp har fremlagt blir utfordret, og utfallet avhenger i stor grad av krisen og dens alvorlighetsgrad.

Et annet synspunkt på forbrukeratferd i forhold til turisme, er at de som kommer til respondere og reise først etter en krise, er det lojale kundene, altså de som har besøkt destinasjonen flere ganger tidligere (Walters & Clulow, 2010; Walters & Mair, 2012). McKercher og Pine (2005) hevder at bedrifter burde vurdere å sende ut “velkommen tilbake”-meldinger, for å takke kundene deres for å returnere, og dermed sikre kundeforholdet. De oppfordrer samtidig aktører og destinasjoner til å fokusere på å opprette og bevare lojale kundeforhold også i “gode tider”, slik at de kan appellere til disse i etterkant av en krise (McKercher and Pine 2005). Videre påpekes det at de bedriftene som har opplevd en krise, og overlevd, burde vurdere å hjelpe med utvikling av planer for fremtidige kriser. Dette er med utgangspunkt i at å dele disse kunnskapene og erfaringene med resten av industrien kan være av stor betydning ved en lignende krise (Ciocco & Michael, 2007).

2.6 Bærekraftig turisme

Bærekraft har dannet grunnlaget for en samfunnsutvikling som er blitt svært populær, selv om det ikke er fullstendig enighet rundt definisjonen av begrepet. Walaas og Jacobsen (2017, s. 105) påpeker at det finnes hele 70 definisjoner av bærekraftig utvikling. De velger å trekke frem den mest brukte definisjonen, utarbeidet av Brundtland-kommisjonen i 1987: “utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få dekket sine behov.” (FNs Verdenskommisjon for miljø og utvikling, 1987, s. 16).

Denne definisjonen har mottatt en del kritikk, hovedsakelig fordi den ikke forteller hvordan en slik utvikling kan oppnås (Walaas & Jacobsen, 2017, s. 105). Den samme forvirringen gjelder også rundt begrepet bærekraftig turisme, som ofte brukes synonymt med bærekraftig turismeutvikling, økoturisme, rural turisme, turisme med minimal påvirkning, alternativ turisme, myk turisme, ansvarlig turisme, grønn turisme og naturturisme (Walaas & Jacobsen,

2017, s. 105). Videre trekkes det frem hovedsakelig to måter en kan tolke bærekraftig turisme på. Enten kan selve reiselivsproduktet være bærekraftig, altså at en fokuserer på å utvikle bærekraftig turisme (Walaas & Jacobsen, 2017, s. 110). Den andre måten er å forstå turisme som en måte å oppnå bærekraftig utvikling på, nettopp at fokuset ligger på bærekraftig turismeutvikling. Walaas og Jacobsen påpeker at disse tolkningene er ulike, men at turismelitteraturen ofte blander de sammen. Elkingtons (2004) tredelte bunnlinje består av de tre grunnpilarene “people-planet-profit”, som tar for seg sosiale forhold, miljømessig ansvar og økonomisk levedyktighet. Dette rammeverket innebærer at virksomheter ikke bare kan rapportere sine økonomiske verdier som de tilfører, men at de også bør ha som mål å rapportere om miljømessige og sosiale verdier som de tilfører, eller ødelegger (Elkington, 2004, s. 3). Reiselivet er i stadig endring, og vi kan hevde at næringen står overfor et paradigmeskifte. Å utvikle ansvarlig turisme er nærmest en kunst, men å basere grunnlaget på bærekraft er en god start.

2.7 Scenario som strategisk verktøy

Som et tilskudd til vårt valgte forskningsdesign, har vi valgt å benytte oss av scenarier for mulige utfall for den fremtidige reiselivsnæringen i Sogn. “Scenarioer benyttes i planlegging innen næringsliv og offentlig sektor og kan være nyttige som tillegg til tradisjonell planlegging og trendfremskrivning. Spesielt har metoden sin plass i en verden med raske endringer og skiftende rammebetingelser” (Stavem, 2000, s.1). Videre påpeker Postma og Liebl (2005) at samfunnet er sterkt preget av uforutsette endringer, og at det ofte kan være vanskelig å kartlegge disse endringene på lang sikt. Derfor kan langsiktige prognoser i noen tilfeller slå feil. På bakgrunn av dette fremhever de at å illustrere ulike scenarier for det fremtidige samfunnet er et godt alternativ til langsiktige prognoser. Dette er med utgangspunkt i at scenariene legger til grunn avgjørende usikkerheter knyttet til samfunnsmessige endringer og trender, da disse påvirker de overordnede strategiske valgene som må tas (Postma & Liebl, 2005, s. 162). Scenarier og prognoser undersøker vi nærmere i litteraturstudiet. Vi utdyper også nærmere metode og derav valgt forskningsdesign i kapittelet som følger, men vi vil understreke at dette verktøyet blir brukt for å fremheve våre funn. Ettersom krisen fortsatt pågår, er det vanskelig å forutsi med sikkerhet hvordan reiselivsnæringen vil være fremover. Derfor, ved å benytte scenariene vi fremlegger i kapittel 6, kan dette danne et utgangspunkt for å kartlegge aktuelle tiltak og videre planlegging.

3.0 Metode

I dette kapittelet skal vi forklare hvilken metode vi har brukt, som danner grunnlaget for å svare på vår problemstilling. Det er essensielt å avgjøre tidlig hvilken metode som skal benyttes, slik at det tidkrevende og viktige arbeidet med å samle inn relevant data kan innledes. Videre vil vi presentere definisjoner av sentrale begrep innen området, og deretter forklare hvordan og hvor vi har funnet kildene våre. Dette er av stor betydning i forhold til oppgavens validitet og reliabilitet.

3.1 Hva er metode?

Metode er et viktig hjelpemiddel som benyttes ved innsamling av data og empiri, slik at ny kunnskap innen forskjellige forskningsområder kan belyses. Dermed brukes metoden som fremgangsmåten for hvordan vi skal tilegne eller etterprøve ny kunnskap. Dalland trekker frem sosiologen Vilhelm Auberts definisjon av metode; En metode er en fremgangsmåte, et middel til å løse problemer og komme frem til ny kunnskap. Et hvilket som helst middel som tjener formålet, hører med i arsenalet av metoder” (Dalland, 2017, s.51).

Videre kan metode deles inn i de to hovedretningene kvalitativ og kvantitativ metode. De kvalitative metodene tar utgangspunkt i gå i dybden av et tema, ofte gjennom observasjon og intervjuer. De kvantitative derimot benyttes når man ønsker å oppnå en større bredde innen et tema, og resulterer i motsetning til de kvalitative metodene i data som er målbare enheter og kan tallfestes. Til tross for dette er det viktig å fremheve at begge hovedtypene sikter på å fremlegge en bedre forståelse av samfunnet (Dalland, 2017, s.52).

3.2 Valg av metode

Vi har valgt å benytte oss av et litteraturstudie som metode, ettersom det er gunstig i forhold til vår problemstilling. Denne metoden tar sikte på å gå gjennom, vurdere og revurdere allerede eksisterende kunnskap, og dermed tilføre nye aspekter til områder som allerede har blitt forsket på (Johannessen, Tufte & Christoffersen, 2016). Ved starten av arbeidet planla vi

også å kombinere litteraturstudiet med innhenting av primærdata i form av kvalitative intervjuer med aktuelle reiselivsbedrifter innen vårt utvalgte geografiske område. På bakgrunn av omstendighetene valgte vi å kun bruke litteraturstudiet, ettersom vi fryktet at vi ikke kom til å innhente nok informasjon, grunnet bedriftenes kritiske situasjon. Dermed kombinerer vi et litteraturstudie med scenariometoden, der vi kommer til å kommentere fire ulike scenarier for fremtidens reisemønster presentert av Instituttet for Fremtidsforskning.

Ettersom det ikke finnes noen mal på hvordan et litteraturstudie skal gjennomføres, er det mange mulige måter vi kan utføre det på. Likevel fremhever Johannessen, Tuft og Christoffersen at det må inneholde problemstilling og formål, søk, gjennomgang, presentasjon av funn, samt en analyse og diskusjon av disse (Johannessen et al., 2016). Problemstillingen vår tar utgangspunkt i Koronakrisen vi nå befinner oss i, og hvordan denne påvirker reiselivet i Sogn. Ettersom vi skriver oppgaven samtidig som pandemien utspiller seg, er det vanskelig å hente vitenskapelige artikler og annen empiri som omhandler akkurat dette. Derfor har vi valgt å bruke litteratur som handler om Covid-19, krisehåndtering i forhold til reiselivet og terror. Videre har vi også benyttet artikler som tar for seg turismen i Japan som følge av SARS-viruset i 2003, før to artikler om foresight og prognoser følger. På bakgrunn av dette velger vi et litteraturstudie som utreder teori som er nødvendig for å kunne forstå problemstillingen, slik at vi kan gi et utfyllende svar på denne.

3.3 Reliabilitet og validitet

Ved å benytte seg av litteraturstudie som metode er det av stor betydning å fokusere på kildekritikk. Dermed er det naturlig å introdusere begrepene “reliabilitet og validitet”. Reliabilitet betyr pålitelighet og handler om hvor troverdig oppgaven vi presenterer er. Begrepet tar dermed utgangspunkt i hvorvidt oppgaven vår er utarbeidet i forhold til kvalitet og pålitelighet. For å kunne kartlegge dette, er det nødvendig at vi opplyser hvordan vi har samlet inn dataene våre og hvilke feilkilder som kan ha påvirket resultatet vårt (Dalland, 2017, s. 55). Validitet tar for seg gyldighet og relevans, noe som vil si at dataene vi samler inn må være gyldige i seg selv, samtidig som de må være relevante i forhold til problemstillingen (Dalland, 2017, s.60).

Våre data består av et variert utvalg av vitenskapelige artikler, med forskjellige tema. Dette er med utgangspunkt i at det per dags dato finnes svært få artikler som omhandler Covid-19-

pandemien som fortsatt utspiller seg. I tillegg har vi undersøkt artikler som omhandler tidligere epidemier, men disse er basert på kun de rammede landene. Forskjellen vi nå står overfor, er at Covid-19 har utartet seg til å bli en pandemi som har skapt fatale konsekvenser for hele verden. Vi har derfor møtt en utfordring, da krisen ikke kan sammenlignes med tidligere hendelser, siden 2.verdenskrig. Likevel, for å få en viss forståelse av konsekvensenes omfang har vi hentet litteratur skrevet i kjølvannet av terrorangrepene i Egypt, 9/11, SARS-viruset i 2003 og finanskrisen i 2008. Ettersom vår problemstilling baserer seg på fremtiden for reiselivet i Sogn, har vi også hentet artikler som omtaler emnet foresight og forecast, der vi har oversatt sistnevnte til prognose. Med dette som utgangspunkt anser vi litteraturen vi har valgt ut, som både gyldig og relevant for vår oppgave.

Vi vil i tillegg påpeke at det har oppstått språkmessige utfordringer ved valg av kilder. Som nevnt tidligere under kapittelet for krisehåndtering og turisme, opplyste vi at kun 4/64 studier som ble utført mellom 2000 og 2012 omhandler pandemier. Det var krevende å finne de ved bruk av ulike søkemotorer og databaser, i tillegg til at de var skrevet på fremmede språk, deriblant kinesisk. Dermed har vi også opplevd utfordringer knyttet til språk, som igjen har påvirket vårt valg av kilder. Vi vil med dette som utgangspunkt foreslå at tilgjengeligheten på aktuell forskning blir bedre, i tillegg til at de burde bli utarbeidet på engelsk.

Når det gjelder reliabiliteten av kildene vi har brukt, er det en rekke faktorer som har påvirket valgene våre. For det første resulterer det faktum at vi i skrivende stund befinner oss midt i pandemien, i en begrensning i forhold til tilgjengeligheten og forskningen på dette temaet. For det andre er det viktig å presisere at ettersom Norge, og derav biblioteker, stengte ned fra 12.mars, ble det utfordrende for å oss under litteratursøket å anskaffe nødvendige bøker og tidsskrift, da alt måtte forekomme digitalt. Dette har resultert i at muligheten til å bruke alle kildene vi ønsket, har blitt redusert. Dermed er det rom for at det er feilkilder som kan ha påvirket resultatet vårt. Likevel har vi funnet de vitenskapelige artiklene vi har brukt som troverdige, ut i fra det utvalget som var tilgjengelig. Samtidig må vi presisere at vi har brukt enkelte nyhetsartikler, mangfoldige rapporter innen reiselivet og statistiske beregninger, som tilskudd til våre data. Likevel kan det antas at de vitenskapelige artiklene vi har brukt er feilaktige, ettersom de har blitt utgitt underveis i pandemien og ikke all forskning er fullført. Det kan også stilles spørsmål til hvorvidt det har vært riktig å benytte seg av nyhetsartikler, da dette i utgangspunktet ikke ansees som fagfellevurderte tekster. Likevel har vi sett dette som en nødvendighet da vi var avhengig av statistikk, oppdateringer av krisen, samt

foreløpige påvirkninger. Til tross for dette har vi undersøkt kildene vi har brukt nøye, om de er pålitelige og troverdige, samt hvor informasjonen kommer fra.

Videre er det også nødvendig å nevne at statistikk ofte kan være usikker, og må tolkes med forsiktighet. Dette er særlig tilfellet i denne situasjonen som vi nå står ovenfor, ettersom det publiseres tall som både er foreløpige mindre kvalitetssikret enn normalt. I tillegg krever slike situasjoner at statistikk blir publisert hyppigere, da behovet og etterspørselen etter nye tall er større (Sæbø & Dimakos, 2020). Dette fører derfor til en tids- og informasjonsforsinkelse, før organisasjoner som UNWTO mottar de respektive dataene, som deretter blir prosessert og analysert av et ekspertpanel (Buck & Conrady, 2009). Derfor er dette tilfellet for statistikken som vi har hentet fra UNWTO, SSB og tall som Innovasjon Norge har brukt i sine rapporter. Disse tallene omhandler i tillegg hele Norge, og i noen tilfeller Vestlandet. Vi har derfor brukt Statistikknett Reiseliv for å finne tall tilknyttet Sognefjorden, samt kontaktet Visit Sognefjord der vi fant informasjonen som manglende. I tillegg er det nevneverdig at ikke all statistikken vi har hentet fra disse databasene inkluderer privat overnatting (deriblant Airbnb), cruisegjester og dagsbesøkende. Videre har vi også brukt tall på døgnforbruk fra hele Vestlandet. Disse tallene kan avvike noe positivt eller negativt, som også kan påvirke den totale omsetningen. Med dette som utgangspunkt har vi vurdert kildene våre som relevante, gyldige og pålitelige, med forbehold om feilkilder grunnet statistikk og tidspunktet for oppgaven.

