

TURISMENS PÅVERKAN

– HUR TURISM PÅVERKAR INDIVIDER I
LOKALSAMHÄLLET

Examensarbete – Kandidat
Företagsekonomi

Anna Bensköld
Jessica Forsman
Linda Westerberg

2015: VT2015KF21



HÖGSKOLAN I BORÅS

Förord

Vi vill rikta ett stort tack till de personer som deltagit i vår studie och som i och med det gjort den möjlig att genomföra. Vi vill tacka de åtta respondenter ur lokalbefolkningen i Marstrand som ställde upp och välkomnade oss och delade med sig av sina tankar och åsikter. Vi vill också tacka Ann Haraldsson som tog sig tid att träffa oss och ställde upp på en intervju.

Anna Bensköld

Jessica Forsman

Linda Westerberg

Svensk titel: Turismens påverkan - Hur turism påverkar individer i ett lokalsamhälle

Engelsk titel: The impact of tourism – How tourism affects individuals in the local community

Utgivningsår: 2015

Författare: Anna Bensköld, Jessica Forsman och Linda Westerberg

Handledare: Ulf Sternhufvud

Abstract

Global travel has had a strong positive growth in recent years and is forecasted to increase by about three percent per year until 2030, according to international assessments. The tourism industry is growing at a rapid pace and has become a major source of income for many countries, in some the largest employer. In 2013 the Swedish tourism industry had a turnover of 284,2 billion which is an increase by 3,9 percent compared to the previous year. Due to the central importance of tourism worldwide, we believe that there is an interest to investigate how the local residents at a destination are affected by its tourism. The study aims to examine how different individuals among the local population are affected by tourism. The purpose of the study is to create new understanding and to develop knowledge about how individuals with different backgrounds such as occupation, age and connection to tourism experience and are affected by tourism, and thereby contribute to previous research in the field. A qualitative research method was used to answer the following research question: *How are individuals at a destination affected by tourism in their own community?* A case study has been completed and the study used Marstrand, situated in Bohuslän Sweden, to answer the research question.

Several positive and negative aspects of tourism have been identified and then analysed by using the theories presented. The TALC model was used to determine which phase Marstrand as a destination is in. This due to the fact that the local residents' opinion may vary depending on the phase the destination is in and also to find out the destination's potential for development. The study concludes that Marstrand is in the stagnation stage during high season and the development stage during low season.

The result of the study indicates that different individuals put emphasis on different aspects of tourism depending on their life situation and the connection they have to tourism. Furthermore the study shows similar results as presented in recent research made in other countries. Although the extent of the study is not sufficient enough to draw any general conclusions, this may indicate that individuals from a local population has a similar view on tourism, regardless of geographic location and the country's level of development.

Keywords: local residents, local community, tourism, tourism flow, destination.

Sammanfattning

Det globala resandet har haft en kraftig positiv ökning de senaste åren och beräknas enligt internationella bedömningar fortsätta öka med cirka tre procent per år fram till 2030. Turistnäringen växer med andra ord i snabb takt och har kommit att bli en stor inkomstkälla för många länder och i vissa av dem även den största arbetsgivaren. I Sverige omsatte turistnäringen 284,2 miljarder år 2013 och detta är en ökning med 3,9 procent i jämförelse med föregående år. Som ett resultat av turismens centrala betydelse världen över, anser vi att det ligger ett intresse i att undersöka hur lokalbefolkningen på en ort påverkas av dess turism. Studiens syfte är att undersöka hur individer bland en ords befolkning påverkas av ortens turism. Avsikten med studien är att skapa ny förståelse och utveckla kunskapen kring hur individer med olika bakgrund så som sysselsättning, ålder och koppling till turismen upplever och påverkas av turism, och därmed bidra till den forskning som redan finns inom området. En kvalitativ metod har använts för att besvara följande forskningsfråga: *Hur påverkas individer på en destination av turism på den egna orten?* En fallstudie har genomförts och i studien har Marstrand, beläget i Bohuslän Sverige, använts som medel för att ge svar på forskningsfrågan.

Ett flertal positiva och negativa aspekter av turism har identifierats och därefter analyserats med hjälp av de teorier som presenterats. Bland annat har TALC-modellen använts för att utläsa i vilken fas Marstrand som destination befinner sig i. Detta då ordsbefolkningens syn på turism kan variera beroende på vilket steg destinationen befinner sig i, samt för att ta reda på destinationens potentiella utvecklingsmöjligheter. Studien kommer fram till att Marstrand befinner sig i stagnation fasen under högsäsong och development fasen under lågsäsong.

De slutsatser som går att utläsa från studien är att olika individer lägger vikt vid olika aspekter av ortens turism beroende på hur deras livssituation ser ut och vilken koppling de själva har till turismen i sig. Vidare går studiens resultat i linje med de teorier som presenteras i tidigare forskning, genomförd på andra platser i världen. Trots att studiens omfattning inte är tillräcklig för att dra några generella slutsatser skulle detta kunna tyda på att individer ur en lokalbefolkning har en liknande syn på turism, oberoende av geografisk plats och landets utvecklingsgrad.

Nyckelord: lokalbefolkning, lokalsamhälle, turism, turistflöde, destination.

Innehållsförteckning

1 Inledning.....	1
1.1 Bakgrund	1
1.1.1 Turismens påverkan på lokalsamhället och lokalbefolkningen	2
1.2 Problemdiskussion	4
1.2.1 Syfte och frågeställning.....	4
2 Metod	5
2.1 Design.....	5
2.2 Urval.....	6
2.3 Insamling av empiriskt material.....	7
2.3.1 Förstudie av Marstrand.....	7
2.3.2 Intervjuer	7
2.3.3 Metoddiskussion.....	8
2.4 Trovärdighet och autencitet.....	9
3 Teoretisk referensram.....	10
3.1 Turism och lokalsamhället	10
3.2 Lokalsamhället och dess invånare.....	11
3.3 Boendesituationen	12
3.4 En destinations kapacitet.....	13
3.5 En destinations utvecklingsfaser	14
4 Empiri.....	16
4.1 Om Marstrand.....	16
4.1.1 Turismen och Marstrand	16
4.2 Beskrivning av intervjupersonerna.....	18
4.3 Lokalbefolkningens syn på turism	18
4.3.1 Positiva aspekter.....	20
4.3.2 Negativa aspekter	20
4.4 Turistflöde	22
4.4.1 Turismens säsonger	23
4.5 Relation till turismen.....	24
4.5.1 Engagemang i turism och destination	24
4.5.2 Relationen mellan lokalbefolkning och kommun	25
5 Analys.....	26
5.1 Engagemang i turismen och destinationen.....	26

5.2 Positiva aspekter	29
5.3 Negativa aspekter	29
5.4 Hög- och lågsäsong	31
5.5 Marstrands kapacitet.....	31
5.6 Marstrands utvecklingsfaser.....	32
6 Diskussion	33
7 Slutsats	35
8 Reflektion	36
8.1 Metodreflektion	36
9 Fortsatt forskning	37
Källförteckning.....	38
Bilaga 1	42
Bilaga 2	42
Bilaga 3	43
Intervjumall 1	43
Intervjumall 2	44

1 Inledning

I inledningskapitlet som följer presenteras en bakgrund med tidigare genomförd forskning som leder fram till problemdiskussion och syfte.

Den här uppsatsen behandlar turismens inverkan på lokalbefolkningen och den enskilde individen. Lokalbefolkningen på en turistdestination är en naturlig del av turismen och den berörs på flera olika sätt (Pettersson 2004; Andereck & McGehee 2008). Frågan är om detta är något som kommuner bör ta hänsyn till i planeringen av turismutveckling? Vet beslutsfattare hur individer med olika bakgrund påverkas av turismen?

Turistnäringen växer snabbt och är idag en del av vad som kommit att kallas “den nya ekonomin” (Rosenberg & Wahlberg 2014). Turism är en stor inkomstkälla för många av världens länder, och i vissa av länderna är det även den största arbetsgivaren. Detta ger en möjlighet för tillväxt på både nationell och regional nivå, vilket påverkar ekonomin positivt (World Economic Forum 2014; Yasothornsrikul & Bowen 2015). Det globala resandet har haft en kraftig positiv ökning de senaste åren och beräknas enligt internationella bedömningar fortsätta öka med cirka tre procent per år fram till 2030. Sverige är med på denna expansionsresa och omsatte 284,2 miljarder år 2013, vilket är en ökning med 3,9 procent i jämförelse med föregående år (Tillväxtverket 2013).

Även om turismen medför ekonomiska fördelar så påverkar den också de miljömässiga, sociala, kulturella och politiska aspekterna på ett negativt sätt (Yasothornsrikul & Bowen 2015). Turismutveckling baseras på turisternas säkerhet och på skyddandet av de naturliga miljöerna, vilket resulterar i behovet av att etablera en balans mellan ekonomi, ekologi och miljömässigt skydd inom turism. De negativa konsekvenserna uppstår bland annat på grund av att turism tar upp stor plats, dess aktiviteter utsätter miljön för risk, luftföroreningar, trafikbuller, vattenföroreningar, nedbrytning av miljön, trängsel och otillräcklig infrastruktur samt ökad energikonsumtion (Gračan, Zadel & Rudančić-Lugarić 2011).

1.1 Bakgrund

Tillväxtverket fick år 2012 i uppdrag av Sveriges regering att utveckla hållbara turistdestinationer i Sverige (Tillväxtverket 2015). Platser runt om i landet fick ansöka om att vara med i utvecklingsprogrammet. Fem stycken valdes ut efter premisserna att man ansåg att dessa hade störst möjlighet att utvecklas till hållbara destinationer. De som valdes var Kiruna, Åre, Vimmerby, Stockholms skärgård och Bohuslän. Uppdraget går ut på att skapa hållbara destinationer som samtidigt är konkurrenskraftiga på den internationella marknaden. Arbetet pågår mellan åren 2012-2015. Under det pågående projektet samarbetar Tillväxtverket med VisitSweden och tanken är att de modeller och metoder som arbetas fram under processens gång skall kunna användas av andra företag och destinationer runt om i Sverige (ibid).

Whitforda och Ruhanenb (2010) uppmärksammar att myndigheter på alla nivåer fått utstå kritik för hur de använder begreppet hållbarhet. Kritiken baseras på att hållbarhetsbegreppet

missbrukas i syfte att legitimera turismutveckling, uppnå egna ekonomiska vinster och användning av begreppet som en politisk slogan. Ytterligare kritik har riktas mot myndigheter som utvecklats och antagit hållbara turism-ideologier med stor entusiasm, men utan att egentligen genomföra några förändringar. Myndigheter talar ofta om gröna alternativ, men i praktiken prioriterar de vanligtvis ekonomisk tillväxt före miljömässigt skydd (ibid). Whitforda och Ruhanenb (2010) menar att även om policys om hållbar turism ger intryck av att ett paradigmskifte skett, så ser verkligheten annorlunda ut och fokuserar fortfarande på traditionella frågor som handlar om ekonomisk avkastning.

Ur ett samhällsperspektiv betyder hållbar turism att man respekterar den sociokulturella autenticiteten hos lokalsamhället och behåller dess kultur- och naturarv samt traditionella värderingar. Detta kan bland annat ske genom att säkerställa att fördelarna blir jämt fördelade till alla berörda parter (Saarinen 2010). Några av dessa fördelar som Usher och Kerstetter (2014) tar upp är möjligheter för nya verksamheter, fler arbetstillfällen och ökade intäkter för kommunen.

1.1.1 Turismens påverkan på lokalsamhället och lokalbefolkningen

Turismutveckling ger upphov till både positiva och negativa effekter på en destination (Andereck & McGehee 2008; Pettersson 2004) och marknaden för stadsturism växer snabbt (Timur & Getz 2009). De gynnsamma marknadsförhållandena som turismen medför, bidrar till att många politiker vill göra den till en viktig del av stadsutvecklingen (ibid). Pettersson (2004) delar upp effekterna i ekonomiska, sociala och miljömässiga aspekter och menar att dessa påverkar både besökarna och värdarna. Dock spenderar lokalbefolkningen mer tid på destinationen, och är således de som påverkas mest av turismens effekter. Ekonomiska faktorer såsom nya arbetstillfällen, fler inkomstkällor och ett bredare utbud av verksamheter är ofta anledningar till att utveckla turism. Med andra ord ger turism inte bara ekonomiska fördelar till turismproducenterna, utan dessa sprids även till hela destinationen och dess befolkning (ibid). Turismens ekonomiska påverkan varierar dock stort för olika individer beroende på hur deras livssituation ser ut. Några av fördelarna kan vara ökad arbetssysselsättning, investeringar och ökad vinst för lokala företag, medan en nackdel kan vara stigande levnadskostnader (Andereck & McGehee 2008). Andereck och McGehee (2008) poängterar dock att forskning pekar på att befolkningen övervägande får en positiv inverkan på levnadsstandarden, mer än den negativa påverkan turismen har på levnadskostnaden. Några av de positiva effekter som uppmärksammas är förbättrad underhållning på platsen, samt fler kulturella och historiska utställningar och andra typer av kulturella evenemang (ibid).

Även om de ekonomiska fördelarna av ökad turism kan leda till en förbättring av samhället, visar tidigare studier att de sociokulturella effekterna inte alltid är positiva. Effekterna av turism kan till och med påverka invånarnas livskvalitet. Områden med hög turism leder ofta till en ökning i populationen då människor flyttar till platsen. Detta får en stor inverkan på hela samhället och dess dynamik, vilket kan leda till att platsen förlorar sin identitet och lokala kultur. Människorna kan också påverkas på så vis att deras rutiner, sociala liv och värderingar förändras i och med turismutvecklingen (Andereck & McGehee 2008).

Krippendorf (1999) tar upp turistorter i de Schweiziska alperna som ett exempel där lokalbefolkningen har lärt sig att leva med säsongsbaserad turism. De har anpassat sig till och är beroende av turismen, men är samtidigt glada när högsäsongen är över. De behöver tiden emellan turistpeakarna för återhämtning, och för att hinna umgås med vänner och ta del av samhället igen (ibid). Andra negativa sociokulturella effekter av turism som Andereck och McGehee (2008) belyser är materialism, ökad kriminalitet och sociala konflikter.

För lokalbefolkningen kan graden av turismutveckling vara en svår balansgång mellan att vilja och inte vilja ha den (Pettersson 2004). Moscardo (2008) beskriver en studie som genomförts i 92 länder där ett antal negativa effekter av turism identifierats. Genom att analysera dessa negativa effekter upptäcktes fem återkommande teman. Dessa var miljöförstöring, konflikter, kulturella utmaningar, besvikelse när turismutvecklingen inte inbringade de utlovade förmånerna samt störningar i det dagliga livet. Miljöförstöringen visade sig bland annat genom förorening och problem med nedskräpning. I fallen med konflikter handlade det i de flesta situationer om dispyter mellan olika samhällsinvånare, där vissa grupper var för eller emot olika satsningar inom turismutvecklingen. En av de kulturella utmaningarna som studien visade, var att invånarna kunde känna sig tvingade att leva upp till de föreställningar som turister hade om dem, och kände sig därigenom tvingade att leva och visa upp sig på ett speciellt sätt. Den negativa aspekten med att turismutvecklingen inte infriade de förväntningar som invånarna hade kunde bland annat bero på lägre intäkter och färre jobb än vad befolkningen hade väntat sig. I fallen med störningar i det dagliga livet uppmärksammar Moscardo (2008) fyra olika orsaker till detta. Den första var att trafikstockningar och allmän trängsel ökade på platsen. Den andra var ökade levnadskostnader genom växande huspriser och andra prisökningar. Den tredje orsaken som han tog upp var att lokalbefolkningen upplevde det som störande när främlingar närvarade vid traditionella ceremonier och ritualer. Den sista orsaken var förändringar i markanvändningen, som resulterade i längre färdväg till boende och arbete (ibid).

