

Uppsats/Examensarbete: 15 hp

Orust- möjligheternas ö till hållbar turism?



Författare
Pernilla Karlsson

Handledare
Marie Stenseke

C-uppsats i Kulturgeografi
VT2017

Institutionen för ekonomi och samhälle
Avdelningen för Kulturgeografi

Handelshögskolan vid
Göteborgs Universitet



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

Nivå: Kandidat
Kurs: KGG310
Termin/år: VT2017
Handledare: Marie Stenseke
Examinator: Eva Thulin
Nyckelord: Hållbar turism, Hållbar destinationsutveckling, Hav, Natur och Miljö

Förord

Jag har under hela min uppväxt bott på Orust och bor fortfarande kvar på ön. Jag har följt hur saker och ting har förändrats inom näringslivet på Orust. Turismen har under alla år varit väldigt stor under sommarhalvåret, för att sedan minska när hösten kom. Jag har alltid fängslats över att så många människor vill komma ut till Orust och det kryllade verkligen av människor och jag kunde inte riktigt förstå vad det var som lockade folk hit ut. Som vuxen är jag lika fascinerad över att möta alla dessa turister men nu kan jag i alla fall förstå vad det är som lockar... Det är ju närheten till havet.

Turismen är både positiv och negativ för Orust, då vår unika natur far illa av allt slitage som har blivit med tiden. Att utveckla en hållbar turism tror jag är det enda sättet att bevara vår natur och miljö på ön, och därför vill jag göra denna studie och undersöka hur kommunen och företagare ställer sig till hållbar turism och hur de arbetar för att utveckla detta begrepp.

Denna kandidatuppsats är mitt examensarbete i ämnet kulturgeografi för en fristående samhällsvetenskaplig utbildning via Göteborgs Universitet Handelshögskolan hösten 2014.

Jag vill rikta ett stort tack till min handledare Marie Stenseke som med god handledning har stöttat mig och kommit med feedback och goda råd.

Jag vill även tacka min familj, vänner, nära och kära som har varit med under denna period och gett mig stöttning och pushning när det har varit som jobbigast.

Ett stort tack vill jag också rikta till de respondenter som gav sig tid att ta emot mig och som ställde upp på en intervju trots att det var mitt i julruschen! Utan er hjälp hade det inte blivit någon studie, så tack än en gång.

Orust 2015-02-04

Pernilla Karlsson

Sammanfattning:

Turismen på ön har alltid haft en viktig roll i Orusts näringsliv och idag är den större än någonsin. På somrarna är det fullt med turister överallt på ön. Vissa av besökarna kommer med båt och bor i någon av gästhamnarna på ön medan andra kommer med bil eller buss för att antingen bara stanna över dagen eller övernatta. Det är positivt i den bemärkelsen att många verksamheter kan livnära sig på turismen, men samtidigt blir det ett stort slitage på naturen och miljön. Problemet för Orusts turismutveckling är att utveckla turismen på ett sätt som inte påverkar miljön negativt samtidigt är det viktigt för verksamhetsutövarna att inte turistantalet minskar.

Mitt syfte med studien är att undersöka hur kommunen och företagare på Orust ser på och arbetar för att utveckla en hållbar turism. Jag har använt mig av kvalitativ metod med intervjuer. Respondenterna bestod utav sex (6) personer som arbetar aktivt med turismen på Orust.

Utifrån min frågeställning vill jag undersöka följande:

- Hur beaktar Orust kommun och företagare på ön begreppet hållbar turism samt destinationsutveckling?
- Hur aktiva är kommunen och företagare gällande hållbar utveckling inom turism?

Som teori har jag använt mig av hållbar regions- och destinationsutveckling då det finns en röd tråd i mellan begreppen hållbar destinationsutveckling och hållbar turism.

I min analys och slutsats kom jag fram till att det finns en god potential för Orust att bli en turistort med hållbar turism då alla respondenter ansåg att miljön är viktig ur alla perspektiv då många av turisterna kommer till Orust just för den unika och vackra naturen. Alla respondenter hade ambitionen att värna mer om miljön i framtiden och det på ett sätt som gjorde att en ökning av turister inte skulle påverka naturen negativt. Under intervjuerna kom respondenterna med olika förslag på hur man kan utveckla turismen så den blir mer hållbar ur ett miljövänligt perspektiv.

Nyckelord: Hållbar turism, Hållbar destinationsutveckling, Hav, Natur och Miljö.

Innehåll

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problemformulering	2
1.3 Syfte och frågeställning	4
1.4 Den kulturgeografiska ansatsen till turismen.....	4
1.5 Begreppsdefinitioner	4
1.5.1 Begreppet turist	4
1.5.2 Begreppet Hållbar turism	5
1.5.3 Ekoturism.....	6
1.6 Disposition	7
2. Historisk och geografisk bakgrund	8
2.1 Turismens historia	8
2.2 Orust geografi	9
2.3 Orusts historia	11
3. Medverkande samarbetspartners	12
3.1 Olika projekt och organisationer/bolag	12
3.1.1 Västsvenska turistrådet	12
3.1.2 Tillväxtverket	12
3.1.3 Svensk Turism AB	12
3.1.4 Framtidskuster	12
3.1.5 Projektet Seemore.....	13
3.1.6 Föreningar	13
4. Teoretisk bakgrund.....	14
4.1 Introduktion till teorin	14
4.2 Destinationsutveckling	14
4.3 Hållbar turism	16
4.4 Problem i kustnära kommuner.....	17
4.5 Norge – ett framgångsrikt turistland.....	19
4.6 Sammanfattning	20
5. Metod	21
5.1 Val av metod.....	21
5.2 Kvalitativ metod	21
5.2.1 Intervjuer	21

5.3	Genomförande	22
5.3.1	Urval	22
5.3.2	Datainsamling.....	22
5.3.3	Analysmetod.....	23
5.4	Alternativa metoder	24
5.4.1	Introduktion.....	24
5.4.2	Kvalitativa metoder	24
5.5	Avgränsning och källkritik.....	25
5.5.1	Avgränsning	25
5.5.2	Källkritik.....	25
5.5.3	Reliabilitet och validitet.....	25
5.5.4	Forskningsetiska överväganden	26
6.	Resultat.....	27
6.1	Introduktion.....	27
6.2	Intervjuer	27
6.2.1	Tjänsteman 1	27
6.2.2	Tjänsteman 2	29
6.2.3	Tjänsteman 3	31
6.2.4	Företagare 1	33
6.2.5	Företagare 2	35
6.2.6	Företagare 3	37
7.	Analys	40
	Analys av frågeställningarna	40
7.	Slutsatser och egna reflektioner	44
7.1	Slutsats	44
7.2	Egna reflektioner	45
	Litteraturförteckning	47
	Bilaga 1.	50

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Det är mycket liv och rörelse i samhällena som ligger utmed vår kustremsa och särskilt på somrarna då många turister väljer att besöka områden som ligger nära havet. När sommarsäsongen är över försvinner turisterna och det orsakar problem för de människor som försöker att livnära sig inom branscher som är turistbetonade, såsom exempelvis butiker och restauranger som har svårt att hålla sin verksamhet igång året om. På många företags hemsidor kan man se att öppettiderna sträcker sig från att ha till exempel öppet varje helg från början av april till att under sommaren ha öppet varje dag för att i mitten av augusti återgå till helgöppet igen. I slutet av september stänger de för året.

När en kommun ligger ute i periferin som många kustkommuner gör är det viktigt att ha ett näringsliv som känns tryggt för de personer som väljer att bosätta sig där året om. Att försöka skapa en hållbar turism kan vara ett sätt att behålla turismen samtidigt som man kan bevara den unika miljö som finns på kusterna.

Inom begreppet hållbar turism ingår precis som i hållbar utveckling tre dimensioner: socialt, ekonomiskt och ekologiskt. I det sociala och ekonomiska kan hållbarheten vara att få turisterna att komma åter till platsen, eller rekommendera platsen till någon annan, medan den hållbara turismen för den ekologiska definitionen handlar om att skapa en utveckling som inte påverkar naturen negativt.



Figur 1 – Översiktskarta norra Västkusten

1.2 Problemformulering

För en ö som Orust är turism en viktig inkomstkälla och spelar en stor roll i kommunens näringsliv. Befolkningen ökar på sommarhalvåret från cirka 15 000 personer till cirka 40 000 personer. Problemet är att när det är sådan stor rörelse och aktivitet på ön på somrarna som sedan trappas ner resten av året har inte många aktörer inom näringslivet såsom exempelvis restauranger och småbutiker någon möjlighet att ha sina verksamheter igång året om. Många av affärsinnehavarna bor mestadels av året inte på Orust utan enbart under sommarhalvåret. Orust är en blomstrand ö under högsäsong men resten av året är det inte många affärer och liknande som har öppet.

Det finns många fina naturområden på Orust och det är främst för naturens skull som så många turister lockas att komma till Orust. Det är inte enbart positivt för ön att befolkningen ökar då det är svårt att hålla efter med till exempel renhållning och andra faktorer som kan ge en negativ effekt på vår natur. Eftersom många turister kommer till Orust via vattenvägen (med egen båt) är det nödvändigt att hamnarna på ön är kapabla att ta emot många turister samtidigt. Gästhamnarna är ofta fulla till bredden under högsäsongen och det krävs att allting fungerar i hamnen (Orust kommun, 2015).

Det finns många platser som lockar turister till Orust. Dock är många av platserna små till storleken och det blir väldigt trångt när många människor skall samsas på samma plats (Orust kommun, 2015).

Kommunen deltar i olika projekt för att tillsammans med andra kommuner försöka finna en lösning som är positiv både för naturen och för att turistantalet inte ska minska. Jag vill undersöka hur kommunen och företagarna utifrån frågeställning ett (1) och två (2) arbetar när det gäller begreppet hållbar turism och om de beaktar begreppet som viktigt ur ett miljöperspektiv då det gäller hållbar turism.



Figur 2 - Inlopp till Henåns båt- och gästhamn

1.3 Syfte och frågeställning

Syftet med min studie är att undersöka hur kommunen och företagare på Orust ser på och arbetar för en hållbar turism.

Frågeställningarna är följande:

- Hur beaktar Orust kommun och företagare på ön begreppet hållbar turism och destinationsutveckling?
- Hur aktiva är kommunen och företagare gällande hållbar utveckling inom turism?

1.4 Den kulturgeografiska ansatsen till turismen

Kulturgeografi är en del av geografin som studerar hur samhället och människan använder och formas av omvärldens förutsättningar och resurser. En kulturgeograf studerar även hur samspelet mellan människa och miljö utspelar sig och hur rumsliga flöden och lokaliseringsmönster ser ut (Gren & Hallin, 2003).

Det rumsliga perspektivet utgår från företeelsers lokalisering, förankring, utbredning och fördelning på jordytan. Med detta menas att kulturgeografins rumsliga perspektiv utgår ifrån hur de olika objekten är placerade gentemot varandra och i vilket förhållande de är till varandra. Objekten kan vara till exempel platser, regioner eller landskap (Gren & Hallin, 2003).

Kulturgeografi och turismen hör ihop av olika skäl. Bland annat är det den rumsliga utbredningen av det befintliga rummet som människor har. Ordet geografi betyder jordbeskrivning och det som är grundläggande för all geografi har med den rumsliga aspekten att göra (Aronsson, 1989). Den andra faktorn är att en person som rör sig från hemmet till turistorten ger en viss rumslig konsekvens, då personen som kommer till en annan ort kan vara med och påverka den lokala ortens utveckling och förändring i miljön. Den tredje aspekten som gör att geografin och turism hör ihop är att turisten handlar turismtjänster av den lokala befolkningen vilket gör att konsument och producent samtidigt måste befinna sig på samma plats. Andra varuinköp kräver inte att produktionen sker på samma plats som turisten befinner sig utan det är den lokala handeln som kräver det.

1.5 Begreppsdefinitioner

1.5.1 Begreppet turist

Det finns flera definitioner av begreppet turist. I boken Riktade studier för utveckling av svensk turism, tar författaren Ossian Stiernstrand upp två klara definitioner gällande allt slags resande. Definitionerna för en turist är att hon/ han alltid reser till något, samtidigt som hon/ han alltid åker ifrån något. Detta betyder att om en person åker till en plats så åker personen också ifrån något (sin hemort). Vilket författaren antyder till att man inte kan göra enbart ett av alternativen. (Stiernstrand, 1998).

En annan indelning av definitionen turist är att dela in turisterna i olika grupper. En grupp med ”fasta” turister där personerna väljer att stanna kvar på en plats och övernattar minst en natt. Den andra gruppen med ”rörliga” turister där personerna väljer att enbart stanna till över dagen och turista, eller bara stannar till snabbt för att till exempel äta (Ibid).

Man kan också beskriva resandet som push och pullfaktorer. Pushfaktorn är en faktor som trycker ifrån sig något, i detta fall gör att turisten söker sig bort från sin vardag och rutin medan pullfaktorn är en faktor som man kan definiera med att den lockar och drar till sig turisten till exempel en turistdestination(Ibid).

Turismen är idag en av världens viktigaste näringskällor. Tack vare teknikens framfart, bättre infrastruktur och en utveckling av människors levnadsstandard, vill och kan allt fler människor ut och se sig om i världen. Enligt FN:s organ för turismfrågor (World Tourism Organization) så förutspås en fortsatt stark utveckling inom turism. World Tourism Organization, har introducerat ett citat som kan definiera begreppet turist:

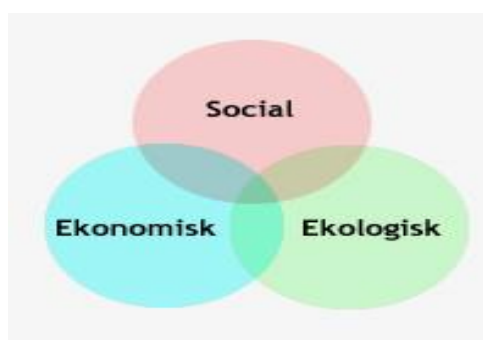
”Any person residing within a country, irrespective of nationality, travelling to a place within this country other than his usual place of residence for a period of not less than 24 hours or one night for a purpose other than the exercise of a remunerated activity in the place visited. The motives for such travel may be 1) leisure (recreation, holidays, health, studies, religion, sports); 2) business, family, mission, meeting.”

Jag har inte fördjupat mig i någon av dessa dimensioner, då det för min undersökning inte var relevant att dela på dessa två dimensionerna. Dock kan det i andra sammanhang eller undersökningar vara viktigt att skilja på dessa begrepp då det kan förekomma vissa skillnader för resenärernas mål för sin resa. Om de har valt att stanna på platsen i några dagar eller enbart reser till en plats för ett utflyktsmål och sedan väljer att resa vidare.

1.5.2 Begreppet Hållbar turism

Många människor förknippar destinationen Sverige med hållbarhet när det gäller både miljö och ett hälsosamt liv. Detta beror på vår starka naturprofil och att vi har en relativt hälsosam livsprofil. Hållbarhet när det gäller turism är att försöka få verksamhetsutövarna öka sin verksamhet så fler turister kommer till platsen, men även sträva efter att lämna ett minimalt avtryck i vår natur (Visitsweden, 2010). Hållbar turism är en så kallad ”förlängd arm” utifrån begreppet *Hållbar utveckling*. Allt som utvecklas inom turismen inom detta område härstammar från grunden utifrån samma aspekter som Hållbar utveckling har. Utifrån figuren nedan kan vi utläsa att de tre dimensionerna ”flyter” in i varandra. Målet med hållbar utveckling är att de tre dimensionerna skall både finnas för att stötta varandra i utvecklingen och att skapa en gemenskap i samhället genom exempelvis samarbete.

De tre dimensionerna som ingår i hållbar utveckling är: social, ekonomisk och ekologisk utveckling.



Figur 3 - Hållbarhetens tre dimensioner

Begreppet Hållbar turism har flera olika betydelser. Ur den ekologiska dimensionen är betydelsen att verksamhetsutövare på platsen utvecklar en turism som inte påverkar naturen på ett negativt sätt. Att avtrycken i naturen inte blir långvariga eller att landskapsbilden inte förändras för all framtid. Det betyder också att vi människor inte använder jordens resurser på ett sätt som gör att det inte finns en möjlighet att återhämta det förbrukade resurserna (Naturvårdsverket, 2014). De andra två dimensionerna av hållbar turism kommer ur ett socialt och ekonomiskt perspektiv, som innefattar att turisterna återkommer till en plats och på så sätt ger destinationen en ekonomisk trygghet (Ibid).

För en turist har begreppet hållbar turism en annan betydelse än för destinationen. Turisten har ofta ett önskemål om att allt skall finnas på en och samma plats såsom exempelvis att kunna bo, att ha valmöjlighet att välja mellan olika alternativ när de skall äta, att det finns ett utbud som resenären kan göra och som de kan resa till på ett enkelt och effektivt sätt. (Stiernstrand, 1998). Att en person känner sig nöjd med destinationen gör att hon/ han återkommer till platsen, vilket är ett sätt att få turismen hållbar. Förväntningarna på vad platsen har att erbjuda turisterna är höga, även när det gäller det miljömässiga (Ibid).

