

”The Good Tourist”

**- En kvalitativ studie om svenska resenärers
perspektiv på hållbar turism i sitt resande med all-
inclusive konceptet**

Av: Melanie Björk & Marsella Loukkareva

Handledare: Saeid Abbasian

Södertörns Högskola | Institutionen för Naturvetenskap, miljö och teknik

Kandidatuppsats 15 hp

Turismvetenskap C | Vårterminen 2017



Förord

Vi vill börja med att rikta ett stort tack till samtliga intervjudeltagare, för den information, kunskap och erfarenhet ni delgivit med er av samt att ni tagit er tid att vilja delta, som möjliggjort den här studien.

Ett tack till vår handledare Saeid Abbasian som under studiens process väglett oss, givit värdefulla råd och varit engagerad i vårt uppsatsskrivande. Vi vill även tacka vår opponentgrupp för den konstruktiva kritik ni gett oss.

Tack!

Författarna ansvarar gemensamt om studiens innehåll.

Stockholm, den 30 Maj 2017

Melanie Björk

Marsella Loukkareva

Sammanfattning

Turismsektorn växer och utvecklas i en snabb takt vilket leder till att även dess effekter, både positiva och negativa ökar. För en fortsatt ökad turism krävs en långsiktig, hållbar plan och utveckling. Ordet hållbar turism hänger ihop med begreppet hållbarhet som innebär utveckling för framtiden utan ett för stort avtryck på samhälle och miljö och att framtiden ska kunna emotse de behov som människor och naturen önskar, behöver samt kunna fortsätta göra det över tid. Idag är begreppet hållbar turism ett väl använt begrepp som innebär främst tre dimensioner, det miljömässiga som innebär att skydda och bevara miljön. Det ekonomiska, att bibehålla en lång tid ekonomisk livskraft och den sociala dimensionen som innebär att uppvisa en social rättvisa. Idag finns det många restyper där bland annat all-inclusive är ett populärt resekoncept som fått mycket kritik för att den inte främjar hållbar turism och utveckling. Den här studien undersöker svenska resenärers perspektiv kring hållbar turism med all-inclusive konceptet. Utifrån ett teoretiskt ramverk om betydelsen av hållbar turism, tidigare forskning om turistens agerande, ansvar och skyldigheter samt med hjälp av en empirisk undersökning kan studien påvisa om det finns en medvetenhet hos resenärerna om hållbar turism. Studien visar empiriska bevis på att svenska resenärer har grundläggande kunskap om hållbar turism men att de inte alltid agerar efter sin medvetenhet.

Nyckelord: *All-inclusive, resenär, hållbarhet & hållbar turism*

Abstract

The tourism sector is one of the world's most comprehensive sectors, and it's developing rapidly, assuming that international travel will increase significantly in the future. The fact that the tourism sector is growing and developing at such a rapid pace also means that the effects both positive and negative increase and will continue to increase. For a continued increase in tourism, a long-term, sustainable plan and development is required. Today, the concept of sustainable tourism is a well-used concept that involves three dimensions, the environmental dimension that protects and preserves the environment. The economic, to maintain a long time economic vitality and the social dimension that address social justice. The term sustainable tourism is in line with the concept of sustainability that implies development for the future. Today there is many types of travel concept, one of them is all-inclusive which is a popular concept that is growing. The concept it is also criticized for that it does not promote sustainable tourism and development. This study examines Swedish travelers' views on sustainability on the all-inclusive concept. Based on a theoretical framework on the importance of sustainable tourism as well as research on the behavior of the tourist and by means of an empirical survey, the study can demonstrate whether there is awareness of the travelers about sustainability. The study shows empirical evidence that Swedish travelers are aware of sustainability and sustainable tourism, but they do not always act consciously.

Keywords: *All-inclusive, tourist, sustainability & sustainable tourism*

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.1.1 All-inclusive.....	1
1.2 Problemdiskussion	2
1.3 Syfte	3
1.4 Frågeställningar	3
1.5 Avgränsning	3
1.6 Definitioner	3
1.7 Disposition	4
2. Metod	5
2.1 Vetenskapsteori	5
2.2 Ansats	5
2.3 Semistrukturerade intervjuer	6
2.4 Urvalskriterier	6
2.5 Genomförande	7
2.6 Trovärdighet och äkthet	8
2.7 Etiska aspekter	9
2.8 Metodkritik	9
2.9 Analysmetod	10
3. Teoretiskt ramverk	11
3.1 All-inclusive	11
3.2 Hållbar turism	13
3.2.1 Miljömässiga aspekter	13
3.2.2 Ekonomiska aspekter	14
3.2.3 Sociala aspekter	15
3.3 Turisten	16
3.3.1 Hållbar turist.....	16
3.3.2 Turistens ansvar och skyldigheter	17
4. Empiri	19
4.1 All-inclusive	19
4.1.1 ”All-inclusive är tids- och kostnadseffektivt och skapar en frihets känsla.”	19
4.1.2 “ Det måste vara minst fyra stjärnor”	20
4.1.3 “Bekvämt men förutsägbart”	20
4.2 Miljömässiga aspekter	21
4.2.1 “Såklart jag källsorterar, men bara om det finns lättillgängligt på hotellet”	21

4.2.2 “Igår, idag och imorgon”	21
4.3 Ekonomiska aspekter	23
4.3.1 “Allt ingår och finns på hotellet”	23
4.4 Sociala aspekter	23
4.4.1 “Ja, minst en gång besöker vi lokaldestinationen”	23
5.1 All-inclusive	25
5.1.1 Miljömässiga aspekter	25
5.1.2 Ekonomiska aspekter	26
5.1.3 Sociala aspekter	26
5.2 Turistens syn på hållbar turism	27
5.2.1 Turistens ansvar och skyldigheter	28
6. Slutdiskussion	30
6.1 Studiens slutsatser	30
6.2 Kritisk reflektion	31
6.3 Förslag till vidare forskning	31
Källförteckning	33
Tryckta källor	33
Elektroniska källor	33
Muntliga källor	35
Bilagor	36
Intervjuguide	36

1. Inledning

Inledande kapitlet introducerar det valda ämnet som studien undersöker och ger en överblick av forskningsområdet för hållbar turism. Vidare vill svårigheter för hållbar turism inom det valda konceptet all-inclusive uppmärksammas i en problemdiskussion för att sedan utforma ett tydligt syfte till studiens problem.

1.1 Bakgrund

Att resa har blivit en stor del av många människors liv och det är allt fler som reser i dagens samhälle. Enligt World Tourism Organization (2017) är turismsektorn en av världens mest omfattade sektorer och som utvecklas med snabba steg. World Tourism Organization (2017) förutspår att det internationella resandet kommer att öka med 45 procent fram till år 2020, och med 90 procent fram till 2030. Att turismsektorn växer och utvecklas med en sådan snabb takt leder även till att dess effekter ökar och kommer att fortsätta öka i framtiden.

Som World Tourism Organization (2017) har förutspått kommer turismsektorn att fortsätta utvecklas i framtiden. Det innebär att turismens effekter kommer att fortsätta öka i takt med utvecklingen. Swarbrooke (1999:11) menar att en hållbar turism är viktig vilket innebär att de positiva effekterna ska utökas, medan de negativa effekterna ska göras minimala. Swarbrooke (1999:11) delar in hållbar turism i miljömässiga, ekonomiska och sociala aspekter, och menar att det inte går att tala om en hållbar turism om de tre aspekterna inte beaktas, då alla är lika viktiga och har en påverkan på varandra. För att hållbar turism ska uppnås krävs det inte bara att berörda företag arbetar för det. Det krävs även att företagen samarbetar med varandra, exempelvis hotellkedjor med externa attraktioner för att en hållbar turism ska uppnås på hela destinationen. Men inte bara det, själva turisten har själv ett stort ansvar för att hållbar turism överhuvudtaget ska vara möjlig, eftersom deras beteende och agerande kan avspeglar sig och ha en påverkan på andra turister. För att de negativa effekterna ska kunna göras minimala är det av stor vikt att turisterna är medvetna om vad deras resande kan ha för påverkan på hållbarhet (Hall & Lew, 1999:42-43).

1.1.1 All-inclusive

Ett resekoncept som har kommit att utvecklas och blivit alltmer populärt är all-inclusive konceptet. Ozdemir et al. (2012) beskriver all-inclusive som en allomfattande paketresa som är en planerad resa med ett förbetalt pris, som vanligtvis täcker transport, logi, måltider och dryck samt underhållning på hotellet. Researrangören Club Med menar att de var först med att etablera resor med all-inclusive redan år 1950, vilket kan ses som konceptets start. Idag har Club Med all-inclusive konceptet på hela 80 destinationer (Club Med, 2017). Det finns dock forskare som hävdar att grundkonceptet med all-inclusive har funnits under en längre tid än så och att det först introducerades på resmål i Storbritannien

under 1930-talet (Issa & Jaywardena, 2003). Det totala allomfattande semesterpaketet inom ramen för konceptet innefattar alla eller åtminstone de flesta av detaljerna i semestern vilka tas hand av mellanhänder. De grundläggande funktionerna i konceptet är att resenären i ett pris som vanligtvis betalas i hemlandet innan avresan betalar kostnad för boende, måltider och dryck, och en rad kompletterande turisttjänster. Resenärerna vet då exakt vad de kommer att betala och för vad innan de påbörjar sin semester (López-Guzmán et al. 2016).

På grund av den ökande efterfrågan på internationell turism, har all-inclusive resmål blivit vanligare på många destinationer. Konceptet för med sig både positiva och negativa effekter gällande en hållbar turism, i det internationella resandet är all-inclusive konceptet en viktig produktinnovation. Bland de positiva effekterna kan all-inclusive öka intäkterna som erhålls genom researrangörer och resebyråer, skapa resmöjligheter för turister, höja beläggningsgraden på orter, införa andra typer av produkter och förenkla relationer mellan hotell och deras gäster. Hotellen kan även veta i förväg hur många gäster som kommer och därmed veta hur mycket pengar de får in och på det sättet minimera matavfallet, då de vet i förväg hur mycket de behöver beställa in (Swarbrooke, 1999:332). Även för researrangörer innebär det att intäkter ökar och för turister skapas fler resmöjligheter (López-Guzmán et al. 2016).

1.2 Problemdiskussion

De negativa effekterna av all-inclusive inkluderar en möjlig nedgång i kvaliteten av turistprodukten, en avsaknad av interaktion mellan turister, det lokala samhället och det faktum att detta system inte är lämpligt för mindre hotell. Konceptet främjar inte heller de lokala företagen på destinationen och den kritik som idag riktas mot all-inclusive konceptet handlar främst om hur det hindrar den lokala turismen att utvecklas på destinationer. När en resenär bor på ett all-inclusive hotell erbjuds lösningar till gästernas behov på hotellet som leder till att gästen inte nödvändigtvis behöver vistas utanför hotellområdet. Hawkes & Kwortnik (2006) tror då att resenären går miste om att möta landets kultur och dess befolkning. Om resenären inte lämnar sitt hotell bidrar den heller inte till turistnäringen på destinationen eftersom de flesta hotell är ägda av internationella företag. All-inclusive hotellen vill också hålla sina gäster säkra och skyddade inom anläggningarna och det bidrar till att gästen inte möter verkligheten utanför det ofta inhägnade området. Swarbrooke (1999:332) anser att hotellen borde köpa alla sina varor från lokala företag och betala dem ett rättvist pris och mat och dryck som inte finns att köpa i området borde heller inte kunna säljas på hotellet. Turisterna borde även upptäcka området utanför själva anläggningen samt samverka mer med det lokala, och även all-inclusive hotellen borde göra det för att bibehålla en hållbarhet inom turism och all-inclusive.

Researrangören Nazar som är en del av TUI Group skriver på deras hemsida om ett hållbart resande. De beskriver vad de själva gör för miljön, vilka certifikat de fått men också råd och tips till vad turister kan bidra med när de är ute och reser, främst på charter och all-inclusive resor som de för det mesta arrangerar (Nazar, 2015). Även researrangören

Apollo som är en av de största researrangörerna i Sverige skriver även dem på deras hemsida att de arbetar aktivt för hållbart resande och ger förslag, tips och råd samt erbjuder hållbara resor (Apollo, 2017). Sammanfattningsvis arbetar idag både researrangörer och organisationer aktivt för ett hållbart resande, men är resenärerna lika medvetna om det?

1.3 Syfte

Syftet med studien är att undersöka svenska resenärers perspektiv om hållbar turism vid all-inclusive resor. Vidare vill studien undersöka hur svenska resenärer resonerar gällande hållbarhet utifrån miljömässiga, ekonomiska och sociala aspekter när de väljer att resa till ett all-inclusive resmål.

