

982235
982548

BCR3100
Bacheloroppgave



Lofotens fremtid: Kan investeringer i fiskeri og reiseliv forhindre fremtidig oljeboring i Lofoten?



Foto: Linn Knutsen

VÅR 2014

«Denne Bachelor oppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Markedshøyskolen. Markedshøyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalninger»

Innholdsfortegnelse

Forord	5
Sammendrag	6
1.0 Introduksjon	7
1.1 Innledning	7
1.2 Bakgrunn.....	7
1.3 Problemstilling.....	8
1.4 Design og analyseformål.....	9
1.5 Metodevalg og begrensninger.....	9
1.6 Organisering og struktur	9
2.0 Teori	10
2.1 Destinasjon Lofoten	10
2.1.1 Investeringer og utfordringer	11
2.2 Innovasjon og trender for fremtiden	12
2.2.1 Miljømessige-, klimamessige- og geografiske krefter.....	12
2.2.2 Demografiske- og sosiokulturelle krefter	14
2.2.3 Teknologiske-, økonomiske- og politiske krefter	15
2.3 Bærekraftig reiseliv.....	16
2.4 Målgrupper.....	16
2.5 Turismens økonomiske påvirkninger.....	17
2.6 Norsk olje.....	18
2.6.1 Oljens samfunnsøkonomiske påvirkninger.....	20
2.6.2 Oljen og miljøet	20
2.6.3 Lofoten utsettelse – en fordel?	21
2.7 Holdninger	22
2.7.1 Folkets holdninger	23
2.7.2 Turistenes holdninger.....	23
2.8 Situasjonsanalyse	24
2.8.1 Nåværende situasjon	24
2.8.2 Ønsket situasjon.....	24
2.9 Mål	25
2.10 PESTEL – analyse av petroleumsvirksomhet i Lofoten	25
2.11 SWOT – analyse av petroleumsvirksomhet i Lofoten	25
2.11.1 Bærekraftig olje	25
2.11.2 Oljens negative virkninger.....	26
2.12 Fiskeri	27
2.12.1 Kystens innovasjonskraft.....	29
2.12.2 Kapital til de blå næringer.....	29

2.12.3 Verdisetting av naturressursene	30
2.12.4 Aktørene i Lofoten	31
2.12.5 Turismen og fiskeri	32
2.12.6 Investeringsformer og eksport	33
2.13 Presentasjon av kjerneartikkel	33
2.14 PESTEL – analyse av de blå næringer.....	34
2.15 SWOT – analyse av de blå næringer.....	34
2.16 Lofotens fremtid.....	35
3.0 Metode.....	36
3.1 Fenomenologisk metode	36
3.1.1 Etnografiske preg	36
3.2 Utvalg av informanter	36
3.3 Utvalgsstørrelse.....	36
3.4 Rekruttering	37
3.5 Informanter	37
3.6 Dybdeintervju	39
3.7 Oppsummering av intervjuguide.....	39
4.0 Analyse	40
4.1 Transkribering og datareduksjon	40
4.2 Dataanalyse	40
4.2.1 Holdning om oljeboring.....	41
4.2.2 Prioritert næring	44
4.2.3 Økt satsing i hovednæringene	47
4.2.4 Nærings kombinasjon	48
4.2.5 UNESCO - verdensarvliste	50
4.3 Oppsummering i holdningsmatrise	53
4.4 Konklusjon.....	54
5.0 Forslag av strategi for investeringer	56
5.1 Strategi for de blå næringer.....	56
5.2 Strategi for reiselivsnæringen	58
5.2.1 Investeringstiltak.....	59
6.0 Litteraturliste	61

- Vedlegg 1: SWOT – analyse av destinasjon Lofoten
- Vedlegg 2: PESTEL – analyse av petroleumsvirksomhet
- Vedlegg 3: SWOT – analyse av petroleumsvirksomhet
- Vedlegg 4: PESTEL – analyse av de blå næringer
- Vedlegg 5: SWOT – analyse av de blå næringer
- Vedlegg 6: Intervjuguide
- Vedlegg 7: Strategisk oppsummering – de blå næringer
- Vedlegg 8: Strategisk oppsummering – reiseliv

Antall ord: 15616

Forord

Det har vært et halvt år med både store og små utfordringer med bacheloroppgaven, og vi er både lettet og trist at det og studiet har kommet til siste stopp. Likevel ville denne oppgaven ikke ha vært helhetlig uten våre respondenter.

Først og fremst tusen takk til våre respondenter som har ofret tiden til oss for intervjuing, uten dere hadde vi kunne fullføre oppgaven. En spesiell takk til Ekspertise 2, som har tilbudt oss overnatting i en rorbu, slik at vi fikk oppleve Lofoten på sitt beste. Hjertelig takk til SALT, arrangøren til Kystens Energi – dere har vært til stor inspirasjon. Tusen takk til våre familiemedlemmer som har stilt opp og støttet oss hele veien, vi kunne ikke ha klart oss uten deres innspill. Vi ønsker også å takke våre flinke forelesere og veilederen vår, Terje Grann, som har gitt oss engasjement og kunnskap under hele studiet, uten dere hadde vi ikke visst hvordan vi skulle ha gjort dette. Sist, men ikke minst ønsker vi å takke gruppen for engasjement, motivasjon og innsats. Uten hverandre hadde det nok vært mørkere på en grå dag.

Vi håper at denne bacheloroppgaven vil være interessant og kunnskapsrikt for lesere, og ønsker en god fornøyelse!

Med vennlig hilsen

Studentnummer: 982235 og 982548

Sammendrag

For vårt bachelorarbeid har vi tatt for oss et tema som har vært en diskusjon som har berørt de fleste i dette området, nemlig oljeboring utenfor Lofoten. Stedet er ikke bare kjent som en destinasjon med den flotte naturen, men også den tradisjonsrike fiskeriet som har vært der i over tusener av år. Vi ser at flere næringer blir berørt av oljespørsmålet, og var grunnen til at teorien handler om reiselivs-, fiskeri- og oljenæringen. Problemstillingen tar for seg om investering i reiseliv- og fiskerinæringen vil kunne forhindre oljeboring i Lofoten. I forskningen har vi intervjuet seks informanter innenfor disse næringene, slik at vi skulle få varierende data. Analysering viser til variasjon på holdninger og synspunkter om problemstillingen, og drøfting rundt data og teori. Tilslutt har vi tatt med forslag til strategi, basert på resultatet fra analysen.



Foto: Linn Knutsen

1.0 Introduksjon

1.1 Innledning

Temaet for denne bacheloroppgaven er “Lofotens fremtid: påvirkningen av oljeindustri i fiskeri og reiselivsnæringen”. Grunnen til at vi har valgt dette temaet er på grunn av temaer og case som vi har vært gjennom understudieløpet har vært til inspirasjon for gruppen, og vi ser at det er manglende interesse fra det offentlige i norsk reiseliv, grunnet at Norge har hatt olje som en dominerende næring som styrer nasjonalinntekten og beskatning i landet. Dessuten har en av gruppemedlemmene personlig bakgrunn og opprinnelse fra Lofoten.

Oppgaven bærer preg av svakheter: Valgte temaet er bredt, som har gitt utfordringer til begrensning i forhold til teori. Et mer sentrert tema kunne blitt mer grundig redegjort rundt, likevel mener vi at problemstilling er løst på en kreativ, konkret og teoretisk måte. Teoridelen bærer for stor del av oppgaven, men det var nødvendig til for oppgavens form. Intervjuguiden kunne vært mer gjennomtenkt, siden vi har 3 forskjellige segmenter. Derfor burde man heller ha laget en intervjuguide og spørsmål som kunne passet til alle segmenter. Dette hadde også gjort analyseprosessen lettere. Intervjuer kunne vært mer strukturert i forhold til tidsperspektiv, vi mener det er en styrke i interessante holdningsvariasjoner og gode funn.

Vi har ingen sentral drøfte del i oppgaven, vi har valgt å drøfte underveis langs teori, funn, analyse, oppsummering, egne empiriske innslag og ved avsluttende forslag og strategi.

1.2 Bakgrunn

Lofoten har i lang tid vært et sted hvor lokalbefolkningen har drevet med fiskeri helt til dagen i dag. Både fiskeri og tørrfisk har er Norges første eksportvare av volummessig og økonomisk betydning i middelalderen, som etterhvert vokste til å være en eksportvare til England og på kontinentet. I dag står fiske og tørrfisk produksjonen i endringer, skyldes av klima- og temperaturendringer på jorda (Lofoten). Og mange fiskere har gått over fra yrkesfisker til å kombinere fiske og turismen, slik som guiding i området og utleieing av fiskebåter til turister.

Dette betraktes som ett nytt reiselivsprodukt for besøkende i området. Lofoten er i dag en kjent reisedestinasjon både på nasjonalt og internasjonalt nivå. Det drives helårs turisme i denne destinasjonen, mens besøker antall er fortsatt svingende, avhengig av sesongene.

I over 40 år har Norge startet oljevirkosomhet, og dette har siden vært en dominerende faktor i samfunnsutvikling i landet. Oljeboring i Lofoten har vært et tema for diskusjoner og avstemning i norsk politikken over en lengre tid. Forhindringer har blant annet vært spørsmålet om globale oppvarmingen og vern av området (SNL).

På grunn av globale klimaproblemer oppfordres nasjoner til å se etter stabile innteksformer. Olje- og gassindustrien kan ikke vare evig, turisme er en voksende næring globalt, og Norge er i likhet med andre nasjoner til å utvikle strategier for å gjøre reiseliv til helårsnæring og stabil inntektform for landet. I denne besvarelsen legger vi vekt på Lofoten som sterk merkevare innen turismen i fremtiden.

Vårt formål er å kunne forske rundt fiskeri og reiselivsnæringen i Lofoten vil ha påvirkning av oljeutredning i området, om dette kan utsettes eller stoppes på grunn av muligheter og lønnsomhet med utviklingen av reiselivsnæringen for å kunne skape økonomiskvekst i regionen. Når andre konkurrerende destinasjoner lever av reiselivet, hvorfor kan ikke Lofoten lage en strategi for å styrke sine opprinnelige fiskenæring samt utvikling av reiseliv.

1.3 Problemstilling

I følge vårt formål har vi utredet følgende problemstilling:

Kan investeringer i fiskeri og reiseliv forhindre fremtidig oljeboring i Lofoten?

I denne oppgaven ønsker vi å ta utgangspunktet i PESTEL - modellen, hvor vi har valgt for å legge vekt på spesielt det økonomiske-, sosiale- og miljømessige perspektivet, fordi vi mener at disse tre punktene er mest vesentlige og relevant for vår oppgave.

1.4 Design og analyseformål

Vi har valgt for å utføre intensiv design, hvor vi gjennomfører dybdeintervjuer med to informanter fra hver av følgende grupper: A-blad fiskere, reiselivsaktører og ekspertene. Dette vil kunne gi oss et forsøk om å få fram nyanser og detaljer knyttet til problemstillingen, samtidig vil det kunne gi oss en helhetlig forståelse fra forskjellige grupper.

Vi ønsker utføre deskriptiv design for oppgaven, fordi vi ønsker å finne ut om holdninger opp imot oljeutvinning i Lofoten, i tillegg til å finne ut av synspunkter innenfor temaet.

Ut i fra datainnsamlingene ønsker vi hovedsakelig å finne ut om de private reiselivsaktører, hobbyfiskere og ekspertene er klar over konsekvenser som oljeutvinning vil ha for Lofoten som destinasjon, i økonomisk, miljømessige og sosiokulturelle områder.

1.5 Metodevalg og begrensninger

For vår forskning kommer vi til å bruke kvalitative metode, hvor vi skal ha dybdeintervju med både ekspertene og private reiselivsaktører, i tillegg til hobbyfiskere. Vi har begrenset oss til å ha informanter som jobber og er bosatt i Lofoten. Der har vi også begrenset oss til å ha to informanter innenfor hver gruppe, på grunn av begrensende tid og gruppens kapasitet for utføring av forskningen.

1.6 Organisering og struktur

Opgaven er hovedsakelig delt i tre deler: teori, analyse og tiltak for å øke investeringer. I teoridelen kommer vi til å presentere om fiskeri og reiselivet under destinasjon Lofoten, og i den andre delen kommer vi til å presentere om oljeindustrien og politikken. Under analysedelen ønsker vi å utføre en PESTEL-analyse av de forskjellige næringene før en felles analytisk sammendrag. Og ut i fra funnene ønsker vi å komme opp med forslag til tiltak for å øke investeringer til reiseliv, fiskeri og bærekraftige løsninger for fremtiden i Lofoten uten oljeindustri.

2.0 Teori

2.1 Destinasjon Lofoten



Foto: Linn Knutsen

Først bosatt i Lofoten fant sted for 6000 år siden. Folk levde da av jakt og fiske, da var gode levevilkår med mye naturressurser. Og det første jordbruket utviklet seg for 4000år siden. Kong Øystein innså viktigheten i fiskeriet og lot det utvikle seg, da ble det også bygd ei kirke og rorbuer (Visit Norway). Lofotfiske ble første eksportvare, som ga økonomisk vekst allerede i middelalderen. Tørrfisk var ikke minst også en del av denne eksporthandeln, som i den tid gikk mellom England og andre land i Europa. I dag er Italia det viktigste markedet for lofottørrfisk (Lofoten).

Lofoten er kjent for sin praktfull natur og lokalkultur både for nasjonale og internasjonale besøkende. Lofoten er en øygruppe i Nordlands fylke, som ligger over polarsirkelen og består av

seks kommuner: Røst, Værøy, Moskenes, Flakstad og Vestvågøy og Vågå. Fjellene er høye og bratte, og har spissetopper (Lofotportalen). De fjelltoppene er så høye at forskerne tror at de ikke var dekket av is under den tidligere istiden for ca 20000 år siden (Lofoten-info). Men Lofotens natur tilbyr ikke bare sjø og fjell, men den tilbyr også hvite sandstrender og rikelig av dyreliv.

Fra 80- tallet startet en systematisk reiselivsutvikling i området og det var da de første investeringene kom. I de siste 10 årene har Lofoten hatt betydelig økning i sysselsetning og gjestedøgn, hvor det er relativt jevnt mellom utenlandske og norske turister. Selv om området har lenge vært under reiselivsutvikling, sliter Lofoten fortsatt i dag med sesongbetont turisme, slik som mange andre reiselivsdestinasjoner i Norge (Lofotrådet). Videre i denne oppgaven vil vi komme tilbake til målgruppen for Lofoten.

2.1.1 Investeringer og utfordringer

SWOT-analyse er brukt innen markedsføring for å finne styrker (strengths), svakheter (weaknesses), muligheter (opportunities) og trusler (threats) av et produkt eller en tjeneste (Kotler 2008, 75). For destinasjonsutvikling, kan denne analysen like godt tas i bruk for å ha en oversikt over hvordan destinasjonen ligger an, og om det finnes muligheter for utviklinger, eller trusler som man kan unngå. Derfor ønsker vi i denne oppgaven å utføre en SWOT-analyse av Lofoten. Denne analysen er basert på personlige erfaringer og relevante kilder innen Lofoten som reiselivsdestinasjon.

Som vist i SWOT-matrisen (se vedlegg 1), har Lofoten mange sterke sider, som gjør at destinasjonen leverer et produkt eller en tjeneste med ekthet og god kvalitet. Dette kan gi god vareprat og god omdømme om destinasjonen, som vil gi Lofoten en positiv profil i markedsføringen. Men selv om mange ting står under styrker for Lofoten, betyr det ikke at det er noe som ikke trenger utvikling. For at destinasjonen skal være suksessfull, er det viktig at destinasjonen også følger med både dagens og framtidige trender.

Tiltros for sterke sidene, finnes det også mange svakheter i destinasjonen. Det er vesentlig at de som jobber med destinasjonsutvikling i Lofoten ser svakheter og jobber med de for å gjøre

destinasjonen bedre. Her gjelder det satsing og investering fra både det offentlige og de private aktørene. Uten støtte fra det offentlige, er det svært vanskelig for reiselivsaktørene til å utvikle et produkt eller en tjeneste, fordi de er avhengig av offentlige reguleringer og avgjørelser. Ut ifra analysen ser vi at det er mange punkter som trenger å ta et tak i for å gjøre det bedre, og mange punkter er avhengig av satsing og investering fra de offentlige, slik som utvikling av transportsystem og infrastruktur.

Selv om Lofoten er en konkurransedyktig destinasjon i Nord - Norge, har den fortsatt mange muligheter som kan gjøre destinasjonen enda bedre. Og det er disse punktene Lofoten bør fokusere på og tas i utvikling, fordi destinasjonen har potensialet til å bli bedre. Men det betyr ikke at all fokuset bør være på mulighetene, fordi det finnes trusler som kan gi dårlig omdømme og kan gi negativ profil til destinasjonen, som Lofoten også bør overvåke og jobbe imot det.

2.2 Innovasjon og trender for fremtiden

For utviklingen av Lofoten som reiselivsdestinasjon er det vesentlig å ha kunnskap om aktuelle trender i dag og spådde trender for fremtiden. Ritchie og Crouch (2003) sin løkskall taksonomi viser til globale krefter som er til hjelp for å ha grunnleggende forståelse av utfordringer og muligheter av destinasjonsutvikling. Under dette punktet vil vi ta for oss miljømessige-, økonomiske- og sosiokulturelle krefter, for de er de faktorene som vi har valgt å fokusere på i denne oppgaven.

2.2.1 Miljømessige-, klimamessige- og geografiske krefter

I det ytterste laget ligger det miljømessige-, klimamessige- og geografiske krefter, og disse kreftene er i sakte endring at det ikke vil kunne gi store konsekvenser. Miljø-, klima- og geografiskendring skjer over hele verden i dag, noen steder merkes endringen mer enn andre. Ritchie og Crouch (2003) nevner at ved klimaendring vil det skape ustabile værforhold og uregelmessige temperatur i årstider, spesielt i varmeresteder, men i kaldere steder vil kunne oppleve klimaendring som en fordel.

