



UiT Norges arktiske universitet

Fakultet for humaniora, samfunnsvitenskap og lærerutdanning

## **Bærekraftig cruiseturisme - Er en satsing på cruiseturisme forenelig med bærekraftig utvikling av Kirkenes som reisemål?**

Ola Pedersen

Masteroppgave i erfaringsbasert reiselivsledelse. REI-3901. Oktober 2024

Institutt for reiseliv og nordlige studier

## Forord

Denne masteren er resultatet av mitt masterstudium i erfaringsbasert reiselivsledelse ved Norges Arktiske Universitet, hvor målet har vært å utforske om en satsning på cruiseturisme er et bærekraftig valg for reisemål Kirkenes. Min arbeidsgiver, Visit Kirkenes Regionen, har vært en viktig støttespiller gjennom hele prosessen, og jeg er svært takknemlig for støtten og veiledning jeg har mottatt både derfra og fra deres medlemsbedrifter som har delt sin innsikt og erfaringer.

Gjennom denne prosessen har jeg hatt gleden av å samarbeide tett med min veileder, Per Kåre Jakobsen, som med sin omfattende kunnskap og innsikt i reiselivet har bidratt til å forme og styrke oppgavens utvikling. Hans veiledning og støtte har vært uvurderlig i arbeidet med denne oppgaven, og med hans hjelp har oppgaven utviklet seg gjennom flere problemstillinger til det ferdige produktet som presenteres her. Jeg vil også rette en takk til alle representantene og respondentene som har stilt opp til intervjuer og spørreundersøkelser – deres tid og innspill har vært avgjørende for oppgaven.

Denne masteren har vært både utfordrende og inspirerende å skrive, og arbeidet har gitt meg verdifulle innsikter i hvordan et reisemål som Kirkenes kan tilrettelegge for en mer bærekraftig utvikling hvis de ønsker å satse på cruiseturisme. Mitt ønske med denne masteren var å bidra til å fremme dialog basert på fakta om hvordan reisemålet Kirkenes kan utvikle seg slik at vi beholder det vi setter mest pris på. Dette er noe jeg føler at jeg har klart med denne oppgaven.

Til slutt vil jeg takke min familie og mine venner for deres støtte og forståelse gjennom hele prosessen, og ikke minst min forlovede Siri, som har bidratt med korrekturlesning og alt annet som må gjøres i en travel hverdag.

Kirkenes, 29.10.2024

Ola Pedersen

## Sammendrag

Denne masteroppgaven undersøker hvorvidt en satsning på cruiseturisme kan være forenelig med reisemålet Kirkenes mål om bærekraftig utvikling. Med en økende interesse for bærekraftig turisme, både lokalt, nasjonalt og internasjonalt, er det avgjørende for reisemål som Kirkenes å utvikle en dypere forståelse av hvordan cruiseturisme påvirker deres posisjon i arbeidet som bærekraftig reisemål.

For å besvare dette anvendes et teoretisk rammeverk som inkluderer prinsipper fra bærekraftig utvikling, Smart Tourism Destinations og merket for bærekraftig reisemål. Dataen til oppgaven ble innhentet gjennom tre dybdeintervjuer med representanter fra ulike sektorer knyttet til cruiseturisme i Kirkenes. Videre ble det også gjennomført en spørreundersøkelse blant reiselivsbedriftene i Visit Kirkenes Regionen for å få bredere innsikt.

Basert på data fra intervjuene og spørreundersøkelsen ble resultatene diskutert opp mot de teoretiske rammeverkene. Funnen viser at det er flere utfordringer knyttet til bærekraftig utvikling ved reisemålet Kirkenes, ikke bare sett i sammenheng med cruiseturisme, men også turisme generelt.

## Innhold

Forord.....	i
Sammendrag.....	ii
1. Innledning.....	3
1.1 Bakgrunn for valg av oppgaven .....	3
1.2 Valg av case .....	4
1.3 Problemstilling og begrensninger.....	5
1.4 Oppgavens struktur.....	5
1.5 Kirkenes som reisemål .....	6
2. Teoretisk forankring og tilnærming.....	7
2.1 Bærekraftig utvikling .....	7
2.1.1 Bærekraftig reiseliv som begrep og dens utfordringer .....	8
2.1.2 Smart Tourism Destinations .....	12
2.2 Cruiseturisme.....	15
2.2.1 Cruise og Kystruten.....	15
2.2.2 Bærekraftig cruiseturisme .....	15
2.2.3 Sentrale utfordringer og muligheter med bærekraftig cruiseturisme.....	18
2.3 Merket for bærekraftig reisemål.....	21
2.3.1 Tillegg for cruisereisemål.....	22
2.3.2 Bruk av sertifisering i reiselivet i dag.....	24
2.3.3 Sertifisering eller verktøy .....	24
3. Metode.....	26
3.1 Casestudie Design .....	26
3.2 Problemstillingen.....	27
3.2.1 Teoretiske antakelser .....	27
3.3 Analyseenheter .....	28
3.4 Datainnsamling.....	29
3.5 Evaluering .....	31
3.5.1 Intern gyldighet .....	31
3.5.2 Ekstern gyldighet.....	31
3.5.3 Pålitelighet.....	31
4. Analyse.....	33
4.1 Cruiseturismens utvikling i Kirkenes. ....	33
4.1.1 Påvirkninger på lokalsamfunnet og næringslivet .....	34

4.2 Bærekraft og miljøhensyn .....	37
4.2.1. Eksisterende bærekraftig tiltak .....	37
4.3 Utfordringer og muligheter.....	38
4.3.1 Hovedutfordringer og muligheter.....	39
4.4 Strategier for fremtiden .....	40
4.4.1 Fremtidig planer og strategier .....	40
4.4.2 Samarbeid med lokalsamfunnet .....	42
5. Diskusjon.....	44
5.1 Bærekraftig reiseliv Teori og realitet.....	44
5.1.1 Økonomi, Sosial og Økologi .....	44
5.1.2 Bærekraftig cruiseturisme i Kirkenes basert på bærekraft teori .....	47
5.2 Kirkenes som Smart Tourism Destination.....	48
5.3 Merket for bærekraftig reisemål .....	50
6. Konklusjon .....	53
6.1 Videre forskning .....	53
7. Bibliografi .....	54
8. Figurliste.....	58
9. Vedlegg.....	59

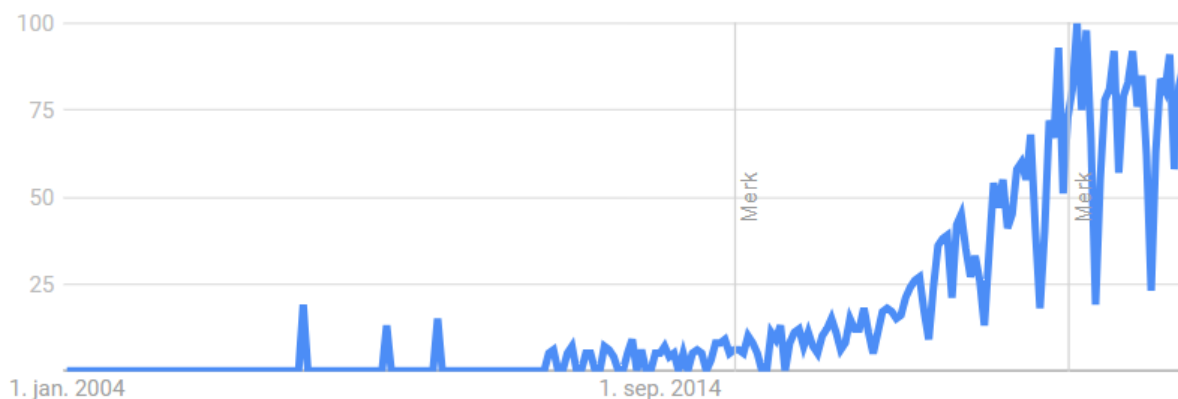
# 1. Innledning

I dette kapitlet forklares bakgrunnen for valget av problemstillingen, hvordan problemstillingen kan bli besvart og hvordan oppgaven er strukturert. Ved hjelp av samfunnsvitenskapelig forskning skal jeg belyse utfordringene og mulighetene med cruiseturisme på et lite reisemål som Kirkenes.

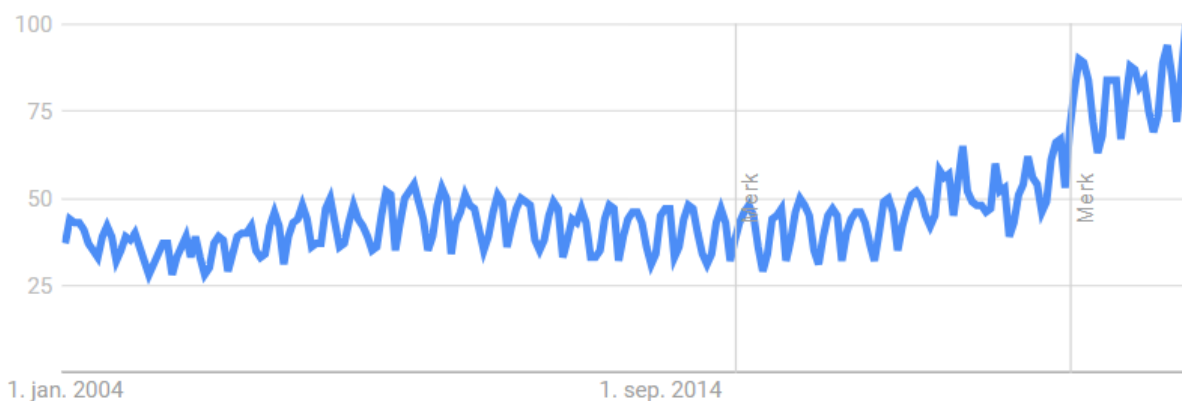
## 1.1 Bakgrunn for valg av oppgaven

Inspirasjon for denne oppgaven har i mange år vært i utvikling, men det var under en bærekraftkaffe i regi av Næringshagen i Ryfylke i 2023 at oppgaven begynte å forme seg. For noen år siden skrev jeg min bacheloroppgave om temaet arktisk bærekraft, det var da det gikk opp for meg hvor stort dette temaet egentlig er. Siden den gang har jeg oppdaget hvor ofte begrepet blir brukt uten grunnleggende forståelse for begrepet. Et eksempel på dette i nyere tid er Bosch's kampanje «Bærekraft som varer - #LikeABosch» (Bosch, u.å), bruken av «som varer» er overflødig i denne sammenhengen. Bruken kan forsvares ved at de ønsker å understreke viktigheten med langvarige løsninger innenfor bærekraft. Personlig synes jeg slike markedsføringsstrategier tyder mer på at «bærekraft» begrepet har blitt en trend og presses inn der det kan.

Begrepet bærekraft har eksistert siden Brundtlandrapporten, men har de siste årene fått en stor økning i popularitet både nasjonalt og internasjonalt (se Figur 1 og 2). I tillegg til denne veksten har også interessen for og ønske om å lære mer om bærekraftig reise økt (Booking.com, 2024), som igjen fører til en økende etterspørsel i reiselivsnæringen. Med bakgrunn i dette ønsket jeg å undersøke fenomenet bærekraft nærmere.



Figur 1 Oversikt over søketreff for bærekraftig hos google i prosent (Trends - Bærekraft, u.å)



Figur 2 Oversikt over søketreff for sustainability hos google i prosent (Trends - Sustainability, u.å)

Senere i oppgaven vises det til at cruiseturisme markedet er i stadig vekst noe som gjør det interessant for mindre reisemål å utforske muligheten for å gjøre en satsning på cruise. Det er da spørsmålet om bærekraft ofte blir nevnt, er en satsning på cruise et bærekraftig riktig valg? Dette er også et spørsmål som er stilt i Sør-Varanger kommune, et reisemål som har havneinfrastrukturen og hvor havnen anser cruiseturisme som en ny næringsvei (Jørgensen, 2024). Med bakgrunn i dette formes spørsmålet, er det mulig for et lite reisemål å kunne drive bærekraftig cruiseturisme og hva må så til?

## 1.2 Valg av case

For å kunne besvare dette spørsmålet falt valget av case på Kirkenes. Dette er begrunnet i at Kirkenes er i den posisjon at de allerede er tildelt merket for bærekraftig reisemål, noe som betyr at bærekraft temaet ikke er nytt for verken reiselivssektorene eller kommunen. Det er også viktig å poengtere at Sør-Varanger Kommune hvor Kirkenes ligger allerede har forankret politisk et ønske om cruiseturisme, noe som gjør oppgaven enda mer relevant for dette reisemålet. Sist, men ikke minst må det bemerkes at jeg som forfatter allerede er tilknyttet reiselivet i Kirkenes gjennom Visit Kirkenes Regionen og har dermed kjennskap til omstendighetene.

### 1.3 Problemstilling og begrensninger

Basert på disse spørsmålene og valgene ble det i samarbeid med veileder laget en problemstilling som har dannet grunnlaget for oppgaven. Problemstillingen lyder som følger:

*«Er en satsing på cruiseturisme forenelig med bærekraftig utvikling av Kirkenes som reisemål?»*

For å kunne besvare denne problemstillingen vil den bli delt opp i tre forskjellige teoretiske emner, disse vil bestå av bærekraftig utvikling, Smart Tourisme destinations og merkeordningen for bærekraftige reisemål. Med disse teoriene som grunnlag vil jeg kunne besvare om Kirkenes er eller hva som må til for å bli et bærekraftig cruisereisemål. I tillegg vil jeg kunne antyde om cruisetilleggene for merkeordningen for bærekraftige reisemål er all teorien man trenger for å kunne skape et bærekraftig cruisereisemål. For å begrense oppgaven vil jeg kun fokusere på reisemålet Kirkenes og dens kapasitet, infrastruktur, muligheter og utfordringer på et makro nivå. Jeg vil ikke i denne oppgave se på selve cruiseskipet og dens konsekvenser, dette inkluderer reiserute, økonomi, størrelse og utslipp. Forskning på selve cruiseskipet er et stort tema og kan være en oppgave i seg selv på grunn av en rekke variabler som differensierer skip fra skip.

### 1.4 Oppgavens struktur

Oppgaven er bygget opp slik at først vil det bli en introduksjon av reisemål Kirkenes, dette gjøres fordi det relevant for oppgaven at leseren forstår dagens situasjonsbilde. Deretter kommer teorien som er relevant for å belyse temaet og problemstillingen. Teorikapitlet er bygget opp slik at man først får en grunnleggende forståelse for begrepet bærekraftig utvikling og Smart Tourisme destinations, etterfulgt av et mer fokusert delkapittel opp mot bærekraftig cruiseturisme. Kapitlet avsluttes med teorien knyttet opp mot merket for bærekraftig reisemål og dens cruisekriterier. I kapittel 3, metodekapitlet, vil det blir presentert valg av studiedesign, problemstilling, teoretiske antakelser og analyseenheter. Kapittel 4 vil bestå av en analyse av data innhentet fra analyseenhetene, mens i kapittel 5 vil denne dataen knyttes opp mot teorien. Oppgaven avsluttes med en sammenfatning og konklusjon av funnene i oppgaven.



## 1.5 Kirkenes som reisemål

Kirkenes ligger i Sør-Varanger Kommune i Finnmark fylke, på grensen til Russland og Finland. Kirkenes region har en rik samisk kulturhistorie og fra 1905-2014 var det en veletablert jernmalm gruveby. Dette har medført at infrastrukturen for havnene er godt utbygget til å håndtere større skip. Sør-Varanger kommune er den 6. største kommunen i Norge i areal, men kun 115. største i antall innbygger i 2023 ifølge Statistisk sentralbyrå (06913: Befolkning og endringer, etter region, statistikkvariabel og år, u.å). Uavhengig av antall innbyggere har Kirkenes en relativ god infrastruktur med nytt sykehus inkludert ambulanshelikopter, politistasjon og flyplass. På turismefronten startet Kirkenes som et sommerreisemål i 1990 som følge av at Kirkenes ble snuhavnen for Kystruten. Ordet Kystruten er en fellesbetegnelse for rederiene som drifter ruten mellom Bergen og Kirkenes, per 2024 er disse rederiene Hurtigruten og Havila. I nyere tid har reisemålet utviklet seg til å bli et anerkjent vinterreisemål i Finland og Asia med kjente attraksjoner som Kirkenes Snowhotel, kongekrabben og nordlyset. Selv i dag er Kystruten en av reisemålets mest populære ankomst transportmidler. I tall fra Visit Kirkenes Regionen for 2019 ankom 36% av turistene til Kirkenes via Kystruten i motsetning til 29% som ankom med fly. I 2023 ble det registrert av Statistisk sentralbyrå at 41 618 passasjerer ankom eller reiste med Kystruten fra Kirkenes, disse tallene inkluderer ikke passasjerer som gikk om bord i andre havner og ble med videre etter deres 4 timers stopp i Kirkenes (06207: Havnestatistikk. Kystruten (Bergen - Kirkenes). Passasjerer, etter havn, statistikkvariabel, måned og retning, u.å). I tall fra Statistisk Sentralbyrå vises det at etter næringskode 55 overnattingsvirksomhet, 56 serveringsvirksomhet og 79 reisebyråer og reisearrangører er det totalt 233 sysselsatte i reiselivet ekskludert transportnæringen i Sør-Varanger hvor det totalt er 5285 sysselsatte, noe som betyr at 4,4% av bosatte i Sør-Varanger jobber innen reiselivet (13470: Sysselsatte per 4. kvartal, etter næring (SN2007), statistikkvariabel, år og region, u.å). På hjemmesidene til Kirkenes havn vises det til at det i 2023 ble forankret politisk at cruiseturisme er en ny næringsvei (Jørgensen, 2024).

## 2. Teoretisk forankring og tilnærming

### 2.1 Bærekraftig utvikling

For å kunne diskutere om cruise er forenelig med bærekraftig utvikling i Kirkenes kreves en felles forståelse for hva bærekraftig utvikling er. Begrepet bærekraftig utvikling ble først brukt i 1987 i sluttrapporten «Vår felles framtid» (United Nations, u.å) til Verdenskommisjon for miljø og utvikling i regi av Brundtland-kommisjon. Denne kommisjon ble ledet av Gro Harlem Brundtland og fikk derav navnet Brundtland-Kommisjon. I rapporten ble det lagt vekt på å løse to internasjonale problemer:

- «Miljøproblemer som klimaendringer og tap av biologisk mangfold, som angikk alle verdens land.
- Fattigdom og andre sosiale problemer, som var særlig alvorlige i utviklingslandene (lavinntektsland og til dels mellominntektsland)» (Tjernshaugen, 2023)

Begrepet bærekraftig utvikling har vært utgangspunktet for nye begreper som United Nations World Tourism Organizations begrep bærekraftig turisme og FNs bærekraftsmål som i 2015 erstattet FNs Tusenårsmål (Ravndal & Halleraker, 2023). FNs bærekraftsmål har så vært grunnlaget for mange nasjoners bærekraftsmål og sertifiseringsprogrammer slik som merket for bærekraftig reisemål. Hvert kriterium i merket for bærekraftig reisemål er direkte knyttet opp mot et av de 17 bærekraftsmålene til FN, som er en felles arbeidsplan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikhet og stoppe klimaendringer innen 2030 (FN-Sambandet, 2024). Med en økende allmennkunnskap om miljøsituasjon i verden har begrepet bærekraftig utvikling blitt brukt og misbrukt i økende grad, en plass hvor begrepet er mye brukt er innenfor markedsføring hvor misbruk av begrepet har fått kallenavnet «grønnvasking».

I dag er det mer vanlig å bruke det forkortede begrepet bærekraft, som det er normalt å dele inn i tre inndelinger, Økonomisk Bærekraft, Sosial Bærekraft og Økologisk Bærekraft (Tjernshaugen, 2023). Disse tre inndelingene ble i 1994 lagt under begrepet «triple bottom line» av John Elkington og var ment som et bærekraftig rammeverk for bedrifter. Elkington har selv i artikkelen Phrase “Triple Bottom Line.” Here’s Why It’s Time to Rethink It (2018) skrevet at poenget med triple bottom line var å begrave «single bottom line» som kun fokuserte på økonomisk fortjeneste, og heller legge fokus på alle tre inndelingene som et

grunnlag for videre tenkning. Videre forklarer Elkington (2018, s. avsn. 5) at Tripple Bottom Line har blitt en balansegang med ofringsmentalitet og at “Success or failure on sustainability goals cannot be measured only in terms of profit and loss.”. Målet med Trippel Bottom Line var å skape en systemendring for en bedre framtid og ikke et sluttprodukt.

### 2.1.1 Bærekraftig reiseliv som begrep og dens utfordringer

Begrepet bærekraftig reiseliv er definert av UNWTO som “*tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities*” (Sustainable development, u.å). Dermed skal bærekraftig turisme ifølge UNWTO tilfredsstillende følgende 3 punkter:

- “*Optimaliser bruken av miljøressurser som utgjør et nøkkelement i turistutviklingen, vedlikeholde essensielle økologiske prosesser og bidra til å bevare naturarv og biologiske mangfold.*”
- *Respekter verts samfunnenes sosiokulturelle autentisitet, bevare deres bygde og levende kulturarv og tradisjonelle verdier, og bidra til interkulturelle forståelse og toleranse.*
- *Sikre levedyktige, langsiktige økonomiske operasjoner som sosioøkonomiske fordeler til alle interessenter som er rettferdig fordelt, inkludert stabil sysselsetting og muligheter for inntektsopptjening samt sosiale tjenester til verts samfunn, og bidra til fattigdomsreduksjon»* (Sustainable development, u.å)

Begrepet bærekraftig reiseliv eller sustainable tourism dukker stadig opp i nyhetsartikler fra aviser, reisebyrå og markedsføringselskap, hvor begrepet har fått en positiv assosiasjon. Men forskere har et annet perspektiv på begrepet. Richard Butler skrev i sin artikkel at definisjon fra UNWTO er «*Så upresis og åpen for tolkning at den i bunn og grunn er meningsløs*» (Butler, 2018, s. 2), han peker videre på risikoen ved at begrepet blir feiltolket eller overforenkler utfordringene og kompleksiteten rundt begrepet, som kan føre til at noe som ikke er bærekraftig blir markedsført eller ansett som bærekraftig. Butler viser så til en alternativ definisjon: “*Tourism which is developed and maintained in an area (community, environment) in such a manner and at such a scale that it remains viable over an indefinite period and does not degrade or alter the environment (human and physical) in which it exists to such a degree that it prohibits the successful development and wellbeing of other activities and processes*” (Butler, 2018, s. 11) Denne definisjon mener Butler er en bedre representasjon

av hva begrepet bærekraftig reiseliv står for. Endringen fører til at fokuset på turismetyper og størrelse blir fjernet, og at man heller legger fokus på resultatet av turisme.

