

All-inclusive hotellens påverkan i Alanya

- En fält- och intervjustudie om
hållbarheten i destinationen.

Av: Viktoria Hultgren, Layla Ibrahim och
Nagoua Hassan Alwan

Handledare: Christian Widholm



Förord

Vi vill börja med att tacka varandra för flera veckors arbete som har varit givande på alla sätt. Tillsammans har vi tagit oss igenom denna resa med skratt, hårt arbete och en hel del kreativitet och passion för ämnet turismvetenskap. Vi vill tacka våra respondenter som vi intervjuade i Alanya som inte bara gett oss bra empiri men även en djupare förståelse om Alanya. Denna resa är något vi sent kommer glömma då den berörde oss väldigt djupt. Vi vill även tacka vår handledare Christian Widholm som har kommit med konstruktiv vägledning.

Slutligen vill vi även säga "bizim için teşekkürler" som på turkiska betyder tack för oss.

Södertörns högskola den 4 juni 2013

Viktoria Hultgren Layla Ibrahim & Nagoua Hassan Alwan

Sammanfattning

Denna studie behandlar Turkiets turistdestination Alanya utifrån ett hållbarhetsperspektiv. Vidare om all-inclusivehotellens påverkan på destinationen. Syftet med studien är att undersöka de sociala, ekonomiska och miljömässiga faktorerna. För att analysera detta använder vi oss av teorier som berör hållbar utveckling och hållbar turism samt positiva och negativa aspekter av all-inclusivekonceptet. Metoden för undersökningen är kvalitativ där en fält- och intervjustudie genomförs i Alanya. För att studera den sociala påverkan på destinationen undersöks turister och lokalbefolkningen samt arbetsvillkoren för anställda. Dessutom undersöks de internationella reseföretagen och all-inclusivehotellens ekonomiska och miljömässiga påverkan på destinationen. Resultat visar att Alanya inte bara är en charterdestination utan en all-inclusivedestination. Den snabba uppkomsten av all-inclusivehotell har lett till en ohållbar utveckling för destinationen.

Nyckelord: Alanya, all-inclusive, hållbar utveckling, hållbar turism, ekonomiska-, sociala- och miljömässiga effekter, arbetsvillkor

Abstract

This essay concerns the tourist destination Alanya in Turkey from a sustainable perspective and the impact all-inclusivehotels have on the destination. The purpose of the essay is to examine social, economic and environmental impacts in Alanya. To analyse it we use theories of sustainable development and sustainable tourism together with theories of all-inclusivehotels benefits and disadvantages. A field- and interview survey was conducted in Alanya to study the social effect on the destination. Tourist, locals and employees working condition are examined. Furthermore the essay analyses international travel agencies and all-inclusivehotels environmental and economic impacts. Conclusion of the essay presents that Alanya is not only a charter destination, it's an all-inclusive destination. The rapid grow of all-inclusivehotels in Alanya have affected an unsustainable development in the destination.

Key words: Alanya, all-inclusive, sustainable development, sustainable tourism, economic-, social- and environmental impact, working condition

Innehållsförteckning

1.	Inledning.....	1
1.1	Bakgrund	1
1.2	Problemdiskussion.....	2
1.3	Syfte och problemställning.....	4
1.4	Definitioner	4
1.5	Avgränsningar	5
1.6	Disposition.....	5
2.	Metod.....	6
2.1	Val av metod	6
2.2	Tillvägagångssätt.....	6
2.3	Urval.....	6
2.4	Genomförande	7
2.4.1	Semistrukturerade intervjuer	7
2.4.2	Etnografisk fältstudie.....	8
2.5	Bearbetning	8
2.6	Reliabilitet och validitet	9
2.7	Etiska aspekter.....	9
2.8	Metoddiskussion och källkritik	10
3.	Teoretiska referensramar	12
3.1	All-inclusivekonceptets för och nackdelar utifrån ett hållbarhetsperspektiv	12
3.2	Hållbar utveckling och hållbar turism	13
3.2.1	Miljömässiga effekter.....	13
3.2.2	Ekonomiska effekter.....	14
3.2.3	Sociala effekter.....	15
3.3	Tidigare forskning	17
3.3.1	Hållbarhet i Alanya utifrån miljömässiga-, ekonomiska- och sociala effekter.....	17
3.3.1.1	Miljömässiga resultat i Alanya	17
3.3.1.2	Ekonomiska resultat i Alanya.....	18
3.3.1.3	Sociala resultat i Alanya.....	18
3.3.2	För och nackdelar med all-inclusive.....	19
4.	Empiri.....	21
4.1	Fältstudie	21

4.2	Miljömässiga effekter som uppstår av all-inclusivekonceptet i Alanya – turismutveckling och miljömedvetenhet	22
4.3	Ekonomiska effekter som uppstår av all-inclusivekonceptet i Alanya– ekonomisk utveckling och säsongsvariationer	24
4.4	Sociala effekter som uppstår av all-inclusivekonceptet i Alanya.....	26
4.4.1	Sociala påverkan och lokalbefolkningens integrerande	26
4.4.2	Arbetsvillkoren för anställda i Alanya.....	28
5.	Analys och diskussion	30
5.1	Miljömässiga effekter som uppstår av all-inclusivekonceptet i Alanya – turismutveckling och miljömedvetenhet	30
5.2	Ekonomiska effekter som uppstår av all-inclusivekonceptet i Alanya.....	33
5.2.1	Ekonomisk utveckling	33
5.2.2	Säsongsvariation.....	37
5.3	Sociala effekter som uppstår av all-inclusivekonceptet i Alanya.....	38
5.3.1	All-inclusiveturismens sociala påverkan i Alanya och lokalbefolkningens integrerande 38	
5.3.2	Arbetsvillkoren för anställda i Alanya.....	40
6.	Slutsats.....	42
7.	Förslag till fortsatt forskning	43
8.	Litteratur och källförteckning.....	44
9.	Bilaga.....	47
9.1	Intervjumanual.....	47

1. Inledning

Kapitlet inleds med en introduktion av Alanyas utveckling som turistdestination. Vidare om nordiska reseföretag som använder all-inclusivekonceptet, och turismens ekonomiska roll på destinationen. En problemdiskussion förs vidare om all-inclusivekonceptet och hållbar turism, med en presentation av studieämnet. Slutligen sammanförs studiens syfte och frågeställningar, till följd av avgränsningar och definitioner.

1.1 Bakgrund

Alanya blev erkänd som en turistdestination och en del av turismnäringen år 1982 av ”Tourism Encouragement Law No. 2634 ” (Resmi Gazete 1982, se Tosún och Çalışkan 2011, s. 5). Det förde med sig att företagare och investerare såg framtida möjligheter att investera i Alanya som turistdestination. Detta var även något den turkiska staten insåg och bidrog med statlig finansiering. Från att staden var en traditionell turkisk stad driven av jordbruk till att ha omvandlats till en urbaniserad stad driven av turismindustrin. De sociala, ekonomiska och miljömässiga faktorer har påverkats markant av turismindustrin (Tosún och Çalışkan 2011, s. 5).

Under 1980-talet började utvecklandet av turismen i Turkiet. Den turkiska regeringen arbetade hårt med att attrahera turister till landet, på grund av konkurrens mot Grekland. Ländernas marknadsföring påminner om varandra, i och med att länderna har vackra stränder och ett klassiskt kulturarv. Det som skiljer Turkiet från Grekland är den exotiska turkiska orientalism (Löfgren 2002, s. 179). Något som också skiljer Turkiet från Grekland, är landets billiga priser och en mindre trängsel på stränderna. Detta lockade familjer, som var den bidragande faktorn till den snabba utvecklingen (Löfgren 2002, s. 176).

Turkiets långa somrar, segling och golf är det som attraherar de svenska turisterna mest. I förening med turismorterna Alanya, Antalya, Side, Marmaris och Bodrum (Kjellqvist 2012, s. 33). Nordiska reseföretag som har all-inclusivehotell i Alanya är bland annat Nazar, Apollo, Fritidsresor, Ving, Detur, Turkietresor och Solresor. Reseföretaget Nazar är specialister på all-inclusive med fokus på lyxresor för barnfamiljer (Nazar 2013). Tre varianter av all-inclusive erbjuds utifrån hotellkategori; Nazar Collection, Premium Collection, Holiday Collection. Sammanlagt med 59 all-inclusivehotell placerade i Alanya (Nazar 2013). Nazar utger sig att vara ”dream providers”, detta med hjälp av 85 guider och aktivitetsguider lokaliserade i Turkiet och vill erbjuda kunden en bra semester (Nazar 2013). All-inclusivehotell som Turkietresor erbjuder i Alanya är 12 (Turkietresor 2013), i likhet med Ving. Ving erbjuder dessutom vattenrutschkanor i 16 av sina hotellanläggningar (Ving 2013). Därefter kommer Detur, med elva all-inclusivehotell (Detur 2013). Fritidsresor har nio all-inclusivehotell (Fritidsresor 2013), vidare följer Apollo med ett utbud på åtta all-inclusivehotell (Apollo

2013), i likhet med reseföretaget Solresor (Solresor 2013). Sammanlagt visar det nordiska reseföretagen upp ett utbud på 200 all-inclusivehotell, som i sin tur har flera hotell som erbjuder all-inclusive som tillägg, eller halvpension som alternativ.

Club Med, eller Club Méditerranée, var först med att etablera all-inclusivekonceptet. 1950-talet grundlades första all-inclusivehotellet av pionjären Gérald Blitz i Mallorca. Konceptet spred sig senare till Karibien och kom att öka markant på bara några år. 1988 förelåg det cirka åtta tusen all-inclusiveanläggningar i hela Karibien (Dielemans 2009, s. 123). Club Med erbjuder numera all-inclusive till mer än 80 destinationer runt om i världen. De säger sig än idag vara fyllda med överraskningar, med allt inkluderat men ändå personifierade till kundernas behov (Club Med 2013).

År 2011 besöktes Turkiet av 31 miljoner turister, varav 542 000 var svenskar. Detta visar sig vara en 20-procentig ökning från året innan. Statistiken pekar på en ökning från de senaste tio åren, som tenderar att fortsätta. Turismen spelar en stor roll i Turkiet ekonomiskt, cirka 11 procent av landets BNP motsvarades av turismnäringen, år 2011. Inom turismbranschen arbetar runt 509 500 anställda, vilket uppfyller åtta procent av den totala arbetssysselsättningen i Turkiet (Kjellqvist 2012, s. 33).

1.2 Problemdiskussion

Världskommissionen för miljö och utveckling, *World Commission on Environment and Development*, utvecklade en rapport, Brundtlandsrapporten, som behandlar hållbar utveckling. Den hävdar att det är osannolikt att skapa en ekonomisk och social utveckling, såtillvida att naturresurserna utnyttjas och miljön förstörs. För att uppnå hållbarhet måste miljö, ekonomi och sociala dimensionerna på så sätt integrera och hjälpa varandra. 1992, hölls första FN-konferensen om miljö och utveckling vid namn *UNCED: The United Nations Conference on Environment and Development*, i Rio de Janeiro, även uppkallad *Earth Summit*. Idén om att all utvecklingen ska vara hållbar inom de tre dimensionerna gav internationellt godkännande (FN 2012). Resultatet från FN-konferensen blev *Agenda 21*, och är en handlingsplan för hållbar utveckling ur ett globalt perspektiv. Siffran 21 står för det tjugoförsta århundrandet, det vill säga år 2000. Handlingsplanen går ut på att skapa en plattform för regeringen och den privata sektorn att skapa en hållbar utveckling på alla nivåerna och med hjälpmedel för att åtgärda problemen (Hall 2008, s. 21). År 2002 i Johannesburgkonferensen i Sydafrika om hållbar utveckling *WSSD -World Summit on Sustainable Development*, kom Agenda 21 även att ligga till grund för fortgående internationella, nationella och lokala utvecklingsarbetet. År 2010 fick FN:s panel "för global hållbarhet" *Global Sustainability Panel* till uppdrag att genomföra "en ny vision för en hållbar framtid". Rapporten, *Resilient People, Resilient Planet: A Future Worth Choosing*, kom att presteras 2012, och omfattar 56 rekommendationer. Dessa syftar till att realisera visionen om att få en hållbar värld, ett samhälle i rättvisa och en stigande ekonomi (FN 2012).