1.5.3 Ekoturism

Ekoturism är en viktig del av hållbar turism då denna turism utgår ifrån att minimera avtrycken i naturen, samtidigt som de vill ge turisterna en upplevelse som gör att de känner sig nöjda med sitt val av plats. Ekoturismen växer sig allt större i hela världen. Denna turism vänder sig inte till en massaturism, utan de vill enbart ha några få turister åt gången. Enligt VisitSweden är det ett antal procent av turisterna som reser enligt definitionen: den miljömedvetna globala resenären (Ekoturismföreningen, 2010). Det är en ökning som är positiv inom denna rese målgrupp.

Ett citat från The International Ecotourism Society ger en grundläggande förklaring till vad ekoturism är definierad med:

"Responsible travel to natural areas that conserves the environment, sustains the well-being of the local people, and involves interpretation and education".

Utbildningen är till för alla, både gäster och personal som arbetar inom turistbranschen. Ekoturismens mål är att på något sätt förena bevarandet av det hållbara resandet och samhället. Genom att ge utbildning till personal på olika arbetsplatser i samhället, exempelvis hotellpersonal eller andra som i sitt arbete stöter på turismen kan detta vara en möjlighet att bevara turismen runt om i världen. Som inte påverkar naturen och miljön negativt (The International Ecotourism Society, 2014). Det finns vissa principer som en ekoturist skall följa och några av principerna är:

- Minimera fysiska, sociala, beteendemässiga och psykologiska effekter.
- Bygga upp ett miljömässigt och en kulturell medvetenhet och respekt för naturen.
- Se till att skapa positiva upplevelser både för besökare och för värdar.
- Generera ekonomiska fördelar för både lokalbefolkningen och det privata näringslivet.

Många destinationer vill utveckla sin turism till att vara mer hållbar när det gäller det ekologiska, sociala och det ekonomiska. Ekoturismen gör en sakta men säker tillväxt, men det kräver mycket arbete och kunskap för att lyckas med att utveckla en ekoturism, men att destinationen har ett mål att

uppnå en större siffra inom denna sektor är en bra och trygg faktor för alla, både natur och för näringslivet.

1.6 Disposition

I första kapitlet presenteras en *sammanfattning av studien, problemformulering, syfte och frågeställning, den kulturgeografiska ansatsen till turismen samt olika begreppsdefinitioner*. I uppsatsens andra kapitel presenteras *Turismens och Orusts historia*. Kapitel tre innehåller *olika samarbetspartners* som är viktiga för Orusts utveckling. Fjärde kapitlet redogör för den teoretiska *bakgrunden* som jag har använt mig som består av *hållbar destinationsutveckling, tidigare forskning och studier* samt en kort *sammanfattning* av ämnet. I kapitel fem presenteras *metoden*, och det metodval jag har valt är kvalitativ metod med intervjuer av sex (6) stycken respondenter. Därefter följer *avgränsningar och källkritik* av min studie. I den *empiriska delen* av uppsatsen kommer kapitel sex där *presentation/beskrivning av resultatet* av intervjuerna presenteras. I sjunde kapitlet presenteras *analysen* där jag sammanfattar resultatet av mina intervjuer av respondenterna. Slutligen kommer kapitel åtta som visar *slutsatser och egna reflektioner*.

2. Historisk och geografisk bakgrund

2.1 Turismens historia

”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”.

Citat taget ur Turistdelegationens begreppsnyckel från Tillväxtverket (Turistdelegationen, 1995).

Människor har rest under många tusen år. I boken *Turismens historia och utveckling* tar författarna Thomas Blom och Mats Nilsson upp hur människor i Mesopotamien redan år 3500-2000 f Kr skapade andra livsstilar än vad som redan fanns (Blom & Nilsson, 2005). Dessa nya livsstilar innefattade bland annat att människor började resa. Det kunde vara handelsmän som reste till olika marknader för att köpa eller sälja varor. Det kunde även innefatta att ”vanliga” människor valde att resa till olika platser där de kunde uppleva till exempel kontakt med havet. Detta anser författarna vara en tidig form av turism då människorna på ett eller annat sätt kunde förflytta sig från hemmet till en annan plats för att få en upplevelse (Blom & Nilsson, 2005). Resandet blev också lättare när det utvecklades övernattningsmöjligheter och även platser där resenärerna kunde få i sig en bit mat. Detta är vad vi idag kallar för en sorts samhällsutveckling och en utveckling inom turismen (Blom & Nilsson, 2005).

I Sverige på 1800-talet blev ”brunnsdrickandet” väldigt populärt. Att dricka brunn utvecklades i samband med rekreationsplatser och dessa platser blev högsta mode (Blom & Nilsson, 2005). Det berodde mycket på att människor både kunde finna rekreation och hälsa samtidigt som de kunde vara i sociala miljöer och umgås med andra människor. Platserna fanns ute på landsbygden där de första anläggningarna låg på västkusten och grundades på cirka 1820-talet (Ibid).

Ordet turist nämndes för första gången i skrift 1824, i samband med en illustrerad bild på en man. Några år senare skrev författaren Carl Jonas Love Almqvist en artikel i Aftonbladet med rubriken: *Hvad är en Tourist?* Denna artikel anses vara den första där begreppet turist diskuteras i media (Blom & Nilsson, 2005).

I Sverige är det tack vare förändringen som skedde i Sverige under 1800-talet som gjorde att människor här började resa mer än vad de tidigare har gjort (Blom & Nilsson, 2005). När industrialismen kom till Sverige och många människor valde att lämna sina hem på landet för att flytta in till städerna förändrades livet på landsbygden. Många jordbruk försvann i och med att de människor som hade brukat jorden flyttade och näringslivet på landsbygden förändrades i och med detta (Ibid).

År 1938 kom lagen om rätt till två veckors semester då staten fick som uppgift att se till att den lag kom i kraft. Lagen kom till genom att många arbetsgivare var oroliga att arbetstagarna skulle slita ut sig och bli trötta och då kunde en olycka på arbetet vara ett faktum (Regeringskansliet, 2015). Denna lag gjorde att allt fler människor hade möjlighet till att få några veckors semester och de kunde åka bort från staden för att få en möjlighet till rekreation. I och med att allt fler människor valde att flytta från landsbygden in till städerna och börja arbeta inom industrierna fick även medelklassen en möjlighet till att spara pengar till semester och kanske ta med familjen på en resa (Stiernstrand, 1998). Detta blev en förändring i samhället då det innan var med överklassens människor som hade haft denna möjlighet.

I dag är turismen en viktig inkomstkälla för näringslivet i Sverige. Det är allt fler människor som väljer att turista här och det är både svenskar och utländska turister som lockas av utbudet som finns i Sverige (Tillväxtverket, 2015). Tillgången till olika aktiviteter expanderar hela tiden i landet och turistnäringen växer. Förr var det mest till havet människorna reste till men idag är det inte enbart havet som lockar utan det kan likaväl vara skogen som är målet för turisterna (Ibid).

Om vi jämför turism idag och hur den var för cirka 50 år sedan har det hänt en del med dess utveckling. Kommuner och företagare som arbetar inom turism har en annan medvetenhet om konkurrensen mellan destinationer och att de måste följa med i utvecklingen för att vara attraktiva. Förr var turister nöjda med att komma till en plats och ta vardagen som den är och människor behövde inte ”locka” till sig turisterna på samma sätt som idag, då det finns många platser som kan ge samma utbud. Aktörerna måste visa upp sin verksamhet och vara drivande för att få turisterna till sig, då konkurrensen har blivit större.



Figur 4 - Nöteviken utanför Henån

2.2 Orust geografi

Orust är en av Sveriges största öar och ligger på västkusten, i norra Bohuslän. På Orust västra sida finns det några små fiskesamhällen kvar som idag besöks av många turister. Det är mycket berg och små smala vägar mellan vissa platser. Många av platserna har sina hamnar kvar och idag är de flesta hamnarna utvecklade med en gästhamn för att kunna ta emot turister

som kommer via båt. Inåt mitten av Orust, samt östra delen av ön finns det en del jordbruksmarker. Stränderna på Orust består mest av karga klippor, men det finns några sandstränder. Det finns åtta större badplatser som sköts av föreningar och på de flesta av dessa badplatser finns det simskolor under några veckor på sommaren. Badplatserna finns runt hela ön och är populära stränder att bada vid (Orust kommun).

Även om det kan uppfattas som att Orust består av mycket skog så tillhör kommunen en av de kommuner som är mest skogfattiga i Sverige (Bergil, o.a., 2013).

Då Orust är en ö så finns det många fjordar runt om, bland annat Stigfjorden som ligger mellan Orust och grannkommunen Tjörn, och är ett skyddat naturvårdområde, samt ett naturreservat (Bergil, o.a., 2013).

Det finns många historiska platser på ön och vissa av platserna är väl bevarade och där finns även gångstråk utmarkerade. En intressant pilgrimsfärd finns och är åtta (8) mil lång och som går som i en åtta (8). På färden finns det möjlighet att besöka åtta kyrkor (Orust kommun).

Det finns ett naturreservat ute på Gullholmen där det råder ett rikt fågelliv. Käringön, Gullholmen, Härmanö är öar utanför Orust som lockar till sig många fåglar och andra djurarter. Öarna är bilfria och ut till öarna går det färjor från Tuvesvik (Orust kommun).



Figur 5- karta över Orust

2.3 Orusts historia

Kommunen har idag cirka 15 000 bofasta invånare. Antalet invånare har skiftat under många år. 1880 mättes den högsta invånarsiffran någonsin på Orust, som då var 18 129 (Almegius, 1999). Sedan dess har antalet invånare sjunkit.

Havet har alltid spelat en stor och viktig roll för Orust. Dels var det för havets skull som de första turisterna sökte sig hit, och dels var havet viktigt ur transportsynpunkt. Många fartyg kom och gick ifrån hamnarna på ön. Även för fisket och båtindustrin var havet viktigt (Almegius, 1999).

Båtindustrin har funnits under hela öns tusenåriga historia. Från att ha byggt vikingaskepp till dagens båtindustri som är känd över hela världen, har båtindustrin betytt väldigt mycket för Orust och dess historia. Dock har båtintresset runt om i världen minskat, och således även båttillverkningen. Många av båtvarven har fått lägga ner sin verksamhet eller minskat ner på arbetskraften. I dag är det bara ett fåtal båtvarv kvar på Orust (Sweboat - båtbranschens riksförbund, 2014).

Turismen har varit en viktig inkomstkälla för Orust under många år. Många småbutiker lever på att det kommer turister under sommarhalvåret och handlar i deras butiker (Carlsson & Overland, 1994).

I Stillingsön, som är en liten ort på östra delen av ön, har det funnits möjligheter för sommargäster att komma och bo sedan slutet av 1800-talet. Det var främst för havets skull som många besökare lockades dit, och för att få en möjlighet att uppleva den fina naturen som finns runt om. 1868 byggdes ett pensionat som kunde ta emot ett antal gäster, och efter att det hade annonserats i tidningar om detta vackra pensionat, så fick ortsborna snart börja bygga fler sommarhus för att kunna ta emot ännu fler turister. I anslutning till bryggan fanns det även en ångbåtsbrygga, dit större ångbåtar kunde lägga till. Även på Orust västra del började ortsbefolkningen bygga sommarhus för att kunna ta emot turister som ville komma till ön för att kombinera salta bad i havet och lummiga grönskande områden (Carlsson & Overland, 1994).

I dag finns det ett stort antal platser dit turister strömmar till under högsäsong. De flesta av platserna ligger på Orusts västra del, såsom Mollösund, Käringön och Gullholmen. Medan den östra sidan av Orust inte har lika mycket turister som förr (Orust kommun). Det finns dock lite färre båtplatser på den östra delen, då det inte finns någon gästhamn vilket gör att tillgängligheten för båtturister minskar.

3. Medverkande samarbetspartners

3.1 Olika projekt och organisationer/bolag

Det finns olika bolag och projekt som Orust kommun samarbetar med och deltar i för att utveckla en hållbar turism. Att delta i olika projekt kan vara lönande då det skapas bra kontakter och samarbete med både grannkommuner, organisationer eller bolag som kan hjälpa till att nå målet hållbar turism. På Orust finns även många ideella föreningar och småföretag som arbetar inom turistbranschen. Några av projekten och bolagen presenteras i följande avsnitt.

3.1.1 Västsvenska turistrådet

Västsvenska turistrådet är en regionsorganisation som ägs helt av Västra Götalandsregionen och som arbetar med hållbar utveckling inom bland annat turismen där ett av målen är att få företag inom regionen så pass konkurrenskraftiga att de på lång sikt skall bli vinstdrivande företag. Där finns även en arbetsgrupp som arbetar med frågor och idéer från olika företagare och aktörer på hur de skall kunna gå vidare i sin strävan att uppnå målet (vastsverige.com, 2011). Ett sätt att arbeta är att se till att allt fler kommuner samarbetar med varandra, detta för att tillsammans bli en starkare region och även kunna skapa en destinationsutveckling. Med hjälp ifrån detta bolag, så kan regionen få fram information om vad som kan locka till sig fler turister och även vad som är attraktivt. Syftet för bolaget är att driva en besöksnäring utveckling som gynnar de regionala företag som arbetar med turism.

Västsvenska turistrådet (VT) har arbetat med ett antal olika projekt runt om i Sverige. Bohuslän har varit delaktig i ett av projektet, där alla elva kommuner blev inbjudna till ett möte som Turistrådet anordnade. Med hjälp av Turistrådet har många företag ändrat lite i sin verksamhet och anpassat den efter vad som efterfrågas av turisterna (vastsverige.com, 2011).

3.1.2 Tillväxtverket

Tillväxtverket är en myndighet som är tillsatt av regeringen och som har fullt ansvar för myndighetens verksamhet. Tillväxtverket är till för att hjälpa och stärka företag så de blir konkurrenskraftiga mot liknade verksamheter (Tillväxtverket, 2015).

Besöksnäringens programmet skall hjälpa verksamheterna och företagen att främja utvecklingen av besöksnäringen. Sverige som turistland har som mål att skapa en hög attraktionskraft och en turistnäring som är konkurrenskraftig och som bidrar till hållbar tillväxt. Denna tillväxt kommer i sin tur att skapa en ökad sysselsättning i hela landet (Ibid).

3.1.3 Svensk Turism AB

Svensk turism AB ägs av cirka 170 organisationer och företag i Sverige. Svensk Turism AB representerar och utvecklar en utveckling inom besöksnäringen för att få den att bli ännu större och mer konkurrenskraftig. De har ett samarbete med andra organisationer såsom exempelvis VisitSweden (Svensk Turism AB, 2014).

3.1.4 Framtidskuster

Framtidskuster är ett projekt som Orust kommun har varit delaktig i med flera andra kommuner i Sverige, Norge och Danmark. Projektet handlar om att hjälpa kommuner med att skapa en hållbar utveckling och då främst i vårt fiskevatten som vi delar med både Norge och Danmark. Projektet pågick mellan 2010-2012 och finansierades av bland annat EU. Även

universitet i Lund och Göteborg var med i projektet. På Orust var det Käringön som undersöktes (Orust kommun).

3.1.5 Projektet Seemore

Seemore som står för Sustainable Energy Efficient Mobility Options är ett projekt som sträcker sig från 2012 till 2015 och går ut på att finna alternativa hållbara transporter inom Fyrbodalsområdet. Orust och andra gränskommuner deltar i projektet. På grund av studier som har visat att turistresandet står för cirka 50 % av resta mil i industrialiserade länder, och där det förväntade antalet turister antas öka, måste det till en förändring då det gäller transportfordon. Annars kan problemet göra att turistorten får ett minskat antal turister, då målgrupperna inom turismen kan vara åldrande resenärer som inte vill köra bil eller miljömedvetna resenärer som vill semestra utan bil (Fyrbodals kommunalförbund, 2014).

3.1.6 Föreningar

Det finns ett stort antal föreningar som är engagerade på Orust, och som på något sätt har en anknytning till turismen. I nästan varje socken finns det en samhällsförening som har olika aktiviteter såsom exempelvis simskolor, visafnarn med mera. Det finns även en företagarförening som ordnar lite arrangemang under sommarhalvåret. Runt om på ön finns det små butiker som säljer diverse saker, till exempel närproducerade produkter, honung med mera. Göksäter är en butik på Orust som lockar till sig många turister. Butiken expanderar hela tiden och många bussar med turister kommer för att handla och fika billigt (Göksäter).

4. Teoretisk bakgrund

4.1 Introduktion till teorin

I teorikapitlet ges en bakgrund till olika begrepp som ligger till grund för möjligheten att utveckla en hållbar turism. Hållbar destinationsutveckling är ett sätt att grunda hållbar turism inom ett område eller en plats, och hur viktigt det är att platsens infrastruktur utvecklas för att kunna ta emot fler turister.

Teorin ger även en bakgrund till varför de olika begreppen inom hållbar utveckling är viktig för destinationen, såsom de sociala, ekonomiska och ekologiska aspekterna. I kapitlet tas det även upp exempel på problem som kan uppstå när en plats förändras och utvecklas. Det presenteras även om hur människor på platsen kan reagera på förändringarna och hur människor som kommer till platsen för att skapa en verksamhet blir bemötta av lokalbefolkningen.

4.2 Destinationsutveckling

En destinationsutveckling är ett begrepp för en plats som utvecklas till ett resmål för turister, och således blir platsen ett uttryck för en destination (Bohlin & Elbe, Utveckla turistdestinationer, 2007). Vad författarna menar med detta uttryck är att vi människor som reser någonstans har ett motiv för vårt resande. Antingen reser vi för att semestra eller så reser vi för att exempelvis arbeta på annan ort. Dock anser författarna att alla platser inte kan räknas som turistdestinationer, utan att en plats måste uppfylla vissa kriterier för att kunna uppfylla detta mål.