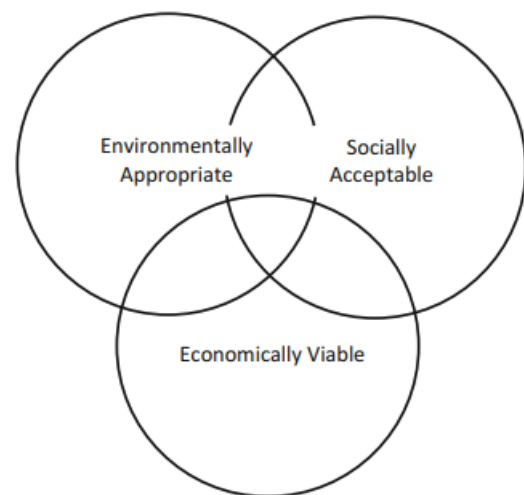
Bærekraftig turisme som prinsipp er høyt ønsket, men et umulig kompleks å gjennomføre. Dette er grunnet i at vi har alt for lite kunnskap om framtidens generasjoner i forhold til antall, tilhørighet og karaktertrekk. Videre skriver Butler at det er et paradoks rundt det som kategoriseres som grøntturisme eller øko-turisme, selv om denne type reiser blir ansett som mer bærekraftig er det nødvendigvis ikke slik. Hvis vi ser per reisende **kan** masseturisme ha en mindre effekt på et reisemål, ved at de bruker infrastruktur laget og regulert for masse bruk. Mens grøntturisme på den andre siden beveger seg utenfor hovedfartsåren til mindre regulerte områder som igjen skaper nye behov. Dette betyr ikke at konseptet bærekraftig turisme bør glemmes, men at den dynamiske naturen til reiselivet vil alltid flytte mållinjen for hva som er bærekraftig. Han bemerker så at reiselivet må bli sett i et holistisk syn knyttet opp mot alt annet som skjer på et reisemål og ikke bare alene som en næring eller bedrift. Butler (2018) grunner dette i at turisme ikke kan eksistere uten tilgjengelighet (transport) til reisemålet, overnatting og andre fasiliteter (infrastruktur), arbeidskraft (populasjons vekst), forsyningstjenester (vann, strøm), og andre menneskelig tjenester (helsetjenester, utdanning og media) (Butler, 2018, s. 5). Butler hevder så at reiselivet uavhengig av hvor bærekraftig et reisemål er, ikke kan være bærekraftig på grunn av transport, hovedsakelig med fly, selv hos bedrifter som blir tildelt bemerkelser for bærekraft. De fleste av disse bemerkede bedriftene har et sterkt behov for tilreisende, av den grunn at det blir for dyrt for de lokale, noe som er oversett av markeringsorganisasjonene (Butler, 2018).

Det er her reiselivet står ovenfor et paradoks. For at vi skal «oppnå» bærekraftig turisme må vi slutte å reise eller kun reise korte avstander internt, altså slutte å være turister. Paradokset er at konsekvensene av at turister slutter å reise vil føre til at store deler av verden mister sin inntektsstrøm og sosiale effekter fra turismen, noe som i seg selv strider mot begrepet bærekraft. I likhet med Elkington (2018) er Butler uenig i bruken av tripple bottom line, Butler mener at begrepet mangler fokus på den politiske faktoren. Han hevder at uten en politisk tilnærming vil reiselivet fortsette med pseudo-bærekraft, altså bare fokusere på punkter de anser som relevant og se bort fra det store bildet. Han avslutter artikkelen sin med å peke på en økende interesse blant forskere knyttet opp mot motstandsdyktighet og bemerker at det er vanskeligere å skape motstandsdyktighet etter at skaden er skjedd enn før. Utfordringen med å bygge motstandsdyktighet og sette begrensninger på forhånd er frykten for mulig tap av økonomisk gevinst, det er her det politiske aspektet må komme inn.

“Accepting development because it is described as being sustainable does nothing to ensure survival of key processes and elements of a destination, building resilience in preparation for impacts is more likely to be successful.” (Butler, 2018, s. 9)

McCool & Bosak (2016) stiller seg kritisk til de 3 punktene UNWTO mener bærekraftig reiseliv skal tilfredsstillende og kaller det «guiding fiction». Guiding fiction er ifølge McCool & Bosak et konsept som «alle kan være enig i når de blir forklart det på et generelt nivå, og er viktig for å stimulere og organisere sosial diskurs, og tjener dermed nyttig sosiale funksjoner» (McCool & Bosak, 2016, s. 15). Utfordringen med guiding fiction er når det kommer til detaljer. Hvis vi tar utgangspunkt i de tre punktene til UNWTO kan problemet oppstå hvis vi diskuterer for eksempel, hva er «rettferdig» fordeling av fordeler? Hvordan kan man i en verden i rask endring forsikre seg om langsiktig levedyktig økonomiske fordeler? Hva er langsiktig i denne sammenhengen? Hva er optimalisere bruken av ressurser? Er det når vi har effektiv bruk av ressursene vi har tilgjengelig, bevarer alle ressursene til en regnværsdag eller at vi utnytter ressursene minimalt slik at neste generasjon også kan bruke dem?

I figur 3 viser McCool & Bosak en av vanligste måtene å beskrive bærekraftig reiseliv på, altså krysningspunktet mellom økologisk passende, sosialt akseptabelt og økonomisk levedyktig. Denne beskrivelsen er grunnlaget for definisjon til UNWTO, utfordringen ifølge McCool & Bosak er at denne modellen og definisjon ble laget basert på hvordan vi så verden på 1980-1990 tallet og er ikke lenger realiteten i dagens samfunn. De skriver videre at begrepet bærekraftig reiseliv blir brukt på minst tre

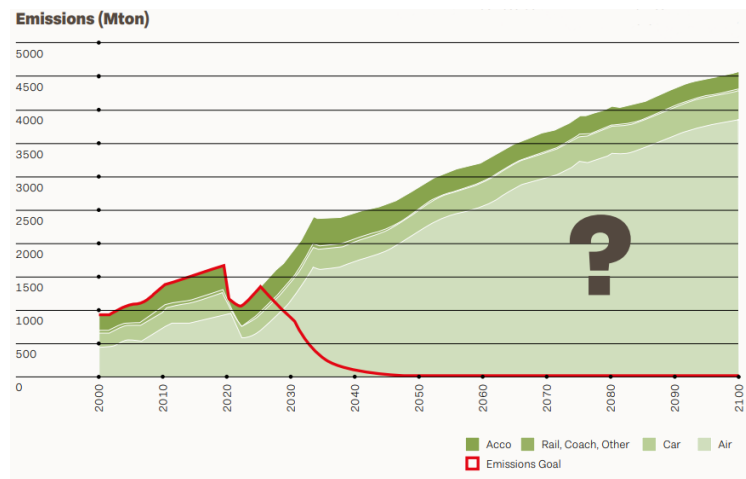


Figur 3 Konvensjonelle oppbygging av bærekraftig reiseliv (McCool & Bosak, 2016, s. 15)

forskjellige måter, noe som skaper forvirring når man diskuterer begrepet. Den første måten er at bærekraftig reiseliv består av små bedrifter som skreddersyr opplevelsen, her legges fokuset på volum. I likhet med Butler (2018) stiller McCool & Bosak seg usikker til ideen om at «smaller is better» når det kommer til reiseliv, og at små «bærekraftige» reiselivsbedrifter er en motvekt til masseturisme ikke nødvendigvis er sant og kanskje har en større negativ effekt per reisende enn masseturisme. Den andre måten begrepet bærekraftig reiseliv blir bruk er at små bedrifter tar i bruk et sett med retningslinjer for at bedriften skal overleve på sikt og bli en stabil økonomisk inntektskilde for nærmiljøet, her legges fokuset på bedriften og

økonomisk gevinst. Den tredje og mest uvanlige måten er mer fokusert på hva reiselivet skal opprettholde. Her kan svar variere fra å opprettholde jobber, inntektskilder eller skatteinntekter til offentlige tjenester som helse og utdanning. Grunnen til at McCool & Bosak viser til de ulike måtene å tolke begrepet på, er at forskjellige tilnærminger skaper utfordringer for hvordan man skal utvikle nye retningslinjer, planer, ledermetoder, lover og regler. Konklusjon til McCool & Bosak er at det er behov for mer diskusjon rundt hensikten til bærekraftig reiseliv, hvem tjener på det og hvem tjener ikke, hvordan kan vi operasjonalisere det for å forsikre oss om at det ikke blir en «guiding fiction» og hvordan forsterke vår tenkning om bærekraft å bli mer reflekterende og hensynsfull til å implementasjon av retningslinjer og forslag (McCool & Bosak, 2016, s. 31).

For en bedre visualisering av hvordan situasjon er i dag kan vi se på modellen til The travel Foundation (2023). I figur 4 vises i grønt veksten av utslipp hvis vi fortsetter slik vi gjør i dag, og den røde streken viser utslippsmålene til UNWTO. Anna Pollock, grunnleggeren av Conscious Travel, viser til denne modellen og hevder at det ikke lengere er tid for inkrementelle endringer, det er på tide med en systems endring eller ingenting. Disse endringene vil kun skje når vi endrer vår tankegang. Dette betyr at vi må revurdere vårt formål og redefinere suksess (Regenerative Tourism: It's time to change our minds, Anna Pollock, Conscious Travel, 2023, ss. 05:00-11:06).



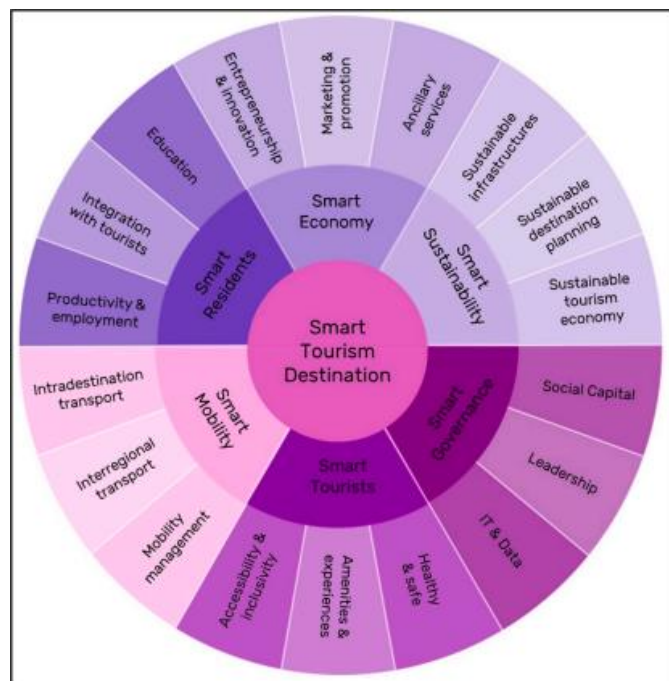
Figur 4 Business as usual CO2-utslipp per hovedelement i reiselivet (The Travel Foundation, 2023, s. 21)

### 2.1.2 Smart Tourism Destinations

Ifølge UNWTO (Digital Transformation, u.å) er vi på vei inn i den fjerde industrielle revolusjon, det innebærer en æra der teknologi fusjonerer de fysiske, digitale og biologiske verdene. Reiselivssektoren var en av de første til å digitalisere sine virksomheter på en global skala, gjennom tiltak som salg av flybilletter og hotell over nett. I denne digitaliserte og globale sektoren må reiselivet innovere og skape nye virksomhetsmuligheter for å fortsette å være konkurransedyktig, vokse og jobbe mot bærekraft. Noe som har stor innvirkning på reiselivssektoren ifølge UNWTO (Digital Transformation, u.å) er Smart Tourism Destinations (STD). En STD ifølge UNWTO (Digital Transformation, u.å) er et reisemål som har en strategi for teknologi, innovasjon, bærekraft, tilgjengelighet og inkluderer hele syklusen til den reisende: Før, under og etter reisen. Strategien skal også ta hensyn til innbyggere samt turister, og inkludere flerspråklighet, kulturelle særegenheter og sesongvariasjoner i turistplanleggingen. UNWTO mener at ved kontinuerlig og nøyaktig måling, integrering og analysing av data for effektiv beslutningstaking, prioritering og forventning av utforinger, skaper reisemålet en sømløs og spennende opplevelse for turister samtidig som de forvalter lokale ressurser effektivt. Bulchand-Gidumal (2022) viser i sin artikkel til at det er flere ulike definisjoner av STD som oftest er basert på smartby-konseptet, som har som mål å forbedre beboernes livskvalitet og gjøre en by mer konkurransedyktig gjennom seks dimensjoner: smart styresett, smart miljø, smart mobilitet, smart økonomi, smarte mennesker og smart livsstil. Alle definisjonene til STD er forskjellige, men omfatter innovasjon, bærekraftig utvikling, universell tilgjengelighet, og forbedring av både besøkendes erfaringer og lokalbefolkningens livskvalitet, i tråd med FNs bærekraftsmål. Matyusupov et.al. (2024) hevder i deres artikkel at mens smartbyer fokuserer på sine beboere, fokuserer STD'er på å forbedre turistopplevelsen gjennom integrasjon av IKT (informasjons- og kommunikasjonsteknologi). For utviklingen av STD og smartbyer hevder Matyusupov et.al. at det kreves informerte deltakere fra hver interessent i prosessen for effektiv byutvikling og bærekraftig konkurransevne i turismemarkedet. Dette betyr at turistinfrastrukturen må utvikles med sterk teknologisk forbindelse mellom relevante organisasjoner. Konklusjon til Matyusupov et.al. (2024) er at ved å integrere teknologi i et reisemål kan man potensielt forsterke besøkendes opplevelser, forbedre reisemålsledelsen og bidra til mer bærekraftig praksis. Videre påpeker Matyusupov et.al (2024) at det eksisterer en rekke begrensinger og mangler i nåværende forståelsen av STD som krever videre forskning. Disse inkluderer begrenset empiriske beviser (de fleste studiene er basert på teoretisk grunnlag), manglende standard for rammeverk (det finnes ingen standard for vurdere og måle STD), ufullstendig

forståelse av de besøkendes oppførsel (det er begrenset forskning på hvordan besøkende anvender teknologi), bruk av kunstig intelligens for skreddersydde opplevelser (et lite utforsket tema), datanalyse for reisemålsledelse (utvikling av bedre verktøy for forståelse av data), bærekraftige praksiser i STD (utbedre hvordan STD kan forbedre bærekraften til et reisemål), sosial-kulturelle konsekvenser (utbedre hvordan implementering av teknologi i STD påvirker det sosial-kulturelle miljøet), samt bekymringer knyttet til personvern og sikkerhet (tilrettelegging for robust databeskyttelse og skape trygghet for teknologi blant besøkende). (Matyusupov, Elbek, Masharipova, & Gurbanov, 2024, ss. 7-8).

Basert på alle dimensjonene og teoriene som er foreslått i forskning har Bulchand-Gidumal (2022) konstruert sin egen modell med fokusområder og underområder som skal redegjøres for når man utvikler en STD. I figur 5 kan man se en illustrering av modellen med dens fokusområder og underområder.



Figur 5 Hjul rammeverk for Smart tourism destinations (Bulchand-Gidumal, 2022, s. 4)

**Smart økonomi:** Dette fokusområdet blir oppdelt i entreprenørskap og innovasjon, markedsføring og promotering og hjelpemiddelstjenester. Tidligere forskning viser at reisemål som er avhengig av turismen får mindre fordeler

fra turismen enn et reisemål som er uavhengig, dermed er det viktig med entreprenørskap og innovasjon for et reisemål. Markedsføring og promotering er et verktøy for å vedlikeholde og utvikle verdien av eksisterende produkter og tjenester. Hjelpemiddeltjenester er essensielt for et hvert reisemål som ønsker å vokse, i cruiseturisme er hjelpemiddeltjenestene blant annet Sea King og helsetjenester. (Bulchand-Gidumal, 2022)

**Smart styring:** Dette fokusområdet handler om å fremme åpenhet, modernisering og offentlig deltakelse gjennom effektiv bruk av teknologi, politiske strategier og åpenhet rundt data. Lederskap spiller en avgjørende rolle i utvikling av verdi-samskapning og adopsjon av teknologi. Boes et.al (2016, s. 16) hevder at for utviklingen av en Smart by (som er grunnlaget for denne modellen) er en kombinasjon av toppstyrt og bunn-opp tilnærming, samt deltakende styring, noe som bør anses som beste løsning. Sosial kapital hevder Bulchand-



Gidumal (2022) omhandler i de fleste tilfeller samarbeidsnettverk. IT og data er grunnlaget for den fjerde industrielle revolusjon og er kjernen i utvikling av STD. Utvikling av teknologi og data kan hjelpe interessenter med å ta informerte beslutninger, skreddersy opplevelser, dele informasjon og ressurser for å forbedre et reisemål.

**Smart turister:** Bulchand-Gidumal (2022) hevder at smart turister er de turistene som utnytter teknologi for å samhandle dynamisk og co-create deres opplevelser mens de er på et reisemål. Underområdet fasiliteter og opplevelser i et STD-perspektiv omhandler at et reisemål skal tilrettelegge for at turister kan ta i bruk teknologi for å co-create deres opplevelser. Helse og sikkerhet kan ved hjelp av teknologi øke effektiviteten lokalt og internasjonalt, dette betyr at ved hjelp av teknologi kan man redusere turistens bekymring rundt sikkerhet og tilgang til hjelp i helsesituasjoner (Cohen, 2018) (Bulchand-Gidumal, 2022). Tilgjengelighet og inkludering handler om å skape et miljø hvor alle turister, uavhengig av fysiske eller andre begrensinger, kan få tilgang til det reisemålet har å by på.

**Smart befolkning:** Dette fokusområdet inkluderer underområdet produktivitet og sysselsetting, integrasjon med turister og utdanning. Produktivitet og sysselsetting omhandler å skape kvalitet sysselsetting for reisemålets lokalbefolkning. Integrasjon med turister handler om å skape et inkluderende samfunn med et høyt nivå av integrering mellom lokale og turister, hvor turister er verken isolert til enkelte områder eller områder blir turistifisert. Med et økende fokus på ny teknologi innen turisme sektoren vil det også bli et økende behov for utdanning og opplæring av turister samt lokale. (Bulchand-Gidumal, 2022)

**Smart mobilitet:** Dette fokusområdet handler om tilgjengelighet innenfor reisemålet, muligheten til å reise til og fra et reisemål samt moderne transportsystemer. Det første underområdet er intern reisemåls transport og referer til hvordan turistene kan bevege seg internt i reisemålet. Intern regional transport omfatter transport til/fra regionen og til/fra turistens startsted, det er også viktig å inkludere mellomstopp regioner. Mobilitetshåndtering omhandler om å forstå turistens bevegelse ved reisemålet, deres relasjon med andre turister og lokale og plassene de besøker (Bulchand-Gidumal, 2022).

**Smart bærekraft:** Dette fokusområdet handler om å ta i bruk ny teknologi for å forbedre bærekraften til et reisemål. Bærekraftig infrastruktur omhandler å bygge infrastrukturen til bygninger (hotell etc.) og naturlige ressurser slik at de er bærekraftig. Underområdet bærekraftig reisemåls planlegging legger fokuset sitt på grønn urbanisering (Bulchand-Gidumal, 2022). Grønn urbanisering blir beskrevet av Timothee Beatley som byer som strever

etter å eksistere innen sine økologiske grenser, redusere deres økologiske fotavtrykk, anerkjenne deres påvirkning på andre byer, samfunn og planeten som helhet. (Beatley, 2000, s. 6). Det siste underområdet til Bulchand-Gidumal (2022) er bærekraftig turist økonomi, dette referer til å skape bedre økonomi hos reisemålet med hensyn til faktorer som menneskelig utvikling, tilfredsstillende jobber og lokales velvære.

## 2.2 Cruiseturisme

Cruise blir i Store norske leksikon definert som «...fornøylesreise med skip. I reisen pris inngår vanligvis alle måltider (Men ikke alkoholholdige drikkevarer) og de fleste fritidsaktiviteter om bord, mens eventuelle utflukter i land betales separat» (Arntzen, 2023). Cruiseindustrien har de siste tiårene vist en ekstrem vekst og har siden 1990 hatt en gjennomsnittlig årlig vekst på 5.9% i antall total passasjerer ifølge Cruise Market Watch (Growth of the Ocean Cruise Line Industry, u.å). Denne jevne veksten kan tyde på at cruise vil fortsette å ha en stor betydning innen turismesektoren de neste årene. Cruise Market Watch estimerer at i slutten av 2024 skal det være 360 cruiseskip med et døgn kapasitet på totalt 673000 passasjer (Capacity, u.å). Denne veksten betyr at det vil bli mer og mer viktig for cruiseindustrien å sette søkelys på bærekraftig vekst i årene som kommer.

### 2.2.1 Cruise og Kystruten

I avsnittet over vises det til en del tall fra Cruise Market Watch, her må det bemerkes at i kalkulasjonene til Cruise Market Watch har de inkludert Kystruten, noe som ikke blir gjort av verken Innovasjon Norge eller flere av de norske havnene. Grunnet for dette er ifølge Innovasjon Norge fordi reisemålet har lite styring/del av Kystruten (personlig kommunikasjon (epost), 2024). Kystruten er i «norske øyer» «...transporttilbud for passasjerer som reiser lokalt eller regionalt fra havn til havn, og godstransport mellom Tromsø og Kirkenes.» (Regjeringen, 2022).