4.0 Litteraturstudie

Litteraturstudie som metode tar utgangspunkt i å undersøke allerede eksisterende litteratur innenfor lignende teoretiske områder. Hensikten er dermed ikke å skaffe ny kunnskap, men heller belyse nye synspunkt, teorier og perspektiver (Leedy & Ormrod, 2015, s. 70). Gjennom litteratursøking har vi som nevnt funnet vitenskapelige artikler om Covid-19, krisehåndtering, tidligere epidemier, foresight og prognoser. Dette er for å sikre at det teoretiske aspektet blir belyst, slik at vi besitter kunnskap og dermed en god forståelse for å kunne svare på problemstillingen. Artikkelen har vi funnet gjennom litteratursøk, og er hentet fra databasene Oria og Google Scholar, og er dermed sekundærkilder.

4.1 Litteraturgjennomgang

Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of Covid-19

Artikkelen «Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19» tar for seg hvordan Covid-19 oppstod, hvordan det har utviklet seg til en global pandemi, samt hvilken innflytelse det har på reiselivet. Den starter med å forklare hvordan hele verden har blitt satt på pause og gått i «lockdown», da det er kommet strenge restriksjoner på det hverdagslige livet, samt at reiselivsvirksomhet på global basis har stoppet opp. Gössling, Scott og Hall (2020) hevder at det er av betydning å bemerke at den globale turistindustrien tidligere har vært utsatt for en rekke kriser, som feks en rekke terrorangrep med fokus på 9/11, SARS-epidemien i 2003, den globale økonomiske krisen i 2008-2009, og MERS-utbruddet i 2015. Til tross for at dette er hendelser som i hver sin grad har preget verden, har ingen av dem hatt like store og langsiktige konsekvenser som den pågående Korona-krisen. Artikkelen argumenterer også for at korona-pandemien er en analog til klimakrisen. Dette er med utgangspunkt i at begge krisene kan sees i sammenheng, da de medfører fatale ringvirkninger for hele verden, og vil sette sitt preg på det globale markedet i lang tid fremover. Dermed blir et globalt bærekraftig reiseliv svært viktig å fokusere på fremover, da reisemønsteret slik vi kjenner det trolig ikke vil bli det samme igjen.

The main reasons for the increasing pandemic threat in the 21st century are: a rapidly growing and mobile world population; urbanization trends and the concentration of people; industrialized food production in global value chains; increased consumption of higher-order foods including meat; and, the development of global transport network acting as vectors in the spread of pathogens. (Pongsiri et al., 2009; Labonte et al., 2011, sitert i Gössling et al., 2020).

I starten av april fremla “UN department of economic and social affairs” et scenario som tar utgangspunkt i at videre globale restriksjoner på økonomiske aktiviteter i land som er medlem av organisasjonen for økonomisk samarbeid og utvikling, fortsetter frem til midten av andre kvartal. Dette resulterer i at den globale økonomien er anslått til å synke med ca. 0,9% i 2020, ned fra forventet prognose av 2,5% vekst. Som et resultat av at Covid-19 har spredt seg globalt, ble reiserestriksjoner iverksatt fra Wuhan-regionen, til de fleste land innen slutten av mars. Dette innebærer for eksempel delvis stenging av landegrenser og restriksjoner på hvem som får reise på tvers av grensene. Det henvises også til statistikk som tilsier at over 90% av verdens befolkning befinner seg i land med ulike grader av restriksjoner. Det fokuseres på reising innad i landet, begrenset flyfart og oppfordringer om at innbyggerne må holde seg hjemme. Artikkelen forklarer også at den norske reiselivsnæringen blir mye hardere rammet i forhold. NHO Reiseliv opplyser i en rapport at innen 26. mars hadde 90% av medlemsbedriftene gjennomført permitteringer. Artikkelen vektlegger de negative effektene Covid-19 allerede har medført, og som er estimert til å påvirke reiselivet videre. Til tross for dette nevner den noen viktige punkter som er verdt å bemerke seg, i positiv forstand:

For example, as a result of the significant decline in demand, airlines have begun to phase out old and inefficient aircraft. Video-conferences, a missed opportunity to reduce transport demand for years, has become widely adopted by home office workers, including students forced into distance learning, and business travelers will welcome opportunities to fly less. (Simple Flying, 2020; Banister & Stead, 2004; sitert i Gössling et al., 2020).

Dette er med utgangspunkt i at det globale reiselivet sannsynligvis i lang tid fremover vil være preget av korona-krisen og dens følger, samtidig som det kan være nyttig i forhold til miljømessige hensyn. Hovedårsaken til dette er at CO2-utslippene ved ulike transportmidler

har minsket betraktelig. Forfatterne konkluderer med viktigheten av at reiselivet ikke bør bli slik det var før krisen, og heller bruke muligheten til å forandre det globale reiselivssystemet. I tillegg påpeker de at man burde ta lærdom fra denne krisen, og fokusere på å gjenoppbygge reiselivet med fokus på bærekraft i fremtiden (Gössling et al., 2020).

Tourism in crisis: managing the effects of terrorism

I artikkelen “Tourism in crisis: managing the effects of terrorism” skriver Sönmez, Apostolopoulos og Tarlow (1999) om hvordan turistdestinasjoner, særlig de som er preget av politisk vold og uro, burde implementere planer for krisehåndtering i de overordnede strategiene som omhandler turistnæringen. Dette kan fungere som et hjelpemiddel dersom en slik situasjon skal oppstå, og kan uttrykke hvordan en destinasjon kan gjenoppbygge sitt svekkede image i forhold til sikkerhet og attraktivitet. I tillegg kan det også veilede den lokale turistindustrien til hvordan de kan gjenoppnå sin økonomiske verdiskaping. Forfatterne trekker frem at terrorhandlinger rettet mot turister resulterer i en krise, og dermed negativ publisitet. En konsekvens dette medfører er at turister unngår å reise til denne destinasjonen, noe som igjen har en negativ påvirkning på destinasjonens økonomi. Egypt hadde i 1992 en reduksjon på 43% tourism receipts, noe som illustrerer hvordan landets økonomi ble påvirket av denne spesifikke krisen (Sönmez et al., 1999). Tourism receipts er utgifter ved internasjonale turistankomster som inkluderer betalinger til nasjonale aktører for internasjonal transport. Dette innebærer også alle forhåndsbetalinger, samt betaling fra dagsbesøkende (Index Mundi, 2020). Til tross for at denne artikkelen dreier seg om terrorhandlinger og hvordan det påvirker et land, kan vi trekke paralleller til pandemien vi skriver om. Dette er med utgangspunkt i at alle turistdestinasjoner nå opplever en krise, ettersom reisemønsteret har stoppet opp.

Tourism Crisis Management - US response to September 11

Artikkelen “Tourism Crisis Management - US response to September 11” handler i store trekk om hvordan USA håndterte terrorangrepet i New York på 9/11. Forfatterne Blake og Sinclair (2003) forklarer at USA fort innførte tiltak som skulle redusere inntektsfall, arbeidsledighet innen turistindustrien og hindre videre spredning til resten av økonomien. 11 dager etter angrepet, 22.09.01, ble ATSSSA, “Air Transportation Safety and System

Stabilization act” innført. Dette innebærer lån fra styresmaktene som gikk til flyselskaper, i tillegg til andre økonomiske og sikkerhetsmessig støtte. De fikk blant annet direkte kreditt, samtidig som kompensasjon i form av forsikring, reduksjon av ansvar for terrorangrepet, forsinkelse av skatt og generell kompensasjon for dødsfall og skader. Til slutt skulle dette lånet også dekke nye sikkerhetsreguleringer. ATSSSA ble innført for å opprettholde flysektoren og dens infrastruktur, i tillegg til å støtte fysiske og økonomiske tap. For å få denne kreditten, måtte flyselskapene oppfylle visse kriterier. Disse tok utgangspunkt i at det måtte bevises at selskapenes økonomiske tap hang direkte sammen med angrepet og ringvirkningene det medførte. Samtidig måtte de forplikte seg til å opprettholde rutene som var i forkant av angrepet, slik at ikke et område ble isolert. “The Travel Industry Recovery Coalition” (TIRC), består av 25 turistorganisasjoner som fremla en seks punkts plan som foreslo hvordan den amerikanske turistindustrien kunne gjenoppbygges til slik den var før 9/11. Planen bestod i all hovedsak av en rekke politiske tiltak som skulle dekke skatter og avgifter for turistindustrien, tilby hjelp til bedriftslån hos bankene, samt at både privat og offentlig sektor skulle finansiere markedsføring og promotering for å fremme USA som reisemål. Planen som TIRC fremla dekket punkter ATSSSA ikke gjorde, ettersom ATSSSA kun fokuserte på flyindustrien, mens TIRC hadde som hovedmål å verne om hele turistindustrien og omliggende infrastruktur (Blake & Sinclair, 2003).

Japanese tourism and the SARS epidemic of 2003

Artikkelen «Japanese tourism and the SARS epidemic of 2003» er skrevet av Malcolm Cooper (2005) i kjølvannet av virusutbruddet, og tar for seg reaksjonene til turistene og reiselivsindustrien i Japan under krisen. Selv om viruset ikke smittet til Japan, ble landets økonomi og reiseliv hardt påvirket grunnet dets nærhet til de landene som ble hardest rammet. I tillegg var ettervirkningene av Irak-krigen og 11. september fortsatt merkbare. Likevel, etter angrepet i New York ble antallet utgående (outbound) turister fra Japan redusert med kun -9%. I 2003 sank tallet til -24.3% i løpet av tre måneder under SARS-krisen. I mai måned 2003 viste tallene for utgående turisme en nedgang på -55.6% sammenlignet med året før, og inngående (inbound) turisme en nedgang på -34.2%. Det ble og synlig at den inngående turismen innhentet seg raskere enn den utgående. Cooper antyder til at dette kan sees i sammenheng med at de innenlandske markedene fikk raskt pålitelig informasjon om mulighetene for å motta SARS-smitte eller å bli påvirket av Irak-krigen.

Dette tyder på at jo raskere informasjon blir tilgjengelig for markedet og befolkningen, jo raskere kan tiltak bli iverksatt. Videre blir det stadig bevist ved slike kriser at virksomheter innen turisme generelt er lite forberedt på slike krisesituasjoner, til og med i områder med høy risiko. Dette selv om Faulkner (2001) har argumentert for at alle destinasjoner en eller annen gang vil møte en krise, enten fremkalt av naturen eller mennesker. Noen virksomheter og områder har også bevisst lagt skjul på risikoen for en aktuell krise, med hensikt å unngå negativ fokus på destinasjonen. Utrolig nok kan kriser og katastrofer også medbringe et potensielt positivt utfall innen turisme, i blant annet form av innovasjoner og anerkjennelse av nye markeder. I tilfellet i 2003 førte SARS-krisen også til at reiselivsvirksomheter i Asia-Stillehavsregionen markedsførte området betydelig, samtidig som helserelevante sikkerhetstiltak ble oppdatert. Cooper trekker også frem at i turismesammenheng kan katastrofers virkninger på markedet ofte være langt større enn de faktiske virkningene for området, grunnet overdrivelse fra media. Medieoppslag har potensial til å ha en ødeleggende innvirkning på destinasjoner påvirket av en krise, fordi fritidsreiser er skjønnsmessig, og i tankene til forbrukeren kan «søken etter paradiset plutselig bli til en farlig reise som de fleste reisende helst vil unngå» (Cassedy, sitert i Cooper, 2005). Med utgangspunkt i denne innvirkningen av media og at negative oppslag blir husket lenge av en potensiell turist, tar det derfor lenger tid for reiselivsnæringen å innhente seg, enn for de fleste andre næringer. Japans reiselivsnæring måtte derfor håndtere konsekvensene skapt av frykt og rykter i media, og ikke SARS-viruset selv. Et nevneverdig tiltak som ble gjort er Visit Japan kampanjen som myndighetene utarbeidet for å hovedsakelig løfte turismen innenlands. Kampanjen skulle også bidra til å fjerne langvarige bekymringer blant lokale myndigheter som fremdeles var engstelige for å motta besøkende fra de SARS-berørte områdene (Japan Times, sitert i Cooper, 2005).

Foresight - en spore til sterkere involvering i strategiutvikling og planlegging

Artikkelen «Foresight – en spore til sterkere involvering i strategiutvikling og planlegging?» er skrevet av Jan Dietz (2008) i kjølvannet av finanskrisen. På enkelte områder kan denne krisen sammenlignes med pandemien vi når opplever, da de langsiktige virkningene enda er ukjente. Dietz skriver at vi ikke kan forholde oss til globaliseringen på en gjennomtenkt måte, uten fremtidsberedskap og et langsiktig perspektiv. Avstandene i verden er på en måte blitt

mindre, men den gjensidige avhengigheten og sårbarheten vokser. Bruken av foresight er i sterkt vekst, og stadig flere virksomheter ser nytten av dette innen strategiutvikling og planlegging. Definisjonen av foresight lyder slik: «...en tilrettelagt, deltagerbasert prosess for systematisk å innhente fremtidsrelevant kunnskap og bygge visjoner på mellomlang til lang sikt, der målet er å forbedre dagens beslutninger og mobilisere til felles handlinger.» (FOREN, sitert i Dietz, 2008). Videre peker artikkelen på de tre hovedformene for foresight i Norge; organisasjonsforesight, samfunnsforesight og regional foresight. Sistnevnte har blitt en arena for innovasjonsrettet regionalt samarbeid, der denne formen for strategiutvikling kan testes. Det er svært gunstig at regioner samarbeider ved denne typen foresight, spesielt innen reiseliv. Regioner som for eksempel satser på natur- og opplevelsesbasert reiseliv kan ha likeartede problemer, og derfor mye å lære av hverandre. Artikkelen rundes av med et sitat fra den svenske foresight-eksperten Mats Lindgren, som uttaler seg slik om emnet: «konsten att lyckas i tokiga tider» (Lindgren, sitert i Dietz, 2008).