Turismindustrin berör ofta frågor om hållbarhet och en hållbar utveckling. Fortsätter turismen att växa kan det bidra till problem såsom klimatförändring, avskogning, fattigdom och ekonomisk omstrukturering. Attraktioner, boenden och utveckling av infrastrukturer kan vara bidragande faktorer till att livsmiljön förändras. Människor värderar exempelvis sandstränder och golfbanor högre, istället för våtmarker och mangrove träd (Hall 2008 s. 19). Den alltmer globaliserade världen och problemet med miljöförändringar, har fått människorna att förstå att miljö, ekonomi och samhällen är förenade med varandra (Hall 2008, s. 20).

Många av hotellanläggningarna och stadsbebyggelsen är i obalans med den lokala omgivningen som riskerar att bli ohållbara på längre sikt, detta på grund av frånvaron av en ordentlig stads- och markförvaltning (Tosún och Çalişkan 2011, s. 49). Nya byggnader och vägar har redan förändrat det inhemska utseendet på många småstäder som endast är avsedda för turism, särskilt på Turkiets kustremsa (Tosun 1998, 2008, se Tosún och Çalişkan 2011, s. 49).

En typisk arbetsdag för en anställd kan variera mellan 12-14 timmar och 70 timmar per vecka vilket överskrider den turkiska arbetslagen (Kjellqvist 2012, s. 34). Under 2012 framgick det att minimilönen låg på 739 turkisk lira per månad som motsvarar 2736 svenska kronor. Lönen kan variera med cirka 1000 turkiska lira per månad mellan en ensamstående och en familj. Omkring 3000 lira ska en egentlig månadslön ligga på och täcka de mest nödvändigaste levnadskostnaderna för en familj. Anställda som arbetar minst ett år har rätt till betald semester, som kan tas ut när som helst under det kommande året. Semesterdagar baseras på anställningens längd och varierar mellan 14 och 26 dagar (Kjellqvist 2012, s. 33). Den turkiska arbetslagstiftningen hänvisar till att en anställd inte bör överskrida arbetstimmarna med 45 timmar i veckan och 11 timmar per dag (ADMD 2013). Arbetslagstiftningen är välformulerad på papper men inte ofta i praktiken. De anställda inom turismsektorn arbetar oftast för minimilön och övertid (Kjellqvist 2012, s. 34).

All-inclusivekonceptet framställs både som positivt och negativt utifrån ett hållbarhetsperspektiv. Konceptet anses positivt för dess operatörer och redan befintliga hotell samt turister. Lokala företag såsom restauranger och barer drabbas mer (Swarbrooke 1999, s. 331).

Studien kommer behandla all-inclusivekonceptet från ett hållbarhetsperspektiv. Empiriska materialet hänvisar till de tre hållbarhetsdimensionerna miljö, ekonomi, och sociala effekterna. Dessa kommer senare att analyseras och knytas samman. Vi valde att fördjupa oss inom ämnet all-inclusive i och med att det är en populär reseform, samt att Alanya är en turistort som besöks av många svenska turister. Debatten om en mer hållbar värld är aktuell, där frågan är om all-inclusive är en hållbar reseform.

1.3 Syfte och problemställning

Syftet med studien är att undersöka all-inclusivekonceptet och om detta kan betraktas hållbart utifrån FN:s hållbarhetsdefinition ur det miljömässiga, ekonomiska och sociala perspektiv.

1.4 Definitioner

All-inclusive

”All-inclusive” innebär oftast att allt är inkluderat till ett paket pris, såsom flygresor, mat och boende, som kunden betalar innan avresa. Researrangörer och hotell erbjuder i sin tur olika varianter av all-inclusive, exempelvis allt i hotellanläggningen eller att vissa alternativ ingår. Underhållning och arrangerade utflykter erbjuds dessutom i några av hotellen (Dielemans 2009, s. 123).

”All-inclusive” definieras på olika sätt av reseföretagen, i egenskap av vad en resa innebär för just deras kunder. Apollo beskriver all-inclusive som *”den totala semesterupplevelsen”*, med ett obegränsat tillträde till god mat och dryck under givna tider, där hotellen beskrivs som fantastiskt bekväma och mycket prisvänliga (Apollo 2013). *”När du bara vill njuta av semestern”*, beskrivs konceptet av Turkietresor (Turkietresor 2013). Reseföretaget Nazar som specialiserar sig av all-inclusive beskriver konceptet på följande sätt *”perfekta sättet att semestra på, eftersom det ger dig möjlighet att glömma allt om pengar och vardagliga bekymmer och enbart fokusera på att koppla av!”* (Nazar 2013). All-inclusive framställs av Ving *”Skönt att slippa tänka på vad det kostar”* (Ving 2013) snarlikt reseföretaget Detur *”När du vill slippa tänka på notan”* och *”Åt så mycket du orkar!”* (Detur 2013), som i likhet med Nazar påpekar den ekonomiska fördelen. Perfekt för hungriga familjer, insinuerar Ving (Ving 2013). Detur anser istället att all-inclusive passar alla oavsett om du reser med barnfamilj, ungdomar eller personer som uppskattar en bekväm semester. Beroende av hotellets klass varierar ”all-inclusives” innehåll, uttrycker Detur. Från enkla bufféer till lyxiga á la carte-restauranger, eller möjligtvis turkiskt bad (hamam), barnpassning och tillgång till frisör (Detur 2013). Vad som ingår i all-inclusive, beroende på hotellstandard och enskilda hotell, påpekar även Ving, Apollo, Nazar och Turkietresor.

Hållbar utveckling

1981 presenterade författaren och miljövetaren Lester Brown begreppet hållbar utveckling Brundtlandsrapporten 1987, från Världskommissionen för miljö och utveckling, World Commission on Environment and Development, definieras hållbar utveckling *”en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att*

tillfredsställa sina behov.”. Hållbar utveckling omfattar de sociala, ekonomiska och miljömässiga dimensionerna, som tillsammans och enligt stödjer varandra (FN 2012).

1.5 Avgränsningar

Fokus för studien är att studera all-inclusivekonceptet och om detta koncept är hållbart. Vi utgår från FN:s hållbarhetsdefinition som omfattar de miljömässiga ekonomiska och sociala dimensionerna. Vi har valt att begränsa oss till att endast studera turistdestinationen Alanya som vi dessutom kommer att fördjupa oss i. När det kommer till fältstudien, har vi avgränsat oss till orterna Oba, Konakli, Cleopatra Golden Beach och all-inclusivehotellet Cleopatra Golden beach hotell, som vi har spenderat vistelse i.

1.6 Disposition

Inledningsvis redogörs uppsatsens metodval som sedan följs av teoretiska referensramar och tidigare forskning inom ämnet. Det empiriska materialet inleds med vår fältstudie i Alanya, därefter miljömässiga effekter, ekonomiska effekter och till sist sociala effekter. Dessa kommer sedan att analyseras i anknytning till teorier och tidigare forskning i samband med studiens syfte och frågeställning. Avslutningsvis diskuteras detta i uppsatsens slutdiskussion.

2. Metod

I detta avsnitt kommer vi redogöra för de vetenskapliga förhållningssätten, val av metod, forskningsenheter, hur vi gick tillväga från start till slutskede samt genomförande med intervjuer och observationer. Vi kommer även beskriva hur vi har bearbetat materialet, hur vi tar oss an reliabilitet och validitet, etiska aspekter samt metod- och källkritik.

2.1 Val av metod

Valet av metod kom i anslutning till teoretiska utgångspunkter och därefter formulerades studiens problemställningar (Trost 2010, s. 33). Vi ansåg därför att det kvalitativa angreppssättet var mest tillämpligt då vi är intresserade av att få en djupare förståelse av olika fenomen som påverkar och påverkas av all-inclusiveturism i Turkiet (Justesen och Mik-Meyer 2011, s. 13). Vid kvalitativ metod läggs betoningen på ord och hur människor förstår och tolkar sin värld istället för kvantitet i samlandet och analys av empiri (Bryman 2011, s. 40-41).

2.2 Tillvägagångssätt

Det praktiska tillvägagångssättet i forskningsprocessen började med en sökning på internet och litteratur om ämnet all-inclusiveresor. Genom dessa sökningar kunde vi samla in information inom ämnesområdet. Databasen Leisure Tourism Database användes för att hitta de vetenskapliga artiklarna och litteraturen. All-inclusive visade sig vara ett utforskat område vilket gjorde det lätt för oss att hitta vetenskapliga artiklar i databasen. Vi använde oss av sökordet all-inclusivetourism för att få en bredare sökning.

Vi valde att resa till Alanya i Turkiet för att komma empirin närmare och hämta relevant material. En sökning gjordes på all-inclusiveresor till Turkiet där vi fick fram mängder med resebolag som annonserade ut resor dit exempelvis Apollo, Ving, Fritidsresor, Detur, Nazar och Turkietresor. Vi bokade en all-inclusiveresa på Cleopatra Golden Beach den 13 april till 20 april 2013. Det var priset som avgjorde valet av hotell.

2.3 Urval

Turkiet är det mest besökta resemålet bland svenska resenärer under sommarsäsongen (Kjellqvist 2012, s. 4). Av detta skäl har vi valt att bland annat intervjua svenska turister.

Systematiskt urval har använts, som innebär att vi utgått från en specifik urvalsram som har bestått av svenska turister i destinationen Alanya, och därefter valdes respondenter ur ett bekvämlighetsurval (Bryman 2011, s. 185). Några intervjupersoner var planerade där möten bokats. Dessa var platschefen från Turkietresor i Alanya och receptionistchefen från Royal Garden. Med utgångspunkt i forskarens teorier utfördes kvalitativa intervjuer systematiskt (Holme & Solvang 1997, s. 101). En stor variationsbredd har använts i urvalet där yrkeskategorin utgjorts inom turismindustrin och turister i olika åldrar och kön. Detta på grund av att personer kan uppleva fenomen olika (Holme & Solvang 1997, s. 104).

Respondenterna bestod av resebolag, hotellpersonal, lokalbefolkning, turkiska arbetare inom turismsektorn och turister. Resebolaget Turkietresor och Linda som är platschef för bolaget samt receptionistchefen för all-inclusivehotellet Royal Garden är respondenter för studien. Nöjesentreprenören Ufuk och turistinformatören Niklas är respondenter som är turkiska arbetare inom sektorn och lokalbefolkning. Respondenter som även är turkiska arbetare inom sektorn är restauranganställd, Butiksbiträde 1 och 2, säljare Suleyman, samt hotellarbetaren Frida. Lokalbefolkning består av barnfamiljen Özcan och paret Mehmet och Meral. Turisterna som intervjuades består av Veronica, Zikeja och Amina från Cleopatra Golden Beach, Erika och Simon samt affärsmannen Elsi från hotellet Hedef. Vi har valt att inte presentera efternamnen på grund av anonymiteten till respondenterna.

