



Høgskulen
på Vestlandet

BACHELOROPPGAVE

Hvordan påvirker Covid-19 reiselivet i Flåm og Geiranger?

How does Covid-19 affect the tourism industry in Flåm and Geiranger?

Marte Løken Merok & Emilie Moe Lorentzen

Kandidatnummer: 261 & 257

Reiselivsledelse

Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

Institutt for økonomi og administrasjon

14. mai 2021

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.

Forord	4
Sammendrag	5
1.0 Introduksjon	7
1.1 Bakgrunn for valg av tema	7
1.2 Problemstilling	7
1.3 Formål og avgrensning	7
1.4 Oppgavens oppbygging	8
1.5 Begrepsavklaring	8
2.0 Teori	10
2.1 Presentasjon av reisemål	10
2.2 En bransje i sterk vekst: Nøkkeltall fra norsk reiseliv, 2019	11
2.3 Reiselivets betydning for Flåm og Geiranger	12
2.4 Hva er Covid-19?	16
2.5 Hva er en pandemi?	16
2.6 Hvordan har det globale reiselivet klart seg i tidligere kriser?	17
2.7 Estimat for internasjonal turisme 2021	19
3.0 Metode	20
3.1 Hva er metode?	20
3.2 Valg av metode	20
3.3 Reliabilitet og validitet	21
4.0 Litteraturstudie	23
4.1 Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19	24
4.2 Proximal and distal post-COVID travel behavior	26
4.3 Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry	27
4.4 Reviving tourism industry post-COVID-19: A Resilience-based framework.	29
4.5 Managing relationships in the Tourism Supply Chain to overcome epidemic outbreaks: The case of COVID-19 and the hospitality industry in Spain	30
4.6 Monitoring the impacts of tourism-based social media, risk perception and fear on tourist's attitude and revisiting behaviour in the wake of covid-19 pandemic.	31
5.0 Presentasjon av funn	32
5.1 Norsk reiseliv 2020	32
5.2 Overnattingsbransjen 2020	33
5.3 Nordmenns ferievaner etter Corona	36
5.4 Nordmenns ferieplaner sommeren 2021	37
5.5 Effekten av Covid-19 på cruisenæringen – globalt og regionalt	39
5.6 Pandemiens påvirkning på den lokale sysselsettingen	41
6.0 Resultat	42
6.1 Svar på problemstilling	43
6.2 Drøfting	47
6.3 Konklusjon	50
7.0 Litteraturliste:	52

Figurindeks

<i>Figur 1 - Presentasjon av reisemål: Geiranger</i>	10
<i>Figur 2 - Presentasjon av reisemål: Flåm</i>	11
<i>Figur 3 - Sysselsetting i Sognefjord-regionen</i>	12
<i>Figur 4 - Verdiskaping i Sognefjord-regionen, fordelt på kommune</i>	12
<i>Figur 5 - Økonomisk utvikling av reiselivsnæringen, Sognefjord-regionen</i>	13
<i>Figur 6 - Verdiskaping i reiselivsnæringen 2004-2015</i>	14
<i>Figur 7 - Økonomisk utvikling av reiselivsnæringen, Geiranger/Trollstigen</i>	14
<i>Figur 8 - Verdiskaping i regionen, fordelt på næring</i>	15
<i>Figur 9 - Sysselsetting i regionen, fordelt på næring</i>	15
<i>Figur 10 - Tidligere kriser i reiselivet</i>	18
<i>Figur 11 - Scenario for internasjonal turisme 2021</i>	19
<i>Figur 12 - Scenarioer for internasjonal turisme, 2021-2024</i>	19
<i>Figur 13 - Internasjonale turistankomster 1950-2018, fordelt på verdensregioner</i>	27
<i>Figur 14 - Turistkonsum januar-november, 2019 & 2020</i>	33
<i>Figur 15 - Kommersielle overnattinger i Norge, mai-august, 2019 & 2020</i>	33
<i>Figur 16 - Kommersielle overnattinger Stranda/Sykkylven, 2020</i>	34
<i>Figur 17 - Kommersielle overnattinger Aurland, 2020</i>	34
<i>Figur 18 - Kommersielle overnattinger Stranda/Sykkylven, sommer 2019/2020</i>	35
<i>Figur 19 - Kommersielle overnattinger Aurland, sommer 2019/2020</i>	35
<i>Figur 20 - Oversikt over feriereiser, Norge/Utland</i>	36
<i>Figur 21 - Ferieplaner sommeren 2021</i>	38
<i>Figur 22 - Nordmenns feriemotiver sommeren 2021</i>	39
<i>Figur 23 - Samlet omsetning, Stranda, sommer 2019</i>	43
<i>Figur 24 - Samlet omsetning, Stranda, sommer 2020</i>	44
<i>Figur 25 - Samlet omsetning, Aurland, sommer 2019</i>	44
<i>Figur 26 - Samlet omsetning, Aurland, sommer 2020</i>	44
<i>Figur 27 - Estimert antall utenlandske turister, Aurland, 2021</i>	46
<i>Figur 28 - Estimert antall utenlandske turister, Stranda, 2021</i>	46
<i>Figur 29 - Forventet omsetning Stranda, scenario 1 & 2</i>	46
<i>Figur 30 - Forventet omsetning Aurland, scenario 1 & 2</i>	47

Forord

Denne bacheloroppgaven er skrevet som en avsluttende del av vår bachelorgrad i Reiselivsledelse ved Høgskulen på Vestlandet, avdeling Sogndal. I løpet av de siste tre årene har vi lært mye som vi vil ta med oss videre i livet.

Arbeidet med bacheloroppgaven har vært en lærerik og utfordrende prosess fra begynnelse til slutt. Det siste året har vært utfordrende med tanke på pandemien, og minimalt med fysisk undervisning har gitt oss en annerledes studiehverdag enn det vi har vært vant til.

Vi ønsker å gi en stor takk til vår veileder Eli Kristin Nytnun Leirdal for å ha stilt opp og gitt gode råd og veiledning gjennom hele prosessen.

Med dette er vi meget fornøyde og stolte av å kunne presentere vår endelige bacheloroppgave, og takker Høgskulen på Vestlandet for tre fantastiske og lærerike år.

Høgskulen på Vestlandet, Sogndal

Marte Løken Merok & Emilie Moe Lorentzen

Sogndal, 14. Mai 2021

Sammendrag

Hensikten med denne oppgaven er å ta for seg hvordan Geiranger og Flåm har blitt påvirket som turistdestinasjoner, med bakgrunn i den pågående korona-krisen. For å belyse denne problemstillingen har vi benyttet oss av faglig litteratur i kombinasjon med relevant statistikk og data fra næringen.

2019 ble et rekordår for norsk reiseliv, og det var gode forutsetninger for at også 2020 skulle bli det - helt til det dukket opp et nytt virus i Kina som snudde hele verden opp ned. Antallet internasjonale turistankomster sank med hele 73%, og det økonomiske tapet for turistnæringen er 11 ganger høyere enn under finanskrisen (UNWTO, u.å.). Økonomisk er reiselivsnæringen tilbake på samme nivå som på 1980-tallet, og det kan ta flere år før næringen er tilbake på 2019-nivå (Skare, et. al., 2021).

Geiranger og Flåm tar normalt i mot nærmere 1 million turister årlig, men i 2020 gikk dette antallet betraktelig ned. De internasjonale turistene uteble, og i stedet strømmet det til med norske feriereisende. Det økonomiske tapet ble likevel enormt stort, og en økning av norske turister klarte ikke dekke opp tapet fra manglende utlendinger, og begge destinasjonene opplevde en nedgang i omsetning på flere hundre millioner kroner. Pandemien har også satt sitt preg på sysselsettingen, og siden mars i fjor har Aurland vært den kommunen i Vestland Fylke med høyest arbeidsledighet (NAV Vestland, 2021).

Bærekraftig reiseliv har vært et hyppig diskutert tema de siste årene, og 2020 ble året der “miljøverstingene”, cruiseskip, ble liggende stille til havn og ikke bidro til skadelige klimautslipp. Dette har imidlertid gått hardt utover samfunn som Flåm og Geiranger, som i stor grad sentrerer næringslivet rundt det store antallet cruiseankomster hvert år. En bør derfor ta en kritisk gjennomgang av en bærekraftig utvikling av reiselivet, og finne den riktige balansen mellom økonomisk levedyktige lokalsamfunn og likevel ivareta miljøhensyn.

Nøkkelord: Geiranger, Flåm, reiseliv, Covid-19, bærekraft, ferievaner, cruise, krisehåndtering

Abstract

The purpose of this study is to have a look at how the tourism destinations Geiranger and Flåm have been affected by the Covid-19 pandemic. To shed light on this issue we have used academic literature in combination with relevant statistics from the industry.

2019 was a great year for the Norwegian tourism industry, and 2020 was supposed to be another record-breaking season. Then a new virus was discovered in China, and the world was turned upside down. The number of international tourist arrivals decreased by 73%, and the economic loss of the tourism industry is already 11 times higher than during the financial crisis (UNWTO). Economically, the industry is now at the same level as in the 1980s, and it could take years before we see 2019-levels again (Skare, et. Al., 2021).

Geiranger and Flåm normally welcome close to 1 million tourists each year, but in 2020 this number decreased significantly. Most international tourists were unable to travel, and instead the destinations welcomed an increased number of domestic tourists. The economic loss was tremendous, and both destinations lost revenue of several hundred millions. The pandemic has also affected the local employment rate.

Sustainable tourism has been a frequently discussed topic in recent years, and 2020 was the year where cruiseships were stuck in ports, and didn't contribute to climate emissions. This has severely affected communities such as Flåm and Geiranger, which to a large extent center the business around the large number of cruise arrivals each year. That is why one should take a critical review of a sustainable development of tourism, and figure out the right balance between economically viable local communities, while still safeguard the environment.

1.0 Introduksjon

1.1 Bakgrunn for valg av tema

I mars 2020 ble hele verden snudd på hodet da WHO erklærte utbruddet av Covid-19 for en pandemi, og svært inngripende smitteverntiltak ble iverksatt. I praksis ble hele verden satt i lockdown og i Norge har vi ikke opplevd lignende krisetider siden 2. verdenskrig. Pandemien har påvirket hele verdensøkonomien og alle næringer, men særlig reiselivsnæringen har blitt hardt rammet av ringvirkningene. Etter å ha fullført en bachelor i Reiselivsledelse, har vi derfor stor interesse av å belyse hvilken påvirkning pandemien har hatt på næringen. Destinasjonene Geiranger og Flåm er av ekstra interesse ettersom det er områder vi er godt kjent med fra før, og er tettsteder som i stor grad er avhengige av reiselivsnæringen. Vi syntes derfor det var en interessant problemstilling å belyse de faktiske konsekvensene av pandemien på både økonomiske og sosiale forhold i de to lokalsamfunnene.

1.2 Problemstilling

“Hvordan påvirker Covid-19 reiselivsnæringen i Flåm og Geiranger?”

1.3 Formål og avgrensning

Formålet med denne oppgaven er å ta for oss hvilken påvirkning utbruddet av Covid-19 har på reiselivsnæringen i Flåm og Geiranger. Vi legger vekt på den økonomiske utfordrende situasjonen som reiselivsbedrifter og destinasjonene som helhet opplever, hvordan ferievanene til nordmenn har endret seg det siste året og hvordan fokuset på bærekraft har endret seg, i tillegg til å gå inn på hvilke sosiale utfordringer pandemien har skapt for to små lokalsamfunn. Vi vil legge vekt på både lokale, nasjonale og internasjonale forhold i løpet av oppgaven. For å belyse problemstillingen benytter vi data hentet fra relevante

forskningsartikler, Statistisk Sentralbyrå, NHO Reiseliv, NAV, Verdens turismeorganisasjon (UNWTO), Innovasjon Norge, og Menon Economics.

1.4 Oppgavens oppbygging

Oppgaven er bygd opp av seks kapitler som tar for seg introduksjon, teori, metode, litteraturstudie, funn og resultat. Videre er hvert av disse kapitlene delt inn i mindre delkapitler.

Det første kapittelet inneholder en presentasjon av oppgaven samt begrunnelse for valg av tema i tillegg til at sentrale begreper belyses. I kapittel 2 tar vi for oss teori som er relevant videre i oppgaven, og omhandler blant annet en presentasjon av Geiranger og Flåm, statistikk fra næringen, en kort beskrivelse av hva Covid-19 er og hvordan reiselivsnæringen har klart seg i tidligere kriser. Kapittel 3 handler om metode. Her går vi inn på hva metode er og hvilken metode vi har brukt, i tillegg til å ta for oss begrep som omhandler kildekritikk. Det fjerde kapittelet handler om litteraturstudie, som er metoden vi har valgt å benytte oss av. Her presenterer vi seks ulike forskningsartikler som er med på å belyse problemstillingen vår. I kapittel 5 presenteres foreløpige effekter av Covid-19 på reiselivsnæringen, lokalt, nasjonalt og globalt. I det sjette kapittelet estimerer vi hvor stort det økonomiske tapet har blitt for reisemålene og presenterer mulige scenarier for turistnæringen 2021. Videre følger en drøfting av teori og empiri, etterfulgt av en endelig konklusjon.

1.5 Begrepsavklaring

I dette delkapittelet vil vi forklare tre sentrale begreper som vi benytter oss av i løpet av oppgaven; reiselivsnæringen, bærekraftig reiseliv og forbrukeratferd i reiselivet.

Når en snakker om “reiselivsnæringen”, kan det til tider være noe diffust hvilke virksomheter som inngår i denne næringen. Begrepet reiseliv kan defineres som “et liv på reise” (Kamfjord, 2015, s. 31). For den reisende vil reiselivsnæringen ses på som alle virksomheter som leverer varer, tjenester eller opplevelser så lenge han eller hun er “på reise” (Kamfjord,

2015, s. 31). Menon Economics (2017, s. 5) har videre definert reiselivsnæringen som virksomheter som opererer innenfor *opplevelser, servering, overnatting, transport og formidling*, og som i hovedsak får inntektene sine fra mennesker på reise.

I følge Nærings- og handelsdepartementet innebærer bærekraftig reiseliv at *“utviklingen av næringen skal legge til rette for levedyktige lokalsamfunn, gode og stabile arbeidsplasser og økonomisk levedyktige reiselivsbedrifter, samtidig som miljøperspektivet ivaretas”* (Jacobsen & Viken, 2014, s. 233). Geiranger er blant annet blitt tildelt merket bærekraftig reisemål som deles ut av Innovasjon Norge. Merket er et kvalitetsmerke for norske reisemål, og skal *“stimulere det enkelte lokale reisemål til å vise miljøhensyn i alle ledd og bidra til å fremme Norge som et generelt bærekraftig reisemål”* (Kamfjord, 2015, s. 263). I Flåm har selskapet Norway´s best AS (tidligere Flåm AS) visjon om nullutslipp, som er basert på FN sine bærekraftsmål. (Norways best, u.å)

Etterhvert som antallet turister har økt for hvert år, har det blitt mer fokus på bærekraftig og miljøvennlig turisme. Dette er spesielt relevant for reisemål som Geiranger og Flåm, som tidvis har fått kritikk for blant annet overturisme og forurensende cruiseskip. Etersom begge stedene er inkludert i UNESCOs verdensarvliste, er det krav om at områdene *“blir vernet og tatt vare på for fremtiden”* (Geirangerfjorden Verdsarv, u.å.). 1. mars 2019 trådte et nytt regelverk i kraft der det ble vedtatt at fra og med 2026 skulle verdensarvfjordene være utslippsfrie (Regjeringen, 2019). I praksis betyr dette at alle skip som ikke oppfyller miljøkravene, ikke får seile inn fjordene.

Vi vil i løpet av oppgaven også benytte begrep som turistatferd, eller forbrukeratferd i reiselivet, og vil derfor her belyse hva som menes med slike begreper. Forbrukeratferd kan i følge Horner & Swarbrooke (2016, s. 6) defineres som *“hvorfor folk kjøper produktene de gjør, og hvordan de tar beslutningen”*. Turisme kan defineres som *“kortsiktig bevegelse av mennesker til steder et stykke unna deres normale bosted for å hengi seg til trivelige aktiviteter”* (Horner & Swarbrooke, 2016, s. 4). Turistatferd handler derfor om hvorfor personer reiser dit de reiser, hvordan de velger destinasjon og hvilke aktiviteter de foretar seg ved destinasjonen. Å forstå seg på turistatferd er relevant i forhold til all form for markedsføring med mål om å utvikle, promotere og selge turistprodukter (Horner & Swarbrooke, 2016, s. 3).

2.0 Teori

I dette kapittelet vil vi gå igjennom de teoretiske aspektene av oppgaven. Vi starter med å presentere de to reisemålene: Geiranger og Flåm, og går deretter videre til å presentere nøkkeltall fra norsk reiseliv i 2019 og hvilken betydning reiselivsnæringen har for de to destinasjonene. Videre presenterer vi hva Covid-19 er og hva som defineres som en pandemi. Avslutningsvis går vi nærmere inn på hvordan reiselivet har klart seg i tidligere krisesituasjoner og presenterer estimater fra verdens turismeorganisasjon, UNWTO, angående internasjonal turisme de kommende årene.