Events in Indonesia: exploring the limits to formal tourism trends forecasting methods in complex crisis situations

Mange forskere, blant annet Cooper, baserer definisjoner på den anerkjente professoren Bill Faulkner, som på mange måter var den ledende forfatteren innen litteraturen for kriser i reiselivet, sammen med Bruce Prideaux og Eric Laws. Vi har derfor valgt å også legge frem deres artikkel om “Events in Indonesia: exploring the limits to formal tourism trends forecasting methods in complex crisis situations” som siste del av vårt litteraturstudie. Denne artikkelen undersøker langtidvarslenende prognoser og sammenligner disse med prognoser for innkommende turisme før de politiske og økonomiske krisene som preget Indonesia fra 1997 og fremover. Et av hovedpoengene artikkelen fremlegger er at de daværende prognosene ikke tok hensyn til uventede kriser og katastrofer, og at alternative metoder deriblant scenarier, politisk uro og innlemmelse av teori angående krisehåndtering burde bli fokusert på i større grad. Faulkner, Prideaux og Laws (2003) nevner også at det er lite forskning som omhandler akkurat kriser og hvordan det påvirker turisme, hvordan dette påvirker turistindustrien, samt hvordan industrien og myndighetene håndterer krisen. Videre kommer det frem at fremstilling av prognoser har vist seg å være en effektiv måte å kartlegge en mulig fremtid under rolige og normale omstendigheter, som både myndigheter, diverse industri samt reiselivsnæringen benytter seg av. Å fremstille prognoser kan deles inn i fire ulike typer.

Utforskende prognoser fremskriver tidligere trender ved å benytte seg av regresjon og lignende teknikker, og er basert på antagelser om forhold mellom variabler. Normative prognoser implementerer diskusjon angående nødvendige metoder for å oppnå det ønskelige resultatet i fremtiden. Integrerende prognoser avhenger av bruk av forskjellige metoder for å avgjøre underliggende forhold mellom ulike prognoser, deretter integrere disse for å maksimere sammenfallet. Den siste er de spekulerende prognosene, og de tar utgangspunkt i blant annet scenarier som baseres på forskning. Videre forklarer forfatterne at scenarier som grunnlaget for å forutse påvirkningen av kriser og katastrofer er en anerkjent metode for å planlegge fremtidig håndtering av kriser. Dette innebærer klimakriser, økonomiske kriser og naturkatastrofer. De fremhever også at fremtidig forskning burde fokusere på å utvikle nye prognose paradigmer som inneholder politisk- og økonomisk usikkerhet i tillegg til dypere forståelse av den historiske innflytelsen. Både kvalitative og kvantitative forskningsmetoder burde benyttes for å belyse flest mulige aspekter som omhandler forskningsområdet. Forfatterne påpeker at en måte dette kan gjennomføres på er ved å kombinere kvantitative elementer som inneholder prognoser, samt kvalitative metoder for å produsere en rekke scenarier med mulige fremtidige utfall. Dermed kan en standard trendanalyse gjennomføres, som kan fungere som et utgangspunkt for videre undersøkning. Deretter følger en risikoanalyse, som kan kartlegge usikkerhet knyttet til ikke-økonomiske problemer, som likevel vil ha sette sitt preg på økonomien. Eksempler på dette er terrorisme, rase og religiøse relaterte konflikter, eiendomsconflikter, politiske endringer samt naturkatastrofer i form av blant annet jordskjelv og tsunamier. Resultatet vil bli ulike scenarier som er basert på en rekke mulige ugunstige eller ønskelige utfall i fremtiden, med en sannsynlighetsskala. Forfatterne konkluderer med at det finnes en rekke utfordringer og feilkilder tilknyttet fremstilling av prognoser, og at videre forskning med fokus på utvikling av nye metoder for prognoser er viktig for å kunne fremstille disse med større nøyaktighet (Faulkner et al., 2003).

5.0 Presentasjon av funn

Innledningsvis vil vi presentere de foreløpige og mest merkbare effektene av Covid-19, som også blir en form for situasjonsbeskrivelse. Deretter følger et innblikk i nordmenns ferievaner, basert på statistikk og undersøkelser fra SSB og Innovasjon Norge. Videre presenterer vi noen nøkkeltall fra SSB sine oppdaterte konjunkturtendenser for Norge. Vi trekker også frem en fersk spørreundersøkelse fra innovasjon Norge som antyder nordmenns ferievaner for sommeren 2020. Til sist følger en utredelse av Fjord Norges scenario 2030 angående bærekraftig reiseliv.

5.1 Situasjonsbeskrivelse og noen foreløpige effekter av Covid-19

Mange bedrifter i reiselivet har stengt dørene, og som nevnt tidligere har mange blitt permittert. I dette delkapittelet skal vi se på de foreløpige effektene og konsekvensene som følge av Koronaviruset. Vi tar for oss de forskjellige hovedsektorene innen reiselivet, og knytter dette til Sogn hvor vi finner det relevant. Det er også her viktig å presisere at disse effektene foregår i skrivende stund.

5.1.1 Luftfart

Koronapandemien har ført til en global krise, som også lammer hele verdens flynæring. 15.mars 2020 innførte regjeringen tiltak om å stenge grensen for utlendinger uten oppholdstillatelse i Norge (Regjeringen, 2020). I midten av mars var etterspørselen etter flyreiser nærmest ikke-eksisterende, og utenlandstrafikken har opplevd en nedgang på -98-99% de tre første ukene i april 2020, mot samme periode i 2019 (Rosenlund-Hauglid, 2020). Aldri før har luftfartsnæringen blitt så hardt rammet av en krise.

Ved inngangen til april tilbød ikke SAS noen planlagte internasjonale flyvninger, dette har aldri forekommet tidligere. Videre har selskapet permittert nærmest 11.000 ansatte i Skandinavia, og sagt opp 120 ansatte i Sverige (SAS, 2020). SAS varslet 28. april at de ser

seg nødt til å kutte inntil 5.000 ansatte, dette betyr en halvering av staben. Nærmere 1.300 av disse er ansatt i Norge. Selskapet sier også at det trolig vil ta flere år før de er tilbake til normal drift etter Koronapandemien (SAS, 2020). Norwegian lider også samme nød grunnet reiserestriksjoner og mindre reiseaktivitet. Selskapet har permittert omtrent 7.300 ansatte per 16. mars 2020. Til sammen er hele 85% av alle flyvningene også kansellert (Norwegian Air Shuttle, 2020). Den 20. april 2020 skriver Norwegian at deres fire datterselskaper for piloter og kabinpersonale i Sverige og Danmark har blitt begjært konkurs (Norwegian Air Shuttle, 2020).

5.1.2 Kultur, idrett og arrangement

Et annet nasjonalt tiltak som regjeringen innførte var forbud mot kulturarrangement på over 500 deltakere. Den 25. april ble det kunngjort at tiltaket varer til 1. september 2020 (Kulturrådet, 2020). Dette tiltaket ble forøvrig endret fra og med 7. mai da det ble tillatt med arrangementer på offentlige steder for inntil 50 personer, og inntil 20 personer i private sammenhenger. Likevel stilles det krav til dette nye tiltaket, som innebærer at arrangement med inntil 50 deltakere må de holde en avstand på minst 1 meter (Helsenorge, 27. mai 2020). Det må også være mulig gjennomføre god hygiene, i tillegg til at det må ansvarlig arrangør. Interesseorganisasjonen Norske Konsertarrangører påpeker at inntektene fra konsertvirksomhet i Norge 2018 fra mai til september utgjorde hele 2,8 milliarder kroner (Østerdal, sitert av Talseth, 2020). Norsk idrett omsetter i snitt for ca. 1,5 milliarder norske kroner i måneden (NIF, 2020). Turistundersøkelsen (Epinion & Innovasjon Norge, 2019) viser viktigheten av kultur, idrett og arrangement også for reisende i Norge:

...et representativt utvalg norske og utenlandske ferie- og forretningsreisende ble spurt om deltakelse på et sportsarrangement eller kulturelt arrangement var del av reisen i Norge. Hele 19% svarte ja, 9% av de spurte svarte at de hadde som formål å delta på et annen type arrangement. (Nestande, 2020).

5.1.3 Kommersiell overnatting og servering

Den 12. mars innførte norske myndigheter svært omfattende tiltak for å hindre spredningen av viruset. Like etter fulgte globale tiltak med reiserestriksjoner. For de kommersielle overnattingsvirksomhetene i Norge fikk dette store utslag, og tallene viser en reduksjon på

hele -55% i mars 2020, sammenlignet med mars året før. Dette utgjør omtrent 1,2 millioner færre overnattinger i mars 2020. For området rundt Sognefjorden viser statistikken en nedgang på -46,4% (Statistikknett Reiseliv, 2020). Nedgangen som følge av finanskrisen i 2008 og 2009 kan knapt sammenlignes med disse mørke tallene (Henriksen, 2020).

Rapporter fra NHO Reiseliv viser at hotellbelegget har stupt til omtrent null over hele landet (NHO Reiseliv, 2020). Hoteller måtte tidlig sende ut tusenvis av permitteringsvarsler. For de som fortsatt holder åpent, er den daglige driften sterkt preget av strenge tiltak og rengjøringsrutiner. For også hotellnæringen betyr forbud mot arrangement at alle konferanser, konfirmasjoner, selskaper mm. er blitt avlyst. Dette er viktige inntekter, som nå ikke eksisterer. Likevel, som nevnt i delkapittelet ovenfor, er dette tiltaket blitt endret. I Sogn er det særlig mange frittstående overnattingssteder og historiske hoteller (De Historiske Hotel & Spisesteder, 2020), som blir spesielt hardt rammet da de lever på en god vår- og sommersesong. Dersom disse hotellene går konkurs vil det føre til ringvirkninger som kjennes i hele lokalsamfunnet (NHO Reiseliv, 2020). Servering og uteliv rammes også hardt da flere bedrifter har måtte stengt grunnet nasjonale pålegg. Det vil mest sannsynlig ta lang tid før folk spiser og drikker ute igjen slik som før, da det har blitt anmodet om å ikke oppholde seg på steder med store folkemengder (NHO, Reiseliv). I Sogn står forbruket til de tilreisende for over 90% av reiselivsaktiviteten i bedriftene innen overnatting, servering, opplevelser og transport (Løge & Dombu, 2017). Lokalbefolkningen nyter også godt av disse tilbudene, men grunnlaget for videre drift kan forsvinne med fraværet av de tilreisende gjestene.

5.1.4 Cruisenæringen

Prognose fra Norway Cruises forventet at hele 4,7 millioner cruisepassasjerer skulle gå i land i norske havner i 2020 (Cruise Norway, 2020). Ved siden av Geirangerfjorden er Sognefjorden Norges mest besøkte fjord. Sogn er derfor et svært populært reisemål for cruiseturister fra hele verden (Løge & Dombu, 2017). De ulike destinasjonene er Flåm, Skjolden, Vik og Gudvangen, der Flåm er desidert størst med hele 158 anløp (Aurland Hamnevesen, 2019) og omtrent 250 000 passasjerer i 2019 (Visit Sognefjord, personlig kommunikasjon, 18. mai 2020). Det er imidlertid innført tiltak og forbud mot ilandstigning fra passasjerskip i internasjonal fart i store deler av Norge, også i Sogn. Tiltaket ble raskt innført etter cruiseskipet Diamond Princess med 3700 passasjerer ble satt i karantene og beordret til å holde seg om bord i skipet i to uker. Over 700 passasjerer ble påvist smittet av

Koronaviruset (Nærø, 2020). Skulle et slikt tilfelle også ramme Norge ville det svært nært sagt umulig for kommunene å ta imot flere tusen smittede cruisepassasjerer, spesielt ikke i distriktene. Dette er en næring som allerede sliter med omdømmet grunnet det økende fokuset på klima og bærekraft.

5.1.5 Hytteturisme

Regjeringen innførte hytteforbud den 19. mars med varighet til over påske, den 20. april. Forbudet innebar overnatting på fritidseiendom utenfor egen kommune. Likevel er det fremdeles anbefalt å ikke foreta fritidsreiser (Regjeringen, 2020). Forbudet ble innført fordi det lokale helsevesenet i de ulike kommunene ikke har kapasitet til å behandle syke tilreisende. Hemsedal er en av kommunene som har blitt svært hardt rammet som følge av situasjonen. Det økonomiske tapet for reiselivsnæringen er ved inngangen til april beregnet til å være rundt 500 millioner kroner. I tillegg har skibygdene med omtrent 2500 innbyggere landets høyeste arbeidsledighet på hele 30,6% (Nav, sitert i Mangelrød, 2020).

Menon Economics (2017) har også beregnet verdiskapningen av fritidsboliger i regionen. Disse årlige kostnadene oppstår ved å eie fritidsbolig, fordeling av utgifter til vanlig eierskap, og oppussing (TØI, sitert i Løge & Dombu, 2017). Samlet generer de 1707 fritidsboligene med eiere utenfra Sognefjorden totalt 33,3 millioner kroner i lokal omsetning. Videre har Menon Economics vist inntektene som følge av oppføring av nye fritidsboliger. Basert på statistikk fra SSB ble det bygget 46 hytter i 2016. Hver fritidsbolig er beregnet til å generere 787 500 kroner i omsetning i Sogn. Dermed innbringer disse fritidsboligene 36,2 millioner kroner i regionen totalt (Løge & Dombu, 2017).

5.1.6 Camping

Koronakrisen har også ført til at de fleste campingplasser har holdt stengt. For mange bedrifter er påsken en viktig start for årets omsetning. Slik ble det ikke i år. Campingplasser tilbyr óg ofte utleie av diverse aktivitetsutstyr, men dette vil også bli begrenset ved årets sesong. De vil i tillegg møte på en stor utfordring angående felles sanitæranlegg, da dette muligens må holdes stengt (NHO Reiseliv, 2020).

5.2 Nordmenns ferievaner

Reiselivsnæringen går en dyster sesong i møte, og det oppfordres sterkt til å feriere i eget land i sommer for å redde norske reiselivsbedrifter. Det er derfor blitt vekket en stor interesse hos den norske befolkningen, ettersom de nå har mulighet til å utnytte ferieaktivitetene som til vanlig er booket av utenlandske tilreisende. Likevel vil ikke en økning i antall ferierende nordmenn kunne kompensere for fraværet av de utenlandske gjestene, spesielt ikke i Sogn. Markedsundersøkelsesselskapet Epinion Norge utarbeider årlig reiselivsrapporten “Turistundersøkelsen” på oppdrag fra Innovasjon Norge. Dette selskapet har for øvrig begjært oppbud, delvis grunnet tapet av denne kontrakten som følge av Koronakrisen (Jordheim, 2020). Med utgangspunkt i rapporten de har utarbeidet for 2019 vil vi trekke frem nøkkeltall som forklarer hvorfor Koronasituasjonen vil ramme Sogn som destinasjon spesielt hardt. Denne rapporten definerer en *turist* som:

...en person som reiser i Norge utenfor sine vanlige omgivelser i mer enn én dag, men mindre enn et halvt år (eller 183 dager). Dersom sistnevnte ikke er tilfelle anses personen som bosatt i Norge og regnes derfor ikke som en turist. (Epinion og Innovasjon Norge, 2019, s. 24).