1.4 Frågeställningar

- ❖ Hur förhåller sig resenärerna till de miljömässiga, ekonomiska och sociala aspekterna av hållbar turism när de reser med all-inclusive koncept?
- ❖ Vem anser resenärerna är ansvarig för att en hållbar turism ska uppnås?

1.5 Avgränsning

Studien är avgränsad till att undersöka hållbar turism ur tre dimensioner vid all-inclusive resor. De tre dimensionerna är miljömässiga, ekonomiska och sociala. Studien är avgränsad till att endast undersöka svenska resenärernas perspektiv och hur deras syn om hållbar turism hänger ihop med deras agerande.

1.6 Definitioner

All-inclusive - En all-inclusive paketresa definieras som en resa som är planerad och betald till ett fastställt pris i förskott, som täcker kommersiell transport, logi, måltider och dryck samt sightseeing, och i vissa fall tillsammans med en guide (Ozdemir et al. 2012).

Hållbar turism - Hållbar turism innebär att skydda miljön, bibehålla lång tid ekonomisk livskraft och uppvisa en social rättvisa. Hållbar turism hänger ihop med begreppet hållbarhet. Runt år 1990 blev begreppet hållbar turism en debattfråga och härstammar från begreppet hållbar utveckling. Hållbarhet betyder utveckling för framtiden, att framtiden ska kunna tillägna de behov som människor och naturen behöver och kunna fortsätta göra det (Swarbrooke, 1999:10).

Resenärer/turist - En resenär är en resa med mänsklig förflyttning från en plats till en annan med ofta ett längre avstånd, ofta med olika transportmedel som till exempel egen eller hyrd bil, flyg, tåg eller buss. En turist är en person som utför aktiviteter (övernattning, shopping, fritidsaktiviteter eller andra turismrelaterade aktiviteter) när de reser till och

vistas på platser utanför sin folkbokföringsadress en kortare tid än ett år (World Tourism Organization, 2017).

1.7 Disposition

Uppsatsen inleds med ett övergripande inledningskapitel med en bakgrund och problemdiskussion som berör all-inclusive konceptet och hållbar turism. Som följd presenteras i nästa kapitel metod. Där beskrivs vetenskapsteori bakom metodvalet, val av metod samt motivering kring det, val av respondenter och motivering kring det med, och genomförande. Kapitlet avslutas med en diskussion om trovärdighet och äkthet i uppsatsen, etiska aspekter, metodkritik samt en analysmetod på hur den empiriska data har analyserats. Det tredje kapitlet teoretisk referensram behandlar teorier och tidigare forskning kring all-inclusive, hållbar turism utifrån miljömässiga, ekonomiska och sociala aspekter samt den enskilde turisten. Det fjärde kapitlet empiri innehåller den insamlade data från samtliga respondenter som varit med i studien. I det femte kapitlet analys kopplas den teoretiska ramen och empirin ihop med hittade mönster och kopplingar. Uppsatsen avslutas med en slutdiskussion där analysens slutsatser presenteras och frågeställningarna besvaras, samt en kritisk reflektion och förslag på vidare forskning.

2. Metod

Metodkapitlet presenterar valda verktyg för insamling samt bearbetning av data. Kapitlet ämnar ge läsaren förståelse till hur författarna förhåller sig till det insamlade materialet samt en motivering till varför vald metod ansågs lämpad för undersökning av all-inclusive och hållbar turism.

2.1 Vetenskapsteori

Ontologi är läran om varande och utifrån ontologi kan världen ses ur två synsätt, vilket är det objektivistiska synsättet och det konstruktivistiska synsättet. Enligt objektivismen är sociala företeelser och deras betydelse oberoende av de sociala aktörerna. Människor påverkas istället av de regler och normer som finns i samhället. Dessa regler och normer kan ses som förutbestämda som redan finns där och som människor tillämpar. Enligt konstruktionismen är det istället att sociala företeelser och deras mening är något som kontinuerligt skapas av aktörerna. De regler och normer som finns uppkommer i ett socialt samspel mellan människor och på så sätt skapas det nya regler och normer (Bryman & Bell, 2013:42-43). Det handlar även om att synsättet föredrar att lägga tonvikt på hur individer uppfattar och tolkar den sociala verklighet som de lever i. Det konstruktivistiska synsättet ger även tillgång till en bild av den sociala verkligheten som en ständigt föränderlig egenskap som tillhör individernas eget konstruerande och skapande förmåga (Bryman & Bell, 2013:50).

Denna studie kommer att utgå från det konstruktivistiska synsättet. Det har sin grund i att studiens fokus ligger på resenärer och deras agerande och resonemang kring hur de brukar agera när de reser med all-inclusive konceptet. Precis som detta synsätt menar vill författarna till denna studie se hur resenärerna uppfattar och tolkar hållbar turism utifrån de miljömässiga, ekonomiska och sociala aspekter samt hur själva agerar kring det under deras all-inclusive resa. Vilket kan uppnås med hjälp av detta synsätt, då det lägger stor tonvikt på hur individer tolkar den sociala verklighet som de lever i.

2.2 Ansats

För att härleda frågeställningarna och visa på ett resultat är denna empiriska studie baserad på en kvalitativ forskningsstrategi. En kvalitativ forskningsstrategi lägger tonvikten på ord och har enligt Bryman & Bell (2013:390) sin styrka i att den visar resultat i sin helhet med djup förståelse om problemet. Till skillnad från en kvantitativ forskningsstrategi där tonvikten ligger på analys av siffror. Holme & Solvang (1997:78) menar även på att kvalitativ metod är användbar när forskare önskar få en närhet till undersökningsenheterna genom fysisk närhet, men även en social närhet och en ömsesidig tillit. Den kvalitativa forskningsstrategin anses mest lämpad i denna studie eftersom syftet är att få en inblick i hur resenärer resonerar kring hållbar turism och hur de agerar utifrån miljömässiga, ekonomiska och sociala aspekter. Med hjälp av den kvalitativa metoden vill författarna i

studien få en autentisk återgivning av handlingsmönster, resonemang och den sociala ordningen vilket just kan uppfyllas med hjälp av denna forskningsstrategi. Detta önskas uppnå genom semistrukturerade intervjuer vilket även kommer att skapa en fysisk och social närhet till studieobjekten. Precis som den kvalitativa forskningsstrategin förespråkar att den lägger stor tonvikt på ord, kommer även det att göras i denna studie med hjälp av semistrukturerade intervjuer.

2.3 Semistrukturerade intervjuer

Intervjuer valdes som metod eftersom att denna studie ämnar gå på djupet och önskar höra respondenternas åsikter och tankar om hur de resonerar när de väljer att resa till all-inclusive hotell. Därav passade intervjuer in som lämplig metod då det finns en möjlighet att få höra åsikter, uppfattningar, känslor och erfarenhet om det som ska undersökas (Denscombe, 2016:265). Semistrukturerade intervjuer valdes som intervjuform eftersom dessa ger intervjuaren en möjlighet att kunna vara flexibel i sin intervjuguide vilket eftersträvas i denna studie. Författarna vill vara flexibla beroende på hur intervjun utvecklar sig och hur respondenten uttrycker sig. En intervjuguide utformades till intervjuerna som stöd (Se bilaga 1.). Eftersom det är semistrukturerade intervjuer består intervjuguiden med översikt över teman och förslag på frågor under varje tema som kommer att ställas. Kvale & Brinkmann (2017:177) menar att det är möjligt att använda sig av ett kringgående angreppssätt där forskarna ställer indirekta frågor och avslöjar syftet med studien i slutet av intervjun. Detta angreppssätt kommer att användas till viss del under intervjuns gång med anledning att få så ärliga intervjusvar som möjligt gällande hur respondenterna resonerar och agerar utifrån miljömässiga, ekonomiska och sociala aspekter.

2.4 Urvalskriterier

Urvalet för denna studie är svenska resenärer som har rest med all-inclusive konceptet på sol-och badsemester mer än en gång. För att få tag på respondenter till intervjuerna utgjordes det första urvalet utifrån bekanta till författarna vilket gav studien två respondenter. Därefter utfördes ett snöbollsurval som innebär att forskare får kontakt med ett fåtal respondenter som anses vara relevanta för studien. Vidare genom dessa respondenter får forskare ytterligare kontakt med respondenter som även de anses relevanta för studiens syfte (Bryman & Bell, 2013:206-207). Snöbollsurvalet utgjordes utifrån de respondenter som fanns i författarnas bekantskap. Urvalskriterierna för studien är att samtliga respondenter ska ha rest med all-inclusive konceptet mer än en gång. Eftersom att det i författarnas bekantskap fanns två personer som hade rest med detta koncept mer än en gång ansågs de därför ha en relevans att delta i studien. Dessa två personer kände ytterligare några i deras bekantskap som hade rest med konceptet och författarna fick tillgång till deras mail för att kunna kontakta dem angående en förfrågan till deltagande i studien. Detta gav studien ytterligare fyra respondenter. Efter att intervjuerna hade genomförts med dessa personer fick författarna genom dem kontakt med fyra personer till som de intervjuade kände och visste hade rest med konceptet även dem.

Varje person gav författarna tillgång till en person var. Även dessa fyra personer kontaktades först via mail där de tillfrågades om de ville delta i studien.

2.5 Genomförande

Samtliga respondenter kontaktades från början via mail, men eftersom det har utförts ett snöbollsurval har mailen skickats i olika omgångar. Alla mail har varit utformade likadant och innehöll samma information. Mailen var utformade på det sättet att författarna presenterade sig och berättade vilka de var och vad de studerade. Sedan följde en beskrivning av uppsatsämnet och bakgrund följt av syftet. Sedan presenterades deras roll och vikt i studien om de skulle ställa upp, samt hur det skulle gå till. Mailet avslutades med en förfrågan om de ville delta i studien. Samtliga tillfrågade godkände deras deltagande i studien varav tid och plats började planeras för de kommande intervjuerna.

När intervjuer ska genomföras menar Denscombe (2016:276) att det är viktigt att tänka på att det ska ske på en plats där det går att finna avskildhet och där intervjun kan pågå utan några störningsmoment. För att minimera denna risk genomfördes samtliga intervjuer på morgonen och på kvällen på en kafeteria i centrala Stockholm som har ett avskilt rum. Vid dessa tidpunkter som intervjuerna genomfördes befann sig få människor där vilket skapade en avskildhet under intervjuerna som eftersträvades av författarna. Samtliga intervjuer godkändes av respondenterna att spelas in. Fördel med ljudinspelning är att det ger en fullständig dokumentation av samtalet under intervjun (Denscombe, 2016:280). Författarna eftersträvade även att lägga största möjliga fokus på respondenten vilket är möjligt om hela intervjun inte behöver antecknas. Dock menar Denscombe (2016:280) att det även finns nackdelar med intervjuer, däribland tekniska problem. För att säkerställa att det här problemet inte skulle uppstå spelades alla intervjuer in med hjälp av två enheter. Samtliga intervjuer genomfördes under april månad och varade mellan 25-35 minuter.

Bryman & Bell (2013:482) menar att det finns en rad fördelar om det är mer än en person som är intervjuare. Vid två intervjuare kan den ena vara mer aktiv och den andra passiv. Den som är aktiv ställer frågorna och håller i intervjun, medan den andra för anteckningar och försöker betrakta reaktioner och ansiktsuttryck. Under samtliga intervjuer deltog båda författarna till uppsatsen. Författarna delade upp sig varannan gång så att en fick vara aktiv intervjuare och en fick vara passiv intervjuare. På så sätt flöt intervjuerna på smidigt och förutom ljudinspelningen fick författarna även tillgång till en del anteckningar. En problematik som fanns var att det fanns två respondenter i en av författarnas bekantskap. För att inte riskera att det skulle påverka studiens empiriska resultat var den intervjuaren som inte var bekant med respondenterna den aktiva intervjuaren under just dessa intervjuer, medan den andra var passiv och satt och förde anteckningar.

När alla intervjuer var färdiga påbörjades transkribering. Transkribering innebär att omvandla ljudinspelning till skriftlig form. Att transkribera har både för- och nackdelar. Fördelarna är att det bidrar till att förbättra minnet och det respondenterna har sagt under en intervju kan således kontrolleras. Vidare i processen underlättar transkribering för en

fullständig och noggrann analys av det respondenterna har sagt under intervjuerna. Nackdelen är dock att transkriberingen är tids- och resurskrävande (Bryman & Bell, 2013:489). Författarna har lyssnat på samtliga intervjuer och transkriberat dem för att det ska underlätta för en noggrann analys. Vid transkriberingen har det funnits bra utrustning i form av hörlurar, dator och ljudinspelning vilket har underlättat transkriberingsprocessen.