Å drive med turisme i Lofoten spiller værforholdet en stor rolle. Mange av aktivitetene som tilbys, som hvalsafari, fiske- og nordlystur, er vær- og klimaavhengige. Nordlys og midnattssol er et naturfenomen attraksjon og det er ingen garanti at man får sett det, som er igjen avhengig av værforholdet i det tidspunktet. En rapport fra Naturverns forbundet (2013) refererer det til at torsken beveger seg nord når det er varmekorhold og sør når det er kalde forhold for gyting. I de siste årene har torsken beveget seg lenger nord og øst enn noen gang. Det er foreløpig lite kunnskap om hvordan klimaendring påvirker fisken, men ifølge Rønning (2013) i en artikkel i forskning.no, viser det seg at varmere havtemperatur fører til at fiskearter fra varmere havområder flytter til Nordsjøen. I følge en forskning vil dette føre til at de eksisterende fiskearter i Nordsjøen vil bli mindre (Forskning).

Ritchie og Crouch (2003) beskriver miljømessige påvirkninger som spørsmål om involvering av dyre-, og plantearter, ville dyreliv og beskyttelse og vedlikehold av vann-, jord- og luftkvalitet. Med reiseliv følger det selvfølgelig med mye utslipp i naturen, mye vandring kan være til skade for planter og forstyrrelser i dyrelivet. Lofoten tilbyr veldig mye av natur og rikelig med dyreliv både på land og til sjøs. Det er derfor viktig å vite og å holde seg til kapasiteten som naturen vil tåle, slik at den ikke blir ødelagt og fortsatt vil kunne gjenopprette seg selv. Hvis dette ikke blir tatt hensyn til, vil Lofoten miste kvalitet i sine attraksjoner. Og på grunn av globale oppvarming som skyldes fra endringer i miljøet og klimaet, har det oppstått en trend i reiseliv, nemlig bærekraftig reiseliv. Å drive bærekraftig reiseliv er blitt en trend som både kunder og tilbydere er opptatte av, og det løfter reiselivsselskapets profil at de har miljømerker, for dette viser at bedriften tar et samfunnsansvar og er i samstemt med verdien hos kunder.

Geografiske krefter skjer ved endring eller deling av et land med diverse grunner. Et politisk eksempel ved dette er av Sovjetunionen, som i dag er selvstyrte land. Med teknologisk utvikling tar det lenger ikke flere dager, eller flere mellomlandinger, for å komme seg til andre siden av kloden, dermed føles ikke reisedistanse så langt slik som det gjorde før. Turiststrøm vil ikke bare stimulere økonomien til destinasjonen, men den bringer også utfordringer, som globalisering. Det vil si at destinasjonen kan bli påvirket av turiststrømmen, og mye av lokalkulturen kan bli visket ut. Pattaya er et eksempel på dette, siden destinasjonen ble til en turistmagnet, har stedet bare utviklet og tilrettelagt for turister med barer, utested, hoteller, spa, kjøpesentre også videre. I

dag ser Lofoten ut som en destinasjonen som ønsker å vise fram det autentiske ved å opprettholde den tradisjonelle fiskerkulturen med rorbuer, servering av lokal og kortveis mat og tilbyr aktiviteter som utnytter det naturen har å tilby på. Dette er et godt tegn på at Lofoten allerede prøver å verne lokalkulturen, samtidig som det utvikles turisme på destinasjonen.

2.2.2 Demografiske- og sosiokulturelle krefter

For utvikling av en destinasjon er det viktig å tenke på markedet og målgrupper som destinasjonen sikter for samt å tenke framover i tid, og deretter lage en strategi som tilrettelegger for det riktige markedet. For å oppnå suksess kreves det å gå i demografiske detaljer. Lofoten tilbyr noe for alle, med aktiviteter som både er avslappende og fysisk krevende, ettersom hva en er i stand og har lyst til å gjøre. Sykkeltur er et eksempel på en aktivitet som er tilrettelagt for alle som kan sykle. Den krever litt fysisk, men fortsatt kan den være trivelig og avslappende, dermed kan også eldre benytte seg av denne aktiviteten likegodt som en barnefamilie, for eksempel. Ut i fra markedsføringssiden til Lofoten, ser det ut som om de har god strategi bak aktiviteter de tilbyr, men de fleste aktiviteter krever fysisk deltakelse som begrenser seg på målgrupper. Tross dette er Lofoten fortsatt en destinasjon for alle. I følge Yeoman (2013) blir framtiden spådd at mennesker kommer til å leve lenger på grunn av teknologisk utviklingen, som kan bety at markedet for fysiske krevende blir større enn hva den er i dag. Samtidig vil etterspørselen etter helse og velvære øke, fordi mennesker vil antakeligvis reiser oftere i fritiden og i ferien for å slappe av.

I følge Ritchie og Crouch (2003) blir deler av en kultur endret eller påvirket av turisme, tiltros for forsøk om beskyttelse og verning av kulturen. Nettopp fordi turisme handler om møtet mellom mennesker med forskjellige sosiale- og kulturelle bakgrunn, og for at det oppstår minst mulig konflikter, kreves det at man har god kommunikasjonsevne og ikke minst evnen til å forstå mennesker fra en annen kultur. Dermed blir kulturen og språket på vertssiden endret noe på. Ved siden av påvirkning av turisme, skjer det globalisering i de fleste land og vi blir likere hverandre. Dette gir positive resultater som at vi deler samme interesser og at det hjelper oss til å forstå hverandre bedre. Men problemet oppstår når en kultur er blitt svært påvirket og at den opprinnelige kulturen er i ferd med å bli visket bort. Hvordan skal denne destinasjonen klare å

vise fram sin ulikhet, eller å skille seg ut fra andre? I følge markedsføringssiden til Lofoten, er destinasjonen nok blitt noe påvirket av turismen med tanke på utvikling av destinasjonen, overnatting, aktiviteter og bespisning (Lofoten). Likevel virker det som om destinasjonen er veldig opptatt av å holde seg til sine lokale kulturelle verdier ved siden av å drive med reiseliv, dette er et positivt tegn på bevissthet hos reiselivsaktørene i Lofoten. Restaurantene er privateide av lokalbefolkningen, og de fleste tilbyr lokal og kortveis mat fra havet eller fra jordbruket i området.

2.2.3 Teknologiske-, økonomiske- og politiske krefter

Ritchie og Crouch (2003) nevner at det innerste laget av denne taksonomien endres raskt og trenger konstant overvåking, spesielt hvis man ønsker å oppnå suksess for destinasjonen. Likevel betyr ikke det at andre krefter er mindre viktige. For noen steder kan klimaendring eller miljøkatastrofe betyr slutten på destinasjonen.

Den teknologisk utviklingen kan være både positiv og negativ effekt for mange reiselivsbedrifter i dag. Flertallet av reisende i dag booker sine reiser og opphold via internett, der de også kan finne alt slags informasjon om destinasjonen, eller omtale om et hotell eller en restaurant. Bedrifter i reiselivsbransjen i dag har større ansvarsområde innenfor markedsføring. For å rekke ut til sine målgrupper på en mest effektiv måte, kreves det overvåking over utviklingen som skjer. Forbrukere har en tendens til å ha mer tro på vareprat enn på hva bedriften markedsfører seg for, derfor kreves det også at bedriften skal kunne følge med omdømmet som skjer på internett, for det er der den største informasjonskilde som kunder kan få tak i. I dag tilbyr flere bedrifter nyhets- eller tilbudsmail til sine kunder, eller en app som gir sine målgrupper oppdatert informasjon eller tilbud på en enkel måte.

En god reiselivsstrategi vil ikke bare gjøre destinasjonen konkurransedyktig, men det vil også gi økt besøksantall og positiv økonomiskeffekt. Når turistene besøker et sted, legger de igjen penger, dette vil stimulere økonomien på destinasjonen. Lofotrådet skriver at Lofoten lå på andre plass på omsetning i kommersiell overnatting i Nordlands fylket i 2005, under Bodø som lå på første plass. I følge Lofotrådet beskrev de Bodø som fylkeshovedstad i Nordland og derfor var

det naturlig at Bodø hadde høye omsetning på kommersiell overnatting enn Lofoten, på grunn av blant annet kurs, møter og konferanser som var knyttet til forretningsreise. Lofoten hadde derimot høyest utenlandsk overnattingsbesøk (Lofotrådet). Dette viser at Lofoten er sterke på det utenlandske markedet i Nordland.

Hvordan et land utvikles og styres er veldig avhengig politiskekrefter. Det er de som setter regler og lover for hvordan samfunnet skal være, og ikke minst hvordan det skal utvikles. Et politisk skifte på lokal, regional eller nasjonal nivå vil bringe med seg noen endringer, som vil påvirke hvordan et samfunn skal styres. Det kan for eksempel være lover for immigrasjon og visumkrav, som kan være en barriere for utenlandske besøkende hvis landet har strenge visumkrav.

2.3 Bærekraftig reiseliv

Innovasjon Norge (2003) sin definisjon på bærekraftig reiseliv er å ta vare på natur, kultur og miljø, å styrke sosiale verdier og å være økonomisklevedyktig. Det er et kvalitetsmerke for en destinasjon i Norge. Det handler om at reisemålet ønsker og viser at de tar et ansvar for negative reiselivs påvirkninger. For å bli en bærekraftig reisemål må de gjennom en rekke med krav. Dette kvalitetsmerke vil kunne vekke positive inntrykk hos potensielle målgrupper og ikke minst bygge god omdømme om destinasjonen. I 2010 ble Vega, Trysil, Lærdal og Røros valgt som nasjonale piloter i utvikling av bærekraftig reiseliv.

Lofoten har en potensiale for å drive med bærekraftig reiselivsdestinasjon. Det er allerede mange aktører i dag som tar hensyn og delta som en del av dette. Det er for eksempel noen spisesteder i Lofoten som fokuserer på lokal og kortveismat, som ifølge kravene hos Innovasjon Norge vil gå under på å hensyn til de lokale leverandører, et forsøk på å bevare den lokale kulturen og tradisjonen, og ikke minst et hensyn til miljøutslippet.

2.4 Målgrupper

Ifølge Lofotrådet (2006) er det tilsvarende like store tall av nasjonale- og internasjonalebesøkende i Lofoten. De nasjonale besøkende er for et meste fra Sør- Norge. Mens

Tyskland, Sverige, Danmark og Italia står som besøkende fra utlandet, i tillegg finnes det nye og voksende målgruppe fra Øst-Europa og Asia. Fra en undersøkelse som ble gjort, viser det seg at både norske og utenlandske turister var interesserte i natur- og kulturelle opplevelser. Fisking var en av de mest populære aktiviteter å gjøre i Lofoten.

Ut i fra denne undersøkelsen viser det seg at de som drar til Lofoten er opptatt av natur og kulturelle opplevelser. Det vil si at tilrettelegging for opplevelser og aktiviteter på Lofoten må basere seg på markedets behov og etterspørsel. Ifølge Lofotens offisielle reiseportal tilbys det mange aktiviteter, på sommer og vinter, som krever deltakelse fra gjestene mens de kan se og nyte omgivelsene samtidig. Aktivitetene kan være fra surfing, kajaking, fisking, klatring, nordlysjakt, ski til hvalsafari. De fleste aktivitetene viser seg av å være utnytting av de frie ressursene, som er visjonen til Lofoten som en reisedestinasjon.

2.5 Turismens økonomiske effekt

Wall og Mathieson (2006) beskriver økonomiske kjennetegn av turisme med at det er en synlige eksport av mennesker fra et sted til et annet, med krav på tilleggsgode og tjenester som ikke nødvendigvis er avhengig av hverandre, og at turisme er en svært varierende eksport.

I følge SSBs undersøkelse over utenlandske turistkonsum i Norge, ser man at det har vært en stabil økning, hvor mange millioner kroner som ble lagt igjen i landet. Statistikken viser konsumet alt fra overnatting, diverse transport, serveringstjenester, matvarer, klær, suvenirer og mange andre ting i kroner. I 2008 viser det seg til å være det året hvor det var høyest utenlandsk turistkonsum med rundt 320 millioner kroner. Mens det har vært en reduksjon på konsumet i 2009 med 305 millioner kroner (SSB). Dette kan skyldes at de største markeder av utenlandske turister i Norge kommer fra diverse landene i Europa, og at den EU-krisen som har vært i de siste årene.

Og undersøkelsen over norske husholdningers turistkonsum i Norge, hvor man ser den samme tendensen med norske turistkonsum i Norge, slik som utenlandske turistkonsumet. Hvor det konsumet lå på 537 millioner kroner i 2008, mens konsumet hadde redusert til 532 millioner

kroner i 2009 (SSB). I forhold til EU-krisen har Norge ikke blitt påvirket direkte, mens utenfor vår grense var det hyppige svingninger på både euro og dollar. Dette kan være grunnen til at turistkonsumet innenlands sank i 2009, for det ville være billigere for nordmenn å reise utenlands.

I følge World Economic Forum viser det seg at Norge har hatt en økning i internasjonal besøksantall, som også viser til en økning av inntekt fra turismen siden 2009, og det også tyder på at det er har vært det beste resultatet siden 1995.

2.6 Norsk olje

«Oljen påvirket ikke bare norsk politikk gjennom de store inntektene, som ga muligheter for forbruks - og velstandsvekst - og skapte store fallhøyder» Lie, 143 (2012).

I 1959 ble det kjent at det kunne være muligheter for funn av hydrokarboner i Nordsjøen. Verdens energikonsum var da basert på kull, og oljen var importert fra hovedaktører: USA og Midtøsten. Pågangen etter olje ble større ettersom verdensøkonomien stod i vekst etter 2.verdenkrig og folks kjøpekraft økte. Det amerikansk baserte selskapet Philips Petroleum ønsket først å utvinne oljefunnet ved å tilby den norske stat 160.000 pr. måned. Det ble vurdert og konkludert at den norske stat var grunneier av funnet, men at vi måtte ha ekspertisen til andre selskaper for å kunne fullføre oljeutvinningen med tillatelse fra Kongen.

I 1963 gjorde Gerhardsen regjeringen det offentlig at store verdier var funnet i Nordsjøen og funnet kom til å endre landets økonomiske situasjon betraktelig. I første runden var det seismikken og undersøkelser som måtte utføres og i 1965 ble det tildelt 22 utvinningstillatelser, den ga enerett til lete etter og utvinne området. Den første brønnen var tørr uten oljefunn. Først i 1969 var eventyret i gang ved Ekofisk funnet, og i 1971 var produksjonen i gang. Dette fulgte til dannelsen av Statoil i 1972 (Regjering).

Norges Petroleumsvirksomhet er per i dag delt i deltagerenheter. En del er knyttet oppimot selskapet, og den andre delen er knyttet til den norske statsøkonomien. Likevel er staten eieren,

og kontrollerer utvinningstillatelser og investeringer. Det har blitt investert i nye oljefunn, og nye og tryggere teknologi for oljeutvinning i fremtiden. Funnet av olje har løftet den norske økonomiske status til nye høyder, og den har vært med på å skape et av verdens beste velferdssamfunn og verdiskapning internasjonalt. Det viser seg i dag at energiforbruket og behovet etter olje og gass øker, det vil si at etterspørselen etter energiressurser er økende. Industrien er klar over konsekvensene og hvilke ressurser som må iverksettes for å gjøre utvinning så skånsomt som mulig.

I 2009 lanserte Statoil at de ønsket å skape et samarbeid for å skape bærekraftig strategi for utvinning av olje i arktiske områder. Lofoten, Vesterålen og Troms var en av de mest lovende områdene for fremtidig olje- og energiutvinning.

Ifølge Mathiassen (2013) ble det jobbet intensivt for å få tilgang til Lofotens områder mellom 1997-2007. Grunnet var at ingen betydelig funn ble gjort i denne perioden, dermed begynte oljeindustrien å bli bekymret, så ble det også gjort funn i Barentshavet og Jan Mayen, og i tillegg gjort flere funn langs kysten. Aktiviteten i oljesektoren kom på sitt høydepunkt. Funnet i områdene har skapt store diskusjoner og engasjement i det norske folk. Befolkningen og politikere var både for og imot. Det ble spesiell eksponering før valget i 2013, og det ble en debatt som fremdeles er aktuell i media, politikk, økonomi og folkeånd.

Lindeberg (2013) mener at det er ingen ulempe om Lofotens petroleumsvirksomhet utsettes, for Barentshavet måtte prioriteres. Det omtales videre i artikkelen at det er uklokt å planlegge petroleumsvirksomhet uten avtaler med fiskerne. Utsettelsen er positiv slik at man med tiden kan evaluere saken. Et utsatt oljeeventyr fører likevel til store økonomiske tap for regionen. I Dagens Næringsliv (2013) vil utsettingen ramme den norske økonomien med et tap på 175 milliarder ut ifra en utredning gjort for næring interesserte i nord. Oljedirektoratet mener Lofoten og omegn er god for 1300 millioner oljefat og med en stigende oljeetterspørsel og ventet prisstigning. Likevel vil økt innsatsfaktor prisøkning føre til reduserte inntekter for fiskerinæringen og at miljøkonsekvensene blir oljebransjens last.

2.6.1 Oljens samfunnsøkonomiske påvirkninger

«Hvis vi blir flinkere til å utnytte petroleums, eller oljeprisen går opp, blir vi «alle» rikere. Hvis det gjøres EN feil i den økonomiske politikken, vil mange bli rammet» (Ringstad, 2012, 12)

Den norske økonomien kan få negative konsekvenser på grunn av at vi ser tendenser til at veksten i økonomien har vært for høy. Oljeprisene viser tendenser av å kjøre høye kostnader, og ifølge Jul (Dagens Næringsliv, 2013) svekker dette andre næringer som ønsker å overta. Oljen har også effekt for boligprisene, det menes at det ikke er en boligboblenasjon som står over men en oljeboble, fordi det er oljen og lønnsøkninger som har økt kostnadene.