En annan problematik som Krippendorf (1999) lyfter fram är att lokalbefolkningen och turisterna har ett motsatt tankesätt. Turisten är i en sinnesstämning av frihet och njutning, medan invånaren arbetar och har en annan mental inställning. Detta kan leda till att beteenden krockar med varandra. När turister väljer en plats att besöka är det platsens fysiska egenskaper som är i fokus, och det är platsens landskap och natur som är huvudmål. Invånarna som bor på en plats är därför av mindre betydelse (ibid). Krippendorf (1999) hävdar att lokalbefolkningen sällan har mycket att säga till om när det handlar om turismutveckling. Lokalbefolkningen tror på politikerns utlovade fördelar då de säger att turism är nödvändig och fördelaktig för regionen. Dock är det få invånare som medverkar i planeringen av att utveckla en plats som jämbördiga parter. Det är endast vissa företagare och en del av överklassen som får denna möjlighet. Lokalbefolkningen förväntas istället att anpassa sig efter turismen och inte tvärtom (ibid). För att uppnå hållbarhet och konkurrenskraft inom turism pekar forskning på att det är viktigt med relationer och samarbeten. Att satsa på hållbar turism för glesbygdssamhällen kan vara ett sätt att skapa ett hållbart och innovativt samhälle (Wall-Reinius 2014).

1.2 Problemdiskussion

Turistnäringen är en växande och betydelsefull sektor för många länder och i översikten ovan framgår det att det finns både positiva och negativa aspekter som lokalbefolkningen påverkas av (Andereck & McGehee 2008; Moscardo 2008). Trots detta hävdar Krippendorf (1999) att lokalinvånarna sällan har mycket inflytande i turismutvecklingen. Ett problem med att involvera lokalbefolkningen i utvecklingen och planeringen av en destination skulle kunna vara att det är svårt att veta om de har viljan att engagera sig eller inte. Detta i kombination med att lokalbefolkningen består av olika individer och grupper, gör att lokalsamhällets medverkan i planering och utveckling av turism tillsynes är en komplicerad process. Vissa författare hävdar att lokalbefolkningen är den grupp som påverkas mest av turismen. Det ställer krav på de som arbetar med turismutveckling att förhålla sig till de effekter som turismen medför. Forskning inom ämnet beskriver hur ett helt lokalsamhälle påverkas, och hur de både tar nytta och skada av turismen. I utvecklingsländer har liknande forskning genomförts (Yasothersrikul & Bowen 2015), men den typen av studier är kanske inte alltid applicerbara på turistdestinationer i Sverige, då utvecklingsländer troligtvis har andra förutsättningar. Att skapa en god relation och ett givande samarbete mellan turistutvecklare och lokalbefolkning är en problematik som till synes inte alltid har en klar eller lättapplicerad lösning. Genom att studera på vilket sätt lokalbefolkningen och olika individer påverkas av turism är förhoppningen att detta ska kunna bli ett steg i rätt riktning mot en ökad förståelse för hur lokalsamhället och dess invånare upplever turismen på den egna orten. Detta skulle sedan kunna ligga till grund för en turismutveckling som inbegriper lokalinvånarnas synvinkel och åsikter kring turism och på så sätt förhoppningsvis leda till en förbättrad och mer adekvat utveckling av en destination och dess turism.

1.2.1 Syfte och frågeställning

Studiens syfte är att undersöka hur individer bland en Orts befolkning påverkas av ortens turism. Avsikten med studien är att skapa ny förståelse och utveckla kunskapen kring hur individer med olika bakgrund så som sysselsättning, ålder och koppling till turismen upplever och påverkas av turism, och därmed bidra till den forskning som redan finns inom området. Förhoppningen är att resultatet ska kunna användas av kommuner i deras arbete med destinationsutveckling samt ge en djupare inblick i en Orts befolknings syn på turism.

Vårt syfte kan formuleras i följande frågeställning:

Hur påverkas individer på en destination av turism på den egna orten?

2 Metod

I detta avsnitt beskrivs valet av ansats samt studiens design. Det redogörs även för hur insamlingen av det empiriska materialet har gått till och hur urvalet av respondenter har gjorts. Vidare förs en kritisk diskussion kring val av metod och en presentation av studiens trovärdighet och autencitet.

2.1 Design

För att besvara forskningsfrågan i denna studie har en kvalitativt inriktad forskningsmetod använts. Det anses som en passande metod då Patel och Davison (2011) skriver att den typen av metod är lämplig för att få fram olika människors erfarenheter. Det eftersöktes inte en förklaring på mänskligt beteende utan en förståelse, därför antogs ett hermeneutiskt förhållningssätt. Förhållningssättet innefattar en empatisk förståelse av människors handlingar, detta till skillnad från positivismens förhållningssätt som snarare har en inriktning på de krafter som påverkar människors handlingar utifrån ett naturvetenskapligt synsätt (Bryman & Bell 2011). Ansatsen studien antog är av deduktivt slag då befintliga teorier först samlades in, för att sedan ligga till grund för empiriinsamlingen. Med ett deduktivt arbetssätt antas objektiviteten i forskningen kunna stärkas, just genom att utgångspunkten tas i redan befintlig teori (Patel & Davidson 2011). Det finns en förståelse angående faran att den deduktiva ansatsen kan ha riktat och påverkat studien så att intressanta nya upptäckter inte påträffats.

För att kunna svara på forskningsfrågan ansågs det passande att göra en fallstudie. I studien har en destination använts som medel för att besvara forskningsfrågan. Destinationen som valdes var Marstrand som ligger i Kungälv kommun i Sverige. På grund av dess lättavgränsade geografiska område och dess långa historia som turistort ansågs det vara ett lämpligt fall. Motivet var att urinvånarna på Marstrand med största sannolikhet har påverkats av turismen under hela sin uppväxt, vilket skulle kunna jämföras med hur exempelvis en ditflyttad persons åsikter och uppfattningar möjligtvis skiljer sig. Då destinationen som valdes ligger i närområdet gavs även möjligheten att åka till platsen och genomföra en observation av miljön, samt träffa intervjupersonerna i deras hemmiljö.

Genom det hermeneutiska förhållningssättet undersöktes lokalbefolkningens påverkan av turism på den lokala orten genom att analysera det intervjupersonerna uttryckte under respektive intervjutillfälle. Den kvalitativa intervjumetoden ansågs mest lämpad för studien då intervjupersonerna ges stor frihet att utforma svaren på sitt eget sätt. Enligt Bryman och Bell (2011) är det viktigt att det är respondenternas egna uppfattningar och synsätt som framförs vid användandet av den här typen av metod. Vid kvantitativa forskningsmetoder och användandet av strukturerade intervjuer och enkäter är det forskarens eget intresse som skapar svarsalternativen (Bryman & Bell 2011). Detta ansågs inte relevant för studien då det var respondenternas upplevelse av hur turismen påverkar dem, som skulle framföras i intervjuerna. En kvantitativ intervjumetod som utgår ifrån ett förutbestämt intervjuschema (Bryman & Bell 2011) ansågs därför kunna innebära en begränsning i studien och valdes delvis bort på grund av detta. En kvalitativ intervjumetod valdes med utgångspunkten att vi ville

förstå hur respondenterna upplever sin egen situation och att den skulle ge stor flexibilitet under själva genomförandet av intervjuerna.

2.2 Urval

Valet av respondenter baserades på ett icke-sannolikhetsurval. För att kunna besvara forskningsfrågan valdes personer med olika bakgrund ut, så som sysselsättning, ålder och koppling till turism. De skulle också vara bosatta i Marstrand, antingen födda och uppvuxna i samhället eller ditflyttade. Detta är ett målstyrt urval då intervjupersoner strategiskt valts ut för att på bästa sätt besvara forskningsfrågan. Bryman och Bell (2011) beskriver att ett sådant urval baseras på att forskaren på ett strategiskt sätt väljer ut respondenter så att de är relevanta för studiens syfte och forskningsfråga. Vidare speglar ett sådant urval att forskaren vill skildra den variation som finns i den grupp studien inriktar sig på genom att intervjupersonerna skiljer sig i diverse avseenden som är väsentliga för studiens syfte (Bryman & Bell 2011). Avsikten med urvalet var att få en bred kunskap om hur människor påverkas av turism utifrån flera infallsvinklar. Målet var även att ha med personer som påverkas av turism i olika grad. En typ av snöbollsurval användes för att få kontakt med respondenterna. I en sådan urvalsprocess kontaktas ett litet antal personer som är av betydelse för studiens syfte och dessa personer används i sin tur för att få kontakt med fler respondenter (Bryman & Bell 2011) För att få tag i intervjuobjekt användes bland annat en kontakt som är bosatt i Marstrand. Denna person fick en lista med olika kriterier på vilka olika personer vi sökte. Även Bohusläns Skärgårdsråd kontaktades, och därigenom erhöles ytterligare namn och uppgifter till personer som skulle kunna vara relevanta för studien. Åtta personer valdes ut och kontaktades via telefon för att boka in ett möte. Telefonkontakt var ett medvetet val då vi upplever att mailkontakt lätt kan bli en utdragen process. Det ansågs även relevant att intervju en person som är yrkesmässigt insatt i turismen på Marstrand då denna information skulle användas i förstudien över Marstrand och på så sätt ge en bättre förståelse för hur turismen på orten ser ut i dagsläget. Därför kontaktades Turistrådet Västsverige som kopplade ihop oss med VD:n för Södra Bohuslän Turism AB och ett möte bokades in på företagets kontor. Den typ av icke-sannolikhetsurval som valts för studien kan innebära en begränsning. Detta då Bryman och Bell (2011) beskriver att ett målstyrt urval inte kan generaliseras över en population, vilket i sin tur ger låg *extern validitet*, även kallat *överförbarhet* inom kvalitativ forskning. Med tanke på studiens syfte beslutades dock att detta urval var mest lämpligt för att kunna besvara forskningsfrågan trots dess begränsade möjlighet att generalisera resultatet.

Redan vid första kontakten informerades respondenterna om att intervjuerna skulle spelas in under det fysiska mötet. De gjordes även väl medvetna om att de skulle delta i en studie och att det var frivilligt att vara med. Därigenom uppfylldes *samtyckeskravet* som Bryman och Bell (2011) förklarar som en etisk princip, som innebär att intervjupersonerna ska känna till att deras deltagande är frivilligt.

2.3 Insamling av empiriskt material

2.3.1 Förstudie av Marstrand

För att få en överblick över den valda platsen för fallstudien har information samlats in. Detta har inhämtats från internet, broschyrer och egna observationer. Även statistikinsamling från hamnkontoret i Marstrand, inhämtade uppgifter från Statens person- och adressregister samt Statistiska centralbyrån har varit en del av det insamlade materialet. Med hjälp av denna data, samt insamlad teori, har relevanta intervjufrågor sedan formulerats och primärdata har samlats in genom kvalitativa intervjuer. En intervju med Södra Bohusläns Turism ABs VD har även varit en del av förstudien. Tillvägagångssättet för den intervjun beskrivs mer ingående nedan.

2.3.2 Intervjuer

Kvalitativa intervjuer är till fördel i en studie som denna, då det finns utrymme för följdfrågor baserade på respondenternas svar och är därigenom en mer flexibel intervjuform, till skillnad från en kvantitativ enkätundersökning. Respondenterna kan även tillhandahålla mer detaljerade och utförliga svar, och det finns en större möjlighet att kontakta personerna igen om behov finns (Bryman & Bell 2011). Intervjuformen som har använts är semistrukturerad, vilket var passande då frågorna kategoriserades i teman. Detta ansågs organisera frågorna i en naturlig följd samt underlättade efterarbetet med det empiriska materialet. I semistrukturerade intervjuer har intervjupersonen stor frihet att utforma svaren på sitt eget sätt och frågorna behöver heller inte komma i samma ordning som i intervjuguiden (Bryman & Bell 2011). Bryman och Bell (2011) betonar att det kan vara till fördel att låta intervjun ta olika riktningar då det ger en förståelse för vad som är relevant för just den intervjupersonen. Frågorna formulerades därför på ett sådant sätt att respondenterna uppmuntrades till uppriktiga och ärliga svar.

En frågemall användes för samtliga intervjuer med respondenterna ur lokalbefolkningen. En liknande frågemall utformades för intervjun med VD:n för Södra Bohuslän Turism AB, men temat rörande turismens påverkan på intervjupersonerna plockades bort och ersattes med ett tema rörande Södra Bohuslän Turism AB som organisation (Se bilaga 2). Efter att ett första utkast av frågorna sammanstälts, granskades den teoretiska referensramen tillsammans med frågeställningen, och därefter analyserades frågorna på nytt för att säkerställa att de var relevanta för studien. En genomgående tanke bakom formuleringen av frågorna var att utforma dem på ett sådant sätt, att de inte kunde feltolkas och även vara på en sådan nivå att intervjupersonerna skulle känna sig bekväma samt förstå språket. Detta stöds av Bryman och Bell (2011) som menar att det är viktigt att använda ett begripligt språk som är lättförståeligt för respondenterna. För att försäkra oss om att frågorna formulerats på ett tydligt och lättförståeligt sätt gjordes därför en test-intervju med en person utanför studien.

De inledande frågorna som ställdes under intervjuerna var bakgrundsfrågor och generella frågor om turism. Detta var ett medvetet val då intervjupersonerna inte skulle behöva gå in på djupa personliga frågor i början av intervjun, utan få en möjlighet att först känna sig bekväma i intervjusituationen. Intervjuerna varade i ungefär 30-45 minuter per person. Längre

intervjuer än så tror vi hade kunnat avskräcka respondenterna till att medverka. Det hade troligtvis även kunnat påverka kvalitén på svaren, då somliga frågor krävde viss analys av situationer som de tillfrågade nödvändigtvis inte tänkt på innan.

Platsen för intervjuerna beslutades av intervjuobjekten, då målet var att de skulle känna sig så bekväma som möjligt. Det enda kravet som ställdes var att det skulle vara en tyst och lugn plats utan yttre störningar, vilket också poängteras av Bryman och Bell (2011) vara viktigt. Detta resulterade i många hem visiter och besök på arbetsplatser.

Enligt Bryman och Bell (2011) finns det fördelar med att tre intervjuare medverkar under en intervju. En person kan då ställa frågorna, en annan göra anteckningar och observera reaktioner hos respondenten, medan den tredje bedömer den övergripande utvecklingen av intervjun. Med denna teori som underlag lades intervjuerna upp på ett liknande sätt. Rollerna varierades, då det exempelvis skulle kunna vara tröttsamt för en person att endast föra anteckningar under samtliga intervjuer. Intervjuerna spelades in med två olika ljudupptagningar, från telefon och dator, då vi ville säkerställa att få minst en ljudupptagning av god kvalitet samt för att ha en i reserv. Inför intervjuerna informerades respondenterna om studiens syfte och användningen av dess resultat. På så sätt tillgodosågs *informationskravet* som innebär att undersökningens syfte tydligt informeras till den medverkande intervjupersonen (Bryman & Bell 2011).