För att en plats skall kunna definieras som en destination krävs tre saker: **attraktioner**, **infrastruktur** och ett **utbud av stödjande tjänster**, som på något sätt kan möjliggöra en vistelse på destinationen där den viktigaste punkten är attraktionen. Faktorerna för attraktionen kan vara inom olika ämnen såsom kultur och historia, närhet till havet och möjlighet till rekreation, eller något annat som är specifikt för platsen (Bohlin & Elbe, 2007).

För att en plats skall kunna vara attraktiv krävs det att infrastrukturen är utvecklad på sådant sätt som möjliggör för en turist att välja bort bilen som färdmedel. Att det finns möjligheter att på olika sätt kunna ta sig ut till platsen och ett väl fungerande transportsystem (Bohlin & Elbe, 2007). Eventuella cykelvägar är ett stort plus om det finns, då många turister idag vill kunna cykla i mellan olika platser, samt för de turister som anländer till platsen med båt (Ibid).

Stödjande tjänster i samhället såsom exempelvis olika former av boende, restauranger samt tillgång till olika serviceområden till exempel bensinstationer, handelsbutiker, turistbyråer med mera är en viktig aspekt för hållbar destinationsutveckling. Dessa funktioner kan ibland finnas till som stöd för attraktionen men ibland kan det vara själva stödfunktionen som drar till sig folk och är som en attraktion i sig (Bohlin & Elbe, 2007). Ett exempel på detta kan vara som ute på Kärningön, dit många besökare kommer för att äta på någon av restaurangerna, och när turisterna ändå är där ute, passar många på att stanna kvar och bor på vandrarhemmet och handla i de olika små butikerna som finns där medan själva attraktionen egentligen är platsen som sådan (Ibid).

För att underlätta en definition av destinationen kan vi enligt författarna Magnus Bohlin och Jörgen Elbe dela in huvudattraktionerna efter hur de ligger geografiskt. Delningen blir då urbana miljöer kontra rurala miljöer (stadsmiljö kontra landsbygdsmiljö). Inom den urbana

miljön så räknas oftast huvudattraktionerna till sådant som finns att göra, till exempel Göteborg där vi kan förknippa staden med Liseberg, Universeum och så vidare, medan den rurala miljön oftast förknippas med rekreation och friluftsliv.

För att Sverige skall kunna utveckla sina destinationer, krävs det att landet blir konkurrenskraftigt internationellt. Idag ses Sverige som ett turistland där det finns mycket naturupplevelser och rena fina stränder med mera, men det krävs mer innovativt arbete för att Sverige skall kunna konkurrera med andra länder. Tillväxtverket har startat ett samarbete med olika destinationer som har kommit en bit på väg med sin internationalisering. Bland annat är Bohuslän med och projektet handlar om att genom samarbete och planering bli starkare som region och destination (Tillväxtverket, 2015).

Tillväxtverket har genom samarbete med VisitSweden tagit fram tre tips för de aktörer och planerare som arbetar för att utveckla sin destination:

- Se till att jobba efter en tydlig process med hållbarhet som ledord - gå systematiskt till väga och sätt upp olika steg för att ta sig framåt
- Utgå ifrån vad marknaden vill ha - se till vad som efterfrågas och koncentrera produktutvecklingsarbetet på det
- Involvera politiken - utan att med ett aktivt stöd från kommuner och regioner är det svårt att utveckla en destination

I rapporten som Tillväxtverket har gjort, skrivs det om hur komplext det kan vara att finna hur en destination skall utvecklas och vad de skall lägga kraften på. En plats kan upplevas på olika sätt av olika människor och det är viktigt att personerna som sitter med planeringen vet vad turisterna vill ha (Tillväxtverket, tillväxtanalys, 2012). I rapporten nämns också de två olika resurserna; nedärvda och skapande resurser. Till kategorin nedärvda tillhör exempelvis natur och kulturarv, och till kategorin skapande resurser tillhör sådant som människorna på platsen själva har gjort. Det kan vara olika evenemang aktiviteter och så vidare.

I rapporten *Nationell strategi för svensk besöksnäring* har det gjorts en noggrann analys om var den svenska besöksnäringen står idag och vad som krävs för att det skall bli en positiv utveckling inom turismen. Det står bland annat så här:

”En väl utvecklad destination bildar ett effektivt utvecklat kluster av väl samordnade aktörer som tillsammans ger destinationen en hög attraktionskraft som besöksmål. Destinationerna är oftast geografiska, men utgångspunkten har varit att den utvecklingsmodell som tas fram även ska fungera på tematiska områden som exempelvis golf- eller gourmetresor, eller olika typer av rundresor”.

För att lyckas uppnå målet anses det vara viktigt att Sverige fortsätter med sin utveckling av destinationer runt om i landet för att kunna locka till sig både inhemska och utländska turister.

För att utveckla en kommun som Orust är det viktigt att utveckla en hållbar destinationsutveckling som i framtiden får en kommun att lyckas skapa en hållbar turism. Där påverkan på natur och miljö inte är lika påtaglig som den är idag. Det krävs dock en långsiktig planering där samverkan mellan kommun och företagare ingår.

4.3 Hållbar turism

Begreppet Hållbar turism grundar sig från början från begreppet hållbar utveckling. Hållbar utveckling handlar om att långsiktigt bevara vattnens, jordens och ekosystemens produktionsförmåga och att minska negativ påverkan på naturen och människors hälsa. Man talar om tre olika dimensioner: social, ekologisk och ekonomisk som är som grundstenar. Det var i den vedertagna definitionen av hållbar utveckling som begreppet antogs i Brundtlandkommissionen 1987 och som lyder:

"Hållbar utveckling är en utveckling som tillgodoser våra behov idag utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina" (Elvingson, 2015).

Den första milstolpen historiskt sett om Hållbar utveckling startade i Sverige under en FN-konferens i Stockholm 1972. Under FN-konferensen togs den mänskliga miljön upp och på svenskt initiativ togs för första gången upp som en samlad behandling i FN (Regeringskansliet, 2015). Tjugo år senare i Rio genomfördes ett möte om miljö och utveckling där det arbetades fram ett handlingsprogram för århundrandet- Agenda 21. Under toppmötet antogs även ett internationellt erkännande som sade att all utveckling skall vara hållbar, vilket gör att de tre faktorerna ekonomiska, sociala och ekologiska skall vägas samman då ett beslut skall fattas. I Sverige beslutade alla kommuner en lokal Agenda 21 som alla eftersträvade att arbeta efter (Ibid).

Författarna Magnus Bohlin och Solveig Böhn tar i avsnittet Hållbar turismutveckling i boken *Utveckla turistdestinationer* upp frågan om det är möjligt för en destination att utvecklas samtidigt som platsen inte påverkar miljön på ett negativt sätt (Bohlin & Böhn, Hållbar turismutveckling, 2007). Genom att allt fler turister använder sig av transportmedel såsom bil, båt och flyg för att snabbt ta sig till en annan destination är turisterna med och påverkar miljön på ett negativt sätt. Många turister väljer att förflytta sig allt längre ifrån städer med föroreningar från industrier genom att använda sig av bilen eller snabbare transporter för att snabbt och enkelt uppnå sitt mål med utflykten. Många turister vill att deras boende till exempel hotell, ska ligga nära stranden eller i en vacker bergssluttning som även det påverkar miljön negativt genom att förändra landskapsbilden. Ortsbefolkningen försöker så långt det går att tillfredsställa turisternas krav och "blundar" således för miljöproblemen (Bohlin & Böhn, Hållbar turismutveckling, 2007).

För att uppnå en hållbar turismutveckling kan befolkningen enligt författarna tänka på vissa faktorer som kan hjälpa destinationen att minska påverkan på miljön (Bohlin & Böhn, Hållbar turismutveckling, 2007):

- Upprätthålla biologiska processer och mångfald,
- Öka människors kontroll över sina liv,
- Upprätthålla och stärka samhällets identitet
- Hantera resurser så att det inte äventyrar kommande generationers behov.

Ett problem Orust har i samband med turismen är bilanvändandet. Det är svårt att ta sig till olika platser utan att ha en bil. I artikeln *Tourism – sustainable development option?* tar

författaren upp problemet om hur turismen påverkar miljön med alla transportfordon som turisterna använder sig av för att ta sig till den destination där de skall vara under en kort tid. Frågan ställs om turismen enbart är negativ eller om det kan finnas något som är positivt med turismen eller något som kan göra att den hållbara turismen förstärks jämfört med den ”vanliga” turismen. Vad författaren antyder är att med hjälp av utvecklingen inom turismen kan det ske en förändring av användandet av till exempel fossila bränslen. Gössling säger i artikeln att enbart 5 % av turismen är hållbar turism och i framtiden måste det till en förändring av planeringen där alltför många länder använder sig av hållbar turism för att minska påverkan på miljön. Författaren menar att länder där turismen är en viktig inkomstkälla kan använda sig av hållbar turism för att åtgärda brister och även för att till exempel finna alternativa bränslen eller andra transportfordon än flygplan som är det mest attraktiva sättet att transportera sig till en annan destination som ligger långt borta (Gössling, 2000). I artikeln framkommer det att turismen idag står för cirka 50 % av all bränsleförbrukning då en turist även kostar i energi när de vistas på en semesterort. För att minska denna negativa trend inom turismen kan en destination utveckla en mer hållbar turism, där destinationen åtgärdar de brister som finns inom de tre dimensionerna, social, ekologiska och ekonomiska.

Av artikeln kan vi utläsa att samma problem finns på olika platser i världen som på Orust, och att det går att utnyttja dessa problem och göra det till något positivt i framtiden. Destinationer som vill utveckla en hållbar turism måste utveckla infrastrukturen så turisterna inte behöver vara bilberoende för att kunna förflytta sig på området.

Många studier visar att turismen ökar i Sverige, samt hur viktig den är för svenskt näringsliv. I boken *Riktade studier för utveckling av svensk turism* tar författaren Ossian Stiernstrand upp olika begrepp för hållbar turism, där ett av begreppen är att värna om miljön på ett hållbart sätt så inte turismen påverkar naturen på ett negativt ur ett ekologiskt perspektiv (Stiernstrand, 1998). De andra perspektiven är riktade åt de sociala och ekonomiska aspekterna och innehåller fyra dimensioner: resa, bo, äta och göra. Dessa dimensioner hör ihop anser Stiernstrand, då en destination har svårt att utvecklas om inte det finns möjlighet för en turist att kunna stanna på platsen några dagar. Vad som ingår i de olika områdena är:

Resa - att infrastrukturen är så pass utvecklad att det finns möjlighet för turisten att på ett enkelt och bekvämt sätt kunna ta sig till destinationen.

Bo - att det finns möjligheter till övernattning och att det finns olika varianter på boenden.

Äta - att det finns en variation på mat, allt från billigare caféer till lite dyrare och exklusivare restauranger.

Göra - detta område är det som är viktigast av alla fyra. Om det inte finns något som lockar turisterna att komma till platsen, så är det svårt att överleva som turistattraktion.

För att skapa en hållbar destination bör platsen, enligt författaren inkludera dessa fyra dimensioner för att nå sitt mål med utvecklingen (Ibid).

4.4 Problem i kustnära kommuner

I boken *Framtidskuster* tar bland annat författarna Mia Larson & Kristina Lindström upp problem som kan uppstå i kommuner som ligger lite ute i periferin när det gäller

destinationsutveckling och utveckling inom näringslivet. Att kustsamhällen ofta har genomgått en industriell omvandling från att ha kunnat livnära sig på till exempel fiskeindustri till idag då besöksnäringens industri är den viktigaste inom näringslivet. Det är en stor omställning för hela orten då mycket kan komma att förändras i samhället, både när det gäller utseende och livsstilen för de boende på ön. Utseendet kan förändras för att anpassa samhället så fler turister vill komma till platsen och livsvillkoren kan förändras då människor kommer att förändra sin arbetssituation. Från det att människorna på platsen haft jordbruk eller varit fiskare under hela sin arbetsperiod till att ta hand om turister och se till att de har det bra (Larson & Lindström, 2013). En destinationsutveckling som påverkas av turistnäringen kan vara både positiv och negativ. Det problem som ofta uppstår på små orter är att många av de bofasta på platsen inte vill ha den förändring i samhället som kan bli i samband med utvecklingen. Det positiva är att destinationsutvecklingen kan skapa fler arbetstillfällen på platsen och fler människor som söker permanent boende (Larson & Lindström, 2013).

I boken tar författarna upp ett problem som inte är ovanligt för en plats som ligger ute på en kustremsa och det är bostadsproblemet. En bostad som ligger kustnära blir ofta väldigt dyr, vilket kan göra att många av de som kommer till Orust för att bedriva en verksamhet inte har råd att köpa sig en bostad på ön. Vilket i sin tur kan göra att personen stänger verksamheten under lågsäsong (Larson & Lindström, 2013).

Att försöka skapa en hållbar utveckling i ett samhälle, kan vara ganska komplext. Det kan variera från plats till plats beroende på hur området såg ut innan det blev exploaterat och utvecklat. Det krävs goda kunskaper i hur man kan utveckla samhällen till turistdestinationer och det krävs också god planering av området. Det som är den grundläggande länken för att lyckas med en utveckling mellan entreprenörskap och hållbar utveckling är huruvida den rumsliga kontexten påverkar eller påverkas. Genom att skapa ett samarbete mellan entreprenörerna och människorna som bor på den plats som skall utvecklas, blir det oftast ett bättre resultat än om det inte finns något samarbete mellan personerna. Det kan vara känsligt för de bofasta att ändra på något som har varit på ett sätt i många år, och därför är det, enligt författarna viktigt att samarbeta (Larson & Lindström, 2013).

Många människor som bedriver en verksamhet inom turistbranschen har någon slags anknytning till platsen. Det kan vara att man är boende där, eller har varit på platsen under sin uppväxt. Platsens identitet är således viktig för verksamhetsutövaren. Det är platsen som sådan som är viktig och även det sociala livet som infinner sig på platsen. Det kan vara det som är avgörande för personen att bedriva sin verksamhet där. Att det skapas en ny livsstil för verksamhetsutövaren är det som lockar mer än vad den ekonomiska inkomsten gör. Arbetssituationen på en turistdestination är oftast krävande för företagaren och de anställda under högsommaren (Larson & Lindström, 2013).

Dock kan denna anda som oftast infinner sig på små orter ställa till problem för utomstående företagare. I boken *Framtidskuster* tas ett exempel upp om hur det var för en företagare ute på Käringön som egentligen inte hade en anknytning till orten. Företagaren som inte hade en lokal anknytning till Käringön, fick inte medverka på julmarknaden som var, och personerna som driver ett företag utan anknytning till platsen blir tråkigt bemött av de lokala företagare

som har liknande verksamheter på samma plats (Larson & Lindström, 2013). På andra platser som exempelvis Marstrand finns inte riktigt samma platskänsla som författarna beskriver finns på Käringön. Där är det olika sorters företag som bedriver olika verksamheter, vilket gör att det inte är lika svårt att komma till platsen som utomstående och ha en verksamhet. Även om de flesta har ett band till platsen är det inte på samma sätt som i beskrivningen av människorna på Käringön. Skillnaden kan ha att göra med att Marstrand är ett större samhälle med fler invånare än Käringön (Larson & Lindström, 2013).

Ett annat problem som oftast uppstår på små orter som exempelvis Käringön och Marstrand är att det finns olika säsonger av turismen. Under sommarhalvåret är det många turister som besöker platserna, för att under vinterhalvåret vara nästan helt öde. Många av verksamheterna tvingas att stänga under lågsäsong då det inte finns en möjlighet att ha öppet året om. Denna problematik är vanlig bland turistverksamheter, och på många platser strävar kommun och företagare för att försöka utveckla en säsong som inte enbart förhåller sig till sommarhalvåret. På Käringön finns det vissa verksamheter som bedrivs från april fram till strax efter jul, för att sedan ta en paus under januari, februari och mars. Det bästa sättet att försöka förlänga säsongen är genom samverkan, att företagare samarbetar med varandra för att kunna utveckla, istället för att konkurrera med varandra (Larson & Lindström, 2013).

För Käringöns och Marstrands del är det Västsvenska turistrådet (VT) som hjälper till att skapa en samverkan mellan företagare (vastsverige.com, 2011). Genom olika processer försöker VT få företagare att samarbeta med varandra för att kunna skapa en hållbar destination vilket i sin tur kan generera att fler verksamheter kan ha en längre säsong med chans att ha öppet fler månader under året. Det krävs dock ett samarbete mellan kommun och företagare för att lyckas med destinationsutveckling, då det behövs bland annat en god infrastruktur och en god dialog. Många av de respondenter som författarna till boken har intervjuat känner att det finns stora brister mellan kommun och verksamhetsutövare och detta skapar i sin tur en irritation då företagarna anser att kommunens byråkrati kan förstöra för deras verksamhet. Författarna ser att det finns brister på båda sidor, och därför är en god dialog mellan dessa två viktig (Larson & Lindström, 2013).