2.6 Trovärdighet och äkthet

Eftersom mätning inte är det främsta intresset inom kvalitativ forskning är begreppet validitet inte av speciell betydelse för kvalitativa undersökningar. En huvudsaklig anledning till osäkerheten kring en direkt tillämpning av reliabilitets- och validitet kriterierna på kvalitativa undersökningar handlar om att dessa kriterier förutsätter att det är möjligt att komma fram till en enda och absolut bild av den sociala verkligheten (Bryman & Bell, 2013:401). Istället talas det om alternativa kriterier för bedömning av kvalitativa undersökningar som är trovärdighet och äkthet. Denna studie strävar efter att uppnå trovärdighet genom dess fyra del kriterier som är tillförlitlighet, överförbarhet, pålitlighet och konfirmering, samt äkthet.

Tillförlitlighet kan skapas genom att det empiriska resultat säkerställs att forskningen har utförts i enlighet med de regler som finns, samt att resultatet rapporteras till de individer som har varit en del av den sociala verkligheten som studerats för att bekräfta att den sociala verkligheten uppfattats korrekt (Bryman & Bell, 2013:403). För att stärka tillförlitligheten i studien har det empiriska materialet skickats tillbaka till samtliga respondenter för att få en bekräftelse på att författarna tolkat den sociala verkligheten rätt. Överförbarhet innebär hur överförbart studiens resultat är till andra kontexter och situationer. Det kräver fylliga redogörelser och detaljerad beskrivning, exempelvis att ha med ålder, kön, etnicitet och så vidare för att kunna göra det lättare att utföra studien i andra miljöer (Bryman & Bell, 2013:404). Eftersom att respondenterna har behandlats med anonymitet har de inte kunnat beskrivas detaljerat, vilket gör att studiens överförbarhet är begränsad. Pålitlighet betyder att det säkerställs att det skapas en fullständig och tillgänglig redogörelse av alla faser i forskningsprocessen. Det ska finnas en möjlighet för utomstående att inta ett granskande synsätt (Bryman & Bell, 2013:405). Författarna till studien har försökt så väl som möjligt att beskriva alla steg i forskningsprocessen så som bland annat val av ansats, urval av respondenter, genomförande, analysmetod samt även kritik mot metod. Detta för att läsaren ska få en så tydlig bild som möjligt av hela forskningsprocessen. På det sättet kan pålitlighet stärkas i denna studie. Konfirmering innebär att säkerställa att forskaren har agerat i en god tro. Det ska vara tydligt att forskaren inte har låtit sina personliga värderingar påverka studiens resultat och slutsatser (Bryman & Bell, 2013:407). Författarna har agerat i en god tro genom att inte låta sina personliga värderingar påverka studien. Det har bland annat gjorts genom att intervjuguiden har utformats på ett mer generellt plan där frågorna har varit öppna och inte riktade mot positivt eller negativt.

Studien har haft en genomgående utgångspunkt, att skapa en rättvis bild, vilket Bryman & Bell (2013:400) menar sker genom att deltagande personer ska uppleva att studien visar verkligheten på ett riktigt sätt. Bryman & Bell (2013:405) delar in kriteriet *äkthet* i olika autenticitets begrepp vilka undersökningen vill uppfylla. Dessa omfattar att studien ska bidra till att deltagarna får en bättre bild av hur andra personer i miljön upplever den, att deltagarna får bättre möjligheter att vidta de åtgärder som krävs samt en bättre förståelse för sin sociala situation de lever i.

2.7 Etiska aspekter

Den här studien har tagit hänsyn till de etiska regler som berör frivillighet, integritet, konfidentialitet och anonymitet för de personer som är direkt inblandade (Bryman & Bell, 2013:144-145). Berörda personer har informerats om studiens bakgrund och syfte. När deltagarna blev kontaktade och tillfrågade om de ville delta via mail, för den empiriska undersökningen, blev de även informerade om att deltagandet var frivilligt och att de själva hade rätt att bestämma om de skulle vilja avbryta deras deltagande, vilket Bryman & Bell (2013:147) menar är etiskt grundläggande. Konfidentialitets- och anonymitetskravet har för denna studie inneburit full anonymitet för samtliga deltagare i de semistrukturerade intervjuerna. Denscombe (2016:277) menar att forskare förväntas vara öppna och tydliga om vad de gör samt informera deltagarna att de har för avsikt att samla in uppgifter i syfte att undersöka ett visst ämne. Alla personuppgifter som studien har tagit del av har behandlats med konfidentialitet, de uppgifter som har samlats in i de empiriska undersökningarna har endast använts för syftet med den här studien. Den sista principen, falska förespeglningar, innebär att forskare inte har gett falsk eller vilseledande information om undersökningen till respondenterna (Bryman & Bell, 2013:152).

2.8 Metodkritik

Den kvalitativa ansatsen i form av intervjuer kan innehålla fördelar, men denna metod är även kritiserad. Bryman & Bell (2013:416-417) menar att metoden kritiseras för att den är för subjektiv gentemot andra forskningsmetoder. Med det menas att det i en stor utsträckning kan styras av forskarnas uppfattningar som är osystematiska om vad de anser är viktigt och betydelsefullt, där även personliga värderingar kan spela in. För att minimera det så mycket som möjligt i studien har författarna utformat intervjuguiderna med öppna frågor för att inte försöka styra intervjupersonerna mot något håll. De frågor som har formulerats i intervjuguiden har formulerats på det sätt att respondenterna helt fritt exempelvis kan svara vad de har för inställning till all-inclusive konceptet, frågan är inte riktad mot varken bra eller dålig inställning.

Vid kvalitativ metod finns det även en problematik gällande generalisering. Det är svårt att generalisera utöver den situation i vilken intervjuerna produceras. Eftersom att det ofta berör ett mindre antal undersökningsspersoner på en särskild plats är det svårt att generalisera resultaten till andra miljöer. Resultaten i kvalitativ forskning generaliseras istället till teori (Bryman & Bell, 2013:417). Eftersom denna studie har använt sig av tio

intervjuer blir den svår att generalisera utöver alla som reser med all-inclusive. Istället har det som Bryman & Bell skriver generaliserats till vad teorin och tidigare forskning skriver.

Holme & Solvang (1997:101) talar om vikten av undersökningspersoner, att det kan vara en stor och avgörande del av undersökningen. Att undvika att använda sig av fel personer är viktigt eftersom att det kan leda till att hela undersökningen blir bortkastad. Undersökningspersonerna i detta fall valdes via ett snöbollsurval som både besitter för- och nackdelar. För att inte undvika att få med fel personer i studien var kravet att de skulle känna till all-inclusive och ha rest med det mer än en gång.

2.9 Analysmetod

När transkriberingen av intervjuerna var färdig påbörjades analysmetoden. Analysmetoden som används är den kvalitativa analysprocessen som består utav kodning, tematisering och summering (Hjerm et al. 2014:34). Kodning som är det första steget innebär att göra intervjuutskriften mer hanterbara och lättare att arbeta med. Målet med det är att reducera materialet till en uppsättning beståndsdelar och få i ordning materialet. Kodning är något viktigt och avgörande, även om forskare i vissa fall kan känna sig säkra på vad deras resultat kan komma att bli. Fördelarna med kodningen när man gått igenom materialet noggrant och systematisk i ett sådant fall ger forskare ett bekräftande om det de har tagit del av faktiskt stämmer (Hjerm et al. 2014:45). Samtliga tio intervjuutskrifter har gått igenom var för sig noga för att finna centrala beståndsdelarna och på det sättet kunna reducera varje intervjuutskrift för sig till en början. När samtliga hade reducerats var för sig reducerades de tillsammans. Nästa steg är tematisering och innebär att det ska hittas mönster och kopplingar mellan de kodade kategorierna som har skapats. Det sker en sortering bland koder och idéer. Målet är att finna en övergripande struktur i materialet från kodningen (Hjerm et al. 2014:63). Det har skett en sortering av att författarna har gått igenom intervju för intervju och sorterat ut all liknande data som har kopplingar till varandra för sig. Intervjuguiden har varit till hjälp när kopplingar och teman tagits ur från den kodade data. De olika teman kom att bli all-inclusive, miljömässiga aspekter, ekonomiska aspekter, sociala aspekter samt turistens syn på hållbar turism och turistens ansvar och skyldigheter. Det sista steget är summering och betyder att resultatet integreras ihop och summeras, och slutsatser dras. Det är viktigt att gå igenom på djupet i sin data, annars finns risken att forskaren missar den mångdimensionalitet som materialet har (Hjerm et al. 2014:73). I detta sista skede gjordes en sista summering av den data och teman som hade kommit fram i de tidigare stegen.

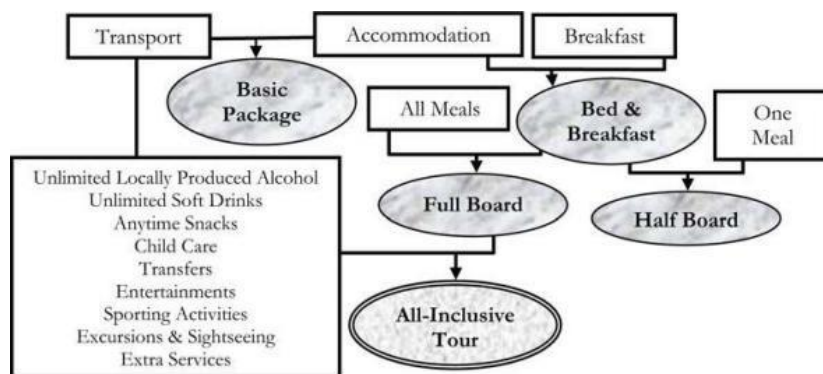
3. Teoretiskt ramverk

Teoretiska ramverket presenterar teori och tidigare forskning för studien, vilket lägger grund för studiens utformning och möjlighet att besvara frågeställningarna. Kapitlet utgår från all-inclusive konceptet, hållbar turism och dess tre dimensioner samt avslutar med fokus på turisten.

3.1 All-inclusive

Under 1990-talet ökade populariteten avsevärt kring all-inclusive resor. Turister började värdesätta att betala ett förutbestämt pris innan avresa. Swarbrooke (1999:331) menar att det finns både positiva som negativa aspekter med all-inclusive konceptet. De positiva aspekterna är att det är ett attraktivt koncept eftersom det bara växer. Turisten vet även i stort sett exakt vad hela resan kommer att kosta eftersom att resan betalas i förväg, de behöver därför inte oroa sig om att överspendera pengar. Tillväxten av all-inclusive för med sig många fördelar, konceptet förespråkar bekvämlighet, komfort och är kostnadseffektivt, vilket lockar turister. Konceptet ger "valuta för pengarna", vilket gör det möjligt för turister att planera sin semester mer effektivt och säkerställa konsistens av kvalitet genom att välja att stanna i en trygg miljö och eliminerar behovet av att använda kontanter på destinationen. Genom att tillåta turister betala kostnaden för semestern i förväg, minskar konceptet risken för oväntade kostnader (Farmaki et al. 2017). All-inclusive garanterar enligt Farmaki et al. (2017) en ökad känsla av säkerhet, bekvämlighet, pålitlig transport och hygienstandard.

Dock har all-inclusive konceptet fått kritik främst gällande hållbar utveckling. Kritiken grundar sig på de skadliga effekter som konceptet bidrar till på destinationen. Konceptet tenderar att medföra negativa miljömässiga, ekonomiska och sociala konsekvenser. All-inclusive anklagas för att de minskar spinn-off fördelar av turism för lokala företag som innebär att en verksamhet gynnar andra verksamheter på en destination. Bevis från Turkiet avslöjar att endast tio procent av turister som reser med konceptet spenderar pengar i den lokala ekonomin, vilket resulterar i negativa ekonomiska konsekvenser för lokala företag som exempelvis restauranger, barer och butiker (Farmaki et al. 2017). Som modellen nedanför visar innehåller all-inclusive alla måltider, dryck, transfer, underhållning, barnaktiviteter och sportaktiviteter på hotellet. Samt i vissa fall finns det även exkursioner och sightseeing och andra extra tjänster. Det leder det till att turister inte behöver spendera pengar på lokala restauranger, dryck på barer eller aktiviteter utanför hotellområdet.