2.6.2 Oljen og miljøet

«Situasjonen i den norske økonomien etter tusenårsskiftet kan tydelig avleses i måten to store globale krisene, miljø og klimakrisen og den såkalte finanskrisen, blir opplevd og håndtert på» Lie, 188 (2012).

Ifølge Lie har norske politikere tatt eierskap på klimadebatten etter Brundtlands rapport «Vår felles framtid» som kom på slutten av 80 – tallet hvor det ble klarert at det var store utslipp av karbondioksid og andre klimagasser grunnet petroleumsforbruk. Norge måtte ta en rolle og ansvar som en av verdens rikeste nasjoner og oljeprodusent. Det var et ønske om å bremse ned mot 2000 – tallet for å forminske globale utslipp. Men lite har blitt gjort, selv om Norge er miljødeltagende på andre kontinenter med blant annet vern av regnskog. Det viser seg at Norge er opptatt av sitt internasjonalt omdømme mot miljøspørsmålet.

Ifølge Statoil egne redegjøring er oljeindustrien klar over de negative konsekvensene. Det er forventet økte CO₂ utslipp, men også strammere rammer for klimareguleringer. Verden avhenger av oljen som ressurs i flere neste 10 årene.

Oljen utvikler velferd, økonomiske utvikling og er en del av den nødvendige energien som verden avhenger. Det forventes en økning i etterspørsel mot 2035. Ifølge Statoil, som er den nest

største olje- og gassprodusenten i verden, mener lav karbonenergi er fremtiden som er mindre miljøskadede enn kullbruk. Mindre oljeenergi vil øke kullforbruket som er mer miljøødeleggende på langsikt.

Oljeindustrien og myndigheter samarbeider med det globale ansvar og holder seg til reguleringer når det kommer til de nødvendige tiltak for å forhindre katastrofe i klimasystem. Derfor utføres konsekvensrapporter, forskningsprosesser samt teknologiske innovasjon for å være forberedt på katastrofer. Det er lovet å minske CO2 utslipp på norsk sokkel med 1 million tonn fra og med 2008 oppimot 2020. Statoil omtaler at miljøforandringer skaper nye muligheter og press for å utvikle fornybare energi og forretningsmuligheter knyttet oppimot de teknologiske muligheten og utfordringene verden står oppimot.

2.6.3 Lofoten utsettelse – en fordel?

Ringstad stiller seg kritisk til oljen. «Det kan være utslipp av stoffer i naturen som ødelegger grunnvannet, som kan tenkes å skape klimaendringer eller resultere i andre naturødeleggelser» Ringstad, 14 (2012). Lofotens områder er sårbare og vil neppe tåle en oljesøl. Lofoten er en stor attraksjon for turister både nasjonalt og internasjonalt, sammen med det tradisjonsrike Lofotfiske og uerstattelige gyteområder. Etter en oljekatastrofe vil disse nåværende næringene bli ruinert. Området vil lide over lengre tid. Livet under og over vann vil lide betraktelig. En katastrofe kan føre til krakk i næringslivkjedene, spesielt for fiskeriet og reiselivet grunnet miljømessig og kulturell ødeleggelser. Utsettelsen og globale klimaendringer gir et politisk varsel og gjør at Lofoten kan kjøpe seg miljømessig tid, og å åpne for utvinning og målsetting rundt investering i bølgekraft og vindkraft.

I regjeringens egne konsekvensutredning (2012) rundt de nye fornybare ressursene som hav, vind og bølgekraft, nevnes det at det må legges større hensyn til klimaet og med dette argumentet begrunne for utbygging av vindkraft anlegg langs kysten. Fornybareenergi og teknologi skal prioriteres grunnet nødvendige klimatiltak globalt. Det er også dokumentert at vindkraftverk kan ha negative effekter på miljø ved ulykker ved f.eks.: Skipsulykke og utslipp, men en slik konsekvens kan ikke måles mot en oljetragedie langs det norske havet og spesielt Lofotens

gyteområder.

Vindkraft og petroleumsvirksomhet kan ikke kombineres i samme område grunnet bruk av havområdene, og vindturbiner er havfaste. En sameksistens er likevel mulig om de blir gjennomført med store arealer fra hverandre. Av den grunn kan ikke petroleumsvirksomhet utelukkes til tross for at det investeres i energi produksjon fra hav og vind.

«Ovenfor fremtidige generasjoner. De posisjonerer som menneskeheten foretar til enhver tid, kan store og til dels invisible virkninger for fremtidige generasjoner. Det kan gjelde ikke fornybare energier» Ringstad, 14 (2012). Individuer og politikere må ta ansvar for hvorvidt oljeressursene er nødvendig for Lofoten, ikke for sin egen generasjon, men våre etterkommere. Havet, bølgene og fisken fornyer seg selv om det blir latt være i fred, men oljen er derimot ikke raskt fornybar.

2.7 Holdninger

2.7.1 Folkets holdninger

Det finns tro i at olje er fremtidens næring og anses av folket å være positiv til utviklingen. I Dagens Næringsliv (2012) utdyper Greenpeace at det norske folk er oljeholikere, som er hjernevasket av oljebransjens forskjønning av sin virksomhet. Det menes at resten av verden tar fornybar energi, klimakutt og en fremtid uten olje seriøst, mens nordmenn er på en oljehype.

En undersøkelse ble utført av Synovate for Oljeindustriens Landsforening med 1325 telefonintervju, ifølge DN(2012), kommer det frem følgende:

- 7 av 10 mener det er jobber i fremtiden innen olje de neste 50 – 100 år
- 91% er positiv for oljevirkosmhet
- Menn er mer positiv enn kvinner
- I samme undersøkelse ble det spurt om fiskeri og havbruk og kun 61% så positivt på næringen
- Kun 50% ser positivt på turismens fremtid

Hvorvidt man kan ta denne undersøkelsen for validitet, kan det ikke bedømmes. Over telefon trenger ikke svarene være grundig gjennomtenkt. En total vurdering av folkets holdninger rundt oljeindustri krever grundigere undersøkelser, som ikke bare baserer på differanse mellom kvinner og menn, men hva befolkningen totalt sett mener. Når det kommer til Lofoten bør det utføres undersøkelser og avstemning lokalt, i likhet med Oslo og arrangering av OL som baserte på lokalt demokratisk avstemming. Politikere bør ta samme hensyn til Lofoten og fremtidig petroleumsvirksomhet og la lokalbefolkning bestemme, men først bør det sette av ressurser til markedsundersøkelser for å få gyldige data om næringen virkelig *er* ønsket.

2.7.2 Turistenes holdninger

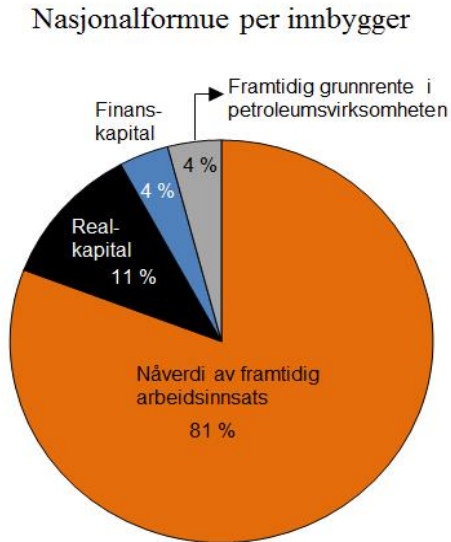
Veksten i Lofotens reiseliv har steget med 60% siden 2000, og det er økonomiske fordeler i bransjen i tillegg til vekst i sysselsettings og ferie og fritidsmarkedet. Svolvær er kåret til Norges mest attraktive plass å bo og National Geographic (2014) gir heder til området gjennom å kåre Lofoten til en av de mest attraktive steder å feriere for sommeren 2014, globalt.

Det er gjort undersøkelser blant reiselivsaktører, men det er omtalt at er ikke rede for hvilke konsekvenser det ville ha for bedriftene. Det kom tydelig frem at landanlegg ville vært lite attraktivt og skadende for estetiske verdier. Størst var holdningen mot truslene fiskeriet ville få, siden de er en så viktig ressurs for reiselivet. (Midtgard m.fl., 2012)

Ifølge Midtgard m.fl. ble markedsundersøkelse gjort blant besøkende i Lofoten i 2012. Den ble utført av Norut Tromsø i rapporten «Turisme og reiselivsnæringen – statusbeskrivelse, utviklingstrender og virkninger av petroleumsvirksomheta» og hadde 1000 respondenter av tilreisende. Det ble spurt om petroleumsvirksomhet var attraktivt eller ikke, for å sette prognose for hvilken effekt det kunne hatt for tilreisende. Resultatene viser at det europeiske markedet generelt er negative, mens norske og nordiske besøkende har mer positive holdninger. Undersøkelsen viser at det er tro rundt at petroleumsvirksomheten vil trekke kurs og konferanse segmentet til Lofoten, noe som kan bli belastende for fritids- og naturbaserte målgruppene. Undersøkelsen gjør det likevel klart at det kreves grundigere forskning rundt temaet.

2.8 Situasjonsanalyse

2.8.1 Nåværende situasjon



Ifølge Regjeringen er oljeformuens effekt begrenset for Norge og Lofotens velferd på langsikt i grunnrente. I modellen lagt ut av Regjeringen sammenlignes nasjonalformuen slik:

- Realkapital
- Finanskapital
- Verdien i Norges arbeidsstyrke
- Fremtidens arbeidsplasser
- Pensjonsfondet ligger under finanskapital

«Beregningene er blant annet basert på uendrede sysselsettingsfrekvenser og gjennomsnittlig arbeidstid i årene framover. Beregningene illustrerer at verdien av vår arbeidsinnsats utgjør den klart største delen av nasjonalformuen, mens gjenværende petroleumsressurser kun utgjør 4 pst» (Regjeringen, 2014).

Statens og Lofotens nåværende og inntektsform ligger i beskatning av arbeid. Likevel har statsbudsjettene vært svingende og i underskudd. Dette fører til økning i bruk av oljeformuen. Uten oljeinntektene hadde de underskuddene ikke kunne blitt jevnet ut og BNP hadde økt av oljeinntektene. Den høyeste verdien ligger likevel i fremtidige arbeidsplasser gjennom næringsvekst og tjenester i fremtiden.

2.8.2 Ønsket situasjon

- Verdensbefolkningen øker. Etterspørsel av petroleum og gass som energiresurs vil ikke synke i kommende mot 2050. Det er fremdeles store muligheter for økning av oljefondet og statsinntekter.
- Oljen vil fremdeles regjere som nasjonens sterkeste næring grunnet vekst i olje prisene.

- Det er et ønske for regjeringen å finne uoppdagete ressurser i verdi på 2940 Sm³ i nye områder: Barentshavet, Norskekysten og Jan-Mayen.
- Oljen vil fremdeles være største nøkkel for investeringer internasjonalt, og formuen kan komme til gode for kommende generasjoner og velferdssamfunn.

2.9 Mål

«Målet med petroleumpolitikken er å få størst mulege verdier ut av ressursane på norsk sokkel; til det beste for fellesskapet. For å oppnå dette må alle involverte aktørar gi det beste av seg sjølv. Innanfor klare rammevilkår frå styresmaktene skal vi saman arbeide smartare, meir effektivt og velorganisert. Vi må sørge for kunnskapsutvikling, innovasjon og ny teknologi. Då, og bare då, står vi rusta for framtida» (Lien, 2014).

Det er et politisk mål at oljen og petroleumsnæringen skal skape kapital for fremtiden for å kunne beholde velferds systemet i fremtiden for en raskt eldende befolkning og pensjonsfond.

2.10 PESTEL – analyse av petroleumsvirksomhet i Lofoten

Se i vedlegg 2.

2.11 SWOT – analyse av petroleumsvirksomhet i Lofoten

Se i vedlegg 3.

2.11.1 Bærekraftig olje

Oljen er uten tvil økonomisk bærekraftig, grunnet av oljeprisene og energi etterspørsel globalt. Hadde det blitt redegjort for utvinning i Lofoten hadde regjeringen ikke sagt nei, grunnet mulighetene og økning i BNP. Det ville med det økonomiske argumentene være vanskelig å ikke se Lofotens olje som et enormt investeringspotensiale. Oljen grunnet at den er statsstyrt og midlene ligger klare. Oljen vil sannsynlig drive med seg ny innovasjon og forretningsmuligheter.

De som sitter med finansielle midler vil åpne øynene for området og det kan bli en fordel for samfunn og vekst i form av sysselsetting og ekspansjon i avkastning til andre næringer.

Ifølge Ringstad (2012) deles det samfunnsøkonomiske i tre kategorier:

- Naturressurs gjennom det naturen gir oss som vannkraft, fiskeri og olje
- Arbeidskapitalen gjennom skatt og inntektsgrupper som fra fiskere til ingeniører
- Realkapital gjennom bolig, transport og teknologi

Lofotens styrke ligger i naturressursene som man kan velge å vrake og investere. Vannkraft kan utvikles gjennom teknologisk innovasjon, og man kan utnytte Lofotens vind sjøkraft, som tyder til et bedre alternativ miljømessig. Siden oljens svakheter er miljørettet og kan true Lofotens mest bærekraftige næringer og naturressurser: det hvite gullet – torsken og andre marinearter.

Oljen kan likevel øke arbeidskapitalen gjennom å tiltrekke yrkesgrupper og det blir høyere inntekter for kommunene som får sysselsettingsvekst, hvis det blir fremtidig økonomiskfordel for regionen gjennom beskatnings inntekter.

Realkapitalen i området kan også få et løft gjennom vekst i boligmarkedet, mer bygging av boliger grunnet tilflytting og næringsvirksomhet. Transportmessig kan det også mer etterspørsel gjennom direkteruter i aviasjons bransjen og mer infrastruktur tilrettelegging. Lofoten kan bli lettere tilgjengelig og ikke lengre en vanskelig destinasjon og nå.

2.11.2 Oljens negative virkning

Dilemmaet ligger i hva som skal skje med området etter petroleumsbransjen har takket for seg. Det er derfor viktig å tenke sameksistens og å styrke bransjene som ønsker å drive med fornybar energi, fiskeriet og reiselivet. Uten strategi vil oljen gjøre Lofoten til et vekst samfunn til et samfunn med tap. Det vil derfor være mest bærekraftig med oljen som et styringsapparat hvor man kan bruke oljeinntektene til å styrke eksisterende næringer, på dette viset kan det bli et politisk løft om det blir lovet økonomiske ressurser avsatt til å investere i for eksempel destinasjonsutvikling og fiskeriet, slik at Lofotens løft kan opprettholdes. Om det så skulle skje,

er området så belastet at alle ressurser vil lide. Naturressursene svekkes, gyteområder kan stå for massiv ødeleggelse, og fiskeriet faller. Med fiskeriets fall vil reiselivet få negative virkninger siden fisket er en tiltrekningskraft for besøkende. Realkapitalen vil også synke for disse konsekvensene vil føre til krakk i arbeidsplasser grunnet svekket fiskeri og fraflytting. At oljen skal skape katastrofe er minimal, men man skal likevel ikke se bort fra at en katastrofe kan inntreffe uforventet.

2.12 Fiskeri



Foto: Linn Knutsen

Fiskeri har en lang tradisjon i Lofoten. I 1000 av år har samfunnet livnært seg av havets skatter. Lofoten er et rikt område av fiskearter og verdens gytevugge. Den totale verdien av fisket kan ikke måles med noen annen naturressurs i Lofoten. Det er fiskeriet som har holdt liv i samfunnet. Den økonomiske verdien har aldri kunnet blitt målt med totalt sett.

Fiskeri er ifølge Rokkan (2014) en bærekraftig ressurs som er en del av økosystemtjenesten. I 2012 ble det fisket 1458000 tonn fisk og skalldyr til en verdi av 10,8 milliarder. Rokkan omtaler videre at industrien bærer muligheter. Havet vil sikre verdensbefolkningen tilstrekkelig med mat. Mot 2030 og 2050 er fiskenæringen essensiell for å kunne høste fisk,

klimaforandringene byr på utfordringer grunnet havforsuringen. Lofoten har den viktigste og største gytende bestanden i verden, og har mulighet som fornybar ressurs i fremtid om ressursen forvaltes rett.

Ifølge Lena Hamnes bak boken: «Naken uten Torsk», er det lite forståelse for hvilken verdier fisken står for. Fiskeressursene har svimlende verdier som fornyer seg selv. Hamnes omtaler også i Ellingsen (2010, 22): «Vårt sprellende oljefond spreller i havet og fornyer seg selv», og argumenteres videre at det bør komme en gjennomtenkt satsing på sjømat, marine næringer, fornybar energi og reiseliv er fremtiden for Lofoten.

Henning Røed tar tak i problemene knyttet til fiskeripolitikk under Kystens Energi 2014. Ifølge Røed (2014) ble det eksportert fisk for 60 millioner kroner i 2013, og mener norske politikere og med den borgerlige regjering *gir* bort ressursene og tar de fra folket. Norge har verdens nest lengste kystlinje, og er en stor makt og fiskeri er Lofotens eldste største økonomiske sone. Havbunnene er grunne og næringsrike i forhold til dypvann. Barentshavet og Lofoten har sol og lys hele sommeren, hele døgnet. Hvorfor ikke utnytter solenergi som naturressurs?