4.5 Norge – ett framgångsrikt turistland

Norge har infört en nationell standard för turistdestinationer. Systemet är utvecklat av Innovasjon Norge och har generella riktlinjer för turistdestinationerna för att kunna nå målet att skapa hållbar turism, samtidigt som man ger turisten en möjlighet att få uppleva en hållbar semester. Kraven på destinationerna ligger på en internationell nivå och för att kunna uppnå målen krävs det att destinationerna uppfyller kriterierna som ställs. Ett exempel på en sådan här utmärkelse är kvalitetsmärkningen ”Hållbart resmål” där destinationen måste uppfylla kraven att minska sina miljö- och klimatmässiga avtryck i naturen. Norge har en gedigen natur som landet vill bevara både för turismen och för sin egen välfärd (Caroline Lundkvist, 2016).

4.6 Sammanfattning

Kapitel 4 redovisar olika teorier som är kopplade till begreppet hållbar turism. För att en kommun skall lyckas med sin utveckling av turismen samtidigt som naturen inte skall påverkas negativt finns det en del viktiga aspekter att ta hänsyn till.

Hållbar turism grundar sig från början från begreppet hållbar utveckling, där begreppen står för att bevara jordens, vattnets och ekosystemens produktionsförmåga. Det handlar även om att minska påverkan på naturen och människors hälsa.

Ett bra exempel på hur en kommun kan arbeta för att uppnå sitt mål med att utveckla en hållbar turism är som i artikeln i litteraturen som handlar om Norge och dess sätt att arbeta.

Problematiken för småorter som t.ex. Orust är bland annat att säsongen inte sträcker sig året om, utan håller sig till vissa delar av året. Det måste till en god planering och samarbete mellan olika parter för att lyckas få till en hållbar turism. Detta anser författarna till boken Framtidskuster som har inriktat sig på olika problem bland våra kustkommuner när det gäller hållbar turism.

Författarna Bohlin och Böhn tar upp frågan i boken (Utveckla turistdestinationer) om det finns en möjlighet att kunna utveckla en destination utan att påverka miljön på ett negativt sätt? Författarna redogör också på vilket sätt man som kommun faktiskt kan utveckla sin destination på ett sätt som inte påverkar miljön. Dock är det viktigt att vissa faktorer tas med i planeringen som på ett långsiktigt plan kan hjälpa till att minska miljöpåverkan. Ett exempel som tas upp i boken är att destinationen skall försöka i den mån det går utveckla sin infrastruktur, som i sin tur kan göra att bilanvändandet minskar. På en destination som Orust är bilen än så länge viktig, då det är svårt att ta sig fram till vissa platser med exempelvis buss. Denna problematik tar författaren till artikeln ”Tourism - sustainable development option” upp då denna problematik finns över många platser runt om i världen.

Det som ligger till grund för att skapa en destination som innefattar hållbarhet krävs det att det finns ett samarbete mellan olika parter och en god planering. Tillväxtverket har med hjälp av VisitSweden tagit fram tre tips för de aktörer som arbetar för att utveckla sina destinationer. Tillväxtverket menar på i sin rapport att det är ett komplext arbete aktörerna har framför sig med att utveckla, men det går på lång sikt att driva denna utveckling om man arbetar tillsammans med andra aktörer.

I teorikapitlet finns en del olika exempel på hur en destination kan gå till väga för att lyckas med sin utveckling, samt hur andra småkommuner har gjort och vilka problem de har stött på under sin långa väg mot sitt mål. Dessa exempel vilar på olika teorier om vilket sätt som är mest lämplig för att lyckas, och även vad som är viktigast för destinationens utveckling mot sitt mål att skapa en hållbar turism.

5. Metod

5.1 Val av metod

Den generella metod som har använts är den induktiva metod där man genom intervjuer, data – och faktainsamlingar försöker komma fram till en förklaring där en generalisering av svaren kan sammanställas.

För min studie användes en kvalitativ metod med intervjuer. Detta metodval kändes mest relevant då jag ville ha möjligheten att ställa följdfrågor utifrån min intervjuguide.

Dock finns det även andra tillvägagångssätt för att undersöka hur respondenter ser på exempelvis Hållbar turism.

Andra metodval presenteras i nedanstående kapitel som kan vara relevanta i liknade studier, där jag även ger en förklaring till varför jag inte har använt mig av metoden för min studie.

5.2 Kvalitativ metod

5.2.1 Intervjuer

I min studie använde jag mig av sex (6) respondenter som arbetade på något sätt med turism på Orust. Dessa sex (6) personer blev intervjuade en och en. Tre (3) av personerna arbetar inom kommunens verksamhet och kommer i kontakt med turismen på ön. De tre andra respondenterna arbetar inom turistbranschen där de möter turister i sina verksamheter. På Orust finns det totalt cirka 1200 egenföretagare där en stor del av företagarna arbetar inom turistbranschen på något sätt.

Syftet med min studie var att undersöka hur kommunen och företagarna på Orust ser på och arbetar för att utveckla en hållbar turism. För studiens intervjuer används en intervjuguide (se bilaga 1) där jag har kategoriserat frågorna under olika teman med frågor som är relevanta för syftet och frågeställningen för studien. Med frågorna som ställdes inom ämnet ville jag undersöka hur respondenterna såg på begreppet Hållbar turism och om de anser att turismen är en viktig näringskälla för Orust eller inte. Med hjälp av intervjuguiden ville jag undersöka om det fanns någon skillnad på om turismen är viktig eller inte beroende på i vilken verksamhet respondenten var aktiv. Jag har delat upp mina teman och frågor i olika kategorier för att lättare analysera svaren från respondenterna. Alla frågor är inte med i svaren från verksamhetsutövarna, men frågorna har ställts under intervjuerna.

Jag ville undersöka hur respondenterna själva beaktar begreppet hållbar turism och hur de själva agerar i sina verksamheter för att aktivt vara med och utveckla turismen.



Figur 5 - Hage med havsutsikt, Flatön

5.3 Genomförande

5.3.1 Urval

Innan jag började med min intervjuguide, funderade jag på vilka respondenterna skulle vara och vilka platsområden som kunde vara av intresse för min undersökning. Platsen var inte lika relevant för min undersökning mer än att den skulle ligga på Orust, däremot var det mer viktigt att personerna var på något sätt involverade i turistnäringen på ön.

Jag valde ut några näringsområden som verkade intressanta och där verksamhetsutövarna hade kontakt med turister på olika sätt som kunde hjälpa mig i min undersökning. Däremot ville jag inte helt bestämma vad respondenterna kom ifrån och vilket arbete de hade, utan den gemensamma nämnaren för alla sex (6) respondenterna skulle vara att de på något sätt hade en anknytning med turismen på Orust. Jag tog kontakt med tre (3) personer som arbetar inom näringslivet inom den privata sektorn på olika sätt och tre (3) personer på kommunen och fick positivt svar av alla. Vi bestämde datum för intervjuer och därefter skrev jag min intervjuguide.

Jag har valt att i min studie inte namnge respondenterna. Däremot kommer respondenternas arbetsplatser presenteras. Personerna som har medverkat i min studie kommer heta Tjänsteman 1,2 och 3 och även Företagare 1,2 och 3.

5.3.2 Datainsamling

När jag hade gjort mitt urval av personer till intervjuerna och jag hade fått positiva svar från alla började jag med att undersöka deras verksamhetsområde. Till exempel var jag ute på Karingön och intervjuade en av krögarna och då samlade jag in data som var relevant för studien och som samtidigt gav mig information om området för näringslivet. Samtidigt ville

jag inte ha skaffat mig en alltför klar uppfattning om hur affärlivet och näringslivet fungerar ute på Käringön, utan ta till mig krögarens sätt att se på näringslivet. Om jag hade varit alltför påläst hade det varit lätt att inte ta till sig all den viktiga informationen som respondenterna gav mig. Samma sak gällde de andra personerna som jag intervjuade.

För att försöka få en helhetsbild av om vad respondenterna har för uppfattning om till exempel hållbar destinationsutveckling och hållbar turism, använde jag mig av min intervjuguide.

Jag försökte att inte ställa några ledande frågor då det som respondent är lätt att vinkla svaret utefter frågan utan jag försökte hålla mig till de frågor som jag hade med i intervjuguiden, med eventuella följdfrågor för att jag skulle kunna få en mer inblick i respondenternas verksamhet.

Vid själva intervjutillfället spelade jag in intervjun och skrev bara stödanteckningar, då det annars är lätt att missa något som kan vara viktigt om man bara för anteckningar. Jag använde mig bara av inspelningar om det var ok för respondenten. Det kan upplevas som störande att behöva göra pauser för att hinna skriva klart anteckningarna, vilket kan leda till att det blir svårt att finna den röda tråden igen.

Både under intervjuerna och efteråt gick vi igenom vad som hade sagts och om det var något som respondenten ville ändra på eller ta bort så det inte skulle ske ett missförstånd mellan mig och de personer jag intervjuade. Det var dock ingen av personerna som jag träffade som hörde av sig efteråt för att stryka något som hade sagts under intervjun. Det är viktigt att respektera vad respondenten vill ha med eller inte ha med i uppsatsen (Brinkmann, 2009).

Under själva intervjun dök det ofta upp frågor jag inte hade funderat på innan, men som visade sig vara bra för min undersökning. Det hade varit omöjligt för mig att kunna få till dessa följdfrågor om jag hade valt en kvantitativ metod med exempelvis enkäter som undersökningsmaterial. Samt att jag fick en bättre uppfattning om verksamheterna när jag var på plats. Därför kändes denna metod som den bästa för min studie.

Intervjuguiden- Respondenterna fick under intervjuerna svara på frågor som var indelade i både frågeställningar och teman. Detta för att underlätta arbetet med kategoriseringen av svaren jag fick.

Ett av de två teman jag hade valt till studien handlade om turismens betydelse och hållbar turism. Jag ville undersöka hur viktig turismen ansågs vara och hur de arbetade för en hållbar turism.

Frågorna var skrivna utifrån mitt syfte som är att undersöka hur kommunen och företagare på Orust ser på och arbetar för att utveckla en hållbar turism.

Då det var respondenterna som hade kunskaperna inom sina verksamheter så dök det ofta upp följdfrågor som var intressanta för min studie.

5.3.3 Analysmetod

För att underlätta arbetet med analysen skrevs transkriberingarna ut och jag strök under de citat som kändes mest relevanta för de olika teman som jag har valt. På så sätt fick jag en god överblick över mitt material som jag hade fått ihop med hjälp av intervjuerna. Därefter kunde jag knyta ihop tematiseringen med teorin och mitt syfte med själva undersökningen. Jag kunde också lägga tematiseringen utefter min frågeställning.

Vissa intervjuer gick ganska fort att göra och transkribera där respondenten och jag följde teman och intervjuguiden från början till slut. De andra intervjuerna tog lite längre tid att renskriva då det framkom andra frågor som var intressanta för min studie.

5.4 Alternativa metoder

5.4.1 Introduktion

Det finns olika tillvägagångssätt för att få svar på en undersökning. Antingen kan man använda sig av kvalitativa metoder eller med kvantitativa metoder. Följande är exempel på vilka metoder som kan vara relevanta då det gäller kvalitativa och kvantitativa metoder.

5.4.2 Kvalitativa metoder

Det finns olika verktyg som en intervjuare kan använda sig av för sin undersökning. Jag valde att arbeta med semistrukturerade intervjuer, men det finns andra sätt att tillgå som exempelvis fokusgrupper eller begreppsintervjuer som annars kan vara alternativ för metoden.

Fokusgruppintervju

I den kvalitativa metodvärlden finns det ett antal verktyg som författaren kan använda, beroende på syftet med undersökningen och vilka människor intervjuaren vill träffa och föra en dialog med (Brinkmann, 2009). Ett exempel kan vara en fokusgruppintervju, där intervjuaren bjuder in ett visst antal personer till en dialogträff. En fokusgrupp kan innehålla mellan sex till tio personer som bjuds in till en träff, denna träff leds av en moderator som oftast är den som vill intervju eller ha igång en diskussion. Moderatoren introducerar diskussionen och denna typ av intervjustil karakteriseras av en nondirektiv stil där det viktigaste är att få igång en diskussion mellan de inbjudna. Moderatoren har inte lika många frågor som vid en vanlig intervju, utan oftast är det en eller några frågor som är aktuella. Det viktigaste med en sådan här form av intervju är inte att få alla att tycka likadant, utan att föra fram olika uppfattningar i en fråga (Brinkmann, 2009). I min studie ansåg jag att det hade varit svårt att använda sig av denna metod, då jag ville undersöka olika verksamheter inom turismen och jag ville även komma ut till den plats där verksamheten höll till för att skapa mig en bild av platsen.

Kvalitativa begreppsintervjuer

Med hjälp av begreppsintervjuer kan man få undersöka vilka förgivettagna antaganden personer har om vissa begrepp (Brinkmann, 2009). Intervjuaren kan be personerna som har blivit utvalda att bli intervjuade att ge sin förklaring till ett visst begrepp. Då kan intervjuaren se hur olika vissa begrepp kan uppfattas och hur det kan ge upphov till bland annat missförstånd i en grupp där olika personer har olika uppfattningar om ett visst begrepp. Denna typ av intervjumetod kan ställa till problem om personerna i den utvalda intervjugruppen har olika härkomster från till exempel olika länder. Då kan ett begrepp ha olika betydelser och detta kan bli stora diskussioner om vad begreppet egentligen har för betydelse. Denna typ av metod hade jag kunnat använda mig av för att undersöka hur olika personer uppfattar de olika begreppen, men jag ville ha en möjlighet till att intervju personerna en och en för att ställa fler frågor som dyker upp under intervjun. Därför valde jag inte detta metodval.

Kvantitativa metoder

Med kvantitativ metod menas att en undersökning baseras på likvärdiga och jämförbara uppgifter på så pass många analysenheter att uppgifterna kan analyseras och uttryckas med hjälp av siffror (Esaiasson et al, 2012).

Kvantitativa innehållsanalyser är ett användbart verktyg när du som intervjuare vill undersöka och ha svar på frågor som exempelvis hur ofta något används eller hur frekvent olika kategorier används inom ett visst område. Om man som författare vill studera exempelvis hur ofta ett visst antal personer åker med en viss buss, så är det lämpligt att använda sig av en kvantitativ metod för att undersöka och få svar på en sådan fråga (Ibid).

5.5 Avgränsning och källkritik

5.5.1 Avgränsning

I min studie har jag gjort en avgränsning vid Orust kommuns gränser. I och med att det handlar om destinationsutveckling och hållbar turism hade jag kunnat se till ett större geografiskt område.

5.5.2 Källkritik

I min studie har jag använt mig av en källa, de muntliga intervjuerna jag har utfört. Källkritiken utgår från de fyra kriterierna:

- Äkthet
- Oberoende
- Samtidighet
- Tendens

5.5.3 Reliabilitet och validitet

Reliabilitet inom forskningsteorin behandlar tillförlitligheten på den information som man har fått in via sina informanter. Det står även för hur vi mäter data och information. Man bör även fundera över om en annan forskare kan få ett annat resultat eller om informanten i fråga kan ge olika svar beroende på vem som ställer frågorna (Brinkmann och Kvale, 2009).

Innan jag började med intervjuerna, läste jag på om hållbar turism för att kunna ställa så relevanta frågor som möjligt. Även i kapitlet tidigare forskning som härleder till teorin om regional- och destinationsutveckling, har jag försökt att skaffa mig en bra uppfattning om vad begreppet hållbar turism innefattar och vad det har för betydelse för min uppsats, då det enligt teorin är mest lämpligt att skapa en hållbar destination innan platsen kan skapa en hållbar turism.

För att uppnå en god reliabilitet, är det viktigt att intervjuaren själv har en god inblick i det som skall undersökas. Att läsa in sig på problemområdet, så att undersökaren har en förståelse om området som skall undersökas är nödvändigt för att undersökningen skall bli så informationsrik som möjligt och även vara pålitlig, då kan undersökaren säga att studien har en god reliabilitet.

Jag har försökt att inte ställa några ledande frågor som gör att informanten vinklar sina svar att det ska låta bättre än vad det egentligen är.

Tematiseringen och tolkningen av varje intervju med citat skall även tolkas ur den enskilde individens perspektiv för att kunna förstå deras verksamhet. Jag har valt citat från olika respondenter när jag gjorde min resultat- och analysdel, för att visa läsaren att svaren kunde variera från person till person på samma fråga. Detta för att påvisa att jag har sett till varje individ och inte till helheten som grupp.

Validiteten definieras som följande: ”Har jag mätt det som jag haft för avsikt att mäta?” enligt (Kvale, 2009). Det är viktigt att studien har en hög validitet, och det skapas genom att forskaren har en god förståelse av det som skall forskas i. Det kan undersökarna få genom att läsa in sig på det ämne som studien skall innefatta.

En svaghet i min undersökning är att jag inte hann med att intervjua fler verksamhetsutövare. Det hade varit intressant att få intervjua fler näringsområden, då det finns otroligt många olika infallsvinklar på begreppet hållbar turism. Om tiden hade funnits och jag hade hunnit med fler intervjuer så hade analysen kunnat se annorlunda ut, och jag hade kunnat få en annan erfarenhet av begreppet. Till exempel hade det varit intressant att intervjua någon som har hand om miljö och hälsa, för att undersöka hur turismen på Orust påverkar havet.