2.1 Presentasjon av reisemål

Flåm og Geiranger er to av Norges mest kjente og mest besøkte reisemål. De to stedene er forskjellige på enkelte måter, men har også mye til felles. Begge er små tettsteder på Nord-Vestlandet, kjent for storslått natur blant fjord- og fjellandskap, og besøkes av hundretusener av turister hvert år. Næringen og sysselsettingen i de to bygdene er derfor i stor grad sentrert rundt reiselivet. De to fjordene, Geirangerfjorden og Nærøyfjorden, og områdene rundt, har vært en del av UNESCOs Verdensarvliste siden 2005, men har tatt i mot turister helt siden 1800-tallet (Fjord Norge, u.å.).

I 1869 kom det første turistskipet Geiranger. Nå, 150 år senere, besøkes bygda av rundt 200 cruiseskip årlig. Totalt er det rundt 800 000 – 1 000 000 som besøker Geiranger i løpet av et år, de fleste av disse i perioden mai – september (Destinasjon Geirangerfjord, u.å.).

Reisemål: Geiranger	
Kommune	Stranda
Fylke	Møre & Romsdal
Innbyggertall	232
Antall besøkende årlig	800 000 – 1 000 000
Cruiseskip per år	200
Attraksjoner	Ørnevegen, Dei sju søstre, Flydalsjuvet, Dalsnibba, Geirangerfjorden

Figur 1: Presentasjon av reisemål: Geiranger. Kilde: Statistisk sentralbyrå (2021); Destinasjon Geirangerfjord (u.å.)

Turistgrunnlaget i Flåm ble lagt på slutten av 1800-tallet, da flere engelske lordar kom for å fiske i Flåmselva (Fjord Tours, u.å.). Etter åpningen av Bergensbanen (1909) og Flåmsbanen (1942) har turismen økt gradvis, før den virkelig økte i vekst etter at den nye cruisekaia ble tatt i bruk i 1999. I 2015 kom det i overkant av 900 000 turister til Aurland/Flåm (Dybedahl & Haukeland, 2017, s. 57-58), og en regner med at dette tallet nå ligger på rundt én million.

Reisemål: Flåm	
Kommune	Aurland
Fylke	Vestland
Innbyggertall	383
Antall besøkende årlig	1 000 000
Cruiseskip per år	150
Attraksjoner	Rallarvegen, Flåmsbana, Nærøyfjorden, Aurlandsfjorden

Figur 2: Presentasjon av reisemål: Flåm. Kilde: Dybedahl & Haukeland (2017); Statistisk sentralbyrå (2021)

2.2 En bransje i sterk vekst: Nøkkeltall fra norsk reiseliv, 2019

I 2019 ble det registrert 35,2 millioner kommersielle gjestedøgn i Norge. 24,5 million av disse var norske reisende, mens utenlandske turister stod for resten (NHO Reiseliv, u.å.). Kommersiell overnatting defineres av SSB som “overnatting mot betaling” (Granseth, 2012), og blant annet hoteller, campingplasser, hyttegrender og vandrerhjem inngår i denne definisjonen.

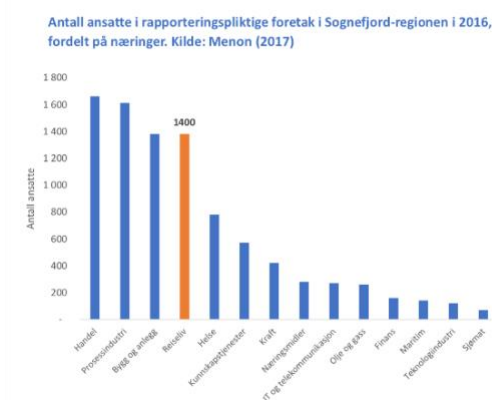
Verdiskapingen i norsk reiseliv har doblet seg siden 2005 og har gått fra 41 milliarder kroner til 85 milliarder i 2018 (NHO Reiseliv, u.å.). Tall fra SSB viser at det samlede turistkonsumet er på 186 milliarder kroner, som betyr at næringen utgjør 4,2 % av Norges bruttonasjonalprodukt (Innovasjon Norge, 2019, s. 5). Siden 2010 har sysselsettingen økt med 40%, og i 2018 var det 175 000 sysselsatte i reiselivsnæringen (NHO Reiseliv, u.å.), noe som utgjør omtrent 7% av den norske arbeidsstyrken.

I mars 2018 kom World Travel and Tourism Council (WTTC) med en rapport for forventet utvikling av turistnæringen frem mot 2030. Denne rapporten pekte på at den globale turismen var ventet å vokse med 50% mellom 2017 og 2030, og at den norske verdiskapingen innen reiseliv kom til å ha en årlig vekst på 2,2% (NHO Reiseliv, u.å.). Dette har selvfølgelig endret

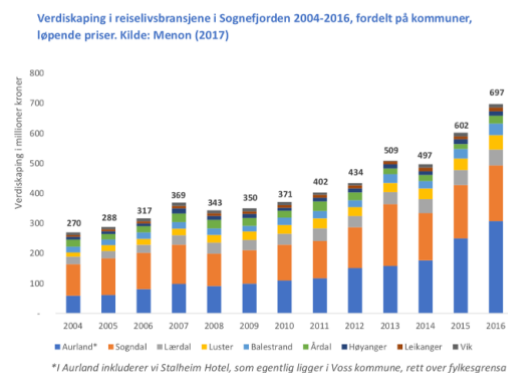
seg etter utbruddet av Covid-19, men gir likevel et inntrykk av hvilken sterk posisjon reiselivsnæringen sto i før pandemien.

2.3 Reiselivets betydning for Flåm og Geiranger

I 2017 utarbeidet Visit Sognefjord en masterplan for utviklingen av reiselivet i Sognefjord-regionen i perioden 2020-2035. I denne sammenhengen er Sognefjord-regionen definert som kommunene Sogndal, Luster, Balestrand, Lærdal, Årdal, Aurland, Høyanger, Leikanger og Vik. I forbindelse med denne masterplanen ble det også gjort en evaluering av de økonomiske effektene av reiselivet i regionen. Denne rapporten ble utarbeidet av Menon Economics, som gir økonomisk veiledning til bedrifter og organisasjoner. Vi vil nå ta for oss noen av de viktigste funnene fra denne rapporten.



Figur 3: Sysselsetting i Sognefjord-regionen
Kilde: Visit Sognefjord (2017)



Figur 4: Verdiskaping, Sognefjord-regionen, fordelt på kommune. Kilde: Visit Sognefjord (2017)

Økonomisk utvikling av reiseliv: Sognefjord-regionen		
År	2004	2016
Samlet omsetning	600 millioner	1500 millioner
Verdiskaping	280 millioner	697 millioner
Sysselsetting	1000	1400
Prosent av all sysselsetting		13%
Verdiskaping Aurland Kommune	Ca 50 millioner	Ca 250 millioner
Størst verdiskaping i segment	Overnatting	Overnatting
Størst vekst innen		Opplevelse
Store selskaper	Aurland Ressursutvikling, Flåm AS, Flåm Utvikling, The Fjords	

Figur 5: Økonomisk utvikling av reiselivsnæringen, Sognefjord-regionen. Kilde: Visit Sognefjord (2017)

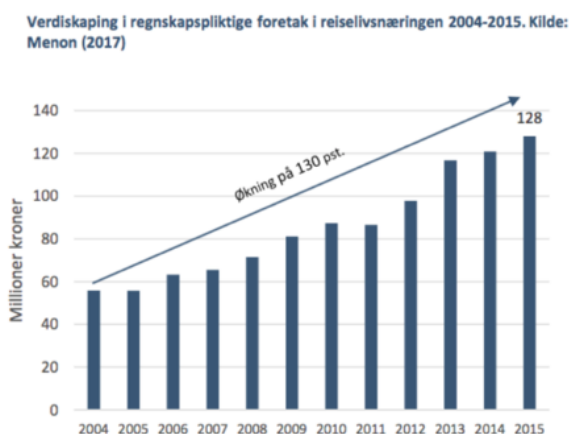
Rapporten peker på at reiselivsaktiviteten i regionen har økt med 80% siden 2004 og at mye av veksten etter 2014 er i Flåm-området (Visit Sognefjord, 2017). I tillegg kommer det frem at veksten i sysselsettingen i reiselivet har økt mer enn i det øvrige næringslivet.

Overnattingsbransjen står for den største delen av verdiskapingen og når det kommer til kommersielle overnattinger skiller Aurland-Lærdal seg ut som den klart mest besøkte destinasjonen i regionen. Det er estimert at 60/70% av aktiviteten ved kommersielle overnattinger foregår i Flåm (Visit Sognefjord, 2017). Cruise inngår som en del av det som regnes som kommersielle overnattinger, og siden Flåm hadde 240 000 cruiseturister i 2016, utgjør dette en stor del av overnattingene.

Det er liten tvil om at reiselivet betyr mye for hele Sognefjord-regionen, men særlig i Flåm og området rundt. Flåm er i dag et av de mest besøkte reisemålene i Norge, og dette synes igjen på både sysselsettingen og verdiskapingen i området. I perioden 2013-2017 er Aurland på niende plass blant kommunene i Norge med høyest vekst i verdiskaping i reiselivsnæringen (Menon Economics, 2018, s. 48). Når det kommer til den prosentvise økningen, ligger Aurland på femte plass med en vekst på 153%.

Menon Economics utarbeidet i 2017 en regnskapsanalyse også for Geiranger/Trollstigen, som var en del av forstudiet til masterplanen som da var under utvikling. Denne rapporten tar for seg den økonomiske utviklingen knyttet til reiselivsnæringen i kommunene Stranda og

Norddal (nå Fjord Kommune), som destinasjonene Geiranger og Trollstigen tilhører. Rapporten viste at reiselivsnæringen sto for en samlet verdiskaping på 128 millioner kroner i 2015, som på det tidspunktet utgjorde 6% av det lokale næringslivet (Menon Economics, 2017).



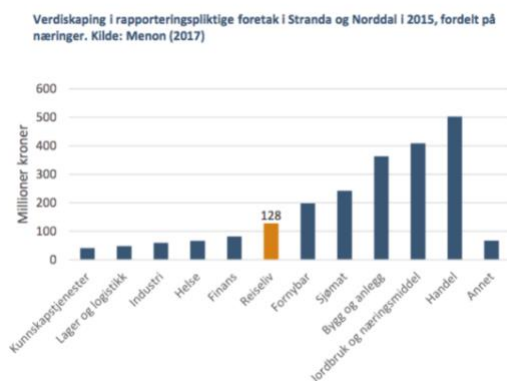
Figur 6: Verdiskaping i reiselivsnæringen 2004-2015. Kilde: Menon Economics (2017)

Økonomisk utvikling av reiseliv: Geiranger/Trollstigen		
År	2004	2015
Verdiskaping	56 millioner	128 millioner
Sysselsetting	160	220
Prosent av all sysselsetting		10%
Størst verdiskaping i segment	Overnatting	Overnatting
Størst vekst innen		Opplevelse
Store selskaper	Geiranger Fjordservice, Geiranger Cruise Handling, Hotel Union, Hotell Geiranger	

Figur 7: Økonomisk utvikling av reiselivsnæringen, Geiranger/Trollstigen. Kilde: Menon Economics (2017)

Overnattingsbransjen utgjør størstedelen av verdiskapingen i reiselivsnæringen. Denne bransjen opplevde en økning på 35 millioner fra 2004 til 2015 (Menon Economics, 2017). Veksten her kommer i stor grad fra økt aktivitet hos Hotel Union, som står for halvparten av verdiskapingen i bransjen (2015). Den nest største aktøren i regionen er Hotell Geiranger, som på daværende tidspunkt sto for 15% av verdiskapingen i overnattingsbransjen (Menon Economics, 2017). Fra rapporten kom det frem at rundt 10% av arbeidsstyrken i regionen jobber innen reiselivet (Menon Economics, 2017). Dette er omtrent like mange som jobber

innen handel, som er den næringen i regionen med mest verdiskaping. Dette kan tyde på at reiselivet er en av de mest arbeidsintensive næringene og skaper mange arbeidsplasser.



Figur 8: Verdiskaping i regionen, fordelt på næring. Kilde: Menon Economics (2017)



Figur 9: Sysselsetting i regionen, fordelt på næring. Kilde: Menon Economics (2017)

En ser også samme tendenser som rundt Sognefjorden, hvor reiselivsnæringen i regionen vokser raskere enn det øvrige næringslivet. Særlig siden 2011 har veksten vært betydelig (Menon Economics, 2017).

Det er verdt å merke seg at reiselivet i Geiranger som enkeltdestinasjon utgjør en mye større del av næringslivet enn i Stranda-regionen ellers. For Geiranger utgjør reiselivet 65% av all næring, og 67% av sysselsettingen (Menon Economics, 2017), mens for de øvrige delene av Stranda Kommune, står reiselivet for bare 2% av næringslivet, og 3% av sysselsettingen. Å se på kommunen som helhet vil derfor gi et feilaktig inntrykk av næringens betydning, og det er derfor mer fornuftig å se på tall som er konkret for Geiranger.

Vi tar forutsetninger om at tallene fra disse økonomiske rapportene er noe utdatert, ettersom de er flere år gamle. De gir likevel et godt bilde av hvordan utviklingen i reiselivet har vært de siste femten årene og at veksten i verdiskaping og sysselsetting har hatt en stigende kurve gjennom hele perioden. Rapportene gir også inntrykk av at reiselivet har fått en stadig større rolle og betydning for det lokale næringslivet.

2.4 Hva er Covid-19?

Covid-19 er et koronavirus, offisielt kalt SARS-Cov-2, og ble først oppdaget i Kina i 2019 (Folkehelseinstituttet, 2021). Koronavirusfamilien omfatter flere ulike virus som forårsaker luftveisinfeksjon, og Covid-19 har også enkelte genetiske likheter med SARS-viruset, Severe Acute Respiratory Syndrome (Folkehelseinstituttet, 2021).

Utbruddet av Covid-19 startet i storbyen Wuhan i Hubei-provinsen i Kina i desember 2019, og ble i begynnelsen knyttet til et matmarked i byen (Folkehelseinstituttet, 2020). Etter hvert begynte viruset å spre seg til andre deler av verden og ble for første gang påvist i Norge 26. Februar 2020. 11. mars 2020 ble utbruddet av Covid-19 erklært for en pandemi av Verdens Helseorganisasjon, WHO (NTB, 2020).

Mot slutten av 2020 kom nyheten om at man hadde klart å produsere en effektiv vaksine, og i Norge ble de første vaksinedosene satt 27. Desember (Dalgard et al., 2020). Per 20. april 2021 har 19,84% av den norske befolkningen fått minst én vaksinedose, mens 5,58% er fullvaksinerte (VG, 2021).

2.5 Hva er en pandemi?

WHO's opprinnelige definisjon av en pandemi lød: *«... når det dukker opp et nytt influensavirus som befolkningen ikke har immunitet mot, som resulterer i flere, samtidige epidemier over hele verden med enorme antall dødsfall og sykdommer»* (Benito, 2020). Definisjonen ble endret rett før svineinfluensaen i 2009, og WHO fjernet kriteriene for alvorlighetsgrad og høy dødelighet. Den nye definisjonen ble da: *«en verdensomspennende epidemi av en sykdom»*, og la dermed mer vekt på geografisk spredning av sykdommen (Benito, 2020). Det ble da et tydeligere skille mellom det som defineres som epidemier og pandemier. En epidemi defineres som *“et utbrudd av en sykdom som sprer seg raskt mellom mennesker i mindre områder”*, slik som influensa, mens en pandemi *“rammer mennesker over et større geografisk område”* (Røde kors, 2020).

2.6 Hvordan har det globale reiselivet klart seg i tidligere kriser?

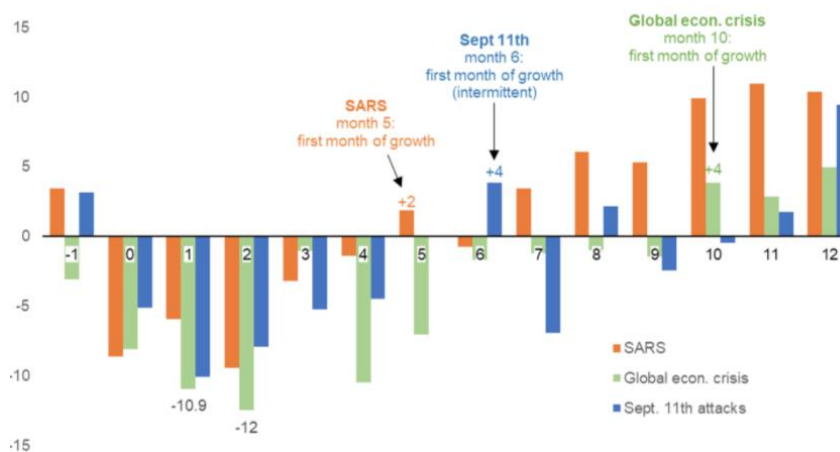
En krise kan defineres på ulike måter i forhold til ulike situasjoner. I dette tilfellet vil vi benytte oss av definisjonen utarbeidet av NOU (2000: 24, s. 19) som lyder: *“en krise er en hendelse som har potensiale til å true viktige verdier og svekke en organisasjons evne til å utføre viktige funksjoner”*.