Ifølge Røed er det ingen som har et nasjonalt regnskap over hvor mye fiskeindustri egentlig er verdt. Røed beregner 400 milliarder kroner, det vil si 80000 per nordmann. Hverken staten eller direktoratene har redegjort en verdisseting av fiskeriet gjennom tidene og kan ikke gi konkrete svar.

Havressursloven tilsier at havet eies av folket i felleskap. Fiskeri myndigheten har aldri trukket tilbake en kvote og fiskeridepartementet står på sidelinjen uten aksjon. Problemet rundt kvotering er at fiskeren selv må sette seg i gjeld for å få lov til hente den. Dette forhindrer mange unge og andre som ønsker å sette i gang noe innen fiskeri. Det kan nesten fremstå som et yrkesforbud. Dette fører til at andre med tilgjengelig kapital kan kjøpe opp båter og kvote, men ansette fiskere og selge profitten til fordel for sitt eget eierskap i annen del av landet. Dette problemet for næringen har aldri kommet til behandling for endring.

Politikere har ikke kartlagt fiskebestanden godt nok og innsett hvor rikt Lofoten er, og hvilken betydning det ville ha om man støttet og tok bedre vare både på fisken og næringen. Havet vil gå i arv til nye generasjoner, da må det verdsettes og beskyttes. Fiskeri er en ressurs som bør gi Lofotens befolkning goder, men det byr på utfordringer når unge aktører ikke får slippe til grunnet investeringsmangel. Hadde det vært annerledes, kan det gi vekst i privatkapital, muligheter for fiskegründermarkeder og trend. En komplisert fiskeripolitikk hindrer dette i dag. Mangel på investering fører til barrierer for små og mellomstore bedrifter i nord og gründerånder.

2.12.1 Kystens innovasjonskraft

Kystens Energi arrangeres i Svolvær. Det er en Nasjonal konferanse om Kystens Innovasjonskraft hvor næringslivene møtes. Den ble arrangert i 31/3 - 1/4 2014 og en av gruppe-medlemmer deltok for observasjon og kunnskaps for oppgaven. Konferansen har som mål å skape en arena for innovasjon, kapital, bærekraftig utvikling og hvor gode ideer kan komme i kontakt med de rette investeringene.

Ifølge Kystens energi, kaller kyst-Norge ikonisk og har vært et sted for entreprenørskap. Det som omtales som «Den blå kapitalen» basert på tradisjonelle primærnæringer som fiskeri, men også teknologiske bransjer. «Kysten er et reservoar for fossile og fornybare ressurser og marine biomolekyler – med enormt potensial for innovasjon, økonomisk vekst og samfunnsutvikling. Likevel er kystens rolle i den nasjonale verdiskapningen underkommunisert» (Kystens energi, 2014).

2.12.2 Kapital til de blå næringer

I denne delen tar vi med utdrag og observasjoner fra deltagelse i konferansen, og drøfter ut ifra temaet hvordan skal man få kapital til de blå næringene.

Bjarne Kveim-Lie er en av kystens ledende investorer som har bygd selskap fra minus til pluss og økonomiske suksesser. Er nå aktuell med foredrag om investeringer i det marine næringslivet under Kystens energi 2014: «Er det investeringer i det blå?» (Kysten Energi, 2014)

Ifølge Kveim-Lie er verdens kapital på et toppnivå og en ukontrollert boble, samtidig nevnes det er tørke i kapitalen i Lofoten. Grunnen er at det er 80% sjanse for nedleggelse om det investeres. Det har prøvd å investere i fiskenæring og fiskegenetikk. Kveim-Lie mener grunnene er:

- Kapital mangel og at prosjekter ikke er bra nok fra startfasen som kalles, tidliginvesteringsfasen.
- De som investerer misforstår salgskanalene og marked
- Må selge til kapitalinvestor for å lykkes til å hente inn kapital

Kveim-Lie mener det er en mangel på motivasjon blant næringer i Nord, og at de ikke innser sitt potensiale derfor er satsingen mangelfull. Det er dårlig vilje til optimalisering, eierstruktur, eierspleiselag og internasjonalisering.

Kapitalen er som ei sky, og er sammenhengende mellom risiko og avkastning. En investor vil søke investeringer som er lønnsomme. Fiskerinæringen er en risiko grunnet globalvaluta og kostnader i drift. Det kreves god kommunikasjon og salgstekke for å trekke investorer til de blå næringene. Man må bevise man har en god bedriftsånden gjennom kundebase, ansatte og attraktive samarbeidspartnere. Nøkkelen for å lykkes innen sjømatnæringen er å globalisere og å internasjonalisere næringen, og internasjonalt salg. Det må letes etter eiere med mindre kostnad på kapital som er villig til å ta risiko.

2.12.3 Verdisetting av naturressursene

Kristin Magnussen – Økonom i Vista Analyse tar tak i at det må settes pris på naturressursene for vi lever av hva den gir oss. Ifølge Magnussen uttaler det gode tjenester i hav og natur, på grunn av at havet er velferd skapt og fiskeriet er til verdi for samfunnet. Fiskeri som verdi er bredt definert den er en del av et næringsnett i en økosystemtjeneste.

Turismen er også en del av det kulturelle økosystemet, men basert på rekreasjon, kulturell arv og identitet. Fisking er en del av Lofotens kulturelle arv og identitet. I den forstand er opplevelsesnæring og fiske i samhörighet i Lofoten.

I det marine økosystem er klimagasser i fokus, hvor havvannet og planter tar opp CO₂, sukkertare binder CO₂ og mikroorganismer bryter ned olje. Økosystemet er et fellesgode, dermed bør man ikke undervurdere menneskets velferd oppimot naturens verdi. I Lofoten er naturen et fellesgode, også fisken. Dilemmaet er at fiskeri og fellesgoder krever mer offentlig kontroll. Naturen må økonomisk verdsettes for oversikt over naturressursenes verdier.

«Overforbruk av natur, konsekvens på sikt. Dårligere fiske og økosystem blir å ha konsekvens samfunnsøkonomisk i fremtiden. Ressurser må brukes slik at man får mest mulig igjen, man må se på det totale samfunnsøkonomiske verdi. Bredt perspektiv må til for å forstå hvor viktig bevaring av økosystem er» Magnussen, Kystens Energi (2014).

Verdisetting av Lofotens naturressurser kan få det offentlige til å innse området system og gi bedre forvaltning av ressurser. Det kan skape bærekraftig tilrettelegging fra myndighetene. Det gjelder å synliggjøre havets ressurser for å øke investeringer. Man må se havet for hva det har å by på, og utnytte de mulighetene. Havet er full av tjenester, problemet er at de er under vann og usynlige.

2.12.4 Aktørene i Lofoten

Aktørene i Lofoten: Lofotens næringsliv består i stor grad av små eller mellomstore bedrifter. Og markedets største tilbud består av små lokalaktører både innen reiseliv og de blå næringene (fiske, energi og forskning).

Aktører innen rorbu og sjøhus er spredt utover øyene. Eksempler på aktører er: Svinøya Rorbuer lokalisert på Svinøya i Svolvær. Reine Rorbuer på Reine i Moskenes kommune med flere. Disse aktørene samarbeider med opplevelsesprodusenter som XXL Lofoten i Svolvær eller Aqua Lofoten på Reine. De er private aktører med privateierskap. Disse aktørene samarbeider om et

helhetlig reiselivsprodukt og avhenger av hverandre for å lykkes. Det er få store aktører innen reiselivsnæringen konkurransemessig mot de små lokalaktørene. Thon hotellet i Svolvær og Rica kjedens eksistens er likevel konkurranse for de små private aktørene. De store kjedene har likevel fokus på kurs og konferanse segmentet, men de små aktørene har mer fokus på private reisende.

Fiskeriets aktører lokalt er også i størst grad bestående av SME (Small and Medium sized Enterprises). Eksempler er: Sjøfiskeren som ror fiske alene eller med liten besetning. Og trålefiskerne som jobber for større fangst som hovedinntekt (Blad B fisker), eller fiskere som eier båter og rettighet til kvote som binæring (A-Blad) relatert til fiskerne som aktør er mottakene og de som kjøper kvotene. Her selges fisken fra fiskerne og overtas av mottak for videre behandling av fisken for filetering og pakking til videre eksport.

Andre næringer relatert til de blå næringene er forskning og drift av selskapet SALT som driver med forskning av havområdene.

2.12.5 Turismen og fiskeri

Det er grunder muligheter i turistnæring og fiskerisamarbeid. Det eksisterende fiskeriet er eksotisk og autentisk, og er en sterk tiltrekningskraft for besøkende. En del turister vil ha aktivopplevelse gjennom deltagelse, mens andre turister er der for å se, lære og å være i estetiske naturomgivelser mens yrkesfiskeren er under kvote press. Nordlys (2014) skriver om turister som leide en båt og fisket til båten begynte å synke. Og nevner at turistene fisket 680 kg. Fisken er et fellesgode som er per i dag gratis, men en avgift burde muligens vurderes for turister, siden fisken er en verdifull resurs for fiskere.

Ifølge Visit Norway har EU nylig gitt tørrfisken en champagne status, og torsken er likestilt med parmesan, parmaskinke og champagne. Og det er slike statuser og berømmelser som kan føre fiskeriet i fokus og øke kapitalinteresse. Det gjelder å gjøre industrien attraktiv på diverse felt. Fiskeprisen på 12 kr per kilo holder ikke i seg selv, men som tidligere nevnt må man finne investorer som er risikovillig. Det er likevel verdiskapning og næringsvirksomhet som må holdes

i gang med fokus på investeringer til primærnæringer. Ifølge Lyngnes (2007) er finansiering av reiseliv et av de store politiske spørsmålene for næringene, og at det ikke finnes direkte struktur for hvordan organiseringen skal skje. Regjeringens strategiske rapport for reiselivet (2013) beskriver Norge som en nasjon med mangelfull satsing innen verdiskapning og eierskap. Det gis inntrykk for at det er et lavt politisk engasjement, selv om det omtales hvor viktig det er å ha fokus på verdiskapning og sosial utvikling.

2.12.6 Investeringsformer og eksport

Lofotens fiskeindustri driver i dag med indirekte eksport innenlands og direkte eksport utenlands. For å kunne internasjonalisere og etablere nye gründermarkeder er Joint Venture hvor eierskap kan deles og man kan jobbe i tett samarbeid med utenlandske bedrifter av politiske og finansielle grunner, uttaler Ziegler og Paulsen (2010, 131). Men hvis det ikke finnes den politiske viljen til investeringer, må man lete etter utenlandske kapital og markedskunnskap. Dette gjelder også for reiselivet fordi bransjen står ovenfor samme investeringsproblemer som næring.

2.14 Presentasjon av kjerneartikkel

Siden Lofotens næringsliv i størst grad består av SME`s blir det naturlig å bruke Internationalisation competence of SME`s av Achtenhagen (2011) som kjerneartikkelen, som tar tak i hvordan disse selskapsformene ikke tør å satse internasjonalt. Artikkelen tar tak i hvor viktig det er med forretningsutvikling og å skape økonomisk vekst via eksport. Det kreves vilje i internasjonalisering, i tillegg til erfaringer og kunnskap rundt markeder. Men finansielle mangler forhindrer utvikling av bedrifter og ressurser. Det kreves vilje som risikotaker. Et lite selskap kan ha stort læringsutbytte av å tørre å satse globalt.

For å lykkes trenger man å følge tre sentrale suksesskriterier:

- Ledelsen og eierskapets roller er den som må involvere investorer og skaffe lovende forretningsmuligheter for fremtiden.

- Det kreves internasjonalstrategi, samarbeid og nettverksbygging for å få involvering av investorer og ser forretningsmuligheter
- Nettverksbygging: det må skapes allianser mellom selskapene for å skape resultater for sin næring.

Ut ifra dette må Lofotens næringer tenke rundt å skaffe seg mer internasjonal erfaringer, skaffe investorer som tør å satse uten å forvente store avkastninger. Lofoten må identifisere sin forretningsmuligheter gjennom innhenting av markedskunnskap og vitenskap for å kunne identifisere sine muligheter.

Fra Kystens Energis konferansen er akkurat dette et sentralt tema. Mangelen på å våge til satsing, og samtidig ikke ha et realistisk syn på hva Lofoten er god for. Internasjonaliseringen er en mangel og derfor ser man lite avkastning i turisme og fiske. Næringene er dermed usynlige og det mangler kunnskap rundt hva naturressurser er verdt. Om dette blir identifisert blir den internasjonale interessen større og det kan øke investering potensiale.

«Entreprenørskap er en nøkkel for å drive frem økonomisk og sosiale prosesser. Raskt voksende selskaper sett på som viktige kilder til innovasjon, produktivitet og ansettelse. Små og mellomstore står for en høy prosent av ansettelse i voksende økonomier» (World Economic Report, 2014)

2.15 PESTEL – analyse av de blå næringer

Se vedlegg 4.

2.16 SWOT – analyse av de blå næringer

Se vedlegg 5.

2.17 Lofotens fremtid

Klimaendringene mot 2020 og 2050 er forutsigbare, det kreves tiltak for å forebygge at naturmiljøet blir for skadet. Mot 2050 kan arktisk være smeltet og kystfiskere vil bli rammet, fisken vil flykte lengre nord og havnivå vil øke. Næringslivet trenger en ny strategi og omstilling for å kvitte seg med «Oljehandikapet» ved å satse på fornybare ressurser (Haltbrekken, m.fl, 2007).

Oljen har vært med på å svekke næringsvirksomhet i andre næringer. Fiskebestanden og havets organismer står oppimot at det blir varmere. Verden kan bare slippe ut 990 milliarder tonn med CO₂, men dagens oljefunn vil tilsvare 2860 milliarder tonn med CO₂. Politikere ser ut til å snu om og innrømmer at krisen er nær, og at et oljefritt samfunn må utvikles (Miljøpartiet De Grønne, 2014). Dette viser til store muligheter og en ny fremtid for de blå næringene grunnet at man vil se styrken i andre naturressurser enn oljen og grunnet miljøutfordringene. Dette kan bety at verdsettingen av de blå næringene kan bli en redning for å forhindre oljeindustri i Lofoten og næringsveksten i miljøvennlige fornybare ressurser blir Lofotens fremtid.

3.0 Metode

Under dette punktet av oppgaven ønsker vi å vise frem vår strategi på hvordan vi skal gå fram for å samle inn data som kan besvare vår problemstilling, ved hjelp av valgte forskningsdesign. Design vil kunne hjelpe oss med å planlegge prosessen for datainnsamling. Valget har vært avhengig av problemstillingen, formålet med oppgaven, tid og ressurs og vår egen kompetanse.

3.1 Fenomenologisk design

Fenomenologisk design handler om at å forstå virkelighetssynet fra informanten til forsker gjennom holdning, syn og perspektiver (Askheim og Grennes 2008, 69). I teoridelen har vi lagt fram aktuelle fenomener innenfor reiseliv, olje- og fiskeindustri i Lofoten. Vi ønsker derfor, ut i fra teorien, å forstå fenomenet ved å utføre forskning.

3.1.1 Etnografiske preg

Selv om vi i utgangspunktet hadde valgt fenomenologisk design, innså vi at forskningsprosessen vår ikke ville basere seg kun på det, fordi at vi skulle oppholde oss i en geografisk området, gjøre observasjoner av omstendigheter og menneskelig interaksjoner, og forsøke å forstå samhandlingen av reiseliv- og fiskerinæringen. Dermed vil forskningen vår ha etnografiske preg i seg.

3.2 Utvalg av informanter

Vi er opptatte av å finne ut holdninger, meninger og forståelser fra reiseliv- og fiskerinæringen, samt ekspertisene, slik at vi kan få et innsyn fra forskjellige gruppene. Vi har forutsett oss at dette vil kunne gi varierende data, som kan ses som syn og holdning fra disse gruppene.

3.3 Utvalgsstørrelse

I det tidsperspektivet vi bestemte oss for å dra til stedet for å utføre forskning, var det midt i

fiskets høysesong, og andre arrangementer. Det viste seg at alle næringene var opptatte, men likevel hadde vi fått tak i to informanter innenfor hver gruppe. Det vil si at vi hadde seks informanter totalt.

3.4 Rekruttering

I første omgang sendte vi ut en felles mail til aktuelle organisasjoner og næringer, men responsen gikk veldig sakte når det kom til tilbakemelding. Vi ble møtte med en del motstand, spesielt fra offentlig organisasjoner, men fra private og lokale bedrifter i Lofoten fikk vi derimot positive tilbakemeldinger. De offentlige organisasjoner henviste oss videre uten resultater, dette gjelder fra olje-, fiske- og reiselivsindustriene.

På grunn av dårlig tilbakemelding, har vi gått for å kontakte og rekruttere direkte gjennom private personer eller bedriftene. I utgangspunktet var det planlagt ni respondenter, men noen respondenter ble fraværende og det ble bortfall når det kom til avtale av tidspunkt og sted i Lofoten. Vi forsøkte med personlig oppmøte på kontorer til blant annet Fiskeridirektoratet og Råfisklaget i Svolvær uten resultater. Dette gav oss uforventede utfordringer, men siden gruppen var på to medlemmer innså vi at seks respondenter med to representanter fra reiseliv, fiske og ekspertise var tilstrekkelig.

3.5 Informanter

Reiselivaktør 1:

Bedrift: Svinøya Rorbuer

Lokasjon: Svolvær

Stilling: Innsalg og daglig drift

Relevanser som respondent grunnet kjennskap til drift av reiseliv i Lofoten

Reiselivsaktør 2:

Bedrift: Aqualofoten

Lokasjon: Reine

Stilling: Daglig leder og deleier

Relevanser som respondent: Erfaringer i bedrifter, dykkeinstruktør og utfluktstilbyder.