5.5.4 Forskningsetiska överväganden

Jag har valt att inte namnge de personer som har valt att medverka i min undersökning. Det är inte för att respondenterna har bitt om det, utan för att jag inte vill peka ut någon person och dess verksamhet. Däremot har jag valt att beskriva verksamheten inom vilken kategori den är verksam i. Studien handlar om Orust och dess strävan efter att uppnå vissa mål inom begreppet hållbar turism.

Enligt författarna Steinar Kvale och Svend Brinkman till boken *Den kvalitativa forskningsintervjun* anser de att det är viktigt att de personer som håller i intervjun presenterar sig själva och dess arbete för intervjupersonerna för att på så sätt skapa ett förtroende inför själva intervjun, där personerna skall öppna sig själva och berätta om saker som är personliga (Kvale & Brinkmann, 2009). Jag var noggrann med att berätta om min studie innan intervjun påbörjades så informanten fick en tydlig bild om vad som väntade. Jag frågade även om det fanns tillåtelse att spela in intervjun under tiden. Både det transkriberade och inspelade materialet kommer sedan att raderas så att det inte kommer i orätta händer.

6. Resultat

6.1 Introduktion

Genom att intervjua respondenter inom olika verksamhetsområden inom turismen har jag fått svar på de frågor som jag har i min intervjuguide. Jag kommer att redovisa svaren på frågorna i intervjuguiden genom att visa hur respondenterna har svarat på frågorna och även genom citat från de intervjuade personerna. Citaten är skrivna i ”talspråk” och är inte omgjorda på något sätt. Dock har jag undvikit att skriva ut om någon av respondenterna nämner sitt företagsnamn, och det är på grund av att jag har valt att inte namnge de personer som jag har intervjuat.

Jag har använt mig av samma frågor och samma teman till alla respondenter (se bilaga 1, intervjuguide). Dock kan följdfrågorna skilja sig från vem som var respondent. Jag ville undersöka i min studie om det skiljer sig mycket mellan respondenterna på grund av att det var så vitt skilda verksamheter som de kom ifrån eller om uppfattningen om hållbar turism och destinationsutveckling var relativt lika.

6.2 Intervjuer

6.2.1 Tjänsteman 1

Tjänsteman 1 arbetar på Orust kommun med bland annat detaljplaner och utveckling av samhällen samt cykelvägar. Under intervjun med Tjänsteman 1 fick jag bra information om hur planerna för Orust framtid ser ut även om det är många av projekten som inte är i gång än finns det ändå goda möjligheter till ett mer miljövänligt alternativ till att turista på Orust. Tjänsteman 1 har god kontroll på vad som är relevant att utveckla och det kan till exempel vara cykelpaketet som några kommuner från Göteborg och upp till Uddevalla samarbetar ihop för att kunna utveckla detta projekt.

Det krävs en hel del planering och vissa detaljplaner tar många år innan de träder i kraft, därför krävs det en god planering av vad som kan vara lockande för både turismen och lokalbefolkningen, samtidigt som det inte påverkar naturen negativt. På frågan om **vad turismen har för betydelse för honom och hans verksamhet** blev svaret:

”Min verksamhet skall typ skapa förutsättningar för att utöka turismen. Företagare skall få vara med och legitimera sin verksamhet i detaljplanen, då detaljplanen är som ett verktyg för att kunna utveckla och knyta till sig goda idéer som sedan kan vara med i planen. Turismen är självklart viktigt för oss här ute och då måste vi vara med och utveckla så turisterna kommer tillbaka till oss här på Orust”.

Tjänsteman 1 anser att det finns många platser på Orust där det finns en potential till utveckling för att kunna ta emot fler turister. Ett exempel på en plats är Mollösund som är ett gammalt fiskesamhälle och som förr var en viktig plats för fiskindustrin men som idag inte har någon sådan verksamhet igång. Tjänstemannen anser att det är synd att en sådan plats inte utvecklas då det är många turister som lockas dit på sommaren. Vad som ingår i planeringen är att utveckla cykelvägar, parkeringsplatser med mera. Att snygga till lite i området såsom exempelvis runt kajerna i hamnen och riva ner gamla fastigheter för att kunna bygga upp något annat.

När det gäller planering av utveckling av samhällen på Orust så tror Tjänsteman 1 att:

”När vi har kommit en bit med vår detaljplan, och fångat upp goda idéer som vi har lagt till i planen, kan vi fokusera på att kolla runt vilka fastigheter som kan köpas för att antingen restaureras eller rivs för att få plats för nya etableringar. Detta är ett steg i utvecklingen, att se över de samhällen som finns på ön, och se vilka potentialer dessa områden har”.

Tjänsteman 1 tycker att turismen är viktig för kommunen och han anser att det är viktigt att delta i sådana projekt som kan ge en utveckling inom turismen. Skepp O´hoj är ett projekt i samarbete med bland annat Södra Bohuslän turism och med andra kommuner på västkusten för att kunna utöka cykelturismen på ett säkert och hållbart sätt. Projektet är till för att skapa en möjlighet för cyklisterna att ta sig en viss sträcka på västkusten och genom olika appar kunna få fram sevärdigheter och alternativa cykelvägar. Tanken bakom detta projekt är att skapa en mer långsamtgående turism som även är ett bilfritt alternativ.

Tjänsteman 1 värderar att samarbetet mellan kommun och företagare är en viktig grundsten för att kunna lyckas att få en hållbar turism, för utan samarbete hade inte dessa projekt som exempelvis Skepp O´Hoj kunnat utföras.

På frågan om **vad turismen har för betydelse för Orust näringsliv?** svarade tjänsteman 1 att det finns en möjlighet för näringslivet att växa till sig, då det finns många olika planer som kan hjälpa till med en hållbar utveckling inom turismen. Om vi ser till cykelprojektet tror han att tack vare sådana här projekt kommer andra verksamheter kunna utvecklas, såsom exempelvis fler bed and breakfast boenden. Det kommer även finnas möjligheter för fler restauranger exempelvis att medverka i sådana här projekt då en förhoppning är att i framtiden kommer det finnas fler sådana här paketerbjudanden.

I temat **hållbar turism** ställs bland annat frågan: **Vad förknippar du benämningen hållbar turism med?** Tjänsteman 1 anser att företagarna får en möjlighet att visa upp sina verksamheter på ett sätt som kan ge en bra utveckling och på så sätt skapa en hållbar turism genom att företagen tillsammans med andra företagare kan utvecklas och skapa förutsättningar för sina verksamheter.

Tjänsteman 1 tycker att kommunen bidrar till hållbar turism genom att medverka i olika projekt som i framtiden kan minska avtrycken i vår natur som exempelvis cykelprojektet. Det är viktigt enligt honom att vi är med och utvecklar en hållbar turism som inte enbart riktar sig mot massturismen utan att alla typer av målgrupper är välkomna. I de samhällen som håller på att utvecklas på Orust finns det en möjlighet att utveckla olika sorters turism anser respondenten. Mycket för att så många turister som möjligt skall kunna komma hit och veta att det finns något för alla människor. Vi skall även ta vara på de råvaror som finns här och använda naturens resurser fast på ett hållbart sätt. Det finns många av västkustens pärlor som vi kan använda såsom exempelvis havet och där finns en möjlighet att finförädla det vi redan har. Tjänsteman 1 tycker att vi skall spåna vidare i utvecklingsmöjligheter, kanske en vidareförädling av fisk- och skaldjursproduktionen med möjlighet till övernattnig, kajakturer, eller som ett företag redan har börjat med; ut på havet och plocka upp musslor för att sedan vara med och tillaga musslorna och sedan äta och dricka lite gott. Det är sådant här

Orust kan vidareutveckla, sådant som inte bara lockar de större grupperna av turismen utan även de små grupperna av turister.

När vi pratar om hållbar destinationsutveckling och vad Tjänsteman 1:s verksamhet begrundar detta begrepp med svarar han:

”Tanken är väl den att det skall gå att ta sig till en plats med kollektivtrafik eller att det skall finnas idéer om att man skall kunna ta sig till någon plats där man kan vandra, cykla eller göra det man själv vill. Om vi ska ha en möjlighet till att utveckla vår plats som en destination så måste vi marknadsföra oss på ett sätt som är positivt utmärkande. Till exempel det här med cykelpaketet, eller att vi ska bli självförsörjande när det gäller energi. Då har vi chansen att bli en utvecklad destination”.

Tjänsteman 1 berättar också om ett annat projekt som inte har en direkt anknytning till havet utan ligger mitt på Orust. Det är en gammal kvarn som har restaurerats och detta projekt är till för att fånga intresse för andra delar av ön och inte enbart sådana platser som ligger nära havet utan har en intressant historia. Det finns många platser på Orust som har en otrolig historia och därför är det viktigt att fånga upp även sådana här platser.

”Kommunen har satsat pengar på ett projekt som inte ligger vid havet, utan ligger vid en sjö, dit turister kan ta sig via cykel eller bil, och sedan finns det möjligheter att paddla kajak och liknande, Detta är också ett sätt att utveckla sådant som redan finns, en äkta vara som inte direkt lockar en massa människor men som kan vara en möjlighet för de som inte är intresserade av massaturism, utan vill ha det lilla och det enkla, för det är för upplevelsen man betalar och inte för att knö med massa andra turister”.

Tjänsteman 1 tror att det finns goda potentialer för Orusts turismutveckling i framtiden. Det finns många platser som kan utvecklas och som idag inte nyttjas. Därför är det viktigt att ”damma” av sådana platser så de blir intressanta igen och även kan brukas till annat som kan locka till sig turister. Dock tror han inte på att stressa på utvecklingen allt för fort utan det får ta den tid det tar med företag och de boende som blir påverkade av exploateringen. Det finns ingen tanke med att det skall bli någon invasion eller att det skall byggas något stort och flådigt som kan ta emot 700 gäster åt gången, utan tanken är att det är den mer nerskalade varianten som är den som är mest attraktiv.

6.2.2 Tjänsteman 2

Tjänsteman 2 arbetar inom kommunen och arbetar med bland annat hamnarna på Orust och renhållning. Tjänsteman 2 har ett ganska stort arbetsområde med olika anknytningar till turismen på Orust, både renhållningen och båthamnarna är ansvarsområden som blir påverkade av turismen och på sommaren är det mycket människor i rörelse i båthamnarna och mycket sopor blir det. Även om Tjänsteman 2 tror att båtintresset kommer minska i framtiden planeras det att påverkan på miljön skall minskas. Under sommarhalvåret är det ett högt tryck inom verksamheterna. Det är många människor som besöker Orust gästhamnar med sina båtar. Det sjuder av liv på bryggorna på sommaren för att sedan avta mer och mer tills det blir nästan helt tomt framåt senhösten.

Att turismen är viktig för just denna verksamhet är lätt att förstå och det är precis vad tjänsteman 2 säger:

”Ser man till min verksamhet inom gästhamnarna, så betyder turismen mycket, och särskilt på sommaren, då det är så gott som fullt i hamnarna under högsäsong. Detta är ju ett bevis på att turisterna inte tycker att vi är helt värdelösa när det kommer till omhändertagandet av turister, för då hade de ju inte återkommit år efter år”.

Tjänsteman 2 anser att det finns en gräzon bland vilka som räknas till sommargäster och vilka som skall räknas till turister. Sedan besöker även människor som är åretruntboende våra gästhamnar och det är då ännu svårare att veta vilka som är vad.

På frågan om **vad turismen har för betydelse för Orusts näringsliv**, svarar Tjänsteman 2 att turismen har en stor betydelse för näringslivet på ön. Han berättar att det finns åtta (8) gästhamnar på Orust och alla ligger på öns västra sida till exempel Mollösund och Käringsön. Det säljs cirka 15 000 gästplatser per år i hamnarna och under högsäsong är det så gott som fullt i hamnarna. Han berättar också om att det är en viss skillnad nu och förr i hamnarna när det gäller önskemål från båtгästerna. Många turister önskar att det finns el på fler båtplatser än vad det gör idag, och även gratis internet som gästerna kan använda sig av.

”Turismen har en stor betydelse för oss. Därför är det viktigt att vi bygger upp något som är hållbart och fungerar, för annars så kan vi inte ta emot så många turister per år som vi idag gör!”

Vad Tjänsteman 2 tycker att kommunen bör utveckla i framtiden för att lyckas uppnå målet med hållbar turism är inom renhållningsverksamheten. Idag hinns inte hanteringen av alla sopor med under högsäsongen vilket kan orsaka problem när många båtгäster lägger till i en hamn innan de skall ut till sjöss igen. Även ute i naturhamnarna blir det mycket sopor som inte hinns med att hämta. Runt Orust finns det många småöar som inte är bebodda och som är populära platser för båtfolket att lägga till. Tyvärr blir det mycket avfall som blir liggande ett tag och som då dels börjar lukta och dels strös ut på öarna av fåglar och dylikt. Om kommunen skall sträva efter att skapa en hållbar turism är hanteringen av detta problem något att ta till sig och få med i planeringen anser Tjänsteman 2. Många båtгäster som kommer till en gästhamn vill gärna tvätta kläder, slänga sina sopor med mera och om inte kommunen hinner med att tömma kärnen är risken stor att soporna hamnar fel. Även en utbyggnad av hamnarna så fler båtar kan få plats är en punkt som Tjänsteman 2 anser är viktig. Om det blir en utbyggnad finns det en möjlighet att ännu fler turister kan komma till Orust.

På frågan om hur hans **verksamhet bidrar till hållbar turism**, tycker Tjänsteman 2 att här kan kommunen bli bättre. Till exempel kan man få ut mer information om vad som händer på Orust under sommaren och bra information om till exempel sophanteringen på ön som är lite speciell. Kommunen har en sopsortering där man sorterar ut metall, hård- och mjukplast med mera. Om informationen blev bättre kommer turisterna göra rätt från början. Kommunen har ett samarbete med turistbyrån som är öppen året om, men Tjänsteman 2 anser att det går att utveckla detta samarbete ännu mer genom att ge mer information till turistbyrån som är en ypperlig länk mellan kommunen och turisterna. Kommunen har satsat stort för att försöka

göra båthamnarna mer miljövänliga. Spolplattor finns i vissa av hamnarna, där båtfolket kan spola av sin båt och det finns även vissa hamnar där latriner kan tömmas. Det som tjänsteman 2 menar med en utveckling inom detta område är att det kan underlätta om det blir ett bättre samarbete mellan kommun och den privata sektorn. Ett exempel kan vara att arrendera ut bryggorna till en förening som tar hand om båtgesterna, och då kan man på så sätt utveckla det hela genom att kunna erbjuda fler tjänster till turisterna som kommer med båt. Då kanske inte problemet hade varit så stort som det är idag, då det trycket i hamnarna är stort under sommarhalvåret, och det är ett litet antal personal som arbetar. Hade bryggorna varit uthyrda till föreningar eller liknande, kanske möjligheten till mer personal funnits.

Tjänsteman 2 tror att båtintresset i framtiden kommer att minska för det finns inte ett lika stort intresse för denna typ av semester bland våra unga idag som det gjorde för 20 år sedan. Han tror inte att minskningen kommer att ske drastiskt men inom en 20 års period kommer det inte vara lika populärt att ta sig någonstans med båt som det är idag.

”Tyvärr så tror jag att det kommer att avta inom turismen i framtiden, i alla fall inom min verksamhet. Det behöver inte hända just i morgon, men kanske inom en 10-20 års period. Detta är på grund av att kommande generationer inte värderar båtlivet på samma sätt som vi gör i dag. Nä, en femtonåring idag vill inte äga en båt om tio år, utan kommer då vilja åka till Rhodos en vecka med kompisarna istället. Allt har ju förändrats sedan vi var små, då en ledig söndag antingen tillbringades på havet i båten eller så var hela familjen ute tillsammans i skogen och plockade lingon. Idag, om man nu skulle råka vara ledig en söndag, så nog fanken hamnar man inne på Torps köpcentrum! Fastän båten ligger i och är klar för att användas så gör man inte det på samma sätt som förr. Och en sak till som jag tror är orsak till varför båtutturen kommer minska, alla pensionärer skaffar sig en husbil och åker runt i istället. Men för Orust del tror jag inte att det kommer avta med turister, för det går ju att ta sig till ön även med husbil”.

Tjänsteman 2 tror att det finns en möjlighet för Orust att utvecklas till att bli en destination, men det kräver en god planering och ett bra samarbete med andra verksamheter både inom kommunen och med företagare. Det är också viktigt att lyssna på vad turisterna har för önskemål och att man som företagare eller kommundiensteman försöker kunna uppfylla vissa av dessa önskemål. Det kan göra att många turister återkommer till platsen och även tar med sig andra människor på sin resa. En sak som kan verka banal men som Tjänsteman 2 tror kan vara en positiv utveckling är det som senast idag togs beslut om att minst tre toaletter kommer att hållas öppna året om i våra hamnar. Det är en tillgänglighet som han tror kan vara viktig för en turist. Det är ju inte enbart de stora satsningarna som gör att turisterna tycker om vår ö och gärna vill återkomma hit. Det gör också att nerskräpningen i naturen minskar om det finns serviceplatser som är öppna året om.