### 2.2.2 Bærekraftig cruiseturisme

I artikkelen Cruise tourism destinations: Practices, consequences and the road to sustainability (Hoarau-Heemstra, Hindertje, Olsen, & James, 2023) beskriver forfatterne cruiseindustrien som et tveegget sverd, hvor på den ene siden bringer cruise med seg store mengder turister

som kan være økonomisk stimulerende for et reisemål. Mens på den andre siden har negative følger som vann- og luftforurensning, overbefolkning og øker trykket generelt på lokalsamfunnet og dens økosystem. (Hoarau-Heemstra, Hindertje, Olsen, & James, 2023, s. 1). Papathanassis skriver i sin artikkel at diskusjoner i media rundt bærekraftig cruiseturisme er for fokusert på selve båten og dens påvirkninger på naturen. Noe som selvsagt er viktig, men diskusjonene mangler å legge tilstrekkelig vekt på resterende biter i puslespillet. Biter som gjestens reise før og etter cruise, skipets fulle livssyklus (design og konstruksjon, drift og vedlikehold, dekonstruksjon og gjenvinning) og andre bærekraftige perspektiver (Papathanassis, 2023). I korte trekk bruker cruiseturister mye av tiden sin på land og har mer påvirkning enn kun utslipp hos reisemålet. Som følge av Covid-19 var det mange reisemål som måtte revurdere deres tilnærming til økonomisk avhengighet og motstandsdyktighet. I likhet med bærekraft begrepet kan man skille cruiseturisme inn i tre hoveddeler, økonomi, sosial og økologisk påvirkning.

**Økonomi:** Som nevnt tidligere er økonomisk avhengighet av cruiseindustrien en stor utfordring for spesielt reisemål som er under utvikling. I *Cruise tourism destinations: Practices, consequences and the road to sustainability* (Hoarau-Heemstra, Hindertje, Olsen, & James, 2023) peker forfatterne på at i likhet med «vanlig» turisme er cruiseturisme også veldig uforutsigbart på lang sikt. Av og til er konsekvensene at reisemål som gjør storsatsning på cruise (bygger infrastruktur, havner etc.) får et negativt resultat på sine investeringer, ved for eksempel at cruiseskipene endrer rute eller det blir færre anløp enn forespeilet. For turismenæringen på reisemålet er det alltid en balanseutfordring, cruiseskipene ønsker å kjøpe billigste mulig opplevelser slik at de kan øke sine fortjenester ved videre salg. Dette reduserer fortjenestene til leverandørene og som følge blir produktene redusert i kvaliteten for å dekke tap av fortjeneste. Dette igjen fører til en reduksjon i tilfredstilteisen et reisemål kan tilby sine gjester og gjør reisemålet mindre attraktivt. Papathanassis (2023) skriver at direkte pengebruk, muntlig markedsføring og intensjon om å returnere er de viktigste verdiskapende faktorene cruisebesøkende skaper, noe som vil få redusert effekt når attraktiviteten på reisemålet går ned. Reisemålet kan også møte på utfordringer blant skip som tilbyr «all-inclusive» kombinert med korte besøkstider. Hvor cruise gjestene utnytter lokale ressurser uten å legge igjen tilsvarende med penger på bakgrunn av at de har alt om bord på skipet (Hoarau-Heemstra, Hindertje, Olsen, & James, 2023). Men det er ikke bare negative økonomiske sider ved cruise, cruise gjester kan være økonomisk betydelig for lokalbefolkningen, bedrifter og kommunene som tilbyr ulike tjenester (eks: havneplass, transport), opplevelser og produkter. Men samtidig

er inntektene fra cruise veldig sensitive til flere faktorer, for eksempel sesong (lav/høy, Sommer/Vinter), reisemålets aktivitetstilbud, lengden på oppholdet, økonomisk bakgrunn for passasjerer samt inntekter og sysselsetting generert via tjenester og fasiliteter for transport og overnatting før/etter cruiset (Hoarau-Heemstra, Hindertje, Olsen, & James, 2023) (Papathanassis, 2023). Papathanassis (2023) mener at det er essensielt med en effektiv regulering og kompetanse i offentlig forvaltning for å styre innvirkningene av cruise-turisme i kystsamfunn. Han grunner dette i at den økonomiske verdien av cruiseturisme dreier seg primært om finansieringsmodeller og investeringsavkastning tilknyttet infrastruktur og tjenester. Dette kan gjøres gjennom et privat-offentlig partnerskap og regulering av eierskap av turistattraksjoner. Han bemerker også at utover de direkte økonomiske effektene påvirker cruiseturisme også lokalbefolkningens livskvalitet og tilgang til ressurser.

**Sosial:** I *Cruise tourism destinations: Practices, consequences and the road to sustainability* (Hoarau-Heemstra, Hindertje, Olsen, & James, 2023) skriver forfatterne at det ikke nødvendigvis alltid er økonomiske bidrag som er den største fordelen ved cruiseturisme. Utover økonomien kan cruiseturisme berike lokalsamfunnet med utvidet kulturell forståelse og personlig vekst. Andre positive effekter med å være cruisereisemål er at reisemålet kan bli mer dynamiske, livligere og fremme sosiale tilhørighet (flere mennesker og kulturer). På et mer materielt nivå kan cruise føre til ny infrastruktur og fritidsmuligheter (nye restauranter, butikker, tjenester og aktiviteter) som gagnar lokalbefolkningen. Hoarau-Heemstra et.al. (2023) påpeker også at det er sosiale negative effekter ved cruise, som turistbobler, overbefolkning og tap av lokal identitet. Disse utfordringene er noe Neva Leposa (2020) utdyper i sin artikkel, en av utfordringene er at makten til store mektige aktører kan forhindre lokale samfunn mulighetene til å trenge inn og konkurrere på markedet. Dette kan føre til at identiteten til reisemålet forminskes og havneområdet blir forandret til franciser istedenfor lokale leverandører. Neste utfordring Leposa (2020) tar for seg er endring i daglige rutiner hos lokalbefolkningen, dette kan være faktorer som endringer i infrastruktur hvor lokalbefolkningen blir marginalisert og/eller forflyttet på grunn av utbygging av havn, mangel på jobbtillbud for lokalbefolkningen, økte levekostnader, økt belastning på samfunnsgoder som helsetjeneste og kommunale tjenester, overbefolkning og opphoping ved spesifikke tidspunkt. Leposa (2020) hevder også at cruiseturisme har fått negativ innvirkning på helsen til lokalbefolkningen og det er grunnlagt i økt stress som følger av tidligere nevnte faktorer. Flere av disse utfordringene blir synlig i nyhetsartikler fra diverse cruisereisemål i Norge, for eksempel i Tromsø hvor det dukker opp artikler som «*Mener turistbutikkene ødelegger*

*Tromsø sentrum*» (Larsen & Andersen, 2019) eller i Stavanger hvor artikler som «*Cruise-protest: – Gjør det slitsomt å bo her*» (Haaland, 2023).

**Økologisk:** I denne oppgaven vil det ikke bli gjort noe dypdykk i den økologiske effekten av cruisenæringen, men det er fortsatt viktig å forstå mulige konsekvenser slik at det større bilde blir mer tydelig. Hoarau-Heemstra et.al. (2023) viser til forskning som sier at tradisjonelle økonomiske aktiviteter som gruvedrift og industriell produksjon kan ha mindre negative effekter på lokale ressurser, men mindre negative effekter er ikke det samme som gode effekter. Videre forklarer forfatterne at mye av miljøpåvirkningen fra cruise er relatert til manglende avfalls- eller utslippskontroll på cruiseskip, noe som får betydning for lokalmiljøet hvor skipene venter i havn. Hoarau-Heemstra et.al. (2023) viser også til forskning hvor cruiseturisme har effekter på flora og fauna i cruiseområdet. Tilgang til sårbare økosystemer er identifisert som problematisk for lokale økosystemer inkludert dyrelivet. Hoarau-Heemstra et.al. (2023) hevder at cruisenæringens miljøavtrykk fortsatt er et for lite utforsket tema.

### 2.2.3 Sentrale utfordringer og muligheter med bærekraftig cruiseturisme

Bærekraftig cruiseturisme står overfor en rekke utfordringer og muligheter i forsøket på å balansere økonomisk gevinst med miljømessig og sosial ansvarlighet. En av de største utfordringene knyttet til miljøpåvirkningen er forurensing av luft og vann hos reisemålene, samt dens påvirkning på økosystemet og biodiversitet. Papathanassis (2023) henviser til en rekke tiltak for å redusere utslipp, disse inkluderer alternativ, renere drivstoff (LNG), landstrøm til skip og skrubbere. Bergen Havn (Grønn omstilling i Bergen Havn gir resultater, 2024) er en av havnene som jobber stadig med tiltak for å redusere fotavtrykket til cruiseturisme. De har gjort tiltak som å lage verktøy for å måle utslipp til cruiseskip når de ligger i kai, og ved hjelp av dette verktøyet må de skipene som forurenser mest betale mest for oppholdet. Etter oppstart med bruk av dette måleverktøyet har gjennomsnittlig score gått fra 30 til 53, hvor null betyr at skipet ikke har redusert utslippene og 100 betyr utslippsfri. Dette er gjort med blant annet å tilrettelegge for landstrøm. Bergen Havn (Grønn omstilling i Bergen Havn gir resultater, 2024) viser til at omtrent 20 prosent av drivstofforbruket skjer i havnene og ved å tilrettelegge for strøm kan de benytte fornybare kilder av energi. Per 2024 har de som mål at 50% av cruiseskipene kan benytte landstrøm og innen 2026 vil de ikke ha utslipp i sine havner. Hvis vi ser på dette med et snevert syn på kun cruiseturisme er dette veldig bra for miljøet. Men som ble bemerket i del 2.1.1 sier Butler (2018) at reiselivet må ses i et holistisksyn. La oss se for oss at det skal utbredes landstrøm på alle cruisereisemål, ifølge

Bergen Havn (Velkommen til Bergen Havn, u.å) sine sider vises det til at de utleverer per 25.03.2024 ca. 3500 kW og med mål om 100% innen 2026 vil de da ca. levere ut 7000 kW strøm. Problemet er hvis vi ser for oss at alle 52 cruisehavner i Norge (Whats in port, u.å) skal levere like mye strøm til skip vil kun strøm til skip forbruke 364 000 kW. Fosen Vind (u.å) har 5 vindparker som produserer til sammen 801 MW eller 801 000 kW. Dette betyr i grove trekk at hvis vi skal tilrettelegge for landstrøm på alle cruisehavner må det utbygges 2,5 vindpark, noe som vil få konsekvenser for miljø, samfunn og økonomi utenfor cruisemarkedet. Denne sammenligningen er bare for å skape et bilde av hvor bredt konsekvenser/løsninger innen cruiseturisme strekker seg og er i realiteten mer kompleks.

I artikkelen til Hoarau-Heemstra et.al. (2023) blir det lagt frem fem strategier for at bærekraftig cruiseturisme skal kunne skape harmoni mellom lokalbefolkningen og de besøkende:

1. Forstå cruise gjesters oppførsel og bevegelse
2. Forsterke den lokale identiteten og beskytte kulturarven
3. Regionalisering av cruiseindustrien
4. Fordele cruiseturister til forskjellige områder rundt/i reisemålet
5. Øke havnenes verdi

Den første strategien krever en grundig forståelse og styring av cruiseturismes oppførsel og bevegelser på lokalt nivå for å minimere den negative effekten de har på lokalbefolkningen og kulturminner. Den andre strategien er å forsterke den lokale identiteten og beskytte kulturarven slik at man kan fremme stolthet og engasjement blant lokalbefolkningen, og få økt reisemålets merkevare og unikhhet. Betydningen av å ha en god reisemåls-merkevare er beskrevet av Papathanassis et.al som "*Well known tourist brands have loyal guests, high prices, and guaranteed tourist traffic through the all year, which directly reflects on overall tourist income.*" (2012, s. 45). Den tredje og fjerde strategien er å regionalisere og fordele cruiseturismen til områder rundt/i reisemålet, dette kan redusere trykket på pressete områder, fordele fordelene og ulempene med cruiseturisme og skape en bedre/større fellesfølelse blant hele regionen. Den siste strategien er å øke havners verdi, dette kan gjøres ved å investere i infrastrukturen til havnen og dens tjenester, samt tiltak for å forbedre bærekraften og effektiviteten i havnen. Dette kan redusere miljøtrykket fra cruiseindustrien og øke attraktiviteten blant cruiseoperatører.

Hoarau-Heemstra et.al. (2023) presiser at for at disse strategiene skal virke med sin hensikt krever det et langsiktig perspektiv som omfavner samarbeid på tvers av sektorer, inkludert regjering, kommune, havnen, cruiseindustrien, turismeindustrien og lokalsamfunnet, for å sikre at alle blir hørt og beslutninger blir tatt med hensyn til miljømessig, økonomisk og sosial bærekraft. Ved å inkludere lokalsamfunnet til å ytre sine meninger om hvor man bør redusere/øke turismeaktiviteter, bedre tilrettelegge og tiltak for å forbedre bærekraften til reisemålet gjennom å gi lokalsamfunnet opplæring og felles avgjørelses verktøy vil man forsterke reisemålets bærekraft, motstandsdyktighet og selvstyre og dermed være bedre stilt i møte med cruiseturisme.

I artikkelen «Transforming an iconic attraction into a diversified destination: The case of north cape tourism» utforsker Arvid Viken og Nils Aarsaether (2013) overgangen fra fordrist tilnærming blant store turoperatører, der turistopplevelser pakkes og selges i stor skal med lite rom for tilpasning. Til en mer neo-fordrist tilnærming blant store turoperatører, der det adopteres og integreres elementer av fleksibilitet, men samtidig beholder aspekter av masseturisme, og post-fordrist blant småskala turoperatører, der fokuset er på å skape skreddersydde, autentiske og varierte turistopplevelser, ved Nordkapp. Fra denne artikkelen kan vi trekke frem følgende punkter for å bedre forstå bærekraftig cruiseturismeutvikling:

**Diversifisering av turistprodukter:** Viken & Aarsaether (2013) sitt studie hevder at det er en økende etterspørsel for autentiske og varierte opplevelser. Sandra Carvao direktør for markedsinnsikt og konkurranseevne ved UNWTO sier tilsvarende «*lokal gastronomi, nature, velvære og landlig turismeopplevelser vil ta senter scene i reiseliv i 2024*» (Roadbook, 2024). Dette korresponderer med strategien om å forsterke den lokale identiteten og beskytte kulturarven som Hoarau-Heemstra et.al. (2023) viste til.

**Samarbeid og fleksibilitet:** Viken & Aarsaether (2013) skriver at etter de dominerende selskapene begynte å samarbeide med mindre selskap ble de ansett som mindre monopolistisk, og sameksisteringen mellom dominerende og nye og små selskapene gjorde reisemål mer diversifisert og attraktiv. Dette underbygger Hoarau-Heemstra et.al. (2023) fokus på samarbeid på tvers av sektorer.

**Nettverksbygging og lokal forankring:** Viken & Aarsaether (2013) viser også til at små turistbedrifter utnytter sine lokale nettverk og samfunnsforankring for å tilby autentiske opplevelser. Dette underbygger Hoarau-Heemstra et.al. (2023) betydningen av

lokalbefolkningens involvering i turismeutviklingen, noe som styrker reisemålets merkevare og unikhet.

**Utfordringer med dominerende aktører:** Viken & Aarsaether (2013) peker også på utfordringene med enkelte dominerende store aktører i turistsektoren og hvordan dette kan påvirke diversifisering og bærekraftig utvikling. Dermed er det nødvendig å finne en balanse i interessen mellom store og små bedrifter for å fremme en inkluderende og bærekraftig turistindustri.

I korte trekk hjelper artikkelen til Viken & Aarsaether (2013) oss med å forstå viktigheten av diversifisering, fleksibilitet, samarbeid på tvers av sektorer, og styrking av lokal forankring og identitet.

### 2.3 Merket for bærekraftig reisemål

Merket for bærekraftig reisemål ble utviklet av Innovasjon Norge i 2013 og er per januar 2024 i sin 3. versjon av merket med navn. Visit Norway, den offisielle reiseguiden for Norge under ansvaret til Innovasjon Norge og tildelt av Nærings- og fiskeridepartementet, beskriver merket som *«et kvalitetsmerke for destinasjoner som jobber systematisk og forpliktende over tid for å redusere reiselivets negative påvirkning på miljøet, naturen og lokalsamfunnet, og for å styrke de positive sosiale og kulturelle verdiene, samtidig som de ønsker å gi gjestene en enda bedre opplevelse. (Merket for Bærekraftig reisemål, u.å)»*. Det bør også bemerkes at Visit Norway påpeker i alle sine informasjonsskriv at selv om et reisemål er kvalifisert og fått tildelt merket så betyr det ikke at reisemålet er bærekraftig, men merket forplikter reisemålet til å fortsette å prioritere bærekraftige og innovative løsninger i reiselivet (Om merkeordningen, u.å). I mars 2022 ble merket for bærekraftig reisemål 3.0 godkjent av Global Sustainable Tourism Council (GSTC) som nasjonal standard for Norge. GSTC er en medlemsbasert organisasjon med et bredt globalt samarbeid som har fått mandatet til å akkreditere sertifiseringsorgan og godkjenne standarder. De baserer sine avgjørelser på GSTC Criteria for Destinations (GSTC Destination Criteria, u.å) som er bygget på tiår med arbeid og erfaring fra gjennomgang av retningslinjer og eksisterende standarder for bærekraftig turisme fra hele verden. Merket for bærekraftig reisemåls kriterier og indikatorer er koblet mot FNs bærekraftsmål, til andre standarder som United for Smart Sustainable Cities (U4SSC), bærekrafts indikatorer fra European Travel Commission, Norges miljømål og Bærekrafts løftet som er rettet mot kommuner og fylkeskommuner (Standaren, u.å). I tillegg til



standarden for bærekraftig reisemåls indikatorer og kriterier er det også utviklet tilleggsvurderinger for reisemål med et særpreg. Per i dag er det kun cruisereisemålene som har tilleggsvurderinger.

### 2.3.1 Tillegg for cruisereisemål

Cruisekriteriene i merkeordningen for bærekraftig reisemål er tilleggsvurderinger til sertifiseringen for bærekraftig reisemål, dette betyr at et cruisereisemål også må sertifiseres av hovedstandarden. Cruisetillegget er strukturert rundt at reisemålet allerede i hovedstandarden har utviklet en reisemålsstrategi. En ansatt i Innovasjon Norge (personlig kommunikasjon (epost), 2024) definerte et cruisereisemål, altså reisemål som krever gjennomføring av cruisetillegget for å bli sertifisert, som reisemål som har havn og som gjennom sertifiseringen kan både sette miljøkrav, påvirke ankomster i henhold til antall og tid, og samhandle med reisemålet. Dette betyr at reisemål som ikke har egen havn, men mange cruiseturister ikke trenger å sertifiseres etter cruisetillegget. Dette begrunner Innovasjon Norge (personlig kommunikasjon (epost), 2024) i at disse cruiseturist utfordringene skal allerede være dekket av hovedstandarden. Videre forteller den ansatte at de jobber med å revidere cruisetilleggene og i den nye revisjon vil dette skillet bli mer tydelig. Videre formidler den ansatte at Kystruten altså Hurtigruten og Havila ikke defineres som cruise, ekskludert ekspedisjonsskipene til Hurtigruten. Dette er grunnet i at reisemålet har lite, til ingen styringsevne over Kystruten. Avslutningsvis forteller den ansatte (personlig kommunikasjon (epost), 2024) at grunnen til at de har laget egne tilleggskriterier for cruise er fordi det fremdeles er problemstillinger rundt at cruise og landbasert turisme håndteres som to ulike ting. De har kanskje hver sin strategi og håndteres ofte av hver sine organisasjoner og aktører, men i arbeidet mot et mer helhetlig reisemål er det naturlig å se alt i en sammenheng, både som faktorer med henhold til miljø, men også «people-pollution» og felles ansvar på reisemålet.

Disse problemstillingene gjorde at man ønsket å løfte dette særskilt, og gjennom et tillegg stimulere til tettere samarbeid informerer den ansatte i Innovasjon Norge (personlig kommunikasjon (epost), 2024).