Ekspertise 1:

Bedrift: SALT

Lokasjon: Svolvær

Stilling: deleier i SALT

Relevanser som respondent: doktorgrad i marinsystemøkologi, oppdragstaker for utredninger for Aquaplan, Statoil med flere, forskning i Lofoten omegn, arrangør av Kystens Energi og Kvinnekonferanse, generelt rådgivning, formidling av hav, kyst og olje. Høy kompetanse økosystemer, kystnæringer og entreprenørskap

Ekspertise 2:

Bedrift: Reine Rorbuer

Lokasjon: Reine

Relevanser som respondent: jobbet i reiseliv i 12 år, utdannet innen reiselivsledelse på BI, leder i Moskenes reiselivsforum, driftsleder på Reine rorbuer, styremedlem i andre rorbuer og Destinasjon Lofoten.

Fisker 1:

Bedrift: Juksefisker på sjark, fiskestatus blad A, fiske som bi-næring

Lokasjon: Svolvær

Relevanser som respondent: 30 års fartstid i Hurtigruten og yrkesaktiv innen reiseliv. Leder for Austnesfjord Jakt og fiskeforening. Bi-inntekter ved å drive fiske. Kunnskap til reiseliv og fiskeindustri

Fisker 2:

Bedrift: Juksefisker på sjark, fiskestatus blad A, fiske som bi-næring

Lokasjon: Svolvær

Relevanser som respondent: Lang arbeidserfaring fra reiseliv (Hurtigruten) og driver fiske som bi-inntekt. Kunnskap rundt turisme og fiske grunnet arbeidserfaringer

3.6 Dybdeintervju

Dybdeintervju er metoden som vi har valgt for å utføre i datainnsamlingen. Det innebærer samtale mellom intervjuer og informanter. Dybdeintervju styres ved hjelp av forhånd lagde intervjuguide.

Tanken var at vi ønsker å få fordykning i besvarelsen, både i det som ble svart og i observasjon. Ut i fra intervjuguide beregner vi at intervjuet vil ta rundt en time. Vi har valgt for å ta lydopptak, slik at det blir lettere for oss i etter tid for å transkribere. Informantene vil få beskjed om det i forveien, og få bekreftet at de vil bli anonymisert.

3.7 Oppsummering av intervjuguide

Med tanke på at vi har forskjellige målgrupper, hadde vi laget tre forskjellige intervjuguides (se vedlegg 6). Introduksjonsspørsmål var de som skilte seg ut, men alle målgrupper hadde de samme nøkkelspørsmål.

- Hvis det blir slik at det blir oljeutvinning her i Lofoten, hvordan tror du dette ville påvirke reiselivet og fiskeriet i området, og eventuelt din bedrift?
- Ut av olje-, fiskeri- og reiselivsnæringen, hvilken av disse bør det vært mer satsing på? Begrunne svaret.
- Hvordan kan økt satsing hovednæringene: fiske-, og turismeindustrien forhindre eller utsette oljeutvinningen i Lofoten?
- Kan fiskeriet, reiselivet og olje leve side om side? Begrunn svaret.
- Hvis Lofoten hadde vært med i UNESCO verdensarvliste, hvordan ville Lofoten ha sett ut i dag?

4.0 Analyse

4.1 Transkribering og datareduksjon

Under dybdeintervjuer hadde vi tatt lydopptak, i tillegg til notater av observasjoner. Dette har vi tatt med i transkriberingen. Arbeidet av transkribering av et intervju tok veldig lang tid, og i og med at vi hadde begrenset med tid i Lofoten til å utføre intervjuer, fikk vi knapp tid til transkribering rett etter intervjuene. Men etter at vi kom tilbake satt vi i gang med transkribering, og vi innså at notatene av observasjoner var til stor hjelp. Under mange intervjuer har det vært forstyrrende objekter og lyder som har gjort at vi hørte informantene dårlig noen ganger. Noen av intervjuene måtte avbrytes grunnet at tiden respondentene hadde satt av til å besvare var utløpt. En del av samtalene var ikke relevant til intervjuet ble ikke tatt med i transkriberingen, fordi respondentenes svar havnet utenfor temaet og viste usikkerhet som førte til at intervjuet kunne vise mangel på kunnskap. Respondenten kunne da ta en annen strategi og begynne å snakke om temaer hvor de kunne vise mer fagkunnskap i forhold til sin næring. Noen respondenter ga også i tilfeller ikke nok utdypende svar slik at det kunne tolkes som god data og relevanser for transkribering og videre analyse.

Transkribering og datareduksjon ble også utfordrende grunnet vår egen deltagelse i intervjuene. Det ble mye åpenhet i samtalene mellom respondent og oss. Spørsmålene kunne bli stokket litt om, og nye komme på sparket grunnet engasjement i intervjuet. Det ble små diskusjoner underveis. Dette kan ses som en svakhet at intervjuene kom ut av planlagt struktur og tid.

4.2 Dataanalyse

Prosessen i bearbeiding av data har vi valgt for å gjøre åpen koding, for at vi skal kunne kategorisere og beskrive fenomen i datafunnet. I tillegg ønsker vi å ta med relevante sitater til hjelp for fordypning av analysen. Vi mener besvarelsen får styrke gjennom å kunne sitere grunnet at mange direkte utsagn har høy verdi som besvarelse.

Under hele forskningen har vi ikke hatt en fastsatt teori, vi bruker et bredt omfang av rapporter fra sentrale aktører som bakgrunn for nøkkelspørsmål, vår begrunnelse for dette er at i 2014 har det kommet mye ny forskning og input mot temaet som har gjort det utfordrende å velge bakgrunn i en fastsatt teori, temaet er under kunnskapsmessig forandring til enhver tid, vi har også sterkt fulgt vår egen empiriske sanser ut i fra vår egen kunnskap og interesse for temaet. Analysen tar utgangspunktet fra dybdeintervjuer, og som formål ønsker vi å finne ut om fenomen og holdningsvariasjon i våre målgrupper innenfor temaet.

4.2.1 Holdning om oljeboring

Ut ifra koding bearbeidet, kom vi fram til at våre respondenter er klare over både hvilke positive og negative påvirkning av oljeboringen vil ha for Lofoten.

Informanter	Holdning om oljeboring
Reiselivsaktør 1	Nevner at det ville hatt en positiv vekst i begynnelsesfase omsetningsmessig, gjennom etterspørsel på tjenester fra bedriftsmarkedet og næringene som følger med.
Reiselivsaktør 2	Nevner at den økonomiske effekten ved oljen ikke blir en fordel for Lofoten. Men om Lofoten sier ja til oljen vil den komme til å overkjøre reiselivet.
Ekspertise 1	Ville holde seg helt nøytral, grunnet kundeforhold opp mot oljeindustrien. Likevel gis det uttrykk for positiv holdning for bedriftens fordel. Oljeutvinning ville økte oppdrag og etterspørsel i deres forskning og ekspertise i området. Oljeutvinningen ville også ført til ekspandering, samarbeid, økning i ansettelser og en økonomisk trygghet for firmaet over lengre tid. Ville holde seg helt nøytral, grunnet kundeforhold opp mot oljeindustrien. Likevel gis det uttrykk for positiv holdning for bedriftens fordel. Oljeutvinning ville økte oppdrag og etterspørsel i deres forskning og ekspertise i området. Oljeutvinningen ville også ført til ekspandering, samarbeid, økning i ansettelser og en økonomisk trygghet for firmaet over

	lengre tid.
Ekspertise 2	Mener at oljeutvinning vil komme til å gi infrastruktur på området et løft, men likevel nevner om den negative effekten som oljen kan medføre.
Fisker 1 og 2	Er bestemt på at det er ingen positive påvirkning fra oljeutvinningen, hverken for turisme eller for fiskeriet i området. Begge fiskere gir et klart svar at turistene kommer til Lofoten for å se og oppleve urørt natur. Oljen blir for dem en næring som ikke kan kombineres. Dessuten er oljeindustrien en industri som man har nok av og ikke trenger i Lofoten. Det vil være ødeleggelse for både turisme og fisket. Fisker 1 understreker under hvor viktig fiskeriet har vært og er for Norge. En av fiskere nevner om kapital fra fiskeriet i sammenlikning med kapital fra olje, og mener at fiske er mest lønnsomt.

«De har eksistert og alltid eksistert i tusna av år. Og det der oljeæventyret vårres, det e et blaff i historia. Det kom fort i 70-tallet, og det fær snart» (Fisker 1, 2014).

«Og når du tar kapital som e kommen inn, så e det feske i alle de åran som det alltid har vært her. Kanskje inni fremtid som vi kan sjå, så kan vi legge ut kor lenge det e ut i kapitital de har rægne ut, og kor mykje pæng i fremtia.*blir hissig* Så kan de ta det kapital, det e det som de kjem me olja i tredve år, så kan du se og sammenlign, kanskje ikkje en prosent av det feskerian hadde fått inn i sin rægning» (Fisker 2, 2014).

Reiselivsaktørene, ekspertise og begge fiskere kunne reflektere over at en katastrofe i oljeindustrien vil ha så store følger at alle næringer vil lide og alle vil merke dette på alle måter. Det vil være en katastrofal kjedereaksjon politisk, økonomisk, sosiokulturelt, teknologisk og miljø-, klimamessig. Det vil kreves en grundig planlagt kriseplan, men hvorvidt man kan kontrollere det, er det ingen garanti for når naturkreftene slår imot.

Vi er enige om at oljen vil kunne føre til vekst til Lofoten, men det ville ikke ha vært bærekraftig over lengre tid. Oljeindustrien hadde ført til vekst og investeringer, men

investeringer fra store aktører som kan skade det autentiske og bærekraften i den forstand at reiselivet og fiskeindustri per i dag består av privateide små eller mellomstore bedrifter som samarbeider.

Oljen og veksten av reiseliv hadde ført til mer offentligstøtte og interesse for å støtte opp om reiselivet for politikerne hadde da realisert verdien, men det kan føre til sosiokulturell negativitet og ubalanse i tålegrensene om man ikke er føre var. Oljen hadde også økt inntektene i området til positiv vekst for privatøkonomi hos befolkning og påvirket oppgang i prisene i opplevelser. Vi har observert fra en våre respondenter som gir eksempler fra Stavangerområdet som i dag er blitt Norges dyreste hotellby. Oljen har ført til vekst og pågang mot bedriftsmarkedet. Det er observert og bevist teoretisk at prisnivået på reiseliv i Norge og Lofoten er en stor utfordring for det internasjonale markedet grunnet økonomiske kriser, valutaendringer og økende arbeidsledighet internasjonalt. Dette fører til store økonomiske konjunktursvingninger i tidligere store markeder som USA, Italia og Spania. Ved petroleumsdrift i Lofoten kan det føre til prisøkninger, men gjøre det vanskeligere for bredere omfang av målgrupper og kunne takle det høye prisnivået. Oljen kan da ha negativeffekt i den forstand at målgrupper som i dag er verdifulle, den som søker naturopplevelser og fiskeopplevelser på privatbasis blir utkonkurrert av en bedriftsrettet målgruppe. Likevel er det nevnt av respondenter at reiselivet tjener seg ikke rike i området, mange reiselivsprosjekt er drevet med interessens ånd og gir ikke store avkastninger. De som tjener best er de som har klart å knekke koden å nå ut til bedriftsmarkedet. Det er utfordringer i noen deler av Lofoten å reiselivsnæring å ansette folk fast. Utvinning av olje kan forandre dette og gjøre arbeidsplassene faste og ikke sesongbetont. Det er teoretisk kjent at både olje og turisme fører til negative og positive konsekvenser, men en vekst i begge bransjer kan føre til tap av det autentiske og for vekst av turisme kan gjøre bransjene for synlige om området mindre estetisk.

4.2.2 Prioritert næring

Når det kom til spørsmålet om hvilken næring som burde ha vært investert mer i, så var det et klart svar fra begge reiselivsaktørene og ekspertise 2 at det burde ha vært reiseliv.

Informanter	Prioritert næring
Reiselivsaktør 1	Mener reiseliv og fiske hører sammen, og at man heller bør styrke de eksisterende næringer enn å satse på olje. Og det var en tydelig skeptisk holdning til utviklingen av olje, nettopp fordi at det vil komme til å ødelegge for fiske og reiselivet.
Reiselivsaktør 2	Sier at det å drive med fiske er i dag blitt veldig dyrt, og ser for seg at det kommer til å bli mindre fremover, med mindre at det blir billigere å investere og mer lønnsomt å drive med det. Reiselivsaktør 2 mener at oljeutviklingen ikke skjer på stedet, men reiselivet derimot er det, og mener at det kan kontrolleres mer lokalt. Det må være økt fokus på tilrettelegging for besøkende, slik at det blir en god opplevelser, og det kan være med å øke verdien for destinasjonen. Med dette ville det øke verdien for Lofoten, og det vil legge mer press på å bevare naturen.
Ekspertise 1	Det gis uttrykk for at satsinger mot turisme og fiske hadde vært flott. Eksperten er klar over utfordringene reiselivet og fiskerne står oppimot i forhold til mangel på økonomisk satsing og hindre. Reiselivet får støtte i få år før de må stå på egne ben, og det koster for å drive fiske noe som forhindrer unge som ønsker å drive fiske på grunn av finansielle grunner. Eksperten nevner at mange turister ikke har betalingsvillighet for opplevelser, men bedrifter som hoteller, restauranter og barer er de tjenestene som tjener med profitt ut ifra turismen, og ikke de som selger opplevelse.
Ekspertise 2	Viser seg til å ha vanskeligheter med å besvare på spørsmålet, men kom etterhvert fram til at reiselivet er den næringen som er minst ut av de andre, og undret over at Norge har en olje- og fiskeriminister, men ingen offentlig person for reiseliv.

Fisker 1	Viser for å være svært skeptisk til oljeutvinning i sin besvarelse
Fisker 2	Mener at både fiskeri og reiselivet burde bli investert mer i, og viser positivt holdning til Lofotens reiselivsposisjon dagen i dag.

«Hvis oljeindustrien vil være negativt for fiskeriindustrien så blir det jo automatisk negativt for reiselivet også, sånn indirekte. Så, jeg trur heller på å styrke de arbeidsplassene som vi allerede har og utvikle dem til flere arbeidsplasser innen de næringene vi allerede har, enn å erstatte med, ja.. Det er er en lang diskusjon, men jeg trur ikke det er positivt for reiselivsnæringen med oljeutvinning eller oljeindustrien i det hele tatt, i det lange løpet» (Reiselivsaktør 1, 2014).

«Så hvis det er noen av de som trenger hjelp, så er det reiselivet. De har rett og slett ingen store, store, tunge offentlige personer som er vår, hva skal jeg si.. Forkjemper» (Ekspertise 2, 2014).

Fra observasjon av dybdeintervjuene med reiselivsaktører viser det seg at de ikke jobber med noen spesielt markedsundersøkelse, men likevel opplever de at kunder kommer av seg selv. Det de baserer seg på er Trip Advisor og booking.com, og heller ta direkte kontakt med uforntøyde kunder for å ordne opp i eventuelle problemer. De opplever for det meste positive og fornøyde tilbakemeldinger fra sine kunder per i dag. En satsing på å utføre en grundig markedsundersøkelse i området både blant bedrifter og besøkende kan være med på å klassifisere spesifikt hva som mangler og hva turistenes behov av opplevelser og tilrettelegging er. Dette kan bidra sterkt til å trekke investorer inn hvis for eksempel den naturbaserte turistene mener det burde være mer tilrettelagt med turløyper eller skianlegg, slik at fjellene blir mer tilgjengelige for fremtidens målgrupper. Yeoman (2012) spår fremtidens turist vil bestå av flere eldre reisende og familier på budsjett. Det må investeres og legges strategi for disse målgruppene.

Naturopplevelsen og tilbudene i Lofoten i dag kan ikke oppleves på likt vis av eldre eller handikappede ved å tilby samme rekreasjonsmuligheter. Det er potensiale for investering i heiser, veier og sti utbygging og mer tilrettelagt tilbud for en økende målgruppe for mennesker med fysiske utfordringer for reiselivsutviklingen mot 2050.

Om ikke reiselivet ønsker å satse selv på markedsundersøkelser og å nå ut mot finansmarkeder

for å lokke til seg de rette som vil satse, er det en svikt mot egen næring på lang sikt. Det kreves en felles satsing fra det offentlige både politisk og fra det private næringslivet. I felleskap må det åpnes for bedre kommunikasjon og proaktivitet. Investeres det ikke i å legges strategier for reiselivet som næring vil reiselivet stå for en overraskelse, det må tilrettelegges og investeres i nærmeste årene. Fremtidens jobber i Lofoten har stort potensiale i reiseliv som prioritert næring.

Når det kommer til å prioritere fiskeriet som næring er det også viktig å legge strategier slik at det blir lettere for fremtidens ungdom å drive fiske selvstendig. Det må bli lettere og ikke være for mange hinder for de som ønsker å starte med fiske. Det må også være lettere å få tak i kapital eller investorer som kan være behjelpelige ved å støtte opp rundt denne primærnæringen. Disse manglene gjør per i dag at mange gir opp drømmen om å drive næringen videre, spesielt for unge. Det er observert under konferansens Kystens Energi at finansieringen og kvote er et dilemma for yrkesfiskeren samt også at pengesterke fra andre regioner kjøper opp sjarker og trålere, og ansetter lokale fiskere som mannskap. Dette gjør at avkastningen og fortjenesten inndratt går utenfor regionen og ikke lokalt.

Det kreves politisk vilje og lovendring for å få Lofotens fremtidige fiskere å drive med denne primærnæringen mer attraktivt og innse at det hvite gullet, Skreien, er svært vesentlig å satse på. Vi sier derfor enig med våre respondenter at primærnæringene som allerede eksisterer er verdt å finansiere for Lofotens framtidsutsikter.