Global turisme har blitt eksponert for ulike typer kriser tidligere, slik som terrorangrepene 11. september 2001, SARS utbruddet i 2003, finanskrisen i 2008/2009 og utbruddet av MERS i 2015. Likevel var det ingen av disse hendelsene som førte til en langsiktig nedgang i den globale turistutviklingen (Gössling, Scott og Hall, 2020, s. 3). Dette kan tyde på at turisme som system har vært motstandsdyktig mot eksterne sjokk. Det er likevel mye som tyder på at ringvirkningene av den nåværende pandemien, Covid-19, vil bli store (Gössling et. al., 2020, s. 3). Den globale turistindustrien har allerede opplevd et inntektstap som er 11 ganger større enn under finanskrisen (UNWTO, u.å.), og antallet internasjonale turistankomster i 2020 gikk kraftig ned med hele 73% (UNWTO, u.å.).

Etter terrorangrepet 11. september 2001, opplevde den globale turistnæringen en nedgang på 0,6% (Santana, 2004, s. 302). I USA gikk flytrafikken innenlands ned med 34% i september 2001, mens internasjonale flyvninger opplevde en nedgang på 23% sammenlignet med året før (Blake & Sinclair, 2003, s. 817). Mot slutten av 2003 var internasjonale flyvninger enda ikke tilbake på normalt nivå og flyselskapene opplevde et gjennomsnittlig tap på 15-20% hver måned (Zeng, Carter & DeLacy, sitert i Robinson & Jarvie, 2008, s. 634). Det samme året ble også SARS-viruset oppdaget, i tillegg til at Irak-krigen utbrøt. Dette gjorde at den globale turismen sank med ytterlige 1,2% (World Tourism Organization, sitert i Robinson & Jarvie, 2008, s. 634).

Terrorangrepene reverserte dermed en langvarig økende trend i den globale turistnæringen. Etter 2. verdenskrig hadde næringen hatt en gjennomsnittlig årlig vekst på 5% (Santana, 2004, s. 302). Det eneste året man hadde sett en nedgang var i 1982 (-0,4%). Dette kom trolig som et resultat av Falklandskrigene og konflikten mellom Israel og Libanon (Santana, 2008, s. 302). Det kan derfor tyde på at slike typer kriser påvirker reiselivsnæringen i negativ forstand, og at folk blir mer skeptiske til å reise når slike hendelser inntreffer.

Finanskrisen i 2008/2009 er trolig den krisen på 2000-tallet som har påvirket det globale reiselivet mest. Internasjonal turisme opplevde da en nedgang på totalt 4% (Davitt, 2010). I første kvartal var nedgangen på hele 10%, men situasjonen bedret seg litt i løpet av året. I tillegg til finanskrisen, var 2009 året for svineinfluensaen. Kombinasjonen av disse to gjorde 2009 til “*et av de vanskeligste årene i turistnæringen*”, ifølge generalsekretæren i verdens turismeorganisasjon, Taleb Rifai (Davitt, 2010). Det tok imidlertid ikke lang tid før næringen var på bedringens vei. Allerede i 2010 økte antall internasjonale turistankomster med 7% (UNWTO, u.å.). Det kan derfor tyde på at økonomiske kriser påvirker turistnæringen i stor grad der og da, men at gjenopprettingen av næringen ikke tar like lang tid som ved for eksempel terrorangrep.

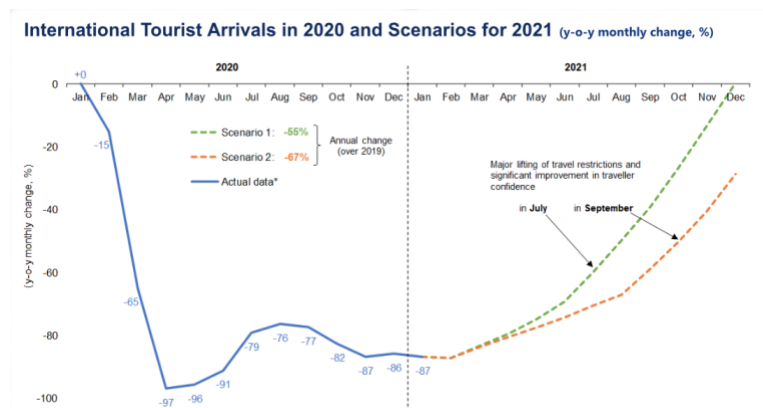


Figur 10: Tidligere kriser i reiselivet. Kilde: UNWTO (u.å.)

Modellen over, hentet fra UNWTO (u.å.), viser hvor lang tid reiselivet har brukt på å komme tilbake etter krisene knyttet til SARS, terrorangrepene 11. september og finanskrisen. Måneden 0 representerer september 2001, mars 2003 (SARS) og januar 2009 (Finanskrisen). Etter SARS-utbruddet opplevde næringen vekst etter fem måneder, mens det tok seks måneder etter terrorangrepene i New York og Washington. Det tok noe lenger tid etter finanskrisen, men etter ti måneder begynte reiselivsnæringen å ta seg opp igjen.

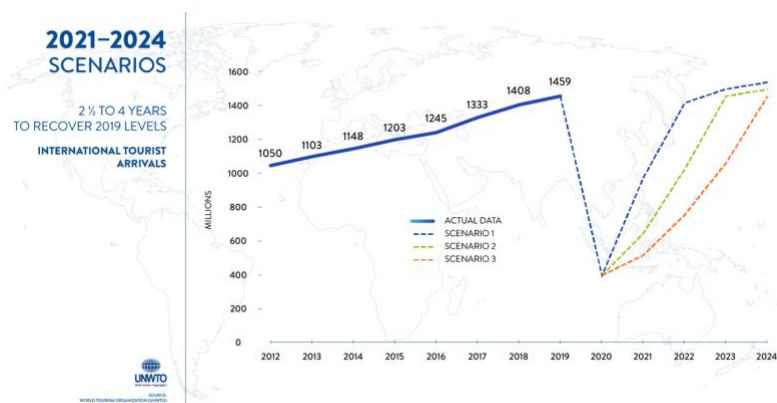
2.7 Estimat for internasjonal turisme 2021

I mars utarbeidet verdens turismeorganisasjon, UNWTO, to mulige scenarier for turismen i 2021. I scenario 1 lettes reiserestriksjonene og reiseaktiviteten tar fart i løpet av juli, og man ender opp med en samlet nedgang på 55% sammenlignet med 2019 (UNWTO, u.å.). I det andre scenariet begynner reiseaktiviteten å ta seg opp i september, og nedgangen blir på 67% i forhold til 2019.



Figur 11: Scenario for internasjonal turisme 2021. Kilde: UNWTO (u.å.)

Verdens Turismeorganisasjon har også utarbeidet scenarier for når den internasjonale turismen vil være tilbake på samme nivå som 2019, og det blir estimert at det vil ta mellom 2,5 og 4 år (UNWTO, u.å.). Det vil si at i “best case” scenarioet er turismen tilbake på 2019-nivå i midten av 2022, mens det mest pessimistiske estimatet er at dette ikke vil skje før mot slutten av 2024.



Figur 12: Scenarier for internasjonal turisme, 2021-2024. Kilde: UNWTO (u.å.)

3.0 Metode

I dette kapitlet skal vi ta for oss begrepet metode og presentere hvilken metode vi har brukt i oppgaven. Vi vil også gå gjennom reliabilitet og validitet knyttet til metoden og kildene vi har brukt. I denne sammenhengen går vi også inn på hvor vi har hentet informasjonen fra og knytter disse opp mot reliabilitet aspektet.

3.1 Hva er metode?

Metode brukes som redskap ved innsamling av data og empiri for å belyse et forskningsspørsmål og få mer kunnskap innen et forskningsfelt. I følge sosiologen Vilhelm Aubert (1985) kan metode defineres som *“en fremgangsmåte, et middel til å løse problemer og komme frem til ny kunnskap. Et hvilket som helst middel som tjener dette formålet, hører med i arsenalet av metoder”* (Dalland, 2017, s. 51).

Metode kan videre deles inn i *kvantitativ* og *kvalitativ* metode. Kvantitativ metode gir data i form av målbare enheter, og kan fremstilles som numeriske data, slik som spørreundersøkelser. Denne metoden brukes for å *“identifisere sammenhenger mellom to eller flere variabler, og basert på resultatet, bekrefte eller modifisere eksisterende teori”* (Leedy & Ormrod, 2015, s. 98). Kvalitativ metode fremstilles som oftest i tekstformat, slik som intervju. Metoden har som mål å bedre forstå komplekse situasjoner og benyttes for å forklare, beskrive, tolke og bygge teori (Leedy & Ormrod, 2015, s. 98). Til tross for ulikhetene, har begge metodene som mål å oppnå bedre forståelse av samfunnet vi lever i (Dalland, 2017, s. 52).

3.2 Valg av metode

Vi har valgt å benytte oss av metoden litteraturstudie, som er en kvalitativ metode, for å besvare problemstillingen. Denne metoden går ut på å gjennomgå eksisterende litteratur innen lignende teoretiske områder. Målet med metoden er å gjennomgå og revurdere hva andre har funnet ut innen det samme fagfeltet, og på denne måten få nye ideer og perspektiver knyttet til problemstillingen (Leedy & Ormrod, 2015, s. 70). Da vi startet arbeidet med oppgaven hadde vi i utgangspunktet planer om å benytte oss av intervju som metode for å besvare problemstillingen. Etterhvert som vi satte oss mer inn i teorien rundt oppgaven innså vi at grunnet den sårbare og uforutsigbare situasjonen som de fleste reiselivsbedriftene står i, at det kunne bli vanskelig å finne gode nok data til å besvare problemstillingen. Vi valgte derfor å gå bort fra denne metoden, og heller gjennomgå eksisterende forskning og å supplere med statistikk fra næringen for å belyse forskningsspørsmålet. Fordeler med denne typen metode er at man får et bredt utvalg av informasjon og ulike vinklinger innenfor det valgte temaet som kan være med på å belyse problemstillingen på en ny måte. At man har tilgang på en stor mengde informasjon, kan også opptre som en ulempe, ved at man muligens “går seg vill”. Det kan være vanskelig å begrense og sile ut hva som er relevant informasjon, og å vurdere om alt medfører like stor troverdighet.

3.3 Reliabilitet og validitet

Ettersom vi har valgt å benytte oss av litteraturstudie som metode, er kildekritikk ekstra viktig. Vi vil derfor her belyse begrepene reliabilitet og validitet. Reliabilitet betyr pålitelighet. Det er et kriterium for kvalitet i en forskning og handler om hvorvidt arbeidet som presenteres er til å stole på (Dalland, 2017, s. 55). For å kartlegge reliabiliteten til oppgaven, er det derfor relevant at det fremkommer hvor vi har hentet informasjon fra og hvilke feilkilder som kan ha påvirket resultatet (Dalland, 2017, s. 55). Validitet står for relevans og gyldighet, som vil si at dataene må være pålitelige og gyldige, samtidig som de er relevant for problemstillingen (Dalland, 2015, s. 60).

Dataene vi har benyttet oss av er hentet fra ulike forskningsartikler knyttet til Covid-19, tidligere pandemier og andre krisesituasjoner i reiselivet. Artiklene er hentet fra Oria og Google Scholar og vi anser dette for å være troverdige kilder, ettersom artiklene blir grundig gjennomgått før de blir publisert. Vi har gjennomgått nettsiden Scimago Journal and Country

Rank (<https://www.scimagojr.com>) som rangerer vitenskapelige journaler etter en indeks utifra hvor troverdige de er, blant annet målt etter hvor mange siteringer de har. Vi har sjekket ut journalene vi har hentet forskningsartiklene fra, og fant ut av to av dem lå høyt oppe og var rangert som nummer 3 og 4 i kategorien *Tourism, Leisure & Hospitality Management*. Tre av de andre journalene var rangert som nummer 12, 14 og 16, mens den siste “Technological forecasting and social change”, som artikkelen *Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry* er hentet fra, ble plassert i kategorien *Business and international management* og var rangert på 23. plass. Alle journalene ble registrert med “kvartil 1”, som er de best rangerte journalene.

Vi benytter i tillegg tall og statistikker hentet fra blant annet Verdens turismeorganisasjon (UNWTO), Statistisk sentralbyrå, Innovasjon Norge og NHO Reiseliv. Dette anser vi for å være sikre kilder. Vi hadde noe problemer med å finne relevant informasjon knyttet til kommersielle overnattinger ved destinasjonene, ettersom SSB ikke har denne typen statistikk på kommunenivå før 2020. Vi kommer nærmere inn på denne problemstillingen under kapittel 5.2 *Overnattingsbransjen 2020*, men dette er noe som kan opptre som en feilkilde i våre data.

Selv om det er en noe mindre troverdig kilde, har vi på enkelte punkter i oppgaven valgt å benytte oss av nyhetsartikler. Aviser og nyhetsmedier publiserer gjerne relevant statistikk fortløpende og noe av denne informasjonen var vanskelig å finne tak i fra offisielle kilder. I nyhetsartiklene vi har benyttet oss av er det gjort intervjuer av relevante fagpersoner og bedriftseiere, og vi antar derfor at informasjonen i stor grad medfører riktighet. Vi tar likevel forutsetning om at det kan være noe feilmargen med tall og statistikker hentet fra denne typen kilder.

Etttersom vi skriver oppgaven samtidig som pandemien pågår, er det en del av informasjonen som ikke lenger er relevant eller aktuell. Situasjonen endrer seg fort, og mye har endret seg siden artiklene ble publisert. Artiklene belyser i hovedsak situasjonen slik den var da de ble skrevet, og informasjon knyttet til blant annet smittetall og antall internasjonale turistankomster er derfor til en viss grad “utdatert”. Artiklene gir likevel et godt innblikk i den kritiske situasjonen reiselivet står i og setter fokus på sammenhengen mellom tidligere kriser og sannsynlig fremtidig turistatferd. Vi vil også poengtere at mye av forskningen er

basert på estimer og potensielle scenarier, og vil derfor ikke gi et 100% riktig empirisk grunnlag. Vi foreslår derfor at det i årene som kommer forskes mer på de relevante temaene. I den kommende tiden, når omstendighetene rundt pandemien har roet seg, vil man ha bedre tilgjengelig data og konkrete tall å forholde seg til. Man kan da lettere sette seg inn i de faktiske konsekvensene av pandemien knyttet til besøkstall, økonomisk tap, turistatferd og sysselsetting, uten å forholde seg til “mulige” scenarier og estimer.

Vi vil også nevne at det i forbindelse med innhenting av data er viktig å ta etiske hensyn. I en systematisk litteraturstudie bør all den valgte litteraturen vurderes fra et etisk synspunkt. Siden all vår data er hentet fra sekundærkilder, og er publisert i høyt rangerte og troverdige journaler, går vi ut ifra at det ble gjort en grundig etisk vurdering før litteraturen ble publisert. Når det kommer til vår egen bruk av etikk i oppgaven, har vi sørget for å gjengi sekundærdata så korrekt som mulig, og å oppgi alle våre kilder.

Noe som er verdt å merke seg er at alle artiklene vi har benyttet oss av er skrevet på engelsk, og det kan derfor ha oppstått feiltolkninger basert på språklige misforståelser, noe som kan opptre som en svakhet i oppgaven.

4.0 Litteraturstudie

Litteraturstudie som metode har som nevnt ikke som mål å hente inn ny informasjon, men å ta utgangspunkt i eksisterende litteratur innen lignende felt for å belyse forskningsspørsmålet. Litteraturen vi har benyttet er hentet fra Oria og Google Scholar, og defineres derfor som sekundærkilder. Vår problemstilling tar utgangspunkt i hvordan Covid-19 påvirker reiselivsnæringen ved reisemålene Geiranger og Flåm. Siden det ikke finnes forskning som tar for seg nøyaktig dette temaet, har vi tatt utgangspunkt i litteratur som omhandler lignende problemstillinger.

For å få størst mulig utvalg av litteratur, søkte vi på engelsk i databasene og brukte ord som “tourism” i sammenheng med “covid” for å finne fagstoff som var relevant for vårt tema. Dette var en tidkrevende prosess basert på den store mengden artikler som var tilgjengelig, og

det tok tid å finne ut hvilken litteratur vi ville bruke for å få et mest mulig variert utvalg, samtidig som vi ønsket artikler som var mest mulig relevant for vårt tema. Vi valgte deretter ut seks forskningsartikler som på ulike måter tar for seg tidligere pandemier, krisehåndtering i reiselivet, turistatferd relatert til kriser og/eller noen foreløpige effekter av Covid-19 på næringen. Vi vil nå gå gjennom disse seks artiklene.