Videre defineres en *feriereisende* som: “en turist som har foretatt en reise hvor hovedformålet oppgis å være ferie- eller fritidsreise, eller en kombinert ferie- og forretningsreise med en overvekt av overnattinger som kan kobles til ferie.” (Epinion og Innovasjon Norge, 2019, s. 24). Dette er verdt å presisere for å gi leseren et grunnlag for de ulike begrepene, samt forstå utfordringene knyttet til å utføre slike statistiske rapporter, da denne næringen er svært omfattende.

Nøkkeltall i rapporten for året 2019 viste enda en rekordsesong for norsk reiseliv. Statistikk fra SSB, bearbeidet av Statistikknett Reiseliv (2020), viser at det var omtrent 770 000 kommersielle overnattinger ved området Sognefjorden, i 2019. Dette innebærer hotell, hytte, camping og vandrerhjem. Av disse overnattingene utgjør nordmenn en andel på nærmere 34%. For å sammenligne utgjør nordmenn hele 90% av alle reisende i Norge, forskjellen er derfor vesentlig stor. Dette innebærer at Sogn vil bli svært hardt rammet grunnet fravær av det utenlandske markedet som følge av Koronapandemien. Hele 87% av de nærmere 770 000 overnattingene forekommer i sesongen som er blitt hardest rammet, det vil si mars-

september. For den samme perioden kan vi også medregne 250 000 dagsbesøkende, 250 000 cruisegjester og 140 000 private gjestedøgn i 2019. Fordelingen mellom nordmenn og utenlandske i denne perioden endres til 25% og 75% (Visit Sognefjord, personlig kommunikasjon, 2020).

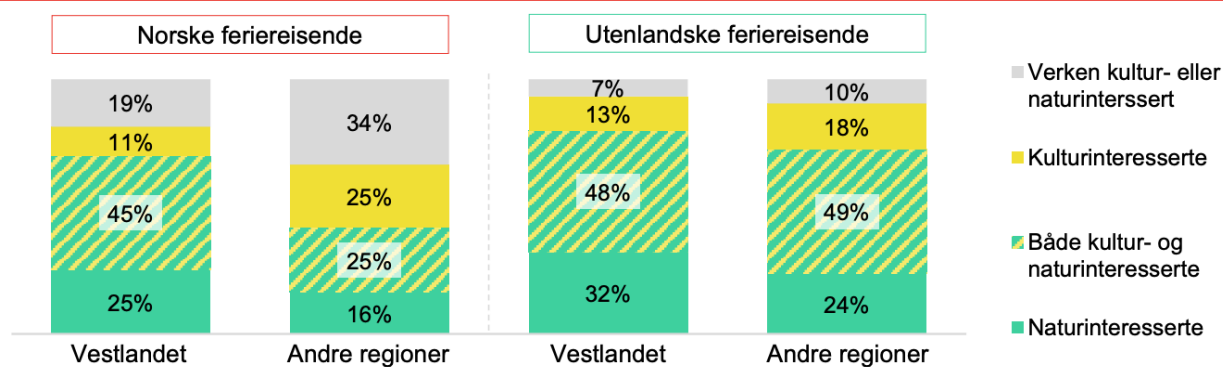
Det ble totalt registrert 110,5 millioner overnattinger i Norge, og et forbruk på 124,9 milliarder norske kroner (Epinion & Innovasjon Norge, 2020). Av disse stod nordmenn for 90% av overnattingene og 86% av forbruket. Tallene for både Sognefjorden og hele Norge er altså *inkludert* forretningsreisende. Flere enn seks av ti nordmenn overnatter privat, da disse er tilknyttet VFR-turisme (visiting friends and relatives), som også innebærer overnatting på hytta eller i et feriehus (Visit Norway Innsikt, 2019). Tall fra SSB viser at nordmenn tilbrakte kun 12% av *ferie*overnattingene i Norge på hotell (SSB, 2020). I kombinasjon med å overnatte på hotell, spiser også de utenlandske gjestene oftere på restauranter, i tillegg til å foreta rundreiser. Dette resulterte i at nordmenn hadde et lavere døgnforbruk (forbruk per overnatting), enn utenlandske feriereisende i 2019. Norske feriereisende på Vestlandet hadde et døgnforbruk på 990 kroner, mot 1240 kroner for utenlandske gjester det samme året (Epinion & Innovasjon Norge, 2020).

Hele 37% av alle feriereisende i Norge besøker mer enn én region. Dette gjelder for én av fem nordmenn, og over halvparten av de utenlandske turistene. Også feriereisende på Vestlandet oppgir at de besøker andre regioner i Norge. Hele 67% av nordmenn, og 79% av de utenlandske feriegjestene kan bekrefte dette (Epinion & Innovasjon Norge, 2019). I Sogn kan vi derfor påstå at det er mer normalt å foreta slike reiser. Utenlandske gjester er dermed i betydelig større grad på rundreise enn det nordmenn er. Dette er også grunnet antall overnattinger og dermed lengden på ferien. Gjennomsnittet for antall overnattinger for feriereisende i Norge i 2019 er 7,0. Nordmenn på ferie i eget land har et gjennomsnitt på 5,2 overnattinger, mens de utenlandske gjestene har hele 10,0 overnattinger i snitt (Epinion & Innovasjon Norge, 2019). Vi vil med dette fremheve viktigheten av å øke feriebudsjettet for norgesferien 2020, ved å legge igjen penger i form av kommersielle overnattinger, restaurantbesøk og aktiviteter. Dette kan bety svært mye for norsk reiseliv, som også fører med seg ringvirkninger i lokalsamfunn.

Reiseundersøkelsen fra 2019 utarbeidet av Statistisk sentralbyrå (SSB) viser at nordmenn foretok totalt 18,5 millioner feriereiser, derav 7,4 millioner utenlandsferier. Sist antallet

utenlandsferier var på tilsvarende nivå var i 2013 (Henriksen, 2020). Dette kan sees i sammenheng med det varierte sommerværet i 2019, og at nordmenn tar større hensyn til nettopp dette. De utenlandske gjestene bestiller gjerne norgesferien lenger i forveien, og kan derfor ikke ta hensyn til været i like stor grad. Siden nordmenn har muligheten til å basere reisen på værforholdet, medfører dette også stor spontanitet. Nordmenn har også en tendens til å ikke bestille guidet tur ved besøk av nye steder og attraksjoner, i tillegg til at slike attraksjoner ikke trekker like mange norske gjester som utenlandske. I stedet ønsker 10% av norske feriegjester å heller være i aktivitet, gjennom for eksempel fjellvandring, alpint eller topturer (Europeiske Reiseforsikring & Kantar TNS, sitert i NTB Kommunikasjon, 2018). I tillegg er sykkelferie også attraktivt. I Aurland er den kjente ruten Rallarvegen svært populær blant sykkelentusiaster. Til sist vil vi derfor nevne Norges sterke posisjon som naturdestinasjon både blant nordmenn og de utenlandske feriegjestene (Epinion & Innovasjon Norge, 2019). Som vist i figuren nedenfor ser vi at det også er stor interesse for kultur, ofte i kombinasjon med natur. Tallene viser også at interessen for disse er generelt større for feriereisende til Vestlandet, deriblant Sogn.

Kultur- og naturinteresse blant feriereisende på Vestlandet og i resten av Norge



Figur 2 - Kultur- og naturinteresse blant feriereisende på Vestlandet og i resten av Norge.

Kilde: Epinion og Innovasjon Norge, 2019.

Analysen viser med andre ord en stor trend innen natur- og kulturbasert turisme, og at slike goder er selve kjernen i det norske reiselivsproduktet. Natur- og kulturbasert reiseliv gir dermed et godt grunnlag for å skape bærekraftig turismeutvikling i Distrikts-Norge.

5.3 Ferievaner tilknyttet alder

Segmentering er en av de mest brukte strategiene innen markedsføring, som er en teknikk brukt for å identifisere de ulike kundegruppene, for å forutse hvilken gruppe som reagerer gunstig ved bestemte promoteringer (Harmon, Webster & Weyenberg, sitert i Benckendorff, Moscardo & Pendergast 2010, s. 27). Videre er en demografisk analyse ofte det første kriteriet innen segmentering. Markedsførere og forskere har argumentert at alder er det mest viktige demografiske kriterium (Roberts and Manolis, sitert i Benckendorff et al. 2010, s. 27). Alder påvirker også i stor grad andre karakteristikker som utdanning, yrke, inntekt, sivilstand mm.. Grupper av individer som er født i samme periode gjennomgår ofte de forskjellige livsfasene samtidig, og kan derfor oppleve øyeblikk som kan prege dem for resten av livet. Dette betyr også at deres verdier, preferanser og kjøpsatferd kan være like (Kotler & Keller, 2016, s. 124). Befolkningens alderssammensetning er også av relevans for markedsførere. Italia har en av verdens eldste befolkninger, og er derfor blitt svært hardt rammet av Koronaviruset. Folkehelseinstituttet har nemlig opplyst at risikoen for viruset øker med alderen, spesielt hos personer over 65 år (Folkehelseinstituttet, 2020). At befolkningen blir eldre er en global trend i samfunnet. "I 1950 var det bare 131 millioner mennesker som var 65 år eller eldre, mens antallet var tredoblet i 1995, til 371 millioner. I 2050 vil én av ti personer være 65 år eller eldre" (Kotler & Keller, 2016, s. 124).

Undersøkelser viser at "turister med et høyt forbruk på Vestlandet er generelt noe eldre enn de andre feriereisende på Vestlandet, med en gjennomsnittsalder på 48 år" (Innovasjon Norge, 2020). Nedenfor viser også statistikk hentet fra SSB at de norske feriereisende i Norge tilhører i noe større grad de eldre aldersgruppene. Tabellen viser naturligvis flest feriereisende i aldersgruppene 25-44 år og 45-64 år. Siden risikoen for viruset øker hos personer over 65 år, vil det være naturlig å anta at aldersgruppen 65-79 år ikke vil foreta særlig mange reiser før en vaksine er innført. I 2019 ferierte hele 3,95 millioner nordmenn innenlands.

		Personer				
		2019K1	2019K2	2019K3	2019K4	SUM 2019
16-24 år	Feriereiser innenlands	0,21	0,12	0,11	0,17	0,61
25-44 år	Feriereiser innenlands	0,49	0,25	0,29	0,41	1,44
45-64 år	Feriereiser innenlands	0,42	0,26	0,27	0,34	1,29
65-79 år	Feriereiser innenlands	0,16	0,15	0,16	0,14	0,61

Figur 3 - Tabell 04464: Personer på reise (mill. personer) etter alder.

Kilde: Statistisk Sentralbyrå, 2020.

I Sogn er det mange mindre overnattingsvirksomheter og historiske hoteller. Dette innebærer Kviknes Hotel, Fjærland Fjordstove Hotell, Walaker Hotell og Fretheim Hotel. Av erfaring kan vi tenke oss at disse ikke besitter den yngste kundegruppen, men trekker heller eldre mennesker som ønsker å oppleve historie, samt de vakre omgivelsene. Slike hotell er også kjent for å ligge i det øvrige prissjiktet. Det er derfor naturlig at yngre mennesker, som ikke har opparbeidet en inntekt over lang tid, velger et overnattingssted med mindre kostnader, slik som campingplasser. Dette ser vi også ved at gjennomsnittet for turister med et høyt forbruk er 48 år (Innovasjon Norge, 2020). Ungdomsreiser har endret og utviklet seg mye gjennom tidene. Fra dannelsesreiser for de rike på 1800-tallet, til å bli reiser for læring, til i dag hvor unge reiser for å oppleve, lære og se ny kultur (Horak & Weber, 2000). De mest populære sjangrene blant de unge som reiser er “backpacking” og “adventure tourism” (Cohen, 2003). Det norske uttrykket for backpacking er ryggsekkтуриisme, og defineres som en subkultur bestående hovedsakelig av eventyrlystne ungdommer med et begrenset budsjett. Den nærmeste definisjonen for adventure tourism vil på norsk bli opplevelsesturisme. Dette innebærer søken etter uoppdagede steder med vill natur, samt risikofylte aktiviteter (Novelli, 2011). Denne gruppen unge mennesker utgjør en andel av personene på reise mellom 16-24 år, og til dels noen i aldersgruppen 25-44 år. Videre er det en selvfølge at noen av personene på reise mellom 25-44 år er familier med barn. Det gjennomsnittlige reisefølget er 2 personer, både for norske og utenlandske feriegjester. For reisefølger som ferierer med barn, er det i snitt 2 barn under 18 år (Epinion & Innovasjon Norge, 2019).

5.4 Konjunkturtendenser for Norge

Nøkkeltall fra SSB viser de oppdaterte konjunkturtendensene for norsk økonomi, per 24. april 2020. Konklusjonen er at den nåværende lavkonjunkturen vil vedvare i flere år. I disse beregningene er det lagt til grunn at de mest omfattende smitteverntiltakene faller fra gradvis gjennom 2.kvartal. Dette kan være noe tidlig, som betyr av lavkonjunkturen vil bli både dypere og lengre (Brasch & Hammersland, 2020).

	2019	2020	2021	2022	2023
Konsum i husholdninger	1,7%	-9,8%	9,4%	4,4%	2,4%
Arbeidsledighetsrate (nivå)	3,7%	6,3%	5,5%	5,1%	5,0%
Årslønnsvekst	3,5%	2,0%	1,6%	3,5%	3,6%
BNP Fastlands-Norge	2,3%	-5,5%	4,7%	3,0%	2,7%

Figur 4 - Konjunkturtendenser for Norge

Kilde: Statistisk Sentralbyrå, 24. april 2020

Koronakrisen har medført et betydelig inntektstap for mange, som vil føre til en svak konsumutvikling, spesielt gjennom 2020. De heltidspermitterte registreres i denne statistikken som arbeidsledige. “Den nominelle lønnsveksten ventes å bli 2 prosent i 2020 og 1,6 prosent i 2021. Dette innebærer at reallønnen reduseres i 2021. I 2022 og 2023 ventes lønnsveksten å ta seg noe opp” (Brasch & Hammersland, 2020). Til slutt viser foreløpige anslag at BNP Fastlands-Norge falt med 6,4% fra februar til mars. Tapet for mars måned alene tyder på at BNP Fastlands-Norge falt med hele 14%. En fersk spørreundersøkelse fra Innovasjon Norge fra første halvdel av mai viser at 31% blant det norske folk mener husholdningens økonomiske situasjon er mest avgjørende for om de reiser på norgesferie dette året. Hele 20% forventer at deres økonomi vil bli negativt påvirket av krisen, og hele 50% vil spare penger på ferie denne sommeren, sammenlignet med tidligere. Kun 4% kan hevde at de ønsker å bruke mer penger på ferie, enn før koronakrisen (Helgebostad, 2020). Det vil derfor være store antydninger til at denne økonomiske nedgangen for mange også kan

bety kutt i ferie- og fritidsreiser, da dette tross alt er et psykologisk og sekundært behov for de fleste (Kamfjord, 2015, s.116). Vi er heldige i Norge uansett.