6.2.3 Tjänsteman 3

Tjänsteman 3 arbetar med olika projekt i kommunen, där han även arbetar med olika organisationer såsom exempelvis Södra Bohuslänsturism. I hans tjänst stöter han ofta på olika verksamheter som arbetar med turismen på något sätt. Tjänsteman 3 har en god inblick i olika projekt som kan vara bra för att lyckas med en utveckling inom hållbar turism. Att delta i

projekt kan vara en lösning på hur en liten kommun kan utvecklas och skapa samarbete med andra kommuner inom samma region. Under intervjun informerade Tjänsteman 3 hur man på kommunen arbetade för att skapa en hållbar turism, dock var det inte enbart ur den miljömässiga synvinkeln utan även den sociala och ekonomiska synvinkeln.

På frågan **vad turismen har för betydelse för hans verksamhet** svarar Tjänsteman 3 att:

”Turismen är viktig i nuläget, men jag tror att den kommer bli ännu viktigare i framtiden, då det är den enda råvaran vi har kvar här ute just nu, och därför är det viktigt att vi tar hand om den och utvecklar de möjligheter som vi har att utveckla”.

Tjänsteman 3 berättar om olika satsningar kommunen har gjort trots hårda besparingar i kommunen. En satsning är att hålla turistbyrån öppen året om istället som det var förut med öppettider under högsäsong. Ett sätt att hålla igång olika projekt är att söka olika EU-projekt för att få draghjälp med olika utvecklingsfaser som annars inte kommunen hade haft möjlighet till. På frågan om hur han tror att hans **verksamhet bidrar till hållbar turism ur den miljömässiga synvinkeln**, svarade Tjänsteman 3 så här:

”Cykelvägar är ju bra för både miljön och den egna hälsan och det håller vi ju på att utveckla, men sedan är vi också med i ett projekt som heter Seemore som drivs av Fyrbodal, där även andra kommuner är med för att ta fram miljövänliga transporter inom turistkommuner”.

Tjänsteman 3 berättar också om projektet Framtidskuster som i samarbete med olika universitet har undersökt vad som måste utvecklas för att få en hållbar turism. Med hjälp av forskningsprojekt kan vi lägga fram vad som är viktigt att satsa på och vilka effekterna blir om vi inte utvecklar och så vidare. Det är viktigt att inte effekterna av något överskuggar något annat. Vi i kommunen och även andra kustkommuner tror att de flesta turister kommer hit ut för miljöns skull och om vi inte är rädda om vår natur kommer vi i framtiden förlora både turisterna och den fina miljön som vi har här ute på Orust.

På frågan om vad han **förknippar begreppet hållbar turism med?** svarar Tjänsteman 3 så här:

”Det är egentligen två saker tycker jag. Själva orten eller platsen kan du hitta själv eller bli rekommenderad till men det viktigaste är att för att du som turist vill återkomma till platsen krävs ett riktigt värdskap och det tror jag är det viktigaste. Att du som gäst känner dig välkommen och uppskattad av oss öbor. Det andra är att vi skall satsa på en varsamhet av vår miljö, och att inte påverka den allt för mycket, för om den försvinner så kommer även turisterna att försvinna...”

Vad Tjänsteman 3 betonar flera gånger är att vi inte skall göra för stora avtryck i naturen och även om vi skall utveckla saker och platser är det viktigt att vi inte gör för stor påverkan i miljön. För det är trots allt för vår speciella natur och miljö som många av våra turister lockas att åka till Orust. Sedan har vi de företagare som försöker bedriva sin verksamhet året om vilket också är ett sätt att se på hållbar turism då det inte är säsongsbetonat och verksamheten

finns till för alla slags turister. Tjänsteman 3 säger så här: ”*Det som vi bygger upp skall också hålla, annars är risken att antalet besökare minskar med åren*”.

Vidare berättar Tjänsteman 3 om lite planer som gäller för den östra sidan av Orust som idag jämfört med förr inte alls är lika attraktiv för turisterna. En attraktionsplats som idag har blivit restaurerad är Ålgårds kvarn som är en gammal kvarn som ligger i anknytning med en stor sjö. Tjänsteman 3 vill gärna se lite mer utveckling på östsidan, då han vet att där finns platser som ännu inte är upptäckta men som är väl värda att utvecklas och där naturen är ganska ostörd. Tjänsteman 3 tror att om Orust kan få en turism som är mer utspridd över ön så kan således slitaget i naturen minska.

Tjänsteman 3 ser en god potential till att skapa en utveckling inom hållbar turism i framtiden, och mycket av denna utveckling tror han beror på samarbetet med andra kommuner och även deltagandet i olika projekt. Gränserna mellan kommunerna öppnas upp med hjälp av projekt där likartade kommuner deltar. Något som Tjänsteman 3 tycker är viktigt att tänka på i framtiden är att försöka nå ut till alla slags målgrupper inom turism och inte enbart en målgrupp. Det skall vara intressant och lockande för alla på något sätt att komma till Orust. Det finns idag redan vissa målgrupper som exempelvis **DINKS** - Double Income No Kids, som är en målgrupp för resenärer som har en ålder mellan 25-44 år och har ganska god resvana vilket gör att de har höga krav på resmålet och vill ha lite annorlunda upplevelser på sina resor, och **WHOP** - Wealthy Healthy Older People med en åldersgrupp mellan 45-64 år. Målgruppen är friska och krya och har tid och pengar som de gärna vill lägga på upplevelser och resor.

Grupperna är två ganska miljömedvetna målgrupper (Visitsweden, 2010).

Dessa målgrupper anser Tjänsteman 3 är intressanta grupper då en av deras målsättning är att resa runt utan bekostnad på miljön.

Något annat som är viktigt att ta med i planeringen för en hållbar turism är att försöka minska bilberoendet som råder ute på ön idag. Många av sommargästerna kommer med bil och man måste ju använda sig av bilen för att kunna ta sig någonstans på ön. Många sommargäster stannar även kvar efter högsäsongen och några brukar till och med bo här ute och pendla in till staden och till arbetet. Detta kan göra att vissa av sommargästerna får ha med sig två bilar hit ut och det är inget som är bra för miljön. En utveckling där vi har en lösning på hur vi kan minska bilanvändandet är en målsättning för den hållbara turismen. Tjänsteman 3 har ett stort hopp och tro på att Orust som kommun i samarbete med andra småkommuner som gränsar till Orust har en möjlighet till en hållbar destinationsutveckling.

6.2.4 Företagare 1

Företagare 1 har en lång erfarenhet i sin bransch och det märktes att han trivdes med det han arbetar med, och att han kände att det finns en potential för ön att utvecklas och då på ett miljövänligt sätt. Det är även positivt att viljan att samarbeta med andra är viktig när man driver en verksamhet som ligger så ocentralt som Kåringön gör, och att man är intresserad av vad som kommer hända i framtiden.

Företagare 1 bedriver en verksamhet inom restaurangbranschen och har sin verksamhet ute på Kåringön. Det finns inte mer än cirka 80 åretruntboende på ön, men desto fler sommargäster. På frågan **vad turismen har för betydelse för hans verksamhet** är svaret:

”Den betyder ju allt!! Med tanke på att vi bara är runt 80 åretruntboende här ute på Käringön, så hade det ju inte funkat om vi inte hade några turister som kom hit. Den betyder inte allt bara för mig, utan för affärerna och alla verksamheter här ute”.

Företagare 1 har under många år bedrivit sin verksamhet ute på Käringön, och han har försökt att räkna ut hur många gäster som besöker hans restaurang varje dag under högsäsong, men det är svårt att beräkna, säger han. Men på ett ungefär så är det 500 gäster per dag, och av dessa är det cirka 300-350 gäster som äter och resten kommer in för att ta sig något att dricka. På hela ön är det cirka 1000 gäster som kommer ut till ön med färja varje dag och så är det ju många som kommer med egen båt också. Många av gästerna sover över antingen i egen båt eller på vandrarhemmet eller på annat sätt, och så ser det ut under hela högsäsongen, och sedan minskar antalet turister succesivt allt eftersom säsongen ebbar ut. Företagare 1 har öppet långt efter att högsäsongen har tagit slut. Hans verksamhets säsong sträcker sig från påsk fram till jul. Det är fullbokade helger hela säsongen och på högsäsongen så är det fullt upp hela veckorna. Vårt julbord är ganska fullbokat, då är det cirka 1500-1600 julbordsgäster per säsong, och av dessa så är det kanske 1000 som bokar om sig till nästa års julbord innan de åker hem. *”Det känns toppen tycker jag, säger Företagare 1 för det är ju ett bevis på att de är nöjda med oss här ute på ön”.*

På frågan om **vad turismen har för betydelse för Orusts näringsliv** svarade Företagare 1:

”Jag tror att det smittar av sig till Orust. Vi här ute på småöarna drar många turister och som i sin tur åker över till Orust för att storhandla och se sig om lite. Är ute har vi ju allt egentligen, vi har en affär och boende så det känns som att vi har allt och klarar oss ganska bra som det är. Utan turismen på sommaren, så tror jag inte att Orust hade blomstrat så mycket som den gör idag”.

Företagare 1 förknippar hållbar turism med att få nöjda gäster som i sin tur kommer tillbaka till platsen. Han tror att det bästa sättet att skapa ett gott rykte är via människor och vad de tycker. Hållbar turism kan alltid ha en betydelse för en person och en annan betydelse för en annan person. Det som han som företagare anser är hållbar turism kan för en turist vara utan betydelse. Därför tror Företagare 1 att det bästa är att göra gästerna nöjda. För är det någon som är nöjd, så kan de i sin tur rekommendera restaurangen till någon annan och så vidare. Ett annat sätt att tillmötesgå turisterna är att vi ibland har extra öppet om det är någon som vill boka bord för kanske 10-15 personer fastän det egentligen inte är öppet då så kan vi ordna det. Och oftast vill gästerna bo över och då bokar de in en natt på vandrarhemmet som ligger här på ön. Det gör ju att även vandrarhemmet får några fler gäster. Det är så vi fungerar här ute, vi hjälper varandra och samarbetar väldigt mycket. Det finns ingen mening med att inte samarbeta med andra verksamheter, för utan helheten här ute, så försvinner lite av det vi har skapat här ute. När det gäller hållbar turism för miljön så tror Företagare 1 att det bästa är att dra ut på säsongen så inte all turism är på sommarhalvåret, utan att det kan finnas möjligheter att besöka ön även långt in på hösten och tidig vår. Då blir inte slitaget på ön lika stor, då det på sommaren är otroligt mycket turister som besöker Käringön.

”Det som jag tror att folk gillar med att komma hit ut till Kåringön är att vi alla här ute driver någon slags verksamhet och vi försöker att få till det så att varje gäst känner sig välkommen. Det gör vi genom att det alltid ska se öppet ut, även under lågsäsong. Vi pratar mycket med varandra vi företagare och vi har ett gott samarbete som även gynnar turisterna, då vi försöker hjälpa dem till varje pris. Det inte jag har, kanske nästa restaurang kan erbjuda. Under lågsäsong pratar vi med handelsboden så de har samma öppettider som vi har, det ser mycket mer välkomnande ut än att mötas av något som är igenbommat”.

Om framtiden tror Företagare 1 att turismen kommer öka på Orust, men han tycker inte att det är något problem, utan att det är positivt för öns utveckling. Särskilt om ökningen sker så sakta som den har gjort innan, för då hinner alla med och på så sätt kan utvecklingen bli bra.

För att kunna utveckla en hållbar turism på lång sikt så tror Företagare 1 att det krävs en mer sammanhållande planering av både kommun och företagare. Att de sätter sig tillsammans och gör en planering ihop. För det finns en god potential för att lyckas med utveckling inom både hållbar turism och hållbar destination. Företagare 1 tror att många turister kommer tillbaka till Orust för vår vackra naturs skull, och den skall vi vara rädd om, så en hållbar destinationsutveckling som i sin tur kan skapa möjligheter för en hållbar turism tror han absolut att vi skulle kunna skapa på Orust.

Mer samarbete tror Företagare 1 är något som måste bli bättre inom kommunen. Det är viktigt att kommunen och företagen samarbetar med varandra, och tillsammans kan finna en röd tråd som finns över hela ön och inte bara på en plats. Till exempel inom matbranschen, det finns många fina ställen på Orust där man kan äta och ha det gott. Om då det kan utvecklas lite så kanske vi kan ha det lite som så det är här ute på Kåringön, där restaurangerna och exempelvis vandrarhemmet som har en dialog om hur öppettiderna är under lågsäsongen. Det kan vara en enkel sak att göra men som också kan göra att i framtiden kan fler personer komma hit ut även under hösten och våren.

”Genom tillgänglighet kan vi utveckla en hållbar destination! Vi försöker ha öppet fler månader på året, så att fler människor har möjlighet att komma till oss. Då är det inte bara riktat till en målgrupp av turister, de som tycker om att vara här när det är högsäsong, utan då kan andra också få chansen att till ett besök här ute. Vi samarbetar ju med de andra företagen här ute, så då försöker även de hålla sina verksamheter öppna. Till exempel handelsboden”.

Det finns även många projekt där mycket av planeringen är just hur man kan få en plats att utvecklas till en destination och Företagare 1 tror att genom att delta i sådana projekt så kan vi i framtiden lösa sådana problem.

När jag kom ut till Kåringön var det mitt i vintern och lågsäsong inom turismbranschen. Ändå såg det välkomnande ut då både livsmedelsbutiken och några andra verksamheter var öppna. Att som turist komma till en plats där affärer är öppna och det lyser ur fönster gör att man känner sig mer välkommen än om allt hade varit igenbommat och nedsläckt.

6.2.5 Företagare 2

Företagare 2 är intresserad av hur vi värnar miljön och naturen på Orust. Han driver en verksamhet som inriktar sig på närproducerat och han anser att Orust borde utveckla något

inom den miljömässiga faktorn som ön i framtiden kan komma att bli förknippade med som exempelvis grön el. Det finns goda möjligheter till att satsa mer på vindkraftverk eller annan elproduktion tror Företagare 2 och då borde kommunen och företag inom den branschen försöka utveckla en produktion som gagnar miljön på ett positivt sätt. Detta kan göra att turister förknippar Orust med att vara miljövänliga och det är en positiv sak för utvecklingen inom hållbar turism. Företagare 2 hade en bra inblick i det som var bra för miljö och natur och det märktes att han drev sin verksamhet på ett sätt som inte påverkade naturen på ett negativt sätt vilket är intressant då verksamheten har en trogen kundkrets och det säkert tar mer tid att arbeta på det sättet som Företagare 2 gör men som ger ett mindre avtryck i miljön.

Företagare 2 har en verksamhet som driver bland annat ett sommarcafé och en gårdsförsäljning. Verksamheten bedrivs året om men det är på sommaren som det är mest turister som kommer och besöker gårdsförsäljningen. Det finns möjlighet att köpa kött som är slaktat på ett slakteri som ligger på Orust. Själva styckningen av köttet gör Företagare 2 själv hemma på gården. Efterfrågan på kött är stor på sommaren och vid jul, sedan är det en lite lugnare period fram till mars när det börjar om igen. Företagare 2 åker även ut lite på marknader och säljer produkter från gården.

På frågan om vad **turismen har för betydelse för hans verksamhet** så svarar han så här:

”Turismen betyder en hel del för min verksamhet, och särskilt på sommaren då den stora turistsäsongen är här och vi har en hel del turister som besöker vårt sommarcafé. Gårdsförsäljningen har en mer blandning av besökare, det är både turister och åretruntboende som kommer hit och handlar. Men de som kommer hit året om och handlar av oss är minst lika viktiga som turisterna är på sommaren”.

På frågan om vad han tror att turismen har för betydelse för Orusts näringsliv svarar Företagare 2 att han tror att den har en viktig roll och en stor betydelse för besöksnäringen. Han säger också att han är lika förundrad varje gång en turist förklarar hur fascinerade de är av Orust och hur fint de tycker att det är. Att vi som bor här blir lite hemmablinda och inte ser all den vackra natur som finns runtomkring oss, och att vi kanske skall sluta se det som att vi har det fattigt när det gäller utflyktsmål och upplevelser. Han menar på att vi skall känna oss stolta för det vi har och presentera det för våra turister: *”Vi skall vara stolta över det som finns ute på Orust och bevara detta, istället för att tro att det som finns härute inte är någonting värt”.*

När vi kommer in på temat **Hållbar turism** och frågan **vad han förknippar med benämningen hållbar turism** svarar Företagare 2 bland annat så här:

”En gäst som återkommer eller om den personen rekommenderar platsen för någon annan som kommer och besöker oss, det tycker jag är ett tecken på hållbar turism! Sedan är det ju positivt om gästen är nöjd med det han har upplevt här ute. Att vi som företagare eller verksamhetsutövare ser till att skapa en relation till turisten är också ett sätt att skapa och utveckla hållbar turism”.

Företagare 2 tycker också att det är viktigt att vi värnar om vår natur och den fina miljö som vi har ute på Orust och det är också ett led i utvecklingen av hållbar turism, att se till att vi inte gör alltför stora avtryck i naturen. För en egenföretagare är det viktigt att få igång en

verksamhet som man kan livnära sig på om det nu inte är att man bedriver något för att det enbart är roligt, då tror Företagare 2 att det är viktigt att verksamheten blir hållbart utvecklad. Att turister åker härifrån och är nöjda och känner att de vill återkomma till platsen, och detta med hållbar turismutveckling är något som hela ön får jobba med, politiker, tjänstemän, ortsbefolkning och företagare tillsammans, för som enskild företagare är det svårt att skapa en hållbar turism anser respondenten.