Researrangören Turkietresor är betydelsefull, eftersom de har kompetens angående all-inclusive och marknaden. Royal Garden är ett stort all-inclusivehotell och kan hjälpa oss besvara frågor angående all-inclusivekonceptet och dess utveckling. I syfte att ta reda på all-inclusivekonceptets utveckling på destinationen har entreprenören Ufuk som är uppvuxen och turistinformatören Niklas som är bosatta i destinationen sedan 20 år tillbaka, kan berätta hur utvecklingen sett ut. Anställda inom turismsektorn kan besvara frågor om arbetsituationen och om all-inclusivekonceptet påverkat dem. Turisterna som reser med all-inclusive kan ge sina synpunkter om konceptet, destinationen Alanya och lokalbefolkningen. Lokalbefolkningen kan ge sina synpunkter om turister och om all-inclusivekonceptet har påverkar dem. Med ett intresse av social påverkan finner vi integration mellan turister och lokalbefolkningen relevant för studien.

2.4 Genomförande

Studien har genomförts med hjälp av semistrukturerade intervjuer och etnografisk fältstudie i turismdestinationen Alanya.

2.4.1 Semistrukturerade intervjuer

Semistrukturerade intervjuer har genomförts med röstinspelning från mobiltelefon (Gillham 2008, s. 81). Detta innebär att skribenterna haft en lista över anpassade frågor som förser respondenterna med stor frihet att forma svaren på eget sätt (Bryman 2011, s. 415).

Intervjuprocessen är flexibel på så sätt att vi haft valfriheten att ställa spontana följdfrågor (Bryman 2011, s. 127). Frågorna har anpassats till respondenternas kunskapsområden där två intervjumanualer utformats för både anställda i Turkiet och turister (Trost 2010, s. 22). Intervjuerna har utförts på engelska, eftersom majoriteten av respondenterna inte talade svenska. Intervjulängden varierade från sex minuter till en timme. Transkribering av intervjuerna slutfördes vid hemkomst. En transkribering översätter röstinspelningarna till ord som tolkas (Gillham 2008, s. 165). Dock är vi medvetna om att eventuella språköversättningar inte är riktigt validerade.

2.4.2 Etnografisk fältstudie

Etnografisk fältstudie syftar till att etnografen/skribenten intresserar sig för en grupp under en längre tidsperiod. Genom att observera gruppens beteende och uppfånga samtal mellan individ och forskare. Etnografen tar hjälp av intervjuer där den samlar in material. Etnografen antecknar och analyserar gruppens kultur och utformar en utförlig beskrivning av miljön. Den etnografiska fältstudien påminner om den deltagande observationen. Deltagande observation fokuserar sig huvudsakligen på observationen. Medan etnografen även fokuserar på gruppens kultur och det skriftliga resultatet (Bryman 2011, s. 378).

Turismdestinationen Alanya observerades i turismområdena Oba, Konakli och Cleopatra Golden Beach och all-inclusivehotellet Cleopatra Golden Beach. Observationerna granskar turistområden, hotell, lokala företagare och turist beteenden. Öppen och dold observation har använts i studien. Den öppna observationen innebär att vi talat om vår roll för några respondenter, dessa är entreprenören Ufuk, Royal gardens chefsreceptionisten och relationsmanager och platschefen Linda. Samt Frida som arbetade inom hotell i Alanya och turistinformatören Niklas. Den dolda observationen innebär att vi inte talat om vår roll för resterande respondenter. Skälet till detta är att det underlättar för oss att komma in i miljön, samt att respondenterna inte behöver känna sig som undersökningsobjekt, det vill säga att vi utgått från etiska analysaspekter (Bryman 2011, s. 380).

Brymans teori har varit behjälplig i den meningen då vi använt detaljerade fältanteckningar där materialet sammanfattats och reflekterats kring (Bryman 2011 s. 395). Försättningsvis har vi använt oss av preliminära anteckningar som är mest lämpade för intervjuer (Bryman 2011 s. 399).

2.5 Bearbetning

Det insamlade empiriska materialet har arbetats fram till ett material som går att analysera. Bearbetningen kommer ske enligt Matthew Miles och Michel Huberman modell som består av tre nivåer i analysprocessen för kvalitativ data. I första nivån förekommer en kodning av materialet. Det innebär att förenkla och dela in det grova materialet för att sedan reducera bort

material som är oanvändbart. I andra nivån presenterar vi materialet i olika teman för att framföra huvudmönstret till läsaren som är utgångspunkt i slutsatsen och analysen. Tredje nivån är summering och slutsats där vi sammanställt resultatet på ett sammanhängande sätt (Hjelm & Lindgren 2010, s. 87-88).

2.6 Reliabilitet och validitet

Reliabilitet betyder tillförlitligheten i en forskningsstudie. Det innebär att om en studie replikeras och får samma resultat som den tidigare studien visar så har det en hög reliabilitet (Bryman 2011, s. 49).

Validitet innebär att forskaren mäter det han påstår sig mäta, det vill säga att forskningsfrågan stämmer överens med slutsatsen (Bryman 2011, s. 50). Om studien stämmer överens med problemformuleringen anses det finnas hög trovärdighet (Troost 2010, s. 134).

Reliabilitet och validitet är mer aktuellt i kvantitativa forskningsstudier. Givetvis är trovärdigheten lika relevant i kvalitativa studier (Troost 2010, s. 133). Trovärdigheten i vår studie framgår i intervjuvaren, som inte generaliseras till en population utan till de teoretiska utgångspunkterna som tydliggör intervjuerna. Intervjuvaren påvisar hur teorin kan tillämpas (Danefjord 1999, s. 16).

2.7 Etiska aspekter

Helsingforsdeklarationen är regler och riktlinjer baserade på etiska principer när det gäller forskningsstudier som involverar människan (Helsingforsdeklarationen 2003, s. 3). Vi har utgått från Helsingforsdeklarationens fyra grundläggande etiska principer. Dessa är respekt för personer, godhetsprincipen, principen att inte skada och rättvisepincipen.

Respekt för personer innebär att man skall respektera andra och dessas integritet (Helsingforsdeklarationen 2003, s. 17). Vi har valt att göra några av respondenterna anonyma genom att använda fingerade namn. Dessa är Butiksbiträde 1, 2 och restauranganställd. Respondenterna informerades om att de kommer att vara anonyma (Troost 2010, s. 61).

Godhetsprincipen betyder att människor skall göra sitt yttersta för att förhindra skada. Principen att inte skada går ut på att ingen skall behöva bli drabbad av fara (Helsingforsdeklarationen 2003, s. 18). För att undvika fara för respondenterna har vi gjort om direktcitaten eftersom det kan vara integritetskränkande (Troost 2010, s. 127).

Rättvisepincipen är att alla skall behandlas lika oavsett etiska skillnader (Helsingforsdeklarationen 2003, s. 19). Forskare som genomför studien bör vara etiskt eftertänksam (Helsingforsdeklarationen 2003, s. 3).

I studien använde vi oss av situationsbetingad etik som argumenterar om hur och i vilken utsträckning man skall informera undersökningspersonerna. Detta är något Bryman anser ska avgöras från studieobjekt till studieobjekt. Vidare delar han upp detta argument i två följande former: *inget val* och *ändamålet helgar medlen*. Inom *inget val* avser forskaren att hon inte har något val än att dölja sin forskningsroll för att kunna studera forskningsfrågorna som är av intresse. Dock måste vi ha i åtanke att inte offentligöra all information som utges av respondenterna (Bryman 2011, s. 129). Då vi använt oss av dold observation till några respondenter underlättar det för oss att komma in i miljön. Dessutom känner sig respondenterna mindre objektifierade (Bryman 2011, s. 380).

Inom *ändamålet helgar medlen* åsyftar vissa forskare att det inte går att få en helhetssyn på sociala företeelser om forskaren inte bryter mot etiska regler i en viss utsträckning (Bryman 2011, s. 129). Vid några intervjutillfällen valde vi att inte tala om sanningen om vår roll då vi ansåg att det var bäst lämpat för att få så ärliga svar som möjligt av respondenterna. Enligt samtyckekravet fick respondenterna godkännande utan en anonymitet, det vill säga att några av respondenternas förnamn nämns i studien medan andra har uppkallats utefter yrkesroll (Bryman 2011, s. 135).

2.8 Metoddiskussion och källkritik

Studien genomfördes inom en begränsad tidsram och under lågsäsong, vilket innebär att turistsäsongen inte riktigt kom igång och kunde inverka på resultatet om studien replikeras under högsäsong. Detta kan i sin tur föra med sig andra kategorier av turister, dock så genomfördes intervjuer på olika platser och tidpunkter för att komma åt samtliga respondentgrupper. Det kan även tilläggas att respondenterna kan tyckas vara för få och fler hade möjligen kunnat ge studien mer tyngd. Likafullt menar vi att dessa respondenter ändå utgör relevant material och att det utgör ett litet problem för undersökningen då det inte utgör tungt empiriskt material. I kvalitativ intervjukritik kan fel personer i urvalet påverka resultatet, i enlighet med Holme och Solvang (Holme & Solvang 1997, s. 101).

Vi är även fullt medvetna om att det finns risk för att respondenterna inte alltid talat sanning vid intervjutillfällena. Därför är det, med hänvisning till Gillham, viktigt att betrakta miljön och de sociala omständigheterna (Gillham 2008, s. 68). Till några respondenter har vi intagit en dold roll, vilket kan göra att respondenten ger ett annat svar än om vi istället intagit en öppen roll till samtliga respondenter. När somliga respondenter får reda på forskningsrollen har de en tendens att överdriva svaren, vilket vi är medvetna om, likväl menar vi att svaren fortfarande är värdefulla för studien (Holme & Solvang 1997, s. 104). En del intervjuer utfördes dessutom på engelska vilket kan medföra missförstånd som inte är korrekt översatt eller som har annan innebörd än vad som tolkats eftersom engelskan inte är det officiella språket i Turkiet. Ett bortfall av respondenter tog vid under studiens gång, i takt med att vi inte kunde nå relevanta personer från reseföretagen Nazar, Fritidsresor och Club med.

Det kvalitativa tillvägagångsättet valdes till studien för att få en djupare förståelse inom ämnet. Nackdelen med kvalitativ metod, en poäng hos Bryman, är att den kan betraktas subjektivt, det vill säga att forskaren kan leda studien som den vill (Bryman 2002, s. 369). Då hållbarhet är ett komplext ämne kan det möjliggöra en flexibilitet att använda kvalitativ metod, den insamlade empirin, menar vi, styrker ändå teorin. Litteraturen och den tidigare forskningen vi använt oss av anser vi vara sanningsenlig eftersom ämnet om hållbarhet och all-inclusive är undersökta. Då hållbarheten är komplex under varaktig förändring och utveckling kan det leda till att forskning blir irrelevant. Med hänsyn till detta använder vi oss av senare som äldre källor, vi finner emellertid alla källor aktuella för studien.

3. Teoretiska referensramar

I detta avsnitt redogörs teorier om all-inclusivekonceptets för- och nackdelar från ett hållbarhetsperspektiv av John Swarbrooke. Samt teorier om hållbar utveckling och hållbar turism utifrån ekonomiska, miljömässiga och socio-kulturella effekter där vi använder oss av teoretikerna Alister Mathieson och Geoffrey Wall, John Swarbrooke och Micheal Halls tre dimensioner av turismens påverkan.