Tilleggskriteriene for cruise er delt inn i 6 kriterier med 20 indikatorer fordelt over tre kategoriseringer B, C og E. Kategori B er strategisk grunnlag, C er Bevaring av natur, kultur og miljø og E er økonomisk levedyktighet skriver Visit Norway (Merket for Bærekraftig reisemål, u.å). Under er en tabell 1 med alle kriteriene og deres indikatorer vist, teksten her

hentet rett fra dokumentet «Tillegg - kriterier og indikatorer for cruisedestinasjoner (K)» laget av Innovasjon Norge (Tillegg - kriterier og indikatorer for cruisedestinasjoner (K) , 2019, s. 2):

KRITERIE	INDIKATOR
K-B1 Det skal eksistere en flerårig reisemålsstrategi (ikke eldre enn 36 mnd.), utviklet gjennom en åpen prosess, for en samlet utvikling av cruise- og landbasert turisme (Ref. std. A2.1)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Er sentrale reiselivsbedrifter fra cruise- og landbasert turisme, Havnevesen, kommunen(e) og lokalsamfunn løpende involvert i planlegging, gjennomføring og overvåking av planen</li> <li>2. Er planen og resultatene av den offentlig kommunisert</li> </ol>
K-B2 Destinasjonsledelsen skal arbeide for økt antall miljøsertifiseringer på destinasjonen (Ref. std. C4-1)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokalt havnevesen er miljøsertifisert</li> </ol>
K-C1 Destinasjonsledelsen inklusiv Havnevesen skal gjennom en involverende prosess på reisemålet finne et omforent nivå på antall cruiseanløp og cruisegjester gjennom året	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Er det satt en grense for maksimalt antall cruiseankomster (pax og skip) fordelt på dager gjennom sesong og år</li> <li>2. Er denne grensen identifisert gjennom vurdering av kapasitet på vei- og transportmidler, toalettfasiliteter, attraksjoner, antall landbaserte turister og lokalbefolkningens behov</li> <li>3. Antall gjennomførte incentiver eller tiltak som bidrar til å fordele anløp i tid og sesong</li> </ol>
K-C2 Destinasjonsledelsen skal sikre nødvendig infrastruktur for å minimere belastning fra store grupper.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Har destinasjonen en plan (ikke eldre enn 36 mnd) for skilting fra anløpsområdet for cruise til relevante attraksjoner og bussoppstillingsplass(er)</li> <li>2. Er antall oppstillingsplasser for buss og bil i anløpsområdet for cruisegjester tilpasset behovet i høysesong</li> <li>3. Er toalettfasiliteter i anløpsområdet for cruisegjester tilpasset og lokalisert ift. behovet i høysesong</li> <li>4. Er sykler eller andre miljøvennlige transportalternativ tilgjengelig for cruisegjester i anløpsområdet</li> </ol>
K-C3 Destinasjonsledelsen skal, i samarbeid med Havnevesen og andre relevante aktører, aktivt kartlegge miljøutfordringer knyttet til cruiseanløp	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Har Havnevesenet innført Environmental Port Index (EPI)</li> <li>2. Gjennomsnittlig EPI score samtlige anløp forrige kalenderår</li> <li>3. Er månedlig statistikk over utslipp til luft og sjø fra anløpende cruiseskip tilgjengelig</li> <li>4. Andel cruiseanløp hvor skipet på gjeldende seiling i hovedsak benytter fornybart drivstoff som fremdriftsmiddel</li> <li>5. Andel cruiseanløp hvor skipet benytter scrubberteknologi</li> </ol>
K-E1 Destinasjonsledelsen skal i størst mulig grad fremme lokal verdiskaping	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hvor stor økonomisk verdiskaping genererer cruiseanløpene lokalt</li> <li>2. Andel cruisepassasjerer på organiserte utflukter/aktiviteter</li> <li>3. Gjennomsnittlig liggetid høysesong</li> </ol>

	4. Gjennomsnittlig liggetid lavsesong 5. Andel cruiseanløp i lavsesong
--	---------------------------------------------------------------------------

### 2.3.2 Bruk av sertifisering i reiselivet i dag

I dagens samfunn ser vi en økende interesse blant turister for reisemål og attraksjoner som er sertifisert av en miljøsertifisering. I en undersøkelse utarbeidet av Epinion og Gyger på oppdrag fra Innovasjon Norge, kom det frem at blant de 8060 intervjuede turistene valgte 46% av de utenlandske og 43% av de norske feriereisende, som hadde undersøkt om reisemålet tar vare på naturen eller er klimavennlig, å besøke reisemål merket som bærekraftig reisemål. Derimot valgte kun 15 % av utenlandske og 9% av norske feriereisende, som ikke hadde undersøkt, reisemål med merket som bærekraftige reisemål (Turistundersøkelsen sommer 2023, 2023, s. 51). Dette tyder på at reisende som har undersøkt et reisemåls fokus på natur og klima har en større sannsynlighet til å velge et reisemål som er merket som bærekraftig reisemål, og som vist i figur 1 og 2 er det en økende prosentandel blant befolkningen som undersøker bærekraft. Det er i dag 33 reisemål som er sertifisert med merket for bærekraftig reisemål og 8 som er i merkeprosessen ifølge Visit Norway (Merket for Bærekraftig reisemål, u.å). I NOU 2023:10 (Departementenes sikkerhets- og serviceorganisasjon, 2023) vises det til at merkeordningen i dag fungerer som et verktøy for aktørene på reisemål som ønsker å jobbe systematisk med bærekraft i reiselivet. Men merket er ikke et kvalitetsstempel på at reisemålet har «alt på stell». Merkeordningen hjelper reiselivet å vise at de er en viktig aktør i forbindelse med kommunens ansvar for bærekraft og samfunnsutvikling lokalt. Videre viser NOU 2023:10 til at reisemålsledelsen opplever at mikroprosessen bidrar til å etablere nye samarbeidsformer og gir økt troverdighet. På den andre siden viser det seg at effekten av sertifiseringen er mindre i kommuner som merkes samtidig i regionale samarbeid (Departementenes sikkerhets- og serviceorganisasjon, 2023, s. 64).

### 2.3.3 Sertifisering eller verktøy

Med et økende fokus blant de reisende på bærekraft (se 2.3.2) kan man anta at det vil bli mer interessant for bedrifter og reisemål å sertifiseres etter ulike bærekrafts ordninger for å kunne bruke det både som et verktøy og i markedsføring. På den positive siden vil dette føre til at reiselivsnæringen som en helhet vil få et mer bærekraftig grunnivå. Derimot betyr ikke det at

reiselivsnæringen blir bærekraftig nok til å være forsvarlig. Dette er en av utfordringen med merket for bærekraftig reisemål. Reisemål som har mottatt merket kan markedsføre seg som bærekraftig reisemål eller på engelsk som sustainable destination (se figur 6). Ved første øyekast kan man anta at disse reisemålene er sertifiserte bærekraftig reisemål, noe de teknisk sett er. Men er ifølge Visit



**Bærekraftig  
Reisemål**  
Lokalt engasjement  
i et langt perspektiv

*Figur 6 Bærekraftig Reisemål Logo fra Visit Norway (Merket for Bærekraftig reisemål, u.å)*

Norway (Merket for Bærekraftig reisemål, u.å) «Merket innebærer ikke at et reisemål *er* bærekraftig, men at destinasjonen **er forpliktet til å jobbe systematisk for en mer ansvarlig og bærekraftig utvikling...**». Dette betyr at reisemål som er merket som bærekraftig reisemål er sertifisert av Visit Norway, men ifølge dem selv ikke nødvendigvis er bærekraftig. Dette kan føre til at besøkende føler seg misvist av merket. For å forhindre denne misvisningen har Visit Norway spesifisert på flere av sine sider at merket er mer et «verktøy» enn et stempel for bærekraft. Det er bra at Visit Norway har gjort tiltak, men tiltakene som er gjort forutsetter at besøkende spesifikt undersøker merkets betydning. Til tider kan det virke som at det er bevisst at det skal være misvisende. I deres egen designmanual for bruk av merket som blir utdelt til alle merkede reisemål er det ikke skrevet noe om at man må skrive at merket er et verktøy for systematisk arbeid. Når det er sagt så er det ikke nødvendigvis mulig å kunne lage et «stempel» for bærekraftig reisemål slik reiselivsnæringen er strukturert i dag og utfordringer begrepet fører med seg (se 2.1.1). Men for den vanlig mann i gata er et stempel et stempel hvis man ikke blir fortalt noe annet.

### 3. Metode

Med bakgrunn i forfatterens egne interesser og arbeid ble tema for oppgaven tidlig utviklet, mens selve problemstillingen har gått gjennom flere versjoner og utviklet seg. Dette kommer av at litteraturen som er innsamlet har ført til endringer i problemstillingen og endringer i problemstillingen har ført til ny litteratur innsamling. Dette har medført at litteraturgjennomgangen har vært svært omfattende, men ble en kompasskurs for problemstillingen. Ettersom problemstillingen og litteraturen begynte å bli satt i stein ble det naturlig for oppgaven å få en casestudie som forskingsdesign med formål om å være eksplorativ studie. Bakgrunnen for valg av casestudie som forskingsdesign, er begrunnet i at Johannessen et.al (2016) skriver at en casestudie har som mål å gi leseren en forståelse av tematikken som er utforsket ved hjelp av kvalitative metoder, samt kvantitative data og metoder. I forskning er det særlig to kjennetegn ved en case: avgrenset oppmerksomhet mot den spesielle casen og en mest mulig detaljert beskrivelse (Johannessen, Tufte, & Christoffersen, 2016, s. 80). Casen i denne oppgaven vil være bærekraftig cruiseturisme med en enhet som vil være Kirkenes. Spørsmålet rundt bærekraft i samsvar med cruiseturisme er ikke noe unikt for Kirkenes som reisemål og dermed kan resultatet fra denne forskningen anvendes hos andre reisemål. Dette gjør det også hensiktsmessig å velge casestudie som forskningsdesign. Dette grunnes i det Skilbrei (Kvalitative metoder, 2019, s. 78) skriver «Begrepet «Casestudie» brukes noen ganger på en deskriptiv måte for å vise til at enheten man forsker på, er et eksempel».

#### 3.1 Casestudie Design

Johannessen et.al (2016) viser til Robert K. Yin sine fire designstrategier for casedesign. Robert K. Yin deler casestudier inn i to dimensjoner; enkelt- eller flere cases og en eller flere analyseenheter. Dimensjonene blir valgt ut fra forskerens avgrensning av oppgaven. Først velger forskeren basert på oppgavens oppbygning enten en enkelt casestudie eller fler casestudier. Enkelt casestudie velges hvis det undersøkes et enkelt tilfelle, for eksempel Sør-Varanger kommune. Flercasestudier velges hvis man undersøker flere caser med hensikt å kontrollere hovedcasen med andre caser. For eksempel Sør-Varanger kommune mot Enare kommune i Finland. Neste dimensjon er valg av antall analyseenheter, her velger man en analyseenhet eller flere. En analyseenhet kan være for eksempel politikere i Sør-Varanger kommune. Mens flere analyseenheter er for eksempel beboere, politikere og ansatte i Sør-

Varanger kommune. En analyseenhet gir et mer overordnet nivå på forskningen, mens flere analyseenheter viser flere nyanser og forskjeller internt blant casen. I denne oppgaven vil det bli tatt i bruk en enkelt casestudie som er Kirkenes og flere analyseenheter som vil bestå av reiselivsektoren, kommunen, eksperter og havnevesenet.

### 3.2 Problemstillingen

Johannessen et.al (2016, s. 208) henviser til Robert K. Yin sine fem komponenter som er viktige ved gjennomføring av caseundersøkelse. Det første punktet er problemstillingen, her forklarer Robert K. Yin at ved kvalitative casestudier er det normalt å starte med et problem hentet fra praksis. Deretter stiller forskeren mer spesifikke spørsmål som ender opp med å danne en problemstilling.

Som beskrevet i kapitel 1 har diskusjonen rundt bærekraftig cruiseturisme vært et voksende tema, i Norge, også i Kirkenes. Basert på dette ble følgende spørsmål dannet: er det riktig for Kirkenes Regionen å gjøre en større satsning på cruiseturisme? Hva må til for å forhindre og minimere de negative effektene? Finnes det en enkel måte å, så langt det lar seg gjøre, «garantere» en bærekraftig cruiseturisme? Med bakgrunn i disse spørsmålene ble det konstruert 3 forskningsspørsmål til å besvare problemstillingen. Disse 3 forskningsspørsmålene er:

1. Er cruisetilleggene til sertifiseringen av bærekraftig reisemål gode nok for å kunne si at et reisemål har bærekraftig cruiseturisme?
2. Er Kirkenes som reisemål bærekraftig ifølge bærekraftig utviklingsteori og er teori realistisk guide for et reisemål?
3. Finnes det ny teori som kan være med å gjøre et reisemål mer bærekraftig?

#### 3.2.1 Teoretiske antakelser

Når de grunnleggende spørsmålene er stilt gjør ofte forfatteren seg noen antakelser, det er disse antakelsene Robert K. Yin (Johannessen, Tufte, & Christoffersen, 2016, s. 209) mener ligger til grunn for den videre forskningen. For denne oppgaven har jeg gjort meg følgende antagelser:

1. Det er generelt en økende misnøye mot masseturisme i alle former (Årtun, 2024) noe som fører til reduksjon i verdien av et reisemål, både for lokale og turister.

2. Generalisering av krav til en bærekraftig sertifisering fører stor forskjell i verdiutbytte fra reisemål til reisemål.
3. Det er en stor utfordring for reisemål å oppnå bærekraft i henhold til teorien.

### 3.3 Analyseenheter

For kvalitative undersøkelser er målet ved utvalget forskeren velger i utgangspunktet ikke representativt, men snarere hensiktsmessig. Dette kommer av at hensikten med kvalitative undersøkelser er å innsamle mest mulig kunnskap om fenomenet og dens kontekst, ikke foreta statistiske generaliseringer. I metodelitteraturen kalles dette for strategisk utvelgelse av informanter (Johannessen, Tuft, & Christoffersen, 2016, ss. 116-117). For denne oppgaven kan man dele utvalget opp i 2 segmenter, ekspertutvalg og homogent utvalg, disse segmentene vil benytte ulike datainnsamlingsmetoder. Ekspertutvalget vil bestå av semi-strukturerte intervjuer og/eller e-post utveksling, mens det homogene utvalget vil gjennomføre en spørreundersøkelse for å få frem alle deltakeres synspunkter og utfordringer uten å bli påvirket av størrelse på selskapet og forfatterens personlige tilknytninger.

#### **Ekspertutvalg:**

1. Ekspert for prosessen om merket for bærekraftig reisemål: Orinor er et konsultentselskap som hadde ansvaret når sertifiseringsprosessen av Kirkenes først ble gjennomført, og har nå også ansvaret for resertifiseringen av Kirkenes og sertifiseringen av Alta. I dette utvalget anses det kun å være relevant med en deltager, grunnet i at det er en person som har jobbet med alle 3 prosessene. Utfra kunnskapen tilegnet fra denne deltakeren, kan det vise seg at man må ta i bruk en såkalt snøballmetode. Dette hvis det viser seg at deltakeren henviser til andre personer som kan tilføye mer/annen kunnskap som forfatteren ikke har tenkt på.
2. Ekspert for havnen i Kirkenes: Kirkenes havn er særdeles relevant for denne oppgaven siden de har mye kunnskap angående skip, lokal infrastruktur, framtidsplaner, muligheter og problemer tilknyttet cruiseturisme i praksis. Her er det antatt at det holder med 1 deltaker.
3. Politikere eller ansatte i kommunen: Reiselivsfokus, infrastruktur og satsningsområder må i henhold til teorien om bærekraftig reiseliv være til stede på politisk nivå hvis det skal fungere på sikt. Her kan det være relevant få et utvalg på 1-3 personer fra ulike politiske/kommunale stillinger til å tilføye hvordan de stiller seg til en mulig framtid

med cruise. Utvalget her vil bli utvalgt basert på personer som har forståelse for hva reiselivet har av konsekvenser og muligheter.

### **Homogent Utvalg:**

1. Reiselivsektoren: Reiselivsektoren i Kirkenes Regionen består av flere bedrifter, derfor vil det være hensiktsmessig at utvalget består av ulike personer i ulike bedrifter med den felles egenskapen at de jobber innen reiselivet i Sør-Varanger. Utvalget vil totalt bestå av de 21 medlemmene som er tilknyttet Visit Kirkenes Regionen. De 21 medlemmene består av bedrifter som driver med reiselivsaktiviteter, overnatting, detaljhandel, mat, transport og holdingselskaper. Det alle bedriftene har til felles er at de ønsker å jobbe sammen med utviklingen av Kirkenes Regionen som reisemål. Det er ønsket å oppnå 8 respondenter når en stor andel av medlemmene ikke nødvendigvis har erfaring eller meninger knyttet til cruiseturisme.

### **3.4 Datainnsamling**

Basert på at dette studie er en casestudie med et utvalg som består av både eksperter og et homogent utvalg med felles erfaringer innenfor sine fagfelt vil det være mest hensiktsmessig å gjennomføre intervju av ekspertene og spørreundersøkelse for det homogene utvalget. Valg av kvalitativt intervju for ekspertutvalget som datainnsamlingsmetode er begrunnet i at det vil gi informantene større frihet til å dele deres erfaringer, kunnskap og oppfatninger. Johannessen et.al (2016) skriver at kvalitative intervjuer gjør det mulig å få frem kompleksitet og nyanser, noe som er særdeles viktig for dette utvalget av den grunn at de kan tilføye eller berike temaet utover det forskeren hadde forutsett. Dermed vil intervjuet være semistrukturert slik at om det skulle komme frem informasjon som er relevant, men oversett av forskeren, kan man bevege seg fram og tilbake mellom temaene for å få full forståelse av den nye informasjon. For det homogene utvalget vil det gjennomføres en spørreundersøkelse. Det som gjør spørreundersøkelse unik i forhold til det kvalitative intervjuet er at det krever at man må ha mer forkunnskaper om temaet man skal spørre om (Johannessen, Tufte, & Christoffersen, 2016, s. 262). For å skape best mulig rammeverk og forståelse for temaet i spørreundersøkelsen vil jeg i denne oppgaven fullføre både teoridelen og de individuelle intervjuene før spørreskjema konstrueres.



### **Individuelle intervjuer:**

Informanter ved individuelle intervju vil bli kontaktet per epost med en forespørsel om å delta i forskningsprosjektet. Eposten vil introdusere forskeren, hva tema handler om og hvorfor denne informanten er utvalgt, vedlagt vil også den skreddersydde intervjuguiden for informanten og samtykkeerklæringen være, slik at de kan få et klart bilde av hvordan data som er ønsket. Hvis informanten ønsker å delta vil møtested og tid bli avtalt. På selve intervjudagen vil forskeren ta med en kopi av samtykkeerklæringen som må underskrives før intervjuet tar plass. Hele intervjuet vil bli innspilt ved hjelp av nettskjemas diktafon app, dette har kun til den hensikt at jeg skal kunne være fullt fokusert på informant og kan stille oppfølgingsspørsmål. Jeg vil starte med å introdusere meg selv og oppgaven, intervjuet vil være semi-strukturert slik at samtalen forblir innenfor de relevante temaene, men samtidig ha mulighet til å utforske alternativ informasjon som kan kunne komme opp. I etterkant av intervjuene vil de ble transkribert og analysert tema for tema opp mot hverandre.

### **Spørreundersøkelse:**

Det homogene utvalget vil bli kontaktet individuelt per epost med en forespørsel om å delta i forskningsprosjektet. I likhet med de individuelle intervjuene vil også dette utvalget få en introduksjon av forskeren, hva tema handler om og hvorfor de er en del av utvalget. De vil ikke bli bedt om å signere samtykkeerklæringen på bakgrunn av at dataen som samles inn er helt anonymisert og skal ikke kunne identifisere respondenten, selv forskeren vil ikke få tilgang til hvem som har besvart undersøkelsen. Bakgrunnen for det er fordi jeg ønsker å være helt upartisk i forhold til størrelse på bedrift og deres tidligere meninger. Målet med spørreundersøkelsen er å skape en helhetlig forståelse av reiselivssektorens kunnskaper, forståelse og meninger der alle skal blir like tungt vektlagt. Selve undersøkelsen vil bli gjennomført ved hjelp av en nettside med navn [surveymonkey.com](https://www.surveymonkey.com). Spørreskjemaet vil konstrueres i en semi-strukturert form, den formen vil la respondentene svare åpent på spørsmål som omhandler deres syn, for eksempel «Hva er de største utfordringene dere står ovenfor når det kommer til cruiseturisme?». Men samtidig gi muligheten for spørsmål med svarsalternativer der det er ønsket spesifikke svar for å lettere analysere dataene. På bakgrunn av størrelsen på utvalget og datamengden som blir samlet inn vil det ikke være relevant å ta i bruk analyseprogram når dette kan gjøres manuelt.

### 3.5 Evaluering

For å kunne evaluere hvor gode konklusjonene til en oppgave er, ønsker vi å minimere problemer knyttet til gyldighet (validitet) og pålitelighet (reliabilitet). Dette betyr at vi stiller oss kritiske til kvaliteten på dataen som er samlet inn ved å stille spørsmålene, har vi fått tak i det vi ønsket å få tak i (intern gyldighet)? Kan vi overføre det vi har funnet, til andre sammenhenger (ekstern gyldighet)? Kan vi stole på de data vi har samlet inn (pålitelighet)? (Jacobsen, 2003, s. 205)

#### 3.5.1 Intern gyldighet

Intern gyldighet dreier seg om hvorvidt en metode undersøker det den har til hensikt å undersøke. Johannessen et.al (2016, s. 232) skriver at «*validitet i kvalitative undersøkelser dreier seg om i hvilken grad forskerens framgangsmåter og funn på en riktig måte reflekterer formålet med studien og representerer virkligheten*». I denne oppgaven vil intern gyldighet sikres ved å benytte en kombinasjon av kvalitative intervjuer og spørreundersøkelser fra ulike informanter. Dette gir en helhetlig forståelse av casestudiet og ulike perspektiver på bærekraftig cruiseturisme i Kirkenes. Ved å kontrollere utvalget av informanter og sikre at spørsmålene er nøye formulert i tråd med forskningsspørsmålene, vil dataen som innhentes være relevant og tilpasset problemstillingen.

#### 3.5.2 Ekstern gyldighet

Ekstern gyldighet omhandler i hvilken grad resultatet fra forskningsprosjektet kan overføres til liknende fenomener. Altså om resultatet fra studiet av et begrenset omfang kan generaliseres til annen forskning eller en større populasjon (Johannessen, Tufte, & Christoffersen, 2016, s. 233). For denne oppgaven vil konklusjon ikke være direkte generaliserbar når variablene fra datene innhentet kan variere fra reisemål til reisemål. Derimot vil forskningen kunne være med på å forsterke forståelsen av nyansene rundt temaet cruiseturisme og muligens brukes til lignende casestudier.

#### 3.5.3 Pålitelighet

Johannessen et.al (2016, s. 231) skriver at påliteligheten er knyttet mot undersøkelsens data: Hvilke data som brukes, hvordan de samles inn, og hvordan de bearbeides. Forskerens

pålitelighet styrkes av å gi leseren innsyn i konteksten til oppgaven og åpen og detaljert framstilling av framgangsmåten under hele forskningsprosessen. For denne oppgaven har leseren fått innsyn i forfatterens tilknytning til tema og casen i kapitel 1, samt gjennomføring, utvalg og analyse av datamateriale forskeren har utført. Dette inkludert de ulike intervjuguidene, vedlegg 3-6, vil kunne gi leseren en detaljert forståelse for hvordan forskeren har jobbet.