Företagare 2 tycker att det ställs lite för hårda krav på de verksamheter som inte är så stora, byråkratin kan vara lite krånglig att förstå sig på ibland, och detta kan göra att intresset för att våga satsa på ett eget företag minskar. Företagare 2 tycker att vissa krav inte hade behövt vara lika hårda för de verksamheter som är små jämfört med stora företag, och om Orust strävar efter att utveckla en hållbar turism kanske myndigheterna får minska kraven på verksamhetsutövarna. Det är ju självklart anser Företagare 2 att kraven skall vara hårda på de verksamheter som har med mathantering att göra, men det finns andra krav som kanske inte behöver vara lika hårda. För den tiden och de pengar som man som företagare måste lägga ner på att fylla i och dokumentera allting hade företagarna kunnat lägga på annat så som exempelvis utveckling av besöksnäring eller liknande.

Om framtiden tror Företagare 2 att turismen på Orust kommer att öka särskilt om vi kan bevara renheten och ärligheten som finns här ute på ön. Om turismen skall öka måste dock cykelvägarna på ön utvecklas, för idag finns det inga bra cykelvägar och det är rent farligt att cykla på de småvägar som finns här för bilismen är stor och många kör fort. Det behövs också mer samarbete mellan olika verksamheter så att man kan knyta ihop säcken med både cykling och övernattnig. Om fler väljer att samarbeta kan detta bli en bra utveckling, då vi även minskar bilberoendet på ön. Kanske kommunen får vara beredd att det kommer att kosta lite, men om detta är en bra lösning för att utöka turismen, då får det väl kosta lite med att utveckla cykelvägarna.

På frågan om Företagare 2 tror att Orust har en möjlighet att bli en hållbar destination svarar han att absolut finns möjligheten, om vi kan bevara det fina och unika som vi har härute. Fast han tror i så fall att man inte skall se till det enskilda företaget utan till det stora hela som finns här. Det är bredden som är det viktiga för att få en destinationsutveckling, och inte det enskilda. Att skapa ett samhälle med variation är viktigt för att inte skapa en identitet som sträcker sig till den enskildes verksamhet. Företagare 2 tror också om man väcker ett intresse hos turisterna att medverka till att bevara den fina naturen och miljön på Orust så kommer påverkan på miljön att minska i framtiden. Kanske även en satsning på grön el eller liknade hade varit en bra utveckling i framtiden.

6.2.6 Företagare 3

Det går inte att jämföra Företagare 3:s verksamhet med de andra respondenternas, då hans verksamhet inte strävar efter att utöka turismen på samma sätt som de andra verksamheterna. Det var intressant att se hur Företagare 3 bedrev en verksamhet som var så gott som självförsörjande både när det gäller uppvärmning och mathantering. Mycket handlar om att de turister som söker sig till hans verksamhet gör ett medvetet val att komma naturen så nära som möjligt och klara sig själv när det gäller boendet.

Företagare 3 har en verksamhet inom grön turism och hans verksamhet går inte ut på att locka till sig ett massantal av turister, då Företagare 3 inte har lika stort behov av ha många gäster samtidigt till sin verksamhet. De gäster som kommer och besöker Företagare 3 kommer för att få en återkoppling till naturen och finna en inre ro i sig själva. Hans verksamhet erbjuder sådant som massage och annat som kan få gästerna att komma till ro och må bra.

På frågan om vad **turismen betyder för hans verksamhet**, svarar Företagare 3:

”Vi har ju inte riktigt den kontakten med den ”vanliga” turismen eftersom vår verksamhet går inom begreppet ekoturism. Vårt mål är ju inte att turister skall vallfärda hit, utan våra gäster har bokats in sig via hemsidan och kommer hit för att finna en inre ro i sig själva och få en återkoppling till naturen. Men, visst är vi ju beroende av att det kommer turister hit och att det finns ett intresse för vår verksamhet”.

Företagare 3 har dålig koll på hur det ser ut med andra verksamheter på Orust, då de inte har kontakt med andra verksamheter på ön. Det finns inga andra verksamheter på Orust som är som hans, och därför känner Företagare 3 att det är svårt att finna en samarbetspartner. Han gissar dock på att turismen har en stor betydelse för ön, då han ser att det kommer många turister ut till den lilla ön där han bor. Det som Företagare 3 saknar är mer cykelvägar, då deras gäster oftast kommer från utlandet och har tagit flyget hit. De har då svårt att förflytta sig från platsen och det hade underlättat om det fanns fler cykelvägar för att kunna ta sig till andra platser på Orust.

På frågan om vad han **förknippar med benämningen Hållbar turist med**, så svarar Företagare 3:

”Vi har ju enbart grön turism inom vår verksamhet, så för mig är det viktigt att se till att vi kör ett koncept som ger ett så litet avtryck som möjligt i naturen. Men annars så tror jag att det är viktigt att försöka utveckla verksamheterna så turisterna som kommer hit blir nöjda och vill återkomma till platsen”.

Det märks att Företagare 3:s verksamhet inte är lika beroende av någon massturism som många andra verksamheter ute på Orust. Utan Företagare 3 vill satsa på att locka till sig en turism i en mindre skala, då de vill ge ett minimalt avtryck i naturen. Det är inte lika lätt för de andra företagare som är mer beroende av att få många turister till sina verksamheter. Företagare 3 berättar om att det finns liknande verksamheter i andra länder men i Sverige har det inte riktigt kommit igång än. Det lättaste sättet att få kontakt med denna verksamhet är att läsa på deras hemsida, och det är även där man bokar in sig för både olika aktiviteter och boende. Verksamheten är ganska ny men det finns ändå en stor efterfrågan, så därför tror Företagare 3 att det finns en möjlighet till en utveckling inom denna slags verksamhet som han bedriver.

På frågan om **hur hans verksamhet bidrar till hållbar turism ur den miljömässiga synvinkeln**, svarar Företagare 3:

”Vi har verkligen satsat på att få ner energikostnaden inom verksamheten och vi skall vara så ekologiska som det finns möjlighet till, och det gör vi genom att odla mycket själva, vi har satsat på en biobrännspanna som värmer upp flera av våra hus där gästerna både bor och utövar olika aktiviteter såsom exempelvis i poolhuset. Många av våra gäster lagar sin egen mat, och de matrester som blir kvar komposterar vi”.

Företagare 3 har ingen aning om hur framtiden för Orust när det gäller turismen kommer se ut. Eftersom de inte har så mycket kontakt med andra företagare på ön, så är han inte så insatt i hur andra verksamheter har det eller hur de fungerar. Fast han tror att om Orust vill utvecklas inom hållbar turism och som hållbar destination så krävs det fler cykelvägar på ön. Däremot så tror han att inom sin verksamhet kommer det bli en ökning, och han hoppas på att det kommer finnas fler liknade verksamheter runt om i landet i framtiden.

Företagare 3:s verksamhet skiljer sig ifrån de andra respondenternas verksamheter. Han vill ha en liten grupp människor åt gången som vill komma dit för att få rekreation i en lugn miljö. Allt är lugnt och tyst runtomkring och alla småhus ligger med skogen som närmaste granne.

Respondenterna som har deltagit i min studie är verksamma i helt olika verksamheter men det finns ändå en hel del likheter i svaren på frågorna som ställdes. Jag har använt samma intervjuguide till alla intervjuer för att kunna se om det finns några likheter och även skillnader, beroende på i vilken verksamhet respondenten arbetar.

De citat och den information som redovisats i detta kapitel är sådant som har varit mest relevant för min studie. Alla frågor har inte redovisats var och en för sig, utan blivit en sammanfattning för ökad förståelse.

7. Analys

Analys av frågeställningarna

I resultatkapitlet redovisades vad de olika respondenterna ansåg om vad exempelvis turismens betydelse har för deras verksamhet och vad som kan komma att krävas för att vidareutveckla turismen till hållbar turism med mindre påverkan av naturen. Alla verksamheterna är på något sätt beroende av naturen och respondenterna var väl medvetna om hur beroende turismen på Orust är av naturen och dess miljö.

I teorikapitlet presenterades olika utvecklingsfaser för hur en kommun kan utvecklas och hur man kan gå till väga. Ett exempel var hur Sverige kan bli konkurrenskraftigt gentemot andra länder. Då handlar det om makronivå, men det är lika viktigt att på mikronivå (kommuner) vara delaktig i utvecklingen av en destination. Sverige ses som ett turistland där det finns många fina naturplatser med fina rena stränder och så vidare. Dock krävs det även ett hårt arbete av kommunerna som strävar för att lyckas med att utveckla en hållbar turism och då är destinationsutveckling ett sätt att tillgå i utvecklingsfasen. Samarbete med andra kustnära gränskommuner är ett annat sätt för en liten ort att växa till en turistort som värnar om sin unika miljö och det krävs då en god planering. Ett exempel som tas upp i teorikapitlet är Norge som har arbetat med hållbar turism och utvecklat på ett bra och positivt sätt.

Jag ville i min studie se hur de olika respondenterna som representerar olika verksamheter inom turism på Orust arbetar för att bidra till utvecklingen som i framtiden kanske kan minska påverkan på vår natur.

Av de respondenter som var egna företagare var alla mycket medvetna om hur natur och miljö blir påverkad på ett negativt sätt av turismen, samtidigt som företagarna är beroende av turisterna för att kunna ha igång sin verksamhet. Även kommuntjänstemännen var eniga om att i framtiden måste alla verksamhetsutövare arbeta för att minska påverkan på den unika miljön som finns på Orust.

I teorikapitlet presenterades en rapport som Tillväxtverket har gjort där det togs upp två viktiga aspekter som skall tas hänsyn till när det gäller destinationsutveckling och hållbar turism. Den ena aspekten är nedärvda arv och den andra aspekten är skapande resurser. Det nedärvda arvet är det som kanske ligger Orust närmast då det är mycket för den fina naturen som många turister besöker ön.

Respondenterna anser sig ha ett visst beroende av turismen och de vet att om de inte tar hänsyn till utvecklingen inom hållbar turism och planerar utifrån detta begrepp kommer deras verksamhet inte vara lika attraktiva som de är idag.

Med min första frågeställning: ***Hur beaktar Orust kommun och företagare begreppet hållbar turism och destinationsutveckling***, ville jag undersöka hur verksamhetsutövarna beaktar turismen utifrån sin verksamhet. Alla respondenterna är medvetna om att deras verksamheter inte hade varit det de är i dag om de inte arbetar för att värna om miljön. De flesta av respondenterna inser vikten av aspekterna inom hållbar turism som riktar sig mot det sociala och ekonomiska begreppen men att den främsta aspekten är den ekologiska. Alla respondenter är angelägna att deras besökare skall vara nöjda med det utbud som deras

verksamheter har att erbjuda. Den respondent som har sin verksamhet inom ekoturismen är inte lika beroende av att besöksnäringen inte minskar som de andra företagare då hans verksamhet är ganska unik i Sverige. Det verkar dock som att de allra flesta företagarna och kommunen på Orust är väl medvetna om hur de skall utveckla sin verksamhet för att kunna bevara turisterna på ön. Tjänstemännen som arbetar för kommunen håller med om att turismen är en viktig näringskälla och många avdelningar på kommunen har turismen med i sin planering för att utveckla den. Samtidigt var alla respondenter medvetna om att miljön blir negativt påverkad av det stora antalet turister som besöker ön varje sommar, och alla respondenter gjorde något i sin verksamhet för att försöka minska avtrycken i naturen. I teorin om hållbar turism togs det upp om hur viktigt det är att platsen inte påverkar naturen och miljön negativt, då det oftast är den som lockar många att komma till kusten. Om verksamheterna lever efter de faktorer som togs upp i teorin om att bland annat upprätthålla biologiska mångfalden och hantera resurser på rätt sätt kan slitaget på miljön minskas i framtiden. Det viktiga är att alla som är inom turistbranschen är medvetna om deras påverkan på miljön (Bohlin & Böhn, Hållbar turismutveckling, 2007).

När det gällde destinationsutvecklingen tyckte de flesta av respondenterna att det är bra med en utveckling där fler kommuner är inblandade. De ser inte grannkommunerna som konkurrenter utan ser istället möjligheten att utveckla något tillsammans där kommunen kan ha användning av vad andra kommuner i närheten inte kan erbjuda. Tillsammans kan destinationen konkurrera med andra regioner, men inte mot andra småkommuner.

De personer jag har intervjuat är positiva till framtiden inom hållbar turism på Orust. De företagare som var med på intervjuerna ser helst att utvecklingen skall gå i den takt som den gör idag då man som verksamhetsutövare hinner med att planera framtiden och även kan göra så verksamheten inte påverkar miljön negativt.

Författarna Bohlin och Böhn tar upp i sin bok: Hållbar turismutveckling vissa punkter som kommun och företagare kan tänka på och det är exempelvis att bibehålla den biologiska mångfalden som finns i naturen, att stärka samhällets identitet och hantera de resurser vi har för att inte äventyra framtidens behov. Mycket av detta var sådant som respondenterna var medvetna om och som redan fanns med i deras framtidsplanering.

Några av respondenterna ansåg att begreppet hållbart börjar bli uttjat. De betraktade att en destination som skall utvecklas alltid tar hänsyn till hållbarhet i den bemärkelsen att påverkan skall vara minimal på exempelvis miljön och naturen, men att själva begreppet har mist sin pondus genom att bli uttjat. De flesta av respondenterna ansåg att det inte går att utveckla något om man inte tar hänsyn till begreppet.

Genom att skapa en destinationsutveckling finns goda möjligheter att sedan skapa en hållbar turism, som i teorikapitlet togs upp som en potential för en kommuns utveckling inom turism. Genom samarbete med företagare och kommun och även andra kommuner kan en destination växa sig stark och konkurrera med andra destinationer. I avsnittet om Framtidskuster framgick det om problem som kan uppstå under en utveckling av platser, men genom god dialog kan detta problem undvikas och samtliga respondenter ansåg att samarbete är en av grundstenarna för en god och hållbar turismutveckling.

Alla respondenter var även medvetna om hur viktigt det är att de värnar om miljön och naturen och att avtrycken av deras verksamheter skall vara minimala för att inte påverka miljön negativt. Alla de som jag intervjuade var intresserade av att utveckla en framtid inom turismen som kan hjälpa till att bevara miljön och den unika natur som finns på Orust och det fanns många bra tankar och funderingar på hur kommunen kan planera framtiden ur ett miljövänligt perspektiv. De personer som jag intervjuade var väl medvetna om att de tillsammans måste fortsätta att utveckla sina verksamheter och finna nya alternativ för att inte tappa några turister.

Hållbar utveckling är det som grundade utvecklingen inom hållbarhetsperspektivet, och de tre dimensionerna socialt, ekologiskt och ekonomiskt. För en kommun som vill utveckla sin turism är alla tre dimensionerna viktiga för att hållbarhet skall kunna utvecklas inom turismen (Stiernstrand, 1998).

I min andra frågeställning: ***Hur aktiva är kommunen och företagare gällande hållbar utveckling inom turism?*** ansåg de flesta av verksamhetsutövarna att det är en svår balansgång att försöka locka nya och gamla turister till platsen samtidigt som naturen och miljön kräver en utveckling som inte vänder sig till den turism som råder idag då många turister vill ha en viss bekvämlighet när de är ute och reser.

I teorin om hållbar utveckling inom turismen tar författaren Ossian Stiernstrand upp de fyra dimensionerna: resa, äta, bo och göra. Stiernstrand anser att en plats som inte utvecklar dessa fyra dimensioner har svårt att utvecklas som plats också, då risken är att platsen mister många turister som kommer till orten för att stanna några dagar.

Under intervjuerna informerade respondenterna om det svåra med att utveckla en hållbar utveckling ur de tre dimensionerna ekologiskt, social och ekonomiskt.

Ett sätt att förenkla för turismen som kommer till Orust med båt exempelvis kan vara att se till att utveckla infrastrukturen på ön.

Alla respondenter vill se en utveckling som kan minska bilberoendet då detta ibland orsakar problem. Många av turisterna kommer till Orust via båt och till den företagare som är verksam inom ekoturism har detta orsakat stora problem då många av deras gäster kommer med flyg till Landvetter och sedan skall ta sig med buss till platsen. Det finns dock inte så många bussförbindelser till den plats där företagaren har sin verksamhet så det slutar oftast med att företagaren själv får hämta gästerna i Henån eller någon av de andra större orterna. Även de turister som kommer med båt kan inte ta sig vidare till en annan plats än där gästhamnen ligger då det inte går så många bussar förbi. Turisterna kan inte heller utforska andra orter på Orust om det inte går att ta sig dit med båt vilket är negativt för en destinationsutveckling, och då det finns så mycket mer att se än bara en gästhamn. Alla respondenterna ville se en utveckling där problemen med bussförbindelser och cykelvägar löses. Respondenterna tror inte att utvecklingen av Orust som plats kommer att bli lika bra om man inte tar itu med dessa problem, de tror att framtidens turister kommer vara mer intresserade av semesterar som inte kräver att man har bilen med sig. I teoriavsnittet om hållbar destinationsutveckling tar författarna Jörgen Elbe och Magnus Bohlin upp olika punkter som är viktiga för en destinations utveckling som exempelvis utvecklingen av infrastrukturen. Om destinationen inte har möjlighet att erbjuda turisterna att komma till platsen med kollektivtrafik

eller liknande finns risken att destinationen tappar sin attraktionskraft (Bohlin & Elbe, Utveckla turistdestinationer, 2007).