Under intervjuet blir det også nevnt at fiskeprisen er lav, i fiskeriet trenges det modernisering av fiskemottak for å sikre kvaliteten på fisken som kommer inn. Det blir nevnt at en båt med tre tonn kan komme i havn, men bare tre personer er tilgjengelig for å bearbeide fisken til videresalg. Dette har konsekvensen, i den forstand at fiskeren kan miste inntekt for at fisken får dårligere kvalitet under vente tiden på mottaket. Fiskeren kan da stå får inntektstap.

Fiskemottakene må derfor investeres i for å gjøres bedre ved å ansette flere arbeidere, eller at det oppretter en kontrollapparat som hverken er på selgerens eller kjøperens sin side til å vurdere fisken som kommer inn og gi en pris basert på kvalitet, i dette tilfellet er det nødvendig at kontrolløren må være tilstede oftere. På Island er fiskeprisen høyere enn i Norge, grunnet kvalitetssikringen. Og vi mener at den norske fiskeripolitikken burde følge etter denne strategien.

4.2.3 Økt satsing i hovednæringene

Informanter	Økt satsing i hovednæringene
Reiselivsaktør 1	Det er en politisk avgjørelse når det kommer til oljeutvinningen, men om det likevel blir oljeutvinning i Lofoten, så ville politikere gå imot seg selv, ved å ha sagt at de skal satse på fiskeri og reiseliv i området. Nevner også at de fleste nordmenn har en positiv holdning til eksport, men veldig få tenker på at reiseliv er også en slags eksport.
Reiselivsaktør 2	Mener at reiselivet ikke vil bli så stor at det kommer til å være den dominerende næringen i Lofoten at andre næringer blir unødvendig å ha.
Ekspertise 1	Uttaler at forhindring er et ord som ikke bør brukes. Grunnen til at det ønskes olje, er fordi det er for lite vekst i andre næringer og at kommunene får lite økonomisk gevinnst.

«For at der er mange argumenter *mot* for å kombinere de tre næringene. Men den politiskviljen mot de som virkelig tar, det er jo det samme med fiskerinæringen at det er jo, litt sånn stedmodellig å henlegge i norsk politikk, ikke sant. Det er jo en av de virkelig store inntektskilden til Norge, men du får ikke en posisjon som de burde ha på en måte. I nordmenn flest, sine bilder for hva som er viktig, for eh.. ja.. for å skaffe oss inntekter, eksport inntekter. Eksport er jo noe som er veldig populært og det er litt, det er jo noe man skal tenke på er at reiselivet driver med eksport. Det er jo viktig å ta med»
(Reiselivsaktør 1, 2014).

Vi mener at om oljeindustrien blir en realitet kommer den til å ta oppmerksomhet fra reiseliv siden Norge globalt er kjent for eksport av olje og at våre internasjonale investeringer blir gjort fra vårt oljefond. Vi har en tro på at oljen kan gi Lofoten et annet image enn det har i dag. Fordi imagen av Lofoten i dag er urørt og flott natur, levende fiskerikultur som tiltrekningskraft siden reiselivets aktiviteter ofte er side om side med denne næringen. Under alle intervjuene, viser det tydelig seg at våre respondenter mener at turistene som kommer til Lofoten, de ønsker å se og oppleve naturen som er her. Det er nettopp derfor at oljen vil komme til å ødelegge denne

imagen for Lofoten. Det er en miljøtrend blant reisende i dag, det miljøvennlige og rene er i fokus. Lofotens målgrupper vil nok stille seg kritisk til en næringskombinasjon. Det vil derfor være mer attraktivt å investere i nye næringer som naturen kan gi i Lofoten, for eksempel bruk av vindkraft og bølgekraft. Lofoten har et større potensiale i å bruke naturressursene innovativt og fenge investorer til disse fornybare ressursene i stedet opprettholde det rene Imaget. Fremtidens beste er økning i investeringer innen miljøbasert turisme som utføres etisk og skånende, fiskeriet som en ressurs som må styrkes og forbedres fra et politisk perspektiv samt innovasjon for fornybar naturressurs utvinning.

4.2.4 Nærings kombinasjon

Da vi ønsket å vite om informantenes tanker rundt om reiselivet, fiskeriet og oljeindustrien vil kunne leve side om side, svarte reiselivsaktør 2 og ekspertise 2 at det var mulig, fordi disse næringene driver med vidt forskjellige ting og at det handler om å ta like mye hensyn til hverandre, og ikke minst handler det også om gjensidig respekt.

Informanter	Nærings kombinasjon
Reiselivsaktør 1	Mener at oljevirkosomheten og reiselivet ville kunne fungere sammen i begynnelsesfase, men stiller seg et spørsmål om hvorfor skal man drive med noe bra for kortsiktig. Og nevner at reiseliv er bra, hvis det drives på en bærekraftig måte, og fiskeing er også bærekraftig, mens oljeindustrien er per i dag ikke bærekraftig i sin definisjon.
Ekspertise 1	Reiselivet og olje vil gå fint sammen. Fiskeri og olje vil komme i konflikt, men avhenger at metode for oljeutvinning.
Fisker 1	Nevner en argumentasjon at Nordsjøen har ikke hatt så mye fisk som de har nå, men det virker logisk fordi fiskene liker å samle seg i kloakken.
Fisker 2	Svarte kort og enkelt at det ville bli kjempekonflikt, hvis oljen kommer til Lofoten.

«Det ligger mye i tankene rundt sameksistens og at det er mulig. Det finnes svar imellom, og det ligger i om man har interesser til å finne det besteløsningene» (Ekspertise 1, 2014)

Vi har observert store kontraster i spørsmålet rundt næringskombinasjon. Som tidligere nevnt vil oljenæringen bringe vekst til regionen, spørsmålet er hvor lenge og hvilken grad blir det bærekraftig fremtidsmessig med en slik næringskombinasjon. En næringskombinasjon kommer ikke til å bli smertefri og kommer nok til å oppnå skepsis fra alle hold. Det som bekymrer mest er om oljenæringen kommer til å bli synlig og ødelegge for det estetiske eller om det kommer til å fremstå som en “anonym” visuell næring langt fra kystlinjen. I den forstand blir den ikke ødeleggende for naturopplevelsen, men det er tanken og viten om at den finnes der ute som skaper skepsis blant fiskere og reiselivsnæring. Reiselivsaktørene mener det vil skape vekst for deres bedrift, men kan ødelegges for eksiterende sterke målgrupper over lengre tid. Fiskerne mener som tidligere nevnt at det er uaktuelt med en kombinasjon av olje og fiske. Oljen vil skape protest fra industrien og befolkningen, men også ha en stor tilhengergruppe. Det menes av andre og oss at en næringskombinasjon kan være positivt, og at det ville gi økonomiske fordeler i de 10 årene petroleumsutvinningen vil være aktiv. Men hva vil skje i etterkant er det store dilemmaet? Det er derfor viktig å styrke den eksisterende næringskombinasjon og se fremtidsmessige utsikter i at nye bransjer gjennom fornybar energiskapning gjennom bølge- og vindkraft også kan skape denne positive økonomiske effekten for området. Dette er en sunnere og mer fremtidsrettet visjon for et nærings samarbeid.

Om petroleumsvirksomheten blir en realitet i området er det et spørsmål på hvor mye økonomisk vekst skal området tåle og trenger Norge enda mer økonomisk vekst? Eller skal det bremses ned i denne næringen og satse på næringskombinasjoner ved å skape yrker innen reiseliv og fiskeri?

Det er likevel observert av våre respondenter som også sier at oljevirkosomhet også kan fungere som attraksjon for eksempel dykking ved rigg eller guidetur på plattformen. Det skal derfor ikke mørklegges rundt turisme og oljenæringens samarbeidsmuligheter.

Det er også observert og nevnt av en av våre eksperter at et Skrei senter er i planlegging og det er mulighet for et naturressurs lærings senter som kan bli en felles attraksjons plattform for Lofoten. I dag er for eksempel Lofotakvariet i Kabelvåg en av Lofotens attraksjoner og her har Statoil allerede en utstilling og informasjon rundt hvordan næringene kan sameksistere. Oljen er derfor

allerede en del av Lofotens attraksjoner.

4.2.5 UNESCO – verdensarvliste

UNESCO – verdensarvliste spørsmålet var alle, bortsett fra ekspertise 2, veldig usikre på hva de skulle svare på.

Informanter	UNESCO – verdensarvliste
Reiselivsaktør 1	Vil ha gitt positive resultatet for Lofoten som en destinasjon, men mener at det ville nok gi noe begrensninger for næringslivet til å utvikle seg. Reflekterer også over Vega, som i dag står på den listen, men mener ikke at det er skjedd så mye der, og mener at det er noen som må drive og styre til hvordan det skal bli, ikke bare å sette et mål uten å jobbe for å oppnå det.
Reiselivsaktør 2	Viser til å være svært usikker om hva UNESCO - verdensarvliste handler om. Og nevner sin antakelse at det å være med i på listen ville kreve både tid og penger fra kommunene og lokalmiljøet, og tror neppe at den norske staten har spart penger til noe slikt. Da vi hadde forklart at det handler om merkevare og status for Lofoten, svarte reiselivsaktøren at da ville det bli slik at det kommer til å være fullt med telt i fjellene, nettopp fordi Lofoten ikke har nok overnattings kapasitet. Reiselivsaktøren gir full forståelse for at stedet kommer til å bli nedtråkket, hvis det kommer for mye folk, men på en annen side ser respondenten også at besøkende legger igjen penger, og at det offentlige har gjort noe for å tilrettelegge for besøkende ved å bygge større veier og tuneller.
Ekspertise 1	Delt syn med UNESCO – statusen i Lofoten. Mener at det vil øk turisme og mer slitasje, og ikke vern. De som ønsker å drive næring blir skeptisk til begrensninger som medfølger. «Bedre som skjult perle».
Ekspertise 2	Statusen ikke ville gjøre noe forskjell på beslutningen hos en turist som ønsker å komme til Lofoten, og mener at det ikke kommer til å være omtalt i diverse internasjonale reisemagasinet. Ekspertisen er imot vern og

	ønsker ikke at Lofoten skal bli til et museum, det burde være autentisk slik som det er nå.
Fisker 1	Var usikker, men mener ut i fra sitt svar til å være positivt av å stå på ei slik liste, siden det ikke er så mange slike plasser i verden
Fisker 2	Viste for å være svært usikker på hva det innebærer, og reflekterer over at det ville gi utfordringer for å starte eller å utvikle innenfor næringslivet på grunn av nye regulasjoner og vern.

«Det vil jo selvfølgelig være positivt for imaget for Lofoten, som den naturperle den er, det er klart at UNESCO-kåringen ville ha vært kjempepositivt. Men så er man jo redd for at det blir strengere reguleringer og vanskeligere å drive næringslivet. For reiselivsnæringen ville det jo vært.. Så lenge den kåringen ikke kommer i konflikt med det tradisjonelle næringslivet som fiskeriet, og de vil de jo helst ikke gjøre, så da vil det vært positivt» (Reiselivsaktør 1, 2014).

«Det som er veldig interessant er at verdensarvstatus er noe som skal til for å verne et område, og ta vare på. Og samtidig argumentet: økt turisme? Og økt turisme har en side som ikke er vern, men derimot bruk og slitasje. (...) Det vi må bli flinkere til, er å ta betalt for det vi har. Man kan oppleve så mye gratis her» (Ekspertise 1, 2014)

«Det vil jo selvfølgelig være positivt for imaget for Lofoten, som den naturperle den er, det er klart at UNESCO-kåringen ville ha vært kjempepositivt. Men så er man jo redd for at det blir strengere reguleringer og vanskeligere å drive næringslivet. For reiselivsnæringen ville det jo vært.. Så lenge den kåringen ikke kommer i konflikt med det tradisjonelle næringslivet som fiskeriet, og de vil de jo helst ikke gjøre, så da vil det vært positivt» (Ekspertise 2, 2014).

«Å stå på en sånn liste. Eg veit jo ikkje ka slags begrensninga det e og kan ha innen for en sånn området innenfor næringa i det heile tatt. Det kan jo være det å stå på en sånn liste e jo umulig å etablere.. Andre næringa vil ha no skjult. Eg veit ikkje ka det betyr heller. Kanskje det ikkje e lov å starte en næring. Kanskje man ikkje får sette en spa i

jorda en gang» (Fisker 2, 2014).

Ifølge UNESCO er turisme og forurensing noe som truer verdensarven, og det er klart at en Unesco status kunne hindre investeringer grunnet reguleringer og strengere tiltak mot bevaring. Det kan hindre skapning og forbedring av det allerede eksisterende reiselivet, men også styrke statusen som en ren, miljørettet destinasjon. En UNESCO – status hadde ført til press på investering i fornybare ressurser og de primære næringene som eksisterer. En slik utvikling hadde miljømessig vært til størst fordel grunnet at en oljeutredning aldri kunne funnet sted om statusen hadde blitt iverksatt. Grunnen er at olje i dette området strider mot Lofotens UNESCO kriterier. Ifølge (Verdensarvlofoten, 2008) er et kriteriet det kulturelle, kulturarven bestående av samspillet mellom menneske og natur. Og vårt hovedpunkt for oppgaven at de allerede eksisterende næringene som trenger investeringer og styrkning for fremtiden. Lofoten har fiskeriet fremdeles som sentralnæring og det er en kulturell tradisjon for hele Norge. Fiskeriet har skapt sivilisasjoner i området, og også turismens utvikling i form av at de første tilreisende kom på grunn av handel og eksport av fisk. Skreifiske har i over 1000 år vært grunnen til økonomisk utvikling og internasjonalisering samt internasjonal eksport. Det er dette som gjør området unikt og verdensarvverdige kulturelt sett. Det er også et kriterium å ha biodiversitet, noe Lofoten er rik på gjennom marine økosystemer og planter og dyr, både over og under havet flaten, og ikke minst verdens største undervannskorallrev.

En verdensarvstatus kan gi økt turisme og en høyere eksklusivitet som en unik destinasjon, og også utvidelse av sesonger. Likevel kan et trykk av turismen grunnet UNESCO gjøre stedet mer sårbart miljømessig, men også i likhet med oljen ført til investeringer til positiv fordel for vern av samfunn og natur. Investeringer til fordel for bærekraften og for investorer med høy interesse for miljø, natur og det autentiske slik at Lofoten likevel blir en destinasjon uten masseturisme.

Vi sier oss enig i at UNESCO status kan hindre innovasjon og strengere reguleringer som kan være en hinder. En idé for Unesco er å verne deler av Lofoten, i likhet med Bergen som har Unesco status på Bryggene. Lofoten kan søke status for et mer spesifikt området, for eksempel vern av Bryggen og fiskeriet i Henningsvær, Reine eller Trollfjorden. Slik får Lofoten steder

med status i likhet med andre Unesco steder men ikke hele området.

4.3 Oppsummering i holdningsmatrise

Informanter/ Kategorier	Holdning til oljeboring	Prioritert næring	Økt satsing vil utsette eller forhindre olje	Nærings- kombinasjon	UNESCO - verdensarvliste
Reiselivsaktør 1	Delvis positiv, mest negativ	Reiseliv og fiske	Politiskvilje vil avgjøre	Positiv, men kortsiktig	Usikker
Reiselivsaktør 2	Positiv	Reiseliv	Reiseliv blir ikke hovednæring	Positiv	Usikker
Ekspertise 1	Nøytral	Sameksistens	Nye næringer og sameksistens	Positiv	Usikker
Ekspertise 2	Delvis positiv, delvis negativ	Reiseliv	Mangelfull besvarelse	Positiv	Negativ
Fisker 1	Negativ	Fiskeriet	Mangelfull besvarelse	Negativ	Positiv
Fisker 2	Negativ	Reiseliv og fiske	Mangelfull besvarelse	Negativ	Usikker

Det viser seg, ut ifra oppsummerings matrisen vår at holdningen til oljeboring i Lofoten er varierende, men det viser seg også at det samlet lener seg mot en negativ holdning siden to er totalt negative, to holdninger som etter hvert lener seg fra positiv mot negative argumenter, mens kun en er nøytral og en totalt positiv.

Når det gjelder hvilken næring som bør prioriteres står reiselivet sterkt etterfulgt av og kun en respondent tror på sameksistens.

Spørsmålet om investeringer til disse næringene faktisk kan forhindre eller utsette oljeutvinning er det stor usikkerhet, de fleste respondenter står uten full besvarelse. En respondent tror den politiske viljen er den som har full bestemmelse for dette. En respondent mener reiselivet vil aldri kunne bli stort nok til at investeringer kan føre til at det blir hovednæring. Og en annen respondent tror på investeringer og sameksistens i flere næringer er nødvendig. Det er derfor ikke med sikkerhet man kan si at investeringer til primærnæringer kan forhindre fremtidig petroleumsvirksomhet.

Det er mest positive holdninger rundt en næringskombinasjon, likevel eksisterer det skepsisen. Nettopp fordi om det uttrykkes mest positive argumenter. Kun fiskere står som total negative til denne kombinasjonen og mener olje og fisk ikke er noe som bør skje i Lofotens fremtid. Tiltros for dette mener fiskerne at reiseliv og fiske er en fin kombinasjon.

En Unesco status er møtt med usikkerhet fra totalt fire av seks besvarelser. Det virker som statusen blir sett på som en hindring for næringslivet og utvikling. En respondent er totalt negativ grunnet at en slik utvikling kan skape konflikter for reiselivet. Og en fisker er total positiv for det kan beskytte gyteområder og beskytte fiskebestanden betraktelig.

4.4 Konklusjon

I besvarelse til vår problemstilling, viser det seg at flertallet lener imot negativ holdning til oljeboring i Lofoten. Det er dessverre ikke et klart svart i funnet om at økt investering i fiskeri- og reiselivsnæringen vil kunne utsette eller forhindre petroleumsindustrien ut i fra våre undersøkelser og observasjoner.