## 4. Analyse

I dette kapitlet presenteres og analyseres funnene fra de 3 intervjuene og spørreundersøkelsen som ble gjennomført for å belyse realiteten i Kirkenes per i dag. Utvalget har bestått av representanter fra reiselivsnæringen i Kirkenes, Kirkenes havn, Orinor og Sør-Varanger kommune. Dataene som er samlet inn fra de ulike representantene har belyst temaene cruiseturismens utvikling, bærekraftige tiltak, økonomiske og sosiale effekter, samt utfordringer og muligheter knyttet til videre utvikling av cruiseturisme i Kirkenes. For å skille mellom deltakerne vil representantene fra Kirkenes havn, Sør-Varanger kommune og Orinor bli referert til som representanter, deltakerne fra reiselivsnæringen vil bli tildelt et tilfeldig nummer mellom 1-7 og bli referert til som respondenter.

Formålet med analysen er å gi en grundig gjennomgang av hvordan de ulike aktørene ser på cruiseturismens rolle i Kirkenes, hvilke tiltak som allerede er implementert for å fremme bærekraft, og hvilke strategier som vurderes nødvendig for å sikre en positiv utvikling framover. Gjennom denne analysen utforsker jeg hvordan cruiseturismen påvirker både den lokale økonomien og det sosiale miljøet i Kirkenes, samt hvilke faktorer som er avgjørende for å skape en bærekraftig fremtid for denne sektoren.

Dette kapitlet vil deles inn i 4 hovedtemaer:

- Cruiseturismens utvikling i Kirkenes
- Bærekraft og miljøhensyn
- Utfordringer og muligheter
- Strategier for fremtiden

### 4.1 Cruiseturismens utvikling i Kirkenes.

Representantene fra Kirkenes havn og Orinor viser til at Kirkenes som reisemål har lang erfaring med håndtering av skipsturisme på grunn av at de er snuhavn for Kystruten. Men ser vi bort fra Kystruten forklarer representanten fra Kirkenes havn at det har vært en voldsom vekst i Norge når det kommer til cruiseturisme, her legges det også til at andre havner i Norge merker denne type vekst til dels i andre cruise segmenter enn det Kirkenes havn er interessert i. Kirkenes havn deler cruise i flere segmenter, men hovedfokuset deres er på segmentet som blir kalt ekspedisjonsfartøy. Representanten forklarer at ekspedisjonsfartøy blir definert basert på størrelse og det er opptil hvert cruiserederi å bestemme størrelsen på skipet. Typisk

størrelse på disse skipene er mellom 120-180 meter lange og kapasitet til mellom 100-200 passasjerer, de bærer også preg av ha mye større fleksibilitet enn større cruise segmenter og har med seg eget utstyr som ribber om bord. Ekspedisjonscruise søker gjerne til reisemål som er utenom «main stream» turistsentre langs kysten og søker smalere og mer unikt innhold. Prisene på ekspedisjonsskip er også høyere enn andre cruisesegmenter noe som preger gjestelisten om bord.

Hvis vi ser på Kirkenes historisk sett forteller Kirkenes havn at det har vært stabilt med 2-3 anløp i snitt hvert år med topper opp mot 10 skip i året. Ifølge representanten fra Orinor var det flere anløp på slutten av nittitallet og slutten av 2000 tallet, for da hadde man cruiseskip i klassen isbrytere med amerikanske operatører som stoppet innom før de reiste videre til Frans Josef land og Island. I nyere tid har cruiseturismen i Kirkenes vært sterkt påvirket av Covid-19 og krigen i Ukraina. Noe som har ført til at det kun har vært 4 anløp inneværende år og i 2025 er det ingen innmeldte. Derimot er det 2 innmeldte allerede for 2026, dette forklarer representanten fra Kirkenes havn ved at cruiseturisme jobber mer langsiktig enn andre turismereformer og at det er kun nylig det er begynt en satsning på cruiseturisme i Kirkenes.

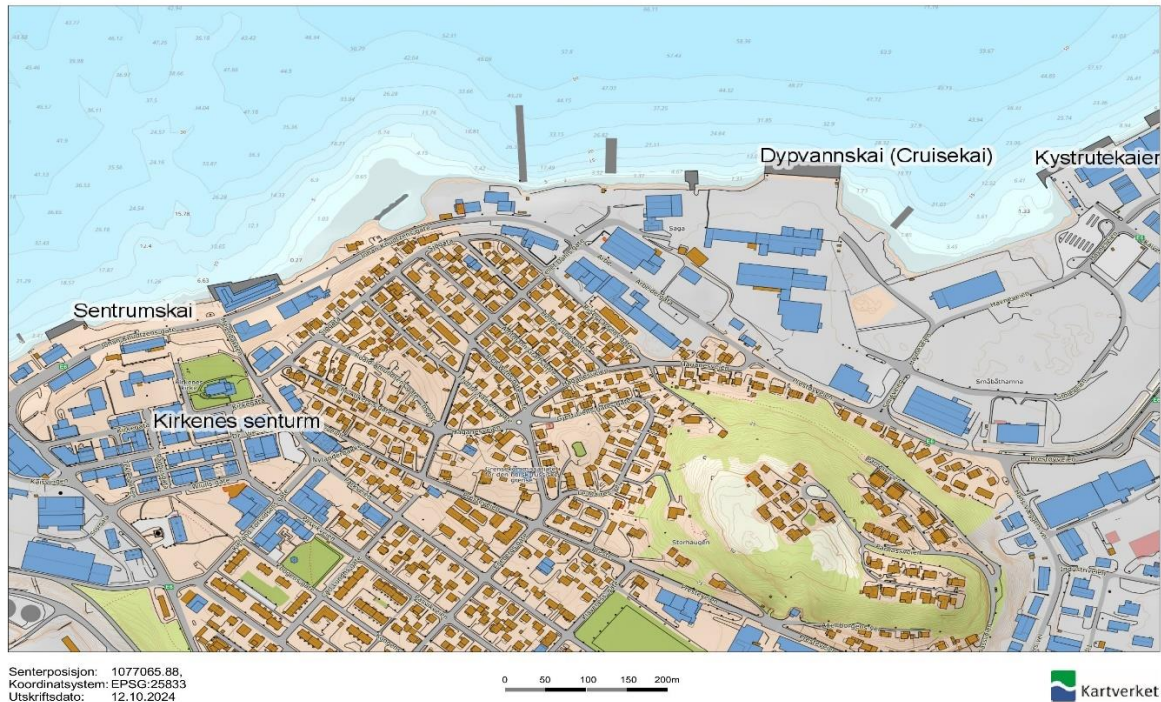
#### 4.1.1 Påvirkninger på lokalsamfunnet og næringslivet

Påvirkningen av det lokale reiselivet fra cruiseturisme er veldig varierende fra bedrift til bedrift og basert på tilbakemeldinger er det ikke helt enighet i næringen om en satsning er den riktige veien å gå. Respondent 1 mener at cruiseturisme har liten til ingen effekt på deres virksomhet og ser ingen fordeler med videre satsning, de mener derimot også at cruiseturisme kan ha økonomiske fordeler for enkelte virksomheter og peker til mangfold som en av de positive sidene med turisme generelt. Respondent 2 har også blitt lite påvirket av cruiseturisme og peker til avstand fra havnene som hovedgrunn for det. De er usikre på om en satsning er noe de ønsker og har behov for mer informasjon og planlegging før de tar en avgjørelse. Videre viser de til at turisme generelt har økt tilbudet på spisesteder, aktiviteter og sosiale arenaer. Respondent 3 sier at de har i liten grad blitt påvirket av cruiseturisme på grunn av for liten trafikk per i dag. I motsetning til 1 og 2 ønsker respondent 3 satsning på cruise og hevder at de har kapasitet til en slik satsning. De hevder også at cruiseturisme kan være nøkkelen til økonomisk vekst i Sør-Varanger. Respondent 4 sier at cruiseturismen har ført til økt salg og ønsker dermed en satsning på cruise, noe de hevder å ha tilstrekkelig med kapasitet for. De viser så til at turismen i kommune har ført til at de kan utvide åpningstidene sine som gir positive ringvirkninger for lokalsamfunnet. Respondent 5 har verken kapasitet

eller interesse av å satse på cruiseturisme. De ser at cruiseturisme kan skape fordeler som bedre infrastruktur, men de ønsker ikke masseturisme. Respondent 6 og 7 har ikke blitt påvirket av cruiseturisme og har behov for mer informasjon før de tar en avgjørelse på om det er noe de ønsker å satse på. Respondent 7 peker til bedre tilbud av kafe/uteliv som en positiv effekt av turisme.

Representanten fra Sør-Varanger kommune forklarer at uten cruiseturisme (representanten henviser til Kystruten) hadde det i dag ikke vært et reiseliv i Kirkenes. Med kun selvreisene hadde ikke de største aktørene som Barents Safari og Kirkenes Snowhotel eksistert til den grad de gjør i dag. Cruiseturisme (Kystruten) har gitt selskaper i Kirkenes Regionen «gratis» kunder over lengere tid, noe som har ført til at selskapene har kunne bygget opp kapital og egne samarbeidspartnere rundt hele verden. Mye av markedsføringen som har satt Kirkenes på kartet er gjennomført og finansiert av Hurtigruten derav «gratis» kunder. Med den stabile leveransen av kunder har Kirkenes fått mulighet til å utvikle serveringssteder og andre serviceindustrier som vil vært mindre økonomisk bærekraftig med bare lokale. Videre forklarer Representanten at alt ansvar knyttet opp mot cruiseturisme er delegert til Kirkenes havn.

Kirkenes havn spiller en sentral rolle i infrastrukturen som støtter opp om cruiseturismen i Kirkenes, både gjennom driften av kaianlegg og tilrettelegging for maritime aktører. Kaianleggene består av 6 kaier i Kirkenes-Jakobsnes området hvorav 1 kai brukes av Kystruten, 1 er industrikai, 1 dypvannskai som er den primære cruisekaien og 1 sentrums kai som Kirkenes havn ønsker på sikt å gjøre til cruisekai nummer 2. Se kart under for lokaliseringene til de ulike kaiene. Havnens hovedoppgaver inkluderer ikke bare å drifte og vedlikeholde kaier, men også arealforvaltning av havnenære områder.



Figur 7 Kart over relevante kaier i Kirkenes sentrum (Kartverket, u.å)

I tråd med eierskapsmeldingen, vedtatt av kommunestyret i 2022, har havnen et utviklingsmandat. Dette innebærer både å tilrettelegge for næringsutvikling og å sikre at havnen støtter opp under kommunens målsetninger for samfunnsutvikling. Når det gjelder cruiseturisme, har havnestyret i Kirkenes identifisert cruise som en viktig næringsvei allerede før utbruddet av krigen i Ukraina, noe som sterkt påvirket antall skipsanløp av alle typer til Kirkenes. De har en målsetting å øke antallet cruiseanløp, noe som de jobber aktivt med. En stor andel av inntektene til Kirkenes havn kom fra anløp av russiske skip, noe som er blitt borte i etterkant av krigsutbruddet og restriksjoner fra den norske stat. Dette betyr at Kirkenes havn har infrastrukturen og kapasiteten til å håndtere ekspedisjonsskip uten ekstra investeringer. Per i dag klarer Kirkenes havn å holde seg økonomisk stabile etter frafallet av Russiske skip, men de har ikke nok inntekter til utvikling og trenger dermed en ny næringsvei. Representanten fra Kirkenes havn hevder at basert på tall de har beregnet kan havnen inntjene i snitt 50000-60000 kr per anløp av cruiseskip i ekspedisjonsklassen. Representanten sammenligner det med toppen av russisk trafikk som hadde en inntjening på cirka 4 000 000 kr per år, noe som betyr at Kirkenes havn trenger 80 anløp av cruise i året for å gå med et godt overskudd. Videre blir inntektene sammenlignet med inntektene fra cruise i Alta, her viser representanten frem at kun mellom 5 og 7 % av inntektene fra cruisebåter går til havnen, altså

mellom 50000-70000 kr. Dette betyr at resterende 95% eller 950 000 går til andre næringer i kommunen, men hovedsakelig til opplevelsprodukt.

#### 4.2 Bærekraft og miljøhensyn

Både representanten fra Orinor og Sør-Varanger kommune beskriver bærekraftig utvikling som en utvikling som minimerer de negative effektene, med det henviser de til miljøpåvirkning, sosial slitasje og prisøkning. Representanten fra Orinor forklarer at et eksempel på negative effekter ved prisøkning kan ses på boligmarkedet i Tromsø hvor lokale blir presset ut. Dette medfører slitasje på lokalbefolkningen og setter reiselivet i et dårlig lys. Representanten fra Sør-Varanger Kommune påpeker at et viktig aspekt ved bærekraftig utvikling i reiselivet er infrastruktur og forklarer at hvis ikke infrastrukturen er til stede eller har kapasitet vil det anses som ikke bærekraftig utvikling. Et av faresignalene for overbruk er når lokalbefolkningen begynner å klage, noe man kan allerede se i Lofoten forklarer representanten fra Sør-Varanger Kommune. Videre forklarer representanten at det som er bra for turistene er også bra for lokale, dermed må man bygge opp tilbud som de lokale også kan nyte godt av. Dette inkluderer blant annet restauranter, opplevelsessenter, grøntanlegg, men utfordringen er å finne vippepunktet. Videre forklarer representanten fra Orinor at utvikling ikke må gå på bekostning av kulturelle og naturlige ressurser. Det er ikke bare negative aspekter med bærekraftig utvikling av turisme forklarer representanten fra Orinor, positive faktorer er økt transporttilbud, bedre servicetilbud og en stolthetsfølelse av lokales kultur. Dette forklarer representanten med at hvis andre ønsker å oppleve/finne den lokale kulturen fascinerende skapes en stolthetsfølelse rundt egen kultur og deretter et mer positivt selvbilde av deres hjemsted. Så lenge det ikke går for langt, representanten forklarer at det er viktig å huske at utvikling og endring ikke er et synonym for negativt. Avslutningsvis definerer representanten bærekraftig utvikling i reiselivet som «Et reisemål som kan overleveres til neste generasjon i samme tilstand eller bedre».

##### 4.2.1. Eksisterende bærekraftig tiltak

Representanten fra Kirkenes havn forteller at de har 4 hovedsatsningsområder hvor bærekraft er en av dem, dermed har de gjennomført en rekke tiltak for å oppnå dette satsningsområdet. For å redusere deres eget miljøfotavtrykk har de flyttet inn i lavenergi bygninger bygget etter tek 17, gått over til el-biler og investert i konstruksjon av verdens første utslippsfrie isbryter. Det er også tilrettelagt for landstrøm på alle kaiene og det jobbes mot å forbedre disse anleggene. Representanten forklarer at det er en stor forskjell på hva landstrøm er, slikt anlegg



som de har i Bergen er revolusjonerende og kan forsyne cruiseskip i størrelsen 4000-5000 passasjerer med strøm. Anlegget ved Kirkenes havn har ikke tilsvarende med kapasiteten, men har kapasitet nok til å lett håndtere cruiseskip i størrelsen 200-300 passasjerer (ekspedisjonsskip), dette er også en av grunnene til at Kirkenes havn ønsker kun å fokusere på ekspedisjonsskip i nærmeste framtid. Kirkenes havn har også endret på sine rabattordninger per juni 2024. Hvor det tidligere var rabatter til Kystruten, vil nå alle skip som går på miljøvennlig drivstoff inn Varangerfjorden få en prosent rabatt, mens de som går helt utslippsfri få en større prosent rabatt. Det kreves også at alle skip som legger til kai må være tilkoblet landstrøm hvis mulig og laste av avfall slik at det blir riktig håndtert.

Representanten fra Sør-Varanger kommune forklarer at hovedarbeidet de gjør for å balansere mellom økonomisk vekst og miljøvern er regulering av arealbruk. Sør-Varanger kommune er den 6. største kommunen i Norge på nesten 4000 kvadratkilometer. Prosentvis er lite av kommunen utbygget noe som er en konsekvens av fokus på naturvern over lengere tid. Kommunen følger statlige reguleringer som å begrense nedbygging av våtmarksområder, vedlikehold av nasjonalparken og fokus på gjenbruk av allerede brukte områder.

Flere av respondentene fra reiselivet viser til eksisterende bærekraftige tiltak de har gjennomført og opplevde effekter fra. Respondent 2 har tilrettelagt for gratis aktiviteter og naturstier besøkende kan gjøre på egenhånd. Dette har ført til en økt trivsel-effekt både blant turister og lokalbefolkningen, noe som har ført til at flere lokale har tatt med seg besøkende for å vise fram respondent 2 sin bedrift. Respondent 4 viser til et bedre samarbeid blant aktørene hvor de framsnakker og promoterer hverandre, dette har ført til at gjester bruker mer tid og penger i kommunen. Respondent 5 forklarer at de har økt lønningene til sine ansatte for å skape kontinuitet i bedriften og holde på sine gode ansatte. De har også redusert kjørelengden på sine turer for å redusere sitt fotavtrykk. Respondent 7 har innført regler om at de kun aksepterer minimum 2 netters overnatting, noe som har ført til bedre omsetning og mindre arbeid.

#### 4.3 utfordringer og muligheter

Nå som jeg har fått et situasjonsbilde av Kirkenes i dag skal jeg se litt på hva representantene og respondentene anser som de største utfordringene og muligheter knyttet opp mot cruiseturisme og bærekraftig reiseliv.

#### 4.3.1 Hovedutfordringer og muligheter

Representanten fra Sør-Varanger kommune anser 3 hovedutfordringer med en satsing på cruiseturisme, hvor den første er å få cruisebåter til å ønske å ha anløp i Kirkenes. Den andre utfordringen er infrastrukturen ved anløp knyttet til framkommelighet, har gjestene mulighet til å komme seg dit de ønsker med dagens infrastruktur. Cruisehavnen i Kirkenes er lokalisert på motsatt side av E6 (se figur 7) og har ikke tilrettelagt gang og sykkelsti i tilknytning til sentrumskjernen poengterer representanten fra Sør-Varanger Kommune, da dette er en europavei er det vanskelig for kommunen å tilrettelegge for ferdsel til og fra kaien. Det siste representanten anser som en utfordring er om næringen er klar for en satsning på cruiseturisme, dette mener de at vil løse seg selv når næringen innser at det er penger å tjene. Avslutningsvis forklarer representanten at en generell utfordring med næringslivet i Sør-Varanger er at de ikke deltar aktivt i diskusjon rundt arealplanlegging.

Denne deltakelsen i diskusjon rundt arealplanlegging er en utfordring også representanten fra Orinor ser. Representanten mener at hvis reisemål Kirkenes skal gjøre en større satsning på turisme generelt må det legges av arealer som er tiltrekkende og interessant både for aktørene og turistene, men samtidig ikke skape slitasje eller være til bry for lokalbefolkningen. Videre peker representanten på at dette tankesettet er motstridig i forhold til ønske fra Kirkenes havn om å bygge ut sentrumskaiene. Hvor tanken om en cruisekaipromenade med hoteller og boder er en fin tanke, finnes det eksempler som Tromsø hvor store mengder turister dag inn og dag ut skremmer bort lokalbefolkningen fra sentrum. En annen utfordring med en slik promenade er at det kan redusere opplevelsen for andre turister som bor på hotellene og ser rett inn i cruiseskipene.

I tillegg til de øvrige utfordringene peker en stor andel av respondentene fra reiselivet på kapasitet som hovedutfordringen, dette i form av kapasiteten til havnen, transport, aktivitetstilbud og tilgang på arbeidskraft. Respondentene fra reiselivet er litt splittet på hva de anser som de største mulighetene ved cruiseturisme, noen ser for seg økte salgsinntekter, ringvirkninger til alle næringene i kommunen, flere arbeidsplasser, bedre og mer robust spekter av aktiviteter og gratis markedsføring så lenge man har kontroll og det ikke får negative konsekvenser. Andre respondenter anser ikke at det er noen mulighet med vekst i cruiseturisme.

#### 4.4 Strategier for fremtiden

For å kunne skape et bærekraftig reiseliv i Kirkenes per bærekraft definisjon kreves det at problemene representantene og respondentene påpeker blir løst. I dette delkapitlet skal jeg se på hvordan de mener at problemene bør løses.

##### 4.4.1 Fremtidig planer og strategier

Flere av respondentene fra reiselivet ønsker å se mer samarbeid i framtiden, dette er noe som er ønsket uavhengig av cruiseturisme. Respondent 2, 3, 5 og 6 ønsker et større samarbeid blant aktørene knyttet opp mot cruisenæringen, gjerne i form av en reisemålsledelse som har kjennskap og kunnskap om alle bedrifter eller en nøytral enhet som jobber for alle aktører mot cruise slik at de slipper å konkurrere med hverandre på pris. Begrunnelsen for at de ønsker en slik løsning er for å slippe interne konflikter og beholde samarbeidet mellom aktørene. Alle fire presiserer så at hvis det skal bli en slik satsning må ikke dette gå på bekostning av verken lokalbefolkningen eller naturen. Som nevnt tidligere er avstand et problem som blir tatt opp flere ganger av respondentene, dette mener respondent 4 at kan løses med bedre offentlige reisetilbud i kommunen.