3.1 All-inclusivekonceptets för och nackdelar utifrån ett hållbarhetsperspektiv

John Swarbrookes bok *Sustainable tourism management* talar om positiva och negativa aspekter av all-inclusivekonceptet i turistdestinationer. All-inclusive är bra för sina operatörer och existerande hotell som kan förnyas. Det är även positivt i den bemärkelse att hotellen kan göra en ekonomisk planering där de kan uppskatta hur många måltider och drycker som serveras. Semestern leder till möjligheter för turisten att se världen, koppla av från stressen och komma bort från den vardagliga miljön (Swarbrooke 1999, s. 71). Det gynnar turisten på så vis att den vet de exakta kostnaderna i förväg och behöver inte överskrida sin budget. Den behöver heller inte bära med sig kontanter och kreditkort vilket gör att oron för att bli bestulen minskar. En trygghetskänsla skapas inom hotellområdet där de inte behöver känna att de kan bli rånade. Swarbrooke menar dessutom att all-inclusivehotellen ger möjlighet till turisten att klä sig oanständigt och dricka hur den vill utan att behöva påverka den lokala kulturen (Swarbrooke 1999, s. 331-332). På detta vis är all-inclusive väldigt tilltalande för turisten. Dessutom gynnas de lokala aktörer, som äger all-inclusiveanläggningarna, mer ekonomiskt då efterfrågan minskar på tjänster från mindre lokala företag (Swarbrooke 1999, s. 331).

Nackdelar med all-inclusive som Swarbrooke talar om gäller framförallt mindre lokala företag som restauranger, barer, aktivitetsarrangörer som anordnar vattensporter m.m. Efterfrågan hos dessa minskar på grund av att de flesta all-inclusivehotell erbjuder detta. Det innebär att de mindre företagen förlorar kunder som väljer att bo på all-inclusive vilket kan försätta många av dessa företag i konkurs. På så vis kan det lokala samhället förlora flera miljoner kronor.

I och med att hotellet redan fått betalt av turisten känner hotellet att det inte behöver imponera på kunden vilket medför till exempelvis försämrad kvalitet på mat. All-inclusivehotellet uppmuntrar turisten till att äta och dricka obegränsat, vilket gör att den sällan lämnar hotellområdet. Detta leder till en minskad relation mellan turist och lokalbefolkning (Swarbrooke 1999, s. 331). Turisten blir därmed isolerad från lokalsamhället och får en orealistisk negativ uppfattning av destinationen som därmed avråder andra människor från att åka dit (Swarbrooke 1999, s. 331). Swarbrooke talar om en ny apartheid. En distinktion skapas av den orsaken att lokalbefolkningen oftast inte har tillträde till turistområdet om de inte är arbetskraft och att turisten får större rättigheter än lokalbefolkning (Swarbrooke 1999, s. 331).

3.2 Hållbar utveckling och hållbar turism

Michael Hall har skrivit boken *Tourism planning – policies, processes and relationship* och talar om hållbar utveckling. Hållbar turism och hållbar utveckling är framförallt intresserade av förändring. Förändring enligt Hall menas en förflyttning från olika län, där en övergång antingen kan ses som positiv eller negativ beroende på kriterierna som förändringen mäts i (Hall 2008, s. 27). Vi har på grund av detta valt att utgå från de tre perspektiven i hållbar utveckling, miljömässiga, ekonomiska och sociala effekter.

3.2.1 Miljömässiga effekter

Alister Mathieson och Geoffrey Walls studie undersöker turismens miljömässiga effekter. De använder sig av två jämförande relationer för att förklara de effekter som uppstår i en turistdestination. För det första är det ett symbiotiskt förhållande mellan samverkande fenomen som stödjer varandra. För det andra kan turismen vara i konflikt med miljön, vilket exemplifieras med förorening vid turiststränder och oansvariga turister som stör djur- och växtlivet (Mathieson & Wall 1982, s. 130). Det är risk för konflikter, framförallt i orter med en snabb turistökning. Därför är det viktigt med en planering av turismmiljön för att skydda den till nästkommande generationer (Mathieson & Wall 1982, s. 130-132).

Synliga effekter som följer med turismutveckling är förändring i infrastruktur och utveckling i turistorten. Hotellanläggningarna har lett till arkitektoniska föroringar då de samlats till specifika turistområden och orsakat överbelastning på markanvändning och infrastruktur. Samt skapat en segregering mellan invånare och turister (Mathieson & Wall 1982, s. 130-132).

Enligt Mathieson & Wall har turistorter vid kusten skapats för att tillfredsställa turistens behov av rekreation och nöje, och har utvecklats från redan befintliga städer eller byar (Mathieson & Wall 1982, s.116-117). Teoretikerna menar att turismen vid kustnära orter är ett komplicerat problem på grund av fördelaktiga och ofördelaktiga effekter. De fördelaktiga effekterna är att åtgärder oftast utförts för att dränera sumpmarker och skydda växt och djurlivet, dock är det ofta motsägelsefullt när det kommer till att skydda växt och djurlivet. Bristfällig planering på många av dessa kustnära turistorter har lett till ofördelaktiga effekter på miljön som vattenföroreningar, förändringar av vattennivåer och ekologiska störningar som erosion av sanddyner (Mathieson & Wall 1982, s. 113).

John Swarbrooke undersöker negativa miljömässiga effekter i turismindustrin. De negativa effekterna menar han är att turisten använder stora vattenresurser från lokalsamhället. Exempelvis för simbassänger, dusch och avloppsvatten som förorenar haven samt vattandet av golfbanor. Dessutom förorenar utbyggnader av hotellanläggningar kustnära orter som gör att det skapar miljöförstöringar inom växt- och djurlivet (Swarbrooke 1999, s. 50).

Micheal Hall beskriver att miljömässiga effekter syftar till den fysiska platsen (Hall 2008, s. 27). I likhet med Swarbrooke har han valt att visa på de positiva och negativa effekterna. Det kan antingen ske ett bevarande eller förstörelse av kulturarvet på en destination. Det positiva är att turismen kan påverka byggnation av arkitektur, dock så skapar denna byggnation föroreningar. Ekosystemet och livsmiljöer drabbas och gör att destinationen överstiger den fysiska bärformågan (Hall 2008, s. 29). Därför krävs noggrann planering av den fysiska platsen för rumslig struktur av markanvändning och aktiviteter. Målet med fysisk planering är att minska de negativa effekterna på miljön. Ett sätt för att hantera turismens påverkan är att samla turisterna på ett och samma ställe (Hall 2008, s. 56).

3.2.2 Ekonomiska effekter

Mathieson och Walls bok *Tourism- economic, physical and social impacts* talar om de positiva och negativa ekonomiska effekter inom turismindustrin. De positiva effekterna är gynnsamma när det kommer till sysselsättning, inkomster och företagande. Negativa effekter är läckage inom ekonomier i utvecklingsländer och låg avkastning på grund av säsongsvariationerna i turismbranschen (Mathieson och Wall 1982, s. 91-92).

Turismen är en splittrad produkt med indirekta och direkta kostnader där turisten kräver varor och tjänster som exempelvis transportmöjligheter och vattenförsörjning. Turistens krav på varor och tjänster leder till att lokala företag som exempelvis souvenirbutiker skapar sysselsättning och inkomster till lokalsamhället. De direkta kostnaderna bidrar även de till andra sektorer inom ekonomin och kommer direkt från turisten till hotell, restauranger, butiker och fritidsanläggningar. Förbättrad infrastruktur och lokala skatteintäkter blir resultatet av turismintäkterna på destinationen.

Teoretikerna talar om att turismen är en instabil export på grund av dess säsongsbetonning. Den är, menar de, oförutsägbar, pris och inkomst varierar kraftigt (Schmoll 1977 se Mathieson & Wall 1982, s. 38). Ytterligare en ekonomisk effekt som Mathieson och Wall nämner är säsongsvariationen. Under lågsäsong stänger många hotell och de hotell som har öppet drar in mindre intäkter. Investeringar är låga under denna period, vilket gör turismen mindre attraktiv än andra sektorer som har en jämn produktion i ekonomin. Dessutom har hotellinvesteringar under högsäsong lett till brist på hotellrum (Mathieson och Wall 1982, s. 88-89).

I John Swarbrookes bok *Sustainable tourism management* tar han upp de ekonomiska effekternas för- och nackdelar inom turismindustrin. Han har använt sig av en tabell för att illustrera de ekonomiska fördelarna och kostnaderna för turism. Fördelarna är att turismen skapar arbeten, dock är många lågbetalda och säsongsbetonade. Samt att turismen skapar inkomster i den lokala ekonomin genom något han kallar multiplikatoreffekten. Denna hjälper även lokala företag och skapar förnyelse och omstrukturering av ekonomierna i städerna, medan andra industriella verksamheter har en nedgång. Dessutom är turismen positiv då den skapar stimulans och industriinvesteringar i destinationen, dock kan det vara negativt då ett överberoende av turism tillkommer, vilket på sikt gör ekonomin känslig för förändringar i

turismdestinationen. Nackdelar är stora kostnader för ombildning av infrastruktur som endast används under en säsong. Sist men inte minst för turismen med sig alternativa kostnader, vilket innebär att pengar som är investerade i turism inte kan användas för andra syften eller inom andra sektorer (Swarbrooke 1999, s. 61).

Micheal Hall beskriver även han de ekonomiska effekternas för och nackdelar på destinationen från betraktaren och situationen (Hall 2008, s. 28). Destinationen är starkt beroende av turismen för den ekonomiska utvecklingen och sysselsättning. En fördel är att det kan ge ökade utgifter som bidrar till mer pengar för destinationen. Dock kan det påverka den lokala inflationen och prisökningar (Hall 2008, s. 29). Värdet på fastigheter och levnadsstandarden ökar och detta skapar i sin tur större klassklyftor mellan rika och fattiga. I och med turismen satsas det mer på tjänster som att förbättra infrastrukturen men kan också innebära att andra tjänster inte får stöd. Destinationen blir mer attraktiv och en ökning av utländska investeringar förekommer som kan leda till att lokala ägarskap försvinner. Fördelen med turismen är att den skapar sysselsättning och destinationen har utbudet av arbetskraft men detta kan göra att det sker en större säsongsbunden arbetslöshet (Hall 2008, s. 29).

Positiva och negativa effekter för företag och industrier är att de skapar en medvetenhet för destinationen. Regeringen använder turismindustrin som ett hjälpmedel för att uppnå ekonomisk tillväxt, sysselsättning och regionalutveckling av ekonomi (Hall 2008, s. 55). Samtidigt som företag och industrier utvecklar infrastruktur och faciliteter med boende och attraktioner (Hall 2008, s. 29). Det negativa kan vara att det skapar dåligt rykte med anledning av ökade priser (Hall 2008, s. 29).