Men med sikkerhet kan man si at det kreves sterk vilje fra den politiske styringen i vårt land når det kommer til punktet for en total vurdering. Det er et faktum at reiseliv er en undervurdert

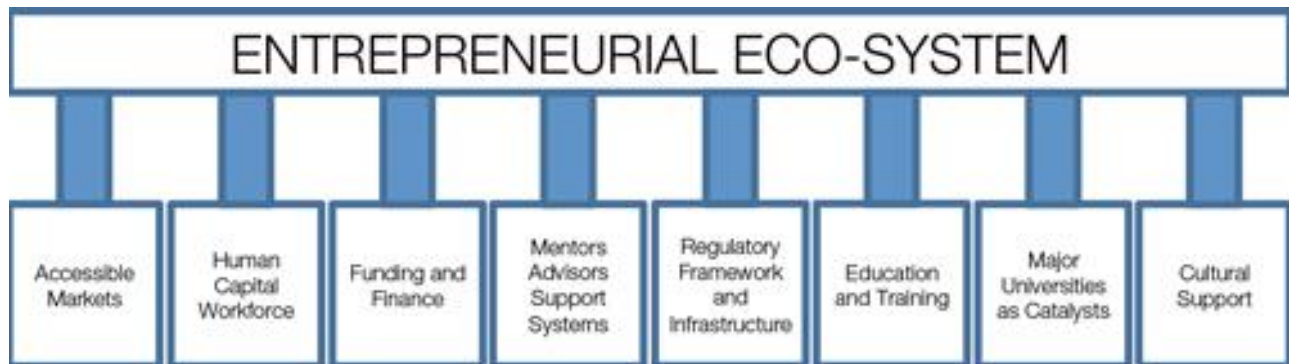
næring i Norge, men at fiskeriet på sett og vis er sterkt grunnet fiskens eksport og merkevareverdi for Norge. Oljen er i dag en prioritert næring med makt og inntekter som kan sette vår nasjon på verdenskartet og denne bransjen har skapt et velferdseventyr på kort tid i vår historie, noe som gjør at våre politikere vil beskytte denne næringen. Man er blitt oljeavhengig og redd for at denne næringen skal bli forminsket.

Grunnet verdens etterspørsel etter energi og klodens befolkning vil øke er olje fremtidig bærekraftig inntektsmessig. Miljømessig er det nødvendig med hurtige politiske avgjørelser for å forhindre klimaendringene som vil ha store konsekvenser for skjøre områder som Lofoten, det er derfor opp til våre ledere å innse at primærnæringer må støttes og turismen får en ny prioritert strategi for internasjonalisering. Fremtidens inntekter sies å ligge i opplevelser og tjenester, ikke i produksjon og produkt. Det er derfor vi har tro på at verden kommer til å bli mer miljøopptatt nå som konsekvensene av forbruk begynner å bli synlig. Det er likevel opp til forbrukere og ledere å innføre tilrettelegging for investeringer til primærnæringer og innse at det som gir inntekter på kort tid er ikke det som nødvendigvis er mest bærekraftig verken politisk, økonomisk, sosialt, miljømessig, teknologisk eller lovmessig. Primærnæringene må først og fremst av befolkningen ses på som bærekraftig og det må finnes et lokalt ønske i Lofoten i å ha yrkesformer innen disse næringene.

En strategi kan være å bruke oljeinntektene til å investere i næringene Lofoten må belage seg på etter oljen tar slutt, nemlig de som eksisterer: turismen og fiskeriet.

5.0 Forslag av strategi for investeringer

5.1 Strategi for de blå næringene



Kilde: Exhibit 1-1 The eight pillars of an Entrepreneurial Ecosystem, World Economic Forum (2014)

Accessible Markets: Finne bedriftsmarked og privatmarked som er interessert og deler visjoner og ideer om at blå næringer og miljøbasert turisme må styrkes.

Human Capital Workforce: Finne innovasjons talenter og gründersjeler med entreprenørskapssans og gode ideer, samt interesse for området.

Funding & Finance: Finne såkalte engel-investorer som handler med hjertet og miljøet i fokus. Joint – Venture gjennom samarbeid og spleiselag for realisering. Samarbeidende bedrifter som er villig til internasjonalisering.

Mentors and Advisors: Opprette et apparat som kan sette opp entreprenørspilarer til veiledning, henvisning og markedsførings mulighetene i nord – det vil trekke investorer i rett retning. Investorer kan være offentlige eller private, lokale, nasjonale eller globale. Ressursene må markedsføres som attraktive internasjonalt.

Regulating Framework and infrastructure: Få i gang næringsvirksomhet, vurdere beskatninger av areal og ressurser. Sørge for at lokasjonene hvor de nye næringene er driftsvennlige i forhold til

teknologi. Sørge for at det er teknologisk mulig å gjennomføre prosjekter som bølge og vindkraftverk.

Education and Training: Det er viktig å lære opp og å vite at fremtidige generasjoner vil ha kompetansen til å drive i fremtiden.

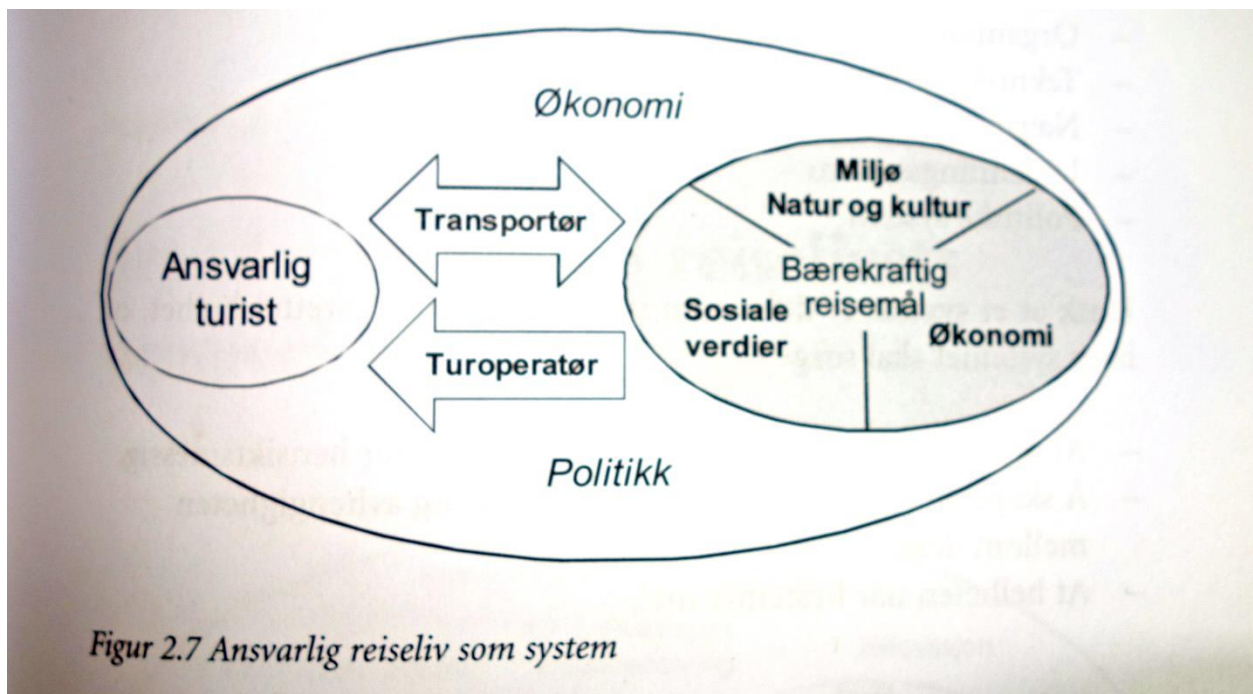
University as catalyst: Utdanningsetatene må være en nøkkelmedarbeider, fordi fremtidens kunnskap må være rettet mot disse næringene også utdanningsmulighetene. Man må sørge for at strategien vedlikeholdes gjennom kunnskap, forskning og utdanningsretninger blir opprettet.

Cultural Support: Viktigst av alt kreves det støtte i lokalsamfunnet og informere om nye endringer i samfunnet for å forhindre frustrasjon og misforståelser mot næringslivet siden resultater ikke vil være synlig med det samme.

Se oppsummeringen i vedlegg 7.

5.2 Strategi for reiselivsnæringen

Det må gjøres attraktivt og opprettholde ansvarlig reiselivsystem og trekke investorer gjennom strategisk tilrettelegging. Under dette punktet ønsker vi å ta utgangspunktet fra modellen av Kamfjord (2011). Modellen er en kjerne som viser hvilket samarbeid som må til og er et godt utgangspunkt for Lofotens fremtid, og hvordan makroforholdet er vesentlig. Modellen omhandler hvem som har ansvaret for å minimalisere miljøutfordringene, hvor turismen også har skylden.



Figur 2.7 Ansvarlig reiseliv som system

Kilde: Kamfjord (2011, 299)

Ansvarlig turist: viktig med miljøengasjement fra turistens side. Forbrukeren må vise forståelse for Lofotens ide og visjon. Turistnæringen slipper ut store deler av CO₂. Den miljøreisende er et sterk og lønnsom segment, ifølge Kamfjord (2011). Det er derfor også viktig med endringer i reisereformer og miljøvennlig tilrettelegging for turismen i Lofoten.

Økonomi: det kreves betalingsvillighet for å øke lokale verdier og støtte miljøengasjementet økonomisk. Bedriftene trenger å holdes levedyktig gjennom investering, Joint – Venture og

samarbeid mellom det offentlige og det private. Markedskunnskap og utvikling er vesentlig for å kunne oppnå visjonene i en ny strategi.

Politikk: det kreves miljølovgivning for området for hvordan ressurser og næring skal bevares. For eksempel innføring av turistskatt, marine og landfaste nasjonalparker, fiskekort for fiske kan bidra til opprettholde ansvarlig turisme.

Transportører: fly, veitransport og skipsfart har også negativ miljømessige effekter. For en miljøvennlig destinasjon må det fokuseres, markedsføres og organiseres bærekraftig. Turoperatører må miljøsertifiseres gjennom Svanemerket eller Eco – label, og det må stilles miljøkrav til aktørene.

Miljø, natur og kultur: for visuell estetiske verdier som Lofoten har, må det fokuseres på miljø. Økning i forurensing vil skape støy, og det vil med økning av turisme bli belastning for naturområder.

Sosiale verdier: En synlig stolthet rundt naturressurser og turisme vil styrke attraktiviteten. Godt serviceklima er viktig for å skape kundetilfredshet.

Se strategisk oppsummering i vedlegg 8.

5.2.1 Investeringstiltak

Det må letes etter markeder og hvilke investorer som er attraktiv for denne strategien. Siden oljeindustrien ser ut til å svekkes grunnet globale miljøutfordringer vil den norske stat måtte investere i andre næringer. Reiseliv er spådd en vekst i fremtiden og mange jobber vil være relatert til service og tjenesteyting. Grunnet dette er det mulig at det offentlige ser muligheter i reiseliv og ikke hindringer grunnet lav avkastning som tidligere.

Det må også ses etter internasjonale investorer. Det må legges en strategi for å «fri» til betalingsdyktige og rike privatpersoner og bedrifter med økonomisk styrke. De må være

miljøinteresse og dele samme filosofi. Slik kan internasjonaliseringen av norsk reiseliv forbedres gjennom samarbeid og spleiselag. Det er muligheter for danning av miljøsenter, naturkunnskapsbasert som attraksjon i Lofoten. Det er også stor mulighet for kunnskapsturisme for familiesegmentet hvor aktiv deltagelse gjennom working – holidays og helseturisme for en raskt eldende befolkning globalt.



Foto: Linn Knutsen

6.0 Litteraturliste

Achtenhagen, Leona (2011) Internationalisation competence of SMEs. Jønkøping International Business School. Entreprenørskapsforum.

Askheim, Ola Gaute Aas og Tor Grennes. 2008. Kvalitative metoder for markedsføring og organisasjonsfag. Universitetsforlaget, Oslo.

Berg, Bruce L. og Howard Lune. 2012. Qualitative Research Methods for the Social Sciences. Pearson Education, Inc, New Jersey

Ellingsen, Per. 2010. *Se torsken!* Folkeaksjonen oljefritt Lofoten, Vesterålen og Senja, Valdres Trykk

Dagens Næringsliv. Den norske boblen. Lesedato 13. februar 2014:
www.dn.no/forsiden/politikkSamfunn/article2693152.ece

---. Ingen stor ulempe om Lofoten utsettes. Lesedato: 13. Februar 2014:
www.dn.no/energi/article2692209.ece

---. La Lofoten-oljen ligge. Lesedato 13. februar 2014:
www.dn.no/forsiden/kommentarer/article2572926.ece

---. Nordmenn positive til oljenæring. Lesedato 13. februar 2014:
www.dn.no/energi/article2315769.ece

---. Utsatt Lofoten-oljenboring kan koste 175 milliarder kroner. Lesedato 13. februar 2014: www.dn.no/energi/article2728741.ece

Forskning. Klimaendringer påvirker globale fiskearter. Lesedato 16. mars 2014:
<http://www.forskning.no/artikler/2013/mai/357314>

Haltbrekken, Lars. Odegård m.fl. 2007. Effekter av klimaendringer og internasjonal turisme, og mulige konsekvenser for norsk utenrikspolitikk. Lesedato 14. mai 2014:
www.regjeringen.no/nb/dep/ud/kampanjer/refleks/innspill/miljo_klima/norges_naturvern_forbund.html?regj_oss=1&id=492905

Innovasjon Norge. Merket for bærekraftig reisemål. Lesedato: 20. mars 2014:
<http://www.innovasjonnorge.no/Documents/old/PageFiles/30813/Brosjyre-baerekraft.pdf>

Kamfjord, Georg. 2011. *Det helhetlige reiselivsproduktet*. Utg. 4. Fagspesialisten, Oslo.

Kotler, Phillip. 2008. *Markedsføringsledelse*. Utg. 3. Gyldendal Akademisk, Oslo.

Kystens Energi. Kystens Energi 2014. Lesedato 28. mars 2014:
<http://www.kystensenergi.no/component/content/article/59-info/241-kystens-energi-2014.html>

Lie, Bjarne Kveim. Verdane Capital. Hva må de blå næringer gjøre for å tiltrekke seg større investeringer? Kystens Energi, 2014. Svolvær 1. april 2014.

Lie, Einar. 2012. *Norsk økonomisk politikk etter 1905*. Univeristetsforlaget. Oslo

Lofoten. Historie. Lesedato: 12. mars 2014: <http://www.lofoten.info/no/Historie>

Lofoten-info. The History of Flakstad & Moskenes, Lofoten. Lesedato: 16. mars 2014:
<http://www.lofoten-info.no/history.htm#4>

Lofotportalen. Fakta om Lofoten. Lesedato: 16. mars 2014:
<http://www.lofotportalen.no/PortalPublisher/showpage.jsp?page=c373e91e3c453ad73a3500110a301467&structureid=c373e91e3c4248e8110e00110a301467&structureitem=c373e91e834f514ae49400110a301467>

Lofotrådet. Lofoten som reisemål mot 2015. Lesedato: 15. mars 2014:

<http://www.lofotradet.no/ResourceServlet/c373e9195af9f8315c2f00110a301467>

---. Statistikk og trender. Lesedato: 15. mars 2014:

<http://www.lofotradet.no/PortalPublisher/ResourceServlet/c373e93247385a477c8400110a301435>

Magnussen, Kristin. Vista-Analyse. Hvordan kan verdisetting av økosystemer bli en del av marin forvaltning? Kystens Energi, 2014. Svolvær. 1. april 2014.

Nathional Geograpic. Best Summer Trips 2014. Lesedato: 27. mai 2014:

http://travel.nationalgeographic.com/travel/best-summer-trips-2014/?fb_action_ids=10154176368345724&fb_action_types=og.likes&fb_source=aggregation&fb_aggregation_id=288381481237582

Naturvern Forbundet. Arktiske fiskerier - klimaendringer og utfordringer. Lesedato 17. mars 2014:

<http://naturvernforbundet.no/getfile.php/Dokumenter/Rapporter%20og%20faktaark/2013/Klima%20og%20fiskeri%202013%20lavoppl%C3%B8selig.pdf>

Nordlys. De tyske turistene hadde fylt båten med så mye fisk at den tok inn vann. Lesedato 10. april 2014: <http://www.nordlys.no/nyheter/article7271264.ece>

Nærings og handelsdepartementet. 2012. Destinasjon Norge. Nasjonal strategi for reiselivsnæringen.