Figur 1 “Type of package tours” (Anderson, 2012)

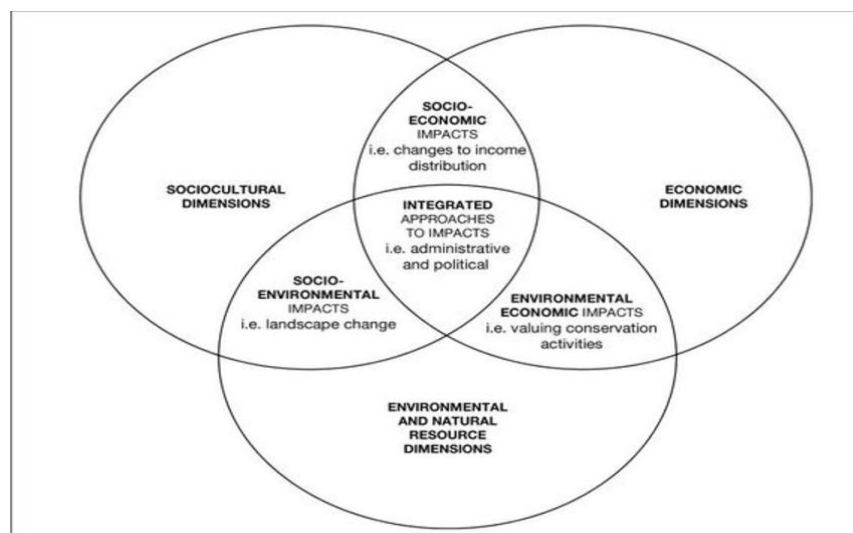
Samtidigt menar författaren att eftersom turister i förväg vet att de har betalat och har tillgång till all mat och dryck kan det i vissa fall skapas dåligt beteende av exempelvis överkonsumtion av mat och alkohol. Det kan även skapas en motvillighet att lämna hotellområdet vilket minskar kontakt med lokalbefolkning (Swarbrooke, 1999:331). Konceptet ses även som en promotor av säsongsbetonade anställningar, eftersom att all-inclusive anläggningar tenderar att fungera säsongsbundet. Det är ett problem som har lett till oregelbundna och långa arbetstider och en hög personalomsättning. Konceptet har även associerats med en rad miljöproblem som orsakas av massproduktion och överkonsumtion (Farmaki et al. 2017).

Anderson (2010) har genomfört en studie som handlar om vad det är som bestämmer att turisten väljer att resa med all-inclusive koncept. Studien genomfördes på flygplatsen i Spanien med totalt 843 respondenter som skulle besöka all-inclusive hotell. Författaren redovisar konceptets styrkor och svagheter. Styrkorna är bland annat att turister kan planera sin semester bättre genom att de redan innan vet vad kostnaderna kommer att bli och de kan även känna sig säkra i en välplanerad resa och arrangerad miljö. I all-inclusive hotell brukar det även finnas aktiviteter och shower vilket gör att turisten inte behöver lämna hotellet för underhållning. Svagheter är däremot att det leder till att det lokala deltagandet begränsas från turisternas perspektiv och att de inte samverkar i den lokala gemenskapen på destinationen. Att spendera pengar utanför sin budget har en låg benägenhet eftersom allt i princip är inkluderat. Potential för kopplingar utanför hotellet som med restauranger och taxi begränsas även det. Även personal som arbetar där kan i större grad utnyttjas och arbeta övertid.

Anderson (2012) har även genomfört en annan studie om all-inclusive på Mallorca där författaren analyserat utbud och efterfrågan. Författaren kom fram till att generellt sätt är ekonomiska fördelar på all-inclusive destinationer tvivelaktiga för destinationen. Det har sin grund i att turisterna som bor på dessa hotell spenderar mindre pengar på destinationen än turister som inte reser till all-inclusive hotell. Vidare menar Anderson (2012) att om en all-inclusive turist spenderar mindre pengar än andra turister och all-inclusive konceptet fortsätter att växa, kommer det att utgöra ett hot för den traditionella turismen. Det här kan leda till att det blir en utmaning för ekonomisk tillväxt på destinationen.

3.2 Hållbar turism

Swarbrooke (1999:46) menar att hållbarhet är det som möter människors behov idag utan att äventyra möjligheten för människor att i framtiden möta deras behov. Det har funnits lite bevis för att kunna påvisa att turister är intresserade i hållbar turism i sin egen resa. Turister kan bidra med hållbara handlingar i sitt vardagliga liv hemma, men när de är på semester tänker dem att de kan ta semester från hållbarhet också och känner inget större ansvar. Swarbrooke (1999:47) lägger även stor tyngd på att förklara att miljömässiga, ekonomiska och sociala aspekter är alla lika viktiga för hållbar turism, och att det inte går att tala om en hållbar turism förrän de tre aspekter av hållbarhet har uppfyllts. Hall (2008:28) framför en modell som handlar om hållbar turism och de tre dimensionerna som även Swarbrooke tar upp. I modellen tydliggörs det att samtliga dimensioner överlappar varandra och är beroende av varandra. Varje aspekt kommer att förklaras mer ingående längre ner i studien.



Figur 2 “Dimensions of the impacts of tourism” (Hall, 2008:28)

3.2.1 Miljömässiga aspekter

Turismen med sina effekter har en stor påverkan på miljön, både en negativ och en positiv påverkan. Turismen är i en stor grad beroende av naturens resurser. För många människor handlar hållbar turism just om miljön. Främst den naturliga och fysiska miljön, och dess skydd. Men det finns mycket mer för miljön än bara det naturliga landskapet. Begreppet miljö innehåller bland annat den naturliga miljön (bergsområden, hav, floder, sjöar, grottor, stränder), vilda djur (flora, fåglar, insekter, fiskar och marina däggdjur), den odlade miljön (fiskodlingar), den bebyggda miljön (stadsbilden) och naturresurser (vatten, klimat, luft). Miljödimensionen innebär att den fysiska platsen tillhör destinationen och dess naturliga miljö och bevarandet av det. De positiva effekterna är dock att eftersom turismen ökar kan det leda till bevarandet av naturens resurser också. Författaren menar att det krävs att förhållandet mellan turism och miljö måste bli starkare för en hållbar turism (Swarbrooke, 1999:50).

Juvan och Dolnicar (2014) har genomfört en studie som handlar om varför turister som hemma aktivt engagerar sig i miljöfrågor och miljöskydd, men under sin semester förändras deras beteende gällande dessa frågor. Det leder till att deras beteenden kan få negativa konsekvenser på destinationens miljö. Det genomfördes kvalitativa intervjuer med personer om de är medvetna om den negativa miljöpåverkan som deras semesterbeteende kan skapa. Författarna ville se om det finns ett attityd-beteende gap hos dessa människor som har ett miljöskyddstänk hemma, men inte under semestern. Studien kom fram till att turisterna var medvetna om de negativa konsekvenser på bland annat klimatförändringar och föroreningar som förekommer. De visade även på en generell medvetenhet om att turismrelaterade beteenden påverkar miljön, speciellt flyg och transport. Det är uppenbart att identifiera att det existerar ett attityd-beteende gap vilket innebär att semesterbeteendet avviker från den attityd turisterna egentligen har gentemot miljön när de befinner sig hemma i sitt vardagliga liv.

Kim (2012) har studerat om besökare är villiga att stödja hanteringspolicys gällande den lokala destinationens miljöfrågor. En enkätundersökning genomfördes med besökare i Lol-Worth kustområdet i England. Resultatet visade sig att majoriteten av besökarna hade en positiv attityd gentemot hanteringspolicys och mot de miljöfrågor som berörde destinationen. Exempelvis att de följer principerna att ta bort sitt skräp efter sig från stranden och att inte klättra på klippor om det är skyltat med förbud. Studien kom även fram till att individuella faktorer såsom kön, ålder, utbildning och miljöengagemang kan komma att påverka semesterbeteendet.

Inom turismsektorn har det upptäckts och uppmärksamats att den typ av mat som serveras på hotell kan ha implikationer för turisterna och hållbar turism, speciellt gällande den miljömässiga aspekten. Lokal mat kan både ha fördelar för turisterna och för hotellen eftersom den är närproducerad och inte behöver fraktas vilket minskar utsläpp. Sims (2009) argumenterar i sin artikel för att lokal mat och dryck kan öka den miljömässiga, men även den ekonomiska hållbarheten för både turismen och själva destinationen. Samt öka uppmärksamheten för både den lokala maten och destinationen, samt de lokala bönderna. Konsumtion av lokal mat kan generera många effekter som kan vara fördelar för den lokala miljön och ekonomin. Transport och utsläpp av mat när den är närproducerad minskar avsevärt i jämförelse om maten fraktas på längre håll.

3.2.2 Ekonomiska aspekter

I debatten om hållbar turism menar Swarbrooke (1999:59) att den ekonomiska dimensionen ofta är mindre uppmärksammas jämfört med den miljömässiga dimensionen. Men turism är ett ekonomiskt fenomen med stor kraft världen över. Den är grunden för tillväxten av många multinationella företag och den står för en betydande del av den årliga disponibla inkomsten för många människor i utvecklingsländer (Swarbrooke, 1999:60).

Swarbrooke (1999:61) menar att ekonomiska dimensionen inom hållbar turism har både för- och nackdelar. Fördelarna är att den skapar arbetstillfällen, den lokala ekonomin stärks i och med multiplikatoreffekten som betyder att pengar som spenderas på en destination stannar där. Andra fördelar är även att det hjälper lokala företagare att hålla sig lönsamma. Men det finns även nackdelar som Swarbrooke (1999:61) menar är att många arbeten är lågavlönande och säsongsbaserade. Andra nackdelar är att det kan uppstå ekonomiskt läckage vilket innebär att pengarna inte går till den lokala destinationen. Det kan bland annat uppstå genom att vissa resmål ligger avskilt från lokaldestinationen och har allt inkluderat. Det kan leda till att turister inte spenderar pengar på den lokala destinationen. Om exempelvis mat och dryck även är importerat till hotellet och inte köpt och producerat lokalt blir läckaget kraftigare. Uppstår läckage på destinationen innebär det att även fast turister är på semester på en destination går pengarna till andra länder, exempelvis till det landet som äger hotellet (Weaver & Lawton, 2014:232-233). Den ekonomiska utvecklingen av globaliseringen och uppkomsten av multinationella företag är både en fördel och hot till hållbar turism. Uppenbarligen finns det tydliga kopplingar mellan den ekonomiska dimensionen av turism och dess sociala konsekvenser (Swarbrooke, 1999:66).

3.2.3 Sociala aspekter

Den sociala dimensionen fokuserar på förhållandet mellan turister och lokalbefolkningen. Även den sociala dimensionen av turismen har fått mindre uppmärksamhet i debatten om hållbar turism än den miljömässiga aspekten, kanske beror det på att de sociala effekterna av turismen inträffar vanligtvis långsamt över tiden. De sociala aspekterna är också till mesta dels osynliga och immateriella. Men de sociala konsekvenserna av turismen är vanligtvis permanenta med liten eller ingen möjlighet att vända förändringen när det har skett. Alla berörda parter inom turism har både rättigheter och skyldigheter. Swarbrooke (1999:69) menar att det finns fyra faktorer att implementera och uppnå den sociala hållbarheten som är de fyra E:na. *Equity* innebär att se till att alla aktörer inom turistindustrin behandlas rättvist. *Equal opportunities* är att alla inom turistindustrin behandlas med lika villkor, både de som arbetar inom turistindustrin och turister. *Ethics* betyder att alla som arbetar inom turistindustrin bör handla etiskt och vara ärliga gentemot turister. *Equal partners* som är den sista faktorn är att turister ska behandla personal som jämbördiga parter och inte som underordnade (Swarbrooke, 1999:69).

De sociala aspekterna kan utspela sig positivt eller negativt på en destination. Weaver & Lawton (2006:30) menar att en positiv effekt i följd av sociala aspekter är att turister besöker lokala destinationen och spenderar pengar där. Det leder till att den sociala aspekten påverkar den ekonomiska aspekten och omsättningen ökar på destinationen. Men att turister besöker den lokala destinationen kan ha en negativ påverkan genom exempelvis att kriminalitet och brottslighet ökar, att lokal tradition försvinner genom att det blir för mycket turister samt att destinationen förlorar sin autenticitet (Hall, 2008:28-29). Wall & Mathieson (2006:223) skriver om relationen mellan turisten och den lokala destinationen. Det uppstår en relation exempelvis när turisten köper varor eller tjänster från destinationen.

Lehto et al. (2004) har genomfört en studie som handlar om effekten av tidigare erfarenheter på semesterbeteende. Studien använde sig av fyra aspekter som är riskmedvetenhet, deltagande i aktiviteter, ekonomisk involvering och sociodemografiskt. Utifrån dessa aspekter vill författarna se om tidigare semestererfarenheter har en påverkan på aktuella semesterbeteenden. Resultatet kom fram till att tidigare erfarenhet har en påverkan gällande främst deltagande i aktiviteter och ekonomisk involvering. Deltagande i aktiviteter visade sig ha en påverkan genom att turister ofta vid sin första resa visar mer allmänna intressen och försöker uppleva och prova på hela destinationen. Medan vid fler resor börjar deltagande i aktiviteter att bli mer specifikt och fokus ligger på vissa få platser och aktiviteter. Gällande ekonomisk involvering menar Lehto et al. (2004) att tidigare erfarenheter har en påverkan på utgiftsmönstret.

