

Reiselivsundersøkelsen Vestvågøy 2019

Kvalitative besvarelser fra [undersøkelsen](#) systematisert i kategorier.

Spørsmål 43: Forutsetninger for vekst

Kan du si noe om hva dere mener er den viktigste forutsetning for videre utvikling av egen bedrift?

Antall svar: 35

Spørsmål 44: Trusler mot utvikling

Kan du si noe om hva som er den største trussel for videre utvikling av egen bedrift?

Antall svar: 32

Egen motivasjon og kompetanse

1. Lære noe nytt hver uke, være søkende, kreativitet, lysten og vilje til å skape noe unikt samt vokse og å bli bedre, ordner vi selv.
2. Ønsker å utvikle bedriften til å satse både på å bli en kompetanse tilbyder og ved å satse på å utvikle et tilbud innenfor opplæring. Ønsket er at man skal kunne jobbe mer intensivt med reiselivsprodukter om sommeren og i skuldresesongene, mens man satser mer på opplæring og utvikling av kompetanse om vinteren. Mål er å kombinere reiseliv, kompetanse og dykking i et eget konsept.
3. Intern utvikling/bedre kvalifikasjoner
4. Motivasjon i forholdet mellom lønnsomhet og trivsel
5. God forretningsmodell, og tydelig strategi på kommersialiseringen
6. God service.

7. Egen motivasjon og drivkraft, Jeg er min største trussel.
8. Kvalifisert ledelse/drivere Kompetanse

Offentlig tilrettelegging

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">9. Oppfølging og satsing fra det offentlige.10. Tilrettelegging og velvilje for videre utbygging fra Vestvågøy kommune som vi pr. idag opplever som det største bremseklossen i vårt arbeid.11. En mye raskere behandling og positivitet fra kommunens side. En vilje til å spille på lag, være løsnings orientert samt legge til rette for lokale som ønsker å vokse.12. Bedre kommunal vei og asfalt på tilstøtende fylkesvei13. Nødvendig tillatelser om ombygging og nybygging av nytt overnattingstilbud14. Rammevilkår for utvikling, Arealplan og tillatelser til å bygge der det trengs.15. Positivt samarbeid med kommunen og med Innovasjon Norge16. Næringsutvikling i Vest-Lofoten og en tydelig strategi fra kommunene.17. Tilrettelegging for naturopplevelser og stedsutviklingsprosjekter som skaper gode synergier mellom primærnærings og reiseliv.18. Støtte fra kommunen | <ul style="list-style-type: none">19. For mange hinder fra det offentlige.20. For strenge krav angående båtutleie og fiske.21. Saksbehandler i Vestvågøy Kommune, bør fjernes eller degraderes så snart som mulig for ikke ødelegge den optimismen og pågangsmot vi hadde for anlegget.22. Vestvågøy skal være en grunder kommune, men vi opplever det stikk motsatt. Å bli sablet ned med mangel på svar, trenering, personlige meninger fra saksbehandlere, er nok det vi opplever som vår største trussel. Man kan godt si at mange aktører, spesielt på det private markedet, eller en framtidig urolig økonomi i verden kanskje skulle være det som bekymret mest. Men slik er det ikke. Evnen til å finne nye argumenter på hvorfor vi ikke skal få vokse, er vår absolutt største trussel. Vi er blitt fortalt av vår ordfører at vi må respektere prosessene. Dette føler vi sterk på at vi har gjort, men synes det er nesten usmakelige å se for en mangel på respekt det er andre veien.23. Treg å kunnskapsløs behandling i kommunale organ i forhold til ønskede prosjekter og invest planer24. Største trusselen er om blant annet det offentlige som kantine, sykehus, sykehjem, barnehager hele tiden jakter billige produkter for og nå sine egne budsjetter. Dermed hentes mye varer inn som ikke er lokalprodusert.25. At kommunen sier nei. Vi har en utfordrende eiendom med lang strandlinje og nære fjell, er helt avhengig av bedre tilgang til strandsonen for å unngå rassonen. I tillegg trenger vi kartlegging av reell rasfare på eiendommen for å se om det i det hele tatt er mulig å gjøre noe på den delen av eiendommen som er rassone.26. Regionale myndigheters evne til å drive gjennom prosjekter som sikrer god næringsutvikling, samarbeid med |
|---|---|