För att i minsta möjliga mån påverka respondenterna användes informell klädsel och formulering av frågor valdes medvetet ut. På så sätt kunde vi som intervjuare undvika att skapa en barriär till respondenterna, och målet var att de då skulle kunna känna sig säkra och bekväma med att öppna upp sig. Det kan dock vara svårt att vara helt neutral och inte påverka på något sätt. Efter varje intervju diskuterades hur samtalet gått, och vi jämförde hur vi uppfattat och reflekterat över svaren. Den som utsetts till observatör under intervjun var den som höll i denna korta diskussion då det var den personen som haft störst överblick över intervjun som helhet. Materialet transkriberades sedan så snart som möjligt för att på så sätt få med reflektioner och nyanser som uppkommit, men som inte fanns med på ljudupptagningen.

2.3.3 Metoddiskussion

Trots att Bryman och Bell (2011) uttrycker att ostrukturerade intervjuer kan vara att föredra när undersökningen har i syfte att förstå hur respondenter upplever sin verklighet i en viss miljö, har vi valt att använda oss av semistrukturerade intervjuer. Detta då ostrukturerade intervjuer kan innebära att intervjuobjektet svävar iväg alltför mycket och inte håller sig till ämnet. Samtidigt finns det en risk med semistrukturerade intervjuer, i och med att intervjuarens förväntningar och förutfattade meningar kan överföras till respondenten (ibid). På grund av att vi var medvetna om detta, strävade vi mot att vara så neutrala som möjligt samt ställa frågor som inte var ledande.

Under intervjuerna var vi tre personer som medverkade och som nämnts ovan kan detta vara en fördel. Det uppfattades dock som en möjlig nackdel i en av intervjusituationerna då vi

upplevde att en av respondenterna kände sig obekvämt. Något även Bryman och Bell (2011) lyfter fram, då de beskriver att flera intervjuare kan upplevas som hotfullt.

Intervjuerna genomfördes i respondenternas egna hem eller arbetsplatser. På så sätt kunde vi få en inblick i deras vardagsliv, och därigenom tolka empirin med en större förståelse för hur de lever och arbetar. Bryman och Bell (2011) beskriver att det finns en risk med att genomföra en intervju på en arbetsplats om intervjun sker inne i intervjuobjektets arbetsrum. Detta på grund av att kolleger då kan komma in och störa under intervjun. Genom att använda ett konferensrum undveks denna risk de gånger intervjuerna hölls på en arbetsplats.

2.4 Trovärdighet och autencitet

För att resultatet ska bli så trovärdigt som möjligt har vi utgått från de fyra delkriterier Bryman och Bell (2011) beskriver för kvalitativ forskning. Vi prövade intervjufrågorna på en testperson innan intervjuerna. Vi har även spelat in och transkriberat dem för att säkerställa att vi uppfattat respondenternas verklighet på ett korrekt och riktigt sätt, detta för att skapa *tillförlitlighet*. Med tanke på att vi har gjort en kvalitativ studie, vilket ofta anses vara svårt att replikera, har vi gjort en *thick description*. Att använda fylliga och täta redogörelser hjälper andra personer att bedöma hur pass överförbara resultaten är till en annan miljö (Bryman & Bell 2011). Detta är viktigt om fler kommuner ska kunna använda studien och inte bara andra forskare som vill göra liknande forskning. Med hjälp av den loggbok som skrivits under studiens gång har vi också skapat *pålitlighet* genom att vi säkerställt studieprocessen. I resultatdelen har vi haft i åtanke att medvetet undvika att blanda in personliga åsikter och värderingar. Dock går det aldrig att vara fullständigt objektiv i samhällslig forskning, och detta kallar Bryman och Bell (2011) för *konfirmering*.

3 Teoretisk referensram

I den följande teoretiska referensramen presenteras de teorier som sedan kommer användas för analys av den insamlade empirin. Kapitlet inleds med en beskrivning av centrala begrepp som rör turism, destinationsutveckling och olika typer av turister. Detta teoriavsnitt har även legat till grund för utformningen av intervjufrågorna.

3.1 Turism och lokalsamhället

Definitionen av *turism* omfattar “människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år för fritid, affärer eller andra syften” (Turistdelegationen 1995). Det finns olika typer av *turister*, men grunddefinitionen för en turist är en besökare som övernattar på platsen för besöket. En *dagsturist* eller *dagsbesökare* är en turist som inte övernattar på platsen för besöket (ibid). När dessa turister reser färdas de till *destinationer* som har just grundbetydelsen “dit turisten beger sig”. *Destinationsutveckling* står för utvecklingen av en plats attraktivitet som turistmål (Rosenberg & Wahlberg 2004). För att ta reda på turismproduktens attraktivitet kan den analyseras i termer av attraktioner, faciliteter och tillgänglighet. Attraktioner är de viktigaste faktorerna, vilka genererar ett turistflöde till en specifik plats. Normalt sett skapar turistfaciliteter inte något turistflöde i sig självt, men en frånvaro av dem kan avskräcka turister från att resa till platsen för att njuta av attraktioner. Tillgängligheten avser transporter till destinationen som väljs av turisten och är bäst tolkat i termer av tid och kostnad för att nå destinationen (Das, Sharma, Mohapatra & Sarkar 2007).

Utan en plats finns ingen *lokalbefolkning*, men utan någon lokalbefolkning är det svårt att bedriva destinationsutveckling. Lokalbefolkningen är “invånarna inom ett visst avgränsat område” (Mårtensson 2015), och i denna rapport använder vi begreppen lokalbefolkning, lokalinvånare, ortsbefolkning och ortsbor som en benämning på personer som är folkbokförda och åretruntboende på en plats.

Anledningen till att turism ofta uppmuntras av kommuner och andra intressenter är dess potentiella positiva effekter. Olika policys och strategier upprättas därefter för att stimulera dessa positiva effekter, men även för att eliminera eller minska de negativa konsekvenserna (Moscardo 2008). När turismutvecklingen är oplanerad eller dåligt hanterad kan den dock göra stor skada på destinationens resurser (Timur & Getz 2009). Timur och Getz (2009) menar att trots de negativa effekter som finns bör städer inte sluta att utveckla destinationen. De bör istället skapa en strategi för utformningen av hållbar turismpolitik. Turismen representerar inte bara en viktig ekonomisk faktor, utan främjar även social utveckling genom skapandet av arbetstillfällen, inkomstfördelning och fattigdomsbekämpning. Detta trots att turismens utveckling är en stor orsak till oönskade sociala-, kulturella- och miljömässiga störningar (ibid).

3.2 Lokalsamhället och dess invånare

Andereck och McGehee (2008) anser att det är viktigt att beslutsfattare på en potentiell turistort lyssnar till invånarna och tar med deras åsikter i planeringen av att utveckla en plats. Detta på grund av att det i slutändan är lokalbefolkningens åsikter som avgör vilka effekter av turismen som är acceptabla eller inte. De menar att lokalbefolkningens behov därför bör gå före turismutvecklingen för att kunna bibehålla invånarnas stöd för ökad turism (ibid). Yasothornsrikul och Bowen (2015) skriver att det är nödvändigt att inte bara veta 'vad' för effekter turismen medför utan även 'hur, varför och när' de påverkar. De påstår också att det är nödvändigt att söka djupt och detaljerat bland lokalbefolkningens röster snarare än brett, för att de ska öppna upp sig och säga vad de tycker och tänker. När man arbetar med mänskligt beteende, åsikter och synpunkter är de svåra att kontrollera och är mer eller mindre varierande från tillfälle till tillfälle (ibid). Eftersom turismprodukten är sammansatt av många olika delar och nivåer av tjänster, involveras många olika individer och grupper med olika uppfattningar, förväntningar och mål, direkt eller indirekt (Kuvan & Akan 2012). Det är viktigt att förstå att lokalbefolkningen inte kan behandlas som en enda stor grupp av människor med endast en röst (Lundberg 2014). Om ortsbefolkningen på destinationen upplever turismen som någonting negativt och det i sin tur påverkar deras attityd och reaktion på turism, riskerar det att få en negativ inverkan på turistens upplevelse. En turist som inte känner sig välkommen eller känner sig hotad av lokalinvånarna, återvänder troligtvis inte och kan dessutom påverka andra människor att inte vilja besöka platsen, vilket skulle resultera i en minskning av turism (Diedrich & Garcia-Buades 2009).

En strategi för att utveckla en destination och samtidigt involvera lokalbefolkningen och låta dem ta del av de ekonomiska effekterna av turism är *Community-based tourism* (CBT) (Saarinen 2010). Det är en strategi för att attrahera besökare och kapital till ett land genom att använda lokal kultur och befolkning i turismutvecklingen och inte bara platsens naturresurser. Det önskade resultatet är att lokalbefolkningen skall få en betydande del av turismens ekonomiska fördelar i form av direkta intäkter och sysselsättning samt förbättrad infrastruktur och samhällstjänster. Genom att involvera lokalsamhällen är syftet att säkerställa att fördelarna av turism faktiskt kommer att gynna den lokala plats där turistaktiviteterna äger rum. CBT har två huvudmål där det första handlar om att respektera lokala kulturer, identiteter, traditioner och arv. Det andra är social hållbarhet, vilket innebär delade socioekonomiska fördelar och lokal kontroll av turismutvecklingen. Den kontrollen kan baseras på deltagande i planering, samarbete kring hantering och kommunikation, gemensamt ägandeskap eller kombinationer av dessa. Den växande samhällsbaserade forskningen antyder att stödjande av den lokala kulturen och invånarna ses som mycket fördelaktigt för att öka lokalbefolkningens makt. Dock är kopplingen mellan policyn och turism i praktiken komplex och det planerade och förväntade resultatet är inte alltid det som levereras i verkligheten. För att kunna dra nytta av de löften som CBT utlovar behöver lokalbefolkningen vara tillräckligt medveten och ha kunskap om turism (ibid). Det här perspektivet stöds av Cole (2006) som menar att lokalsamhällets medverkan är ett väsentligt steg i rätt riktning för att uppnå hållbar turismutveckling. Medverkan från lokalbefolkningens sida bör finnas med i olika turismutvecklingsförslag och det är i många fall också grundläggande för att säkerställa de resurser som skall användas till utvecklingen. Även Choi och Murray (2010) betonar betydelsen av att politiker och andra involverade i turismutveckling måste inse att lokalbefolkningens deltagande inte stör planeringsprocessen, utan snarare bidrar till den. Att

involvera invånarna i utvecklingen av ett samhälles vision, mål och policy kan även höja deras livskvalité (ibid). Enligt Cole (2006) leder samhällets involvering i planeringen med största sannolikhet till ändamålsenliga beslut och större motivation, stöd och acceptans från invånarnas sida. Medverkan från lokalbefolkningen är också viktig för att garantera att fördelarna med projekten har en anknytning till lokalsamhällets behov. Då turism är en serviceindustri är den högst beroende av värdsamhällets välvilja och samarbete. Service är nyckeln till en gästvänlig atmosfär, och de flesta virtuella turismenkäter visar att lokalbefolkningens vänlighet är högt listad bland positiva egenskaper på en destination. Det finns dock flera anledningar till varför aktiv medverkan från lokalsamhället är svårt att uppnå i praktiken. I urbana turistdestinationer i väst är den lokala medverkan begränsad av flera olika faktorer, bland annat av medborgarnas brist på kunskap, tillit, tid och intresse. Ofta är avsaknaden av ägandeskap, kapital, kompetens, kunskap och resurser en begränsning för samhällets möjlighet att fullt ut kontrollera sitt deltagande i utvecklingen av turism. För att lokalbefolkningen skall kunna medverka aktivt i turistplanering och turisthantering behöver de ha kunskap i hur beslutsprocessen går till (ibid).

Trots att flera författare menar att delaktighet från lokalsamhället leder till att befolkningen får ta del av fördelarna av turism (Cole 2006; Saarinen 2010), presenterar Su och Wall (2014) en studie om Jiuzhaigou Biosphere Reserve i Kina som visade att detta lokalsamhälle på ett framgångsrikt sätt drog nytta av turismen med nästan ingen medverkan alls. De föreslår därmed att delaktighet inte nödvändigtvis säkerställer att invånarna får ta del av fördelarna av turism, utan att det endast är en av metoderna. I tillägg tar Su och Wall (2014) upp att samhällets deltagande i beslutsfattandet kan leda till problem och eventuellt skapa interna konflikter samt ge upphov till orealistiska förväntningar.

3.3 Boendesituationen

Krippendorf (1999) tar upp att en hälsosam turism inte bör involvera spekulation som leder till kraftigt ökade markpriser som i sin tur gör fastigheter för dyra för lokalbefolkningen. Bostäder är en central fråga för skärgårdarnas utveckling, både för näringslivet och den sociala och kulturella samhörigheten. Skärgården som har närhet till storstäder och västkusten har stora problem med bostäder. Den attraktiva fritidshusmarknaden gör att priserna trissas upp, och det leder till att åretruntboende med medelinkomst inte har råd att skaffa en bostad i Skärgården (Normark, Westermark, Johansson, Rhodin & Wänseth 2004a). I områden där marknaden för fritidshus är stark, saknas hyreslägenheter, hus och tomter till ett skäligt pris (Normark, Westermark, Johansson, Rhodin & Wänseth 2004b).

De ökande priserna leder också till att taxeringsvärdet på husen stiger, och det i sin tur leder till ökad beskattning, och då ökar också osäkerheten bland åretruntboende om de kommer ha möjlighet att bo kvar eller inte. Fastighetskatten är ett omtvistat ämne, speciellt i skärgården. Detta beror bland annat på att man själv inte kan påverka taxeringsvärdet på sitt hus utan det beror på hur mycket husen i närheten säljs för, det vill säga hur marknaden ser ut. Det har genomförts en del åtgärder för att försöka hejda denna bostadsutveckling, bland annat genom att sätta upp fribelopp innan man börjar betala fastighetskatt (Normark et al. 2004b). I dessa områden har det också funnits en önskan om att införa *boplikt*, eller att på något sätt försäkra

sig om att nya byggen skall användas året runt. Glesbygdsverket kallar bostadsproblematiken för skärgårdens moment 22, en bostadssituation som ses som nästintill olöslig (Normark et al. 2004b).

3.4 En destinations kapacitet

Många av de problem som uppkommer i samband med turism är kopplat till den enorma koncentrationen av turister under några få veckor eller helger och den trängsel som det medför. Detta kan förklaras av att semestrar ofta planeras under samma tid och längd, och det kan leda till att turister uppfattas som en börda och ett hot av både turisterna själva och den lokala ortsbefolkningen. Frågan om hur stort antal turister som kan tolereras på en och samma gång på en plats måste därför vara ett centralt ämne i planeringen av turismutveckling (Krippendorf 1999).