3.3 Turisten

3.3.1 Hållbar turist

Inom hållbar turism benämns ofta turisten som “problemet” i termer av ekonomisk, miljömässig och social påverkan av deras aktiviteter. Om en hållbar turism vill uppnås menar Swarbrooke (1999:142) att turisternas roll i detta måste uppmärksammas mer. Det finns grundläggande skyldigheter som förväntas av alla som turistar i ett annat land och så finns det även extra skyldigheter. De grundläggande skyldigheterna är att följa lokala lagar och riktlinjer och inte delta i illegala aktiviteter. Medan de extra skyldigheterna är mer kopplade till hållbar turism. Dessa skyldigheter är att försöka möta lokalbefolkningen, lära sig om deras livsstil och etablera vänskap. Att skydda naturen genom att inte köpa souvenirer som är gjorda från exempelvis tidigare levande varelser och att bidra så mycket som möjligt till den lokala ekonomin. För att uppnå en hållbar turism krävs det att turisten ska ha ett genuint intresse i det och visa på det också.

Författaren menar att många turister ser sin semester som en utflykt och flykt från det vardagliga ansvaret. Att få turisten mer ansvarstagande kan ske genom att visa och höja medvetenheten av problemen i hållbar turism på effektiva sätt. Bland annat genom att främja former av hållbar turism som kan komma att bli attraktiv för turisten och förbättra deras semester. Författaren anser att hållbar turism inte kan uppnås om inte turisterna samverkar också (Swarbrooke, 1999:143).

Passafaro et al. (2015) menar i sin studie att det förekommer en association mellan turismpreferenser, personliga värderingar, allmänna attityder gentemot hållbar turism och allmän acceptans av exempelvis miljömässiga, ekonomiska och sociala aspekter. De menar att de som föredrar hållbar turism i större grad har visat sig inneha större intresse för naturen genom att de har naturskyddsvärderingar. De identifierar den hållbara turisten som någon som överväger i sitt planerande av resa miljömässiga och sociala effekter som kan komma att påverka deras val. De är redo att kompromissa gentemot deras intressen för att kunna bidra till hållbarhet i samband med deras resa. Men samtidigt menar Miller et al. (2010) att det råder en bristande kunskap om hållbar turism hos turister. Turisterna vill

kunna njuta av sin resa och inte behöva känna något ansvarstagande. Turister anser även att ansvarstagandet inte låg hos de utan hos destinationen och hotellet.

3.3.2 Turistens ansvar och skyldigheter

Dodds et al. (2010) kom fram i sin studie till att nästan samtliga turister reser för att få semester och kunna slappna av och ha tillgång till sol och bad. Turisternas vetskap om hållbar turism varierande mellan samtliga turister om hur mycket de visste och var engagerade. Men de ansåg alla att de miljömässiga och sociala aspekterna av destinationen var viktiga. Majoriteten uttryckte även att de var villiga att betala en extra skatt för att hjälpa destinationen att finansiera miljö- och socialt skydd. När turisterna blev tillfrågade vem som de tyckte var ansvarig för hållbarheten varierade svaren. Vissa tyckte att det var själva turisten som hade ett ansvar, medan andra ansåg att det mer var destinationen och till exempel regeringar som hade det yttersta ansvaret. Genom att förstå turisten, vad som motiverar den till att besöka destinationen och deras medvetenhet om hållbarhet menar Dodds et al. (2010) kan hjälpa utvecklingen, planeringen och regeringen i dess frågor om hållbar turism. Artikeln sammanfattas med att främst unga och relativt välbetalda respondenter, visar det finns en vilja hos turisterna att betala mer för att skydda öarna och för att se mer hållbara destinationer, dock skiljer sig åsikterna om vem som bär det främsta ansvaret och var dessa ändringar ska ske (Dodds et al. 2010).

En återkommande faktor i arbetet av att främja hållbarhet har varit att öka medvetenheten och kunskap hos människor, vilket kan komma att uppmuntra ett beteende som är mer hållbart. Litteraturen kring hållbar turism visar att ökad medvetenhet bland konsumenterna också har funnits som ett sätt att göra turismen mer hållbar. Behovet av att öka medvetenheten hos besökarna är viktigt för företagare, men kopplingen mellan denna ökning av medvetenhet och eventuell förändring i beteende är inte ifrågasatt. Miller et al. (2010) skriver om olika metoder forskare arbetar med för att öka turisternas kunskap och agerande kring hållbar turism, en del forskare tror att en ökad kunskap kan förändra turisternas konsumtionsmönster medan andra forskare finner det inte troligt att det kommer innebära att ökad medvetenhet och en ökad medvetenhet som inte nödvändigtvis inte kommer leda till handlingar och ett agerande (Miller et al. 2010). Kandampully & Suhartanto (2000) pekar även på att turisternas lojalitet är viktig och avgörande för hotell. De menar i sin studie att turister har börjat gå från att lägga tyngdpunkt på själva tjänsten och istället lägger större fokus på hotellets värderingar och image. Imagen är även något som ska framföras från de anställda på hotellen, eftersom att det är de som kommer främst i kontakt med turisterna.

Miller et al. (2010) tar upp källsortering som ett exempel där konsumtionsmönster och beteende har förändrats hos turister. Idag är källsortering socialt accepterat, men inom turism så känner inte turisterna samma skuld och ansvar och skyldigheterna blir utspädda, anledning till det är att hotellen turisterna är på är fullt av andra turister som göra samma beslut och handlingar (Miller et al. 2010). Miller et al. (2010) avslutar sin undersökning med att påvisa att de turister som varit med i undersökningen har negativ inställning till

hållbart resande, den visade en bristande kunskap om den stora påverkan turismen har på samhället. Respondenterna kände sig även maktlösa och ansåg att det egentliga ansvaret inte låg hos dem som turister utan på destinationen och hotellet i sig.

4. Empiri

Empiriska kapitlet redovisar vetenskapliga studier av verkligheten. Först introduceras en bild av svenska resenärers reflektioner kring all-inclusive, för att sedan fördjupa sig inom hållbar turism med de tre dimensionerna som berör miljö, ekonomi och det sociala. Rubrikerna i det empiriska resultatet är citat från respondenterna som ger en överblick till varje tema.

4.1 All-inclusive

4.1.1 ”All-inclusive är tids- och kostnadseffektivt och skapar en frihets känsla.”

Samtliga intervjuer började med en generell fråga kring resenärernas inställning till all-inclusive konceptet och alla beskrev att de har en positiv inställning. Majoriteten väljer konceptet på grund av bekvämlighet, speciellt om man reser med barn som många av respondenterna beskrev. “Du slipper ansvar, som att städa och laga mat och kan istället umgås med din familj”, beskrev en respondent och la till att det även är avkopplande eftersom allt redan är inplanerat. Flera respondenter ansåg även att vikten av att kunna planera sin ekonomi och betala hela resan innan var ett plus och en anledning till varför de valde att resa med all-inclusive, även i detta fall speciellt om de reste med barn.

Syftet till varför de reser med all-inclusive varierade, samtidigt som det fanns likheter, samtliga respondenter ville bland annat kunna vila, slappna av och umgås med familj. En respondent ansåg att den valde all-inclusive eftersom man är där en begränsad tid och att man då inte är ute efter att se massa saker utan fokus ligger på att spendera tid med familj och inte känna några måsten. En följdfråga till syftet varför de valde all-inclusive framför andra typer av resor var svaren “Man får allt i ett” och menade att det är barnanpassat, allt finns och det är oftast bra standard på hotellanläggningen. “Om barnen är nöjda är vi nöjda!”, menade en respondent som syfte. Majoriteten som reste med all-inclusive var barnfamiljer och en respondent menade att det inte behövdes tänka på var man ska äta eller vad det ska kosta, utan allt är planerat redan innan vilket är mer avslappnande och skönt. Majoriteten av respondenterna tyckte att det här med att resan och dess innehåll är planerat innan är positivt och främjar att åka på sådana resor igen. Resterande av respondenterna som inte rest med barn beskrev även konceptet som prisvärt och bekvämt eftersom ekonomin kunde planeras bättre.

I valet kring resebolag har majoriteten valt att boka med de största resebolagen i Sverige, som Apollo, Ving och TUI Sverige. Men en respondent reste inte med dessa stora resebolag, istället berättade respondenten att resorna oftast skett med medelstora resebolag som Airtours och Lowcostholiday innan de gick i konkurs år 2016. Respondenten menar att det kunde finnas samma hotell som på de stora resebolagen som på de medelstora, men att de medelstora var mycket billigare. Även en annan respondent berättade att de börjat gå mer från de stora välkända resebolagen till mindre där det faktiskt kan vara billigare hotell.

Av respondenterna som hade barn har de åkt på all-inclusive cirka en gång om året under tiden barnen var små, men färre gånger ju äldre de blivit. Dock reser alla respondenter även med andra typer av resor som charter och egna planerade resor under samma år, cirka en av tio resor är all-inclusive menar en respondent medan en annan beskriver det som en gång per år när deras barn var små. Men samtliga respondenter har rest med all-inclusive konceptet mellan tre till tio gånger.

4.1.2 “Det måste vara minst fyra stjärnor”

De viktigaste faktorerna de tar hänsyn till i valet kring en all-inclusive resa, är enligt en respondent kvalitén, både kvalitén på hotellet och variation på mat, samt att anläggningen har en inriktning som exempelvis träningstema. Även kundrecensioner och antal stjärnor på hotellet tyckte majoriteten var viktigt och kan vara en avgörande faktor “Jag kollar först stjärnor, minst fyra stjärnor och sen omdömen från andra resenärer”, förklarar en respondent. Boendet ska helst vara nytt, modernt eller nyrenoverat enligt flera respondenter. Flera av dem tittar och läser även om själva resmålet, om det finns oroligheter i landet, avstånd till strand, poolområde, aktiviteter och så vidare. Hos respondenterna som reste med familj och barn märktes det att faktorer som barnpool och barnaktiviteter stod i centrum, samt även flygtid, för lång flygtid kan bli jobbigt med barn menade en respondent. Att det ska finnas ett stort utbud av allt som ska finnas på ett hotell som exempelvis mat och aktiviteter, samt hygienfaktorer som bra städning på hotellrummen och att hotellen är renliga är även det viktiga faktorerna hos samtliga. Kring följdfrågan om resenärerna kollar något innan de bokar om hotellen arbetar med hållbarhet menar majoriteten att om det finns på hemsidan är det positivt och ett plus från hotellets sida, men inget de själva söker efter. “Jag tittar mest istället på bilder om det ser trevligt och fräscht ut, att maten ser god ut”, menar en respondent och förklarar att fokus kring valet av hotell inte ligger på hållbarhet.

4.1.3 “Bekvämt men förutsägbart”

Samtliga resenärer lyfte fram att det mest positiva med all-inclusive konceptet var just bekvämligheten. Mer specifikt menade en respondent att det var positivt att ha tillgång till mat och dryck under i princip nästan hela dagen. Majoriteten beskrev det även som avslappnande att inte behöva fundera så mycket på var man ska äta hela tiden och ett plus att slippa hantera pengar på plats. Respondenterna lyfte även fram att allt finns tillgängligt, inga tider att anpassa sig till och du kan koppla av helt, och beskrev att “Eftersom jag reser med småbarn är det mest positiva just mat och dryck, att ha tillgång till det stora utbudet hela dagen och att barnen själva får välja.”

Det negativa med konceptet svarade de flesta att det kan bli långtråkigt och förutsägbart, alla dagar ser oftast likadana ut. “Det går nog inte att vara längre än två veckor på ett all-inclusive hotell”, sa en respondent. Beroende på hur länge man vistades på destinationen kan man börja tröttna på maten tyckte även majoriteten av resenärerna. En annan respondent ansåg att konceptet inte främjar att besöka lokal destinationen eftersom du

redan har allt på hotellet, så även fast du som resenär kanske vill gå utanför men du gör inte det för du har allt. Dock tillade respondenten att det vet man redan om innan när man bokar så det är sig själv man får skylla på. Överflödet av mat och dryck lyfte flera respondenter upp, de menar att det syns att folk slänger en hel del mat. “Det är väldigt mycket mat som lagas hela tiden och man ser att allt inte kommer att ätas”. Det kan även bli väldigt mycket barnfamiljer, stimmigt och trångt, och det “Dubbel doppas marshmallows i chokladfontänen”, säger en respondent och skrattar.