SALT. Lesedato 29. mars 2014: <http://salt.nu>

Ritchie, J.R. Brent, og Geoffrey I. Crouch. 2003. "The macro environment: Global forces shaping

world tourism.” i *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*,
Wallingford : Cabi

Regjeringen. Destinasjon Norge. Nasjonal strategi for reiselivsnæringen. Lesedato 16. mars 2014:

http://www.regjeringen.no/upload/NHD/Vedlegg/Rapporter_2012/reiselivsstrategien_april2012.pdf

---. Fremtid i nord. Sluttrapport for Kunnskapsinnhenting - verdiskapning i nord. Lesedato 17. februar 2014:

http://www.regjeringen.no/pages/38675752/W_0001_B_Framtid_i_nord_Sammendrag_2014.pdf

---. Hav-vind Strategisk konsekvensutredning. Lesedato 1. mai 2014:

www.regjeringen.no/upload/OED/pdf%20filer/havvind_konsekvensutredning/havvind.pdf#

---. Hvor stor er oljeformuen? Lesedato 16. mars 2014:

http://www.regjeringen.no/nb/dep/fin/tema/norsk_ekonomi/bruk-av-oljepenger/hvor-stor-er-oljeformuen.html?id=484903/

---. Norsk olje på 5 minutter. Lesedato 15. mars 2014:

http://www.regjeringen.no/nb/dep/oed/tema/olje_og_gass/norsk-oljehistorie-pa-5-minutter.html?id=440538

---. Retningslinjer for bruk av oljepenger (handlingsregelen). Lesedato 1. mai 2014:

http://www.regjeringen.no/nb/dep/fin/tema/norsk_ekonomi/bruk-av-oljepenger-/retningslinjer-for-bruk-av-oljepenger-ha.html?id=450468

---. Petroleumsverksemd 2014. Lesedato 16. mars 2014:

http://www.regjeringen.no/upload/OED/pdf%20filer/Faktaheftet/Fakta2014OG/Fakta_2014_NO_net.pdf

---. Sektoranalyse av reiselivsnæringen i Nord-Norge. Lesedato: 16. mars 2014:

http://www.regjeringen.no/pages/38376264/sektoranalyse_av_reiselivsnæringen_reduert.pdf

---. Turisme og reiselivsnæringen - Statusbeskrivelse, utviklingstrender og virkninger av Petroleumsvirksomhet. Lesedato 03. april 2014:

http://www.regjeringen.no/upload/OED/pdf%20filer/Barentshavet_S/KI/10_Turisme_reiseliv.pdf

Ringstad, Vidar. Samfunnsøkonomi og en økonomisk politikk for turbulente tider, 2011. 5. utgave. Cappelen Damm akademisk, Oslo

Røed, Henning. « Fiskehistorier» Er norske fiskeripolitikere mer opptatt av bunnlinja enn havbunnen? Kystens Energi. 1/4-2014 kl.12:00

SNL. 2013. Norsk oljehistorie. Lesedato 4. mars 2014: http://snl.no/Norsk_oljehistorie

---. 2013. Striden om oljeboring i Nord. Lesedato 4. mars 2014:

http://snl.no/striden_om_oljeboring_i_Nord

SSB. Utlendingenes turistkonsum i Norge, etter produkt. Millioner kroner. Lesedato 20. mars 2014:

<http://ssb.no/a/kortnavn/turismesat/tab-2010-03-25-02.html>

---. Norske husholdningens turistkonsum i Norge, etter produkt. Millioner kroner. Lesedato 20. mars 2014: <http://ssb.no/a/kortnavn/turismesat/tab-2010-03-25-03.html>

- Statoil. 2013. Sustainability report. Lesedato 13. mars 2014:
<http://www.statoil.com/en/EnvironmentSociety/Sustainability/Pages/default.aspx>
- . Opportunities in the far north. Lesedato 13. mars 2014:
<http://www.statoil.com/en/ouoperations/farnorth/pages/possibilitiesfarnorth.aspx>
- Visit Norway. 2013. Smaken av Nord Norge. Lesedato 25. Mai 2014:
<http://visitnorway.digitalebilag.no/index.php/home/artikelr/item/45-smaken-av-nord-norge/45-smaken-av-nord-norge>
- . Historie om Lofoten. Lesedato: 15. mars 2014:
<http://www.visitnorway.com/no/reisemal/nord-norge/lofoten/fakta-om-lofoten/>
- Wall, Geoffrey og Alister Mathieson. 2006. *Tourism Change, Impacts and Opportunities*.
Pearson
Education Limited, Essex.
- World Economic Forum. 2014. Entrepreneurial Ecosystem Around the Globe and Early Stage Growth Dynamics. Lesedato 13. Mai 2014: <http://reports.weforum.org/entrepreneurial-ecosystems-around-the-globe-and-early-stage-company-growth-dynamics/wp-content/blogs.dir/34/mp/files/pages/files/nme-entrepreneurship-report-jan-8-2014.pdf>
- . 2013. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. Lesedato 04. April 2014:
<http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2013/>
- Yeoman, Ian. 2012. *2050: Tomorrow's Tourism*. Short Run Press Ltd: Great Britain
- Ziegler, Christian Oxholm og Bitte Skaug Paulsen. 2010. Markedsføringsledelse kort og godt. 5. opplag. Universitetsforlaget, Oslo

Vedlegg 1: SWOT – analyse av destinasjon Lofoten

Styrke	Svakheter
<ul style="list-style-type: none">● Naturattraksjon● Kulturlivet● God kvalitet● Mest lokale reiselivsaktører● Godt vertskap● Helårs turisme enkelte steder● Mange aktiviteter og attraksjoner● Kjent destinasjon i Nord - Norge	<ul style="list-style-type: none">● Dårlig tilrettelagt av transport● Manglende infrastruktur● Lang distanse● Vanskelig å komme seg fram● Høye pris● Svingninger i besøksantallet i års løpet● Få overnattingsplasser i høysesong● Lite støtte fra det offentlige● Varierende åpningstid hos enkelte reiselivsaktører
Muligheter	Trusler
<ul style="list-style-type: none">● Forbedring i infrastruktur● Stabil besøksantall året rundt● Bedre infrastruktur● Bedre transportmuligheter● Areal og kapasitet til flere reiselivsaktører● Bli mer konkurransedyktig destinasjon	<ul style="list-style-type: none">● Fra oljeindustrien● Klimaendringer

Vedlegg 2: PESTEL – analyse av petroleumsvirksomhet i Lofoten

Politisk: <ul style="list-style-type: none">• Muligheter for politisk uenighet mellom partier og befolkning nasjonalt• Kan skape konflikt mellom næringer som turisme og fiskeri• Politisk forvaltningsansvar ovenfor ressursene i Lofoten• Motstand fra miljøorganisasjoner lokalt, nasjonalt og globalt• Ny vurdering av Lofotens ressurser• Kan fremheve Lofotens investeringspotensiale og internasjonalisering• Påvirke næringer til positiv vekst i regionen tiltros for næringskonflikt	Økonomisk: <ul style="list-style-type: none">• Ved utgangen av 2013 var oljefondets verdi på 5038 milliarder• Lofotens olje vil øke norsk BNP• Om det utvinnes petroleum i Lofoten, Barentshavet og Jan-Mayen vil oljefondet øke• Høy avkastning på kort tidsperiode for involverte kommuner• Styrke kommunenes ved samfunnsøkonomiske vekst• Gründer muligheter og forretningsutvikling ved tilflytting• Økonomisk stabilitet i fremtidsperspektiv• Oljepengene og fortjeneste kan brukes strategisk for og samtidig styrke primærnæringer
Sosiokulturelt: <ul style="list-style-type: none">• Høyere privat økonomi og høyere lønn• Fraflyttet ungdom vil vende tilbake etter fullført utdanning så se nye muligheter i Lofoten• Oljen kan få virkning på samfunnet ved tilflytting.• Økning i arbeidsplasser, ikke bare til oljeindustri, men også slingringsnæringer, helse og utdanning	Teknologisk: <ul style="list-style-type: none">• Press på å skaffe fornybare ressurser gjennom teknologisk utvikling og innovasjon rettet mot klima og det globale miljøspørsmålet• Føre til ny teknologi og metoder for oljeutvinning og skånsomhet i skjøre områder• Ny kunnskap rundt sameksistens og samarbeid på kryss av

<ul style="list-style-type: none"> • Muligheter for service og tjenesteutvikling i Lofoten • Utvikling av infrastruktur i Lofoten veier og flytrafikk, muligheter for direkteruter fra flyselskap grunnet oljenæringens tilrettelegging • Økte inntekter i kommunene i Lofoten grunnet vekst i sysselsetting gjennom beskatning som resultat av tilflytting 	<p>næringskombinasjon</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teknologisk utvikling kan føre til at flere av havets ressurser kan tas i bruk og det blir redegjort for hvor viktig havet er • Mulighet for ny forskning rundt bioversitet og marineliv påvirkning av oljevirkosmhet
<p>Miljømessig:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oljeutvinning er en ikke fornybar ressurs. En økt petroleumsvirksomhet kan påvirke Lofotens økosystemer negativt ved å forstyrre gyteområder. • Mulighet for ulykker og søl er minimale, men mulighetene for katastrofe er ikke usannsynlig. • Lofoten har ren natur som merkevare og olje vil ødelegge et mulig miljø og naturvennlig image. • Økt petroleumsvirksomhet vil øke CO2 utslipp globalt og hvis ikke industrien bremses vil ikke aktørene holde det de har lovet ved å kutte og regulere utslipp. • Havet forsures og organismer blir ikke levedyktig i disse forholdene, det kan bli katastrofe i næringskjeden. 	<p>Lovgivning:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Petroleumsloven inneholder et overordnet konsesjonssystem som regulerer oljevirkosmhet • Petroleum lovgivning gjennom krav til konsekvensutredning og styring av prosesser kontrollert av Storting og Regjering • Oljeutvinning i Lofoten krever også å holde seg til juridiske rammeverk, staten har eiendomsrett på norsk oljeforekomster på kontinental sokkel • Det kreves offentlig godkjenning for planer og undersøkelser ifølge (Fakta 2014 - Norsk Petroleumverksemd, Red. Tormodsgård, 2014)

Vedlegg 3: SWOT – analyse av petroleumsvirksomhet i Lofoten

Styrker	Svakheter
<ul style="list-style-type: none"> • Hurtig økonomisk vekst • Stabil avkastning • Styrke kommunene • Styrke nasjonal BNP • Skape sysselsetting • Økte inntekter i beskatning i kommunene i Lofoten • Økonomisk stabilitet • Løfte infrastruktur i Lofoten 	<ul style="list-style-type: none"> • Økende belastning av Lofotens naturressurs • Fare for sysselsetting i begrensede områder av Lofoten • Økte CO2 utslipp globalt • Ikke fornybar ressurs • Uenighet i lokalsamfunn • Økning i kostnadsnivå hotellnæring og bolig
Muligheter	Trusler
<ul style="list-style-type: none"> • Bruke oljeinntekter til ny innovasjon • Forretningsutvikling i Lofoten • Høyere investeringspotensiale i området • Øke interesser og fokus på økning i reiselivsektoren • Legge press på klimareguleringer • Forvaltning av ressurser • Bli et eksempel for sameksistens av næringer • Mulighet for ny forskning og fornybare ressurser 	<ul style="list-style-type: none"> • Miljøkatastrofe • Fall i havets økosystem • Høyere forsuring av havet • Politisk uenighet og ustabilitet • Areal uenighet med fiskerinæring • Dårlig reiselivs image • Økt tilflytting og vekst legger press på Lofotens tålegrense • Et enormt fall økonomisk og sosiokulturelt når oljen går tom

Vedlegg 4: PESTEL – analyse av de blå næringer

Politisk: <ul style="list-style-type: none">• Kvoter og kostnader hindrer i å starte opp• Ingen konkret beregning for hva fisken er verdt• Andre naturressurser blir ikke utnyttet• Politikerne GIR vekk fisken• For komplisert fiskeripolitikk hindrer næringen	Økonomisk: <ul style="list-style-type: none">• Norges eldste økonomiske sone (fisket)• 80 % nedleggelse innen marine næringer• Liten avkastning og investeringspotensiale• Lav fiskepris: 12 kr.kg• Undervurdert inntektsform for nasjonen• Et fellesgode som ikke beskattes
Sosiokulturell: <ul style="list-style-type: none">• Skaper arbeidsplasser i nord• De de kulturelle tradisjoner beholdes• Turismen og fiske er i samarbeid• Gir høy lokalverdi• Unge møter et hinder om de ønsker å starte fiske• Bærekraftig og fornybar ressurs• Fisk er verdi for samfunn• Enorm matressurs for verdensbefolkning	Teknologisk: <ul style="list-style-type: none">• Muligheter for teknologisk innovasjon• Teknologi og forskning rundt natur og økosystemer• Aquakultur teknologi
Miljø: <ul style="list-style-type: none">• Fisken og marine arter trues av forsuring av havet• Globale klimaendringer truer globalt	Lovverk: <ul style="list-style-type: none">• Haveressursloven sier at havet eies av folket• Lover rundt kvote og fiskerilover forhindrer

<ul style="list-style-type: none">• Muligheter for sukkertare dyrking som binder CO2• Mikroorganismer fortærer olje• Naturen blir vår redning	<ul style="list-style-type: none">• Fiskeriloven er for komplisert
---	--

Vedlegg 5: SWOT – analyse av de blå næringer

Styrker	Svakheter
<p>Lofotens fiskeriets styrke ligger i det historiske og hvordan man kan argumentere rundt hvor verdifull den har vært gjennom 1000 av år. Det er en styrke i mulighetene havressursene har om man bare er villig til å satse på eksport og villigheten til å satse på internasjonalisering. Den aller største styrken ligger i at fisken er fornybar og vil fortsette å yngle. Tar miljøutfordringene på alvor slik at det rike livet under Lofotens havflate får fortsette å vokse.</p>	<p>Svakheten ligger i lovgivning som gjør det vanskelig å dyrt å drive med fiske. Finansierings mangel er en barriere samt lave priser på fisk. Svakheten ligger derfor i de økonomiske hindringene.</p>
Muligheter	Trusler
<p>Det er muligheter for nye næringer, blant annet dyrkingen av sukkertarer for å forbinde utslippene som truer havets ressurser. Muligheten ligger sterkt i ny forskning og teknologisk utvikling i området for å få verdisettet de blå næringene.</p>	<p>De aller største truslene ligger i klimaforandringene globalt. Truslene er i hovedsak at oljen kan føre til store utfordringer ikke bare i Lofoten men også i hele verden. Politikken er også en trusselfaktor om det ikke blir gjennomført nye strategier for å slippe nye til i bransjen.</p>

Vedlegg 6: Intervjuguide

Reiselivsaktører:

- Kan du presentere deg selv og beskrive hvilken stilling du har?
- Hva er bedriftens posisjon mot reiseliv?
- Er det noe variasjoner av besøkende i løpet av et år, og hva kan være grunnen?
- Hvem er markedet deres?
- Hvilke eierskap er bedriften? Norskeid, utenlandskeid eller begge deler?
- Hvor lenge har bedriften vært i drift?
- Har dere samarbeid med andre aktører, og hvordan fungerer det?
- Har dere samarbeid med utenlandske aktører også?
- Hvilken tiltak har dere gjort for å tiltrekke mer besøkende hit?
- Hvor stor grad er det viktig for dere å utføre en markedsundersøkelse?
- Hvordan støtter de offentlige reiselivsaktørene i Lofoten?
- Hva tenker du om reiselivet i bedriften i dag?
- Hvordan ser du det for deg i fremtiden?
- Driver dere med bærekraftig reiseliv?

Fiskere:

- Hvor lenge hard dere drevet med fiskeing?
- Har fiskeing gått i generasjoner i familien din?
- Håper dere at unger skal føre tradisjonsrike fiskeriet videre, er det noen utfordringer ved å starte opp?
- Hva synes dere om at fiskeing er blitt en turistattraksjon?

Ekspertise:

- Kan du introdusere deg selv og bedriften din.
- Hvilken samarbeidspartnere har mest betydning for at dere skal kunne fullføre prosjekter?
- Samarbeider dere med utenlandske aktører?
- Driver dere med markedsaktiviteter og ressurser på markedsføring?
- Hva skal til for å bevare Lofoten?

Nøkkelspørsmål:

- Hvis det blir slik at det blir oljeutvinning her i Lofoten, hvordan tror du dette ville påvirke reiselivet og fiskeriet i området, og eventuelt din bedrift?
- Ut av olje-, fiskeri- og reiselivsnæringen, hvilken av disse bør det vært mer satsing på? Begrunne svaret.

- Hvordan kan økt satsing hovednæringene: fiske-, og turismeindustrien forhindre eller utsette oljeutvinningen i Lofoten?
- Kan fiskeriet, reiselivet og olje leve side om side? Begrunn svaret.
- Hvis Lofoten hadde vært med i UNESCO verdensarvliste, hvordan ville Lofoten ha sett ut i dag?

Vedlegg 7: Strategisk oppsummering – de blå næringer

<p>Visjon:</p> <ul style="list-style-type: none">• Styrke de blå næringene.• Økning i miljøbasert turisme• Opprettholde det rene imaget• Være en pilar for nasjonens og verdens «olje – rehabilitering»• Lofoten kan bli en rollemodell for bevaring og villighet til å beskytte ressurs over økonomisk gevinst	<p>Ideer:</p> <ul style="list-style-type: none">• Styrke primærnæringer og sette i gang prosjekter rettet mot fornybar ressurs i bølger, vind og hav nå• Lokke investorer ved å markedsføre ressurs og mulighetene: forskning rundt hva fisken kan gi oss mer enn mat, oppdrett, tare dyrking, vind, bølger og solenergi.• Danne et prosjekt samarbeid mellom det offentlige og private for å kunne identifisere markeder for disse ressursene.
<p>Mål:</p> <ul style="list-style-type: none">• Å bli et godt eksempel på utvikling av nye næringer og en rollemodell for andre geografiske området som kan utnytte naturressurser på samme måte.• Se mulighetene, identifiser mulighetene og vær proaktive	<p>Strategi:</p> <ul style="list-style-type: none">• Skape internasjonal strategisk allianse for miljøet og blå næringer internasjonalt• Oppfølge løfter om CO2 utslipp• Engasjere politikk og befolkning til endring• Ta markedskunnskap og internasjonalisering på alvor

Vedlegg 8: Strategisk oppsummering – reiseliv

Idé: Miljøsertifisering av aktører, innføre turistskatt for å kunne investere i bevaring av natur, beskatte turistfiske.	Visjon: Lofoten som bærekraftig destinasjon og miljødestinasjon
Mål: Styrke merkevaren og miljøtrenden innen Lofotens reiseliv. Øke sosiale verdier og reiseliv som attraktiv for yrkesgrupper	Strategi: La naturen verdsettes og skaffe investorer oppimot destinasjonens bærekraft og attraktivitet.