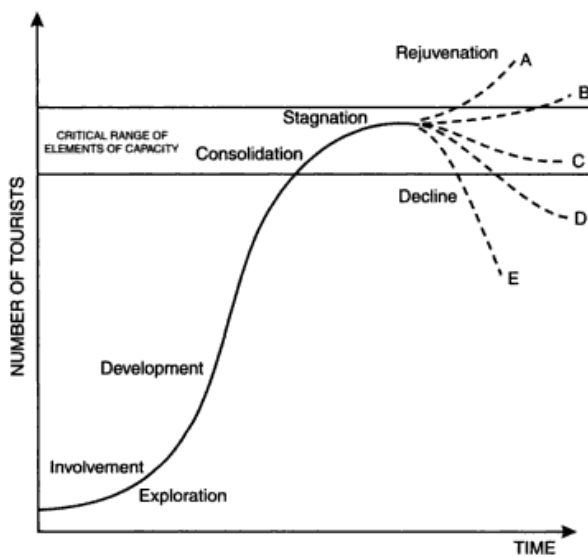
När antalet turister överstiger antalet invånare på en plats kan toleransnivåerna utmanas (Usher & Kerstetter 2014). Negativa effekter av turism uppstår på grund av att turism skapar hög koncentration av besökare på en destination under en kortare tidsperiod (Gračan, Zadel & Rudančić-Lugarić 2011). Några av dessa negativa effekter kan vara höjda priser, trängsel och störande oväsen (Usher & Kerstetter 2014).

Genom att beräkna *carrying capacity* kan vissa negativa effekter motverkas. Carrying capacity innebär att man definierar hur många turister en destination kan ta emot under samma tidsperiod, utan att det medför oacceptabla störningar på den fysiska, ekonomiska och sociokulturella miljön, samt undvika negativ påverkan på upplevelsen av besöket hos turisterna. En destinations carrying capacity inbegriper också att turisternas närvaro alltid har en påverkan på miljön, men att denna bör vara godtagbar för både lokalsamhället och turisterna och även vara hållbar i framtiden (Gračan, Zadel & Rudančić-Lugarić 2011). I sin studie av Plitvice Lakes National Park har Gračan, Zadel och Rudančić-Lugarić (2011) kommit fram till att det är viktigt att kontinuerligt övervaka besökarnas påverkan på en plats för att kunna etablera en gräns för destinationens carrying capacity. Detta för att motverka de negativa effekterna som turism annars medför och samtidigt använda de positiva effekterna i turismprocessen (ibid). Dock innebär de olika miljömässiga och sociokulturella variationerna på turistorter, samt den varierande typen av turism, att destinationer upplever att mängden turism som en plats kan ta emot innan carrying capacity överstigits, varierar stort (Diedrich & Garcia-Buades 2009).

Hur mätningen av carrying capacity skall gå till diskuteras brett inom hållbar turism litteratur, och vilka specifika hållbarhetsindikatorer som bör användas för att minimera turismens effekter är fortfarande en kritisk fråga (Pomeroy, Noble & Johnson 2011). World Tourism Organization har tillhandahållit tolv stycken breda indikatorer att använda vid mätning av carrying capacity, men konceptet hållbar utveckling kan tolkas på många olika sätt, och därigenom skiftar också tolkningarna av hållbar turism och hur man mäter carrying capacity på bästa sätt (Tanguaya, Rajaonsona & Therrien 2013).

3.5 En destinations utvecklingsfaser

Destinationer går igenom *Tourism Area Life Cycle* (TALC), vilket är en beskrivning av en turistdestinations olika utvecklingsfaser (Usher & Kerstetter 2014). Den använder antalet turister som en variabel som driver livscykeln över tid. TALC-modellen förutspår att när turismen ökar, så gör även de associerade effekterna det (Diedrich & Garcia-Buades 2009). Modellen finns i olika versioner och har utvecklats sedan den ursprungliga modellen togs fram år 1980 (Butler 2006).



Figur 1 TALC-modellen som även visar en hypotetisk utveckling (Butler 2006).

Det första steget i denna cykel är *exploration*, som vanligtvis representeras av en liten grupp turister som är villiga att övervinna begränsningar såsom brist på tillgänglighet, bekvämligheter och lokalkunskap (Usher & Kerstetter 2014). När antalet besökare ökar i antal och blir alltmer återkommande, kommer vissa lokalinvånare att gå in i *involvement* steget och börjar att tillhandahålla faciliteter som till stor del eller uteslutande är till för turister. Under detta steg kan viss marknadsföring speciellt riktad mot turister utvecklas och en turistsäsong kan förväntas uppstå (Butler 2006). Nästa steg i cykeln är *development*, och turisterna har då ökat i antal eftersom de har en större kännedom om attraktioner på platsen och de upplever att faciliteterna har förbättrats. Företagsverksamheter och medlemmar i värdsamhället genomför även förändringar för att försöka säkerställa sin överlevnad genom att möta turisternas förväntningar (Usher & Kerstetter 2014). I det tredje steget *stagnation*, har antalet besökare nått sin topp och kapaciteten inom flera olika områden har uppnåtts eller överskridits. Destinationen är beroende av återkommande besökare och ursprungliga och genuina kulturella attraktioner har troligtvis ersatts av importerade och artificiella attraktioner (Butler 2006). I detta steg är destinationens ekonomi beroende av turism, och en minskning av turister skulle vara förödande (Diedrich & Garcia-Buades 2009). I *decline* steget som är det sista i cykeln kan destinationen inte längre konkurrera med nyare attraktioner och möter en avtagande marknad (Butler 2006). I detta steg sker ofta en snabb och okontrollerad förändring där de negativa effekterna överträffar de positiva (Diedrich & Garcia-Buades 2009).

Destinationen tilltalar inte längre turister som vill stanna över en längre tid, men kan däremot få ett ökande antal besökare som åker över en helg eller dag. En sådan trend har bland annat kunnat identifieras på äldre turistorter i Europa (Butler 2006). Den hastighet som en destination rör sig genom de olika stegen i TALC kan variera beroende på de socioekonomiska och miljömässiga egenskaperna destinationen har, och vilken typ av turism den lockar till sig (Diedrich & Garcia-Buades 2009).

4 Empiri

Här presenteras en fallstudie av Marstrand och därefter följer en beskrivning av de åtta respondenter som deltagit i studien. Respondenternas åsikter har sedan sammanfattats och delats in i olika teman. Citat av respondenterna används för att tydliggöra deras åsikter.

4.1 Om Marstrand

Marstrand är ett kustsamhälle beläget i Kungälv kommun, i Bohuslän, cirka 45 minuter norr om Göteborg. Marstrand består av två öar, Koön och Marstrandsön. Koön har en landförbindelse som upprättades 1991 (Seniorseglaren 2015), medan Marstrandsön förbinds med färjan Lasse-Maja. Färjan avgår varje 15:e minut från Marstrandsön och sju minuter senare från färjeläget på Koön och resan tar två minuter (Västtrafik 2015). Färjan trafikerar på det viset året om, men under större evenemang trafikeras linjen parallellt med färjan Nisse (Marstrands Hamn, 2015).

Själva staden Marstrand grundades på 1200-talet (Västsverige 2015a). På ön finns en fästning från 1600-talet som Carl X Gustav beslutade att bygga på öns högsta topp för att försvara Marstrand. Fästningen har agerat stadsfängelse och de sista delarna på fästningen färdigställdes 1860 och lever idag kvar som besöksmål för turister (Carlstens Soldathotell 2012). Under lång tid var skeppsfrakt, handel och fiske stadens huvudnäring. Även längre sillperioder har berikat Marstrand under olika tidsperioder. I takt med att de traditionella näringarna sjönk i början på 1800-talet och den dåvarande sillperioden tog slut, utvecklades orten till en av de första och mest populära kurorterna i Sverige. Det skapades även en kunglig status kring Marstrand i samband med att kung Oscar II från 1887 regelbundet besökte ön (Västsverige 2010b).

Marstrand var tidigare en egen kommun, men 1971 skedde en sammanslagning av fyra kommuner och Marstrand blev en del av Kungälv kommun (Rancken 2015). Marstrand har idag 1321 invånare¹. Det finns cirka 140 fritidshus varav 18 är bebodda året runt (Kungälv kommun 2008). Från 1990 har en ökning i invånarantalet skett, men från 2005 fram tills idag har det skett en liten minskning (Se bilaga 1).

4.1.1 Turismen och Marstrand

Marstrand är än idag en populär badort men turistdestinationen har också en hel del andra attraktioner (Södra Bohuslän Turism 2015). Förutom skärgårdsnaturen med dess vandringsleder kan besökare upptäcka Marstrandsöns bilfria gator och dess shopping, besöka Strandverket Konsthall, gå guidade turer genom staden eller besöka Carlstens fästning. Det finns också sportaktiviteter så som fiske, simskola, tennisklubb och dykning (Västsverige 2015b). Även segling är en viktig attraktionskraft då Marstrand är värd för ett flertal

¹ Kundtjänst SPAR, telefonsamtal den 29 april 2015.

seglartävlingar varje år, bland annat Stena Match Cup Sweden och Marstrand Regatta. Stena Match Cup Sweden är Sveriges största internationella seglingsevent och 2013 hade tävlingen över 15 000 besökare (Stena Match cup Sweden 2015). Andra tecken på att Marstrand är en attraktiv båtdestination är dess gästhamn med 275 stycken båtplatser (Lipkin 2015; se bilaga 2), vilket gör den till Sveriges störta gästhamn (Södra Bohuslän Turism 2015). De flesta aktiviteter hör sommarsäsongen till, men det finns tillgång till SPA och konferens året runt i Marstrand. Dessa finns på Havshotellet som har öppet året om, en nyproduktion som öppnades 2010 (Hofflander 2010).

Marstrand är en destination med tydliga säsonger. Högsäsongen sträcker sig från mitten av juni till mitten av augusti. På lågsäsongen är alla butiker nedstängda förutom livsmedelsbutikerna Coop Konsum på Koön och Tempo på Marstrandsön. Av de cirka 15 caféer och restauranger som är öppna på sommaren är det endast Havshotellets restaurang och Bergs bageri som har öppet hela året och Restaurang Maritim större delen av året. På sommaren finns ett flertal övernattningsmöjligheter jämfört med lågsäsong då det även där endast är Havshotellet samt Carlstens Fästning som har öppet året om (Västsverige 2015b).

För att bredda turistsäsongen sommartid har Södra Bohuslän Turism AB skapat två evenemang. Sillens Helg är lagt 30-31 maj och Sekelskiftsdagarna 21-23 augusti². Södra Bohuslän Turism AB, ett turismutvecklingsbolag som ägs till 100 % av det lokala näringslivet genom en ekonomisk förening, arbetar med turistverksamheten i Stenungssund, Orust, Tjörn och Kungälv kommun. Bolaget är en plattform för samverkan mellan kommuner och företag inom besöksnäringen (Västsverige 2015c). De arbetar med att paketera och produktifiera Marstrand och lyfta besöksanledningarna. Då Södra Bohuslän Turism AB arbetar mot företagen är deras relation intensiv. Men i deras uppdrag ingår inte att föra lokalbefolkningens talan säger Ann Haraldsson³. Hon fortsätter: “Sen ser vi att det vi gör gynnar befolkningen i allra högsta grad. Om man skapar en attraktiv region eller ort, så gynnar det lokalbefolkningen”.

Enligt Haraldsson⁴ har det varit en positiv ökning i antalet turister de senaste åren, “vi ser nya målgrupper som kommer, vi ser att det är mer Amerika och England som ökar, Kina har ökat också”. Dock går statistiken från Hamnkontoret inte längre bak i tiden än 2013 (se bilaga 2). Haraldsson⁵ fortsätter och säger att aktiviteter är mer och mer populärt, idag är det ett måste för turister, så var det inte för tio år sedan.

² Ann Haraldsson VD Södra Bohuslän Turism AB, intervju den 22 april 2015.

³ Ann Haraldsson VD Södra Bohuslän Turism AB, intervju den 22 april 2015.

⁴ Ann Haraldsson VD Södra Bohuslän Turism AB, intervju den 22 april 2015.

⁵ Ann Haraldsson VD Södra Bohuslän Turism AB, intervju den 22 april 2015.

4.2 Beskrivning av intervjupersonerna

En beskrivning av intervjupersonerna följer nedan. Deras namn har anonymiserats och fiktiva namn har delgivits dem. Följande respondenter har valts för att på bästa sätt besvara frågeställningen.

“Anders”

Man 73 år. Har bott permanent på Marstrandsön sedan 1978. Som liten tillbringade han somrarna på Marstrand hos sin farmor. Idag pensionär och engagerad i flera föreningar.

“Erik”

Man 45 år. Bor på Koön sedan tre år tillbaka. Pendlar till Göteborg för arbete.

“Gunnar”

Man 71 år. Född och uppvuxen på Marstrandsön. Idag pensionär och har varit politiskt engagerad.

“Jenny”

Kvinna 35 år. Bor på Koön sedan sex år tillbaka. Arbetar på ett företag som inte är direkt beroende av turism.

“Johan”

Man 41 år. Född och uppvuxen på Marstrandsön och bor kvar. Äger och driver ett hotell på Marstrandsön.

“Lena”

Kvinna 53 år. Född och uppvuxen på Marstrandsön. Bodde på annan ort i cirka tio år, flyttade tillbaka 1990 för att bilda familj. Arbetar inom en verksamhet relaterad till turism.

“Markus”

Man 21 år. Född och uppvuxen på Marstrandsön. Har sommarjobbat inom turistverksamhet och arbetar där även nu efter studenten.

“Sara”

Kvinna 37 år. Flyttade med sin mamma och pappa till Koön 1992 och bor kvar med sin egen familj idag. Arbetar på ett företag som inte är direkt beroende av turism.

4.3 Lokalbefolkningens syn på turism

Under intervjuerna beskriver alla respondenter två olika grupper av turister. Den första gruppen som nämns med olika ordalag är turister och består av både dagsturister samt turister som stannar över en eller flera dagar. Den andra gruppen beskrivs som sommargäster eller av vissa som badgäster. Den gruppen benämns som personer som äger en fastighet i Marstrand som endast utnyttjas som fritidshus eller sommarstuga.

Anders, Erik, Gunnar, Johan och Sara nämner alla att Marstrand satsar på en viss typ av turism, och att trenden är att det främst är höginkomsttagare som besöker Marstrand. Anders, Lena och Gunnar berättar att typen av turister som besöker ön har förändrats och att det förr var fler turister från medelklassen. Lena tillägger att det var mer nattliv och stökigare på Marstrand förr. Hon beskriver att det i jämförelse med för 20-30 år sedan är mer dagsturister och barnfamiljer, och att det nu är ganska lugnt på kajen om kvällarna även om det varit fullt under dagen. Vidare framför Gunnar att det finns olika typer av turister på Marstrand; de som kommer under Match Cup veckan, båtturister, dagsturister och sommargäster. Han menar att båtturismen inte inbringar särskilt mycket pengar i relation till de investeringar som måste göras med båtplatser, hamnvakter och faciliteter såsom toaletter och dusch etcetera. Enligt honom spenderar båtturisterna inte så mycket pengar på ön då de kommer med vad han beskriver som ”hela sommarstugor”. Han påpekar att det är en förändring som skett de senaste åren. Förr kom båtturisterna med småbåtar vilket nu bytts ut till större och lyxigare båtar och med det också en annan typ av turister.