5.5 Ferievaner for sommeren 2020

Spørreundersøkelsen for nordmenns ferievaner i sommer viser også at 59% mener de helt sikker skal legge ferien til Norge, men kun 33% har allerede startet planleggingen. Videre mener 40% at det er mulig å ta ferien på sparket. Dette bekrefter at nordmenn er mer spontane, spesielt i henhold til forutsetningene for været og reiseråd utstedt av myndighetene. Hele 33% av de som tenker å besøke Fjord Norge i 2020 mener godt værvarsel er viktigst (Helgebostad, 2020). Nordmenn legger heller reisen til utlandet, når det er meldt dårlige værforhold hjemme (Henriksen, 2018). Norgesferien 2020 vil også bli preget av kortere ferier og mange dagsturer, i tillegg til at mange vil reise rundt i egen region (Helgebostad, 2020).

I årets spørreundersøkelse svarer hele 72% at de ønsker naturopplevelser som fotturer, sykling og andre gratisaktiviteter (Helgebostad, 2020). Grunnet den relativt korte sommersesongen vi vil få i 2020, kan dette føre til at veldig mange velger disse fotturene eller sykkelstiene på samme tid. Samtidig ønsker vi ofte de beste forholdene under opplevelsen, som betyr at vi helst reiser de dagene det er meldt fint vær. Dette kan bli et stort problem og gi stor slitasje når så mange mennesker samles samtidig, mener fellesorganisasjonen Norsk Friluftsliv (2020). I følge en ny Ipsos-undersøkelse (2020) tenker 10% av det norske folk å besøke Lofoten i sommer. Hele 170 000 nordmenn planlegger å ta turen til Besseggen, som tidligere har hatt omtrent 50 000 besøkende i året (Sørdal, 2020). I tillegg til slitasje og utvidelse av stier, uttrykkes det også stor bekymring rundt forsøpling og mangel på sanitære anlegg langs slike naturattraksjoner. Med utgangspunkt i dette er det derfor essensielt at bærekraft må ligge til grunn for fremtidig utvikling (Fredman & Haukeland, 2017).

5.6 Scenario 2030 for reiselivet på Vestlandet

Fjord Norge og Vestlandsrådet (2018) utarbeidet et scenarioprojekt for reiselivet på Vestlandet før Koronakrisen, med formål å sikre bærekraftig utvikling av Fjord Norge som reisemål frem mot 2030. Hovedinnholdet i prosjektet er å fordele turisttrafikken som forekommer i perioden mai til september fra områder under press til områder med kapasitet. I tillegg er det derfor viktig å utvikle helårsdestinasjoner for områdene med mange turister i

sommerperioden. På denne måten vil en også utnytte de ulike destinasjonene sitt potensiale til det fulle, samt de ulike næringene dette vil berøre. Ved områdene som er under press har det oppstått noen konflikter med den lokale befolkningen. Noen destinasjoner har også opplevd vanskeligheter med å håndtere det økende behovet for beredskapsarbeid, som har ført med seg livstruende situasjoner. Faulkner (2001) forklarer at dette dessverre er tilfellet for svært mange destinasjoner, selv om de fleste vil oppleve en eller annen form for krise i sin levetid. Reiselivsnæringen er derfor generelt lite forberedt på kriser som kan, og mest sannsynlig vil, oppstå. Globalisering har dannet selve grunnlaget for reiselivet slik vi kjenner det i dag, og skaper stadig nye vekstmuligheter. Dietz (2008) skriver som nevnt at vi ikke kan forholde oss til globaliseringen på en gjennomtenkt måte, uten fremtidsberedskap og et langsiktig perspektiv (Dietz, 2008). Med dette ønsker vi å fremheve viktigheten av foresight, beredskapsplanlegging og krisehåndtering i reiselivet, der scenarioanalyser kan være et nyttig strategisk verktøy.

Det har også vært utfordringer ved slike pressede områder knyttet til mangel på grunnleggende infrastruktur og fasiliteter innen toaletter, parkering og transport. Prognoser viser at Fjord Norge vil oppleve en stor vekst i årene fremover. Utfordringen knyttet til dette er dermed ikke selve veksten, men hvordan den vil bli håndtert, fordelt geografisk og spredt gjennom hele året. Veksten som Fjord Norge allerede har oppnådd har på den positive siden bidratt til økt verdiskapning, flere arbeidsplasser og større lønnsomhet. Videre er det også skapt et større positivt fokus på reiselivet som en viktig fremtidsnæring for Norge og Vestlandet. Med utgangspunkt i den tredelte bunnlinjen “people-planet-profit” er det ønskelig at prosjektet og næringen skal fortsette å vokse, samt løse de ovennevnte utfordringene ved å være bærekraftig (Fjord Norge, 2018). Likevel vil også dette prosjektet bli hemmet av koronakrisen. Dette vil vi kommentere videre i drøftingen.

Denne tankegangen blir stadig mer nødvendig, særlig for årets sesong og de kommende årene, ettersom det er forventet et stort press på blant annet norske naturattraksjoner. Nødvendigheten for å fordele trafikken på måneder og områder der kapasiteten er større, er omtrent uunngåelig. Sognefjorden har en velutviklet sommersesong, derfor er kapasiteten til å ta i mot gjester på vinterstid allerede tilstede. Dette krever dog at næringen og kulturattraksjoner blir utfordret til å gå fra sesongåpent til helårsåpent, samt utvikle nye produkter og opplevelser som er spennende hele året eller tilrettelagt for hver årstid. I tillegg må slike produkter og opplevelser tilpasses de ulike kundene og målgruppene som er villig til

å reise hit utenom sommersesongen (Fjord Norge, 2018). Et tiltak Fjord Norge legger frem er det kontinuerlige arbeidet med prispolitikk, der høysesongen blir priset høyere enn lavsesongen. På denne måten vil høysesongen kunne rette seg mot godt betalende individuelle reisende, som gjerne har en tendens til å bli lenger. Dette er et viktig steg i å sikre en mer bærekraftig utvikling av Sogn som helårsdestinasjon. Da det er denne kundegruppen som er ønsket, vil vil påstå at å senke prisene kan være feil strategi. Det vil ta lang tid å hente seg inn igjen, spesielt for reiselivsnæringen (Cassedy, sitert i Mair et al., 2014). Likevel viser som nevnt tidligere kriser at prisene på turismerelaterte produkter sannsynligvis vil synke i nærmeste fremtid i likhet med etterspørselen, da destinasjoner er avhengige av at man skal begynne å reise igjen (Konovalova & Vidishceva, 2013). Dette er i tillegg med utgangspunkt i at gjestene vil bli forandret etter en slik type krise. Mange vil slite på den økonomiske fronten, samt at de er preget av frykt for smitte (Innovasjon Norge, 2020), som nevnt tidligere. I litteraturgjennomgangen fremkommer det at korona-pandemien er en analog til klimakrisen. Dette er med utgangspunkt i de fatale ringvirkninger begge krisene medfører for hele verden, og at de vil sette sitt preg på det globale markedet i fremtiden. Dermed blir et bærekraftig reiseliv svært viktig å fokusere på fremover, da reisemønsteret slik vi kjenner det trolig ikke vil bli det samme igjen (Gössling et al., 2020).

6.0 Resultat

I kapittelet som følger vil vi presentere svaret på problemstillingen, etterfulgt av en drøfting av anvendt teori og empiri som vi har lagt frem i oppgaven. Til slutt følger konklusjonen vår som understreker hva vi har kommet frem til.

6.1 Svar på problemstilling

Svaret på problemstillingen vil hovedsakelig baseres på et litteraturstudie i kombinasjon med en utarbeidelse av scenarier. Å utarbeide scenarier fungerer som et strategisk verktøy, som vi vil sette opp mot relevant teori og litteratur som presentert i tidligere kapitler og belyse nye synspunkt og perspektiver. Problemstillingen for vår oppgave er som tidligere nevnt;

«Hvordan påvirker Covid-19 reiselivet i Sogn?»

I dette kapittelet vil vi legge frem UNWTOs tre scenarier for internasjonalt reiseliv basert på ulike datoer for åpning av de internasjonale grensene. Disse scenariene har vi brukt som utgangspunkt for å beregne nedgang i kommersielle overnattinger foretatt av utenlandske gjester i Sogn. Naturligvis vil nedgangen innen internasjonal turisme bli stadig større, jo lenger krisen vedvarer og grensene forblir stengt. Pandemien har allerede forårsaket en nedgang på -22% innen internasjonal turisme i løpet av første kvartal, 2020. Sammenlignet med 2019 kan årets totale nedgang havne mellom -60% og -80% (UNWTO, 2020). Dette betyr at 5-7 år med vekst innen internasjonal turisme kan gå tapt som følge av COVID-19. Vedlegg 1 viser grafer med de tre scenariene for 2020 utarbeidet av UNWTO. Det er viktig å presisere at scenarier er en form for spekulerende prognoser, og representerer alternativ månedlig utvikling. Hvordan utfallet faktisk vil bli er fremdeles underlagt stor usikkerhet. Tidligere har vi fremhevet nytten av foresight, og i dette tilfellet utarbeidelse av ulike scenarier for å skape et bilde av hva som kan skje. Dette er viktig å undersøke i forhold til videre planlegging, og ikke minst vurderinger knyttet til arbeidsstyrke i fremtiden. Disse scenariene kan bety et estimert tap på 850 millioner-1,14 milliarder internasjonale turistankomster i hele verden. Det økonomiske tapet dette medbringer vil tilsvare 910 milliarder-1,2 billioner i amerikanske dollar. Disse effektene vil igjen føre til at mellom 100-120 millioner arbeidsplasser innen direkte turisme er i fare (UNWTO, 2020). Videre mener

ekspertene at innenlands etterspørsel gjenhentes fortere enn internasjonal etterspørsel. Dette ble også vist i tilfellet med Japan etter SARS, som vi har lagt frem i litteraturgjennomgangen (Cooper, 2005). UNWTO mener flertallet vil se tegn til forbedring innen siste kvartal 2020, men for det meste vil dette foreligge først i 2021. Tabellen nedenfor viser tre mulige utfall for kommersielle overnattinger foretatt i av utenlandske i Sogn. Vi velger å bruke juli-september som periode for scenariene, da dette er svært viktige måneder for hele årets omsetning. I denne perioden forekom det totalt 450 182 overnattinger i Sogn, 2019. De utenlandske gjestene stod for 325 335 av disse, altså 72%. De ulike scenariene viser hvor mange overnattinger, og hva disse utgjør i omsetning. For å finne omsetningen har vi brukt døgnforbruket for utenlandske på Vestlandet fra 2019, som var 1240kr (Innovasjon Norge, 2020). Dette er dermed tall som trekkes fra antall overnattinger og følgelig omsetning i 2019. I scenario 1 betyr dette et fratrekk i 188 694 overnattinger, som utgjør 234 millioner kroner. Scenariet beregner derfor at det kan forekomme 136 641 utenlandske gjestedøgn, som tilsvarer 169 millioner kroner.

Utland		
Scenario 1 (-58%)	Scenario 2 (-70%)	Scenario 3 (-78%)
-188 694 overnattinger	-227 734 overnattinger	-253 761 overnattinger
-234 millioner NOK	-282 millioner NOK	-314 millioner NOK

Videre vil vi presentere tre ulike scenarier for norske turister i Sogn, med tall hentet fra Statistikknett Reiseliv, og vekstanslag fra Visit Sognefjord (Visit Sognefjord, personlig kommunikasjon, 18. mai 2020). Disse anslagene tar utgangspunkt i en økning på 50%, 75% og 100% av norske reisende for 2020. I de tre scenariene har vi fortsatt tatt utgangspunkt i antall nordmenn på reise i Sogn, med 2019 som basisår. De tre scenariene viser dermed hvordan den norske turismen vil bli for tilsvarende periode, altså juli-september. Her har vi også brukt døgnforbruket for reisende nordmenn på Vestlandet fra 2019, som var på 990kr (Innovasjon Norge, 2020). Det norske folket foretok 124 847 overnattinger i Sogn tilsvarende år (Statistikknett Reiseliv, 2020). Det er viktig å nevne at disse forbrukerne og vekstanslagene kan avvike noe positiv eller negativt.

Innland		
Scenario 1 (+100%)	Scenario 2 (+75%)	Scenario 3 (+50%)
+124 847 overnattinger	+93 635 overnattinger	+62 424 overnattinger
+123 millioner NOK	+93 millioner NOK	+41 millioner NOK

Disse scenariene for overnattinger og følgelig omsetning må derfor fungere som en økning for tallene fra 2019. Dette betyr i scenario 1 at vi kan få totalt 249 694 overnattinger i juli-september 2020, som utgjør 247 millioner NOK. Dette er desidert det beste scenariet for innenlandsmarkedet. Disse tallene viser riktignok ingen cruisegjester, da de ikke overnatter ved destinasjoner på land. Med utgangspunkt i at all cruisetrafikk i Sogn forekommer i sommerperioden (Løge og Dombu, 2017), kan vi derfor anta at denne delen av næringen i verste fall ikke vil se dagens lys i 2020. I forhold til tallene fra 2019 var det omtrent 250 000 cruise gjestene i Sogn. Scenariene er heller ikke forbeholdt dagsreisende, som Menon Economics har beregnet til å være omtrent 40 300 gjester i løpet av kun juli måned. I tillegg har de tatt utgangspunkt i at hver gjest legger igjen 200 kr, som utgjør en total på 8 millioner kroner i løpet av juli (Løge & Dombu, 2017).

Vi vil også nevne at det er mange spekulasjoner å ta hensyn til når det gjelder utarbeidelse av en vaksine. En eventuell innføring av vaksine vil selvsagt være med å snu markedet til det positive. Dette vil mest sannsynlig ta lang tid, og WHO (2020) har uttalt at prosessen kan ta opp mot 12-18 måneder.

6.2 Drøfting

I denne oppgaven har hensikten vært å undersøke hvordan Sogn blir påvirket som turistdestinasjon, på grunn av koronakrisen. Sogn ble valgt som fokusområde fordi reiselivet bidrar vesentlig til økonomisk verdiskaping i området, og det er som nevnt innledningsvis turismen i Distrikts-Norge som blir spesielt hardt rammet. I tillegg har vi relativt god kjennskap til området fra før. Oppgaven tar stilling til trender og endringer som vil forme reiselivet i lang tid fremover. Faktorer vi har tatt med i betraktning er basert på empirisk grunnlag fra tidligere kriser, kjøpsatferd, foreløpige effekter for internasjonalt og lokalt

reiseliv, nordmenns ferievaner, konjunkturtendenser for Norge og en spørreundersøkelse som viser nordmenns ferievaner for sommeren 2020.