3.2.3 Sociala effekter

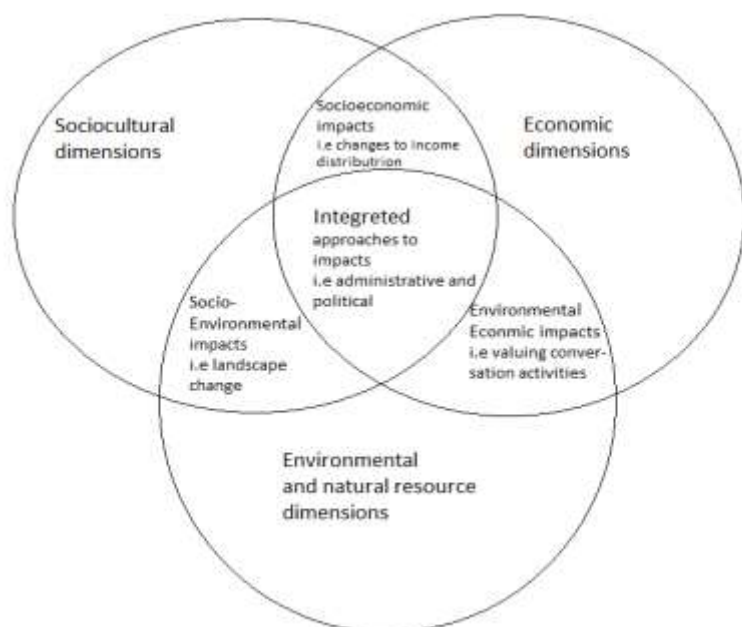
Mathieson och Wall undersöker sociala och kulturella effekter som skapas av turism som framförs i tre kategorier; (1) turisten, (2) värden och (3) relationen mellan turist och värd. De talar om att de finns sociala och kulturella konsekvenser för invånare i turistdestination och deras förhållande med turister. Samt att turismen kan medverka till förändringar i samhället som beteenden, livstilar, traditioner och värdesystem (Mathieson & Wall 1982, s. 133). Mathieson och Wall använder sig av De Kadt (1979) som beskriver relationen mellan turist och värd och kan förstås i tre sammanhang. Det första är om turisten köper en vara eller tjänst. Det andra är om de befinner sig bredvid varandra på exempelvis en strand och det tredje om turisten och värden utbyter åsikter och information. Detta menar han är viktigt för en internationell uppfattning för att minska eventuella missförstånd (De Kadt 1979, se Mathieson & Wall 1982, s.135).

Teoretikerna talar dessutom om de positiva och negativa sociala- och kulturella konsekvenser på turistdestinationen. De positiva sociala effekterna är att individen får förståelse för andra nationaliteter och kulturer. De kulturella effekterna har undersökts via interkulturell kommunikation, där det har visat sig att kommunikationen tycks vara begränsad mellan turist och värd och dessas förståelse för andra kulturer (Mathieson & Wall 1982, s. 175). De

negativa sociala effekterna påverkar belastningen av boende, faciliteter infrastruktur och service. Ett motstånd mellan rika och fattiga. Om lokalborna talar turistens språk kan det skapa en stegvis försvagning av det inhemska språket och kulturen (Mathieson & Wall 1982, s. 174).

Enligt Micheal Hall påverkas samhället av sociala effekter som både kan vara negativt och positivt. Det positiva är att turisten deltar i aktiviteter på destinationen. Detta för med sig en förnyelse i samhället där de integrerar och stärker traditioner och värderingar (Hall 2008, s. 30).

Enskilda personer på destinationen kan känna ökad stolthet och gemenskap. De känner en större interkulturell förståelse och är mer medvetna om turistens uppfattning och värdering. I andra fall kan turisten visa negativa tendenser genom sina attityder om vädregionen (Hall 2008, s. 30).



Figur 1: *Dimensioner av turismens påverkan* (Hall 2008, s. 28).

3.3 Tidigare forskning

I detta avsnitt belyses tidigare forskning om all-inclusiveresors påverkan på destinationer. Samt hållbarhet utifrån sociala, ekonomiska och miljömässiga aspekter i Alanya. Avslutningsvis de positiva och negativa aspekterna av all-inclusive. Forskningen kommer ingå som teoretisk referensram.

3.3.1 Hållbarhet i Alanya utifrån miljömässiga-, ekonomiska- och sociala effekter

Çevat Tosún och Caner Çalışkan har gjort en studie som heter ”*Profile of sustainability in Alanya (Turkey) as a tourist destination -An analysis for achieving a better level of sustainable tourism development at local scale*” där de tar upp hållbarhet i Alanya som en turistdestination och hur man ska gå tillväga för att uppnå en bättre nivå. I studien belyses Alanyas utveckling och hållbarhet utifrån sociala, ekonomiska och miljömässiga effekter. Kvantitativ och kvalitativ metod har använts i studien. Den kvantitativa metoden har illustrerats i form av statistisk och tabeller. Den kvalitativa i form av intervjuer och telefonintervjuer med nyckelinformanter samt deltagande observation i Alanya (Tosún och Çalışkan 2011, s. 28-29).

3.3.1.1 Miljömässiga resultat i Alanya

De miljömässiga resultaten anses som de viktigaste indikatorerna för en hållbar turismutveckling. Çevat Tosún och Caner Çalışkan undersöker de miljömässiga resultaten i Alanya genom att granska av turistanläggningar och turisternas avfallshantering, vatten- och energiförbrukning samt avloppsvatten och buller. Dessutom undersöker forskarna turismutvecklingen genom att granska markanvändningen kring kustlinjen (Tosún och Çalışkan 2011, s. 30).

Den totala vattenförbrukningen är 60 procent från turistindustrin (Tosún och Çalışkan 2011, s. 30-31). 500 liter vatten per dag och person är den högsta siffran för vattenförbrukning i femstjärniga hotell i Alanya (Tosún och Çalışkan 2011, s. 30). Energiförbrukningen har ökat inom turismindustrin från 2008 där 46 procent av den totala energiförbrukningen är från fem och fyrstjärniga hotell (Tosún och Çalışkan 2011, s. 31). Avfall från turister visar sig vara högre än från lokala invånare i Alanya (Tosún och Çalışkan 2011, s. 32).

Marknaderna i Alanya är attraktiva för turisten men skapar problem genom att de blir överfulla. Dessutom uppmärksammas turistens shoppingbehov i högre grad än lokalbefolkningens eftersom de är benägna att handla mer till högre priser (Tosun 2001, pp.296, se Tosún och Çalışkan 2011, s. 32).

Alanyas kust är naturlig och är runt 70 kilometer, varav 50 av dessa har förorenats av turism anläggningarna (Tosún och Çalışkan 2011, s. 32-33). Kustlinjen har snabbt utvecklats genom en tillströmning av internationella researrangörer och hotellanläggningar. Bristen på en hållbarutvecklingsplan har, menar forskarna, medfört stora miljöproblem (Tosun 1998; Tosun, 2001. Tosun och Fyall 2005. Tosun 2008. Tosun 2009, se Tosún och Çalışkan 2011, s. 32-33). Majoriteten av turismanläggningarna ligger vid kustnära områden där markanvändningen påverkat den lokala hållbara utvecklingen. När företag väl har exploaterat miljön och gjort investeringar är det inte lätt och möjligt att få tillbaka miljön till dess naturliga skick (Tosun 2008, pp.92, se Tosún och Çalışkan 2011, s. 33). Forskarna talar om att det rapporterats att hotellen och fritidshusen i områden runt Alanyas kust har förstört trädgårdar med citrus och olivträd, vilket medfört till förstörelse av jordbrukarnas försörjning (Tosún och Çalışkan 2011, s. 33). Alanya har misslyckats med att ta hänsyn till miljön vid konstruktion av hotell, restauranger och nöjesanläggningar, vilket, enligt forskarna, resulterat i föroreningar vid kusten (Tosún och Çalışkan 2011, s. 51).

3.3.1.2 Ekonomiska resultat i Alanya

Från år 1975-2009 har de totala turismintäkterna i Alanya stigit från 13 miljoner euro till 900 miljoner euro som visar på en kraftig ökning (Tosún och Çalışkan 2011, s. 24). Den snabba turisttillväxten har medfört en kraftigt stigande BNP i Alanya jämförelsevis med BNP för hela Turkiet (Tosún och Çalışkan 2011, s. 53).

En tillämpning av multiplikatoreffekten visar till exempel att år 2009 var cirka 300 000 personer anställda inom turismsektorn, då intäkterna för samma år låg på 11 miljarder. En beräkning av turismintäkterna har visat på hur många arbetstillfällen som skapats. Om turismintäkterna divideras med anställningarna för 2009 har de kommit fram till att varje 37.6 euro som kommer in i destination genererar ett turismjobb. Det menas att vart och ett indirekt arbete som skapas inom turismindustrin framkallar 1.5 indirekta anställningar utifrån antaganden om turismsysselsättning (Tosún och Çalışkan 2011, s. 28). Då produktiviteten i Alanya höjts har det fört med sig ett beroende av turistintäkterna. Ett till problem forskarna nämner är ekonomiskt läckage, där utländska researrangörers paketresor utgör 51-60 procent av intäkterna som lämnar destinationen (Tosún och Çalışkan 2011, s. 37).

3.3.1.3 Sociala resultat i Alanya

Çevat Tosún talar om sysselsättning inom turismindustrin i Alanya och delar upp det i direkt och indirekt sysselsättning. Samt undersöker ålder, kön, utbildningsnivå och permanent uppehållstillstånd hos de anställda i turismverksamheterna. Ett problem när de kommer till att beräkna anställningar inom turism i Turkiet och Alanya är att alla inte är registrerade i systemet. De beräkningar som framställs i Turkiets statistiska institution visar sammanlagt att antalet anställningar i de 500 störst industriella anläggningarna stigit från 27 till 58 procent år

1993-2006 (Tosún och Çalışkan 2011, s. 27). Likaså förutsätts personal besitta högre utbildning eftersom nivån på utbildning hos anställda inom turistindustrin i Alanya har ökat. Personal med analfabetism och grundläggande utbildning har minskat.

1980-2000 talet rådde hög migration av arbetare från andra delar av Turkiet som kom för att arbeta under sommarsäsongen. Efter 2000-talet har migrationen minskat på grund av turismens efterfrågan på all-inclusive som kräver en högre standard. 60-65 procent av arbetarna är bosatta i Alanya (Tosún och Çalışkan 2011, s. 29-30).

Tosún talar om att den snabba turismutvecklingen i Alanya tycks ha påverkat befolkningens sociokulturella uppfattning. Turismens förändring har, menar de, påverkat traditionella familjevärderingar och kulturen. Samt kan turismen skapa motsättningar i Alanyas samhälle genom sociokulturella skillnader, ekonomiska skillnader och skapa en klyfta mellan värdedestinationen och turisterna. Positiva och negativa effekter varierar ständigt enligt olika forskningsresultat, vilket, Tosún och Çalışkan menar, har skapat en utmaning för den hållbara utvecklingen i destinationen (Tosún och Çalışkan 2011, s. 52). De menar att turismutvecklingen kan ändra den sociokulturella strukturen och skapa variation i samhället. En interaktion mellan turister och lokalbefolkning är beroende av kulturell bakgrund och under vilka förutsättningar de möts. Negativa attityder kan skapas genom personernas olika bakgrunder, deras erfarenheter och uppfattningar (Tosún och Çalışkan 2011, s. 52).