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

- Gössling, S., Scott, D. & Hall, C. M.. *Journal of sustainable tourism* 29(1), s. 1-20. (April 2020)

Artikkelen begynner med å presentere hva Covid-19 er, hvordan det har spredd seg over hele verden, og om det finnes en sammenheng mellom globale endringer og pandemien. Gössling, Scott og Hall (2020, s. 4) hevder blant annet at pandemier og epidemier nå oppstår ved en hurtigere rate enn tidligere, på grunn av globale endringer. De nevner blant annet at det gjennom hele det 20. århundret oppstod tre pandemier; spanskesyken i 1918, asiasyken i 1957 og HongKong-syken i 1968. Så langt i løpet av det 21. århundret har vi opplevd flere pandemier: SARS, svineinfluensa, MERS og Ebola; og nå Covid-19 (Gössling et. Al., 2020, s. 4). Artikkelen peker på at faktorer som øker «pandemitrusselen» inkluderer en raskt økende og mobil populasjon, urbanisering, industrialisert matproduksjon og utviklingen av globale transportnettverk (Gössling et. Al., 2020, s. 3).

Videre i artikkelen påpekes det at den globale turistindustrien tidligere har opplevd store kriser, men at ingen av disse har påvirket økonomien og bransjen på samme måten som Covid-19. Da denne artikkelen ble skrevet, var det estimert at den globale økonomien kom til å synke med 0,9%, i motsetning til en forventet vekst på 2,5% (Gössling et. Al., 2020, s. 6). Det ble også slått alarm om at det kom til å bli vanskelig å nå de bærekraftige utviklingsmålene for 2030.

Etter at Covid-19 ble erklært en pandemi av WHO, innførte de fleste land strenge reiserestriksjoner. Det blir estimert at rundt 90% av verdens befolkning bor i land med en

eller annen form for internasjonale reiserestriksjoner (Gössling et. Al., 2020, s. 7). Det påpekes hvor hardt dette har gått utover turistnæringen, og at internasjonale turistankomster kom til å gå betraktelig ned i løpet av året, i motsetning til den på forhånd estimerte veksten på 3-4% (Gössling et. Al., 2020, s. 7). UNWTO (sitert i Gössling et. Al., 2020, s. 10), anslo en nedgang i antall internasjonale turistankomster med 20-30%, som ville bety en tapt inntekt på 300-450 milliarder dollar for turistnæringen. I ettertid har det vist seg at nedgangen ble på hele 73% (UNWTO, u.å.), som betyr at reiselivsnæringen har tapt enorme summer.

Artikkelen trekker blant annet frem tall fra NHO Reiseliv, som 26. mars 2020 kom med en dyster statistikk som viste at 90% av medlemsbedriftene hadde permittert ansatte, og at 65% av reiselivsbedrifter allerede hadde problemer med å betale regninger (Gössling et. Al., 2020, s. 8).

Avslutningsvis gjentas det at turistnæringen indirekte er med på å «skape» pandemier, ettersom næringen benytter seg av industrialisert matproduksjon (Gössling et. Al., 2020, s. 13), og bidrar til avskoging og store mengder klimagassutslipp. Gössling et. al. hevder videre at Covid-19 burde lede til en kritisk revurdering av dagens volumturisme. Tidligere har suksess i næringen blitt målt gjennom årlig vekst av antall turister og en mener nå at dette perspektivet er utdatert. Det hevdes at denne vekstmodellen bare gagnar enkeltpersoner og store selskaper som søker profitt (Gössling et. Al., 2020, s. 13). Det legges videre vekt på at det burde fokuseres mer på de positive endringene som har kommet som et resultat av pandemien, slik som at flyselskaper har begynt å fase ut gamle og ineffektive fly (Gössling et. Al., 2020, s. 14). Det konkluderes med at det er viktig at man etter krisen ikke går tilbake til «business as usual», men at man ser på mulighetene til å endre den globale turismen til å bedre samsvare med bærekraftsmålene.

“COVID-19 provides striking lessons to the tourism industry, policy makers and tourism researchers about the effects of global change. The challenge is now to collectively learn from this global tragedy to accelerate the transformation of sustainable tourism” (Gössling et. Al., 2020, s. 15).

4.2 Proximal and distal post-COVID travel behavior

- Miao, L., Im, J., Fu, X., Kim, H. & Zhang, Y. *Annals of tourism research*, vol. 88, 103159. (Mai 2021)

Artikkelen bruker skrekkhåndteringsteorien (terror management theory) som teoretisk bakgrunn for å trekke slutninger mellom reising etter Covid-19 og turistadferd.

Gjenoppbyggingen av turistnæringen etter Covid-19 innebærer mange faktorer, slik som lettelse av reiserestriksjoner, restaurering av reisendes tillit, gjenoppbygging av destinasjoner og nytenking av fremtidens turisme (Miao et. Al. 2021, s. 2). Det er derfor relevant å vite mer om hvordan, og i hvilken grad folk reiser etter pandemien. Denne pandemien skiller seg fra lignende kriser i den grad at tidligere sykdomsutbrudd, slik som MERS, SARS, og Zika, var mer knyttet til geografiske områder og førte til færre smittetilfeller og dødsfall enn Covid-19 (Miao, et. Al., 2021, s. 2). Det trekkes blant annet frem at etter SARS-epidemien i 2003, var antall turistankomster til Hong Kong og USA tilbake på samme nivå som før utbruddet like etter at epidemien ble erklært over (Miao, et. Al., 2021, s. 2). Det ble da observert at kinesiske turister foretrakk utendørsaktiviteter, å besøke forsteder og å ta del i økoturisme, i tillegg til at hygiene og sikkerhet spilte en større rolle for folk (Miao, et. Al., 2021, s. 2).

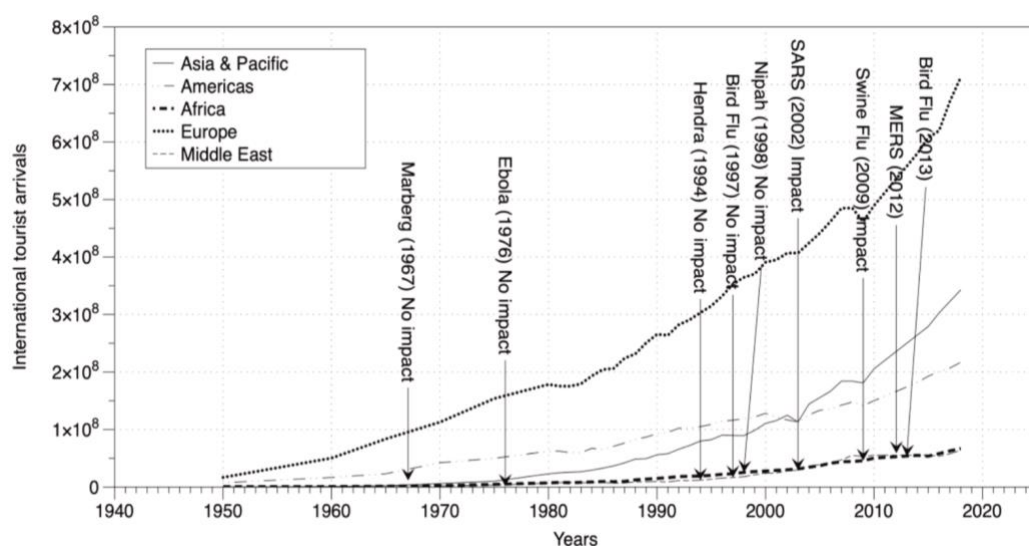
Skrekkhåndteringsteorien er en teori som går ut på at når folk konstant blir påminnet om døden, trigger dette en del av underbevisstheten som utløser «*distalt dødsforsvar for å opprettholde verdenssyn og selvtillit*» (Miao, et. Al., 2021, s. 2). Artikkelen hevder videre at den konstante påminningen fra media om nye sykdomstilfeller og dødsfall, trigger en form for «dødsangst» hos befolkningen. Det kommer deretter frem at folk gjerne tar reiserelaterte beslutninger på en slik måte som demper denne «trusselen» om dødelighet (Miao, et. Al., 2021, s. 3). Dette handler gjerne om å unngå å besøke steder der man føler seg utrygg. Artikkelen henviser blant annet til en undersøkelse der det kom frem at over 50% av deltakerne ikke var villige til å bo på hotell i løpet av den nærmeste tiden, og at bare én tredjedel ønsket å bo på hotell og reise til en destinasjon de kommende månedene (Miao, et. Al., 2021, s. 3). Studier fra både USA og Kina viser at da restriksjonene ble lettet på sommeren 2020, var det mange av de samme atferdsmønstre fra reisende som gikk igjen. Når det kom til destinasjonsvalg valgte de fleste å reise innenlands, til destinasjoner de selv kunne kjøre til, og gjerne innenfor en regional nærhet til hjemmet (Miao, et. Al., 2021, s. 4). Folk valgte også å unngå mange stopp på turen og holdt seg heller til en «base» som de kunne ta

kortere ekskursjoner fra. Andre trender man så var at folk gjerne reiste i mindre grupper enn de normalt ville gjort, at utendørsturisme ble mer populært og at mange gjerne unngikk de mest kjente turistdestinasjonene (Miao, et. Al., 2021, s. 5). Det var tydelig at i den grad folk reiste, var de opptatt av å eksponere seg i minst mulig grad for Covid-19, og man kan dermed se en likhet til hvordan adferden var etter SARS-epidemien. Artikkelen hevder også at det trolig blir mindre volumturisme, slik som cruise og gruppereiser, i den nærmeste tiden (Miao, et. Al., 2021, s. 6). I tillegg er det forventet at folk kommer til å fly mindre ettersom man da sitter tett med mange andre mennesker over en lengre periode. På samme måte som Gössling, Scott & Hall, hevder også Miao et. Al. (2021, s. 6) at reiselivet nå bør «skalere» ned og på den måten bli mer bærekraftig på både kort og lang sikt.

4.3 Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry

- Skare, M., Soriano, D., S. & Porada-Rochon, S. *Technological forecasting and social change*, vol. 163 (120469). (Februar 2021)

Denne forskningsartikkelen tar for seg hvordan tidligere epidemier og pandemier har påvirket turistnæringen og hvor lang tid næringslivet brukte på å komme seg tilbake på samme nivå som før krisene inntraff. I lys av dette presenteres det flere scenarier for hvor hardt reiselivsnæringen vil bli rammet av Covid-19 pandemien.



Figur 13: Internasjonale turistankomster 1950-2018, fordelt på verdensregioner (Skare, et. Al., 2021, s. 3)

Fra modellen kan man se en tydelig nedgang i antall turistankomster i 2003 (SARS) og 2009 (Svineinfluensa og finanskrisen), mens de fleste andre sykdomsutbruddene hadde liten innvirkning. Nedgangen var spesielt merkbar i det europeiske, amerikanske og asiatiske turistmarkedet. Skare et. Al (2021, s. 5) estimerer at når en pandemi inntreffer, vil det totale bruttonasjonalproduktet i den globale turismen reduseres med 0,46 milliarder dollar det første året, dersom antall turistankomster går ned med 100 000. Det vil si at for hver én million turistankomster det ikke blir noe av, taper turistnæringen 4,6 milliarder dollar. Det andre året av en pandemi er tapet mindre (-0,01 milliarder per 100 000), mens det vil øke igjen det tredje året (-0,06 milliarder per 100 000). Det estimeres også at for hver -100 000 turistankomster, reduseres antall jobber i næringen med 24 000 (Skare, et. Al., 2021, s. 6).

Da denne artikkelen ble skrevet i fjor vår, ble det utarbeidet tre scenarioer. Både scenario 1 og 2 er her ikke relevante ettersom de tok for seg situasjonen dersom «lockdown» varte til april (scenario 1) eller august (scenario 2). Scenario 3 gikk ut på at pandemien kom til å vare ut 2020. Ettersom vi nå er i april 2021, har altså pandemien vart lenger enn de forutsette «worst case scenarioene». Det er likevel dette scenariet som gir det beste estimatet å bruke i forhold til effektene av pandemien. Dette scenarioet estimerer at 500 millioner jobber kan gå tapt på grunn av pandemien, og at inntektene i reiselivsnæringen kan falle tilbake på samme nivå som på 1980-tallet (Skare, et. Al., 2021, s. 11).

Skare et al. (2021, s. 6) hevder at situasjonen i reiselivet gradvis vil bedre seg, men at gjenreisningen av næringen vil gå sakte de første fem årene, alt etter hvor lenge pandemien varer. Det legges vekt på at reiselivsnæringen har blitt mer motstandsdyktig de siste årene, og at reetableringstiden etter en krise gikk fra 26 til 10 måneder i perioden 2001 til 2018 (Skare, et. Al., 2021, s. 12). Det påpekes likevel at det kommer til å ta lenger tid å reetablere næringen denne gangen enn under tidligere kriser. Avslutningsvis konkluderes det med at det er viktig at styresmaktene kommer med gode verktøy for å hjelpe reiselivsbedrifter for å komme seg etter krisen. Det blir i tillegg viktigere at man samarbeider i stedet for å konkurrere, og man bør legge gode planer for hvordan man skal håndtere lignende situasjoner i fremtiden (Skare et al., 2021, s. 12).

4.4 Reviving tourism industry post-COVID-19: A Resilience-based framework.

- Sharma, G. D., Thomas, A & Paul, J. *Tourism Management Perspectives*, Volume. 37. (Januar 2021)

I artikkelen «Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework» tar Sharma, et al. (2021) for seg 35 ulike artikler som studerte turistnæringen i kjølvannet av pandemien, hvor det foreslås et motstandsdyktig rammeverk for å restaurere den globale reiselivsnæringen etter COVID-19. Rammeverket skisserer fire fremtredende faktorer for å bygge motstandsdyktighet i bransjen: myndighetsrespons, teknologiinnovasjon, lokal tilhørighet og tillit hos forbrukere og ansatte (Sharma, et al., 2021, s. 1).

Sharma, et al. (2021) hevder at næringslivet anerkjenner motstandsdyktighet som et krisestyringsverktøy for forretningsstabilitet og tilpasningsevne til alle typer risikoer, under naturkatastrofer og nødsituasjoner. Videre er forretningsmessig motstandsdyktighet knyttet til organisasjonens evne til å tilpasse seg miljøet og nye forhold for å redusere effekten av hendelsene.

Videre forklares det hvordan Covid-19 vil bidra til å skape nye forretningsmodeller, som i hovedsak vil bestemme næringens sjanser for å overleve ved å transformere seg til en mer bærekraftig form. Reiselinæringen må demonstrere motstandskraft fra flere sider. Eksisterende litteratur bemerker at turistindustrien tidligere har vært rask til å sprette tilbake fra sjokkene som epidemier, pandemier og globale kriser har forårsaket (Sharma, et al., 2021). Regjeringer bør forsøke å bygge en atmosfære der de tiltrekker seg investorer gjennom å eksempelvis tilby skattelettelser, eller å slippe opp på strenge lover om blant annet arealbruk (Sharma, et al., 2021, s. 8).

Gjennom deres rammeverk hevder Sharma, et al. (2021, s. 9) at turismesektoren, ved hjelp av den motstandsdyktige tilnærmingen, kan ende opp med å utvikle seg på en mye mer bærekraftig måte etter pandemien. Det påpekes at interessenter i næringen må samarbeide for å gjøre bransjen tilstrekkelig motstandsdyktig for å klare å takle krisen. I tillegg vil involveringen av lokalsamfunnet bli kritisk for at bransjen skal kunne utvikle seg på en mer

bærekraftig måte. Restriksjoner på internasjonale reiser kan bli lengre enn forventet og en slik utvikling vil bli utfordrende for turistnæringen som helhet, men kan også gi muligheter for mindre utviklede turiststeder å vokse videre. I tråd med deres motstandsdyktighets-baserte rammeverk, kan småskala aktører gå seirende ut og sikre samfunnets velvære, samtidig som det tilrettelegger for bærekraftig turisme (Sharma, et al., 2021, s 9).

4.5 Managing relationships in the Tourism Supply Chain to overcome epidemic outbreaks: The case of COVID-19 and the hospitality industry in Spain

- González-Torres, T., Rodríguez-Sánchez, J, L. & Pelechano-Barahona, E. *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 92. (Januar 2021)

Artikkelen begynner med å belyse hvordan ulike deler av turistnæringen har blitt påvirket av Covid-19. Det påpekes blant annet at pandemien har resultert i en økonomisk forstyrrelse i TSC (tourism supply chain) som forårsaker en betydelig reduksjon i inntekter og skaper likviditetsproblemer for alle operatører. TSC er relasjonene bedrifter har med interessentene i bransjen, slik som leverandører, distributører, konkurrenter, myndigheter og andre selskap. Formålet med denne artikkelen er å forstå rollen forholdsstyring har mellom hotellkjeder og deres viktigste TSC aktører for å overvinne økonomiske forstyrrelser forårsaket av epidemiutbrudd (González-Torres, et al., 2021, s. 1).

I Spania ble det i 2020 gjennomført en studie knyttet til hotellkjeder, ettersom landet er en populær feriedestinasjon og har et stort antall hoteller. I tillegg har landet blitt hardt rammet av Covid-19 og er veldig proaktive angående å komme seg på beina igjen.