4.2 Miljömässiga aspekter

4.2.1 “Såklart jag källsorterar, men bara om det finns lättillgängligt på hotellet”

Samtliga av respondenterna källsorterar hemma mer eller mindre. De källsorterar plast, kartong, metall, tidningar, matavfall och även pant. Kring följdfrågan varför de källsorterar gör flera det för miljön och att de vill bidra till en bättre miljö. Men om de tänker något kring källsortering på deras all-inclusive vistelse gjorde nästan ingen det avsiktligt. Majoriteten menar att om det skulle finnas tydliga regler och riktlinjer om källsortering trodde de att dem hade följt det. Flera nämnde även att de tyckte att det var hotellets ansvar att framföra källsortering och annat sådant som tillämpas på hotellen, för annars tänker man inte på sånt, speciellt inte på semestern. Men det fanns en respondent som tänkte på källsortering under sin resa och tyckte att de hotell den besökt har hotellen haft sortering vid matavfall. Respondenten trodde dock att hotellen sorterar mat och källsorterar sen själva. En annan respondent beskrev att den ibland kan lämna plastflaskor och burkar på hotellrummet och inte slänga det i papperskorgen, ifall Städarna kanske vidare sorterar det. Dock berättar en respondent att de inte kommer i kontakt med mycket sopor, respondenten menar att det sker sämre källsortering exempelvis när de hyr ett hus medan på all-inclusive kan hotellen ta ett ansvar. Kring följdfrågan på hur det faktiskt har sett ut gällande källsortering på resenärernas tidigare all-inclusive resor var svaren lika. Nästan samtliga uttryckte att i överlag brukar det inte finnas någon synlig källsortering på hotellområdet, utan endast vanliga papperskorgar. “Om hotellet har tydliga papperskorgar med vad som ska slängas var så följer man såklart det. Men det är ingenting som jag själv har tagit reda på i förhand.” förklarade en respondent.

Vattenanvändning var ingenting respondenterna direkt tänkte på under sin semester. En respondent beskrev att det är en självklarhet att man inte låter vattenkranen stå på i onödan, de duschar som vanligt, inte längre eller kortare än de gör hemma. En annan respondent nämnde att den brukade tänka på att inte tvätta handdukarna alldeles för ofta, utan någon dag kunde de iallafall användas. En mindre del av respondenterna berättade att på vissa hotell de hade besökt hängde skyltar i badrummen att man ska tänka på miljön och inte duscha för länge.

4.2.2 “Igår, idag och imorgon”

Innebörden av begreppet hållbarhet och hållbar turism nämnde samtliga respondenter att de tyckte att det handlade om miljö, och att man måste tänka på miljön. En respondent

förklarade hållbarhet som något långsiktigt och tog som exempel att kanske välja miljöcertifierade hotell för att det i längden kan bidra till en bättre miljö. En annan respondent menade att inte skräpa ner och att välja eko-produkter. Ytterligare en respondent förklarade att det är att ta vara på jordens resurser, bland annat genom källsortering och återanvändning. Respondenten utvecklade sitt svar att hållbarhet kopplat till turism innebär att vissa destinationer som livnär sig på turism måste få möjligheten att kunna överleva. Men om resebolag som har sitt ursprung i andra länder tar över turismen med sina stora hotellanläggningar blir det inte hållbart för destinationen. Vad respondenterna hade för kunskap om hållbar turism beskrev en respondent att det kan vara vad ett hotell gör och hotellets ansvar. Till exempel det senaste all-inclusive hotellet som respondenten bodde på hade egna odlingar med färska kryddor som de planterade. En respondent tolkar hållbar turism som något som är skonsamt mot miljö och för människor idag men även ”imorgon”, att minska resursförbrukning, och långsiktigt tänkande och framförallt om miljön och skapa produkter som är hållbara över en tid.

Gällande en följdfråga om resenärerna anser att pris eller kvalitet är viktigast varierade respondenternas resonemang. Majoriteten ansåg att kvalitet var viktigt, men samtidigt att priset också har en påverkan. En respondent som tyckte att kvalitet var viktigast utvecklade resonemanget genom att förklara att kvalitet är det viktigaste, speciellt mat, gärna att den är ekologisk och lokalproducerat. Men det ska även vara kvalitet på aktiviteter, anläggningen och helst personal från destinationen. Medan en annan respondent ansåg att både pris och kvalitet spelar stor roll. “Man vill ju ha bra standard på hotellet, men samtidigt vill man inte överbetala.” Samtliga respondenter sa att de kunde tänka sig att resa till ett dyrare pris om det var bättre för miljön, men det berodde på hur mycket dyrare det var också.

Majoriteten av de intervjuade var tveksamma om de skulle kunna tänka sig att betala mer för sin resa om det bidrog till en bättre miljö samtidigt som några var positiva till det och kunde tänka sig det. Anledningen till det hos de flesta var att det i praktiken är svårt att bevisa om det verkligen är bättre för miljön och hur mycket bättre. En respondent menade om att det främjas mer skulle man nog göra det, men i dagsläget tyckte personen inte att det gör det. En annan respondent menade att hade det varit inom Sverige hade personen gjort det. Men i ett främmande land är det svårare att kontrollera att det efterlevs och därför är personen skeptisk till det.

En respondent reflekterade själv lite kring den miljömässiga aspekten gällande flygtider. Respondenten menar att flygtiden kan påverka miljön, men det är nog inte många som tänker på när de bokar sina all-inclusive resor, för desto längre flygtid desto mer koldioxidutsläpp blir det. En annan resenär menar att det finns en känsla av att det sker mycket ”matsvinn”, det slängs mycket onödigt mat eftersom det oftast är buffé som serveras. En respondent ansåg att även om många resebolag engagerar sig i hållbarhetsdebatten tror respondenten att många turister idag är mer medvetna om hållbarhet också. För att turister i vissa fall ska veta hur de ska gå tillväga måste företagen visa att de tar ställning för att bli konkurrenskraftiga. Slutligen tillade en respondent med

en ängslig röst att ”generellt känner jag att jag borde säga bättre saker om miljön, kanske att jag borde ta mer ansvar och jag känner mig lite dålig för att jag inte gör det”.

4.3 Ekonomiska aspekter

4.3.1 “Allt ingår och finns på hotellet”

Resenärerna resonerade till mesta dels likvärdigt gällande de ekonomiska aspekterna på all-inclusive hotell. Majoriteten åt inga måltider på restauranger utanför hotellområdet eftersom att de redan hade tillgång till mat och dryck på hotellet. Ett mindre antal av respondenterna berättade dock att de i vissa fall kunde äta utanför hotellområdet, men deras syften varierade. En respondent menade att den ibland kunde äta lunch utanför hotellområdet bara för omväxlingens skull, men det blir inga långa utflykter. Ytterligare en respondent berättade att personen några gånger brukade äta middag utanför hotellet. Anledningen var viljan att se vad som fanns utanför hotellet och få uppleva de typiska restaurangerna och maten på destinationen. Samtliga respondenter brukade dock handla annat utanför hotellet, majoriteten brukar oftast handla souvenirer och presenter. “Jag turism shoppar, strosar runt i småbutiker om kvällarna och köper såna där onödiga saker bara för att man är utomlands.” En respondent förklarar att ofta finns det ingenting utanför hotellanläggningen eftersom hotellet ligger isolerat från resten av destinationen. Något genomgående bland alla resenärer var att de handlade vatten utanför hotellet eftersom det är skönt att ha det på rummet, samt att på de destinationer som respondenterna hade besökt kunde kranvattnet inte drickas. Men gällande att handla mat utanför hotellet i mataffärer var ingen som gjorde. De som reste med barn nämnde att det kunde i vissa fall köpas chips, godis och glass till rummet. En respondent reflekterade däremot att om personen inte hade rest med barn hade personen nog inte åkt med all-inclusive. För resenären menar att det finns ett stort intresse för att gå ut och äta på restauranger och upptäcka nytt, men att det blir begränsat när man reser med barn.

4.4 Sociala aspekter

4.4.1 “Ja, minst en gång besöker vi lokaldestinationen”

De flesta resenärerna brukade besöka lokaldestinationen i något syfte under sin all-inclusive resa mer eller mindre. Men flera lyfte fram att när de planerar sina resor med all-inclusive är de inte ute efter att upptäcka destinationen, utan de reser med syftet att vila och därför vill ha en resa där allt ingår. De resenärer som brukade besöka lokaldestinationen mer gjorde det i syfte titta vad som fanns utanför, kvällspromenader, shopping, stränder, marknader, äta och upptäcka den kultur som finns på destinationen. “Absolut besöker vi området utanför hotellet, att bara sitta på hotellet blir långtråkigt. Jag vill ju se staden som man befinner sig i också.” Några nämnde även att de brukade besöka köpcentrum, vattenland eller tivoli. Sevärdheter var ingenting som var populärt hos resenärerna under deras sol- och badsemester. Respondenten som brukade gå ut och äta middag några gånger nämnde att det var för att testa på den riktiga lokala maten och

kulturen som fanns där, och se människorna. Respondenten som ibland kunde äta lunch ute menade att det mer var för nöjets skull, men ingenting som prioriteras.

Resenärerna som besökte lokaldestinationen mindre än resterande resonerade annorlunda. En respondent menade att det var ingenting som prioriterades eftersom att man var där för att vila och slappna av. En respondent förklarade att det även oftast inte brukade finnas särskilt mycket utanför hotellet, och allt finns redan ändå inom hotellområdet. På hotellet finns det aktiviteter, shower och underhållning, samt tillgång till mat och dryck. Respondenten menade att det leder till att det inte finns något behov att besöka destinationen och slösa pengar. En respondent som nästan aldrig, men minst en gång brukade besöka destinationen var för att det till slut började bli tråkigt och enformigt på hotellet. "Den fjärde dagen undrar man vad händer som utanför hotellet, hur livet ser ut utanför" säger respondenten.

5. Analys

I följande kapitel förs en analys av resultatet utifrån den empiriska undersökningen som tillämpas på det teoretiska ramverket. Analysen kategoriseras med utgångspunkt i de tre dimensionerna inom hållbar turism samt turistens agerande och medvetenhet.

5.1 All-inclusive

Teorin menar på att de positiva aspekterna med all-inclusive konceptet är att turisten vet vad den kommer att få vilket gör det bekvämt samt vet vad allt kommer att kosta i förväg, vilket underlättar för turister att planera sin resa. Turisterna kan även känna sig trygga och säkra i en välplanerad miljö (Swarbrooke, 1999:331; Anderson, 2012). Det empiriska resultatet visade på att resenärerna som rest med all-inclusive konceptet, reste i syfte med att det främst var bekvämt och enkelt, speciellt vid resande med barn. Flera respondenter lyfte även fram att ekonomin kunde planeras bättre eftersom allting redan var betalt i förväg, vilket många föredrog. De valde all-inclusive vid ett behov att vila och umgås med familjen. Men att resa med detta koncept har även sina negativa aspekter. Eftersom att allt är inkluderat i en sådan resa som Andersons (2012) modell påvisar, är risken att turisterna inte rör sig utanför hotellområdet (Swarbrooke, 1999:331; Anderson, 2012). Swarbrooke (1999:331) menar även att en annan negativ aspekt som kan uppstå är att det sker överkonsumtion av mat och alkohol. Överkonsumtion av mat och alkohol var en nackdel som respondenterna tog upp och även något en del av respondenterna hade erfarenhet av. Ungefär hälften av respondenterna lyfte fram överflödet av mat och att många turister på all-inclusive anläggningen lämnar efter sig eller slänger mycket mat. Eftersom det oftast är buffé plockar folk på sig mycket, men äter inte upp allt vilket gör att det finns en stor överkonsumtion precis som teorin förespråkar att det förekommer på all-inclusive resor. Samt att det kan bli långtråkigt, alla dagar ser likadana ut i princip. Detta kan kopplas ihop med precis som teorin säger att turisterna inte rör sig utanför hotellområdet, vilket då leder till att det i vissa fall kan bli långtråkigt. Även fast de tycker att det kan bli långtråkigt rör de sig inte så mycket utanför hotellområdet, just eftersom allt är inkluderat i deras resa redan.

5.1.1 Miljömässiga aspekter

Juvan & Dolnicar (2014) menar att turister är medvetna om deras negativa påverkan på miljön när de är ute och reser men att deras beteenden förändras under semestern. Trots att turister källsorterar exempelvis sina sopor hemma menar författarna att det existerar ett attityd-beteende gap när de reser. Utifrån intervjuerna om den miljömässiga aspekten kunde samtliga respondenter konstatera att de tänkte mycket på miljö och källsorterade sina sopor hemma. Men vid frågan om de tänkte på detta under sin semester kunde attityd-beteende gapet tydas tydligt hos majoriteten av resenärerna. När de är ute och reser är källsortering och vattenanvändning ingenting de direkt tänker på. Attityd-beteendet gapet kunde tydas genom att de hemma tänkte på det, men på semestern gjorde de inte det vilket

innebär att de har en viss attityd mot det men inte agerar i linje med det attityden på semestern. Vilket i likhet med Juvan & Dolnicar (2014) innebär att deras beteenden förändrades. Kim (2012) menar dock att turister är positiva gentemot att stödja hanteringspolicys gällande miljöfrågor på den lokala destinationen genom att exempelvis plocka bort skräp efter sig och följa de regler som finns. Utifrån det empiriska resultatet i studien kunde dessa drag också synas hos respondenterna. Majoriteten var villiga och positiva att exempelvis källsortera, men de tyckte att hotellanläggningen borde framföra sådant tydligare och informera om det. Majoriteten uttryckte även att om de ser att det är sopstation med sortering följer de självklart det, men det var inte ingenting de tog sig tiden att ta reda på själva under sin semester eftersom de var där för att slappna av.