3.3.2 För och nackdelar med all-inclusive

Wineaster Anderson har gjort en studie som heter ”Determinants of all-inclusive travel expenditure”. Studien syftar till att undersöka bestämningsfaktorer för väljandet av all-inclusive resor och vad turisten vill lägga för utgifter. Anderson har använt sig av en exit-undersökning av 843 all-inclusiveturister som besöker spanska ö-gruppen Balearerna där bland annat Mallorca och Menorca ingår. Han gjorde därefter en regressionsmodell med två beroendevariabler och tog logaritmen av turisternas dagliga utgifter i ursprungslandet och logaritmen av de genomsnittliga utgifterna i destinationslandet. Därefter delades den förklarande variabeln med besökare och reseattribut för att kunna fastställa variabeln som är sammankopplad med respektive utgifts kategori. Han fann att all-inclusiveturistens upplevelse i destinationen, besökare och reseattribut är betydelsefullt för utgifter både i hemlandet och i besöksdestinationen. Samt att företagen försöker locka med all-inclusive men att dessa turister spenderar minst på destinationen jämfört med andra turister. För researrangörerna är turisternas kostnader betydelsefullt för deras planering av produkten samt marknadsföra priset för att fånga turisten (Anderson 2010, s. 1)

Anderson demonstrerar en modell som delar upp fördelar och nackdelar med all-inclusivehotell. Fördelarna är att turisten kan planera sin semester bättre, samt få en ungefärlig helhetsbild över hur kostnaden för resan kommer att se ut. Turisten kan känna sig trygg i en välplanerad och iscensatt miljö som all-inclusivehotellen erbjuder. En ”pengar-fri” relation genom all-inclusive skapas mellan hotellarbetare och gäster (bortsett från drickspengar). I all-

inclusivehotellen etableras eventuella verksamheter som i sin tur gynnar hotellen. Verksamheterna medför att gästerna inte behöver lämna hotellet.

Fortsättningsvis tar han upp nackdelarna, som är följande: låg benägenhet att spendera utanför budgeten och personalen kan enkelt utnyttjas och bli tvungna att arbeta övertid. Detta leder till en typ av turism som begränsar lokalbefolkning från att interagera med turisten. Potentiella kopplingar utanför hotellet minimeras med exempelvis taxichaufförer och restauranger (Anderson 2010, s. 6).

Wineaster Anderson har även gjort en annan studie som heter *"Analysis of all-inclusive tourism mode in the Balearic islands"* som undersöker all-inclusive på Mallorca och lägger tonvikt på dess utbud och efterfrågan. Han har samlat in material om företag som erbjuder all-inclusive, där han identifierar leverantörer, studerar lokalbefolkningen samt en exitundersökning på Mallorcas flygplats av besökare. De ekonomiska fördelarna för destinationen går att ifrågasätta eftersom all-inclusiveturisterna spenderar mindre på destinationen i jämförelse med de turister som inte reser med all-inclusive. Han menar om all-inclusive växer sig större kommer den traditionella turismen på destinationen hotas och företag som är beroende av turismen kommer få svårt att gå runt (Anderson 2012, s. 309).

4. Empiri

I den empiriska delen presenteras fältstudie och intervjuer i Alanya från datumen 13-20 april 2013. Inledningsvis görs en redogörelse av våra observationer. Därefter presenteras miljömässiga, ekonomiska och sociala effekter i Alanya.

4.1 Fältstudie

En redogörelse för vår fältstudie av Alanya i turismområdena Oba, Konakli och Cleopatra Golden Beach kommer att presenteras i den här delen. Observationerna granskar turistområden, hotell, lokala företagare, turistbeteenden samt all-inclusivehotellet Cleopatra Golden Beach hotel.

Fyra och femstjärniga all-inclusivehotell står uppradade i turismområdet Oba, med gångavstånd från hotellen till stranden. Hotellen är moderna och exklusiva. Säkerhetsvakter vid ingångarna till all-inclusivehotellen, kontrollerar gästernas (all-inclusive) armband så inga utomstående får tillträde. Vid några av hotellen var det ändå möjligt för oss att komma in. Hotellpersonalen gav oss ett trevligt bemötande och vi fick tillåtelse att göra ett kort besök. Inne i hotellområdet finns stora pooler och utebarer, med avslappnade turister. Skandinaviska turister, familj, par och pensionärer, står för majoriteten av gästerna. Typiska turiststråk med restauranger, klädbutiker och affärer av olika slag kan turisterna finna runt hörnet. Det är en lugn eftermiddag med en känsla av att säsongen börja komma igång. Restaurangerna är i princip tomma. Restaurangpersonalen är ivriga och använder olika metoder för att locka in oss. Svenska och norska flaggor är upphängda. På menyerna går att finna svenska köttbullar till turkiska rätter och delikatesser. När de hör oss tala med varandra utbrister ett stort leende hos restaurangpersonalen och hälsar ”Hej flickor”. Det svenska språket förstår de mycket väl. I klädbutikerna går det hitta populära skandinaviska varumärken, sportskor i olika färger och varianter samt tryckta tröjor på kändisar. Lika ivriga är de på att vi ska köpa deras varor. Vi upplevde en social distinktion mellan all-inclusivehotellen och lokalborna.

Stora all-inclusivekomplex blickas i Konakli. Hotellområdena är enorma med golfbanor, tennisbanor, basketkorgar, spa, utomhusbarer, pooler och vattenrutschkanor. Hotellen ligger intill varandra. Inga turiststråk skådas. Dock finns fler all-inclusivehotell under konstruktion, med byggarbetare och byggmaskiner runtomkring. Vi får syn på stora mängder avfall bakom hotellen. Strandområdet är uppdelat efter hotelltillhörighet. Turisterna visar sina all-inclusivearmband för strandpersonalen, som därefter ger tillgång till en solstol. Att vi ska få en plats, kommer inte på fråga. Ilskna blickar från personalen vill inte tillåta oss besöka stranden, eftersom vi inte är gäster på hotellen. Men med lite övertygelse, får vi ändå ta en titt på den övervakande stranden. Kamelridning, pampiga restauranger och strandbarer, är något vi möttes av. De fyra till femstjärniga all-inclusivekomplexen, är vi ivriga att besöka. Vi får göra ett besök i all-inclusivehotellet Hedef, där vi möts av trevlig personal, men desto mindre bra är personalens språkkunskaper. Även på all-inclusivehotellet Royal garden, gör vi en

visit, där vi bemöts av lika trevliga personal. Ryssar, affärsresenärer och par, är av majoriteten av turisterna.

Turismområdet Cleopatra Golden beach sträcker sig längst huvudgatan Ataturk street intill den kilometer långa stranden. En vacker vy, med en vidsträckt strand och tropiska berg med ett slott, får vi genast känsla av att befinna oss i en annan kontinent. Solstolar och strandbarer finns det gott om. På huvudgatan passerar vi de ena efter den andra all-inclusivehotellet. Fler hotell, lägenheter och vägar byggs upp. Förutom detta följs vi av restauranger, souvenirbutiker, klädbutiker och små livsmedelsbutiker. Ivrig personal vill visa sitt utbud och talar om att just de har det bästa att erbjuda oss.

De trestjärniga all-inclusivehotellet Cleopatra Golden Beach som vi bor på ligger precis utanför huvudgatan och stranden. Svenska par, pensionärer och barnfamiljer är av majoritet. Hotellrestaurangen serverar måltider mellan klockan 07.00 - 21.00 och baren är öppen till 23.00. Under veckan åt vi från hotellets alla fyra måltider, det vill säga frukost, lunch, mellanmål och middag. Utbudet av maten var lokalproducerat och brett, från turkiska rätter och delikatesser till sallader, dill, räkor och potatis. Dryckerna består av juicer, mjölk, vatten, läsk och för den som vill ha, serveras även vin och öl. Hotellgästerna åt dagligen från alla måltiderna. Med mätta magar, lämnade gästerna stora mängder mat och dryck på borden som personalen duka av. Efteråt vandrar de flesta ner till stranden för att svalka sig och sitta i hotellets solstolar. Personalen går fram till oss och frågar hur de står till och om de kan göra nått mer för oss. Det trevliga bemötandet börjar vi uppleva som störande, var femte minut in på måltiden kommer en annan av personalen och frågar oss hur det står till. Kanske är det våra svenska förhållningssätt som talar, när vi vill sitta och äta i fred för oss själva. Relationen till dem blev med veckan desto bättre. Personalen arbetade från tidig morgon till sent på natten långt efter stängning. Det såg trötta och slitna ut.

Turismområdena Oba, Konakli och Cleopatra Golden Beach skiljer sig från varandra, men är i huvudsak mycket turistanpassade. Alanya erbjuder ett stort utbud av all-inclusivehotell som anpassas efter olika klasser. Allt från lågbudget till lyx.

4.2 Miljömässiga effekter som uppstår av all-inclusivekonceptet i Alanya – turismutveckling och miljömedvetenhet

I den här delen kommer Alanyas turismutveckling presenteras och vilka miljömässiga effekter som uppstår på destinationen.

Vi har undersökt turismutvecklingen i Alanya ur ett hållbart perspektiv. Respondenterna vi intervjuat består av platschefen Linda, som vidare kommer enbart benämnas vid förnamn, entreprenören Ufuk, turistinformatören Niklas, Royal Gardens chefsreceptionist och relationsmanager talar om en utveckling i av all-inclusivehotell. Enligt Linda som arbetar som platschef och tidigare arbetat som reseguide i Alanya har märkt av en utveckling av all-inclusivehotell.

”Nu har Alanya expanderat i Turkiet ganska mycket, fler gäster och mer personal. I början vad det nästan inga all-inclusivehotell alls, då var det mest lägenhets hotell och enkla hotell. Jag har ju varit här ganska länge och märkt en radikal skillnad. Linda, platschef , Turkietresor.

Hon nämner att fler gäster och arbetskraft har tillkommit på destinationen i samband med turismutveckling. En tillströmning av turister har uppstått på grund av utvecklingen från enkla lägenhets hotell till all-inclusivehotell. Anledning till utvecklingen beror på efterfrågan av all-inclusivepaket menar hon. Entreprenören Ufuk har sett utvecklingen av hotellbebyggelse och infrastruktur från det att Alanya var en liten stad till en massiv turistort. Han nämner att Alanyas höjdpunkt var under åren 2007-2008, vilket även Turistinformatören Niklas hävdar. Niklas som arbetat under en tioårs period i destinationen talar om den snabba turismutvecklingen och en förändring i målgrupper. Ufuk och Niklas märkte av en skillnad av besökare som reste dit för dess natur, till en kraftig ökning av främst ungdomar som besökte Alanya för sola och festa. På senare tid har de även tillkommit fler barnfamiljer i samband med all-inclusivekonceptet menar de.

I Royal Garden bekräftade chefsreceptionisten att den främsta målgruppen på hotellet är barnfamiljer och par. I samband med detta så har utbudet på barnvänliga aktiviteter ökat och det har byggts till rutschkanor. Detta anser chefsreceptionisten och relationsmanagern som något positivt då ett av deras mål är att få sina besökare att stanna i hotellområdet. De anpassar sitt utbud efter turistens efterfrågan och har något för alla uttrycker de. För personer som vill koppla av erbjuder hotellet hamam och pooler. För andra som vill ta sig en drink finns öppna barer och för den som vill delta i aktiviteter finns tennis, basket och golfbanor. Något negativt som chefsreceptionisten har lagt märke till är att all-inclusivehotellet förbrukar mycket vatten och energi som inte är hållbart ur ett miljöperspektiv enligt henne. Vi frågade om Royal Garden använder sig av en miljöplanering. Hon hävdar att hon inte visste något om en miljöplanering eftersom det inte ligger inom hennes ansvarsområde. Hon ville dessutom inte lämna ut uppgifter om ansvarig personal som sköter miljöplaneringen.

För att ta reda på turistens miljömedvetenhet tillfrågades de om de slängde mat och om de anser att hotellet är miljövänliga. Samtliga respondenter som besöker Alanyas all-inclusivehotell anser sig själva slänga mycket mat och mer sopor när de är på semester, med anledning av att de kan ta obegränsat med både mat och dryck. Vidare talar turisterna Erika och Simon om att de har sett mycket avfall runtomkring hotellet och anser inte att hotellet är speciellt miljövänligt. Dock är det inget som berör dem. När samtliga respondenter blev tillfrågade om det är viktigt för dem att välja ett miljövänligt hotell var samtliga svar att det inte berörde dem.