Likviditet er viktig for å gjenreise økonomien, og å gi effektivt likviditet krever koordinering med regjeringen innen områder som økonomi, skatt og arbeidskraft (González-Torres, et. al., 2021). «*However, according to the results of the study, in the current situation of economic disruption, relations between governments and hotel chains seem to take arm's length form*» (González-Torres et al., 2021, s. 8). Videre hevdes det at myndighetene bør spille en sentral rolle i å hjelpe bedrifter med å dempe virkningen av økonomiske forstyrrelser. Dette kan

innebære skattemessige ordninger mellom hotellbransjen og staten for å oppnå likviditet og overvinne forstyrrelsesrisiko forårsaket av pandemier.

Ifølge studien kan det å bevege seg mot en direkte salgsmoell kombinert med turoperatøren være nyttig for å øke forhandlingsstyrken til hotellkjeder i distribusjonskanalen for turisme. Dette for å oppnå større kontroll over sluttkunden og å gjøre forholdet til turoperatørene mer rettferdig (González-Torres et al., 2021, s 9).

González-Torres et al. hevder at tillit mellom aktørene er noe av det viktigste som spiller inn på forholdet mellom interessentgruppene. Dermed bør koordinering mellom hotell innebære å følge visse etiske retningslinjer for å oppnå balanse mellom samarbeid og konkurranse. Samarbeidsbedrifter bør fokusere på å lage helsestandarder, eller covid-frie sertifiseringer. Ved å gå sammen om å bruke denne typer initiativer tillater bedrifter å skape mer verdi enn de ville oppnådd ved å handle individuelt (Pomponi et al., 2015; Ann Peng et al., 2018, sitert i González-Torres, et al., 2021, s. 9).

4.6 Monitoring the impacts of tourism-based social media, risk perception and fear on tourist's attitude and revisiting behaviour in the wake of covid-19 pandemic.

- Rather, R., A.. *Current issues in tourism*. (Februar 2021)

Innledningsvis forklarer Rather (2021) at opplevd risiko er en av grunnene til at mange land har innført så strenge restriksjoner i lys av pandemien, samt ulike faktorer som er negative for turismen og hvordan mennesker opplever pandemien. Artikkelen har som formål å utforske virkningen av opplevd risiko, frykt og sosiale medier på turistenes holdning, engasjement og intensjoner om å besøke stedet igjen i forhold til Covid-19.

«Our findings indicated that, fear of COVID-19 and perceived risk have significant negative impacts on attitude and CBE (customer brand engagement). The effects of attitude and CBE on co-creation and revisit intention reveal significant positive higher path coefficients. Further, findings advocate that fear of COVID-19, perceived risk and social media indirectly

stimulates co-creation and/or revisit intent by encouraging tourist's brand engagement and attitude with the destination during pandemic» (Rather, 2021, s. 7).

Basert på disse resultatene foreslås det at markedsførere innen reiselivet kan utvikle ulike markedsføringsstrategier som understreker rollen til opplevd risiko, samt deres innvirkning på holdning eller merkevareengasjement under en pandemi. For eksempel, for å imøtekomme potensielle turister er det foreslått å utvikle ulike plattformer for tjenesteinteraksjoner, inkludert mobilapper, e-handlenettsteder, virtuelle virkelighetsbaserte berøringspunkter eller merkevaresamfunn, som dermed engasjerer viktige kunder (Rather, 2021, s. 7).

Videre hevdes det at reiselivsnæringen må være årvåken og prioritere helse og sikkerhetsrelaterte spørsmål. Beredskap eller respons til turistens frykt eller risikoreduksjon og klok bruk av sosiale medier bør prioriteres for å minimere turistens negative følelser og takle turiststrømmer (Rather, 2021, s. 8).

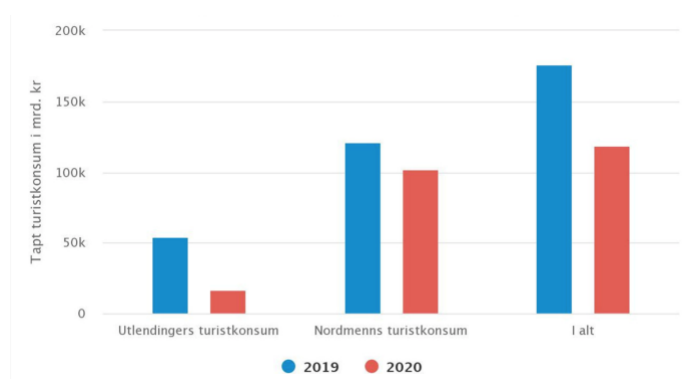
5.0 Presentasjon av funn

I dette kapitlet vil vi gå gjennom noen foreløpige effekter av Covid-19 på reiselivsnæringen, lokalt og internasjonalt. Innledningsvis vil vi presentere tall fra den norske reiselivsbransjen fra året 2020, overnattingstall fra Geiranger og Flåm, hvordan nordmenns ferievaner var i fjor sommer, og hvilke planer folk har for den kommende sommerferien. Avslutningsvis går vi inn på hvordan Covid-19 har påvirket den lokale sysselsettingen i Flåm og Geiranger, og hvordan pandemien har gått utover cruisenæringen, både lokalt og globalt. Alt dette er data som vi senere vil bruke, sammen med informasjon hentet fra litteraturstudien, til å drøfte og forsøke å finne svar på problemstillingen.

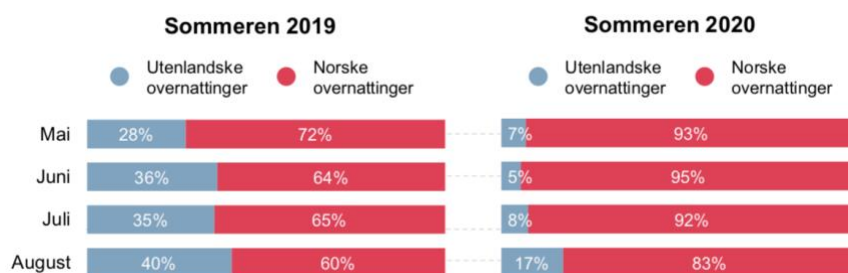
5.1 Norsk reiseliv 2020

Det norske reiselivsåret 2020 ble i stor grad preget av korona-krisen. Ifølge NHO Reiseliv (2021) tapte næringen nær 57 milliarder kroner i perioden januar-november 2020. Dette var en nedgang på drøyt 32% fra året før. Nedgangen i turistkonsumet var størst blant utenlandske turister (-68,5%) og yrkesreisende (-31%) (NHO Reiseliv, 2021). I en rapport fra

Innovasjon Norge (2020) kom det også frem at nordmenn sto for omtrent 90% av de kommersielle overnattingene i perioden mai-august, mot rundt 65% i et normalt år.



Figur 14: Turistkonsum januar-november, 2019 & 2020. Kilde: NHO Reiseliv (2021)



Figur 15: Kommersielle overnattinger i Norge, mai-august. Kilde: Innovasjon Norge (2020)

5.2 Overnattingsbransjen 2020

Ved hjelp av tall hentet fra Statistikknett Reiseliv (u.å) har vi her laget en oversikt over antall kommersielle overnattinger i kommunene Aurland og Stranda sommersesongen 2020. Juni, juli og august er normalt høysesong for destinasjonene og vi har derfor tatt utgangspunkt i disse månedene. Selv om SSB har slått sammen tallene fra Stranda og Sykkylven til én region, kan man anta at de fleste av disse overnattingene ble foretatt i Stranda, ettersom det er en mer “turistkommune” enn det Sykkylven er, hvor de fleste overnattinger trolig skjer privat.

Kommune: Stranda/Sykkylven			
Måned	Nordmenn	Utlendinger	Til sammen
Juni	19 677	422	20 099
Juli	52 666	6 448	59 114
August	24 758	13 829	38 587
Samlet sommer	97 101	20 699	117 800

Figur 16: Kommersielle overnattinger Stranda/Sykkylven, 2020. Kilde: Statistikknett Reiseliv (u.å.)

Kommune: Aurland			
Måned	Nordmenn	Utlendinger	Til sammen
Juni	15 959	641	16 600
Juli	51 153	4 912	56 065
August	23 421	8 750	32 171
Samlet sommer	90 533	14 303	104 836

Figur 17: Kommersielle overnattinger Aurland, 2020. Kilde: Statistikknett Reiseliv (u.å.)

Samlet sett var det 143 000 kommersielle overnattinger i Stranda/Sykkylven i løpet av 2020 (Statistikknett Reiseliv, u.å.) Nordmenn sto for 84% av overnattingene, mens Tyskland, Danmark og Nederland utgjorde mesteparten av utenlandsmarkedet. I Aurland Kommune var det 135 000 kommersielle overnattinger i fjor (Statistikknett, u.å.). Også her utgjorde nordmenn 84% av all overnatting, og utenlandsmarkedet bestod i hovedsak av de samme nasjonalitetene som i Stranda/Sykkylven. Generelt ser man veldig like overnattingstall fra de to destinasjonene, med en liten overvekt i favør Stranda-regionen. Dette skyldes trolig at her inkluderes også tall fra Sykkylven kommune, og hadde man tatt bort disse, ville sannsynligvis tallene ha vært bortimot identiske med statistikken fra Aurland.

I Statistisk sentralbyrå sine oversikter finnes det ikke statistikk på kommersielle overnattinger på kommunenivå før 2020. Det var derfor ikke mulig å finne tall for 2019. Det ligger derimot ute statistikk fra fylkene, og utifra det har vi prøvd å beregne et estimat også på kommunenivå. I følge Statistikknett reiseliv (u.å.) gikk antall kommersielle overnattinger i Møre og Romsdal ned med 80,7% for utlendinger sommeren 2020 kontra 2019, mens norske overnattinger økte med 54,5%. Dersom en antar at dette er tilfellet også i Stranda/Sykkylven, kan man bruke dette som et estimat for å beregne antall overnattinger i 2019.

Siden antallet utenlandske overnattinger sommeren 2020 lå på 20 699, tilsvarer dette 107 249 overnattinger i 2019, dersom nedgangen var 80,7%. Norske overnattinger lå på 97 101 i 2020, som var en økning på 54,5%, og da tilsvarer 62 549 kommersielle overnattinger i 2019. Dette estimatet anslår at det var samlet 169 798 kommersielle overnattinger i Stranda/Sykkylven i juni, juli og august 2019, der utlendinger sto for 63%. Vi vil presisere at dette er et grovt anslag basert på den informasjonen vi har tilgjengelig og medfører ikke 100% riktighet.

Kommune: Stranda/Sykkylven		
År	2019	2020
Nordmenn	62 549	97 101
Utlendinger	107 249	20 699
Totalt	169 798	117 800

Figur 18: Kommersielle overnattinger Stranda/Sykkylven, sommer 2019/2020. Kilde: Statistikknett reiseliv (u.å.)

I Vestland fylke viser tall fra Statistikknett reiseliv (u.å.) at nedgangen i utenlandske kommersielle overnattinger var på 83,9% fra 2019 til 2020. Siden antall utenlandske overnattinger lå på 14 303 sommeren 2020 i Aurland, tilsvarer dette 88 839 overnattinger i 2019. Norske overnattinger økte med 36% (Statistikknett reiseliv, u.å.), som vil si at antallet overnattinger sommeren 2019 lå på 66 568. Samlet sett utgjør dette 155 407 kommersielle overnattinger i Aurland kommune i løpet av sommeren 2019, der utlendinger utgjorde 57% av markedet.

Kommune: Aurland		
År	2019	2020
Nordmenn	66 568	90 533
Utlendinger	88 839	14 303
Totalt	155 407	104 836

Figur 19: Kommersielle overnattinger Aurland, sommer 2019/2020. Kilde: Statistikknett reiseliv (u.å.)

5.3 Nordmenns ferievaner etter Corona

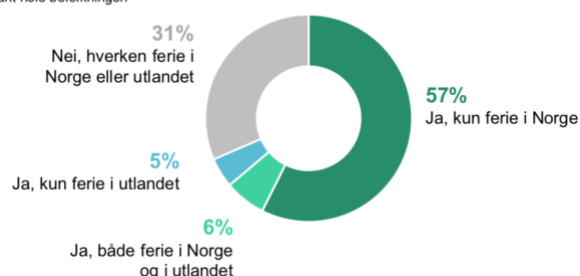
I september 2020 gjennomførte Innovasjon Norge en undersøkelse med formål om å kartlegge nordmenns feriereiser sommersesongen 2020. Vi vil her ta for oss noen av de sentrale funnene fra denne undersøkelsen, med mest fokus på tallene fra Møre & Romsdal og Vestland, ettersom det er det som er mest relevant til vår problemstilling knyttet til reiselivsnæringen i Flåm og Geiranger.

Fra undersøkelsen kom det blant annet frem at de yngste aldersgruppene var mest interessert i unike og spektakulære opplevelser og aktiviteter, mens den eldre generasjonen var mer opptatt av smittevern og at det skulle være trygt og komfortabelt, gjerne i naturen (Innovasjon Norge, 2020, s. 7). Det var også aldersgruppen 65+ som var minst på ferie i sommer (Innovasjon Norge, 2020, s. 11), noe som trolig har sammenheng med at denne aldersgruppen har større risiko for å bli alvorlig syke dersom de skulle bli smittet av korona-viruset.

Når respondentene fikk spørsmål om hvor de hadde vært på ferie i sommer, kom det frem at nærmere 90% enten ikke hadde vært på noen form for ferie, eller hadde holdt seg i Norge, mens 11% hadde vært i utlandet (Innovasjon Norge, 2020, s. 10). Det var derfor stor overvekt av Norges-ferie blant befolkningen i fjor sommer.

Har du vært på ferie- og fritidsreise i Norge og/eller utlandet i perioden mai til og med august 2020?

Blant hele befolkningen



Figur 20: Oversikt over feriereiser, Norge/Utland. Kilde: Innovasjon Norge (2020)

Det ble lagt vekt på at tiden fra planlegging til avreise ble kortere, og at de fleste turene ble gjort i egen region. At nordmenn er mer spontane ved Norges-ferie er ikke noe nytt fenomen. Nordmenn reiser gjerne etter værmeldingen, og siden de fleste reiser innenlands – og gjerne bor privat, kreves det mindre planlegging enn ved for eksempel utenlandsreiser. Fra

undersøkelsen kom det nemlig frem at 63% av feriereisende nordmenn i fjor sommer bodde enten i egen eller lånt leilighet/hytte/feriehus, eller bodde hos venner og familie (Innovasjon Norge, 2020, s. 19). Dersom en ser på tall for overnattinger i de ulike fylkene, var antall kommersielle overnattinger størst i Oslo, Møre & Romsdal og Vestland. Bare i Møre & Romsdal og Oslo oversteg andelen kommersielle overnattinger 50% (Innovasjon Norge, 2020, s. 20).

Dersom en ser på konkrete tall fra de ulike fylkene, var det 16% av de norske feriereisende som besøkte Møre & Romsdal, mens 28% la turen til Vestland fylke (Innovasjon Norge, 2020, s. 12). Vestland var dermed det nest mest besøkte fylket, etter Viken. Dette kommer trolig som følge av at Vestland er et stort fylke, som inkluderer både Bergen og populære turistdestinasjoner som Flåm, Loen og Hardanger. Møre & Romsdal skiller seg derimot ut ved at hele 87% av de besøkende kom fra et annet fylke (Innovasjon Norge, 2020, s. 12). Ingen andre fylker hadde større andel av tilreisende gjester. Fra undersøkelsen kom det også frem at nesten alle feriereisene som ble gjort i fjor sommer, holdt seg til ett fylke (Innovasjon Norge, 2020, s. 16). I den grad folk besøkte flere fylker i løpet av sommeren, ble dette i stor grad fordelt på ulike ferieturer.

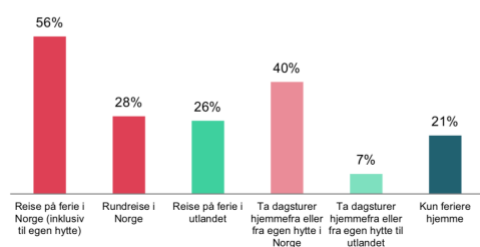
Det gjennomsnittlige døgnforbruket per person ble beregnet til å være 635 kroner (Innovasjon Norge, 2020, s. 26). Både i Vestland og Møre & Romsdal var forbruket høyere enn dette, med henholdsvis 830 og 855 kroner. Dette har trolig sammenheng med at det var en større andel kommersielle overnattinger i disse fylkene enn flere andre steder i landet. I 2019 ble døgnforbruket blant nordmenn på Vestlandet beregnet til å være 990 kroner (Innovasjon Norge, 2019, s. 6), noe som betyr at nordmenn brukte mindre penger i fjor enn året før. Til sammenligning bruker en utenlandsk turist i gjennomsnitt 1370 kroner per døgn på Vestlandet i sommersesongen (Innovasjon Norge, 2019, s. 13).