5.1.2 Ekonomiska aspekter

Den ekonomiska aspekten av hållbar turism har för- och nackdelar. Fördelar i form av att destinationen gynnas och lokala ekonomin stärks. Medan nackdelar kan vara att det uppstår ekonomiskt läckage som innebär att lokala ekonomin inte gynnas eftersom pengarna inte går till den lokala destinationen (Swarbrooke, 1999:66). Eftersom respondenterna betalade sin all-inclusive resa i förskott innan avresan som inkluderade allt var majoriteten inte villiga att spendera pengar på mat och dryck utanför hotellet. Majoriteten av respondenterna lyfte fram att de inte kände något behov av att äta på restauranger utanför hotellet eftersom mat och dryck ingick i deras förbetalda pris och hade ofta bra standard. Men däremot brukade nästan samtliga respondenter handla någonting utanför hotellområdet som souvenirer, små presenter hem, snacks och vatten, men inga större köp. All-inclusive konceptet som inkluderar nästan allt en turist behöver vid en resa kopplat till det respondenterna har svarat så finns det en risk att det uppstår ekonomiskt läckage i områden med många all-inclusive hotell, eftersom att turister i stort sett inte äter utanför sitt hotell och spenderar lite pengar på souvenirer. Uppstår det ekonomiskt läckage på en destination kan det även innebära att hotellanläggningarna ägs av andra länder vilket betyder att pengarna går tillbaka till de länderna (Weaver & Lawton, 2014:232-233). Nästan samtliga respondenter berättar att när de reser på all-inclusive resor reser de med antingen Apollo, Ving eller TUI som ofta inte ägs av länderna som turisterna reser till vilket innebär att pengarna går tillbaka till de länder som Apollo, Ving och TUI ägs av och på så sätt kan ekonomiskt läckage uppstå på en destination.

5.1.3 Sociala aspekter

De sociala aspekterna inkluderar bland annat integration och samverkan med lokalbefolkningen, det sker en fokus på förhållandet mellan turister och lokalbefolkningen Swarbrooke (1999:69). Denna aspekt är viktig för hållbar turism men skapar en problematik kring resenärernas agerande när de reser med just all-inclusive. Resenärerna beskriver själva att de besöker den lokala destinationen och dess invånare i en begränsad omfattning. De tycker däremot att det är viktigt att besöka lokal destinationen vid resor de själva planerat utan all-inclusive. Som Swarbrooke (1999:69) skriver är den sociala dimensionen svår att mäta då den dels är osynlig och immateriell och inträffar ofta långsamt över tiden, utifrån svaren från respondenterna syns inte en tydlig kunskap om den

sociala aspekten och svaren är otydliga om de reflekterar kring aspekten och dess påverkan.

Lehto et al. (2014) menar att tidigare semesterbeteende har en påverkan på hur nästa semesterbeteende utspelar sig. Deltagande i aktiviteter och ekonomisk involvering var det som kunde förändras desto mer turister reste. Respondenterna hade rest med all-inclusive konceptet mer än en gång och flera respondenter kunde hålla med om att de under sina första resor försökte vara mer aktiva och upptäcka mer. Men speciellt när de började resa med barnen förändrades det och de sökte mer efter det bekväma och avslappnade, vilket var det främsta syftet till varför resenärerna reste med konceptet. Samtliga respondenter brukade besöka lokaldestinationen minst en gång men i varierande syften, samtidigt som flera nämnde att det inte var något de prioriterade. De respondenter som besökte lokaldestinationen fler gånger nämnde att några syften var att upptäcka kulturen, destinationen och människorna. Som en respondent nämnde "Att se det som finns utanför". Precis som Wall & Mathieson (2006:220) menar, att det skapas en relation mellan turisterna och destinationsvärden, utifrån respondenternas svar utvecklades en relation till destinationen vid besök. De som besökte destinationen mer utvecklade en större relation till destinationen och de värddar som gick att finna på destinationen. De respondenter som inte besökte lokaldestinationen mer än nödvändigt menade att de inte hade intresse eller behov av att lära känna lokalbefolkningen eftersom det inte var syftet med resan.

De fyra faktorerna som Swarbrooke (1999:69) tar upp för att uppnå en social hållbarhet kan till en viss del implementeras i denna studie. *Equal partners* och *Equal opportunities* liknar varandra och innebär att man som turist ska behandla den som tjänar en som jämbördiga parter, var inget som turisterna tänkte på. En respondent reflekterade dock själv om att det är viktigt att de som arbetar på hotellen har bra arbetsvillkor vilket går till viss del i linje med detta. Bland annat att hotellet anställer personal från destinationen så att all-inclusive hotellen kan gynna lokaldestinationen också samt att de som arbetar inte ska ha sämre villkor. Detta hänger även ihop med *Equity* som innebär att alla aktörer inom turistindustrin behandlas rättvist. Gällande *Ethics* menas att turistindustrin ska vara ärlig gentemot turister bland annat. Utifrån intervjuerna kunde det konstateras att majoriteten av respondenterna ansåg att hotellet bör vara ärliga med information gällande hållbara handlingar om källsortering, samt att respondenterna kan lita på att resebolagen ger en ärlig bild på hemsidan om resorna.

5.2 Turistens syn på hållbar turism

Resenärernas syn på hållbar turism har enligt det empiriska resultatet en viss likhet mellan varandra. Resenärerna har en grundläggande kunskap om hållbarhet, men de reflekterar inte särskilt mycket kring det i sitt eget resande, istället sätts deras syfte och behov i fokus. Hållbar turism anser respondenterna hör ihop med hållbarhet, något som ska kunna finnas i framtiden, "att man tänker långsiktigt" och att det främst handlar om miljö. Vilket även Swarbrooke (1999:46) tar upp att hållbarhet betyder utveckling för framtiden. Men en djupare förklaring har ingen av respondenterna och det är inget som de tänker på när de

bokar sin all-inclusive resa. Miller et al. (2010) menar på att det råder en bristande kunskap om hållbar turism och dess påverkan hos turister. Även Dodds et al. (2010) kom fram i sin studie att turister reser för att få semester och kunna slappna av och ha tillgång till sol och bad. Det syns även i resenärernas svar eftersom de har en kunskap om hållbar turism och hållbarhet, men eftersom de reser för att koppla av och vila tänker de inte kring ett hållbart agerande på semestern. Men genom att förstå turisten, vad som motiverar den till att besöka destinationen och deras medvetenhet om hållbarhet kan det hjälpa till i utvecklingen, planeringen och hos regeringen i dess frågor om hållbar turism menar Dodds et al. (2010).

Passafaro et al. (2015) tar upp vikten av personliga värderingar och allmänna attityder gentemot hållbar turism. Samt allmän acceptans av exempelvis miljömässiga, ekonomiska och sociala aspekter och menar att de personer som har mer kunskap om hållbarhet och tycker det är viktigt, har en tendens att i större grad agera utefter det. Utifrån det empiriska resultatet källsorterar samtliga resenärer hemma, en fråga om varför de källsorterar hemma säger samtliga "Jag vill göra något för miljön" och att "Man vill bidra med något till miljön". Miller et al. (2010) tar upp källsortering som en hållbar handling som blivit socialt accepterat, där ett beteende har förändrats och nästan något människor känner sig tvingade att göra idag. Men om resenärerna källsorterar under sin all-inclusive vistelse var det fler än majoriteten som varken gjorde eller tänkte på det. Miller et al. (2010) resonerar att även om källsortering har ökat och förändrat ett beteende, så är det inte lika accepterat inom turism och turisterna känner inte samma ansvar och istället tänker att det är okej att inte källsortera om ingen annan av turisterna heller gör det på hotellet.

5.2.1 Turistens ansvar och skyldigheter

Swarbrooke (1999:142) tar upp problematiken att turisten ofta benämns som "problemet" i termer av miljömässig, ekonomisk och social påverkan av deras aktiviteter och menar på att turisterna måste uppmärksammas mer för att nå en hållbar turism. Utifrån det empiriska resultatet, anser flera respondenter att de inte har skyldigheter att exempelvis ta reda på vissa saker utan det är hotellen som borde informera om det. Men enligt Swarbrooke (1999:143) har turisten både grundläggande samt extra skyldigheter och de extra skyldigheterna är dem som är mer kopplade till hållbar turism. De grundläggande skyldigheterna följdes av samtliga resenärer då de följde lokala lagar och riktlinjer som Swarbrooke (1999:143) talar om. De extra skyldigheterna är att försöka möta lokalbefolkningen, lära sig om deras livsstil och etablera vänskap och att bidra så mycket som möjligt till den lokala ekonomin (Swarbrooke, 1999:143). Utifrån svaren från respondenterna tänker inte majoriteten av resenärerna på att försöka möta lokalbefolkningen eftersom det inte var deras syfte när de besökte destinationen. I detta fall menar Swarbrooke (1999:142) att turisten blir problemet gällande social påverkan av deras aktiviteter eftersom de inte följer de extra skyldigheterna och bidrar därmed inte till en samverkan med lokalbefolkningen. Men en del av respondenterna utvecklade sina svar genom att nämna att om det inte hade varit en all-inclusive vistelse hade de försökt att möta lokalbefolkningen mer och lära sig om deras kultur och livsstil. Men eftersom att de

befinner sig på ett hotell som har allt inkluderat utnyttjas den möjligheten så mycket som möjligt av resenärerna. De resenärer som däremot följde de extra skyldigheterna och besökte lokaldestinationen mötte lokalbefolkningen och den lokala kulturen i större grad.

Kandampully & Suhartanto (2000) tar upp turistens lojalitet och hur avgörande det är för hotellet i framtiden att införskaffa lojalitet hos turisterna. Eftersom turister idag lägger större fokus kring hotellets värderingar och image än själva tjänsten i sig är det viktigt att hotellet möter turisterna. En del av respondenterna tog upp vikten av ekologisk och närproducerad mat på hotellet, vilket var något som uppskattades av många som speciellt reste med barn. Förmedlas en sådan image av hotellet kan det leda till att turisterna blir mer lojala eftersom att de uppskattar den imagen.

Teorin visar att det finns en vilja från turisternas perspektiv att betala mer för att den destinationen de besöker ska bevaras, dock skiljer sig åsikterna om vem som bär det främsta ansvaret och var dessa ändringar ska ske (Dodds et al. 2010). Miller et al. (2010) tror dock på att det gäller att få turister mer ansvarstagande genom att visa och höja deras kunskap och medvetenhet om de problem som är kopplade till turism. Författarna menar att många turister ser sin semester som en utflykt och flykt från det vardagliga ansvaret. Men det gäller att bland annat främja hållbar turism på ett sätt för turisterna så att den blir mer attraktiv för dem och förbättrar deras semester (Swarbrooke, 1999:143). Precis som Miller et al. (2010) menar i sin studie vill resenärerna kunna njuta av sin resa och inte behöva känna något ansvarstagande. Med störst sannolikhet är det just därför det empiriska resultatet visade att respondenterna inte ansåg att ansvarstagandet låg hos dem. De ansåg istället att det låg i grund hos hotellet att främja och informera om det. Även här uttrycktes en känsla av att resenärerna har rätt att njuta av sin resa hur de vill utan att behöva känna ett ansvar för något. Som Passafaro et al. (2010) menar att resenärerna flyr från sitt vardagliga liv.

Utifrån det teoretiska ramverket tror forskare på olika metoder för att få en mer hållbar turism och ansvar hos turisterna. Antingen öka deras kunskap om hållbar turism vilket Miller et al. (2010) tror kan förändra resenärernas konsumtionsmönster och beteende. Medan exempelvis Swarbrooke (1999:143) tror att för att uppnå en hållbar turism krävs det att turisten ska ha ett genuint intresse i det och visa på det också, författaren anser att hållbar turism inte kan uppnås om inte turisterna samverkar också (Swarbrooke, 1999:143). Samtliga respondenter anser inte att det är deras ansvar fullt ut eller reflekterar inte kring ansvaret eller skyldigheterna de bär på när de reser, hemma känner de ett ansvar men inte på deras resa, dock avslutar en respondent sin intervju med att tilläga "Generellt känner jag att jag kanske borde ta mer ansvar och jag känner mig lite dålig för att jag inte gör det". För enligt Swarbrooke (1999:69) har alla berörda parter inom turismsektorn både rättigheter och skyldigheter.