De flesta av respondenterna ansåg att det var viktigt att utvecklas så att turisterna är lockade att komma till Orust, men de menade på att utvecklingen inte får anamma miljön och naturen. Många av de som jag intervjuade tyckte att för både företagare och kommun är det viktigt att inte tappa turister samtidigt som miljön inte får bli förstörd då många av besökarna väljer att komma till Orust just för den unika miljön.



Figur 6 - Foto från Käringön.

7. Slutsatser och egna reflektioner

7.1 Slutsats

Mitt syfte med denna undersökning var *att se hur kommunen och företagare på Orust arbetade för en hållbar turism*, och resultatet blev positivt både när det gäller kommunens engagemang och företagarnas för en utveckling. Alla verksamheter som jag har besökt har ett mål, att de turister som kommer och besöker deras verksamhet, skall kunna gå därifrån och vara nöjd med bemötandet och upplevelsen i sin helhet, samt att det måste till en utveckling där påverkan på naturen och miljön skall minska i framtiden.

På min första frågeställning: *Hur beaktar Orust kommun och företagare på ön begreppet hållbar turism och destinationsutveckling?* kan man genom resultatet och analysen läsa att alla sex (6) respondenterna var väl medvetna om hur viktigt det är med att utveckla en hållbar turism för att kunna bevara den unika miljön och naturen på Orust. Alla var engagerade inom ämnet och försökte göra sin verksamhet till något bättre och mer hållbart. Dels för att vara aktsam om naturen och dels för att de visste vad som var mest lockande för turisterna. De personer jag intervjuade ansåg även att en destinationsutveckling var en relevant utveckling för att tillsammans med andra kommuner försöka skapa något tillsammans.

Med min andra frågeställning: *Hur aktiva är kommunen och företagare gällande hållbar utveckling inom turism?* fick man även på denna fråga en känsla av att alla respondenter arbetade på sitt sätt för att bidra till en hållbar turism. Det var tre helt olika aktörer inom näringslivet som jag intervjuade, där enda gemensamma faktorn var att alla var inom turistbranschen på något sätt. Kommunen kan ju på ett annat sätt arbeta tillsammans och genom gemensamma projekt och liknande.

Frågeställningarna med hjälp av min intervjuguide fick gynnsamma svar av alla respondenterna vilket är glädjande för öns utveckling inom hållbar turism. Det fanns en ambition hos alla de respondenter som jag har varit i kontakt med inför denna studie. Alla var överens om att det inte går att få till en hållbar turism om Orust inte först blir destinationsutvecklat. Att bli en plats på en karta, dit människor gärna återkommer till är ett av de mål som Orusts näringsliv strävar efter.

Svaren som jag fick under intervjuerna visade att respondenterna har en god inblick i vad som krävs för att dels bli en hållbar destination och dels vad som krävs för att utveckla en hållbar turism på Orust. Att åsikterna och tankarna går isär när det gäller definitionen av begreppet hållbar turism, kan bero på inom vilket område verksamhetsutövaren är. De företagare som är inom näringslivsområdet är kanske mer beroende av turismen än andra företagare på Orust. Alla personer som var med i min studie har en relation till turismen på något sätt. Att företagarna vill locka till sig turister fastän de vet att det kan ge konsekvenser på miljön är inte så konstigt med tanke på att det är deras levebröd och utan turister finns risken att de får avsluta sina företag. Respondenterna bedrev sina verksamheter med ett bra miljötänk där medvetenheten fanns om hållbar utveckling ur ett miljöperspektiv. Det är inte lätt att finna balansgången mellan vad som var bra för miljön och vad som samtidigt är bra för besöksnäringen, men dock så viktigt. Det finns en god potential till att lyckas med att utveckla en hållbar turism, men det krävs i framtiden att kommunen och företagarna har en god

planering för vad som kommer krävas i framtiden att fortsätta utveckla Orust till att uppnå en hållbar turism.

Med god hjälp av olika projekt och liknande så finns möjligheten att uppnå de mål som kommunen och företagarna har satt upp när det gäller att finna en möjlighet att kunna bevara naturen i sitt nuvarande skick och ändå behålla turism som är viktig för Orust.

När jag ställde frågor utifrån intervjuguiden, kom vi att prata om samarbete som alla respondenter ansåg vara en del av grunden till både utveckling av hållbar turism och destinationsutveckling. Jag hade inte med detta som en fråga i min intervjuguide, men det kändes som att samarbete var en relevant punkt att ta med sig när det gäller att tillsammans skapa en hållbar turism.

Många av de personer som jag intervjuade trodde att utan samarbete mellan både kommun och företagare, och mellan företagarna på Orust, kommer det att bli svårt att utveckla en hållbar turism.

Respondenterna ansåg att samarbete är viktigt, särskilt i de små samhällena som finns på Orust. För att företagarna skall ha en möjlighet att kunna ha kvar sina verksamheter så måste de samarbeta med andra företag. De är eniga om att det inte lönar sig att baktala varandra, utan istället ha ett bra samarbete.

Även om företagarna har ett bra samarbete så är de ju fortfarande konkurrenter med varandra. Detta ses dock inte som ett problem utan snarare som en ”sporre” då det med bra konkurrens skapas en bättre utveckling mellan företagarna, eftersom den ena företagaren inte vill vara sämre än den andra.

Det finns dock vissa svagheter i länken mellan kommun och företagarna. Samarbetet kan bli bättre och det behövs, om målet skall kunna uppnås att få Orust att bli en ö som är förknippad med hållbar turism. Alla respondenterna var eniga om att ett bra samarbete krävs för att kunna uppnå en hållbar turism.

En medvetenhet om vad som kan bli bättre är en bra förutsättning för att lyckas uppnå sitt mål, då både kommun och företagarna på Orust vill uppnå målet att lyckas bevara den fina naturen samtidigt som turisterna skall känna sig välkomna ut till ön.

7.2 Egna reflektioner

När jag började min studie om hållbar turism på Orust, läste jag på i olika litteraturer om hållbar turism och vad det innebär. Det är ett begrepp som kommer ursprungligen från Hållbar utveckling och som är som en förlängd arm utifrån detta begrepp. Ju mer jag läste, ju bättre förstod jag att det kräver en god planering för att lyckas uppfylla detta mål att få en plats förknippad med en hållbarhet som är positiv för naturen och miljön.

Hållbar turism kan ses från minst två olika håll, ett från aktörernas sida där man vill utveckla för det ekologiska, sociala samt ekonomiska. Sedan kan man se det från turistens sida, där resenärerna ofta vill komma till en plats där de kan finna lugn och ro men ändå ha bekvämligheter på nära håll. Exempelvis att kunna bo på en plats men ändå ha nära till platser

där man kan äta ute och handla. Att finna en lösning för dessa två komponenter som inte helt överensstämmer med varandra är inte lätt, då det kan jämföras med en vågskål. Om inte platsen tar tillvara på turismen så lockas resenärerna till andra liknande platser, samtidigt som lokalbefolkningen inte alltid är förtjusta i en utveckling som tar bort deras vardagliga liv och vanor för att utveckla för andra människor och deras krav på platsen.

Så begreppet Hållbar turism är ett långsiktigt projekt som kan vara nog så viktigt att försöka uppfylla, men kan vara slitsamt och jobbigt på vägen mot målet.

Mina egna reflektioner av denna studie där jag ville undersöka hur kommunen och företagare tänker när det gäller turismens framtid på Orust då det gäller hållbarheten är att det finns goda potentialer att Orust kommun skall kunna lyckas att utveckla en hållbar turism. Med god samarbetsvilja mellan företagare och kommun finns det möjligheter att få en utvecklad destination, som i sin tur kan ge en hållbarhet inom turismen. Det finns en medvetenhet bland de företagare och kommuntjänstemän att de flesta av turisterna som besöker Orust kommer för att få uppleva närheten till havet och för den fina natur och miljö som ön kan erbjuda. Precis som den kunde för över hundra år sedan när många människor från olika städer besökte ön för att få uppleva lite rekreation och få andas havsluft. Om kommunen och företagare genom att samarbeta med varandra och även med andra kommuner i närheten kan utveckla en hållbar turism, så kan Orust betraktas som en turistort som värnar om sin miljö i framtiden.

Litteraturförteckning

- Almegius, F. (1999). *Orust under 1000 år*. Uddevalla: Orust kommun. Hämtat från Orust kommun: <http://www.orust.se/amnesomrade/upplevaochgora/kulturhistoriakulturav/orustunder1000ar.4.296a6787141ef6080dd39c5.html> den 12 01 2015
- Aronsson, L. (1989). *Turism och lokal utveckling- en turism-geografisk studie*. Göteborg: Kulturgeografiska institutionen- Handelshögskolan.
- Bergil, C., Liebig, T., Mattson, T., Molander, O., Stridh, B., & Dougald, M. (2013). *Orust naturguide*. Orust: Orust kommun.
- Blom, T., & Nilsson, M. (2005). *Turismens historia & utveckling*. Malmö: Liber.
- Bohlin, M., & Böhn, S. (2007). Hållbar turismutveckling. i M. Bohlin, & S. Böhn, *Utveckla turistdestinationer- Ett svenskt perspektiv* (ss. 73-86). Malmö: Liber AB.
- Bohlin, M., & Elbe, J. (2007). *Utveckla turistdestinationer*. Malmö: Liber AB.
- Brinkmann, S. K. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur AB .
- Carlsson, H., & Overland, V. (1994). *Orust : historia och miljö : Kulturmiljöprogram för Orust kommun*. Uddevalla: Bohusläns museum.
- Ekoturismföreningen. (den 20 12 2010). *Svensk hållbarhet ska locka fler*. Hämtat från Ekoturismföreningen: <http://www.ekoturism.org/nyheter/detalj.asp?ID=548> den 24 01 2015
- Elvingson, P. (2015). *hållbar utveckling*. Hämtat från Nationalencyklopedin: <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/h%C3%A5llbar-utveckling> den 04 02 2015
- Fredriksson, C., & Larson, M. (2013). *Framtidskuster- hållbar utveckling i kustsamhällen*. Göteborg, Stockholm: Makadam Förlag.
- Fyrbodals kommunalförbund. (den 30 04 2014). *Sustainable Energy Efficient Mobility Options in Tourist Regions in Europe*. Hämtat från Fyrbodals kommunalförbund: <http://www.fyrbodal.se/dettajobbarvimed/projekt/seemore/informationspaket/omseemore.4.40d8c63f14584926a70d3dca.html> den 09 05 2015
- Gren, M., & Hallin, P.-O. (2003). *Kulturgeografi- en ämnesteoretisk introduktion*. Lund: Liber AB och författarna.
- Göksäter. (u.d.). *Göksäter*. Hämtat från Göksäter: <http://www.goksater.se/default.asp> den 23 05 2015
- Gössling, S. (September 2000). Tourism – sustainable development option? *Environmental Conservation Vol 27*, 223-224. Hämtat från <http://journals.cambridge.org.ezproxy.ub.gu.se/action/displayFulltext?type=1&pdfType=1&fid=60990&jid=ENC&volumeld=27&issuelid=03&aid=60989> den 10 Mars 2015

- Larson, M., & Lindström, K. (2013). Hållbart turismföretagande i kustområden. i C. F. Larson, *Framtidskuster* (ss. 173- 196). Lund: Makadam Förlag.
- Naturvårdsverket. (den 12 02 2013). *Naturturism*. Hämtat från Naturvårdsverket:
<http://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Uppdelat-efter-omrade/Friluftsliv/Naturturism/> den 22 01 2015
- Naturvårdsverket. (den 08 12 2014). *Naturvårdsverket.se*. Hämtat från
<http://www.naturskyddsforeningen.se/lhu> den 14 05 2015
- Orust kommun. (den 08 04 2015). *Ren och attraktiv kust i Bohuslän*. Hämtat från Orust kommun:
<http://www.orust.se/nyhetsarkiv/byggaboochmiljo/renochattraktivkustibohuslan.5.5c86e3a414c6f3adb5be9474.html> den 14 05 2015
- Orust kommun. (u.d.). *Badplatser*. Hämtat från Orust kommun:
<http://www.orust.se/amnesomrade/upplevaochgora/idrottmotionochfriluftsliv/badplatser.4.2f8c9bd513dca025875f09.html>
- Orust kommun. (u.d.). *Internationella projekt*. Hämtat från Orust kommun:
<http://www.orust.se/amnesomrade/kommunochpolitik/internationellt-samarbete/internationalaprojekt.4.403d444a13f99aae5231831.html> den 27 01 2015
- Orust kommun. (u.d.). *Vandringsleder*. Hämtat från Orust kommun:
<http://www.orust.se/amnesomrade/upplevaochgora/idrottmotionochfriluftsliv/vandringsleder.4.ff67aea13f999476c2ab5.html>
- Peter Esaiasson, M. G. (2012). *Metodpraktikan- att studera samhälle, individ och marknad fjärde upplagan*. Vällingby: Författarna och Norstedts Juridik AB.
- Regeringskansliet. (den 07 Januari 2015). *Hållbar utveckling*. Hämtat från Regeringskansliet:
<http://www.regeringen.se/sb/d/1591> den 10 mars 2015
- Stiernstrand, O. (1998). *Riktade studier för utveckling av svensk turism : Studie gjord på uppdrag av Turistdelegationen*. Östersund: European Tourism Research Institute.
- Sweboat - båtbranschens riksförbund. (den 23 04 2014). *Boating Industry Statistics*. Hämtat från Sweboat - båtbranschens riksförbund: <http://www.sweboat.se/boating-industry-statistics.aspx> den 09 05 2015
- Svensk Turism AB. (2014). *Svensk turism aB samlar den svenska besöksnäringen*. Hämtat från svenskaturism: <http://www.svenskturism.com/> den 24 01 2015
- The International Ecotourism Society. (2014). *What is Ecotourism?* Hämtat från The International Ecotourism Society: <https://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism> den 11 mars 2015
- Tillväxtverket. (den 24 04 2015). *Hållbar destinationsutveckling_ Bohuslän*. Hämtat från Tillväxtverket:
<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/omtillvaxtverket.4.21099e4211fdb8c87b800017660.html> den 22 05 2015

Tillväxtverket, tillväxtanalys. (2012). *Destinationsutveckling, turismens betydelse för regional och nationell tillväxt*. Östersund: Tillväxtverket.

Turistdelegationen. (November 1995). *Tillväxtverket.se*. Hämtat från Turistdelegationens begreppsnyckel:
<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/insatserfortillvaxt/naringslivsutveckling/besoksnaring/stiftelsenforkunskapsframjandeinomturism.4.21099e4211fdb8c87b800016824.html> den 15 01 2015

vastsverige.com. (den 01 03 2011). Hämtat från <http://www.vastsverige.com/sv/vastsvenskaturistradet/artiklar/Om-Vastsvenska-Turistradet/>. den 22 01 2015

Visitsweden. (2010). *Visitsweden.com*. Hämtat från Hållbarhetsredovisning:
http://partner.visitsweden.com/Global/Om%20oss/H%C3%A5llbarhet/Ha%C2%A6%C3%A8llbarhetsredovisn_v7_low.pdf?epslanguage=sv den 15 01 2015

World Tourism Organization. (u.d.). *Sustainable Development of Tourism*. Hämtat från United Nations World Tourism Organization : <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5> den 24 01 2015

Figur 1- Översiktkarta norra Västkusten

Källa: Patrik Sjöberg

Figur 2- Inlopp till Henåns båt och gästhamn

Källa: Privat bild

Figur 3- Hållbarhetens dimensioner

Källa: <http://www.lansstyrelsen.se/vasternorrland/Sv/om-lansstyrelsen/vart-uppdrag/hallbarutveckling/Pages/default.aspx>

Figur 4- Foto från Nöteviken utanför Henån

Källa: Privat bild

Figur 5- Karta över Orust

Källa:

<https://www.google.se/maps/place/Orust/@58.1844874,11.5949349,11z/data=!3m1!4b1!4m2!3m1!1s0x464575668a091733:0x8ba7159e3fc43613>

Figur 6- Foto från hage med havsutsikt- Flatön

Källa: Privat bild

Figur 7- Foto från Käringön

Källa: Privat bild

Bilaga 1.

Intervjuguide för hållbar turism på Orust

Frågeställning:

- *Hur beaktar Orust kommun och företagare på ön begreppet hållbar turism?*
- *Hur aktivt handlar kommunen och företagare när det gäller hållbar utveckling inom turism?*
- *Hur aktivt handlar kommunen och företagare på Orust för en destinationsutveckling?*

Teman för frågeställning ett och två:

- *Turismens betydelse*
- *Hållbar turism*

Frågor:

- *Vad betyder turism för dig och din verksamhet*
- *Vad tror du turismen har för betydelse för Orusts näringsliv?*
- *Vad förknippar du med begreppet hållbar turism med?*
- *Hur bidrar du och din verksamhet till hållbar turism ur en miljömässig synvinkel?*

Teman för frågeställning tre:

- *Hållbar Destinationsutveckling,*
- *Framtid*

Frågor:

- *Vad begrundar ni verksamhetsutövare begreppet hållbar destinationsutveckling på Orust med?*
- *Hur bidrar din verksamhet för en möjlighet till hållbar destinationsutveckling på Orust?*
- *Hur tror du att det kommer bli i framtiden då det gäller turismen på Orust, kommer den att öka eller avta?*