5.4 Nordmenns ferieplaner sommeren 2021

I en fersk rapport fra Innovasjon Norge virker det som at nordmenn er noe mer avventende med planleggingen av årets sommerferie, men det fremkommer 70% at har planer om Norgesferie (Innovasjon Norge, 2021, s. 7). Det legges også vekt på at bare 18% av

respondentene har bestemt seg for reisemål og hva de ønsker å oppleve (Innovasjon Norge, 2021, s. 45). Nesten halvparten svarer enten at de ikke har lagt noen ferieplaner eller at de vil ta det på sparket. Dette samsvarer godt med det vi tidligere har diskutert om at nordmenn er mer spontane når det kommer til planlegging av ferie i eget land. Trolig ønsker mange også å vente å se hvordan corona-situasjonen utvikler seg over de neste ukene og månedene.

Hvilke alternativer beskriver best hvordan du forventer å feriere i sommer? Du kan velge alle de alternativene som passer på deg. Prosent av den norske befolkning

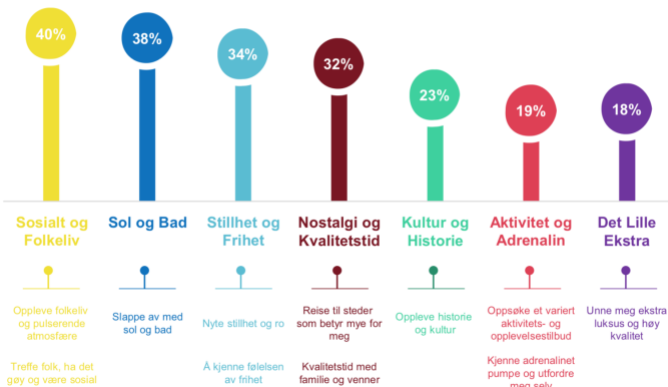


Figur 21: Ferieplaner sommeren 2021. Kilde: Innovasjon Norge (2021)

Fra rapporten kommer det frem at bærekraft er blitt mye viktigere, og hele 6 av 10 under 35 år sier at de vil endre måten de reiser på for at det skal bli mer miljøvennlig (Innovasjon Norge, 2021, s. 5).

På samme måte som i fjor, ligger naturopplevelser og aktiviteter høyt oppe på listen når nordmenn planlegger årets ferie, men interessen er ikke på et like høyt nivå (Innovasjon Norge, 2021, s. 18). Ønsket om kulturopplevelser som konserter og arrangementer er større i år enn i fjor, som trolig har sammenheng med at folk er mer lei av pandemien, og ønsker å oppleve kulturlivet igjen. Det kommer nemlig frem fra rapporten at 40% av respondentene drømmer om å oppleve et yrende folkeliv til sommeren (Innovasjon Norge, 2021, s. 22). På andre plass kommer den typiske “sol og bad”, som normalt sett er den tradisjonelle ferieformen for nordmenn.

Nordmenns motiv for å reise på ferie sommeren 2021
 Prosenten angir hvor stor andel av befolkningen som er i de ulike segmentene*. Personer kan være i flere segment.



Figur 22: Nordmenns feriemotiver sommeren 2021. Kilde: Innovasjon Norge (2021)

Når det kommer til hvor folk har tenkt å overnatte i sommer, svarer de aller fleste at de har planer om å bo privat, enten i egen eller lånt bolig, eller hos venner og familie (Innovasjon Norge, 2021, s. 42). En ser altså samme tendensene her som i fjor sommer.

Med tanke på fremkomstmiddel, svarer de aller fleste at de kommer til å benytte seg av bil når de skal reise i sommer og bare 24% svarer at de kommer til å ta fly (Innovasjon Norge, 2021, s. 43). Smittevern er i stor grad fortsatt viktig for folk, og de aller fleste svarer at de vil unngå steder med mye smitte, eller steder med mange folk (Innovasjon Norge, 2021, s. 15).

4 av 10 sier også at de vil forsikre seg om at de ikke tar med smitte tilbake til hjemstedet, før de bestemmer seg for om og hvor de vil reise på ferie i sommer (Innovasjon Norge, 2021, s. 14).

5.5 Effekten av Covid-19 på cruisenæringen – globalt og regionalt

I perioden 1980-2019 var cruiseskipindustrien det raskest voksende segmentet i det globale reiselivet. De siste 20 årene har veksten i antall cruisepassasjerer ligget på rundt 8,4% årlig og i 2019 var det 30 millioner passasjerer ombord på cruiseskip over hele verden (Nhamo et. al., 2020, s. 134). Totalt har industrien hatt en vekst på 69% siden 2009, noe som er betydelig mer enn «land-basert turisme», som har vokst med 42% i samme periode (Nhamo et. al., 2020, s. 138).

Utbruddet av Covid-19 har rammet cruiseindustrien hardt. De tre største cruiseselskapene, Carnival Cruise, Norwegian Cruise og Royal Caribbean har til sammen rundt 75% markedsandel (Crockett, 2020). Etter at hele verden ble stengt ned som følge av pandemien, stoppet også all cruisetrafikken opp. Som følge av dette, opplevde alle disse selskapene at aksjekursen stupte den andre uken i april 2020. Aksjeverdien til hvert av selskapene sank med mellom 60 og 80% (Nhamo et. Al., 2020, s. 145), og en så lav aksjeverdi har aldri blitt registrert i bransjen tidligere. Så lenge all cruisetrafikken er satt på pause, er det estimert at Carnival Cruise taper omtrent 1 milliard dollar per måned (Nhamo et. Al., 2020, s. 145). Foreløpig er det uvisst når bransjen kommer i gang igjen, og mange stiller seg derfor spørsmål om hvorvidt bransjen klarer å overleve til slutten av pandemien, og eventuelt hvor lenge de store selskapene kan gå uten noen form for inntekter.

I tillegg til den økonomiske krisen, har cruiseindustrien opplevd et vesentlig tap av omdømme som følge av pandemien. Enkelte selskaper har blant annet blitt anklaget for å sette økonomisk interesse foran passasjerenes helse og sikkerhet. Dette som følge av at de helt i starten av krisen nektet å kansellere reiser eller refundere passasjerer. I stedet valgte de å fortsette reiser med fulle cruiseskip, selv om det var tydelig at Covid-19 var i ferd med å spre seg over hele verden (Nhamo et. Al., 2020, s. 147). Dette endte med å bli et mareritt ombord på enkelte skip hvor det ble oppdaget smitte og passasjerer måtte isolere seg på lugarene. Dette var blant annet tilfellet i februar 2020 på skipet Diamond Princess, som ble satt i karantene utenfor Japan etter at en passasjer testet positivt for korona-viruset. 14 dager senere var 619 av 3700 passasjerer og mannskap bekreftet smittet. I ettertid har forskning beregnet reproduksjonstallet ombord til å være fire ganger høyere enn i Wuhan, som på dette tidspunktet var episenteret for smitten (Rocklöv, Sjödin & Wilder-Smith, 2020). Dette viser hvor lett smitte av denne typen virus sprer seg ombord på store cruiseskip, og da den nye virusvarianten ble oppdaget i slutten av 2019, var det derfor bare et spørsmål om tid før det kom til å påvirke cruisenæringen.

At all cruisetrafikken har stoppet opp, er kritisk for reisemål som Geiranger og Flåm. Her kommer nemlig en stor andel av de tilreisende turistene med cruiseskip. Geiranger og Flåm er Norges tredje og femte største cruisehavner, og de desidert største landskapshavnene. Med landskapshavner menes havner som ligger i distriktet og ikke er lokalisert i en by. Geiranger,

som er Norges tredje største havn – bak Bergen og Stavanger, tok i 2019 i mot 402 335 cruisepassasjerer, mens det i Flåm var 257 988 cruiseturister det året (Innovasjon Norge, 2019, s. 68). Dersom man tar utgangspunkt i at rundt 1 million mennesker besøker Flåm i løpet av et år, og noe færre i Geiranger, utgjør derfor cruiseturismen 25% av turismen i Flåm, og mellom 40 og 50% i Geiranger. At cruiseturistene er borte merkes derfor i stor grad for reiselivsbedriftene. Aurland Ressursutvikling, som er den største reiselivsaktøren i Flåm, rapporterte om et inntektstap på 58% i perioden januar-august 2020, sammenlignet med samme periode i 2019 (Sæle, 2020).

Stranda Hamnevesen melder om et inntektstap på 30 millioner, etter at hele cruisesesongen 2020 gikk tapt (Tomasgard, 2020). I tillegg regner en med at Stranda som region har tapt i overkant av 200 millioner kroner, basert på hvor mye passasjerene legger igjen på land. Inntektstapet kommer trolig til å bli stort også i 2021. I skrivende stund, 14. april, ligger det inne 125 planlagte cruiseanløp til Geiranger/Hellesylt den kommende sesongen, men Stranda Hamnevesen regner med at minst 70% kommer til å bli kansellert (Stranda Hamnevesen, 2021). I Flåm er det foreløpig 77 bestilte cruiseanløp, men også her regner man med en stor del avbestillinger grunnet reiserestriksjoner og smittesituasjonen i verden (Flåm Port, 2021).

5.6 Pandemiens påvirkning på den lokale sysselsettingen

Tall fra NAV viser at det var registrert 13 arbeidsledige i Aurland Kommune i mars 2019 (NAV Vestland, 2020). Et år senere var dette tallet økt til 206, noe som utgjorde 20,9% av arbeidsstyrken (NAV Vestland, 2021). Dette var en økning på hele 1485%, og Aurland var nå den kommunen i Vestland fylke med høyest arbeidsledighet.

Nærmere halvparten av de arbeidsledige var tilsette i det lokale selskapet Flåm AS. Her ble 96 av de 120 ansatte permittert og 250 sesongarbeidere fikk beskjed om at de ikke hadde arbeid den kommende sesongen (Næro, et. Al. 2020). Selskapet driver blant annet flere overnatting-, serveringssteder og aktivitetsvirksomheter, samtidig som de eier 50% av både Flåmsbana og fjordcruiseselskapet The Fjords. Før pandemien inntraff hadde selskapet en forventet omsetning på rundt 700 millioner kroner i 2020 (Næro, et. Al. 2020).

I løpet av det siste året har ledigheten gått ned med 60%, men Aurland er fortsatt den kommunen i Vestland med prosentmessig høyest ledighet (NAV Vestland, 2021). Tall fra februar 2021 viser at det er registrert 84 arbeidsledige personer i kommunen, noe som utgjør 8,5% av arbeidsstyrken.

I mars 2020 var det registrert 237 arbeidsledige i Stranda Kommune, som på dette tidspunktet utgjorde 9,3% av arbeidsstyrken (NAV Møre & Romsdal, 2020). Dette var en økning på 464% fra måneden før. Per 16. mars 2021 er det registrert 64 arbeidsledige i Stranda Kommune, og ledigheten i kommunen ligger på 2,6% (NAV Møre & Romsdal, 2021). Dette er på omtrent samme nivå som gjennomsnittet for Møre & Romsdal, som ligger på 2,8% (NAV Møre & Romsdal, 2021). Grunnen til at ledigheten er såpass lav i Stranda, er at kommunen har mye annen industri i tillegg til reiselivet. I kommunesenteret Stranda ligger blant annet Grandiosa-fabrikken til Orkla, møbelprodusenten Slettvoll, fiskeprodusenten Norsk Sjømat og kjøttprodusenten Grilstad (Andersen & Marthinussen, 2021). Dette er bedrifter som har klart seg svært godt gjennom pandemien, og arbeidsledigheten gir derfor et «skjevt» bilde av situasjonen i reiselivet. Dersom man ser konkret på Geiranger, der størstedelen av lokalbefolkningen har tilknytning til reiselivsnæringen, er situasjonen helt annerledes. Hjørnesteinsbedriften i bygda, tradisjonsrike Hotel Union, har normalt rundt 60 ansatte på vinterstid. Etter at Norge stengte ned 12. mars i fjor, ble alle de ansatte, med unntak av et par sentrale stillinger, permitterte (Holmes & Oddstad, 2020). Det var også uvisst hvor mange av de 130/140 sommeransatte som ville ha en jobb å gå til den kommende sesongen. Etter en noe mer normal smittesituasjon på sommeren var det en økende optimisme å spore, men i desember måtte hotellet på nytt stenge ned. En ny smittebølge og strengere tiltak gjorde det vanskelig for hotellet å holde åpent, og igjen ble de ansatte permittert (Korsnes & Tyssing, 2020). Det er derfor grunn til å anta at ledigheten i Geiranger ligger på et mye høyere nivå enn i resten av kommunen.

6.0 Resultat

I det følgende kapittelet vil vi presentere det vi har kommet frem til som svarer på problemstillingen. Videre vil vi gjennomføre en drøfting der vi tar i bruk teori knyttet opp mot statistikk og data vi har benyttet oss av i oppgaven, i tillegg til egne refleksjoner rundt

funnene. Avslutningsvis kommer en konklusjon som understreker svaret på problemstillingen og hva vi har kommet frem til.

6.1 Svar på problemstilling

Basert på den informasjonen vi har hentet inn fra statistikk og litteratur, vil vi nå prøve å finne et svar på problemstillingen vår:

“Hvordan påvirker Covid-19 reiselivsnæringen i Flåm og Geiranger?”

Både Geiranger og Flåm opplevde en stor reduksjon av internasjonale turister i 2020, og en økning av norske feriereisende. Det vi lurer på da er: hvor stort ble egentlig det økonomiske tapet av utenlandsk turisme, og klarte nordmenn å redde noe av næringen?

Basert på døgnforbruket per person i 2019 og 2020, vil vi nå estimere hvor stor den økonomiske forskjellen ble. Vi vil her ta utgangspunkt i sommermånedene juni, juli og august, ettersom det er disse som regnes som høysesongen. Estimater er basert på kommersielt overnattende turister, og tar ikke med eventuelle dagsturister som er innom destinasjonene. Med i betraktningen er heller ikke de som overnatter “ikke kommersielt”, slik som fricampere, eller de som bor privat enten hos venner og familie eller i eksempelvis egen hytte. Det finnes derfor en viss feilmargin i våre utregninger. Døgnforbruket er hentet fra ulike rapporter fra Innovasjon Norge, og er tidligere nevnt i kapittelet om nordmenns ferievaner. Foreløpig ligger det ikke ute noen rapporter som sier noe om utlendingers døgnforbruk i 2020, og vi tar derfor forutsetning om at den er lik som i 2019.

2019		
Stranda	Nordmenn	Utlendinger
Døgnforbruk	kr 990	kr 1 370
Antall besøkende	62 549	107 249
Omsetning	kr 61 923 510	kr 146 931 130
Samlet omsetning	kr 208 854 640	

Figur 23: Samlet omsetning, Stranda, sommer 2019. Kilde: Statistikknett Reiseliv (u.å.)

2020		
Stranda	Nordmenn	Utlendinger
Døgnforbruk	kr 855	kr 1 370
Antall besøkende	97 101	20 699
Omsetning	kr 83 021 355	kr 28 357 630
Samlet omsetning	kr 111 378 985	

Figur 24: Samlet omsetning, Stranda, sommer 2020. Kilde: Statistikknett Reiseliv (u.å.)

Ut i fra våre beregninger kan man se en nedgang i omsetningen på 97,5 millioner kroner fra 2019 til 2020 i Stranda. Her har vi heller ikke tatt med inntektene fra cruiseturister, som normalt utgjør en stor del av omsetningen. Da Innovasjon Norge gjennomførte en omfattende cruiseunderøkelse sommeren 2019, kom det frem at en cruiseturist i gjennomsnitt bruker 540 kroner på land i Norge (Innovasjon Norge, 2019, s. 16). Geiranger tok i mot 402 335 cruisegjester i 2019, og en kan da anslå en samlet omsetning på i overkant av 217 millioner kroner fra cruiseturismen. Vi antar at et normalt 2020 hadde gitt omtrent samme resultat som 2019, og den samlede tapte inntekten for Stranda-regionen sommeren 2020 blir dermed på 315 millioner kroner.

2019		
Aurland	Nordmenn	Utlendinger
Døgnforbruk	kr 990	kr 1 370
Antall besøkende	66 568	88 839
Omsetning	kr 65 902 320	kr 121 709 430
Samlet omsetning	kr 187 611 750	

Figur 25: Samlet omsetning, Aurland, sommer 2019. Kilde: Statistikknett Reiseliv (u.å.)

2020		
Aurland	Nordmenn	Utlendinger
Døgnforbruk	kr 830	kr 1 370
Antall besøkende	90 533	14 303
Omsetning	kr 75 142 390	kr 19 595 110
Samlet omsetning	kr 94 737 500	

Figur 26: Samlet omsetning, Aurland, sommer 2020. Kilde: Statistikknett Reiseliv (u.å.)

For Aurland blir den tapte inntekten sommeren 2020 kontra 2019 på like under 93 millioner kroner. Legger vi til de 257 988 cruisepassasjerene fra 2019, som gir en inntekt på 139 millioner, blir den samlede tapte omsetningen på 232 millioner kroner.

Vi ser derfor at internasjonal turisme, både cruise og andre feriereisende, utgjør en så enormt stor del av det lokale reiselivet, at det er umulig, selv med en økt strøm av norske turister, å dekke dette tapet.