Generellt sett är alla respondenter positivt inställda till turisterna men i olika utsträckning. Lena, Jenny och Markus är de som uttrycker sig i mest positiva ordalag om turisterna. Sara, Johan, Erik, Gunnar och Anders är även de överlag positivt inställda, men de påpekar vissa irritationsmoment som påverkar deras helhetssyn. Sara tar bland annat upp att turister i vissa fall inte respekterar ön och dess invånare när de bland annat släpper lös sina hundar och tar saker och ting för givet. Johan har en positiv syn på turisterna så länge de kommer hit av, i hans mening, rätt anledning.

”Det ska man ju inte förneka, man gillar ju turister som spenderar mer pengar som i mitt fall som bor här kanske gynnar den verksamheten vi driver. (...) För man är ute efter att tjäna pengar”. (Johan)

Alla är överens om att näringsidkare är de som tjänar mest på turismen då det ligger mycket pengar i de olika verksamheterna. Även kommunen nämns få intäkter via färja och parkering.

Anders, Erik och Sara specificerar också att Marstrandsborna tar del av positiva effekter genom arbetstillfällen, möjligheten till restaurangbesök och shopping samt livsmedelsbutikernas åretruntverksamhet. Erik poängterar dock:

”Vi som pendlare kanske är mediokert roade av de extra köerna som blir men å andra sidan, vi njuter ju lite av det livet som blir där ute när det sätter igång”. (Erik)

Gunnar beskriver sin uppfattning på följande vis:

”Jag känner mig lite våldtagen av turismen som den är nu men sen när det sticker in folk med huvudet i grinden här, tjötar och pratar med folk det är ju jätteroligt va, men (...) jag är ju inte dummare än att jag förstår att det genererar pengar”. (Gunnar)

4.3.1 Positiva aspekter

Så gott som alla anser att turisterna hjälper till att hålla Marstrand levande och de berättar att det är roligt när det blir liv och rörelse när våren kommer. Erik och Sara tillägger även att turismen bidrar till att det anordnas evenemang och andra roliga aktiviteter som tilltalar både turister och ortsbefolkning.

”På vintern är det jättemysigt att det inte är så mycket turister, men det kan bli väldigt tråkigt i längden. Så när sommaren och solen kommer så ser man fram emot att turisterna kommer och ön blir befolkad med mängder med folk”. (Jenny)

Lena är också positiv till turismen och beskriver hur det under sommaren kan upplevas som att hon lever lite turistliv och att hon känner sig som en turist i sin egen stad. Erik, Johan och Anders uppmärksammar alla det positiva med att turismen bidrar till att restauranger och affärer kan ha öppet. De uttrycker även att utbudet hade varit ett helt annat utan turismen.

En positiv aspekt som samtliga respondenter betonar är betydelsen av hur turismen påverkar arbetstillfällena på ön. Det är främst arbete under högsäsong för ungdomar inom restaurang, affärer och hamn som lyfts fram. Markus har själv arbetat på ön under somrarna och ser arbetsmöjligheterna som en stor fördel. Även Lena poängterar hur Marstrands ungdomar gynnas av arbetstillfällena som skapas.

”Jag menar alla våra ungdomar är ju säkra på att få jobb här ute på sommaren. De vill ju gärna anställa Marstrands ungdomar”. (Lena)

Lena och Anders tillägger även att visst underhåll och upprustningsarbete är turismens förtjänst. De nämner bland annat nya vandringsleder, upprustning av hamnen och satsningar på badplatser som några lyckade exempel.

4.3.2 Negativa aspekter

En negativ aspekt som många respondenter tog upp var hur den stora mängden turister leder till ökad nedskräpning och slitage på ön. Jenny, Anders och Lena verkade dock inte uppfatta detta som ett särskilt stort problem utan konstaterade mest att en ökad folkmassa givetvis också leder till mer nedskräpning.

”Det är klart, mer folk är ju mer skräp, sen lite slitage så och nedskräpning kommer ju av att det blir fler människor”. (Lena)

Jenny påpekade dock att det borde finnas fler papperskorgar tillgängliga. Gunnar och Sara ser nedskräpningen som ett större problem och anser att turister är dåliga på att plocka upp efter sig själva.

”Morsan sa alltid det att det enda vi får av turisterna det är soporna, och det ligger mycket i det” (Gunnar)

En negativ effekt av turismen som samtliga respondenter beskriver är den allmänna trängseln som uppstår. Lena, Sara, Jenny och Anders tar bland annat upp de långa köerna i mataffären och till färjan. Gunnar och Erik konstaterar även att maten i affären ofta tar slut under högsäsong och detta är något som påverkar dem negativt. Jenny och Erik poängterar också hur biltrafiken ökar under den intensivaste turistperioden. Erik är den som fokuserar mest på denna problematik och han anser att turisternas inverkan på den ökade färdtiden är ett stort problem.

”Det blir ju så oerhört intensivt och det blir ju så, alltså hela vardagen blir ju drabbad när det är de här stora turisteventen här ute. Jag åker ju fram och tillbaka varje dag och det är ju ett h... att ta sig”. (Erik)

Beträffande trängseln tillägger Jenny som bor på Koön att det hade kunnat vara mysigt att bo på själva Marstrandsön istället, men nämner samtidigt att det kanske skulle bli för jobbigt med alla turister så nära inpå hela tiden.

Anders, Erik och Johan drar alla uppmärksamheten till att det finns vissa grupper som inte har insett hur viktig turismen är för Marstrand. De anser att många i den äldre generationen mest klagar på turisterna och inte inser dess värde för samhället.

”Äldre personer gillar ju inte alls turister. De bara kommer hit och ställer till det. De tjänar ju inga pengar på dem eller någonting, det är ju bara att de tar deras båtplatser och så”. (Johan)

Markus framhäver inte några specifika negativa aspekter som stör honom, men beskriver samtidigt att det är trängsel och fullt på badplatserna under sommaren. Dock mer som ett konstaterande än att det skulle innebära något negativt för honom personligen.

Förhållandet mellan gruppen av sommargäster och lokalinvånare anses vara ansträngd av både Sara, Gunnar och Anders. Många av respondenterna tar upp problematiken med att det mestadels är sommargäster och inte åretruntboende i Marstrand som har råd att köpa de fastigheter som finns ute på marknaden. Gunnar, Sara, Erik, Johan och Anders poängterar allihop att det i dagsläget är omöjligt för en vanlig barnfamilj att ha råd att köpa ett hus på Marstrandsön.

”Husen är för dyra för att barnfamiljer eller de som jobbar ska kunna komma in här, det går inte. Man får betala 10 miljoner för ett mediokert hus, det kan du köpa en herrgård för om du åker 4 mil åt andra hållet från Göteborg. Så det går ju bara inte”. (Anders)

Erik betonar att detta är ett väldigt stort problem för Marstrand. En liknande tankegång framförs av Gunnar som menar att framtidsbilden av Marstrand ser mörk ut, inte på grund av turismen utan av alla hus som står tomma. Han är rädd för att Marstrand kommer att upplevas som ett museum tillslut. Anledningen till att det har blivit så förklarar Sara med att havsnära

hus är väldigt attraktiva och hon spekulerar även i att Marstrand kanske har en extra klang som tilltalar vissa. Även Johan är inne på det spåret när han beskriver att Marstrand har blivit en exklusiv plats för människor med mycket pengar som vill köpa hus. På grund av att de höga bostadspriserna leder till att lokalbefolkningen inte har råd att köpa husen påpekar både Gunnar, Lena, Johan och Anders att det leder till att många av husen på Marstrandsön står tomma under stora delar av året. Johan, Gunnar, Lena och Anders tror att de tomma husen på sikt kan leda till att även turismen på ön påverkas negativt då det inte längre kommer att uppfattas som ett attraktivt samhälle att besöka.

Gunnar tar upp att en del av lösningen skulle kunna vara att erbjuda hyreslägenheter till de som vill bo på Marstrand permanent. Lena är mer inne på att bygga fler och billigare bostäder som fler kan ha råd med. Gunnar föreslår även att man skulle kunna införa en liknande boendelag som man gjort i Danmark där man inte får äga ett hus inom ett stadsplanerat område utan att bo där. Anders talar också om Danmarks boendelag, men ser inte detta som en fungerande lösning, utan menar att det finns för många omvägar runt den typen av lagar.

4.4 Turistflöde

Att högsäsongen är för kort är ett tema som de flesta respondenterna nämner. Vidare anser Gunnar att Marstrand skulle kunna ha möjlighet att ta emot fler turister om man kunde få en större spridning på turistflödet, då det i dagsläget är väldigt koncentrerat till Swedish Match Cup och juli månad. Gunnar föreslår att man borde planera fler evenemang innan midsommar eller i augusti, för att på så sätt skapa möjlighet att ta emot både fler turister och samtidigt bredda säsongen. Även Lena, Erik, Sara, Markus, Johan och Anders håller med om detta argument. En liknande tankegång framförs av Jenny som lyfter fram att det gjorts en hel del satsningar för att locka mer folk sedan hon flyttade dit för sex år sedan. Johan berättar att hans hotell har öppet åren runt och att de har försökt att få fler besökare under vinterhalvåret, men att det är svårt.

”Tjänar man mycket på högsäsong så måste man stoppa ner dem i hålen. Under sex månader tjänar man inte en krona. Det är mer en utgift än intäkt. Då måste man ha dragit in j... mycket pengar under högsäsong för att kunna stoppa in det i hålen”. (Johan)

Johan tillägger att en ökning av turismen skulle vara positiv, men att man då måste ta väl hand om de som besöker Marstrand och tillgodose behov såsom parkeringar, transport och hotellrum. Fler respondenter uppmärksammar dock att det skett en ökning i antalet turister och att spridningen över året har blivit lite bättre. Både Erik och Lena upplever att det börjat komma lite mer besökare under hösten och vintern sedan Havshotellet öppnade då de anordnar konferenser. Johan beskriver hur fler verksamheter och krogar väljer att ha öppet året runt, vilket medfört att människor vet att man kan åka till Marstrand även under lågsäsong. Samtidigt tror han inte att Marstrand är en plats som skulle klara av att ha mycket turism året runt då det i grunden är en badort som förknippas med sol och bad. Vidare tillägger han att ön även behöver ett levande samhälle och olika serviceenheter för att locka turister. Anders beskriver att man under alla år har försökt att bredda säsongen, bland annat

genom att seglingsklubben anordnade kappseglingar i slutet av augusti. Han upplever det dock inte som något konstigt att säsongen dör ut i slutet av sommaren då människor börjar jobba och skolorna startar.

Anders tror inte att turismen kan öka mer jämfört med hur det ser ut i dagsläget och det beror enligt honom mycket på tillgången till parkeringsplatser. Han berättar att faciliteterna och badplatserna räcker till, men att de flesta besökarna kommer med bil och då uppstår det problem. Just bristen på parkeringar är något som även Sara, Markus och Lena lyfter fram. Samtidigt tillägger Anders att det naturligtvis är bättre ju mer människor som besöker Marstrand, då de pengar besökarna spenderar går till samhället genom avgifter och skatter.

4.4.1 Turismens säsonger

Alla respondenter talar om att skillnaden mellan hög- och lågsäsong är markant. Jenny berättar att det under högsäsong strömmar in besökare till Marstrand om det är fint väder, medan hon under lågsäsong kan gå ut och inte möta en enda människa. Detta är någonting som även Anders beskriver.

Johan upplever lågsäsongen som väldigt lång medan högsäsongen är intensiv, något som även Markus poängterar. Enligt Johan varar högsäsongen egentligen bara från maj till slutet av augusti eller början av september beroende på vädret. Anders betonar även betydelsen av vädret och menar att det har en stor påverkan på turismen. Han förklarar att det vid fint väder kommer många besökare till ön för att sola och bada, medan det vid regn inte kommer någon till Marstrand. En liknande tankegång framförs av Johan.

”Det är ju vädret som styr alltihop. Nu kommer påsken tidigt i år och är det bra väder då är det jättemycket folk, det har ju vart en del folk som har vart här redan och det är på grund av det. Hade det varit dåligt väder hade det inte varit en kotte” (Johan).

Johan berättar att det är skönt med de lugnare perioderna då det finns tid till att ladda upp sig och samla energi inför kommande högsäsong. Dock menar han att dippen under lågsäsongen är för lång.

”Man blir ju ganska påverkad här ute, vi lever ju verkligen i en turistmetropol som är halva året, du möter knappt en annan människa när man går på kajen en kväll, medan du får trängas på sommaren”. (Lena).

Markus beskriver hur kajen och badplatserna fylls med turister under sommaren och speciellt under Match Cup veckan. Han betonar det positiva med att det är fullt av människor under sommaren och upplever att det är en stor kontrast till resten av året då ön är tyst och lugn. De flesta respondenterna uttrycker att turismen är intensiv under den veckan Swedish Match Cup anordnas på ön. Gunnar påpekar att seglingen medför att turismen på Marstrand blir väldigt centrerad och där får han medhåll från de flesta respondenterna. Vidare anser han att en sund turism inte bör överstiga antalet invånare med mer än tre gånger, vilket det enligt honom i

dagsläget gör under Match Cup. Han beskriver att det nästan blir en chock för ortsbefolkningen varje år när Match Cup veckan startar, och det blir en stor omställning då turistströmmen blir för intensiv. Det här perspektivet stöds även av Anders som tror att antalet turister har ökat på grund av Match Cup.

“Jag älskar segling men jag tycker inte om Matchracet för det genererar för mycket folk på en gång” (Gunnar).

4.5 Relation till turismen

4.5.1 Engagemang i turism och destination

Varken Markus, Erik, Sara, Gunnar eller Jenny är involverade i turismen och dess utveckling, Erik och Sara önskar heller inte något större inflytande. Jenny anser däremot att det är svårt att säga, då det beror på vad det handlar om. Markus uttrycker istället att det hade varit lite spännande. Han påpekar att det är många äldre personer som sitter i bland annat Marstrands företagarförening och beslutar om Marstrands framtid. Han betonar betydelsen av att det hade varit bra att ha med yngre personer i den processen. Han berättar även om idéer som han och hans vänner har pratat om. Han vill dock börja studera och känner att det är nästa steg för honom.

Både Lena och Johan är engagerade i turismen genom sina arbeten. Johan sitter med i Marstrands företagarförening genom sin verksamhet och Lena arbetar på ett hotell som är kopplat till turism. Lena upplever att hon i dagsläget har det inflytandet hon kan ha medan Johan resonerar:

”Nej, det är svårt att säga om jag skulle vilja ha mer inflytande. Det förknippas med ganska mycket jobb också om man har mer inflytande.” (Johan)

När det gäller ideellt arbete avslutade Sara sitt arbete med simskolan när hon fick sitt första barn medan Gunnar inte längre är aktiv på grund av ålder och brist på ork. Innan han blev pensionär var han mycket aktiv både politiskt och i en förening. Innan Anders pensionerades var även han involverad i turismen genom att arrangera evenemang och han var även aktiv i Marstrands seglingssällskap. Nu är han istället en föreningsmänniska och sedan han pensionerades har hans almanacka varit fulltecknad med olika förehavanden. Jenny engagerar sig också ideellt genom tennisklubben och har varit det sedan hon flyttade till Marstrand på 90-talet.

Engagemang i samhället behöver inte bara innefatta involvering i föreningslivet, utan kan även yttra sig på andra sätt. Både Jenny och Lena gör sitt bästa för gynna de lokala livsmedelsbutikerna under lågsäsong genom att stödhandla.