6. Slutdiskussion

I det avslutande kapitlet presenteras studiens slutsatser kring resenärernas syn. Även studiens syfte besvaras för att tydligt summera undersökningens utgång. Ytterligare diskuteras kritisk reflektion och förslag till vidare forskning.

6.1 Studiens slutsatser

Syftet med studien var att undersöka svenska resenärers perspektiv kring hållbar turism och om de gör hållbara handlingar utifrån miljömässiga, ekonomiska och sociala aspekter under sina all-inclusive resor. För att vidare se om det stämmer överens med vad teori och tidigare forskning förespråkar. För att besvara studiens syfte har följande två frågeställningar formulerats;

Hur förhåller sig resenärerna till de miljömässiga, ekonomiska och sociala aspekterna av hållbar turism när de reser med all-inclusive koncept?

Vem anser resenärerna är ansvarig för att en hållbar turism ska uppnås?

Respondenterna har mer kunskap kring den miljömässiga aspekten, vid innebörden av begreppet hållbar turism var det den miljömässiga aspekten de först reflekterade över. Gällande den miljömässiga aspekten källsorterade resenärerna sina sopor hemma och var positivt inställda till det. Men under sin all-inclusive vistelse var deras förhållningssätt annorlunda, då var det inget som de tänkte på i första hand. Ett attityd-beteende gap kunde då tydas hos nästan samtliga resenärerna. Resenärernas förhållningssätt gentemot den ekonomiska aspekten gynnade till mesta dels inte destinationen. Eftersom all mat och dryck var inkluderad på hotellet prioriterade majoriteten av resenärerna att inte äta utanför hotellet. Vissa kunde handla annat men det var inga större köp som gjordes. Detta kan resultera i ekonomiskt läckage som betyder att pengarna inte går tillbaka till den lokala destinationen. Speciellt eftersom att resorna oftast skedde med resebolag som inte ägdes av destinationen som besöktes. Den sociala aspekten var inget som resenärerna direkt tänkte på eller förhöll sig till. Denna aspekt är dock viktig för hållbar turism och skapar en problematik kring resenärernas agerande när de reser med just all-inclusive, eftersom att de besöker den lokala destinationens och dess befolkning i en begränsad omfattning. I detta fall blir turisten "problemet" gällande social påverkan av deras aktiviteter eftersom de inte följer de extra skyldigheterna och bidrar därmed inte till en samverkan med lokalbefolkningen. Vid resor som resenärerna själva planerar som inte är all-inclusive, menar de att de då har ett större intresse att besöka både den lokala destinationen och dess befolkning. Det beror på att de inte är bundna till sitt boende på samma sätt eftersom de inte har allt inkluderat. Därav menar denna studie att resenärerna förhåller sig svagt till de tre aspekterna av hållbar turism under sin all-inclusive resa.

Studiens empiriska data kunde konstatera att det råder en grundläggande kunskap kring begreppet hållbar turism och dess effekter hos respondenterna. Det är dock inget som respondenterna direkt reflekterar över eller agerar efter när de reser med all-inclusive. Även om en viss kunskap finns förändras inte alltid deras beteende under semestern och det existerar ett attityd-beteende gap när de reser. En förståelse för turisten och vad som motiverar dem till att besöka destinationen kan i sin tur hjälpa till i processen att uppnå en mer hållbar turism. Vidare kan det diskuteras om var och vem som erhåller ansvaret kring hållbar turism. Respondenterna känner i sin vardag och hemma ett ansvar gällande hållbarhet, men känner inte samma ansvar under sin semester. Istället anser dem att ansvaret ligger hos hotellen och destinationerna att informera turisterna om det är något de bör känna till och anpassa sig efter. Som tidigare nämnt måste alla tre aspekter finnas med inom begreppet för hållbar turism. Det gäller även att alla berörda parter inom turismsektorn måste arbeta gemensamt för att uppnå detta.

Studiens avslutande diskussion blir att både hotell, resebolag, regeringar och själva turisten tillsammans och gemensamt måste ta ett ansvar för att bibehålla och utveckla en hållbar turism i framtiden. Det gäller att få turisterna mer ansvarstagande genom att visa och höja deras kunskap och medvetenhet om de problem som är kopplade till turism för att förändra resenärernas konsumtionsmönster och handlingar.

6.2 Kritisk reflektion

Studiens frågeställningar har med hjälp av empirikapitlet och det teoretiska ramverket besvarats vilket innebär att det metodval som använts har varit lämpligt för studiens syfte. Studiens utformning har baserats på att det ansågs mer givande att anta ett mindre utforskat perspektiv och konkret undersöka om resenärer vet vad hållbar turism innebär och därefter var ambitionen att undersöka om resenärer agerar utifrån sin kunskap under sina all-inclusive resor. Respondenterna till intervjuerna föredrog att vara anonyma i studien utan namn. I efterhand vore det intressant att åtminstone ha med ålder för att kunna se om det fanns något mönster hur de svarade bland olika åldrar. Hade studien gjorts om hade även intervjuguiden beaktat fler frågor kring den sociala aspekten, då de svaren författarna fick inte var djupgående i jämförelse till den teoretiska referensramen. Det skulle kunna leda till en ännu starkare analys. Annars har metodvalet varit lämpligt för studien i och med att författarna kunnat få en större förståelse kring resenärernas tankar och agerande.

6.3 Förslag till vidare forskning

Då den här studien enbart har undersökt ur resenärernas perspektiv vore det intressant att studera och jämföra med även resebolagens och hotellens perspektiv. Att undersöka vad de anser gällande hållbar turism utifrån de tre dimensionerna och vem de anser bär det yttersta ansvaret. Det vore intressant att genomföra en jämförelseanalys mellan olika intressenter inom turismsektorn och undersöka vad samtliga anser gällande hållbar turism och vem de tycker bär det yttersta ansvaret för att en hållbar turism ska uppnås. Ett annat förslag till vidare forskning skulle kunna vara att fördjupa sig mer i var själva ansvarstagandet ligger

gällande hållbar turism. En jämförelse mellan exempelvis turister, hotell och resebolag, för att se hur samtliga intressenter förhåller sig och vad de anser att de har för ansvar och skyldigheter. Detta hade kunnat bredda förståelsen kring problematiken med just hållbar turism och intressenterna inom turismsektorn.

Källförteckning

Tryckta källor

Bryman, A. & Bell, E. (2013) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Upplaga 2. Malmö: Liber.

Denscombe, M. (2016) *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom inom samhällsvetenskaperna*. Upplaga 2. Lund: Studentlitteratur.

Hall, C.M. (2008) *Tourism planning policies, processes and relationships*. Harlow: Pearson Education Limited.

Hall, C.M., & Lew, A.A. (1998). *Sustainable tourism - A geographical perspective*. Harlow: Addison Wesley Longman.

Hjerm, M., Lindgren, S., & Nilsson, M. (2014) *Introduktion till samhällsvetenskaplig analys*. Upplaga 2. Malmö: Gleerups.

Holme, I.M., & Solvang, B.K. (1997) *Forskningsmetodik: om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Upplaga 2. Lund: Studentlitteratur.

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2014) *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Upplaga 3. Lund: Studentlitteratur.

Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. Wallingford: CABI

Wall, G., & Mathieson, A. (2006) *Tourism changes, impacts and opportunities*. Harlow: Pearson Prentice Hall.

Elektroniska källor

Anderson, W. (2010) "Determinants of all-inclusive travel expenditure." *Tourism Review*, 2010, 65(3), 4-15.

Anderson, W. (2012) "Analysis of "All-inclusive" tourism mode in the Balearic Islands." *Tourismos: an International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 7(1), 309-323.

Apollo (u.å) *Hållbart resande*. <http://www.apollo.se/om-apollo/hallbart-resande> [25-03-2017]

Club Med, 2017 <http://www.clubmedsunway.ie/club-med-history.asp> [05-03-2017]

- Dodds, R., Graci, S., & Holmes, M. (2010). "Does the tourist care? A comparison of tourists in Koh Phi Phi, Thailand and Gili Trawangan Indonesia." *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 207-222.
- Farmaki, A., Georgiou, M., & Christou, P. (2017) "Growth and Impacts of All-Inclusive Holiday Packages: Echoes from the Industry." *Tourism Planning & Development*. 1-20
- Hawkes, E., & Kwortnik, R. J. (2006) "Connection with the culture: A case study in sustainable tourism." *Cornwall Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 47, 369.
- Juvan, E., & Dolnicar, S. (2014). "The attitude–behaviour gap in sustainable tourism." *Annals of Tourism Research*, 48, 76-95.
- Issa, J.J., & Jayawardena, C. (2003) "The "all-inclusive" concept in the Caribbean", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(3), 167-171.
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). "Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image." *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6), 346-351.
- Kim, A. (2012). "Determinants of Tourist Behaviour in Coastal Environmental Protection." *Tourism Geographies*, 14(1), 26-49.
- López-Guzmán, T., Orgaz-Agüera, F., Martín, J., Ribeiro, M. (2016). "The all-inclusive tourism system in Cape Verde islands: The tourists' perspective." *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 29, 9-16.
- Lehto, X., O’Leary, J., & Morrison, A. (2004). "The effect of prior experience on vacation behavior." *Annals of Tourism Research*, 31(4), 801-818.
- Michailidou, A., Vlachokostas, C., & Moussiopoulos, N. (2016). "Interactions between climate change and the tourism sector: Multiple-criteria decision analysis to assess mitigation and adaptation options in tourism areas." *Tourism Management*, 55, 1-12.
- Miller, G., Rathouse, K., Scarles, C., Holmes, K., & Tribe, J. (2010). "Public understanding of sustainable tourism." *Annals of Tourism Research*, 37(3), 627–645.
- Nazar (2015) *Ett hållbart resande*. <http://www.nazar.se/kundservice/ett-hallbart-resande/> [22-03-2017]
- Ozdemir, B., Çizel, B., & Bato Cizel, R. (2012). "Satisfaction With All-Inclusive Tourism Resorts: The Effects of Satisfaction With Destination and Destination Loyalty." *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 13(2), 109-130.
- Passafaro, P., Cini, F., Boi, L. et al. (2015). "The "sustainable tourist": Values, attitudes, and personality traits." *Tourism and Hospitality Research*, 15(4), 225-239.

Sims, R. (2009) "Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience." *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.

Wong, C-K. S., & Kwon, W.-Y. Y. (2004). "Outbound tourists' selection criteria for choosing all-inclusive package tours." *Tourism Management*, 25, 581-592.

World Tourism Organization UNWTO (u.å) *Why tourism*.
<http://www2.unwto.org/content/why-tourism> [05-03-2017]

Yang, L., & Wall, G. (2009). "Authenticity in ethnic tourism: domestic tourists' perspectives." *Current Issues in Tourism*, 12(3), 235-254.

Muntliga källor

- Respondent 1. Intervju utförd 2017-04-04
- Respondent 2. Intervju utförd 2017-04-04
- Respondent 3. Intervju utförd 2017-04-04
- Respondent 4. Intervju utförd 2017-04-06
- Respondent 5. Intervju utförd 2017-04-06
- Respondent 6. Intervju utförd 2017-04-18
- Respondent 7. Intervju utförd 2017-04-18
- Respondent 8. Intervju utförd 2017-04-18
- Respondent 9. Intervju utförd 2017-04-19
- Respondent 10. Intervju utförd 2017-04-19

Bilagor

Intervjuguide

All-Inclusive:

- Vad har Du för inställning till All-inclusive konceptet?
- I vilket syfte reser du med All-inclusive?
- Vilka resebolag har du för det mesta rest med?
- Vilka är de viktigaste faktorerna Du tar hänsyn till i valet kring en All-inclusive resa?
- Hur ofta reser Du med All-inclusive?
- Vad är det mest positiva samt negativa med detta koncept?

Sociala aspekter:

- Besöker Du lokaldestinationen utanför all-inclusive hotellet när du reser?
- Besöker Du de lokala invånarna, sevärdheter och restauranger utanför?

Ekonomiska aspekter:

- Äter Du på restaurang utanför hotellområdet?
- Deltar Du på aktiviteter utanför hotellområdet som inte anordnas av hotellet?
- Handlar Du utanför hotellområdet?

Miljömässiga aspekter:

- Källsorterar Du sopor hemma hos dig?
- Tänker Du något på källsortering av sopor under din resa?
- Tänker Du något på vattenanvändning?
- Vad tänker Du kring ordet hållbarhet?
- Skulle Du kunna tänka dig att resa till ett dyrare pris om var bättre för miljön?