Videre kan vi se på mulige scenarioer for 2021. Basert på undersøkelsene fra Innovasjon Norge er det grunn til å anta at nordmenns feriemønster etter alt å dømme blir nokså likt i år som i fjor. Vi antar derfor at besøkstallene og inntjeningen fra norske turister i Geiranger og Flåm blir omtrent på samme nivå som i fjor. Det store usikkerhetsmomentet blir da hvordan det blir med de utenlandske turistene. I januar innførte den norske regjeringen svært strenge innreiserestriksjoner som i praksis betyr at kun norske statsborgere slipper over grensen. Disse restriksjonene gjelder foreløpig til 24. mai, men kan bli forlenget (Regjeringen, 2021). Det vil si at utenlandske turister trolig ikke kan komme til Norge før tidligst i juni. Ved lanseringen av den nye reiselivsstrategien 6. mai, påpekte næringsminister Iselin Nybø at man nå dobler midlene til markedsføringen av norske reisemål, for å sikre at utenlandske turister velger Norge som destinasjon når grensene blir åpnet igjen (Regjeringen, 2021).

Dersom det første scenariet til UNWTO slår til, og internasjonal turisme begynner å ta fart i juli, kan dette redde mye av det norske reiselivet. Normalt er august den store feriemåned i mange land i Europa, og åpne grenser ville ha betydd mye for den norske næringen. Dersom det andre scenariet slår til, og internasjonal turisme ikke er på vei opp igjen før i september, vil det ha en mindre, men likevel positiv effekt på næringen. Basert på de to scenariene til UNWTO, nevnt i delkapittel 2.7, vil vi nå gjøre et estimat på hvor mange utenlandske turister man kan forvente i Geiranger og Flåm de neste månedene. I det første scenariet til UNWTO (u.å.) blir nedgangen på 55% for internasjonale turistankomster i forhold til 2019, mens det andre scenariet gir en nedgang på 67%. I disse beregningene tar vi utgangspunkt i året som helhet, og ikke bare sommermånedene.

Kommune: Aurland			
	2019	Scenario 1 (-55%)	Scenario 2 (-67%)
Utenlandske turister	102 432	46 094	33 803
Omsetning		kr 63 149 328	kr 46 309 507

Figur 27: Estimert antall utenlandske turister, Aurland, 2021. Kilde: Statistikknett Reiseliv (u.å.); UNWTO (u.å.)

Kommune: Stranda			
	2019	Scenario 1 (-55%)	Scenario 2 (-67%)
Utenlandske turister	87 158	39 221	28 762
Omsetning		kr 53 732 907	kr 39 404 132

Figur 28: Estimert antall utenlandske turister, Stranda, 2021. Kilde: Statistikknett Reiseliv (u.å.); UNWTO (u.å.)

Tabellene over viser et estimat på antall utenlandske kommersielle overnattinger i Aurland og Stranda, basert på scenariene til UNWTO. Tabellene viser i tillegg en forventet omsetning dersom scenariene slår til, basert på at utlendingers døgnforbruk på Vestlandet fortsatt ligger på 1370 kroner. Ved begge scenariene ser man en bedring fra situasjonen i 2020. Dette forutsetter likevel at situasjonen rundt pandemien blir "normal" igjen fra juli/september, og at grensene holdes åpne resten av året. Vi antar at 2021 blir for tidlig for cruiseindustrien å komme ordentlig i gang igjen, og legger derfor til grunn at det ikke blir noe cruiseturisme på verdensarvfjordene i år heller. Dersom den norske turismen blir på samme nivå som i fjor, får vi følgende resultat:

2021			
Stranda	Nordmenn	Utlendinger (Scenario 1)	Utlendinger (Scenario 2)
Døgnforbruk	kr 855	kr 1 370	kr 1 370
Antall besøkende	86 567	39 221	28 762
Omsetning	kr 74 014 785	kr 53 732 770	kr 39 403 940
Samlet omsetning (Scenario 1)	kr 127 747 555		
Samlet omsetning (Scenario 2)	kr 113 418 725		

Figur 29: Forventet omsetning, Stranda, scenario 1 & 2. Kilde: Statistikknett Reiseliv (u.å.); UNWTO (u.å.)

2021			
Aurland	Nordmenn	Utlendinger (Scenario 1)	Utlendinger (Scenario 2)
Døgnforbruk	kr 830	kr 1 370	kr 1 370
Antall besøkende	79 178	46 094	33 803
Omsetning	kr 65 717 740	kr 63 149 328	kr 46 309 507
Samlet omsetning (Scenario 1)	kr 128 867 068		
Samlet omsetning (Scenario 2)	kr 112 027 247		

Figur 30: Forventet omsetning Aurland, scenario 1 & 2. Kilde: Statistikknett Reiseliv (u.å.); UNWTO (u.å.)

Slår scenario 2 til, vil situasjonen i den lokale reiselivsnæringen bli nokså likt fjoråret, mens et mer optimistisk scenario 1 vil gi et bedre resultat. Dette forutsetter som sagt at landegrensene holdes åpne utover sensommeren, høsten og vinteren, og at nordmenn i hovedsak ferierer i eget land i sommer. Det er mye som tyder på at vi nærmer oss slutten på pandemien, og hyppige vaksinasjoner i tiden som kommer samt innføringen av vaksinepass i Europa, gjør at det er lov å håpe at scenario 1 er det som blir realisert. Likevel vil det trolig bli tøffe tider for reiselivsnæringen også i årene som kommer. Som hevdet av Skare et al. (2021) vil veksten i næringen gå sakte de første fem årene, og dersom det mest pessimistiske scenariet til UNWTO slår til, vil ikke internasjonal turisme være ordentlig i gang igjen før mot slutten av 2024. Det er derfor kritisk at reiselivsbedriftene og destinasjonene som helhet får hjelp og støtte fra myndighetene også den kommende tiden, for å overleve frem til verden blir helt normal igjen.

6.2 Drøfting

Hensikten med denne oppgaven var å belyse problemstillingen knyttet til reiselivsnæringen i Flåm og Geiranger i forhold til den pågående korona-krisen. Det globale reiselivet har tidligere opplevd store kriser, men ingen har hatt en slik langvarig negativ effekt på næringen som den nåværende pandemien. Skare et al. (2021) hevder at 500 millioner arbeidsplasser kan gå tapt som følge av pandemien og at ingen tidligere kriser er sammenlignbare med den utfordrende situasjonen man nå står i. Det er likevel håp om at næringen kan utvikle seg til det bedre i fremtiden, og som påpekt av Sharma, et al (2021, s 9): «kan turismesektoren ende opp med å utvikle seg på en mye mer bærekraftig måte etter pandemien». Dette kan oppnås ved å tilpasse seg endringene og fokusere på de positive effektene av pandemien, slik som positive miljøendringer. Å legge til rette for småskala aktører er muligens veien å gå, og kan

være med på å utvikle reiselivsnæringen i en mer bærekraftig retning (Sharma, et. al., 2021). Gössling et al (2020) hevder at reiselivsnæringen indirekte har vært med på å “skape” pandemien, grunnet de store klimautslippene næringen medfører. Ved å utvikle næringen mer bærekraftig på både kort og lang sikt, vil man ikke bare være bedre rustet til å stå i mot fremtidige kriser, men også potensielt kunne avverge lignende pandemiutbrudd i fremtiden. Dette gjelder for såvidt ikke bare for reiselivsnæringen, men for all global industri generelt.

Begrepet bærekraft har blitt nevnt flere ganger i løpet av oppgaven, og er et tema som hyppig har blitt tatt opp de siste årene. Fra den ferske rapporten til Innovasjon Norge (2021) kom det blant annet frem at 6 av 10 unge vil endre måten de reiser på for å bli mer miljøbevisste. Som tidligere nevnt er bærekraft og miljøhensyn særs viktige for reisemål som Geiranger og Flåm, som er en del av UNESCOs verdensarvliste. I tidligere år har det store antallet cruiseskip på verdensarvfjordene skapt stor debatt, men etter utbruddet av pandemien har ikke dette lenger vært en relevant problemstilling, ettersom de aller fleste cruiseskip har ligget til havn det siste året. Dette har gjort at reiselivsnæringen har tapt enormt store summer, men har også bidratt til å redusere klimautslippene ved destinasjonene betraktelig. Ser man på gjennomsnittlig døgnforbruk blant cruiseturister i forhold til klimautslippene, kommer cruisenæringen dårlig ut, og det er lett å si at man bare burde kutte ut denne formen for turisme helt. Det er likevel en mye mer kompleks problemstilling enn som så. Det er det store volumet av cruiseturister som gjør at det økonomisk blir en ekstremt innbringende næring for lokalsamfunnene. At små samfunn som Geiranger og Flåm har basert seg på cruiseturisme i så stor grad, gjør også at de blir ekstremt sårbare når krisesituasjoner, som den vi står i nå, inntreffer. Noe som kompliserer situasjonen mer, er at det fra 2026 skal være helt utslippsfritt i verdensarvfjordene. Per dags dato finnes det ikke cruiseskip som oppfyller disse kravene, og det hevdes også at det er for tidlig å forvente at skipene skal være utslippsfrie allerede om fem år (Tomasgard, 2020). Med tanke på at internasjonal turisme kanskje ikke er ordentlig i gang igjen før mot utgangen av 2024, og det bare kommer til å bli enda strengere miljøkrav de neste årene, er det ikke utenkelig at cruiseturismen i Geiranger og Flåm kanskje aldri kommer tilbake på samme nivå som i 2019. Hvordan det lokale næringslivet klarer å omstille seg til dette, er per dags dato umulig å spå.

Det er viktig også å påpeke at bærekraft handler om mer enn bare miljø. At klimautslippene det siste året har blitt redusert er gode nyheter, men det har lite å si dersom et helt

lokalsamfunn kollapser fordi hele det økonomiske livsgrunnlaget har blitt revet bort. Det er derfor sentralt at man finner den riktige balansen mellom hvordan man skal ivareta miljøhensyn samtidig som man sikrer økonomisk levedyktige lokalsamfunn. Man bør derfor, som hevdet av Gössling et. al., gjennomgå en kritisk vurdering av dagens volumturisme, og bruke denne krisen som et “wake up call” for å endre fremtidens turisme til å samsvare med bærekraftsmålene, både økonomisk og miljømessig. Dette er noe som bør gjøres med et langsiktig perspektiv, og ikke kan gjøres “over natten” for å sikre at bedriftene klarer å omstille seg. Den nye reiselivsstrategien er et steg i riktig retning for å få reiselivsnæringen til å ordentlig bli en del av “det grønne skiftet” (Innovasjon Norge, 2021), men det aller viktigste for bedriftene per dags dato handler om målrettede tiltak for å overleve gjennom krisen. Som hevdet av Gonzalez-Torres et. al., (2020), bør myndighetene ta grep og hjelpe bedrifter med å dempe virkningen av økonomiske forstyrrelser forårsaket av pandemien.

Pandemien har ikke bare påvirket reisemålene økonomisk, men har også gått utover sosiale forhold i lokalsamfunnene. I Flåm har arbeidsledigheten skutt i været siden mars i fjor, og Aurland kommune har fortsatt den høyeste ledigheten i Vestland fylke (NAV Vestland, 2021). I Stranda har ikke ledigheten blitt påvirket i like stor grad, men dette kommer som et resultat av mye annen næring i kommunen, som vi tidligere har gått inn på. I Geiranger utgjør reiselivet 65% av all næring i bygda (Menon Economics, 2017), og ledigheten her er sannsynligvis mye høyere enn i resten av kommunen. I Flåm antar man at hver tiende husstand har sitt virke i det lokale selskapet Flåm AS (Nærø, et. al., 2020). Dette er enormt mange i et lite lokalsamfunn med under 400 innbyggere. I Geiranger er situasjonen like kritisk, hvor det hevdes at rundt halvparten av arbeidsplassene i bygda er tilknyttet Hotel Union (Holmes & Oddstad, 2020). At bedriftene står i en kritisk økonomisk situasjon spiller derfor i aller høyeste grad også en sentral rolle for lokalsamfunnet som helhet.

Artikkelen *Proximal and distal post-COVID-19: A resilience-based framework*, av Miao et. al, tok blant annet for seg turistatferd det siste året sammenlignet med etter utbruddet av SARS i 2003. Studien var i hovedsak basert på kinesiske turister, og det var tydelige likheter i atferden etter de to sykdomsutbruddene. Folk reiste innenlands, valgte destinasjoner de selv kunne kjøre til, unngikk rundreiser og var mer opptatt av utendørsaktiviteter enn tidligere. Generelt så man at folk i aller største grad var opptatt av å eksponere seg minst mulig for potensiell smitte. Dette er atferdsmønster man også så her i Norge. Fra rapportene til

Innovasjon Norge kom det nemlig fram at rundt 90% av nordmenn ferierte i eget land i fjor sommer, og at de fleste kommer til å gjøre det i år også. Folk holdt seg gjerne til ett geografisk område i løpet av ferien, og de aller fleste benyttet også bil for å komme seg frem til destinasjonene. I tillegg var naturattraksjoner og aktiviteter blant de mest populære i fjor, og ser ut til å ligge høyt på listen også i år. Dette er positivt for destinasjoner som Flåm og Geiranger, som i stor grad er kjent for sine spektakulære naturomgivelser. At destinasjonene ligger i distriktet og i områder med generelt lite smitte, er også noe som trolig har medvirket til en stor del norske besøkende. Ifølge Rather (2021), er det viktig at reiselivsnæringen nå prioriterer helse og sikkerhet, i tillegg til å respondere til turistens frykt og redusere risiko for å lokke gjestene tilbake.

Fra årets undersøkelse fra Innovasjon Norge kom det frem at folk drømmer mer om yrende folkeliv og kulturopplevelser enn i fjor, men i dagens smittesituasjon virker det som at dette fortsatt er et stykke unna. At folk ønsker en tradisjonell “sol og bad”-ferie, virker heller ikke helt realistisk med det første, ettersom det kan tyde på at utenlandsreiser fortsatt kommer til å bli frarådet en stund fremover. Folk virker å fortsatt være opptatt av smittevern, og det er derfor stor grunn til å anta at årets feriemønster kommer til å bli nokså likt fjoråret.

6.3 Konklusjon

I denne oppgaven har vi tatt for oss hvordan de to turistdestinasjonene Geiranger og Flåm har blitt påvirket som følge av korona-pandemien, både økonomisk og sosialt. Vi har sett på den utfordrende situasjonen for enkeltbedrifter, men også hvordan reisemålene som helhet, og lokalsamfunnet har endret seg det siste året.

Flåm og Geiranger er blant de sterkeste merkevarene i norsk reiseliv, og det er lite som tyder på at dette kommer til å endre seg etter pandemien. Vi har sett at atferdsmønsteret til norske feriereisende har endret seg det siste året, som har vært en fordel for de to destinasjonene, som opplevde en økning av norske turister. Det økonomiske tapet etter bortfallet av utenlandske turister ble derimot enormt stort. Økt strøm av norske feriereisende var ikke nok til å dekke dette tapet, og for å sikre at de lokale reiselivsbedriftene overlever på sikt, er man derfor avhengige av at den internasjonale turismen snart er i gang igjen. Det er vanskelig å spå når dette vil skje, men det er mye som tyder på at vi går mot slutten av pandemien. Det er derfor lov å håpe at ting kan være bortimot normale i løpet av høsten, og i alle fall til neste år.

Inntil det skjer, får man bare håpe at de lokale reiselivsbedriftene overkommer de store utfordringene knyttet til pandemien. Ikke bare for sin egen del, men for lokalsamfunnene som helhet. Økonomisk utfordrende tider for bedriftene har nemlig medvirket til stor arbeidsledighet i de to turistbygdene, og det er vanskelig å spå hvordan dette vil påvirke to små lokalsamfunn på lang sikt.

I etterkant av pandemien ser man også viktigheten av en bærekraftig utvikling av reiselivet, både økonomisk og miljømessig, og dette er noe som burde få mer fokus i tiden som kommer. Kanskje er tiden forbi der Geiranger og Flåm er de to store cruisedestinasjonene, og man bør derfor gjøre en vurdering av hvordan man ønsker at det fremtidige reiselivet skal se ut. Ved å utvikle reiselivet mer bærekraftig, kan man være bedre rustet til fremtidige krisesituasjoner, og muligens også være med på å avverge lignende kriser. Det er likevel viktig å poengtere at dette er noe som bør skje gradvis, for å sikre at bedriftene og destinasjonene klarer å omstille seg, og sikrer økonomisk levedyktighet på både kort og lang sikt.