Som nevnt og bevist er reiselivet en av de mest påvirkelige næringene i forhold til kriser og katastrofer. Det er en svært kompleks og altomfattende næring med mange forskjellige dimensjoner. Dette i form av at reiseliv generer og direkte og indirekte turisme. Som problemstillingen antyder, har vi i denne oppgaven prøvd å besvare hvorfor reiselivsnæringen nå befinner seg midt i en fatal krise. Årsaken til dette er koronapandemien med navn Covid-19. Det så lenge ut til at 2020 skulle bli et rekordår for norsk turisme i Sogn, der reiselivet er den femte største næringen i regionen. Slik ble det altså ikke, da Covid-19 har satt en stopper for dette. Til tross for at vi har undersøkt litteraturen innen krisehåndtering sier blant annet den anerkjente forskeren Bill Faulkner (2003) at det er relativt lite forskning som omhandler akkurat dette i forhold til turisme. Dette kommer også frem av Mair, Ritchie & Walters (2014), der en studie viser at kun 4/64 studier utført mellom 2000-2012 omhandler nettopp kriser av typen pandemier og dens påvirkning på turismen. Med dette som utgangspunkt fremkommer det at reiselivsnæringen trolig ikke har hatt forhåndsregler og derav beredskap til å takle en krise av denne alvorlighetsgraden vi nå står ovenfor. Dette viser blant annet artikler brukt i litteraturstudiet vårt. Verden har opplevd kriser tidligere, for eksempel terrorangrep og naturkatastrofer, men til tross for dette har vi ikke tatt lærdom av alvorlet i form av å implementere planer for krisehåndtering i overordnede strategier for turistnæringen. På den andre siden, de destinasjonene som har opplevd en alvorlig krise har riktignok gjort noen tiltak, for eksempel i form av beredskapsgrupper og planer for håndtering av fremtidige kriser. Dette gjelder for eksempel USA og Egypt som følge av terrorangrepene som fant sted ved disse destinasjonene. Disse tiltakene ser vi ofte i forbindelse med kriser som foregår over et svært kort tidsrom, og krever en detaljert plan for hvordan den skal løses der og da. En annen mulig årsak til at ikke alle destinasjoner, derav Norge, har latt seg påvirke av tidligere kriser i form av terrorangrep, naturkatastrofer og sykdomsepidemier, kan tenkes til å ha noe å gjøre med beliggenheten og tilstanden innad i landene. Det kan dermed tenkes at Norges geografiske lokalisering og politiske tilstand gjør at landet ikke er særlig utsatt for å oppleve en krise av et slikt omfang.

Likevel har vi sett at koronakrisen påvirker hele verden, til tross for at selve sykdommen ikke har rammet alle landene like hardt. Dette er med utgangspunkt i globalisering som har gjort avstandene mindre, men som har økt den gjensidige avhengigheten og derav sårbarheten. Det

kan derfor påstås at vi ikke kan forholde oss til globaliseringen på en gjennomtenkt måte, uten fremtidsberedskap og et langsiktig perspektiv. På bakgrunn av våre funn vil vi påpeke at å innføre planer og strategier for krisehåndtering for reiselivet er av stor betydning for fremtidig utvikling. I tillegg vil vi fremheve viktigheten av foresight, og derav scenarier, som et gunstig verktøy for å skaffe et bilde av fremtiden. Bruken av scenarier danner ikke prognoser, visjoner eller ferdige strategier. De ulike scenariene og faktorene som vi har lagt frem i vår bacheloroppgave danner derfor et gunstig utgangspunkt, hvor reiselivsnæringen i Norge og Sogn kan hente inspirasjon for videreutvikling av tiltak og strategier.

Reiselivet er i stadig endring, og står nå overfor et paradigmeskifte. Å utvikle ansvarlig turisme er nærmest en kunst, men å basere grunnlaget på bærekraft er en god start. I fremtiden kan vi påstå at det ikke vil være rom for virksomheter som er lite bærekraftige. Global utvikling spiller en sentral rolle i økonomisk vekst, i forbindelse med at det er gjensidige forhold mellom landene. Turismerelatert utvikling kan sees i sammenheng med modernisering og globalisering. Reiseliv som næring har et stort økonomisk vekstpotensial, som kan bli hemmet av Koronakrisen. Tidligere har vi fremhevet hvor stor andel reiselivet i Sogn bidrar til verdiskaping og sysselsetting, og hvordan disse blir rammet av krisen.

De turismerelaterte økonomiske fordelene som oppstår, gir gjerne ringvirkninger til andre deler av samfunnet. Det er dermed naturlig at dersom det forekommer en økonomisk nedgang, vil også dette gi ringvirkninger som kjennes i resten av samfunnet. Det er dermed grunn til å anta at pandemien vi nå opplever vil ha en negativ innflytelse og føre til et stopp i reisemålsutviklingen i Sogn. Dette innebærer også bærekraftig utvikling til en viss grad. De fleste virksomheter tenker og handler bærekraftig. Likevel, når reiselivet nå er såpass hardt rammet kan vi påstå at næringen nærmest står overfor et paradoks. Økonomien er skadeskutt, og krever rask handling for å få kunder. Dette kan medbringe kortsiktige valg og effekter som er lite bærekraftige. Et eksempel er kampanjen for norgesferie i 2020. Dette vil med stor sannsynlighet føre til en økning i turisttrafikken, som selvsagt bringer med seg mange positive virkninger. Likevel kan vi nå forutse at norske naturperler kan vente seg et såkalt "turistboom" i løpet av det som vil bli en relativt kort sommersesong. I teorikapitlet har vi bekreftet at 72% av nordmenn ønsker naturopplevelser i 2020. Dette kan som tidligere nevnt medføre stor slitasje, utvidelse av stier, forsøpling, samt problemer tilknyttet mangel på sanitære anlegg.

Samfunnet vil også stadig utvikle nye digitale plattformer, som kan endre reisemønsteret i fremtiden. I den pågående krisen er virksomheter og privatpersoner blitt tvunget til å bruke digitale løsninger over en lengre periode, grunnet smitteverntiltakene (Steen, sitert av Rosenlund-Hauglid, 2020). Derfor kan vi anta at terskelen for å reise i jobbsammenheng i fremtiden vil bli større, som blant annet vil føre til strukturelle endringer i trafikkmønsteret. Dette vil med stor sannsynlighet føre til negative virkninger for blant annet flyselskapene, men samtidig kan slike endringer også føre til positive virkninger for andre bedrifter. Hvis vi ser til SARS-krisen i Japan, forekom det positive effekter av denne i form av innovasjoner og at nye markeder ble anerkjent (Cooper, 2005). Det vil derfor være naturlig å anta at Covid-19 vil medbringe digitale innovasjoner, som kan påvirke reiselivet både positive og negativt. Uansett utfall vil næringen nærmest bli tvunget til å tenke nytt og stadig mer bærekraftig.

Et annet aspekt som er av betydning å ta ytterligere stilling til, er hvordan betegnelsen “pandemi” umiddelbart påvirket samfunnet og reiselivsnæringen. Som nevnt innledningsvis i oppgaven er kjennetegnene ved en pandemi at sykdommen har spredt seg over hele verden, i tillegg til at den er ute av kontroll. Dette er til forskjell fra for eksempel SARS-viruset som vi har fremhevet i litteraturstudiet vårt. Hvis vi sammenligner de to sykdomsutbruddene, kan vi påstå at SARS medførte en mindre påvirkning på den globale turistindustrien, ettersom den kun preget enkelte land. Grunnet at Covid-19 ble stemplet som en verdensomspennende pandemi, og reiserestriksjoner ble innført, økte dette umiddelbart alvorlighetsgraden. Vi kan derfor tenke oss til at pandemierklæringen medførte omgående konsekvenser for reiselivet, før alvoret ordentlig satt sitt målbare preg på næringen. Dette kan sees i sammenheng med kjøpsatferd, ettersom hele reisemønsteret raskt stoppet opp. Vi har tidligere forklart hvordan respektive hendelser og kriser har påvirket reiselivsnæringen ved enkelte destinasjoner, deriblant terrorangrep. Artiklene som omhandler dette, påpekte at turister avstår fra å besøke en destinasjon som har gjennomgått en terrorhandling. Årsaker til dette er frykt og negativitet forbundet med området, som blir spredd og gjerne i enkelte tilfeller forverret i media. Dette har vi vist i tilfellet med cruiseskipet “Diamond Princess” i kapitlet som omhandler cruisenæringen. Vi kan tenke oss at forbrukeratferden for cruisenæringen vil bli endret i lang tid fremover, særlig før en vaksine er innført. Dermed vil det være sannsynlig at forbrukeratferden reiselivet blir påvirket, og vil trolig bære preg av dette i tid fremover. Dette har vi også sett ved en modell i kapittel 2.5, som viser hvor lang tid det tok før internasjonale turistankomster tok seg opp igjen etter 9/11, SARS-epidemien og finanskrisen i 2008-2009.

Angående koronakrisen, kan vi gjerne tenke oss til et annet utfall. Vil det bli slik at man avstår fra å reise selv når smittefaren er borte eller en vaksine har blitt realisert? Hvis denne sykdommen kun hadde blitt utbredt i enkelte land, slik som SARS ville det vært naturlig at turister hadde avstått fra å reise til de rammede landene i starten, før utbruddet var under kontroll. Dette kan vi se i artikkelen som omhandler Japan og SARS i litteraturstudiet, og tar utgangspunkt i negativ mediedekning, samt redsel. På den andre siden, ettersom Covid-19 er en pandemi, kan det tenkes at hver enkelt destinasjon ikke vil bli preget i like stor grad av en langvarig endring i kjøpsatferd. Dette er med utgangspunkt i at sykdommen er verdensomspennende, noe som betyr at alle land er i samme situasjon i forhold til risikoen ved viruset. Det som skiller dem er hvordan håndteringen og arbeidet med å forhindre spredning av smitten blir utført. Som nevnt i kapittelet om Covid-19, er det knyttet stor usikkerhet til tidspunktet for en ferdigstilt vaksine. En virkning er at det er vanskelig å si med sikkerhet når atferden - både i det hverdagslige livet, men også i reiselivet - kan normaliseres. Vi kan derfor påstå at kjøpsatferden i forhold til reising til destinasjoner avhenger av hvordan det respektive landet håndterer situasjonen. Videre ser vi også at konjunkturtendensene kan prege reiselivet. Økonomien til mennesker flest har blitt svekket, og dette vil prege tiden fremover.

Som vi har nevnt tidligere, kan bruken av scenarier være et godt verktøy i framtidsplanlegging. Våre scenarier er relativt enkle, men viser fremdeles store forskjeller i forhold til før koronakrisen. Dette er viktige endringer å forutse, da det blant annet utgjør en vesentlig utfordring tilknyttet bemanning og satsing i fremtiden. Tallene tilsier at den norske turismen vil bli preget av kortere turer, og mye vandring i naturen. Det kan derfor tenkes at campingplasser og bobil-turismen vil oppleve et bra trykk i sommer. På denne måten kan nemlig en turist være mer fleksibel. Videre kan vi også tenke oss til at hoteller i storbyene vil slite. Forbrukeratferden er til dels endret, som blant annet har medført en bekymring for folkemengder, og derfor steder med mange mennesker. Reiselivet vil muligens aldri bli helt det samme. Tidene vil endre seg, da denne pandemien har satt dype spor. Er det mulig at vi ikke kommer til å se normale tendenser i reiselivet før om flere år? På bakgrunn av våre funn vil vi oppfordre til en "reiselivsdugnad", og ikke en kamp om turistene. Det vil si en dugnad med langsiktig bærekraft i fokus, der en forhindrer priskrig. Ønsker Fjord Norge gjester som blir værende lenger i fremtiden, kan vi ikke senke prisene nå. Tiden inne for at ny kreativitet fremtrer, som viser hvilken reiselivsnæring vi ønsker i fremtiden. Vi kan også trekke linjer til den pågående klimakrisen, ettersom koronakrisen kan sees som en analog til denne. Derfor

blir det essensielt at reiselivet som fremtidsnæring, baserer seg på bærekraftig utvikling. En slik næring bør ta hensyn til både miljøaspekter, sosial verdiskaping og økonomisk fortjeneste.

6.3 Konklusjon

I denne oppgaven har vi tatt for oss Covid-19 og hvordan denne sykdommen påvirker reiselivsnæringen, med fokus på Sogn. Etersom verden ikke har opplevd en lignende krise i dagens samfunn, har vi basert empirien vår på litteratur fra tilsvarende hendelser, slik som terrorangrep og SARS-epidemien i 2003. Deretter har vi benyttet oss av foresight for å gjøre et forsøk på å fremstille fremtidsrettede forutsigelser.

Hovedpunktene som fremkommer av litteraturstudiet tilsier at man bør implementere planer for krisehåndtering i overordnede strategier for reiselivsnæringen for Sogn. Dette vil fungere som et verktøy for å forbedre destinasjonens gjenhentingsevne, og få den fortere tilbake i optimal drift, dersom en ny krise skulle oppstå. Samtidig fremkommer det av våre funn at foresight og dermed et fremtidsrettet perspektiv er svært viktig. Reiselivsnæringen står som nevnt overfor et paradigmeskifte, der det videre fokuset handler om bærekraftig utvikling. For å svare på problemstillingen, har vi fremlagt tre scenarier for det utenlandske markedet, og tre scenarier for det norske markedet i Sogn for perioden juli-september 2020. Av disse fremkommer det at det er tilknyttet mye usikkerhet rundt fremtiden, men at disse kan være en god pekepinn på mulige utfall. Vi kan trekke frem scenario 1 for både utland og innland som de beste utfallene, basert på statistikk og forskning. For å konkludere, vil vi derfor påpeke bruken av foresight og scenarier fremover, for å innføre viktigheten av framtidspanlegging og bærekraftig utvikling.