4.3 Ekonomiska effekter som uppstår av all-inclusivekonceptet i Alanya–ekonomisk utveckling och säsongsvariationer

I den här delen kommer vi att redogöra för de ekonomiska effekter som påverkas av all-inclusivekonceptet. Utifrån lokala företag och all-inclusivehotellens perspektiv samt säsongsvariationer.

Empirin kommer beröra några viktiga aspekter som enligt oss återspeglar destinationens ekonomiska förhållanden. Aspekterna som avses är syftet att belysa förekomsten av samarbete mellan lokala företag och all-inclusivehotell för att se om det förekommer ekonomiskt läckage. Vidare till infrastruktur och priser. Slutligen fokuserar empirin på arbetsvillkoren i Alanya.

För att se om det förekommer ekonomiskt läckage på destinationen intervjuade vi även platschefen Linda för att ta reda på om maten köps in lokalt eller om den importeras från andra länder. Hon konstaterar att maten köps in lokalt och tycker att det är positivt.

”Ja, de köper lokalt. De har grossister, stora ställen som de köper ifrån och alla grönsaker odlas här, för att Alanya är fortfarande som en by kan man säga. De har mycket nytta av sitt jordbruk. Frukt, grönsaker och djur är något de har väldigt mycket av, vilket gör det lönsamt för dem.” Linda

Detta var även något entreprenören Ufuk talade om och menar att allt finns i Turkiet, ingenting behöver importeras då Alanya kallas för ”fruktens stad”. I likhet med Ufuk och Linda bekräftar receptionisten från Royal Garden att alla grönsaker och frukter i hotellet är lokalt producerat och köpt.

Vidare för att se om hur all-inclusivehotellet ställer sig till samarbete med lokala företag, förekommer samarbete eller anlitas den externt? Receptionistchefen från Royal Garden talar om att de samarbetar med lokala företag som arrangerar sightseeing och båtturer. Samarbetet sker på så vis att hotellet har möjlighet att erbjuda turisterna förmånen till aktivitet som annars inte existerar som produkt i hotellet. Samtidigt får de lokala företagen kunder som gör att verksamheten fortlöper. Det är viktigt att samarbetet ska gynna både parterna tillägger entreprenören Ufuk. Säljaren Suleyman visar ett utmärkt exempel på samarbete med all-inclusivehotell genom att hyra en plats ur ett hotell för en säsong och därefter skriver på ett kontinuerligt kontrakt.

Dock hävdar andra respondenter som Butiksbiträde 1, 2 och restauranganställd att det inte förekommer ett samarbete med all-inclusivehotellet. Antalet besökare har minskat när omvandlingen till all-inclusivehotell började. Restaurangerna använder sig av olika metoder för att locka in besökare. Vid intervju med en anställd i en restaurang utanför all-inclusivehotellet Cleopatra Golden Beach får vi reda på att det går dåligt och att det inte finns mycket att göra för tillfället på grund av att det är lågsäsong. Han berättar att han brukar sitta och vänta i timmar på att det ska komma gäster till restaurangen och att den inte gått bra sedan all-inclusivekonceptet tog fäste på destinationen. Att alltför all-inclusivehotell har byggts och andra förnyats är något Niklas och Butiksbiträde 1 styrker.

Vidare till platschefen Linda, entreprenören Ufuk och Niklas som talar positivt om infrastrukturen och hur den har blivit förbättrad. Förutom de nya hotell och vägar som byggts har även alltfler utlänningar köpt fastigheter i Alanya menar dem. Dock har dessa nya förändringar bidragit till en generell prisökning i samband med den ökade turismen i Alanya enligt platschefen Linda.

”Ni får jättebra lira för era svenska pengar. Priserna har gått upp, vilket inte är bra för turkarna som bor här och handlar. Frukt och sådant är fortfarande billigt även om priserna gått upp. Från bara förra året så skiljer sig priserna i vanliga affärer och det är lite dyrare på hotellens affärer än vad det är ute i centrum.” Linda

Prisökningen Linda talar om leder till en negativ ekonomisk effekt för lokala invånare. Butiksbiträde 1 och butiksbiträde 2 anpassar sina varor och priser efter skandinaver för att de anser sig kommer att sälja bättre. De menar att de är flexibla med priserna då inkomsterna skiljer sig från dag till dag. På de lokala marknaderna frågade vi invånarna om priserna har höjts de senare åren och vi kom i kontakt med barnfamiljen Özcan och paret Mehmet och Meral. De konstaterar att priserna har höjts en del de senaste åren och att de oftast går till lokala marknader där varorna är billigare till skillnad från affärerna. Respondenterna Niklas och Ufuk bekräftar också att det har skett en generell prisökning på destinationen

Vid intervju med chefsreceptionisten från Royal Gardens framkom det att hotellet oftast är fullbokat under högsäsong med många återkommande gäster. Det stora antalet besökare menar hon lett till en framgång för hotellet. De ekonomiska vinsterna har gjort att de byggt ut hotellet och rustat upp olika aktiviteter som en ny rutschkana till barnpoolen och ett hamam.

Hon tycker att det är positivt med all-inclusivehotell för att de skapar arbeten för lokalbefolkningen. Själv arbetar hon under sommarsäsong och tar ledigt under vintern. Det är både positivt och negativt att arbeta säsong tillägger hon. Det positiva är att hon får en lång semester under vintern där hon kan vila ut för nästkommande säsong. Det negativa är att hon måste spara sina pengar för att klara av vintern. Detta bekräftar majoriteten av våra respondenter som arbetar i Alanya. I likhet med chefsreceptionisten från Royal Garden bekräftar Linda som arbetar för Turkietresor att de endast arbetar under sommarsäsongen som börjar från och med april till oktober och sedan tar semester under vintern. De flesta turkarna i Alanya arbetar hårt under säsong där sommarsäsongen är mest lukrativ för att tjäna ihop tillräckligt för att sedan kunna dra sig tillbaka under vinterhalvåret talar de både om.

4.4 Sociala effekter som uppstår av all-inclusivekonceptet i Alanya

I den här delen presenteras det empiriska materialet av all-inclusiveturismen i Alanya och lokalbefolkningens integrerande, turisternas sociala påverkan samt arbetsvillkoren för de anställda i destinationen.

4.4.1 Sociala påverkan och lokalbefolkningens integrerande

Alanyas turism består till stor del av skandinaviska turister främst från Sverige. Förutom svenska turister kommer det övervägande ryssar, tyskar, norrmän och danskar. All-inclusiveturisterna bodde framförallt i områdena Oba, Konakli och Cleopatra Golden beach där det insamlade empiriska materialet härstammar ifrån. Turkietresors platschef Linda bekräftar att många av deras gäster bor i all-inclusivehotell i Oba. Enligt henne vistas turisterna sällan utanför turistområdet och istället skapat sig någon form av by i staden.

”De är som en liten by i staden kan man säga. Det är väldigt många av våra gäster som kommer till de fina hotellen och bor all-inclusive som aldrig lämnar området. Ibland lämnar de inte ens hotellet. De fina hotellen har ju butiker och allt på hotellområdet och har sitt lilla liv där borta i Oba och åker nästan aldrig därifrån.” – Linda, platschef för Alanya, Turkietresor.

Det framkom att all-inclusivehotellen har butiker med nödvändigheter i området, vilket gör att turisterna inte behöver lämna platsen eller inte ens all-inclusivehotellen. Platschefen Linda förklarade att turisterna har sitt ”lilla” liv i Oba. För att få en bättre helhetsbild av Oba intervjuade vi två turister som bor i ett all-inclusivehotell i området. Turisterna Erika och Simon beskrev all-inclusivekonceptet huvudsakligen i positiva ordalag. De reser framförallt till Alanya för att koppla av och komma bort från Sverige. Under dagarna vistas de gärna vid hotellpoolen och stranden som ligger på gångavstånd till hotellet. Utöver dessa aktiviteter har de besökt hotellets spa och Alanyas centrum en gång under vistelsen. Turisterna Erika och Simon anser att all-inclusive är ett bra alternativ då de inte behöver tänka på pengar. Dock behöver de anpassa sig till hotellets tider vilket de ser som en nackdel. I likhet med platschefen Lindas påstående vistas dessa turister mestadels i Oba.

Turismområdet Konakli betraktas som lyxigt med några av de mest exklusiva all-inclusivehotell i Alanya enligt Ufuk och reseguiden Cecilia. Där majoriteten av turisterna är från Ryssland och kallas där av ”lilla Moskva”, de kommer till Konakli för att uppleva lyxen som området erbjuder. Exempel på dessa är påkostad inredning, golf och tennisbanor, sparetreat och stora vattenland.

Respondenten Elsi som är en rysk affärsman och bor på det femstjärniga all-inclusivehotellet, Hedef i Konakli reser huvudsakligen i arbete. Något som utgör en betydande faktor och val av hotell är lyxen och utbudet av aktiviteter för avkoppling som hotellet kan erbjuda. Har han har ännu inte hunnit vistas utanför hotellområdet men planerar att bege sig till Alanyas Centrum

för att spendera pengar på shopping. En av anledningarna till varför Konakli kallas lilla Moskva är att ryktet spridits bland ryssarna via word-of-mouth enligt entreprenören Ufuk. De föredrar att vara tillsammans och hört talas om lyxen Konakli har att erbjuda.

”Ja, det är många rika ryssar som kommer till Konakli. De föredrar området för att ryssarna gillar att vara tillsammans. De väljer ett område och talar sedan om det för varandra och så går det vidare ” – Ufuk

Det välkända turismområdet Cleopatra golden beach följer den långa stranden som följs av ett brett utbud av uppradade hotell. För att få en inblick varför turister valde att bo all-inclusive i området intervjuade vi svenska turister på hotellet Cleopatra golden beach. Respondenterna beskrev området som lugnt och avkopplad med ett bra utbud på aktiviteter. Turisten Veronica tilltalades av Alanyas vackra natur och kultur, samt prisvänligheten all-inclusive tillför. Det är andra gången hon besöker Alanya men skulle gärna välja ett femstjärnigt all-inclusivehotell om hon reser en tredje gång.

Turisterna Zikeja och Amina som bor i hotellet beskriver i likhet med Veronica att de uppskattar att all-inclusivekonceptet är prisvänligt. Dessutom uppskattar de enkelheten av att betala en klumpsumma och få allt serverat. Den främsta reseanledning för dem är människorna och inte solen, som de menar går att hitta överallt. En positiv faktor förklarar de är hotellets läge med några få meter till stranden och närhet till aktiviteter intill hotellet. Nackdelen med all-inclusivekonceptet berättar de om bundenheten till hotellets tider. Med dålig erfarenhet av ett tidigare all-inclusivehotell som låg långt från stranden upplevde de sig särskilt bundna till hotellets tider. Gällande utbud på hotellets mat uttryckte Veronica en stress av att hinna innan den bästa maten tar slut, eftersom maten kan ha dålig kvalitet menar hon. Hon tycker dessutom att all-inclusivehotellet erbjuder ett dåligt utbud av alkoholhaltiga drycker. Likhet med Zikeja och Amina känner hon en bundenhet till hotellets tider. Trots detta anser hon all-inclusive är ett bra semesteralternativ.