7.0 Litteraturliste:

Andersen, J. E. & Marthinussen, L. (2021, 26. mars). Krisepakke-bom: - Virkelighetsfjernt. *Børsen*. Hentet 8. april 2021 fra: <https://borsen.dagbladet.no/nyheter/krisepakke-bom---virkelighetsfjernt/73577776>

Benito, J. S. (2020, 10. Desember) *Visste du at definisjonen på «pandemi» ble endret av WHO?* Hemali. <https://hemali.no/siste/visste-du-at-definisjonen-pa-pandemi-ble-endret-av-who/>

Blake, A. & Sinclair, T. M. (2003). Tourism crisis management: US response to September 11. *Annals of tourism research*, 30(4), 313-832.
<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0160738303000562?token=57DAB92C096F98BDEA19D77E1747FA2FBBA2EB1CD18C5F791BA8AD567C9A40E4B450F151D8C68937D7A0F479F630AD7C&originRegion=eu-west-1&originCreation=20210412103741>

Crockett, Z. (2020, 15. mars). *The economics of cruiseships*. The Hustle. Hentet 18. mars 2021 fra: <https://thehustle.co/the-economics-of-cruise-ships/amp/>

Dalgard, O., Klein, J., Jensen, H. L. B. (2021). Covid-19. I *Store medisinske leksikon* på snl.no. <https://sml.snl.no/covid-19>

Dalland, O. (2017). *Metode og oppgaveskriving* (6. utg.). Gyldendal Akademisk

Davitt, D (2010, 18. januar). *International tourism arrivals fall by -4% in 2009*. The Moodie Davitt Report. Hentet 20. april 2021 fra: <https://www.moodiedavittreport.com/international-tourism-arrivals-fall-by-4-in-2009/>

Destinasjon Geirangerfjord. (u.å.) *Facts about Geiranger and surroundings*. Fjord Norge. Hentet 5. mars 2021 fra: <https://www.fjordnorway.com/geiranger/at-your-service/facts-about-geiranger-and-sourroundings>

Dybedahl, P. & Haukeland, J. V. (Oktober, 2017). *Besøksforvaltning og lokalsamfunnsutvikling i verdensarvområdene Nærøysfjorden og Geirangerfjorden* (TØI rapport 1585/2017) Hentet fra: <https://www.toi.no/getfile.php?mmfileid=46884>

Fjord Norge. (u.å.) *UNESCO-attraksjoner*. Fjord Norway. Hentet 2. mars 2021 fra: <https://no.fjordnorway.com/se-og-gjoere/historie-og-kulturarv/unesco-attraksjoner>

Fjord Tours. (u.å.) *Flåm..* Hentet 5. mars 2021 fra: <https://www.fjordtours.com/no/steder-i-norge/flam/>

Flåm Port (2021, 13. april). *Ship Arrivals 2021*. Hentet 14. April 2021 fra: <https://www.flamport.no/ship-arrivals2021>

Folkehelseinstituttet. (2020, 7. Mai). *Koronavirus – fakta og håndtering i Norge: Koronavirus*. Helsenorge. Hentet 15 mars fra: <https://www.helsenorge.no/koronavirus/fakta-og-handtering-i-norge#om-utbruddet>

Folkehelseinstituttet. (2021, 11. Februar). *Fakta om Koronaviruset SARS-CoV-2 og sykdommen covid-19: Koronavirus – fakta, råd og tiltak*. Hentet 16 mars fra: <https://www.fhi.no/nettpub/coronavirus/fakta-og-kunnskap-om-covid-19/fakta-om-koronavirus-coronavirus-2019-ncov/?term=&h=1>

Geirangerfjorden Verdsarv (u.å.). *Om verdsarven*. Norsk Fjordsenter. Hentet 27. april 2021 fra: <https://www.fjordsenter.com/om-verdsarven/>

González-Torres, T., Rodríguez-Sánchez, J. L. & Pelechano-Barahona, E. (2021). Managing relationships in the Tourism Supply Chain to overcome epidemic outbreaks: The case of COVID-19 and the hospitality industry in Spain. *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 92. <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0278431920302851?token=83A9924D96D90166970E378AC5A606CCF1EAC4930622D756B3BF4BD7FE4DE4BB2B255898040CD4FB7115CB45BC5B0589&originRegion=eu-west-1&originCreation=20210423102418>

Granseth, T. (2012, 3. februar) *Overnattingsvirksomhet*. Hentet 6. mai 2021 fra:

https://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/sa_126/overnatting.pdf

Gössling, S., Scott, D. & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of covid-19. *Journal of sustainable tourism*, 29(1), 1-20.

<https://www.tandfonline.com/doi/epub/10.1080/09669582.2020.1758708?needAccess=true>

Holmes, M. & Oddstad, G. (2020, 20. April). 196 rom står tomme: - Vi kommer aldri til å klare å ta igjen tapet. *VG*. Hentet 8. april 2021 fra:

<https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/Jo5eJ6/196-rom-staar-tomme-vi-kommer-aldri-til-aa-klare-aa-ta-igjen-tapet>

Horner, S. & Swarbrooke, J. (2016). *Consumer behaviour in tourism* (3. utg). Routledge

Innovasjon Norge. (2019) *Nøkkeltall om norsk turisme 2019* (ISSN 1894-0595) Hentet 26. februar 2021 fra:

https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/N_kkeltall_o_m_norsk_turisme_2019_ny_c28e515f-43f7-43ea-8e7d-6fd01a6ea85b.pdf

Innovasjon Norge. (2019) *Utenlandske turister på Vestlandet i lavsesongen*. Hentet 5. mai 2021 fra: <https://no.fjordnorway.com/dbimngs/Turistundersøkelsen-2019-Go-Viking-rapport-innovasjon-norge.pdf>

Innovasjon Norge. (2019) *Vestlandet* (Powerpoint). Hentet 6. mai 2021 fra:

https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Regionsrapport_for_Vestlandet_TU2019_cc32cc92-4cc7-43bd-b5e4-742a44cebd41.pdf

Innovasjon Norge. (2020, september) *Nordmenns ferievaner i Norge sommeren 2020*. (Powerpoint) Hentet 2. mai 2021 fra:

https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Nordmenn_sommeren_2020_og_fremover_8973a688-8d2d-424a-bb59-84e3c1fdb090.pdf

Innovasjon Norge (2021, 7. april). *Nasjonal reiselivsstrategi 2030*. Hentet 9. mai 2021 fra: https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Nasjonal_Reiselivsstrategi_2021_1_2a784ce5-7b8f-438d-a40b-65a68707dff5.pdf

Innovasjon Norge (2021). *Nordmenns ferieplaner og reisemotiv i 2021*. (Powerpoint) Hentet 4. mai 2021 fra: https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Innovasjon_Norge_Koronabarometer_v_r_2021_08a8c9ea-1880-4fe2-a62a-744578ed8344.pdf

Jacobsen, J. K. S. & Viken, A. (2014). *Turisme - fenomen og næring* (4. utg.). Gyldendal Akademisk

Kamfjord, G. (2015). *Det helhetlige reiselivsproduktet - reisemålet*. (5. utg). Fagspesialisten

Korsnes, M. K. & Tyssing, A. (2020, 1. desember). – Det er ein svært tung situasjon. *NRK*. Hentet 8. april fra: <https://www.nrk.no/mr/hotell-i-geiranger-stenger-ned-pa-ubestemt-tid-1.15268389>

Leedy, P. D. & Ormrod, J. E. (2015). *Practical research: planning and design* (11. utg.). Pearson

Menon Economics, (2018, 28. oktober). *Reiselivsnæringens verdi* (Menon-rapport nr. 104/2018). Hentet 14 april 2021 fra: <https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/7c0f264418d84b3ab309a43e7fa9ef75/reiselivsnaringens-verdi-2018.pdf>

Menon Economics. (2017, 4. juli). *Analyse av reiselivet ved Geiranger/Trollstigen* (PowerPoint). Hentet 11. april 2021 fra: <https://docplayer.me/64518293-Analyse-av-reiselivet-ved-geiranger-trollstigen.html>

Miao, L., Im, J., Fu, X., Kim, H. & Zhang, Y (2021) Proximal and distal post-COVID travel behavior. *Annals of tourism research*, vol. 88, 103159. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738321000219?via%3Dihub>

NAV Møre & Romsdal. (2020, 3. april). *13 876 helt arbeidsledige i Møre & Romsdal* (Pressemelding) Hentet 16. mars 2021 fra: <https://www.nav.no/attachment/inline/d54a5fc7-8e6c-4cd9-b8b0-3ae6fc777e62:1b99d1a1aeb613f44139c250e9ae3bef77a513b/Pressemelding%20om%20arbeidsledigheten%20i%20mars%202020,%20rettet.pdf>

NAV Møre & Romsdal. (2021, 16. mars). *Oversikt over ledige i Møre & Romsdal*. NAV. Hentet 16. mars 2021 fra: <https://www.nav.no/no/lokalt/more-og-romsdal/statistikk-og-analyse/statistikk-og-analyse/ukentlig-statistikk-over-arbeidsledige>).

NAV Vestland. (2020, 3. april). *Ledighet etter kommune i Vestland*. (Pressemelding). Hentet 16. mars 2021 fra: <https://public.tableau.com/profile/daniel.varne.vernes#!/vizhome/20-03GrafikkPArbeidsmarkedetVestlandpubl/Mars2020story>

NAV Vestland. (2021, mars) *Ledighet siste måned etter kommune i Vestland* (Pressemelding) Hentet 16. mars 2021 fra: <https://public.tableau.com/profile/nav.vestland#!/vizhome/Grafikkpressemeldingarbeidsmarkedet/DBIntro>

Nhamo, G., Dube, K. & Chikodizi, D. (2020). *Counting the cost of Covid-19 on the global tourism industry*. Springer. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-56231-1>

NHO Reiseliv (2021, 7. januar). *Oppdatert analyse: Norsk reiseliv har tapt 57 milliarder kroner på koronakrise*. Hentet 29. april 2021 fra: <https://www.nhoreiseliv.no/vi-mener/koronavirus/nyhet/2020/reiselivet-har-tapt-41-milliarder/>

NHO Reiseliv (u.å.) *Tall og fakta om reiselivsnæringen*. NHO Reiseliv. Hentet 26. februar 2021 fra: <https://www.nhoreiseliv.no/tall-og-fakta/>

Norway's best (u.å) *Norway's best AS og Aurland Ressursutvikling AS*. Hentet 8.mai 2021 fra: <https://www.norwaysbest.com/no/information/corporate-information/>

NOU 2000:24 (2000) *Et sårbart samfunn*. Statens forvaltningstjeneste. Hentet fra:
<https://www.regjeringen.no/contentassets/1c557161b3884335b4f9b89bbd32b27e/no/pdfa/nu200020000024000dddpdfa.pdf>

NTB (2020, 11. mars). WHO: *Virusutbruddet er en pandemi*. forskning.no. Hentet fra:
<https://forskning.no/ntb-sykdommer-virus/who-virusutbruddet-er-en-pandemi/1653871>

Nærø, A. F., Hopland, S., Sagmoen, I., Skodvin, H. & Solstad, F. (2020, 3. mai).
Coronaviruset har gjort tusenvis arbeidsledige – i Flåm mistet bygda livsgrunnlaget over natten. *E24*. Hentet 16 mars 2021 fra: <https://e24.no/naeringsliv/i/OpAxj1/coronaviruset-har-gjort-tusenvis-arbeidsledige-i-flaam-mistet-bygda-livsgrunnlaget-over-natten>

Rather, R, A. (2021) Monitoring the impacts of tourism-based social media, risk perception and fear on tourist's attitude and revisiting behaviour in the wake of covid-19 pandemic. *Current issues in tourism*.
<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/13683500.2021.1884666>

Regjeringen (2019, 1. mars). *Utslippene fra cruiseskip skal ned i verdensaryfjordene*. Klima- og miljødepartementet. Hentet 9. mai 2021 fra:
<https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/cruisetraffikk/id2630762/>

Regjeringen (2021, 5. mai). *Strengt innreiserestriksjoner inntil videre*. Justis- og beredskapsdepartementet. (Pressemelding) Hentet 7. mai 2021 fra:
<https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/strengt-innreiserestriksjoner-inntil-videre2/id2847787/>

Regjeringen (2021, 6. mai). *Nye tiltak skal restarte reiselivet på vei ut av pandemien*. Nærings- og fiskeridepartementet (Pressemelding) Hentet 7. mai 2021 fra:
<https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/nye-tiltak-skal-restarte-reiselivet-pa-vei-ut-av-pandemien/id2847863/>

Robinson, L. & Jarvie, J. K. (2008). Post-disaster community tourism recovery: the tsunami and Arugam Bay, Sri Lanka. *Disasters*, 32(4), 631–645.

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1467-7717.2008.01058.x>

Rocklöv, J., Sjödin, H. & Wilder-Smith, A. (3. April 2020). *COVID-19 outbreak on the Diamond Princess cruise ship: estimating the epidemic potential and effectiveness of public health countermeasures*. *Journal of Travel Medicine*, Volume 27, taaa030. Hentet 19. Mars 2021 fra: <https://academic.oup.com/jtm/article/27/3/taaa030/5766334>

Santana, G. (2004) Crisis management and tourism. *Journal of travel & tourism marketing*, 15(4), 299-321.

https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1300/J073v15n04_05?needAccess=true

Sharma, G, D., Thomas, A & Paul, J. (2021) Reviving tourism industry post-COVID-19: A Resilience-based framework. *Tourism Management Perspectives*, Volume. 37.

<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2211973620301537?token=D27CB461D609AAEEB8E554F929018E323EA37A54C8CEBB713DBDA9D8C8ED0F4C976E0D09C6149516BF5F221BB0B53AA2&originRegion=eu-west-1&originCreation=20210419115615>

Skare, M., Soriano, D., S. & Porada-Rochon, S. (2021). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological forecasting and social change*, vol. 163 (120469).

<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0040162520312956?token=A36E2D9CA65018E136CA3C2E49062E9ABF78D82FEBF46B26A2AAD68F5CA7DEE2D2FF80654B660588478C9B03A9E93689&originRegion=eu-west-1&originCreation=20210423135702>

Statistikknett Reiseliv (u.å.) *Samlet Kommersielt Marked_Kommuner*. Hentet 6. mai 2021 fra:

https://www.statistikknett.no/reiseliv/ar/Din_Region/DinRegion_oversyn_kommune.aspx

Statistikknett reiseliv (u.å.) *Samlet kommersielt marked*. Hentet 6. mai 2021 fra:

https://www.statistikknett.no/reiseliv/sommer/Din_Region/DinRegion_oversyn.aspx

Statistisk sentralbyrå. (2021, 29. januar). *Full fart før bråstopp for overnattingsbransjen i 2020*. Statistisk sentralbyrå. Hentet 2. Mai fra: <https://www.ssb.no/transport-og-reiseliv/artikler-og-publikasjoner/full-fart-for-brastopp-for-overnattingsbransjen-i-2020>

Statistisk sentralbyrå. (2021). *04317: Befolkning, etter grunnkrets, statistikkvariabel og år*. Statistisk sentralbyrå. Hentet 14. mars 2021 fra: <https://www.ssb.no/statbank/table/04317/tableViewLayout1/>

Stranda Hamnevesen (2021, 13. april). *Cruise Calls*. Stranda Hamnevesen, Hentet 14. April 2021 fra: <https://www.stranda-hamnevesen.no/cruise-calls>

Sæle, R. (2020, 2. november). *Inntektene stupte første halvdel av 2020*. *Sogn Avis*. Hentet: 8. april 2021 fra: <https://www.sognavis.no/inntektene-stupte-forste-halvdel-av-2020/s/5-115-524464>

Tomasgard, J. (2020, 30. november). *Teknologivakuum gir ikke nullutslipp i verdensarvfjorden*. *Teknisk Ukeblad*. Hentet 8. april 2021 fra: <https://www.tu.no/artikler/teknologivakuum-gir-ikke-nullutslipp-i-verdensarvfjorden/503449>

UNWTO (u.å.). *Global and regional tourism performance*. Hentet 20. april 2021 fra: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>

UNWTO (u.å.). *Impact assessment of the Covid-19 outbreak on international tourism*. Hentet 3. mai 2021 fra: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

UNWTO (u.å.). *International Tourism and Covid-19*. Hentet 3. mai 2021 fra: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>

UNWTO (u.å.). *UNWTO World Tourism Barometer*. Hentet 3. mai 2021 fra: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data>

UNWTO (u.å.). 2020: *a year in review*. Hentet 20. april 2021 fra:

<https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020>

VG (2021, 20. april). *Coronaviruset - Vaksinerings i Norge*. Hentet 20. april 2021 fra:

https://www.vg.no/spesial/corona/vaksinerings/norge/?utm_source=coronav-new-front&utm_term=vaksineringsVerden

Visit Sognefjord. (2017, 27. november). *Fremdriftsrapportering Masterplan for reiseliv i Sogn 2020-2035* (PowerPoint). Hentet 10. mars 2021 fra: <http://docplayer.me/106985510-Framdriftsrapportering-masterplan-for-reiseliv-i-sogn-styringsgruppa.html>



Høgskulen på Vestlandet

Bacheloroppgave - BO6- 2011

BO6-2011-BO-2021-VÅR-FLOWassign

Predefinert informasjon

Startdato:	05-05-2021 09:00	Termin:	2021 VÅR
Sluttdato:	19-05-2021 14:00	Vurderingsform:	Norsk 6-trinns skala (A-F)
Eksamensform:	Bacheloroppgåve	Studiepoeng:	15
SIS-kode:	203 BO6-2011 1 BO 2021 VÅR		
Intern sensor:	(Anonymisert)		

Deltaker

Kandidatnr.:	257
---------------------	-----

Informasjon fra deltaker

Antall ord *:	15979
----------------------	-------

Egenerklæring *: Ja
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:	(Anonymisert)
Gruppenummer:	1
Andre medlemmer i gruppen:	261

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