	<p>primærnæringer og andre reiselivsbedrifter, Handlingsrom i regulatorisk planverk hos VVK</p> <p>27. At merkostnadene vi har ved å drive på en øy overstiger alternativkostnaden ved å drive landbasert blir så stor at vi ikke kan forsvare å satse videre. Vi har nå i snart 7 år ventet på muligheten til å realisere et reiselivsprodukt mm. Vi fester vår lit til at rulleringen av arealdelen av kommuneplanen for Vestvågøy blir fulgt opp med gjennomførbare tiltak og ikke videre tomprat. Vi kan, vi vil og vi har resurser for å satse, men vi kan rett og slett ikke iverksette noe på Tørnholmen uten fastlandsforbindelse. Slik er både realitetene og også reguleringsbestemmelsene. Vi har nedlagt betydelige ressurser for å komme i startgropa, kommer vi ikke videre må vi avslutte før vi virkelig kommer igang. Det vil være trist for Vestvågøy.</p> <p>28. Uregulert AirBnB</p> <p>29. Offentlige kostnader. Drift, strøm, lønnskostnader Pålegg og regulering av privat utleie.</p> <p>30. Kommunen.</p> <p>31. Konkurrenter som kommer fra andre deler av landet som får fordelere i forhold til lokale bedrifter.</p>
--	---

Aktivitetstilbud

<p>32. At turistene kommer til Lofoten og får komme seg ut i båt og oppleve den flotte naturen vår.</p> <p>33. Vinterturisme'</p> <p>34. lokal mat hver dag er sesong, alt er i forandring, spre det ut til gjester.</p> <p>35. Lokale aktiviteter.</p> <p>36. Muligheter til å utvide den landbruksrelaterte drift ytterligere som et ledd i formidlings biten. Fokus ligger på feskarbonden.</p> <p>37. Nye kundesegmenter/incoming, produktutvikling for grupper</p> <p>38. Aktivitetstilbud Et voksende næringsliv generelt Tilrettelegging for vinterturisme</p>	<p>39. At en ikke får utviklet produktet slik en tenker det kan gjøres unikt og mer interessant for både turister og lokalbefolkning</p> <p>40. Overretablering av overnattingssteder dersom det fører til priskrig</p>
---	---

Egen kapasitet

<p>41. Nye lokaler</p> <p>42. Finansiering</p> <p>43. Utvide kapasitet</p> <p>44. Bilparken vår speiler det markedet som finnes, dvs økes noe til sesongen februar/mars, og betydelig til juni/juli/august. Med bedre dekning utenfor sesong, kan vi ha en større og mer stabil flåte av biler, enda mer i høysesong, og flere helårs ansatte.</p> <p>45. Om vi skal kunne bygge en bedrift og tilby arbeidsplasser må vi ha en relativt stor mengde feriehus i porteføljen. Det er mange som ønsker å benytte slike som oss som fokuserer på å skatte lokalt, tilby arbeidsplasser lokalt, fremfor å benytte utenlandske tjenester som Novasol og Dancenter.</p> <p>46. Turister og spesielt de fra Asia sier at de helst vil ha base på Leknes når de er i Lofoten. Pr.idag har vi altfor lite overnattingsmuligheter her. Får vi flere hoteller her får selvfølgelig vi flere gjester.</p> <p>47. Økt passasjerantall , -økt omsetning !!!!!!!!</p>	<p>48. At jeg ikke holder meg frisk</p> <p>49. At daglig leder skal bli utbrent</p> <p>50. Egen innsats/helse</p> <p>51. Alder</p> <p>52. Ulønsom drift .</p>
--	---