7.0 Litteraturliste

- Amalie Frøystad Nærø. u.å. «Nytt cruiseskip rammet av coronavirus – E24». Hentet 18. mai 2020 fra <https://e24.no/naeringsliv/i/mR4QVL/nytt-cruiseskip-rammet-av-coronavirus>
- Askheim, Svein, og Geir Thorsnæs. 2019. «Sognefjorden». *Store norske leksikon*.
- Aurland Hamnevesen. u.å. «Skipsanløp 2019». *Aurland Hamn*. Hentet 8. mai 2020 <https://www.aurlandhavn.no/skipsanlp-2019>
- Baumgarten, Henrik. u.å. «Fremtidsforsker: Her er scenariene etter krisen - STANDBY.dk». Hentet 8. mai 2020 https://standby.dk/fremtidsforsker-her-er-scenariene-etter-krisen/?fbclid=IwAR3G_vUHsX0cpLOyhZAx5OU90FrGy0VZ_NLbrlk-cEBy11o1bCmXJZdIP24
- Benckendorff, Pierre, Gianna Moscardo, og Donna Pendergast. 2010. *Tourism and Generation Y*. CABI.
- beredskapsdepartementet, Justis-og. 2020. «Innfører strengere grensekontroll». *Regjeringen.no*. Hentet 8. mai 2020 fra <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/innforer-strengere-grensekontroll/id2693624/>
- Birgitte Nestande. 2020. «Idretts- og kulturarrangement er viktig for Norge». Hentet 10. mai fra 2020 <https://business.visitnorway.com/no/innsiktsbloggen/post/idretts-og-kulturarrangement-er-viktig-for-norge/>
- Blake, Adam, og M. Thea Sinclair. 2003. «TOURISM CRISIS MANAGEMENT: US Response to September 11». *Annals of Tourism Research* 30(4):813–832.
- Cohen, Erik. 2003. «Backpacking: Diversity and Change». *Journal of Tourism and Cultural Change* 1(2):95–110.
- Cooper, Malcolm. 2005. «Japanese Tourism and the SARS Epidemic of 2003». *Journal of Travel & Tourism Marketing* 19(2–3):117–31.
- Cruise Norway. u.å. «Prognose 2020». Hentet 8. mai 2020 <https://www.cruise-norway.no/viewfile.aspx?id=5695>

- Dalland, Olav. 2017. *Metode og oppgaveskriving*. 6. utg. Oslo: Gyldendal akademisk.
- De Historiske Hotel & Spisesteder. u.å. «Hoteller». Hentet 18. mai 2020
www.dehistoriske.no/hoteller/
- Dietz, Jan. 2008. «Foresight – en spore til sterkere involvering i strategiutvikling og planlegging?» *Plan* 40(05):24–28.
- Europa Nostra Norge. u.å. «To Norske Priser i År! | Europa Nostra Norge». Hentet 11. mai 2020 <http://www.europanostra.no/to-norske-priser-i-ar/>
- Faulkner, Bill. 2001. «Towards a Framework for Tourism Disaster Management». *Tourism Management* 22(2):135–147.
- FHI. u.å. «Hva er en pandemi - FHI». Hentet 8. mai 2020a
(<https://www.fhi.no/sv/influensa/influensapandemier/hva-er-en-pandemi/>).
- FHI. u.å. «Oppdatert informasjon om nytt coronavirus i Kina». *Folkehelseinstituttet*. Hentet 8. mai 2020b (<https://www.fhi.no/nyheter/2020/informasjon-om-nytt-coronavirus-i-kina/>).
- FHI. u.å. «Risikogrupper og deres pårørende». *Folkehelseinstituttet*. Hentet 8. mai 2020c
(<https://www.fhi.no/nettpub/coronavirus/fakta/risikogrupper/>).
- FHI. u.å. «Viruset, smittemåtar og sjukdom - FHI». Hentet 8. mai 2020d
(<https://www.fhi.no/nettpub/coronavirus/fakta-og-kunnskap-om-covid-19/fakta-om-koronavirus-coronavirus-2019-ncov/>).
- Fjord Norge. u.å. «Flåmsbana - Ta en tur på den spektakulære Flåmsbana!» Hentet 8. mai 2020a (<https://no.fjordnorway.com/topp-attraksjoner/flaamsbana>).
- Fjord Norge. u.å. «Scenario 2030». Hentet 8. mai 2020b
(<https://no.fjordnorway.com/dbimgs/Beskrivelse%20av%20Scenario%202030%20prosjektet.pdf>).
- Fjord Norge. u.å. «Sognefjorden – Norges lengste fjord». Hentet 8. mai 2020c
(<https://no.fjordnorway.com/topp-attraksjoner/sognefjorden>).
- FN-sambandet. u.å. «Bærekraftig utvikling». Hentet 25. mai 2020a
(<https://www.fn.no/tema/fattigdom/Baerekraftig-utvikling>).

- FN-sambandet. u.å. «Ekstremisme og terrorisme». Hentet 21. mai 2020b
(<https://www.fn.no/tema/Konflikt-og-fred/Ekstremisme-og-terrorisme>).
- Fredheim, Av: Geir Owe, og 22 Apr 2020. u.å. «Arrangementskompensasjonen treffer ikke inntekstmodellen norsk idrett er tuftet på». Hentet 8. mai 2020
(<https://www.idrettsforbundet.no/tema/koronavirus/artikler/arrangementskompensasjonen-treffer-ikke-inntekstmodellen-norsk-idrett-er-tuftet-pa/>).
- Fredman, Peter. u.å. «Forskning for morgendagens reiseliv». Hentet 8. mai 2020
(https://www-idunn-no.galanga.hvl.no/file/pdf/66969107/forskning_for_morgendagens_reiseliv.pdf).
- Guro Henriksen. u.å. «Flott norsk sommer ga vekst i feriereiser innenlands». *ssb.no*. Hentet 10. mai 2020a (<https://www.ssb.no/transport-og-reiseliv/artikler-og-publikasjoner/flott-norsk-sommer-ga-vekst-i-feriereiser-innenlands>).
- Guro Henriksen. u.å. «Koronautbrotet råka overnattingsbransjen hardt». *ssb.no*. Hentet 10. mai 2020b (<https://www.ssb.no/transport-og-reiseliv/artikler-og-publikasjoner/koronautbrotet-raka-overnattingsbransjen-hardt>).
- Hans Jordheim. u.å. «Epinion Norge er konkurs – 110 ansatte rammes». Hentet 10. mai 2020
(<https://e24.no/i/mR9j4l>).
- Hans Viggo Sæbø, og Xeni Kristine Dimakos. u.å. «Å forstå statistikk i krisetider». *ssb.no*. Hentet 24. mai 2020 (<https://www.ssb.no/befolkning/artikler-og-publikasjoner/a-forsta-statistikk-i-krisetider>).
- Horak, Sinisa, og Sanda Weber. 2000. «Youth Tourism in Europe: Problems and Prospects». *Tourism Recreation Research* 25(3):37–44.
- Illustrert vitenskap. u.å. «Hva defineres som pandemi? | illvit.no». Hentet 8. mai 2020
(<https://illvit.no/medisin/sykdommer/hva-defineres-som-pandemi>).
- Index Mundi. u.å. «International tourism, receipts (% of total exports) by Country». Hentet 25. mai 2020 (<https://www.indexmundi.com/facts/indicators/ST.INT.RCPT.XP.ZS>).

- Innoavsjon Norge. u.å. «Vi spurte nordmenn om hva de planlegger for sommerferien 2020». Hentet 24. mai 2020 (<https://business.visitnorway.com/no/nyheter/2020/vi-spurte-nordmenn-om-hva-de-planlegger-for-sommerferien-2020/>).
- Innoavsjon Norge, og Epinion. u.å. «Vestlandet». Hentet 11. mai 2020 (https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Regionsrapport_for_Vestlandet_TU2019_ny_6dcbc87c-22c3-4293-99c4-d5e907b71120.pdf).
- Innovasjon Norge. u.å. «Nordmenns ferievaner i sommer». Hentet 23. mai 2020 (https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Nordmenns_ferievaner_18_mai__863eba13-c529-45e0-883c-c31db381934a.pdf).
- Innovasjon Norge, og Epinion. u.å. «Turistundersøkelsen 2019». Hentet 10. mai 2020 (https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Turistunders_kelsen_2019_rapport_87c708cf-cdb5-4d65-87bb-675031466ad5.pdf).
- Ipsos. 2020. «Er det sannsynlig at du kommer til å besøke noen av disse reisemålene i sommer?» Hentet 23. mai 2020 (<https://norskfriluftsliv.no/wp-content/uploads/2020/05/Hit-skal-nordmenn-p%C3%A5-ferie-2020.pdf>).
- Jacobsen, Jens Kristian Steen, og Arvid Viken. 2014. *Turisme: fenomen og næring*. 4. utg. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Johannessen, Asbjørn, Line Christoffersen, og Per Arne Tufte. 2016. *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. 5. utg. Oslo: Abstrakt.
- John Elkington. 2004. «Enter the Triple Bottom Line».
- Jørgensen, Kristian B. u.å. «Scenario 2030». Hentet 8. mai 2020 (<https://www.innovasjon norge.no/globalassets/kontorer-i-norge/sogn-og-fjordane/presentasjoner/reiselivet-pa-vestlandet---kristian-jorgensen-fjord-norge.pdf>).
- Kamfjord, Georg. 2015. *Det helhetlige reiselivsproduktet: Bind 1 : Reisemålet*. Bd. Bind 1. Oslo: Fagspesialisten.
- Kleiven, Foto: Eivind Haugstad. 2020. «Frykter konsekvenser: En av ti nordmenn tenker å besøke Lofoten i sommer». *Norsk Friluftsliv*. Hentet 23. mai 2020

(<https://norskfriluftsliv.no/frykter-konsekvenser-en-av-ti-nordmenn-tenker-a-besoke-lofoten-i-sommer/>).

Konovalova, Alisa A., og Evgeniya V. Vidishcheva. 2013. «Elasticity of Demand in Tourism and Hospitality». *European Journal of Economic Studies* 4(2):84–89.

Kotler, Philip, og Kevin Lane Keller. 2016. *Markedsføringsledelse*. 4. utg. Oslo: Gyldendal akademisk.

Kulturrådet. u.å. «Krisetiltak i forbindelse med koronasituasjonen - Om Kulturrådet - kulturradet.no». Hentet 8. mai 2020 (<https://www.kulturradet.no/om-kulturradet/vis-artikkel/-/krisetiltak-i-forbindelse-med-koronasituasjonen>).

Laws, Eric, og Bruce Prideaux. 2006. «Crisis Management: A Suggested Typology». *Journal of Travel & Tourism Marketing* 19(2–3):1–8.

Lena L. Mossberg. 2007. *Å skape opplevelser: fra OK til WOW!* Bergen: Fagbokforl.

Løge, og Dombu. u.å. «Økonomiske effekter av reiselivet i Sognefjorden - PDF Gratis nedlasting». Hentet 12. mai 2020 (<https://docplayer.me/107185621-Okonomiske-effekter-av-reiselivet-i-sognefjorden.html>).

Mair, Judith, Brent W. Ritchie, og Gabby Walters. 2016. «Towards a Research Agenda for Post-Disaster and Post-Crisis Recovery Strategies for Tourist Destinations: A Narrative Review». *Current Issues in Tourism* 19(1):1–26.

NHO. u.å. «Norsk økonomi vil fortsette å falle i 2020». Hentet 25. mai 2020 (<https://www.nho.no/tema/okonomisk-politikk-og-analyse/artikler/norsk-okonomi-vil-fortsette-a-falle-i-2020/>).

NHO Reiseliv. u.å. «Norsk reiselivsnæring i koronatider: en situasjonsanalyse». Hentet 8. mai 2020a (<https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/cd5911f8c86946989bbc8dc2666cc315/norsk-reiseliv-i-koronatider-rapport-21.-april-2020.pdf>).

NHO Reiseliv. u.å. «Status fra et koronarammet reiseliv Status fra et koronarammet reiseliv». Hentet 28. mai 2020b (<https://www.nhoreiseliv.no/tall-og-fakta/reiselivets-status-korona/#part1>).

- Nils Mangelrød. u.å. «Her rammer arbeidsledigheten verst: Hemsedal beregner krisetapet til 500 millioner kroner». Hentet 18. mai 2020 (<https://www.vg.no/i/dO19yz>).
- Norwegian. u.å. «Norwegian kansellerer 85 prosent av flygningene og permitterer 7300 ansatte». *Mynewsdesk*. Hentet 8. mai 2020a (<https://media.no.norwegian.com/pressreleases/norwegian-kansellerer-85-prosent-av-flygningene-og-permitterer-7300-ansatte-2982272>).
- Norwegian. u.å. «Pilot- og kabinselskapene i Sverige og Danmark begjært konkurs». *Mynewsdesk*. Hentet 8. mai 2020b (<https://media.no.norwegian.com/pressreleases/pilot-og-kabinselskapene-i-sverige-og-danmark-begjaert-konkurs-2992414>).
- Novelli, Marina. 2011. *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*. London: Routledge.
- NTB Kommunikasjon. u.å. «Stor reiseundersøkelse: Slik reiser nordmenn i år | If». Hentet 8. mai 2020 (<https://kommunikasjon.ntb.no/pressemelding/stor-reiseundersokelse-slik-reiser-nordmenn-i-ar?publisherId=17846751&releaseId=17857011>).
- omsorgsdepartementet, Helse-og. 2020. «Spørsmål og svar om hytteforbudet». *Regjeringen.no*. Hentet 8. mai 2020 (<https://www.regjeringen.no/no/tema/helse-og-omsorg/folkehelse/innsikt/smittevern/hytteforbud/id2695830/>).
- Paul D. Leedy, og Jeanne Ellis Ormrod. 2015. *Practical Research: Planning and Design*. 11th ed. Boston: Pearson.
- Pearson, Christine M. 2007. *International Handbook of Organizational Crisis Management*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Pfarr, Christof, og Peter J. Hosie. 2008. «Crisis Management in Tourism: Preparing for Recovery». *Journal of Travel & Tourism Marketing* 23(2–4):249–264.
- Postma, Theo J. B. M., og Franz Liebl. 2005. «How to Improve Scenario Analysis as a Strategic Management Tool?» *Technological Forecasting and Social Change* 72(2):161–73.