Representanten fra Sør-Varanger kommune forteller at per i dag har de ingen langsiktige mål for å håndtere cruiseturisme, dette grunnes i at det er per nå er alt for lite trafikk til å etablere en plan for framtiden. Videre forklarer representanten at de forventer innen en 2 årsperiode å få svar på om cruiseturisme er noe som kan være et realistisk satsingspunkt for dem. Hvis det viser seg å være en interesse fra cruiserederiene å legge Kirkenes til som havn på deres reiser er kommunen villig til å investere penger i reiselivet for etablering og utvikling. I gjengjeld krever da kommunen at reiselivet er samarbeidsvillig og satser i henhold til hva kommunen gjør. For å undersøke interessen internasjonalt og lokalt i Øst-Finnmark har Kirkenes havn i regi av kommunen startet et markedsføringsprosjekt. Det er planlagt en sak til kommunestyret nå for å øke samarbeidet mellom kommunen og Visit Kirkenes Regionen. Representanten avslutter med å si at avgjørelsene som blir tatt i forhold til reiselivet fra kommunens side er i henhold til masterplanen som er utviklet av Visit Kirkenes Regionen og vedtatt i kommunestyret. Dette betyr at med mindre masterplanen endres til å legge et fokus på en cruiseturisme satsning vil ikke kommunen gjennomføre noe tiltak.

Representanten fra Orinor forklarer at utvikling innen reiselivet er en dynamisk utvikling som skjer over tid. Hvis situasjonsbilde endrer seg til at det er behov for flere busser, overnattingssteder eller guider vil markedet tilpasse seg det og tilrettelegge for det. Et eksempel de viser til er Alta, hvor det har vært jobbet med cruiseturisme i over 20 år. Den

gradvise veksten har tillatt selskaper å gradvis tjene mer penger, tørre å satse større og bygge ut litt etter behov. Dette er den dynamiske veksten de referer til. Videre poengterer representanten at selv om utviklingen er dynamisk er det mulig å styre den ved hjelp av verktøy som merket for bærekraftig reisemål, ved hjelp av slike verktøy kan et reisemål oppdage tidlig om utviklingen er på vei i en fallgrube for bærekraft. Fallgruvene kan bli oppdaget ved resertifiseringsprosessen når det skal gjennomføres undersøkelser blant bedrifter, lokalbefolkningen og besøkende. Resultatene gir en indikasjon på om utviklingen har vært positiv eller negativ i forhold til bærekraft. Representanten forklarer at selv om merket er en god indikasjon er det langt fra et fullstendig svar på bærekraftig utvikling. Hvis man for eksempel ser på cruisetilleggs-kriteriene henger de flere år etter der man bør være mener representanten. Dette er som følger av at Innovasjon Norge ikke får nok ressurser til dette arbeidet mener representanten, som en effekt av at Innovasjon Norge henger etter har reisemål som er sertifisert laget et nasjonalt nettverk som har mye mer moment.

Representanten for Orinor som jobber både med sertifiseringen av Alta og resertifiseringen av Kirkenes bemerker at verken Kirkenes eller Alta skal sertifiseres etter cruisetilleggene. Dette kommer av at disse tilleggene enda henger for langt etter og selskapene som gjennomfører selve sertifiseringen ikke krever det enda. Når Alta skal resertifiseres om 3 år antar representanten at de skal ta i bruk cruisetilleggene, for Kirkenes er det ikke relevant før reisemålet har bestemt seg for å gjøre en satsning på cruise.

Representanten fra Kirkenes havn forteller at de har startet et nytt prosjekt som de har døpt sjøfront prosjektet, hvor de har kjøpt opp tomter som ligger langs sjøfronten knyttet til sentrumskaien. Målet med dette prosjektet er å utvikle sjøfronten med hoteller, spisesteder og andre bedrifter og næringer (se figur 7) hvor havnen ikke skal sitte igjen som eier av noe. Hvis dette realiseres skal Kirkenes havn utvikle sentrumskaien slik at dette kan enten bli nye kystrutekaien eller cruisekai nummer 2.

## Kirkenes Sjøfront



Figur 7 Her er foreløpig plan for området (Berg, 2023)

Videre forklarer representanten at de har invitert samferdselsdepartementet inn til høring. Her vil de forslå at man bruker Kystruten som et pilotprosjekt for helt utslippsfri drift ved hjelp av grønt hydrogen og ammoniakk. Et slik prosjekt vil hjelpe reisemålet langs kysten til å tilrettelegge for distribusjon av utslippsfritt drivstoff som på sikt kan være med på å motivere cruiseskip til å ta i bruk denne formen for drivstoff. Kirkenes havn har også bestilt en hydrogendreven isbryter noe som vil gjøre at Kirkenes havn vil bli den mest miljøvennlige havnen i Norge. Målet med den nye hydrogendrevne isbryteren er å etablere en logistikk for oppbevaring og innkjøp av hydrogen, noe som kan føre til at andre næringer i Sør-Varanger tar i bruk hydrogen når det er tilgjengelig.

### 4.4.2 Samarbeid med lokalsamfunnet

Arbeidet med bærekraftig utvikling krever et samarbeid med lokalbefolkningen, noe som blir poengtert av flere av respondentene fra reiselivet. Representanten fra Orinor forklarer at gjennom merket for bærekraftig reisemål blir det gjennomført innbyggerundersøkelser hvor de lokale får sagt sine meninger, det blir også avholdt åpne møter. Ved innbyggerundersøkelsen som ble gjort i 2020 viste det seg at 90% av de som besvarte var positive til turismen og mente at Kirkenes hadde plass til flere turister. Representanten fra Kirkenes havn forteller at de prøver å være «brutalt» åpent om alt de gjør, både på godt og

vondt gjennom deres nettsider og media. Det har dessverre vært en utfordring for lokalbefolkningen å kunne si sin mening om cruiseturisme utenom politisk diskusjoner, dette kommer av at tilrettelegging for samarbeid med lokalbefolkningen tilknyttet cruiseturisme bør være under Visit Kirkenes Regionens arbeidsoppgaver med Kirkenes havn som støttespiller. Det har ikke vært godt nok samarbeid mellom disse 2 enhetene bemerket representanten fra Kirkenes havn.

## 5. Diskusjon

### 5.1 Bærekraftig reiseliv Teori og realitet

Det kommer tydelig frem i intervjuet både med Orinor og Sør-Varanger Kommune at de har en god forståelse for begrepet bærekraft og dens betydning i utvikling av reiselivet. Alle de 3 punktene til UNWTO definisjon av bærekraftig reiseliv blir nevnt til en viss grad i representantens svar. Basert på disse svarene kan det tyde på at de er mer enig med definisjon til Butler (se 2.1.1) og legger mer fokus på resultatet av turisme uavhengig av form og dens holistiske påvirkning på lokalmiljøet. Butler (2018) viser også til at definisjonen mangler fokus på den politiske faktoren, både representanten fra Orinor og Sør-Varanger Kommune viser til samarbeidet mellom kommunen og reiselivssektoren som en utfordring (se 4.3.1).

#### 5.1.1 Økonomi, Sosial og Økologi

Bærekraftig utvikling deles inn i 3 aspekter, økonomisk, sosial og økologisk. I dette delkapitlet skal jeg gå gjennom hvert av de 3 aspektene og se hvordan respondenten og representantens svar henger sammen med teorien (2.2.2).

Først skal jeg se på økonomi aspektet, ifølge Hoarau-Heemstra et.al. (2023) er investering i infrastruktur for cruiseturisme en mulig fallgrube, hvis reisemålet på sikt mister planlagte anløp kan det få store negative økonomiske konsekvenser for havnen. Som representanten fra Kirkenes havn forklarer er infrastrukturen god nok til å håndtere ekspedisjonsskip, de har en kapasitet slik det er nå til 2 skip (dette inkluderer Kystruten). Dermed vil det ikke være behov for en større investering for å kunne gjøre en oppstartsatsning på ekspedisjonsskip. Her må det merkes at hvis Kirkenes som reisemål ønsker større skip eller flere, vil det få en betydelig kostnad i investering av infrastruktur. En annen utfordring som blir nevnt er prisreduksjon blant opplevelses leverandører for å kunne selge seg til cruiseskipene, dette er ofte et resultat av priskrig. Et alternativ for å forhindre en slik priskrig er ved å etablere en upartisk organisasjon/gruppe/bedrift som har ansvar for alt salg av aktiviteter til cruiseskipene, dette gjør at det ikke blir en internpriskrig blant bedriftene, derimot kan det føre til kvalitetsløft da det blir et mulig konkurransefortrinn. I Kirkenes eksisterer det ikke et slikt foretak, noe som er savnet blant flere av respondentene i reiselivet i Kirkenes. Dette kan føre til en negativ bærekraftig økonomisk utvikling ved en satsning på cruise (se 2.2.2). Papathanassis (2023) mener at direkte pengebruk, muntlig markedsføring og intensjon om å returnere er noen av de viktigste verdiskapende faktorene fra cruiseturisme. Som nevnt flere ganger i denne oppgaven

er reiselivet i Kirkenes et resultat av disse verdiskapende faktorene fra Kystruten. Men her må det bemerkes at det er en stor forskjell på den garanterte økonomiske effekten fra Kystruten til den usikre fra generelt cruise. Kystruten er garantert anløp til havner på grunn av statlig støtte, dette er ikke noe cruiserederiene generelt har. Dermed er cruise mer uforutsigbart og mer markedsstyrt enn Kystruten. Denne uforutsigbarheten kan få negative effekter som kun deltidsstillinger og høy/lav sesonger. Cruise kan derimot også ha positive effekter på et reisemål som har kapasitets tilgjengelighet ved å fylle opp den ledige kapasiteten og muligens skape fulltidsstillinger eller helårlig drift. Hva som er resultatet, er avhengig av kapasiteten til reisemålet. For Kirkenes viser det seg at flere av respondentene i reiselivet viser til en mangel på kapasitet til å håndtere cruiseturisme. Dette innebærer at selv om havnen har kapasitet til å ta imot cruiseskip, betyr ikke det nødvendigvis at reiselivet får utbytte av det dersom de mangler kapasitet til å håndtere turistene. Dette kan føre til at cruiseskipene velger andre havner når det er mangel på aktiviteter, at reiselivet kun utvider aktivitetstilbudet når det er økonomisk lønnsomt, eller at cruiseturistene blir en belastning for lokalsamfunnet uten at reisemålet får særlig økonomisk utbytte. Kapasiteten til Kirkenes er noe som MÅ defineres før en slik satsning kan starte, dette inkluderer blant annet kapasiteten til aktivitetstilbud, transport og overnatting (som snuhavn).

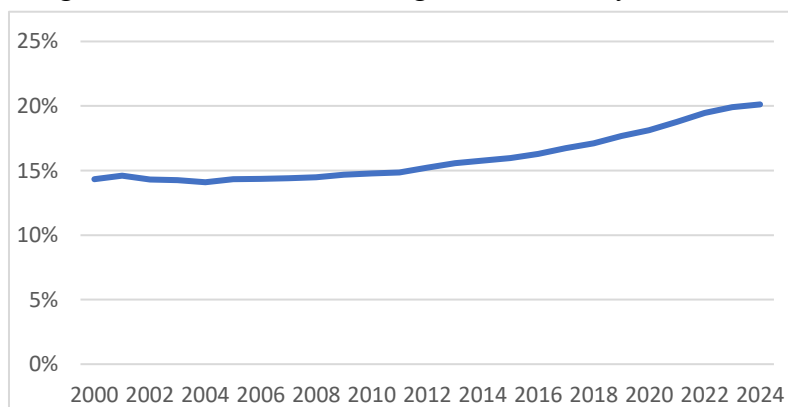
Det neste aspektet jeg skal se på er det sosiale, Hoarau-Heemstra et.al. (2023) skriver at det er ikke alltid det økonomiske bidraget som er den største fordelene ved cruiseturisme. Videre viser forfatterne til en rekke positive effekter cruiseturismen kan ha på det sosiale (se 2.2.2).

Sør-Varanger kommune er, som mange distriktskommuner i Norge, rammet av synkende

befolkningstall og en økende gjennomsnittsalder. Dette vil på sikt føre til flere innbyggere som trenger kommunal hjelp og færre som kan delta i arbeidslivet.

Fraflytting er en av hovedårsakene til denne situasjon, som igjen skyldes

en rekke faktorer, blant annet mangel på kulturliv, utdanningsmuligheter og tilgjengelige tjenester. Økt turisme kan være en hjelpende faktor av den grunn at det tilrettelegger for bærekraftig drift av blant annet restauranter, opplevelsessenter, grøntanlegg og andre



Figur 8 Prosentandel med personer over 65 år i Sør-Varanger ifølge Statistisk Sentralbyrå (07459: Befolkning, etter statistikkvariabel, region, alder og år, u.å)



kulturtilbud som representanten fra Sør-Varanger kommune påpeker. Andre positive faktorer er at interesse rundt din kultur/hjemsplass skaper en stolthetsfølelse og kan få positive konsekvenser på fra/tilflytting. For mye turisme vil derimot også føre til negative konsekvenser som kan presse lokalbefolkningen ut av boligmarkedet, i arbeidslivet og fra naturressurser, som igjen kan føre til økt fraflytting. For at Sør-Varanger med sine ca. 10 000 innbyggere skal kunne fortsette å eksistere med den kulturen de har i dag må man være årvåken på når en gode blir for mye. Som beskrevet tidligere var i 2020, 90% av befolkningen i Sør-Varanger positive til turisme og hadde ikke noe imot flere. Dette betyr at som reisemål har reiselivet i Kirkenes regionen drifet sosialt bærekraftig fram til 2020. I slutten av 2024 kommer det en ny undersøkelse i tilknytning til resertifiseringen som bærekraftig reisemål. Kirkenes hadde fra sommeren 2023 til 2024 en økning på 50% besøkende hos turistinformasjon som ligger midt i Kirkenes sentrum (Wadstensvik, 2024), dette er faktorer som kan være med på å påvirke lokalbefolkningens syn på turismen negativt. Dermed er det avgjørende for den sosiale bærekraften til Kirkenes at det ikke gjøres noen store satsninger før man ser konsekvensene av den generelle økningen av turismen har på lokalsamfunnet.

Det siste aspektet er økologisk, som forklart innledningsvis vil ikke denne oppgave fokusere på dette aspektet da det bør gjøres i form av en egen forskningsoppgave på grunn av størrelsen på tema. Vi skal tiltros for det adressere noen kjerneutfordringer som Hoarau-Heemstra et.al. (2023) poengterer. Sør-Varanger, i likhet med mange andre kommuner har tidligere hatt en primær industri som har stått for en stor andel av inntektene og arbeidsplassene i kommunen, dette var jernmalmgruven Sydvaranger. For mange i Sør-Varanger lengtes det tilbake til gruvens stortid, det var gode lønninger og mye penger i sirkulasjon i kommunen. Det er enda mange som håper på at gruva skal åpnes igjen, ettersom den med jevne mellomrom blir kjøpt opp av internasjonale selskaper og dermed får nok en «Kick-start» på økonomien i kommune. Som Hoarau-Heemstra et.al. påpeker kan slike industrier produsere mindre negative effekter på lokale ressurser, dette betyr derimot ikke at det er bærekraftig industri. Gruvedrift er per definisjon ikke bærekraftig da det er umulig å «...overlevere til neste generasjon i samme tilstand eller bedre» hvis man henter ut ressurser. En annen kjerneutfordring fra Hoarau-Heemstra et.al. (2023) er avfalls- eller utslippskontroll, med fokus på cruiseturisme i Kirkenes har Kirkenes havn ganske god kontroll på dette. De pålegger alle anløp å la Øst-Finnmark Avfallsselskap håndtere avfallet for å redusere økologiske konsekvenser, de innfører også en rabattordning for å redusere bruk av ikke miljøvennlig drivstoff. Utfordringen vises hvis man ser på disse tiltakene i et holistisk syn

sånn som Butler (2018) ønsker. I utgangspunktet er påtvungen avfallshåndtering en god løsning, frem til man ser på hvordan avfallet blir håndtert. I tall fra Statistisk Sentralbyrå kan man se at alle kommuner som ligger under Øst-Finnmark Avfallshåndteringer ligger under gjennomsnittet i Norge i prosentandel avfall som går til materialgjenvinning (12263: Utvalgte nøkkeltall for avfall og renovasjon, etter region, statistikkvariabel og år, u.å). Dette skaper spørsmål som, er det mer miljøvennlig å la andre reisemål ta seg av avfallshåndteringen, hvis det er det, kan man garantere at avfallet blir levert på neste reisemål? Eller er dette en gylden mulighet for å forbedre gjenvinningsløsningen i Øst-Finnmark, noe som vil føre til mer holistisk bærekraft. For Kirkenes blir det viktig framover å fokusere på hvordan reiselivet påvirker hele reisemålets miljøavtrykk, reiselivet ekskludert transport næringen sysselsetter ca. 4,4% av lokalbefolkningen i Sør-Varanger og har en betydelig påvirkningskraft. Dermed bør reiselivet være aktivt politisk ved delta blant annet i arealplanlegging.

### 5.1.2 Bærekraftig cruiseturisme i Kirkenes basert på bærekraft teori

Nå som man har sett hvordan realiteten i Kirkenes er, knyttet opp mot teorien kan man begynne å vurdere om en satsning på cruiseturisme i Kirkenes er bærekraftig basert på det teoretiske rammeverket om bærekraft. I korte trekk er svaret nei, men dette kommer overaskende nok ikke av cruiseturisme som turismeform, derimot av Kirkenes som reisemål. Det må bemerkes at dette resultatet er basert på en satsning på ekspedisjonsskip, hvis Kirkenes skulle satset på større skip ville svaret fortsatt vært nei, men da mer på grunn av infrastruktur og kapasitet. Hvis man tar utgangspunkt i ekspedisjonsskip, da dette er ønsket satsningsområdet fra Kirkenes havn, har Kirkenes som reisemål infrastruktur til å kunne håndtere denne størrelsen av skip. Dette grunnes i at de allerede gjør det via Kystruten og infrastrukturen til havnene. Men som reisemål er det flere ting som må på plass før en eventuell satsning basert på bærekraft teorien. Primærutfordringen er reiselivsektoren, her viser mer enn halvparten av respondentene at de enten ikke ønsker cruise eller mangler informasjon til å ta en avgjørelse. Dermed er det essensielt at reiselivet i Kirkenes får en opplæring av hva det betyr å satse på cruise. Dette må gjøres ved å etablere et samarbeid blant bedriftene som ønsker en satsning for å definere kapasitet, hvordan man skal selge seg inn til cruiseskipene og om de har mulighet. En annen utfordring er den sosiale påvirkningen reiselivet har på lokalsamfunnet, med at Kirkenes er i den heldige situasjon at antall besøkende er i vekst bør det avventes med å gjøre en satsning til man har kontroll på den organiske veksten. Med økende temperaturer rundt hele verden ser man en vekst i det som er

døpt «Coolcation», altså reisende som ønsker å komme seg bort fra varmen, dette er en trend som vil påvirke Kirkenes de kommende årene, spesielt i sommersesongen. Håndtering av denne veksten av besøkende samt hvordan det påvirker lokalmiljøet bør være en prioritet slik at det blir gjort på en bærekraftig måte. Dermed er det også viktig at reiselivsektoren blir mer aktiv på det politiske plan uavhengig om man gjør en satsning på cruise eller ikke. Når det er sagt er det forståelig fra kommunen/havnen sitt synspunkt å se på cruiseturisme som en alternativ næringsvei og med økonomisk vekst som drivkraft. Hvis man ser på Sør-Varanger kommune med et mer holistisks syn er kommunen som en helhet ikke bærekraftig slik det er nå. Med både synkende antall innbyggere og en så dårlig økonomi at de nærmer seg ROBEK listen er det ikke mulig å overlevere kommunen til neste generasjon i den tilstand eller bedre enn den var. Hvis man ser på det slik kan en satsning på cruise under riktige omstendigheter føre til flere jobber, bedre kommuneøkonomi, øke det sosiale tilbudet og skape en vekst i antall innbyggere, altså gjøre kommunen mer bærekraftig. Men dette er ikke noe som er unikt for cruiseturisme, cruiseturisme er en av flere muligheter. Dermed må det være opp til lokalsamfunnet og reiselivsektoren om en slik satsning er ønsket.

## 5.2 Kirkenes som Smart Tourism Destination

For å kunne verifisere at teorien rundt bærekraftig reiseliv enda er relevant i dagens digitale verden skal jeg nå undersøke dataen jeg har innhentet knyttet opp mot det mer moderne begrepet STD. For så å se om det resulterer i de samme resultat og/eller kommer med nye synspunkter. På grunn av manglende empiriske beviser, lite utforskete hvordan STD påvirker bærekraften til et reisemål og manglende standard for rammeverket rundt STD vil jeg i denne oppgaven se på Bulchand-Gidumal' (2022)s modell og dens fokusområder (se figur 5).

**Smart økonomi:** Kirkenes er i en utviklingsfase etter primærnæringene har blitt redusert eller borte, noe som har ført til at kommunen støtter programmer for innovasjon og utvikling. Et av disse programmene er Innovation Community Entrepreneurship som jobber for arktisk innovasjon og samarbeid med Kirkenes som primær hub (ICE Kirkenes, u.å). Andre tiltak for å øke kompetansen og innovasjon lokalt er at Kirkenes har nå fått UiT avdeling Kirkenes som tilbyr ulike emner, blant annet innenfor reiseliv. Kirkenes region har per i dag ikke en ressurssterk form for reisemålsledelse. Dette fører til at nye oppstartede reiselivsbedrifter sliter med markedsføring og promotering av seg selv, noe som igjen fører til en barriere for å

starte opp nye selskaper. Utdanning og fag fra universitet kan hjelpe, men en etablert støtteorganisasjon vil gjøre inngangsbarrieren mindre.

**Smart styring:** Her ser man litt av samme problemet som under smartøkonomi, en mer ressurssterk form for reisemålsledelse kan på vegne av reiselivet delta mer effektivt på et politisk plan, noe som er ønsket både fra representanten fra Orinor og kommunen. Men som Boes et.al (2016) bemerker må en slik reisemålsledelse kunne styre reiselivet, men også bli styrt av reiselivet, altså at reiselivsbedriftene bestemmer hva veien videre er. En slik reisemålsledelse må også ha full tilgang på data om besøkende og lokalbefolkningen slik at det blir grunnlaget for avgjørelsene og kan hjelpe reiselivsbedrifter med utvikling.