”Vi är ju beroende av turism här ute. Det räcker inte att sätta upp en affär ett par månader på sommaren. Man måste ha den här grunden för att även turismen på sommaren ska kunna leva. Det tror jag är viktigt. Det försöker man att tänka på

som Marstrandsbo, att man gynnar Tempo vid kajen annars får vi väl inte ha den kvar”. (Lena)

Sara anser att det är jättebra att det finns butiker på orten, men storhandlar samtidigt i Kungälv då hon påstår att hon annars skulle bli ruinerad. Övriga respondenter kom inte in på det specifika ämnet.

4.5.2 Relationen mellan lokalbefolkning och kommun

Överlag önskar intervjupersonerna att kommunen skulle lyssna mer på lokalbefolkningen och betonar att det är viktigt att få dem med sig. Gunnar och Lena tillägger att kommunen bör lyssna på befolkningen då de vet vad som kan och bör göras eftersom de lever på orten. Lena påpekar också att det kommer fram många bra idéer i de olika forum som finns. Gunnar upplever dock att det är svårt att få människor att engagera sig.

“Det är väldigt svårt att få folk till att engagera sig i vad f... det än är, är det idrottsföreningar eller vad det är så är det jättesvårt”. (Gunnar)

Både Gunnar, Erik och Anders anser att Kungälvs kommun bör inse potentialen hos Marstrand. Anders beskriver relationen mellan Kungälv och Marstrand som en slags hatkärlek, där Kungälv är storebror och Marstrand lillebror. Han berättar att Marstrandsborna vill att kommunen ska satsa mer pengar på dem, men att kommunen inte gör det på grund av rivaliteten som han påstår finns mellan dem. Johan beskriver relationen som svår:

”De har ju väldigt många små pluttar och Romelanda tycker att de vill ha lika mycket bidrag och pengar som Marstrand får men det är ju inte, man kan säga vad man vill men det är inte lika många turister som åker till Romelanda kanske om det inte är en specifik grej och det har ju varit mycket diskussioner”. (Johan)

Markus och Johan upplever att det går långsamt i beslutsprocessen hos kommunen, vare sig det handlar om bygglov eller infrastruktur. Detta är något som de tror att andra småorter runt omkring också känner av. Lena anser att det har blivit bättre och Sara menar att relationen fungerar bra idag. Dock poängterar Sara och Johan att kommunen hade kunnat marknadsföra orten på ett bättre sätt än de gör i dagsläget. Johan tillägger att detta egentligen gäller hela Bohuslänska kusten generellt och inte bara Marstrand.

5 Analys

I analysen kopplas den presenterade teorin samman med den insamlade empirin och påvisar de likheter och skillnader som finns. För att tydliggöra detta avsnitt har även analysavsnittet i likhet med empirin delats in i teman.

5.1 Engagemang i turismen och destinationen

CBT, med dess syfte att involvera lokalsamhällen i utvecklingen av en destination, är till för att säkerställa att fördelarna av turism faktiskt gynnar den lokala plats där turistaktiviteterna äger rum (Saarinen 2010). Choi och Murray (2010) betonar betydelsen av lokalbefolkningens deltagande i turismutvecklingen och menar att politiker och andra involverade måste inse att ortsbornas deltagande bidrar till planeringsprocessen, snarare än att störa den. Av studiens intervjupersoner är det endast tre stycken som idag beskriver att de har något med turismen och destinationens utveckling att göra. De två respondenterna som arbetar med turism har möjlighet att påverka genom sitt arbete och inte på grund av att de är lokalinvånare. Dock betonar CBT vikten i att även lyssna på de röster som inte är yrkesmässigt inblandade i turismen. De flesta av intervjupersonerna är inte engagerade i turismen. Det finns då en risk att ett av CBTs huvudmål, som är att ha lokal kontroll av turismutvecklingen, saknas. Även om inte alla åtta intervjupersoner har ett engagemang, så har det framkommit under intervjuerna att det finns många olika föreningar på Marstrand och att ett flertal intervjupersoner har eller har haft ett engagemang i dessa föreningar. Det är svårt att veta om de som är engagerade är det på grund av att de livnär sig på turismen eller av andra skäl. Lena och Anders har dock ett ideellt deltagande kopplat till turism som inte rör avlönat arbete.

För att kunna dra nytta av de löften som CBT utlovar behöver lokalbefolkningen vara tillräckligt medveten och ha kunskap om turism (Saarinen 2010). Enligt Lena blir man som ordsbo i ett litet samhälle som Marstrand involverad och engagerad just för att de vet om hur viktig turismen är för dem. Något som pekar på detta är att två utav intervjupersonerna värnar om de lokala livsmedelsbutikerna och att de stödhandlar regelbundet. Detta tyder på att de är medvetna och har kunskap om vikten av livsmedelsbutikernas överlevnad och åretruntverksamhet. Choi och Murray (2010) skriver att invånarnas livskvalitet kan höjas om de är involverade i utvecklingen av samhällets vision, mål och policy. Även om livskvaliteten höjs då livsmedelsbutikerna har öppet året om innebär inte detta att de som stödhandlar är direkt involverade i utvecklingen av samhällets vision, mål och policy. Su och Wall (2014) poängterar också att delaktighet inte nödvändigtvis säkerställer att invånarna får ta del av fördelarna av turismen. De menar att det endast är en av metoderna. De skriver istället att samhällets deltagande i beslutsfattandet kan leda till problem och eventuellt skapa interna konflikter samt ge upphov till orealistiska förväntningar (ibid). Teorin hänger delvis samman med Gunnars åsikter då han beskriver konflikter som uppstod när han var politiskt aktiv som lokalinvånare.

Enligt Ann Haraldsson på Södra Bohusläns Turism AB har turistantalet på Marstrand ökat, och då främst de internationella turisterna, vilket hon menar kan bero på de marknadsföringskampanjer och erbjudanden de har arbetat med. Sara och Johan tycker

däremot att Marstrand bör marknadsföras på ett annorlunda sätt då de inte uppfattar något positivt i hur det görs idag. Dock är varken Sara eller Johan involverade i turismutvecklingen eller i marknadsföringsarbetet på Marstrand. Cole (2006) menar att den lokala medverkan begränsas av flera olika faktorer, bland annat av medborgarnas brist på kunskap, tillit, tid och intresse. Något som också kan utläsas i intervjuerna, då även flera av de andra respondenterna inte heller har något engagemang i turismutvecklingen.

Yasothornsrikul och Bowen (2015) skriver att det är nödvändigt att veta både 'hur, varför och när' av effekterna som turism medför - och inte bara 'vad'. Då lokalbefolkningen enligt Lena är beroende av turism bör det vara extra viktigt för Marstrands befolkning och destinationsutvecklare att ha en djup förståelse för turismens påverkan. Anders, Erik och Johan nämner att det finns vissa grupper i samhället som inte har insett vikten av turismen. De menar att många äldre tycker att turister kommer till orten och ställer till det och ogillar dem på grund av det. De har därmed inte förstått hur, varför och när turismen påverkar orten, utan bara vad som påverkas, och då främst koncentrerat sig på de negativa aspekterna. Generellt genom intervjuerna visar ändå de flesta utav intervjupersonerna att de har förstått det Yasothornsrikul och Bowen (2015) beskriver vara nödvändigt. Ett exempel är att alla respondenter nämner att arbetstillfällena skapas genom att restauranger kan ha öppet, vilket också medför att samhället blir levande.

Yasothornsrikul och Bowen (2015) påstår att det är viktigt att lokalbefolkningens röster hörs samt att man söker djupt och detaljerat bland dem för att de ska öppna upp sig och säga vad de tycker och tänker. Många av intervjupersonerna framförde sina åsikter och berättade om vad de tycker är viktigast. Ingen tyckte dock att samma fråga var viktigast. Erik betonar att vägarna bör prioriteras, Johan tycker marknadsföringen bör förbättras medan Gunnar vill ha fler evenemang till destinationen för att bredda säsongen. Enligt Cole (2006) leder samhällets involvering i planeringen med största sannolikhet till ändamålsenliga beslut och större motivation, stöd och acceptans från invånarnas sida. Det kan dock vara ett hinder för kommunen då många invånare tycker så olika. Yasothornsrikul och Bowens (2015) skriver också att arbetar man med mänskligt beteende, åsikter och synpunkter, är de svåra att kontrollera och är mer eller mindre varierande från tillfälle till tillfälle.

Andereck och McGehee (2008) menar att det i slutändan är lokalbefolkningens åsikter som avgör vilka effekter av turismen som är acceptabla eller inte, och anser därför att beslutsfattare på en turistort bör lyssna på dem. Överlag önskar intervjupersonerna att kommunen skulle lyssna mer på lokalbefolkningen och betonar själva att det är viktigt att ha dem med sig. Samtidigt vill fem av dem inte ha mer inflytande i destinationens utveckling, trots att de påstår att kommunen bör lyssna mer på ortsborna. Många har åsikter och alla avgör tillsammans om turismen är acceptabel eller inte. Varför det också är viktigt att lyssna på lokalbefolkningen menar Diedrich och Garcia-Buades (2009) är på grund av att om en turist känner sig hotad av lokalinvånarna och ovälkommen så återvänder denne troligtvis inte. Turisten kan till följd av detta påverka andra människor att inte vilja besöka platsen, vilket skulle resultera i en minskning av turism (Diedrich & Garcia-Buades 2009). En minskning av turismen påstår alla respondenter skulle vara mycket dåligt för orten.

5.2 Positiva aspekter

Enligt Cole (2006) är turismen på en plats beroende av lokalinvärnarnas välvilja och samarbete och Andereck och McGehee (2008) menar att deras behov bör gå före turismutvecklingen för att behålla stödet för turism. Respondenterna har generellt en positiv syn på turisterna, dock gav alla uttryck för vissa irritationsmoment som påverkar deras syn på turismen. Turismens ekonomiska påverkan varierar stort för olika individer beroende på hur deras livssituation ser ut (Andereck & McGehee 2008). Denna teori speglas i de åsikter Johan uttrycker när han talar om turism, då de positiva aspekter som främst omnämns av honom är att turisterna inbringar ekonomiska vinster till hans verksamhet.

Saarinen (2010) betonar vikten av att lokalbefolkningen skall få ta del av turismens ekonomiska fördelar genom exempelvis ökad sysselsättning. Även Timur och Getz (2009) nämner hur turismen skapar arbetstillfällen som gynnar ortsinvärnarna. Detta är något som samtliga respondenter uppmärksammar då de tar upp att det skapas många arbetstillfällen under högsäsong. Det är dock ingen som tar upp det faktum att dessa arbetsmöjligheter endast är aktuella under några månader om året och att det skulle innebära något problem.

Nästan alla respondenter tycker att turismen medför att Marstrand hålls levande och de berättar att det är roligt när det blir liv och rörelse när våren kommer och turistsäsongen startar. Erik och Sara tillägger även att turismen bidrar till att det anordnas evenemang och andra roliga aktiviteter som tilltalar både turister och ortsbefolkning. Detta är ett resonemang som Andereck och McGehee (2008) är inne på då de menar att positiva effekter av turism bland annat innefattar förbättrad underhållning på platsen, samt fler historiska utställningar och andra typer av kulturella evenemang. Ytterligare ett tillägg till samma ämne är att Erik, Johan och Anders uppmärksammar att turisterna bidrar positivt till Marstrand då turismen gör det möjligt för restauranger och affärer att ha öppet samt skapar ett bredare utbud. Lena och Anders påtalar även att visst underhåll och upprustningsarbete är turismens förtjänst. De nämner bland annat nya vandringsleder, upprustning av hamnen och satsningar på badplatser som några lyckade exempel.

Turism är beroende av värdsamhällets välvilja och samarbete då det är en serviceindustri. För att uppnå en gästvänlig atmosfär är det viktigt att destinationen har god service. I flera virtuella enkäter som genomförts i tidigare forskning, har det visats sig att lokalbefolkningens vänlighet är högt listad bland positiva egenskaper på en destination (Cole 2006). Utifrån empirin framkommer det att respondenterna i det stora hela är vänligt inställda till turismen då de alla är medvetna om vilka positiva effekter turismen har på Marstrand och hur mycket det lilla samhället är beroende av den.

5.3 Negativa aspekter

Moscardo (2008) beskriver en studie som genomförts i 92 länder där ett flertal negativa effekter av turism identifierats. När dessa analyserades upptäcktes fem återkommande teman. Dessa var miljöförstöring, konflikter, kulturella utmaningar, besvikelse när turismutvecklingen inte inbringade de utlovade förmånerna och störningar i det dagliga livet

(ibid). Gunnar nämner att han undrar var de ekonomiska utkomsterna som turismen inbringtar vägen och han tycker sig inte få ta del av dessa på de sätt som han hoppats på. Detta argument kan kopplas till studien som Moscardo (2008) lyfter fram, då den visar att en av de negativa effekterna är att lokalbefolkningen blir besviken när turismen inte ger de förmånerna som utlovats.

I fallen med störningar i det dagliga livet uppmärksammar Moscardo (2008) några olika orsaker till detta. Den första var att trafikstockningar och allmän trängsel ökade på platsen. Den andra var ökade levnadskostnader genom stigande huspriser och andra prisökningar. Den sista orsaken var förändringar i markanvändningen som resulterade i längre färdväg till boende och arbete (ibid). Samtliga respondenter talar om att det uppstår allmän trängsel på Marstrand på grund av turismen. Lena, Sara, Jenny och Anders nämner bland annat de långa köerna i mataffären och till färjan. Gunnar och Erik konstaterar även att maten i affären ofta tar slut under högsäsong och detta är något som påverkar dem negativt. Jenny och Erik poängterar också hur biltrafiken ökar under den intensivaste turistperioden. En annan negativ aspekt som några respondenter tog upp var hur den stora mängden turister leder till ökad nedskräpning och slitage på ön. Alla dessa störningar beskrivs i den studie Moscardo nämner (2008) och det innebär att de tillfrågade respondenterna upplever vanligt förekommande negativa effekter av turism som uppkommer på många olika turistdestinationer. Respondenterna upplever dock de negativa effekterna på olika sätt. Erik är exempelvis den som fokuserar mest på trafikproblemet. Markus framhäver inte några specifika negativa aspekter som stör honom, men konstaterar samtidigt att det är trängsel och fullt på badplatserna under sommaren. Till skillnad från de andra respondenterna verkar han inte lägga någon tyngd vid de negativa effekterna.

Om ortsbefolkningen på en destination upplever turismen som någonting negativt och det i sin tur påverkar deras attityd och reaktion, riskerar det att få en negativ inverkan på turistens upplevelse och kan leda till att turismen minskar (Diedrich & Garcia-Buades 2009). I linje med denna teori drar Anders, Erik och Johan alla uppmärksamheten till att det finns vissa grupper som inte har insett hur viktig turismen är för Marstrand. De anser att många i den äldre generationen mest klagar på turisterna och inte inser dess värde för samhället.