- Prideaux, Bruce, Eric Laws, og Bill Faulkner. 2003. «Events in Indonesia: Exploring the Limits to Formal Tourism Trends Forecasting Methods in Complex Crisis Situations». *Tourism Management* 24(4):475–487.
- SAS. u.å. «SAS INITIATES PROCESSES TO REDUCE THE SIZE OF ITS FUTURE WORKFORCE DUE TO LOWER EXPECTED DEMAND FOR AIR TRAVEL - SAS». Hentet 8. mai 2020a (<https://www.sasgroup.net/newsroom/press-releases/2020/sas-initiates-processes-to-reduce-the-size-of-its-future-workforce-due-to-lower-expected-demand-for-air-travel/>).
- SAS. u.å. «SAS TRAFFIC FIGURES - March 2020 - SAS». Hentet 8. mai 2020b (<https://www.sasgroup.net/newsroom/press-releases/2020/sas-traffic-figures---march-2020/>).
- Signe Rosenlund-Hauglid. u.å. «Flytrafikken fortsetter å stupe: NHO spår katastrofe for reise- og turistnæringen». Hentet 10. mai 2020 (<https://www.vg.no/i/WbM7Ea>).
- Spinelli, A., og G. Pellino. u.å. «COVID-19 pandemic: perspectives on an unfolding crisis». *BJs (British Journal of Surgery)* n/a(n/a).
- SSB. u.å. «04464: Personer på reise (mill. personer), etter alder, reisetyp, statistikkvariabel og kvartal. Statistikkbanken». Hentet 10. mai 2020a (<https://www.ssb.no/statbank/table/04464/tableViewLayout2/>).
- SSB. u.å. «Statistikknett Reiseliv. Temaside som belyser kommersielle overnattinger for månedene hittil i år. Hoteller, camping, hyttegrender og Norske Vandrerhjem. Basert på statistikk fra SSB». Hentet 11. mai 2020b (https://www.statistikknett.no/reiseliv/analyse/Temasider/Mnd_region.aspx).
- SSB. u.å. «Statistikknett Reiseliv. Temaside som belyser kommersielle overnattinger på årsbasis. Hoteller, camping, hyttegrender og Norske Vandrerhjem. Basert på statistikk fra SSB». Hentet 11. mai 2020c (https://www.statistikknett.no/reiseliv/analyse/Temasider/Overnattinger_Aar_region.aspx).
- Statens legemiddelverk. u.å. «Klinisk utprøving og evaluering av medisinsk utstyr - Legemiddelverket». *Statens legemiddelverk*. Hentet 28. mai 2020

(<https://legemiddelverket.no/medisinsk-utstyr/klinisk-utproving-og-evaluering-av-medisinsk-utstyr>).

Statistisk Sentralbyrå. u.å. «Artikler og publikasjoner Konjunkturtendensene til Norge og utlandet - SSB». Hentet 25. mai 2020 (<https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/artikler-og-publikasjoner/konjunkturtendensene-til-norge-og-utlandet>).

Stavem, Knut. 2000. «Scenarieanalyse – en metode for langsiktig planlegging». *Tidsskrift for Den norske legeforening*.

Stefan Gössling, Daniel Scott, og C. Michael Hall. u.å. «Full article: Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19». Hentet 18. mai 2020 (<https://www.tandfonline-com.galanga.hvl.no/doi/full/10.1080/09669582.2020.1758708>).

Storvik, Anne Grete. u.å. «Har åtte vaksiner i utvikling: – Imponert over norske politikere - Nyheter, Legemidler - Dagens Medisin». Hentet 8. mai 2020 (<https://www.dagensmedisin.no/artikler/2020/03/20/har-na-atte-vaksiner-under-utvikling/>).

Sørdal, Kristin. 2020. «Rekordmange vil til Besseggen: - Bare å komme». *DinSide.no*. Hentet 24. mai 2020 (<http://www.dinside.no/a/72470905>).

Thomas Talseth. u.å. «Musikkfestivalene trygler om avklaring: – Desperat situasjon». *VG*. Hentet 18. mai 2020 (<https://www.vg.no/i/4qeE9q>).

Thomas von Brasch, og Roger Hammersland. u.å. «Bråstopp for norsk økonomi». *ssb.no*. Hentet 25. mai 2020 (<https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/artikler-og-publikasjoner/brastopp-for-norsk-okonomi>).

Tjernshaugen, Andreas, Halvard Hiis, Jan Fridthjof Bernt, og Geir Sverre Braut. 2020. «koronavirus-pandemien i 2020». *Store medisinske leksikon*.

Tom Granseth. u.å. «Norsk turisme». *ssb.no*. Hentet 10. mai 2020 (<https://www.ssb.no/transport-og-reiseliv/artikler-og-publikasjoner/norsk-turisme>).

United Nations. 1987. *Our common future*.

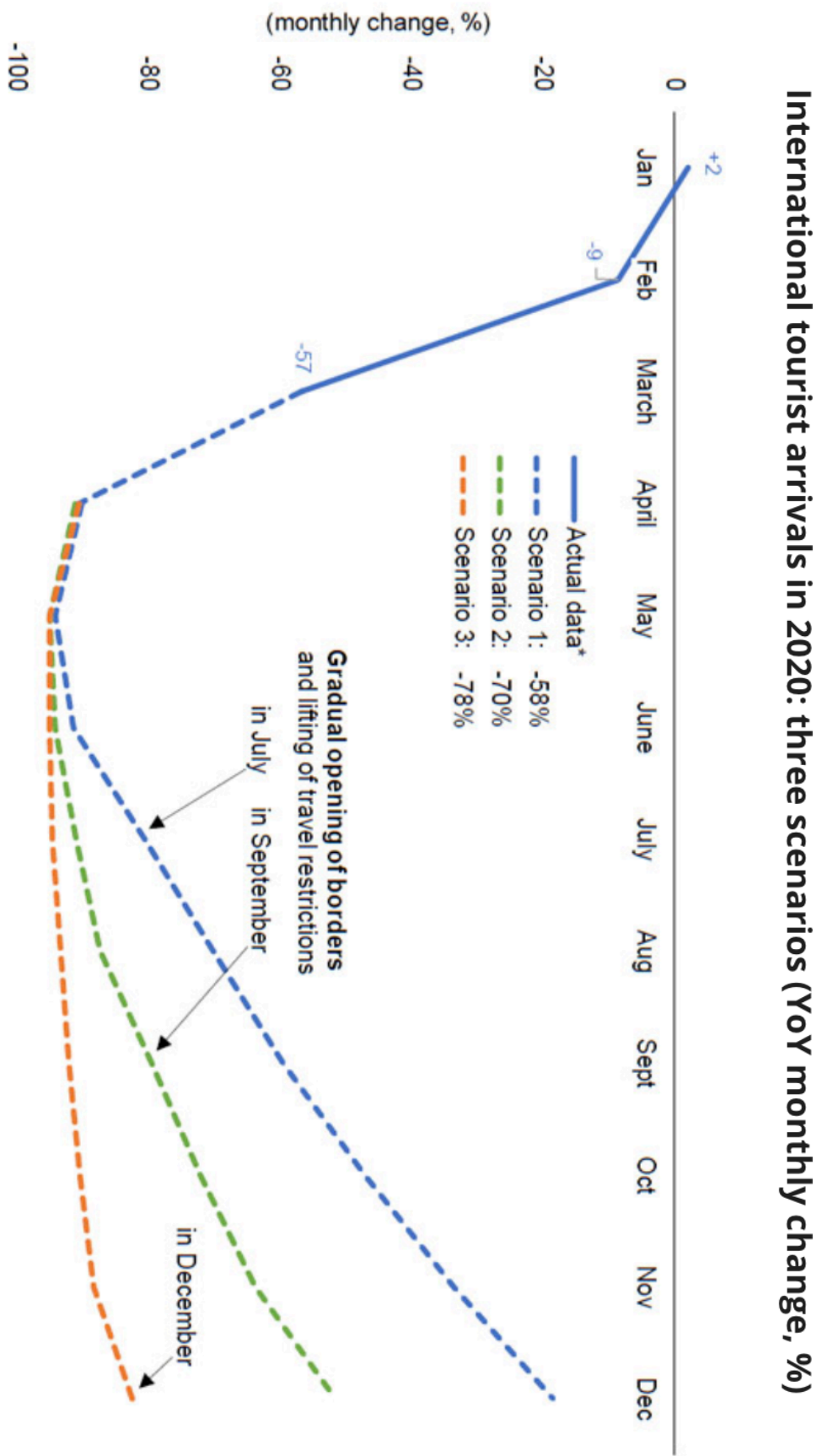
UNWTO. 2020. *International tourist numbers could fall 60-80% in 2020, UNWTO reports*.

- UNWTO. u.å. «Global and regional tourism performance | UNWTO». Hentet 25. mai 2020a (<https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>).
- UNWTO. u.å. «Healing Solutions for Tourism Challenge | UNWTO». Hentet 12. mai 2020b (<https://www.unwto.org/healing-solutions-tourism-challenge>).
- UNWTO. u.å. «Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism | UNWTO». Hentet 22. mai 2020c (<https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>).
- UNWTO. u.å. «International Tourism and covid-19 | UNWTO». Hentet 13. mai 2020d (https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19?fbclid=IwAR0xdJxPvH0YVGjkhtli15-yrarXl8JLTih4NrOgWbatnVt5dEu1TL_mqfA).
- UNWTO. u.å. «International Tourist Numbers Could Fall 60-80% in 2020, UNWTO Reports | UNWTO». Hentet 12. mai 2020e (<https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>).
- Walaas, Kjersti Ruud, og Jens Kristian Steen Jacobsen. 2017. *Turisme: globale utfordringer*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- WHO. u.å. «Coronavirus». Hentet 8. mai 2020a (<https://www.who.int/westernpacific/health-topics/coronavirus>).
- WHO. u.å. «Draft Landscape of COVID-19 Candidate Vaccines». Hentet 28. mai 2020b (<https://www.who.int/who-documents-detail/draft-landscape-of-covid-19-candidate-vaccines>).
- WHO. u.å. «WHO | Novel Coronavirus – China». *WHO*. Hentet 8. mai 2020c (<http://www.who.int/csr/don/12-january-2020-novel-coronavirus-china/en/>).
- WHO. u.å. «WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard». Hentet 8. mai 2020d (<https://covid19.who.int/>).
- WHO. u.å. «WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard». Hentet 8. mai 2020e (<https://covid19.who.int/>).

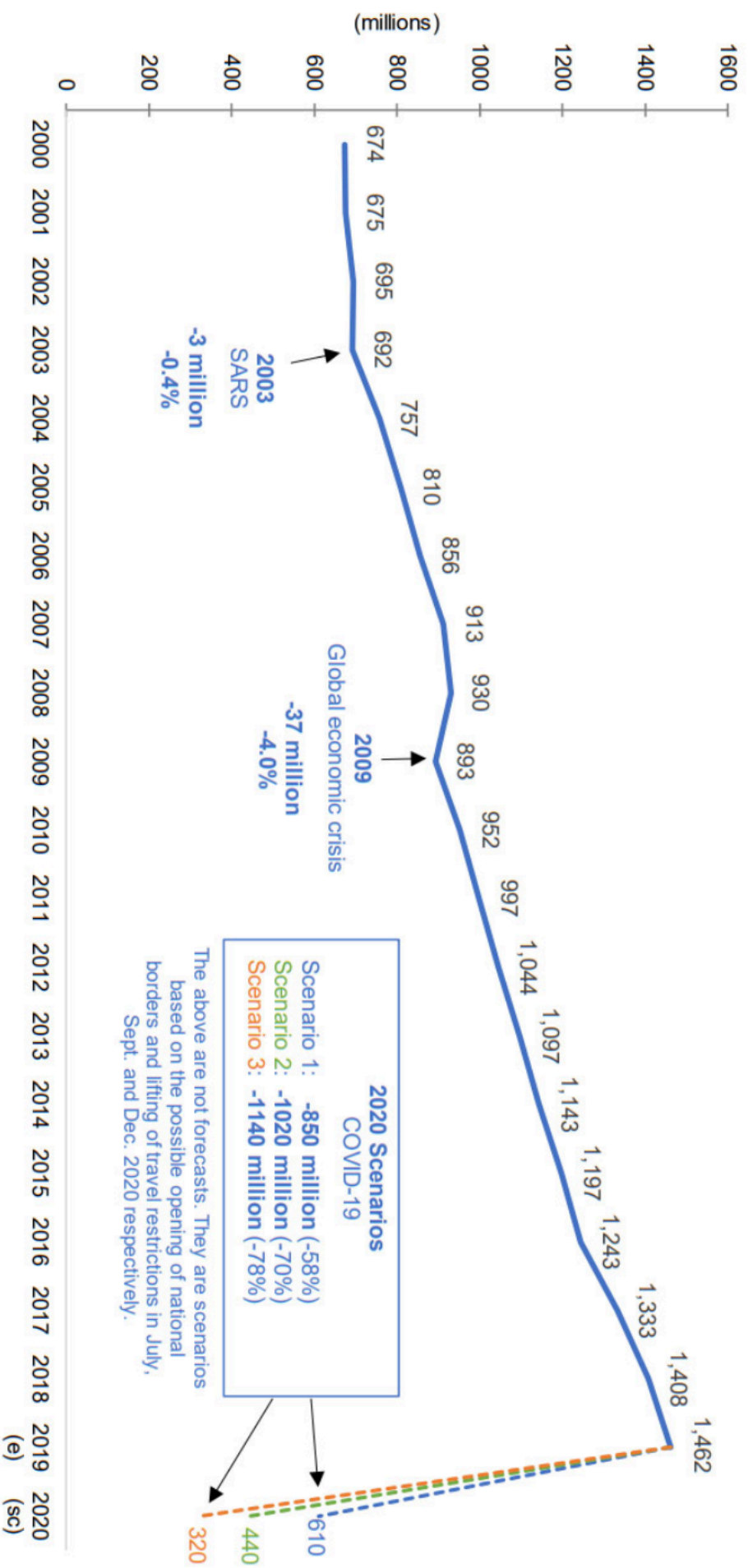
WHO. u.å. «WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard». Hentet 8. mai 2020f
(<https://covid19.who.int/>).

Vedlegg 1

Kilde: UNWTO.



International tourist arrivals, 2000-2019 and scenarios for 2020 (millions)



Kilde:
UNWTO



Høgskulen på Vestlandet

Bacheloroppgåve

BO6-2011 bacheloroppgåve

Predefinert informasjon

Startdato:	05-05-2020 15:00	Termin:	2020 VÅR
Sluttdato:	14-05-2020 14:00	Vurderingsform:	Norsk 6-trinns skala (A-F)
Eksamensform:	Bacheloroppgåve	Studiepoeng:	15
SIS-kode:	203 BO6-2011 1 BO 2020 VÅR		
Intern sensor:	Ståle Brandshaug		

Deltaker

Navn:	Madelene Iversen
Kandidatnr.:	360
HVL-id:	573873@hvl.no

Informasjon fra deltaker

Antall ord *:	18162	Inneholder besvarelsen	Nei
Egenerklæring *:	Ja	konfedensielt	
		materiale?:	

Jeg bekrefter at jeg har ja registrert oppgavetittelen på norsk og engelsk i StudentWeb og vet at denne vil stå på vitnemålet mitt *:

Gruppe

Gruppenavn:	Anna & Madelene
Gruppenummer:	34
Andre medlemmer i gruppen:	Anna Brugrand

Jeg godkjenner avtalen om publisering av bacheloroppgaven min *

Ja

Er bacheloroppgaven skrevet som del av et større forskningsprosjekt ved HVL? *

Nei

Er bacheloroppgaven skrevet ved bedrift/virksomhet i næringsliv eller offentlig sektor? *

Nei