**Smart turister:** Demografien fra eksisterende cruiseturister (inkludert Kystruten) har en ganske høy gjennomsnittsalder og basert på reiselivets erfaring er de lite villige til å ta i bruk teknologi. Dette har som følger at inkludering av teknologi ikke har vært prioritert ved utvikling av opplevelser i Kirkenes regionen, men vil i framtiden bli mye viktigere. For å skape en «kick-start» på mulighetene ved bruk av teknologi i reiselivet bør det gjennomføres opplæring og/eller oppvisning av hva som er mulig, noe som kan motivere bedriftene og/eller nye entreprenører til å inkludere/skape nye opplevelser med/rundt teknologi.

**Smart befolkning:** produktivitet og sysselsetting er et utfordrende tema for små reisemål da sesong variasjon kan føre til vanskeligheter med helårsansatte, men som vist tidligere ser flere bedrifter i Kirkenes verdien med rutinerne helårsansatte og hvordan det øker verdien på deres produkter. En satsning på cruise vil kunne føre til utfordring med deltidsansatte da det kan kun være behov for flere ansatte ved anløp. Integrasjon med turister vil være knyttet opp mot reiselivets deltakelse i arealplanleggingen, noe som er manglende i Kirkenes, og autentisiteten til reiselivsproduktene. Føler lokalbefolkningen at reiselivet selger løgner vil de sky unna og få en negativ innstilling til reiselivet. En mulig negativ side med cruiseturisme er priskrig og masseturisme som fører til reduksjon i kvaliteten og dermed autentisiteten av reiselivsprodukter, som igjen vil føre til en negativ innstilling fra lokalbefolkningen. Vi har tidligere diskutert hvorfor utdanning av reiselivet er viktig, men det er også viktig at de lokale lærer hva reiselivet har å tilby. Respondent 2 bemerker at «stolte» lokale ønsker å vise fram reiselivsbedrifter til besøkende, noe som igjen vil føre til mersalg og gratis markedsføring.

**Smart mobilitet:** I Kirkenes er det ingen offentlig transportmuligheter bortsett fra buss hvor informasjon og mulighetene er lite tilgjengelig for utenforstående. Det er også manglende tilbud på visse ruter utenfor byområdet. Dette er noe som må tilrettelegges og gjøres mer

tilgjengelig digitalt. Per i dag er det ingen data for oversikt over hvordan en turist beveger seg internt i kommunen, vil dette være spesielt viktig å undersøke ved en satsning på cruise slik at transportmuligheter kan tilrettelegges for hvert anløp.

**Smart bærekraft:** Dette fokusområdet tar for seg bærekraft som helhet noe som ble diskutert i lengde under del 5.1. Men det bør legges til at underområdene bærekraftig infrastruktur og bærekraftig reisemålsplanlegging er noe som både representanten fra Kirkenes havn og representanten fra kommunen viser til som fokusområder i deres arbeid.

Kort sammenfattet er det en rekke utfordringer/muligheter Kirkenes som reisemål må tilrettelegge for før de kan kalle seg en Smart Tourism Destination.

Hovedutfordringene/muligheten er mangel på ressurssterk reisemålsledelse, mangel på informasjon om offentlig transport på nett og lite bruk av teknologi i aktivitetstilbudet. Når det kommer til bruk av teknologi i aktivitetstilbudet, betyr ikke det at alle tilbud må inkludere en smarttelefon til hver gjest. Vi ser heller i dag en trend hvor reisene ønsker å komme seg bort fra mobiltelefoner for å koble av. Det handler mer om å bruke teknologi til å skape nye muligheter for at gjesten skal kunne delta aktivt i produksjon av en aktivitet. Disse utfordringene/mulighetene er ikke noe som er unikt for cruise, men turisme generelt.

### 5.3 Merket for bærekraftig reisemål

Nå som jeg har sett på viktige elementer fra teorien opp mot praksis skal jeg se om bruk av verktøy som merket for bærekraftig reisemål kunne ha løst de utfordringene som jeg fant i teorien. Grunnen til at jeg ønsker å undersøke merket for bærekraftig reisemål opp mot teorien, er at man ikke kan forvente at alle reisemål har tid/mulighet til å lese seg opp på bærekraftig utviklingsteori og dermed tar en slik sertifisering for «god fisk». For å undersøke dette vil jeg se på tilleggskriteriene for cruise opp mot reisemålet Kirkenes. Dette vil ikke inkludere Kystruten da Innovasjon Norge ikke anser dem som relevant og jeg vil kun besvare på indikatorene i kapittel 2.3.1 tabell 1.

K-B1 – 1: *Er sentrale reiselivsbedrifter fra cruise- og landbasert turisme, Havnevesen, kommunen(e) og lokalsamfunn løpende involvert i planlegging, gjennomføring og overvåking av planen.* Svaret for Kirkenes her er både ja og nei. Alle nevnte interessenter er informert i

form av en masterplan, utfordringen er at denne masterplanen ikke inkluderer cruise som satsningsområde. Noe som må inkluderes om det skal gjennomføre en satsning.

K-B1-2: *Er planen og resultatene av den offentlig kommunisert.* For Kirkenes er masterplanen vedtatt i kommunestyret.

K-B2 – 1: *Lokalt havnevesen er miljøsertifisert.* Nei, Kirkenes havn er ikke sertifisert med miljøfyrtårn.

K-C1 – 1: *Er det satt en grense for maksimalt antall cruiseankomster (pax og skip) fordelt på dager gjennom sesong og år.* Nei.

K-C1 – 2: *Er denne grensen identifisert gjennom vurdering av kapasitet på vei- og transportmidler, toalettfasiliteter, attraksjoner, antall landbaserte turister og lokalbefolkningens behov.* Nei.

K-C1 – 3: *Antall gjennomførte incentiver eller tiltak som bidrar til å fordele anløp i tid og sesong.* 0.

K-C2 – 1: *Har destinasjonen en plan (ikke eldre enn 36 mnd) for skilting fra anløpsområdet for cruise til relevante attraksjoner og bussoppstillingsplass(er).* Nei, ikke direkte mot cruisekaien. Men det eksisterer for Hurtigrutekaien.

K-C2 - 2: *Er antall oppstillingsplasser for buss og bil i anløpsområdet for cruisegjester tilpasset behovet i høysesong.* Det er plass på dypvannskaaien til oppstillingsplasser for buss og biler, men det eksisterer ikke en plan for det.

K-C2 - 3: *Er toalettfasiliteter i anløpsområdet for cruisegjester tilpasset og lokalisert ift. behovet i høysesong.* Nei.

K-C2 - 4: *Er sykler eller andre miljøvennlige transportalternativ tilgjengelig for cruisegjester i anløpsområdet.* Nei.

K-C3 - 1. *Har Havnevesenet innført Environmental Port Index (EPI).* Nei

K-C3 – 2. *Gjennomsnittlig EPI score samtlige anløp forrige kalenderår.* Se K-C3 - 1

K-C3 – 3. *Er månedlig statistikk over utslipp til luft og sjø fra anløpende cruiseskip tilgjengelig.* Ikke offentlig tilgjengelig.

K-C3 – 4. *Andel cruiseanløp hvor skipet på gjeldende seiling i hovedsak benytter fornybart drivstoff som fremdriftsmiddel.* Dette er ikke offentlig tilgjengelig, men Kirkenes havn har oversikt da de rabatterer skip basert på drivstoff.

K-C3 - 5. *Andel cruiseanløp hvor skipet benytter scrubberteknologi.* Ikke tilgjengelig.

K-E1 - 1. *Hvor stor økonomisk verdiskaping genererer cruiseanløpene lokalt.* Dette er ikke undersøkt spesifikt for Kirkenes.

K-E1 – 2 *Andel cruisepassasjerer på organiserte utflukter/aktiviteter.* Dette finnes ikke samlede tall på dette da cruiseoperatørene går direkte til reiselivsbedriftene.

K-E1 – 3 *Gjennomsnittlig liggetid høysesong.* Det er ikke noe gjennomsnitt da antall anløp er for lavt til å gjøre en beregning. Kirkenes havn har en målsetning om å ha gjennomsnitt på 6 timer.

K-E1 – 4. *Gjennomsnittlig liggetid lavsesong.* Se K-E1 – 3.

K-E1 – 5. *Andel cruiseanløp i lavsesong.* Per i dag er antallet så lavt og varierer mellom 1-4 per år.

Nå som jeg har sett på indikatorene kan jeg vurdere dem opp mot teorien. Først bør det bemerkes at disse indikatorene kun er tillegg til standarden, noe som gjør at generell bærekraftig turisme indikatorer ikke blir med her da de er allerede besvart i standarden. Ved å gjennomgå disse indikatorene kommer det tydelig fram en rekke konkrete tiltak som må gjøres. Utfordringen er at disse indikatorene er basert på at reisemålet allerede har cruiseturisme, ikke at den ønsker å starte med det. Men som et hjelpemiddel til å starte prosessen mot mer bærekraftig cruiseturisme er dette et godt verktøy som vil gi et reisemål en god oversikt over relevant data og utfordringen. Som verktøy vil disse indikatorene også forbedres i framtiden ettersom de enda er i utvikling.

## 6. Konklusjon

I denne oppgaven har jeg undersøkt bærekraftig cruiseturisme både med teori og med et praktisk eksempel, Kirkenes. Basert på analysen og diskusjon som er gjennomført er det tydelig at en satsing på cruiseturisme ikke er forenelig med bærekraftig utvikling av Kirkenes som reisemål. Dette kommer av flere grunner, hvor ikke alle er direkte tilknyttet cruiseturisme, men bærekraftig reiseliv generelt.

Selv om Kirkenes havn har til en viss grad infrastrukturen til å kunne håndtere ekspedisjon skip viser det seg at turismenæringen er mer tilbakeholden til en slik satsning og usikker på kapasiteten deres. Turismenæringens tilbakeholdenhet grunnes i deres lange og tunge erfaring med skipsturister gjennom Kyststruten. Dette gjør at en satsning ikke vil være bærekraftig med mindre det blir enighet på tvers av sektorene. Det kommer også tydelig fram at Kirkenes som reisemål har utfordringer knyttet til reiselivsledelsen, hvor en slik mangel ikke bare påvirker cruiseturismen, men også reiselivet som en helhet. Disse elementene må tilrettelegges for før man tar en avgjørelse på om satsningen er rett for Kirkenes. Dette grunnes til at en slik avgjørelse bør være begrunnet i kapasitet og ønske fra alle interesser.

En slik satsningsområde fra kommunens side er forståelig hvis man ser på mulige resultater knyttet mot økonomi og det sosiale, men det må også sees i perspektivet fra de lokale og reiselivsbedriftene.

For å oppsummere konklusjon har Kirkenes et godt utgangspunkt for å gjøre en bærekraftig satsning på cruiseturisme på sikt. Men per 2024 er en satsning litt for prematur, det vil kreves en betydelig innsats for å løse de identifiserte utfordringene innen økonomi, sosial og økologisk bærekraft før en slik satsning kan anses som forenelig med bærekraftig utvikling.

### 6.1 Videre forskning

Selv om denne oppgaven har bidratt til økt forståelse for bærekraftig cruiseturisme i Kirkenes, så finnes det i hovedsak to områder som bør utforskes nærmere i tilknytning til denne oppgaven. Denne oppgaven har hatt et makro perspektiv på reiselivet i Kirkenes, her bør det også vært et mikroperspektiv på reiselivsbedriftene for å skape et mer konkret bilde av kapasiteten og ønskene til næringen. Det bør også bli gjennomført en egen forskning på hvordan reiselivet påvirker miljøet og hvordan eventuell cruiseturisme vil gjøre det da det ikke ble gjort i denne oppgaven.



## 7. Bibliografi

- Arntzen, J. G. (2023, 12 28). *Cruise*. Hentet fra Store Norske Leksikon: <https://snl.no/cruise>
- Beatley, T. (2000). *Green Urbanism: Learning From European Cities*. Washington: Island Press.
- Berg, E. (2023, 12 12). *Havnesjefen har store planer: – Blir behov for en omfattende utfylling*. Hentet fra Ifinnmark: <https://www.ifinnmark.no/havnesjefen-har-store-planer-blir-behov-for-en-omfattende-utfylling/s/5-81-1932147>
- Bergen Havn. (2024, 03 22). *Grønn omstilling i Bergen Havn gir resultater*. Hentet fra Bergen Havn: <https://www.bergenhavn.no/nyheter/gronn-omstilling-i-bergen-havn-gir-resultater>
- Bergen Havn. (u.å). *Velkommen til Bergen Havn*. Hentet 03 25, 2024 fra Bergen Havn: <https://www.bergenhavn.no/>
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016, 05 03). *Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness*. Hentet fra Centaur: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJTC-12-2015-0032/full/html>
- Booking.com. (2024, Udatert Udatert). *Sustainable Travel 2024*. Hentet fra Booking.com: [https://sustainability.booking.com/\\_files/ugd/6b9913\\_6659f345409e498491ba8ef987fb13e1.pdf](https://sustainability.booking.com/_files/ugd/6b9913_6659f345409e498491ba8ef987fb13e1.pdf)
- Bosch. (u.å). *#LikeABosch*. Hentet 03 15, 2024 fra Bosch: <https://www.bosch-home.no/nyheter-og-kampanjer/like-a-bosch>
- Bulchand-Gidumal, J. (2022, 01 06). *Post-COVID-19 recovery of island tourism using a smart tourism destination framework*. Hentet fra Sciencedirect: [https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X22000014?ref=pdf\\_download&fr=RR-2&rr=8700d22689620b65](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X22000014?ref=pdf_download&fr=RR-2&rr=8700d22689620b65)
- Butler, R. (2018, 05 29). *Sustainable tourism in sensitive environments : a wolf in sheep's clothing?* Hentet fra Core: <https://core.ac.uk/download/pdf/158370172.pdf>
- Cohen, B. (2018, 05 1). *Blockchain Cities and the Smart Cities Wheel*. Hentet fra Medium: <https://boydcohen.medium.com/blockchain-cities-and-the-smart-cities-wheel-9f65c2f32c36>
- Cruise Market Watch. (u.å). *Capacity*. Hentet 03 14, 2024 fra Cruise Market Watch: <https://cruisemarketwatch.com/capacity/>
- Cruise Market Watch. (u.å). *Growth of the Ocean Cruise Line Industry*. Hentet 03 14, 2024 fra Cruise Market Watch: <https://cruisemarketwatch.com/growth/>
- Departementenes sikkerhets- og serviceorganisasjon. (2023, 03 30). *NOU 2023:10*. Hentet fra Regjeringen: <https://www.regjeringen.no/contentassets/1d876bb6e74642908297a9e2bc981118/no/pdfs/nou202320230010000dddpdfs.pdf>
- Elkington, J. (2018, 06 2018). *Phrase "Triple Bottom Line." Here's Why It's Time to Rethink It*. Hentet fra Harvard Business Review: <https://hbr.org/2018/06/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line-heres-why-im-giving-up-on-it>
- FN-Sambandet. (2024, 02 01). *FNs bærekraftsmål*. Hentet fra FN-Sambandet: <https://fn.no/om-fn/fns-baerekraftsmaal>

- Fosen Vind. (u.å). *Om Fosen Vind*. Hentet 03 25, 2024 fra Fosen Vind: <https://www.fosenvind.no/om-fosen-vind/>
- Global Sustainable Torusim Council. (u.å). *GSTC Destination Criteria*. Hentet 01 27, 2024 fra GSTC: <https://www.gstccouncil.org/gstc-criteria/gstc-destination-criteria/>
- Google. (u.å). *Trends - Bærekraft*. Hentet 03 16, 2024 fra Google Trends: <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=b%C3%A6rekraft&hl=no>
- Google. (u.å). *Trends - Sustainability*. Hentet 03 16, 2024 fra Google Trends: <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=sustainability&hl=no>
- Hoarau-Heemstra, H., Hindertje, K., Olsen, J., & James, L. (2023, 09 05). *Cruise tourism destinations: Practices, consequences and the road to sustainability*. Hentet fra ScienceDirect: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X23000598>
- Haaland, T. N. (2023, 08 24). *Cruise-protest: – Gjør det slitsomt å bo her*. Hentet fra Dags Avis: <https://www.dagsavisen.no/rogalandsavis/nyheter/2023/08/24/cruise-protest-gjor-det-slitsomt-a-bo-her/>
- ICE Kirkenes. (u.å). *Ice Kirkenes*. Hentet 10 21, 2024 fra Ice Kirkenes: <https://www.icekirkenes.no/>
- Innovasjon Norge. (2019, 08 20). *Tillegg - kriterier og indikatorer for cruisedestinasjoner (K)*. Hentet fra Visit Norway: [https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Cruisekriterier\\_Versjon\\_1\\_0\\_20082019\\_2a905d7d-d853-4c3b-90ee-c501d51cd3ed.pdf](https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Cruisekriterier_Versjon_1_0_20082019_2a905d7d-d853-4c3b-90ee-c501d51cd3ed.pdf)
- Innovasjon Norge. (2023, udatert udatert). *Turistundersøkelsen sommer 2023*. Hentet fra Visit Norway: [https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Turistundersokelsen\\_sommer\\_2023\\_e67a4cac-7df2-47de-a254-f053e4ca9a0e.pdf](https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Turistundersokelsen_sommer_2023_e67a4cac-7df2-47de-a254-f053e4ca9a0e.pdf)
- Innovasjon Norge. (2024, 03 14). personlig kommunikasjon (epost).
- Jacobsen, D. I. (2003). *Hvordan gjennomføre undersøkelser?* Kristiansand: Høyskoleforlaget AS.
- Johannessen, A., Tufte, P., & Christoffersen, L. (2016). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Abstrakt forlag AS.
- Jørgensen, T. (2024, 03 07). *Hanseatic Nature i Kirkenes i mars 2024*. Hentet fra Kirkenes Havn: <https://kirkeneshavn.no/nyheter/satsing-paa-cruise-i-kirkenes/>
- Kartverket. (u.å). *Norgeskart*. Hentet 10 12, 2024 fra Norgeskart: <https://www.norgeskart.no/#!?project=norgeskart&layers=1002&zoom=14&lat=7807181.55&lon=1077065.88&p=searchOptionsPanel&markerLat=7807415.326122004&markerLon=1077293.3098301927&drawing=SUeTgJIBBS4LdfRJOBp>
- Larsen, M. H., & Andersen, M. (2019, 10 18). *Mener turistbutikkene ødelegger Tromsø sentrum*. Hentet fra NRK: <https://www.nrk.no/tromsogfinnmark/mener-turistbutikkene-odelegger-tromso-sentrum-1.14746063>
- Leposa, N. (2020, 04 01). *Problematic blue growth: a thematic synthesis of social sustainability problems related to growth in the marine and coastal tourism*. Hentet fra Springer Link: <https://link-springer-com.mime.uit.no/article/10.1007/s11625-020-00796-9>

- Matyusupov, B., Elbek, K., Masharipova, M., & Gurbanov, F. (2024, 01 03). *The concepts of Smart cities, Smart Tourism Destination and Smart Tourism Cities and their interrelationship*. Hentet fra Bio Conferences: [https://www.bio-conferences.org/articles/bioconf/pdf/2024/01/bioconf\\_msnbas2024\\_06015.pdf](https://www.bio-conferences.org/articles/bioconf/pdf/2024/01/bioconf_msnbas2024_06015.pdf)
- McCool, S. F., & Bosak, K. (2016). *Reframing Sustainable Tourism*. London: Springer.
- Papathanassis, A. (2023, 01 19). *A decade of 'blue tourism' sustainability research: Exploring the impact of cruise tourism on coastal areas*. Hentet fra Cambridge University Press: <https://www.cambridge.org/core/journals/cambridge-prisms-coastal-futures/article/decade-of-blue-tourism-sustainability-research-exploring-the-impact-of-cruise-tourism-on-coastal-areas/443FA9C86930C3DDC41D826A51E0581E>
- Papathanassis, A., Lukovic, T., & Vogel, M. (2012). *Cruise Tourism and Society - A Socio-economic Perspective*. Heidelberg: Springer Berlin. Hentet fra <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-642-32992-0>
- Ravndal, E. J., & Halleraker, J. H. (2023, 05 12). *FNs Bærekraftmål*. Hentet fra Store Norske Leksikon: [https://snl.no/FNs\\_b%C3%A6rekraftsm%C3%A5l](https://snl.no/FNs_b%C3%A6rekraftsm%C3%A5l)
- Regenerative Tourism: It's time to change our minds, Anna Pollock, Conscious Travel* (2023). [Film]. ArcticEuropeTourismCluster. Hentet 04 11, 2024 fra <https://www.youtube.com/watch?v=RccODORDsSk>
- Regjeringen. (2022, 11 22). *Kystruteavtale for perioden 2021-2030*. Hentet fra Regjeringen: <https://www.regjeringen.no/no/tema/transport-og-kommunikasjon/kollektivtransport/kystruten/kystruteavtale-for-perioden-2021-2030/id2517842/>
- Roadbook. (2024, 04 02). *The biggest travel trends for 2024, as predicted by industry insiders*. Hentet fra Roadbook: <https://roadbook.com/travel/best-travel-trends-2024-tourism/>
- Skilbrei, M.-L. (2019). *Kvalitative metoder*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Statistisk sentralbyrå. (u.å). *06207: Havnestatistikk. Kystruten (Bergen - Kirkenes). Passasjerer, etter havn, statistikkvariabel, måned og retning*. Hentet 10 05, 2024 fra Statistisk sentralbyrå: <https://www.ssb.no/statbank/table/06207/tableViewLayout1/>
- Statistisk sentralbyrå. (u.å). *06913: Befolkning og endringer, etter region, statistikkvariabel og år*. Hentet 10 05, 2024 fra Statistisk sentralbyrå: <https://www.ssb.no/statbank/table/06913/tableViewLayout1/>
- Statistisk sentralbyrå. (u.å). *07459: Befolkning, etter statistikkvariabel, region, alder og år*. Hentet 10 19, 2024 fra Statistisk sentralbyrå: <https://www.ssb.no/statbank/table/07459/tableViewLayout1/>
- Statistisk Sentralbyrå. (u.å). *12263: Utvalgte nøkkeltall for avfall og renovasjon, etter region, statistikkvariabel og år*. Hentet 10 20, 2024 fra Statistisk Sentralbyrå: <https://www.ssb.no/statbank/table/12263/tableViewLayout1/>
- Statistisk sentralbyrå. (u.å). *13470: Sysselsatte per 4. kvartal, etter næring (SN2007), statistikkvariabel, år og region*. Hentet 10 26, 2024 fra Statistisk Sentralbyrå: <https://www.ssb.no/statbank/table/13470/tableViewLayout1/>