En välmående turism bör inte innefatta spekulation, då detta medför att marknadspriserna trissas upp och det i sin tur leder till att lokalbefolkningen inte har råd att köpa hus i området (Krippendorf 1999). Bostäder är en central fråga för skärgårdarnas utveckling, både för näringslivet och den sociala och kulturella samhörigheten (Normark et al. 2004a). Detta är en problematik som de flesta respondenterna reflekterar över, och utifrån de åsikter som uttryckts under intervjuerna är det tillsynes ett stort problem för samhället Marstrand.

I skärgården har det framförts förslag på att införa boplikt. Den önskade effekten av införandet av boplikt är att försäkra sig om att nybyggnation skall användas för åretruntboende (Normark et al. 2004b). Det förslaget stöds av Gunnar som föreslår att något som liknar Danmarks boendelag skulle kunna användas för att dämpa det faktum han påstår finns, att många fastigheter på Marstrand köps upp av sommargäster. Till skillnad från Gunnar tror Anders inte att ett sådant initiativ skulle vara lösningen på problemet då han anser att det finns alltför många omvägar runt en sådan lag.

Glesbygdsverket kallar bostadsproblematiken för skärgårdens moment 22, en bostadssituation som anses vara nästintill olöslig (Normark et al. 2004b). Det förefaller vara en åsikt som delas av flertalet intervjupersoner. På frågan om de ser någon lösning på problemet med de höga huspriserna och det faktum att samhället behöver fler invånare för att överleva, kommer Gunnar med förslaget att erbjuda hyreslägenheter till de som vill bo permanent på Marstrand och Lena föreslår billigare bostäder som fler kan ha råd med. Johan, Gunnar, Lena och Annika tror även att problematiken med de tomma husen i slutändan kan leda till att också turismen i Marstrand påverkas negativt. Detta då orten inte längre kommer att uppfattas som ett attraktivt samhälle att besöka.

5.4 Hög- och lågsäsong

Krippendorf (1999) beskriver hur turistorter i de Schweiziska alperna har anpassat sig och lärt sig att leva med säsongsbaserad turism. Dessa destinationer är beroende av turismen, men uppskattar samtidigt de lugna perioderna under lågsäsongen då denna tid är viktig för att återhämta sig och ta del av samhället igen (ibid). Johan uppmärksammar samma tema och säger att de lugnare perioderna är sköna då det finns tid för att vila sig inför nästa högsäsong. Ett flertal av de andra respondenterna nämner också att de tycker att lugnet under höst och vinter är en skön kontrast till de turisttäta sommarmånaderna. Det är dock Johan som talar mest om detta.

5.5 Marstrands kapacitet

Toleransnivåerna på en destination eller plats kan utmanas om antalet turister överskrider antalet invånare (Usher & Kerstetter 2014). En liknande tankegång framförs av Gunnar när han berättar att sund turism enligt honom inte bör överstiga antalet invånare mer än tre gånger. Han tillägger att Swedish Match Cup innebär en chock för lokalbefolkningen varje år då tävlingen skapar en mycket intensiv turistström under samma vecka. Turism skapar en hög koncentration av besökare på samma plats under en kortare period, och på grund av detta uppstår de negativa effekter som turism medför (Gračan, Zadel & Rudančić-Lugarić 2011). Flera respondenter talar om att turismen på Marstrand är intensiv, speciellt under Swedish Match Cup veckan och i juli månad. De flesta negativa aspekter som omnämns är också kopplade till just denna period på året, vilket stärker teorin om att en hög koncentration av turism under en kort period ger upphov till negativa effekter. Även Krippendorf (1999) belyser att flera av de problem som uppstår i samband med turism hör samman med den stora koncentrationen av turister under några veckor per år och den trängseln som turismen medför. Hur många turister som kan accepteras på en och samma gång bör finnas med i planeringen av turismen och dess utveckling (ibid). Ett resonemang som kan kopplas till denna fråga är att många av de som deltagit i studien har talat om att bredda turistsäsongen och försöka få den mindre koncentrerad då de flesta respondenterna upplever att Match Cup veckan skapar den största delen av de problem som är kopplade till turism.

Gračan, Zadel och Rudančić-Lugarić (2011) menar att en del av de negativa effekter som turismen ger upphov till kan hindras genom att beräkna en plats carrying capacity. Det skulle dock kunna uppstå svårigheter i att hantera just Match Cup veckan då det är en intensiv vecka med seglingstävlingar, och det kan vara svårt att reglera hur många besökare som skall få tillåtelse att komma och titta på tävlingarna på en och samma gång. Carrying capacity innebär också att turisternas närvaro måste vara acceptabel för både lokalinvånarna och turisterna (ibid). Utifrån empirin är de negativa effekterna som uppstår under tävlingsveckan för tillfället inte acceptabla för lokalbefolkningen.

5.6 Marstrands utvecklingsfaser

TALC används för att beskriva en destinations olika utvecklingsfaser. I stagnation steget har antalet besökare nått sin topp och kapaciteten inom flera olika områden har uppnåtts eller överskridits (Butler 2006), samtidigt som destinationens ekonomi är beroende av turism (Diedrich & Garcia-Buades 2009). Under Match Cup veckan upplever respondenterna att det inte är möjligt att ta emot fler turister, och Marstrand kan därmed vara uppe i sin maxkapacitet under denna period. Detta tyder på att Marstrand befinner sig i stagnationens fasen. Andra faktorer som pekar på att orten är inne i denna fas är att destinationen i allra högsta grad är beroende av turism. Det visar sig bland annat genom att respondenterna betonar betydelsen av de arbetstillfällena som skapas i samhället under högsäsong. Detta kan också ses som ett tecken på att Marstrand är ekonomiskt beroende av turism. Erik, Johan och Anders uttrycker även att utbudet av restauranger och affärer skulle vara ett helt annat om det inte vore för att turister kom till Marstrand. Samtidigt påpekar dock samtliga respondenter att Marstrand har möjlighet att ta emot fler turister än vad de gör idag så länge turistflödet blir fördelat under större delar av året. Johan förklarar att de har försökt att få fler besökare under vinterhalvåret men att det är svårt. Samtidigt tror han inte att Marstrand är en plats som skulle kunna ha mycket turism året runt då det i grunden är en badort som förknippas med sol och bad.

Development fasen kännetecknas av att turisterna ökar i antalet i och med att de får större kännedom om attraktioner på platsen och att faciliteter förbättras på grund av turismen (Usher & Kerstetter 2014). Johan beskriver bland annat hur fler verksamheter och krogar väljer att ha öppet året runt på Marstrand, vilket har medfört att människor vet att man kan åka dit även under lågsäsong. Lena och Anders lyfter även fram att nya vandringsleder och förbättringar på badplatser har genomförts på grund av turismen. Dessutom öppnades Havshotellet 2010 med kapacitet att ta emot konferenser och SPA-gäster under hela året. Detta kan ses som ett försök att genomföra förändringar för att säkerställa destinationens överlevnad och därigenom möta turismens förväntningar, vilket enligt Usher och Kerstetter (2014) beskriver development fasen. Det finns däremot olika indikatorer som pekar mot att Marstrand antingen befinner sig i stagnationsfasen eller development fasen.

6 Diskussion

I detta avsnitt diskuteras och reflekteras det över studiens resultat och analys. Även egna antaganden som bearbetats under studiens gång presenteras.

Den övervägande positiva synen på turismen som samtliga respondenter uttrycker skulle kunna bero på att de är medvetna om hur viktig turismen är för orten. Den positiva aspekten gällande ökade arbetstillfällen som respondenterna lyfter fram, överensstämmer med tidigare forskning som presenteras av både Saarinen (2010) och Timur och Getz (2009). Det är dock ingen som tar upp det faktum att dessa arbetsmöjligheter endast är aktuella under några månader om året och att det skulle innebära något problem. Detta kan ha sin förklaring i att de aktuella arbetspositionerna främst riktar sig till unga människor som studerar under resterande del av året. Vidare belyser ett flertal respondenter även att turismen medför att det blir mer liv och rörelse på orten genom att fler restauranger och affärer har öppet samt att fler evenemang anordnas. Detta anses vara en positiv effekt av turismen vilket även framförs av Andreck och McGehee (2008). De negativa effekter som lyfts fram av respondenterna går i linje med de som Moscardo (2008) framför gällande allmän trängsel, trafikstockning, nedskräpning och ökade huspriser. Här skiljer det sig mellan vad respondenterna fokuserar mest på bland de olika negativa aspekterna. Erik är exempelvis den som fokuserar mest på trafikproblemet vilket med största sannolikhet är kopplat till att han pendlar till Göteborg för sitt arbete och således är den som drabbas mest av den ökade trafiken. Det relativt stora fokus som flera av respondenterna lägger på bostadsfrågan under intervjuerna, tyder på att bostadsproblematiken är något som har drabbat samhället Marstrand förhållandevis hårt, samt att det anses vara en högst aktuell fråga för lokalbefolkningen. Anders, Erik och Johan påstår att det finns vissa i den äldre generationen i samhället som inte har insett hur viktig turismen är för Marstrand, och de klagar mest på turisterna. Negativa tankar om turism och dålig attityd på grund av oförståelse för positiva effekter skulle kunna leda till minskad turism i Marstrand.

Majoriteten av de negativa aspekter som omnämns under intervjuerna är starkt kopplade till just Swedish Match Cup veckan och tiden före och efter evenemanget. Detta kan tolkas som att Marstrands carrying capacity och toleransnivå överskrids under just den här veckan. Då så stort fokus ligger på denna vecka hos respondenterna kan det betyda att den skapar så pass många negativa effekter att det blir ohållbart under just den perioden. Det väcker funderingar kring om dessa negativa effekter hade försvunnit eller upplevts som mindre besvärande om evenemanget inte hade anordnats på just Marstrand. Strategin att beräkna carrying capacity hade kunnat användas av de som arbetar med turismutvecklingen på Marstrand för att ta reda på om turisternas närvaro är godtagbar för lokalbefolkningen eller inte. På så sätt skulle möjligtvis de upplevda negativa effekterna som respondenterna tagit upp kunna mildras eller förhindras. Att bredda turistsäsongen skulle också kunna vara en metod för att komma runt vissa av de problem som en hög koncentration av turism medför.

Samtliga respondenter påpekar att Marstrand har möjlighet att ta emot fler turister än vad de gör idag så länge turistflödet blir fördelat under större delar av året. Med utgångspunkt i det perspektivet är det tveksamt om Marstrand har nått sin kapacitet i antal besökare, och frågan är då om man kan påstå att orten verkligen befinner sig i stagnation fasen. Ett argument kan vara att orten istället under vinterhalvåret befinner sig i development steget då flera respondenter upplever att det har skett en ökning i antalet turister under denna period. Det kan

alltså antas att orten befinner sig i två olika faser beroende på tid på året. Om Marstrand under vintersäsongen någon gång kommer att övergå i stagnation fasen är dock oklart. Enligt Johan har de försökt att få fler besökare under vinterhalvåret men att det är svårt. Samtidigt är det flera respondenter som tycker om kontrasten på vintern då det blir lugnt till skillnad från sommarmånaderna. Det är Johan som talar mest om detta, och det beror troligtvis på att han driver ett hotell och märker av den intensiva högsäsongen på ett annat sätt än de flesta andra respondenterna.

Flera författare lägger vikt vid att lokalbefolkningen bör involveras i turismutvecklingen (Saarinen 2010; Choi & Murray 2010; Cole 2006). Dock är de flesta av respondenterna inte engagerade i turismutvecklingen, vilket kan ha olika orsaker. Det skulle kunna bero på brist på tid, som Sara beskrev det då hon avslutade sitt ideella engagemang när hon fick sitt första barn. Cole (2008) nämner även att brist på kunskap, tillit och intresse kan vara en orsak till den bristande lokala medverkan i turistdestinationer. Gunnar kan ha en viss brist på tillit då han inte förstår vart pengarna turismen medför tar vägen. Erik och Jenny däremot, har snarare brist på intresse då de inte vill ha något ytterligare inflytande. Vissa respondenter anser dock att kommunen bör lyssna mer på lokalbefolkningen. Det kan emellertid vara svårt att uppnå på grund av deras begränsade medverkan i turismutvecklingen. Det är därför svårt att dra en slutsats kring om CBTs huvudmål uppnås eller inte på Marstrand. Bland annat påtalar Ann Haraldsson att Södra Bohusläns Turism ABs marknadsföringskampanjer kan ligga bakom ökningen av internationella turister till Marstrand. Trots detta uppfattar inte Sara och Johan något positivt med hur marknadsföringen genomförs i dagsläget. I detta fall verkar det som att lokalbefolkningen inte är medvetna om den positiva ökningen av antalet turister som marknadsföringen faktiskt har medfört, vilket skapar ett missnöje. Detta hade möjligtvis kunnat undvikas genom att involvera lokalbefolkningen i turismutveckling samt marknadsföringen av Marstrand. På så sätt hade de som planerar turismen samtidigt kunnat lyssna på de åsikter och önskemål som lokalbefolkningen faktiskt har.

7 Slutsats

I detta kapitel redogörs studiens slutsats utifrån vad som framkommit i empirin och analysen och besvarar forskningsfrågan som ligger till grund för uppsatsen.

Det övergripande syftet med studien var att undersöka hur individer påverkas av turism på den egna orten. De slutsatser som går att utläsa efter genomförd studie är att olika individer lägger vikt vid olika aspekter av ortens turism beroende på hur deras livssituation ser ut och vilken koppling de själva har till turismen i sig. Det går dock att utläsa att intervjupersonerna övervägande har en positiv syn på turismen, men både positiva och negativa aspekter har identifierats.

Utifrån insamlad data har det kartlagts att Marstrand som destination befinner sig i stagnation fasen under högsäsong och under development fasen under lågsäsong. TALCs olika utvecklingsfaser kan påverka en lokalbefolkning och deras syn på turism beroende på vilken fas destinationen befinner sig i. Eftersom Marstrand befinner sig i två olika faser beroende på säsong, kan därför deras inställning variera under året. Det är även viktigt att veta vilken fas destinationen befinner sig i för att satsningar inom turismutvecklingen ska ske på bästa sätt.

Vidare går studiens resultat i linje med de teorier som presenteras i tidigare forskning, genomförd på andra platser i världen. Trots att studiens omfattning inte är tillräcklig för att dra några generella slutsatser skulle detta kunna tyda på att individer ur en lokalbefolkning har en liknande syn på turism, oberoende av geografisk plats och landets utvecklingsgrad.

8 Reflektion

I detta avsnitt presenteras en reflektion över studiens styrkor och svagheter samt en kritisk reflektion kring metoden som använts.

Att flera respondenter med olika bakgrund givits möjlighet att uttrycka sina synpunkter ur var och ens eget perspektiv är en av studiens styrkor då detta gett en inblick i hur olika individer upplever turismens effekter. Däremot kan studiens resultat inte generaliseras och är därmed inte representativt för hela Marstrands befolkning. Detta då en större studie hade behövts genomföras för att få fram ett sådant resultat. Tidpunkten för genomförandet av intervjuerna var under lågsäsong när destinationen befann sig i development fasen utifrån TALC-modellen. Ortsbefolkningen hade med andra ord inte upplevt någon större mängd turister på flera månader, vilket till viss del kan ha påverkat deras svar. Turismens inverkan kan ha glömts bort eller känts mer eller mindre viktig, än om samma frågor hade ställts under högsäsong då Marstrand är inne i stagnation fasen. Då tiden avsatt för denna studie är begränsad kan dock denna problematik inte undersökas djupare i denna studie.