Infrastruktur

<p>53. Større flyplass</p> <p>54. För vår avdelning vid Nappstraumen så är flygplatstillbudet väldigt viktig i framtiden. För närvarande så är det både svårt att få tag i biljetter till Leknes och många gånger är det lika dyrt att flyga från Köpenhamn/Stockholm till Leknes som till en annan kontinent. Wideröe har också begränsningar med bagage. Många av våra gäster har mycket utstyr med sig och en del av gästerna önskar också att ta med sig en kasse fisk hem. Om vi har en större grupp som besöker oss, så får vi försöka fördela dem på olika flighter så att det inte uppstår problem med deras bagage... Är oerhört viktigt att få till en storflyplass på Lofoten inom kort. Gäster idag vill inte resa den långa vägen från Evenes till våra camper i Leknes och på Å</p> <p>55. At Leknes Havn fortsetter å være Lofotens største cruisehavn og at turiststrømmen til Lofoten fortsetter</p> <p>56. Tilgang Stamsund havn. Vi er forledet og kan ikke utvikle noen virksomhet av betydning uten tilgang til Stamsund på en trygg og god forutsigbar måte for kommende gjester. Vi har potensiale, kapital, reguleringsplan og marked for både hotell, buer, leiligheter og mye mer på 120 DA store Tørnholmen, men vi sitter fast uten fastlandsforbindelse.</p>	<p>57. At ikke veinettet blir utbedret !</p> <p>58. Storflyplass</p> <p>59. Sentralisering av alt på vestvågøy</p>
---	--

Rekruttering

60. Sikrere rekruttering nye ansatte og sesongansatte	
---	--

Markedsføring

<p>61. Gjøre plassen mer kjent. mer lokale og mer turister</p> <p>62. Penger til ansatt som kan jobbe med salg</p> <p>63. Markedsføring, formidling, sortiment og sommerens turistsesong.</p> <p>64. Bedre markedsføring av kunstopplevelser som tilbud til turister. Destination Lofoten bør satse på folks interesse for kulturopplevelser også, ikke bare friluftsliv og mat.</p> <p>65. Bedre markedsføring Tydeligere målsetting/hvem er våre kunder</p> <p>66. For vår del handler det om et mer "stabilt" marked, med besøkende hele året.</p> <p>67. Bevisstgjøring av viktigheten i det å støtte lokalprodusert mat.</p> <p>68. Bedre synlighet i sosiale medier</p>	<p>69. At naturvernerne og andre ikke snakker ned turismen noe som kan ødelegge det som DL har bygd opp gjennom de siste 20 år</p>
---	--

Lofoten sin posisjon og trender

<p>70. Positiv reise utvikling for Lofoten</p> <p>71. Bevare Lofoten som unikt og spesielt. Ikke gjøre som Island</p> <p>72. Globale trender og utvikling av grunder/digital nomade miljøer i Lofoten.</p>	<p>73. Nedgangstider så folk ikke har råd til kvalitetsprodukter</p> <p>74. At absolutt ALLE skal drive med reiseliv.</p> <p>75. Årsaker som gjør at turisten ikke kommer eller ønsker å komme til regionen</p> <p>76. Færre kunder/dårlig kjøpekraft.</p> <p>77. Avgifter på biler, økt konkurranse fra sentralt styrte aktører</p> <p>78. Ytre faktorer som påvirker kunde tilgangen t.d. Makro økonomien på verdensbasis !!</p> <p>79. Lokalt marked: nye aktører i samme segment. Globalt marked: pris på reise til Lofoten</p>
--	---

Samarbeid

<p>80. Helårsturisme og godt samarbeid med resten av destinasjon Ballstad</p> <p>81. Kostnadene må holdes nede for at vi skal kunne overleve. Dermed kan vi ikke tillate oss å bruke store summer på ting/miljøer vi gjerne skulle deltatt i (Destinasjon Lofoten og Næringsforumet).</p> <p>82. Utvikle samarbeidet med små aktører i Vest-Lofoten.</p>	<p>83. Stedet Stamsund er i bakevja som turistmål, og det er få å samarbeide med. Det kan bli for få turister her, alle skal til de store stedene med mest markedsføring.</p> <p>84. At vi ikke spiller på lag med Lofotens befolkning. Opplever et negativt syn på turisme/turister. Ulike kulturer som ikke har samme syn/info/opplæring ift f.eks trafikk og bilkjøring, sortering av søppel mm. Ønsker ikke å bidra til økning av turisme før mye av dette er løst på lag med de fastboende.</p>
--	--