- The Travel Foundation. (2023, 01 udatert). *Envisioning Tourism in 2030 and Beyond – Full Report*. Hentet fra The Travel Foundation:  
<https://www.thetravelfoundation.org.uk/resources/envisioning-tourism-in-2030-and-beyond-full-report/>
- Tjernshaugen, A. (2023, 10 17). *Bærekraft*. Hentet fra Store Norske Lekiskon:  
<https://snl.no/b%C3%A6rekraft>
- United Nations. (u.å). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Hentet 02 07, 2024 fra UN Documents: <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>
- UNWTO. (u.å). *Digital Transformation*. Hentet 04 06, 2024 fra UN Tourism:  
<https://www.unwto.org/digital-transformation>
- UNWTO. (u.å). *Sustainable development*. Hentet 02 17, 2024 fra Un Tourism:  
<https://www.unwto.org/sustainable-development>
- Viken, A., & Aarsaether, N. (2013, 02 28). *Transforming an Iconic Attraction into a Diversified Destination: The Case of North Cape Tourism*. Hentet fra Taylor & Francis Online:  
<https://www-tandfonline-com.mime.uit.no/doi/full/10.1080/15022250.2013.771994>
- Visit Norway. (u.å). *Merket for Bærekraftig reisemål*. Hentet 01 21, 2024 fra Visit Norway:  
<https://www.visitnorway.no/planlegg-reisen/gronn-norgesferie/barekraftig-reiseliv/>
- Visit Norway. (u.å). *Om merkeordningen*. Hentet 01 21, 2024 fra Visit Norway:  
<https://business.visitnorway.com/no/barekraftig-reiseliv/merkeordning/om-merket/>
- Visit Norway. (u.å). *Standarden*. Hentet 01 27, 2024 fra Visit Norway:  
<https://business.visitnorway.com/no/barekraftig-reiseliv/merkeordning/om-merket/standarden/>
- Wadstensvik, P. A. (2024, 08 20). *Turisme: – Enorm økning*. Hentet fra Sør-Varanger Avis:  
<https://www.sva.no/turisme-enorm-okning/s/5-145-135091>
- Whats in port. (u.å). *Cruise ports in Norway*. Hentet 03 25, 2024 fra Whats in port:  
<https://www.whatsinport.com/Norway.html>
- Årtun, A. B. (2024, 08 12). *Dagbladet*. Hentet fra Turisthat i Spania:  
<https://www.dagbladet.no/nyheter/turisthat-i-spania/81662456>

## 8. Figurliste

Figur 1 Oversikt over søketreff for bærekraftig hos google i prosent (Trends - Bærekraft, u.å).....	3
Figur 2 Oversikt over søketreff for sustainability hos google i prosent (Trends - Sustainability, u.å)....	4
Figur 3 Konvensjonelle oppbygging av bærekraftig reiseliv (McCool & Bosak, 2016, s. 15) .....	10
Figur 4 Business as usual CO2-utslipp per hovedelement i reiselivet (The Travel Foundation, 2023, s. 21).....	11
Figur 5 Hjul rammeverk for Smart tourism destinations (Bulchand-Gidumal, 2022, s. 4) .....	13
Figur 6 Bærekraftig Reismål Logo fra Visit Norway (Merket for Bærekraftig reisemål, u.å) .....	25
Figur 7 Her er foreløpig plan for området (Berg, 2023).....	42
Figur 8 Prosentandel med personer over 65 år i Sør-Varanger ifølge Statistisk Sentralbyrå (07459: Befolkning, etter statistikkvariabel, region, alder og år, u.å).....	45

## 9. Vedlegg

### Vedlegg 1: Vurdering SIKT



## Vurdering av behandling av personopplysninger

**Referansenummer**  
576232

**Vurderingstype**  
Automatisk

**Dato**  
18.06.2024

**Tittel**

Masteroppgave i Reiselivsledelse

**Behandlingsansvarlig institusjon**

Universitetet i Tromsø – Norges arktiske universitet / Fakultet for humaniora, samfunnsvitenskap og lærerutdanning / Institutt for reiseliv og nordlige studier

**Prosjektansvarlig**

Per Kåre Jakobsen

**Student**

Ola Pedersen

**Prosjektperiode**

22.07.2024 - 01.11.2024

**Kategorier personopplysninger**

Alminnelige

**Lovlig grunnlag**

Samtykke (Personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a)

Behandlingen av personopplysningene er lovlig så fremt den gjennomføres som oppgitt i meldeskjemaet. Det lovlige grunnlaget gjelder til 01.11.2024.

[Meldeskjema](#)

**Grunnlag for automatisk vurdering**

Meldeskjemaet har fått en automatisk vurdering. Det vil si at vurderingen er foretatt maskinelt, basert på informasjonen som er fylt inn i meldeskjemaet. Kun behandling av personopplysninger med lav personvernulempe og risiko får automatisk vurdering. Sentrale kriterier er:

- De registrerte er over 15 år
- Behandlingen omfatter ikke særlige kategorier personopplysninger;
  - Rasemessig eller etnisk opprinnelse
  - Politisk, religiøs eller filosofisk overbevisning
  - Fagforeningsmedlemskap
  - Genetiske data
  - Biometriske data for å entydig identifisere et individ
  - Helseopplysninger
  - Seksuelle forhold eller seksuell orientering
- Behandlingen omfatter ikke opplysninger om straffedommer og lovovertridelser
- Personopplysningene skal ikke behandles utenfor EU/EØS-området, og ingen som befinner seg utenfor EU/EØS skal ha tilgang til personopplysningene
- De registrerte mottar informasjon på forhånd om behandlingen av personopplysningene.

**Informasjon til de registrerte (utvalgene) om behandlingen må inneholde**

- Den behandlingsansvarliges identitet og kontaktopplysninger
- Kontaktopplysninger til personvernombudet (hvis relevant)
- Formålet med behandlingen av personopplysningene
- Det vitenskapelige formålet (formålet med studien)
- Det lovlige grunnlaget for behandlingen av personopplysningene
- Hvilke personopplysninger som vil bli behandlet, og hvordan de samles inn, eller hvor de hentes fra
- Hvem som vil få tilgang til personopplysningene (kategorier mottakere)
- Hvor lenge personopplysningene vil bli behandlet
- Retten til å trekke samtykket tilbake og øvrige rettigheter

1/2

Vi anbefaler å bruke vår [mal til informasjonsskriv](#).

**Informasjonssikkerhet**

Du må behandle personopplysningene i tråd med retningslinjene for informasjonssikkerhet og lagringsguider ved behandlingsansvarlig institusjon. Institusjonen er ansvarlig for at vilkårene for personvernforordningen artikkel 5.1. d) riktighet, 5. 1. f) integritet og konfidensialitet, og 32 sikkerhet er oppfylt.

## Vedlegg 2: Samtykkeerklæring

# Vil du delta i forskingsprosjektet Er en satsing på cruiseturisme forenelig med bærekraftig utvikling i Kirkenes som reisemål?

Detter er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke om cruiseturisme er et bærekraftig alternativ for Kirkenes som destinasjon, eventuelt hva som må til for at Kirkenes skal kunne tilrettelegge for bærekraftig cruiseturisme.

### **Formålet med prosjektet**

Formålet med denne masteroppgaven er å undersøke hvor bærekraftig fremtidig cruise turisme er på destinasjonen Kirkenes. Oppgaven vil se på hvordan cruise turisme påvirker både det lokale samfunnet og miljøet, og vil undersøke ulike tiltak og strategier som kan bidra til å gjøre cruise turisme mer bærekraftig i Kirkenes. Resultatet av denne master oppgaven kan bli brukt til utvikling av Kirkenes som cruise destinasjon og inspirasjon/veiledning for destinasjoner i samme situasjon.

### **Hvorfor får du spørsmål om å delta?**

Du får spørsmål om å delta i dette prosjektet fordi det er ansett at du har en jobb som er svært relevant for å kunne bidra i arbeidet med å besvare prosjektets problemstilling. Kontaktinformasjon din er innhentet gjennom mitt personlig nettverk.

### **Hvem er ansvarlig for forskingsprosjektet?**

UiT Norges arktiske universitet er ansvarlig for dette prosjektet.

### **Det er frivillig å delta**

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

**Hva innebærer det for deg å delta?**

Dersom du ønsker å delta i forskningsprosjektet ønsker jeg å gjennomføre et intervju hvor det tas lydopptak. Lydopptaket vil kun bli brukt til gjennomgang i etterkant for transkribering av intervjuet og vil slettes etter transkriberingen. Transkriberingen av intervjuet vil kun være tilgjengelig for meg, veileder og ved etterspørsel sensor. Intervjuet vil vare i ca 1.time og jeg vil etterstrebe og møte deg der du ønsker.

**Kort om personvern**

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har beskrevet i dette skrevet. Vi behandler personopplysningene konfidensielt og i samsvar med personversregelverket.

Det vil kun være meg om min veileder, Per Kåre Jakobsen som har tilgang og kunnskaper om din informasjon. Dine personopplysninger vil bli lagret med et nummer, adskilt fra et eget dokument med navneliste. På grunn av oppgavens oppbygning kan det være relevant å gjengi navn på bedriften du er tilknyttet til, men det vil ikke komme fra i publikasjon deres navn eller stilling i bedriften.

**Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?**

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra UiT har Sikt- Kunnskapssektorens tjenesteleverandør vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernreglene.

**Dine rettigheter**

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- Innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- Å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- Å få slettet personopplysninger om deg
- Å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å vite mer om eller benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:



- Student: Ola Pedersen. Telefon: 98834863 E-post: [ope045@uit.no](mailto:ope045@uit.no)
- Veileder: Per Kåre Jakobsen. Telefon: 78450333 E-post: [per.k.jakobsen@uit.no](mailto:per.k.jakobsen@uit.no)
- Vårt personvernombud: [personvernombud@uit.no](mailto:personvernombud@uit.no) Telefon: 77646952

Hvis du har spørsmål knyttet til vurderingen som er gjort av personverntjenestene fra Sikt, kan du ta kontakt via:

- Epost: [personverntjenester@sikt.no](mailto:personverntjenester@sikt.no) eller telefon: 73 98 40 40.

### **Hva skjer med personopplysningene dine når forskningsprosjektet avsluttes?**

Prosjektet vil etter planen avsluttes 1.11.2024. Etter prosjektslutt vil datamaterialet med dine personopplysninger anonymiseres, og alle lydopptak vil være slettet. Det vil derfor etter prosjektets slutt kun være mulig å hente dataene som er innsamlet gjennom et anonymisert tekstdokument.

Med vennlig hilsen

Ola Pedersen (student)

---

## **Samtykkeerklæring**

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet «Er en satsing på cruiseturisme forenelig med bærekraftig utvikling i Kirkenes som reisemål?», og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju
- å delta i lydopptak

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

---

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

## Vedlegg 3: Intervjuguide Kirkenes Havn

# Intervjuguide: Kirkenes Havn

## Introduksjon

Hvem er jeg, og hva er formålet med intervjuet.

Bekreft at deltakere har fått og signert samtykkeskjemaet

## Del 1: Generell Oversikt

### 1. Havnens rolle og betydning

- Kan du beskrive Kirkenes havns hovedoppgaver og funksjoner?

- Hvilken rolle spiller havnen i støtte av cruiseturisme i Kirkenes?

### 2. Historisk og Nåværende Aktivitet

-Hvordan har aktiviteten relatert til cruiseturisme utviklet seg i Kirkenes havn over tid?

-Hvilke typer cruiseskip anløper havnen, og hva er de typiske aktivitetene når de er i havn?

## Del 2: Bærekraft og Miljøhensyn

### 1. Bærekraftige Praksiser

- Hvilke bærekraftige praksiser er implementert i Kirkenes havn spesielt med tanke på cruiseturisme?

- Hvordan håndteres avfall og utslipp fra cruiseskipene?

### 2. utfordringer og Løsninger

- Hva er de største miljømessige utfordringene som Kirkenes havn står overfor med økende cruiseturisme?

- Er det nye tiltak eller teknologier dere vurderer for å forbedre miljøhåndteringen?

## Del 3: Samfunnsengasjement og Økonomisk Påvirkning

### 1. Samspill med Lokalsamfunnet

- Hvordan påvirker cruiseturismen lokalsamfunnet i Kirkenes?
- På hvilke måter engasjerer havnen seg med lokalbefolkningen og lokale bedrifter?

### 2. Økonomiske Effekter

- Hvordan bidrar/kan cruiseturisme til den lokale økonomien i Kirkenes?
- Er det økonomiske tiltak eller programmer som havnen har innført for å maksimere fordeler eller minimere negative effekter?

## Del 4: Fremtidsutsikter og Strategier

### 1. Planer og Forventninger

- Hvilke langsiktige planer har havnen for å håndtere veksten i cruiseturisme?
- Hvordan ser du for deg fremtiden til cruiseturisme i Kirkenes?
- Hvordan ønsker/krav stiller Kirkenes Havn til den øvrige reiselivssektoren for at Kirkenes skal fungere som cruisedestinasjon på sikt?

### 2. Strategisk Tilnærming

- Er det spesifikke strategier havnen følger for å balansere mellom vekst i cruiseturisme og bærekraftige mål?

## Avslutning

Takke deltakeren for hans/hennes tid og innsikt.

Spørre om det er noe mer vedkommende ønsker å legge til eller om det er noen andre personer som bør intervjues tilknyttet denne oppgaven.

## Vedlegg 4: Intervjuguide Orinor

### Intervjuguide: Orinor

#### Introduksjon:

Hvem er jeg, og hva er formålet med intervjuet.

Bekreft at deltakere har fått og signert samtykkeskjemaet

#### Del 1: Forståelse av Cruiseturisme

##### 1. Generell forståelse

- Kan du beskrive omfanget av cruiseturisme i Kirkenes?

- Hvordan har cruiseturismen utviklet seg de siste årene?

##### 2. Oppfatninger av cruiseturisme

- Hvordan oppfatter du påvirkningen av cruiseturisme på Kirkenes?

- Kan du nevne noen positive og negative sider ved cruiseturisme i dette området?

#### Del 2: Bærekraftig Utvikling

##### 1. Definisjoner og forståelser

- Hvordan definerer du bærekraftig utvikling i konteksten av turisme?

- Hvilke aspekter av bærekraft (miljømessige, økonomiske, sosiale) vektlegges mest i Kirkenes?

##### 2. Praktisering av bærekraft

- Hvordan jobbes det med bærekraftig turismeutvikling i Kirkenes?

- Er det tiltak eller prosjekter som spesielt fokuserer på å gjøre cruiseturisme mer bærekraftig?

- Kirkenes er i prosessen med resertifisering av merket for bærekraftig reiseliv, har denne prosessen bidratt til å forbedre bærekraften i reiselivet?

- Skal Kirkenes sertifiseres etter tilleggskriteriene for cruise?

## Del 3: Forenlighet og utfordringer

### 1. Forenlighet

- I hvilken grad mener du at cruiseturisme kan være forenelig med bærekraftige utviklingsmålene til Kirkenes?

- Hva er de største utfordringene for å integrere bærekraft i cruiseturisme?

### 2. Fremtidig satsning

- Hvordan ser du for deg fremtiden for cruiseturisme i Kirkenes?

- Hvilke tiltak eller strategier vil være nødvendige for å sikre at fremtidig vekst i cruiseturisme er bærekraftig?

## Del 4: Perspektiver og meninger

### 1. Stakeholdere

- Hvordan involveres lokale samfunn og andre interessenter i beslutninger om cruiseturisme?

- Hvordan balanseres interessene til lokale innbyggere med behovene til turistindustrien?

### 2. Personlige meninger

- Hva er dine personlige meninger om utviklingen av cruiseturisme i Kirkenes?

- Har du forslag til hvordan Kirkenes kan forbedre sin tilnærming til bærekraftig cruiseturisme?

## Avslutning

Takke deltakeren for hans/hennes tid og innsikt.

Spørre om det er noe mer vedkommende ønsker å legge til eller om det er noen andre personer som bør intervjues tilknyttet denne oppgaven.

## **Intervjuguide: Cruiseturisme og Bærekraft i Sør-Varanger Kommune**

### **Introduksjon**

Hvem er jeg, og hva er formålet med intervjuet.

Bekreft at deltakere har fått og signert samtykkeskjemaet

### **Del 1: Forståelse og Perspektiver**

#### **Generell forståelse**

Hvordan beskriver du Sør-Varanger Kommunes rolle og ansvar i forvaltning av cruiseturisme?

Hvilken betydning mener du cruiseturisme har for Kirkenes regionen?

#### **Bærekraftig turisme**

Hvordan definerer kommunen "bærekraftig turisme"?

Hvilke spesifikke bærekraftige praksiser eller politikker har kommunen implementert eller planlagt i forhold til cruiseturisme og eller generell turisme?

### **Del 2: utfordringer og Strategier**

#### **Utfordringer**

Hva er de største utfordringene kommunen står overfor med veksten i cruiseturisme?

Hvordan balanserer kommunen mellom økonomisk vekst og miljøvern?

## Strategier og tiltak

Kan du beskrive noen nylige eller kommende politiske tiltak som er satt i verk for å fremme bærekraftig utvikling av cruiseturisme?

Er det spesielle programmer eller samarbeid med andre aktører (som Kirkenes havn eller lokale bedrifter) for å håndtere disse utfordringene?

## Del 3: Samfunnsmessig Påvirkning og Engasjement

### Lokalsamfunnets involvering

På hvilke måter er lokalsamfunnet i Sør-Varanger involvert i diskusjoner og beslutninger om cruiseturisme?

Hvordan informerer kommunen innbyggerne om planer og prosjekter relatert til cruiseturisme?

### Økonomisk og sosial påvirkning

Hvordan påvirker cruiseturismen den lokale økonomien og arbeidsmarkedet i Sør-Varanger?

Er det spesifikke sosiale programmer eller tiltak som har blitt implementert som respons på økningen i cruiseturisme?

## Del 4: Fremtid og Bærekraft

### Fremtidsutsikter

Hvilke langsiktige mål har kommunen for håndtering av cruiseturisme?

Hvordan ser du for deg at cruiseturismen i Kirkenes vil utvikle seg over de neste årene?

## Visjoner og bærekraft

Hvordan planlegger kommunen å fremme og opprettholde bærekraftig cruiseturisme i fremtiden?

Er det planlagt noen større endringer eller ny strategi for å møte fremtidige utfordringer eller skape muligheter for reiselivet generelt?

Har kommunen økonomi og ressurser til å gjøre en storsatsning på cruise? Med tanke på kostnader knyttet til markedsføring, infrastruktur og menneskelig kapasitet med viten om risikoen for at cruise forsvinner slik vi har sett andre plasser i verden?

## Avslutning

Takke deltakeren for hans/hennes tid og innsikt.

Spørre om det er noe mer vedkommende ønsker å legge til eller om det er noen andre personer som bør intervjues tilknyttet denne oppgaven.



## Vedlegg 6: Spørreundersøkelse reiselivet

### Reiselivet i Sør-Varanger

Formålet med denne masteroppgaven er å undersøke hvilke faktorer som er nødvendige for å skape en bærekraftig fremtidig cruiseturisme i Kirkenes. Oppgaven vil analysere hvordan cruiseturisme påvirker både den lokale økonomien og lokalsamfunnet, samt vurdere ulike tiltak og strategier som kan bidra til å gjøre cruiseturisme mer bærekraftig i Kirkenes. Resultatene fra denne masteroppgaven kan benyttes i utviklingen av Kirkenes som cruisedestinasjon, samt fungere som inspirasjon og veiledning for andre destinasjoner i lignende situasjoner.

1. Hvordan har cruiseturisme påvirket deres virksomhet (sett bort fra kyststruten)?

2. Har dere eksempler på bærekraftige tiltak, uavhengig av cruiseturisme, som dere har innført eller opplevd effekt av? Hvordan har disse tiltakene påvirket både virksomheten og lokalsamfunnet?

3. Hva er de største utfordringene dere står ovenfor når det kommer til cruiseturisme?

4. Hvordan kan dere løse disse utfordringene? Er det spesifikke strategier eller samarbeid dere ser for dere kan bidra?

5. Hva anser dere som de største fordelene med cruiseturisme for Sør-Varanger?

6. Hva trenger reiselivet i Sør-Varanger for å kunne håndtere/forbedre cruiseturisme?

\* 7. Er satsing på cruiseturisme noe dere ønsker, og har dere kapasitet til det?

- Ja, vi ønsker satsing på cruiseturisme og har tilstrekkelig kapasitet.
- Ja, vi ønsker satsing på cruiseturisme, men vi har begrenset kapasitet.
- Nei, vi ønsker ikke satsing på cruiseturisme, men vi har kapasitet.
- Nei, vi ønsker ikke satsing på cruiseturisme, og vi har heller ikke kapasitet.
- Usikker, vi trenger mer informasjon før vi kan vurdere både ønske og kapasitet.

8. Hvis ja, i hvilken sesong ønsker dere at satsingen skal finne sted?

- Vinter
- Vår
- Sommer
- Høst

9. Hvordan ser dere for dere at cruiseturisme vil påvirke økonomien og det sosiale miljøet i Kirkenes?

10. Har dere eksempler på hvordan turisme generelt har forbedret det sosiale tilbudet i Sør-Varanger?