8.1 Metodreflektion

Då syftet med studien var att ta reda på hur olika individer påverkas av turismen på hemorten ansågs semistrukturerade intervjuer vara bäst lämpade för forskningsfrågan. Dock kan det anses att den primärdata som samlades in genom intervjuerna begränsades av den avgränsade tidsperioden, samt att tillräcklig mängd data inte har samlats in för att få en statistiskt relevant studie. Även om urvalet av intervjupersoner gjordes med en tanke om att försöka få en så nyanserad bild som möjligt är resultatet kanske inte representativt för alla Marstrandsbor, utan ger endast en bild av vad enskilda individer anser. En studie med fler respondenter med liknande bakgrundsfaktorer hade möjligtvis kunnat ge en tydligare bild av hur stor påverkan dessa egenskaper har på synen av turism. Det hade även varit mer sannolikt att se generella samband genom resultatet. Dock hade en sådan undersökning troligtvis inte varit möjlig att genomföra i denna studie på grund av den begränsade tiden. Däremot hade empirin kunnat struktureras och analyseras genom en uppdelning av intervjuerna istället för teman. På så sätt skulle respondenternas olika åsikter framhävas utifrån deras bakgrund. Denna metod valdes dock bort då vi ansåg att teman skapade en bättre struktur och tydligare koppling till teorin då den också baserades på en liknande uppdelning. Teorin har kontinuerligt kunnat kopplas till empirin vilket pekar på att den var relevant för studiens syfte.

9 Fortsatt forskning

Här presenteras förslag på vidare forskning inom ämnet.

Då intervjuerna i denna studie genomfördes under lågsäsong befann sig lokalbefolkningen i en viss sinnesstämning. Det hade varit intressant att genomföra en studie på samma sätt men under högsäsong och på så sätt se om resultatet hade sett annorlunda ut.

För att vidareutveckla studien som genomförts och överbrygga de begränsningar som uppmärksammats skulle en mer omfattande undersökning kunna utföras. Exempelvis genom att inkludera fler respondenter samt använda både kvalitativa och kvantitativa metoder.

Källförteckning

- Andereck, K. & McGehee, N. (2008). The Attitudes of Community Residents Towards Tourism. *Tourism, Recreation and Sustainability*. I McCool, S. & Moisey, N. (red.) *Tourism, recreation and sustainability* 2. uppl., Oxforshire: CABI, ss. 236-259.
- Bryman, A. & Bell, E. (2011). *Företagsekonomiska Forskningsmetoder*. 2. uppl., Stockholm: Liber AB.
- Butler, R.W. (2006). *The Tourism Area Life Cycle Applications and Modifications*. Clevedon: Cromwell Press.
- Carlstens Soldathotell (2012). *Carlstens fästnings historia*.
<http://www.carlstenssoldathotell.se/soldathotellens-historia/> [2015-04-29]
- Choi, H.C. & Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), ss. 575-594.
- Cole, S. (2006) Information and Empowerment: The Keys to Achieving Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6), ss. 629-644.
- Das, D., Sharma, S., Mohapatra, P. & Sarkar, A. (2007). Factors influencing the the attractiveness of a tourist destination: A case study. *Journal of Services Research*. 7(1).
- Diedrich, A. & García-Buades, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*. 30, ss. 512-521.
- Elvingson, P. (2015) *Hållbar utveckling*.
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/hållbar-utveckling> [2015-05-04]
- Gračan, D., Zadel, Z. & Rudančić-Lugarić, A. (2011). Management of sustainable tourism development: Case Study Plitvice Lakes National Park. *International Journal of Management Cases*, 13(4), ss. 24-33.
- Hofflander, F. (2010). Nytt hotell med utsikt. *Göteborgs-Posten*, 5 juni.
<http://www.gp.se/nyheter/vastsverige/bohuslan/1.385605-nytt-hotell-med-utsikt>
- Krippendorf, J. (1999). *The holiday makers; understanding the impact of leisure and travel*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Kungälv kommun (2008). *Idealbild Marstrand: En vision om ett hållbart Marstrandssamhälle som är mindre säsongsb beroende och med möjlighet till framtida utveckling*. Kungälv: Kungälv kommun.

Kuvan, Y & Akan, P. (2012). Conflict and agreement in stakeholder attitudes: residents' and hotel managers' views of tourism impacts and forest-related tourism development. *Journal of Sustainable Tourism* 20(4), ss. 571–584.

Lipkin, L. (2015). *Marstrands gästhamn*.
http://www.kungalv.se/Besoksanlaggningar/Marstrands_gasthamn/ [2015-05-14]

Lundber, E. (2014). *Tourism impacts and sustainable development*. Diss. Göteborg: Göteborgs Universitet.

Marstrand Open Water (2015). *Hem*. <http://marstrandopenwater.se> [2015-04-29]

Marstrands Hamn (2015). *Färjan*. <http://marstrandsgasthamn.se/farjan> [2015-04-29]

Moscardo, G. (2008). Introduction. I Moscardo, G. (red.) *Building Community Capacity for Tourism Development*. Oxfordshire: CABI, ss. ix-xii.

Mårtensson, S., (2015). *Befolkning*.
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/befolkning> [2015-05-04]

Patel, R. & Davidson, B., (2011). *Forskningsmetodikens grunder: Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. 4. uppl., Lund: Studentlitteratur AB.

Pettersson, R. (2004). *Sami Tourism in Northern Sweden – Supply, Demand and Interaction*. Diss., Umeå Universitet, Sweden. Umeå: Unvi.

Pomerina, A., Noble, G. & Johnson, L.W. (2011) Conceptualising a contemporary marketing mix for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(8), ss. 953–969.

Rancken, J. (2015). *Historia*.
<http://www.kungalv.se/t/Page.aspx?id=4047> [2015-04-29]

Rosenberg, L. & Wahlberg, O. (2004). *Lokal utveckling av turistdestinationer: en studie av ett utvecklingsprojekt och dess effekter i företagarledet*. Östersund: ETOUR

Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 33(4), ss. 1121–1140.

Saarinen, J. (2010). Local tourism awareness: Community views in Katutura and King Nehale Conservancy, Namibia. *Development Southern Africa*, 27(5), ss. 713-724.

Seniorseglaren (2015). *Instöbron*.
<http://www.seniorseglaren.se/instobron-filer/instobron.htm> [2015-05-11]

Stena Match Cup Sweden (2015). *The event*.
<http://www.stenamatchcupsweden.com/event/> [2015-02-23]

Su, M.M. & Wall, G. (2014). Community Participation in Tourism at a World Heritage Site: Mutianyu Great Wall, Beijing, China. *International Journal of Tourism Research*, 16, ss. 146-156.

Södra Bohuslän Turism (2015). Södra Bohuslän [broschyr].

Tanguaya, G.A., Rajaonsona, J. & Therrienb, M.J. (2013) Sustainable tourism indicators: selection criteria for policy implementation and scientific recognition. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6), ss. 862–879.

Tillväxtverket (2013). *Fakta om svensk turism - Turismens effekter på ekonomi, export och sysselsättning samt volymer, beteenden och efterfrågan*. Stockholm: Tillväxtverket.

Tillväxtverket (2015). *Hållbar destinationsutveckling*.

<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/insatserfortillvaxt/naringslivsutveckling/besoksnaring/hallbardestinationsutveckling.4.6a7dfe9a134cd71cae180008518.html> [2015-03-21]

Timur, S. & Getz, D. (2009). Sustainable Tourism Development: How Do Destination Stakeholders Perceive Sustainable Urban Tourism?. *Sustainable Development* 17 (4), ss. 220–232.

Turistdeligationen (1995). *Turismens begreppsnyckel: En översikt över internationellt rekommenderade begrepp med definitioner för turism*. Stockholm: Turistdeligationen.

UN Documents (2015) *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm> [2015-05-04]

Usher, L.E., & Kerstetter, D. (2014) Residents' perceptions of quality of life in a surf tourism destination: A case study of Las Salinas, Nicaragua. *Progress in Development Studies*, 14(4), ss. 321-333.

Västrafik (2015). *Reseplaneraren*.

http://reseplanerare.vasttrafik.se/bin/query.exe/sn?L=vs_vasttrafik&ld=fe2&L=vs_vasttrafik&OK#focus [2015-04-29]

Västsverige (2010a). *Gå runt Marstrand*.

<http://www.vastsverige.com/sv/marstrand/artiklar/Ga-runt-Marstrandson/> [2015-04-29]

Västsverige (2010b). *Kungliga Marstrand*.

<http://www.vastsverige.com/sv/marstrand/artiklar/kungliga-marstrand/> [2015-04-29]

Västsverige (2015a). *Marstrand min plats på jorden*.

<http://www.vastsverige.com/sv/marstrand/products/174345/Marstrand-min-plats-pa-jorden-Ann-Rosman-forfattare/> [2015-04-29]

Västsverige (2015b). *Aktiviteter*.

<http://www.vastsverige.com/sv/marstrand/aktiviteter/> [2015-04-29]

Västsverige (2015c). *Om Södra Bohuslän Turism*.

<http://www.vastsverige.com/sv/sodrabohuslan/Info/Om-turistbolaget/> [2015-04-29]

Wall-Reinius, S. (2014). *Hållbar turism: Lokal delaktighet och samverkan i glesbygd*.

Östersund: ETOUR.

Whitforda, M.M. & Ruhanenb, L.M. (2010) Australian indigenous tourism policy: practical and sustainable policies? *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), ss. 475–496.

World Tourism Organization (2015). *Sustainable Development of Tourism*.

<http://sdt.unwto.org/content/about-us-5> [2015-02-22]

World Economic Forum (2014) *Travel and tourism competitiveness*.

<http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness/> [2015-02-22]

Yasothersrikul, P. & Bowen, D. (2015). Tourism Demonstration and Value Change.

International Journal of Tourism Research, 17, ss. 96–104.

Bilaga 1

Statistik från Statistiska Central Byrån (SCB).

	1990	1995	2000	2005	2010
T4504 Marstrand, (Kungälv)	1 196	1 337	1 377	1 432	1 319

Bilaga 2

Statistik från Patrik Flodin, Marstrands Gästhamn via e-post.

Antal båtplatser i gästhamnen

275st varav 88st bokningsbara, det finns dock kapacitet till att ta in runt 320st.

Färjeåkare år 2013

Högsäsong 1 juni - 31 augusti: 333 430 st.

Lågsäsong: 209 309 st.

Totalt antal turister 2013: 542 739 st.

Gästhamnsbesökare 2013 (antal båtar)

Lågsäsong oktober 2012 - april 2013: 125st

Försäsong 1 maj - 14 juni: 1698st

Högsäsong 15 juni - 15 augusti: 9782st

Eftersäsong 16 augusti - 30 september: 1534st

Totalt antal: 13 139 st.

Färjeåkare 2014

Högsäsong 1 juni - 31 augusti: 294 935 st.

Lågsäsong: 224 105 st.

Totalt antal turister 2014: 519 040 st.

Gästhamnsbesökare 2014 (antal båtar)

Lågsäsong oktober 2013 - april 2014: 305st.

Försäsong 1 maj - 14 juni: 1815st

Högsäsong 15 juni- 15 augusti: 9858st.

Eftersäsong 16 augusti - 30 september: 1378st

Totalt antal: 13 356

Bilaga 3

Intervjumall 1

Intervjumall 1 användes då Södra Bohuslän Turism ABs VD Ann Haraldsson intervjuades.

Bakgrundstema

Hur länge har du arbetat som turistchef för Södra Bohuslän Turism?

Kan du kort berätta lite om dina arbetsuppgifter?

Hur arbetar organisationen med Marstrand?

Turismen på Marstrand

Hur påverkar turismen Marstrand?

- Kan du beskriva skillnaden mellan hög och lågsäsong?
- På vilket sätt påverkar turismen arbetstillfällena på ön?

Ser ni något mönster i antalet turister som besöker Marstrand? (Med turism menar vi alla besökare som kommer till Marstrand som inte är åretruntboende).

- Och i så fall hur? Kan du beskriva den förändringen?
- (Följdfråga: Menar du under sommar- eller vintersäsong eller generellt året om)?

Ser ni några trendförändringar för turismen på Marstrand?

Hur tror du samhället skulle påverkas av en minskning av turismen? Varför?

Hur tror du samhället skulle påverkas av en ökning av turismen? Varför?

Tror du att Marstrand har kapacitet att ta emot fler turister under högsäsong?

Hur ser Marstrands möjligheter ut att ta emot fler turister så som Marstrand ser ut idag?

Hur ser Marstrands möjligheter ut att expandera i framtiden?

Hur framställer ni Marstrand? Kan du beskriva varför?

Involveras lokalbefolkningen i planeringen av Marstrand och dess turistutveckling?

- På vilket sätt och varför arbetar ni som ni gör?
- (Använder ni några riktlinjer/hjälpmedel?)

Hur ser framtidsplanen ut för Marstrand?

Intervjumall 2

Mallen användes när lokalbefolkningen på Marstrand intervjuades.

Bakgrundstema

Namn:

Ålder:

Hur länge har du bott på Marstrand/Koön?

- Är du ditflyttad eller uppväxt på Marstrand/Koön?

Sysselsättning:

Vad är turism för dig?

Hur ser du generellt på turister?

Turismens påverkan på intervjupersonen

Kan du beskriva hur turismen påverkar ditt dagliga liv?

Hur påverkar turistsäsongerna på Marstrand dig?

- Lågsäsong vs. Högsäsong.

På vilket sätt är du involverad i turismen och dess utveckling?

- Önskade du att du hade ett större inflytande?
- Kan du beskriva på vilket sätt?

Om du har något ideellt engagemang kopplat till turism, kan du kort beskriva det?

- Hur länge har du varit aktiv?

Vem/vilka får ta del av de positiva och negativa utfall som turismen medför?

- Hur ser fördelningen ut?

Hur ser din framtidsbild på Marstrand ut?

Turismen på Marstrand

Hur påverkar turismen ön?

- Kan du beskriva skillnaden mellan hög och lågsäsong?
- Hur påverkas ö-gemenskapen av turism?
- Hur påverkas den fysiska miljön på Marstrand av turismen? Ex. din omgivning.
- På vilket sätt påverkar turismen arbetstillfällena på ön?

Har du upplevt en förändring av antalet turister som besöker Marstrand? (Med turism menar vi alla besökare som kommer till Marstrand som inte är åretruntboende).

- Och i så fall hur? Kan du beskriva den förändringen?
- (Följdfråga: Menar du under sommar- eller vintersäsong eller generellt)?

Hur tror du samhället skulle påverkas av en minskning av turismen? Varför?

Hur tror du samhället skulle påverkas av en ökning av turismen? Varför?

Hur ser Marstrands möjligheter ut att ta emot fler turister så som Marstrand ser ut idag?

Hur ser Marstrands möjligheter ut att expandera i framtiden?

Om du skulle vilja ge kommunen ett råd angående turismutvecklingen, vilka huvudsakliga förändringar eller förbättringar skulle du föreslå?

Är det okej om vi kan återkomma med fler frågor om det visar sig att vi behöver?



HÖGSKOLAN I BORÅS

Besöksadress: Allégatan 1 · Postadress: 501 90 Borås · Tfn: 033-435 40 00 · E-post: registrator@hb.se · Webb: www.hb.se