Oba, Konakli och Cleopatra golden beach är områden som beskrivs av turisterna som mest efterfrågade. De har allt de behöver i turismområdet. Linda talar om att det finns en stor efterfrågan på all-inclusive där turister vill betala ett pris för en resa med allt inkluderat. På grund av denna efterfrågan har fler hotell uppkommit. Turisterna betraktar detta som bekvämt men samtidigt begränsat förklarar hon. De flesta turister väljer att komma tillbaka till Alanya en eller flera gånger om året. Detta bekräftar receptionistchefen från Royal Garden, att det är många gäster som återkommer årligen. De återkommande turisterna är något entreprenören Ufuk likaså stöter på varje år. Han hävdar dessutom att turister köper lägenheter och besöker Alanya två till tre gånger om året. Butiksbiträde 2 talar även han om att återkommande turister besöker butiken varje år för att hälsa på och handla varor.

Det stora antalet skandinaviska turister som anländer till Alanya har väckt nyfikenhet för språket hos lokalbefolkningen. Många av de turkiska respondenterna förstod en hel del och talade nästintill ren svenska. Yrken inom service och försäljning kräver oerhört mycket kommunikation med gäster och turister för att kunna göra sig förstådda. Därför har språket

blivit en naturlig del för att få kontakt med turisterna. Integrationen var något som fascinerade oss eftersom de lärt sig språket genom att bara lyssna på turisterna. Butiksbiträde 2 beskriver detta:

”I shopen kan alla prata lite engelska och lite svenska och norska. Jag har inte tagit en språkkurs i skolan utan lär mig från människorna, det är ett bra sätt att lära sig språk när du hör de, det är mycket bättre.” – Butiksbiträde 2

Turisterna Zikeja och Amina ger intryck av att ha en god relation till lokalbefolkningen eftersom den största reseanledningen till stor del föll på människorna. Dock hävdar samtliga respondenter att de endast kommer i kontakt med lokalbefolkningen via restaurangbesök, i butiker och taxi. Respondenterna socialiserar sig mestadels med andra turister. Kulturella platser som lokalbefolkningen och turisten kan mötas på är basarer, hamam (ett turkiskt spa) och moskéer. som Zikeja, Amina och Veronica deltagit i. De beskriver aktiviteterna som fantastiska till ypperliga priser.

4.4.2 Arbetsvillkoren för anställda i Alanya

I intervju med respondenten Frida och restaurangarbetarna från Cleopatra Golden Beach Hotell har de angivit att de arbetar eller har arbetat över den tillåtna gränsen för antalet arbetstimmar i Turkiet. Detta hävdar även chefsreceptionisten och gästrelationsmanagern från Royal Garden samt andra anställda inom hotell, restaurang, souvenirbutik, klädbutik och turister som angivit att det är omkring 10-15 arbetstimmar det rör sig om per dag. Dock kan arbetstimmar skilja sig något inom hotellen. Frida, som är svensk medborgare, flyttade till Turkiet för att arbeta och fick en anställning på ett hotell i Konakli. Hon beskriver den tuffa arbetssituation som hon och många anställda fick gå igenom och att de skiljer sig stort från Sverige:

”Det är inte som i Sverige så att säga. Vi kunde arbeta i flera timmar utan raster. Rasterna togs endast om de absolut inte fanns något att göra, vilket var i princip aldrig. Man jobbade ihjäl sig. Det var viktigt med superbra service då det är dricksen som är majoriteten av lönen.”

Reseguiden Cecilia som arbetar på Turkietresor påstår att lönen för en turkisk restaurangarbetare är 1000 turkiska lira vilken cirka 3000 svenska kronor i månaden. Hon menar att dricks är det de tjänar på vilket normalt är 10 procent. Städerna tjänar 800 turkiska lira plus försäkring så det är en stor löneskillnad mellan Sverige och Turkiet menar hon.

Turisterna Zikeja och Amina i Cleopatra Golden Beach Hotell bekräftar att de sett restaurangarbetarna arbeta minst 12 timmar om dagen och sliter för små pengar. De reagerade på att de som inte talar bra engelska får arbeta och springa mer vilket oftast var de yngre servitörerna. När vi sedan ber dem förklara mer ingående vad de menar så berättar de att

personalen utnyttjas mycket av hotellen. De talar även om att personalen blir utskällda om de gör något fel och har knappt några raster men trots allt så ler de och är jättetrevliga.

För att veta hur Turkietresor förhåller sig till frågan om arbetsförhållanden för anställda i hotell, ställer vi frågan till Linda som är platschef i företaget, där hon svarar:

”Det är alltid hotellens eget ansvar. Vi har ingenting att göra med förhållandena av lönen. Det finns en standardlön som servitören har och som polisen har. Alla har sina löner så att säga. Lönen fås i avtal med deras arbetsgivare vilket är ägarna i hotellet.”

Linda menar att Turkietresors ansvar ligger utanför och det är de enskilda hotellens ansvar när det kommer till vilka arbetsförhållanden och löner de anställda har.

5. Analys och diskussion

I analysavsnittet kommer det empiriska materialet analyseras utifrån teorier och tidigare forskning om hållbarhet och för- och nackdelar med all-inclusivekonceptet. Vi kommer även analysera våra egna observationer från fältstudien.

5.1 Miljömässiga effekter som uppstår av all-inclusivekonceptet i Alanya – turismutveckling och miljömedvetenhet

Analysen i den här delen skall beröra några viktiga aspekter som enligt oss återspeglar destinationens miljömässiga förhållanden. Aspekterna som avses är turismutveckling, energi och vattenförbrukning från all-inclusive anläggningar, samt hotellföretagens och turisternas miljömedvetande.

Sedan Alanya blev accepterat som turistdestination 1982 (Resmi Gazete 1982, se Tosún och Çalişkan 2011, s. 5) har en rusning av hotellanläggningar och researrangörer lett till en snabb turismutveckling på kustlinjen (Tosún 1998; Tosún 2001. Tosún och Fyall 2005. Tosún 2008. Tosún 2009, se Tosún och Çalişkan 2011, s. 32-33).

All-inclusivehotell vid Alanyas kustlinje har etablerats. Respondenter Ufuk, Niklas, chefsreceptionist och relationsmanager från Royal Garden bekräftar detta. Gemensamt talar de om en ökad utveckling av all-inclusivehotell. Linda bekräftar även att det har skett en radikal skillnad, där hotellen har omvandlats från lägenhetshotell till all-inclusivehotell på grund av stor efterfrågan hos konsumenterna. Detta kan sättas i förbindelse med Tosún och Çalişkans studie om Alanyas snabba omvandling, från ett jordbrukssamhälle till en modern turistort med all-inclusivehotell (Tosún och Çalişkan 2011, s. 5). För att vi, respondenterna och Tosún och Çalişkan hävdar alla gemensamt att det har förekommit en utveckling av all-inclusive hotell på Alanya. Reseföretagens Nazar, Ving, Apollo, Detur, Turkietresor, Solresor och Fritidsresor utbud av all-inclusive resor till Alanya med omkring 200 all-inclusivehotell tillsammans och därutöver fler hotell med all-inclusive som tillägg, kan bekräfta Lindas påstående om en radikal skillnad från lägenhetshotell till all-inclusivehotell. Fältstudie i Alanyas tre turismområden Oba, Konakli och Cleopatra golden beach observerades dessutom ett stort utbud av all-inclusivehotell.

Vilka konsekvenser kan dessa all-inclusivehotell innebära för miljön? I enlighet med Tosún och Çalişkan teori kan de leda till en negativ markanvändning som påverkar den lokala hållbara utvecklingen (Tosún 2008, pp.92, se Tosún och Çalişkan 2011, s. 33). Vidare nämner Tosún och Çalişkan att 50 kilometer av den totala 70 kilometers långa kustremsan har förorenats av turismanläggningarna (Tosún och Çalişkan 2011, s. 32-33). I och med att företagen redan exploaterat marken är det omöjligt att återta den naturliga miljön. Citrus- och olivträd från trädgårdar runt om kusten visar sig ha skadats och beroende av detta påverkat jordbrukarnas försörjning (Tosún och Çalişkan 2011, s. 33). Att jordbrukarnas försörjning har

kommit till skada är inget vi fann i vår studie, då flera av våra respondenter talade om att Alanya använder sig av lokal mat, då det finns gott om det, dock kan vi inte uttala oss mer djupgående inom denna aspekt på grund av otillräckligt empiriskt stöd.

Enligt observationen har markexploateringen fört med sig förändringar i destination där nya vägar och hotellanläggningar är under konstruktion. Förändringar i infrastrukturen är, något som Mathieson och Wall anmärker på, en anledning till ohållbara effekter som skapas i och med turismtillväxten på destinationen (Mathieson & Wall 1982, s. 130-132). Konsekvenserna av turismutvecklingen har, menar de, bidragit till negativa effekter, exempel på dessa är hotellanläggningar som lett till föroringar samt överförbrukning av vatten och turister som stör växt och djurliv (Mathieson & Wall 1982, s. 130-132). Denna påverkan omnämns också av Swarbrooke, som i likhet med Mathieson och Wall, förklarar att utbyggnaden av hotellanläggningar vid kustnära områden skapar miljöförstörningar och påverkar växt och djurliv (Swarbrooke 1999, s. 50). I motsats till Swarbrooke argumenterar dock Mathieson och Wall att det skapar positiva effekter som dränering av sumpmarker för att skydda djur och växtlivet, dock är det för det mesta inkonsekvent (Mathieson & Wall 1982, s.113). Denna föreställning löper parallellt med Halls påstående om att arkitekturen skapar föroringar, men å andra sidan konstaterar han att en positiv effekt av turismen är att den influerar arkitekturen på en destination (Hall 2008, s. 29). Kulturarvet kan antingen bevaras i destinationen eller skadas. Om destinationen överskrider den fysiska bärförmågan kan ekosystem och livsmiljöer skadas, uttrycker Hall (Hall 2008, s. 29). Miljön visar sig påverkas både positivt och negativt, vilket blir paradoxalt. För att undersöka hållbarheten med all-inclusivekonceptet i Alanya har vi därför valt att belysa utvecklingen. Hur ställer sig turister och hotellen sig till miljön? Finns det en medvetenhet hos dem? Och en hållbar planering?

För att få en djupare förståelse för turismen och framförallt all-inclusiveturismens framväxt i Alanya, kan associeras till Mathison och Walls uttalande om att, fler byar och städer har omvandlats till turistorter för att tillgodose turisternas behov av rekreation (Mathieson & Wall 1982, s. 116-117). All-inclusivekonceptet beskriver reseföretaget Apollo som ”den totala semesterupplevelsen”, (Apollo 2013). ”När du bara vill njuta av semestern” rubricerar Turkietresor (Turkietresor 2013). ”Perfekta sättet att semestra på, eftersom det ger dig möjlighet att glömma allt om pengar och vardagliga bekymmer och enbart fokusera på att koppla av!” förespråkar Nazar (Nazar 2013). Det är tydligt att reseföretagens beskrivningar stämmer överens med turistrespondenternas framställningar. Turisterna som bor i Oba, Konakli och Cleopatra golden beach framställde all-inclusive i huvudsak som önskvärt i och med att de har allt de behöver i området. Det anses bekvämt att betala en summa och slippa tänka på kostnader för mat, och betraktas dessutom som prisvänligt av respondenterna.

Olika målgrupper bidrar till utveckling. Vidare talar Orvar Löfgren om att den främsta målgruppen är barnfamiljerna som bidragit till den hastiga utvecklingen i Turkiet, på grund av billiga priser och större utrymme vid stränderna (Löfgren 2002, s. 176). Denna målgrupp kom sen till att förändra sig och bestod främst av ungdomar som besökte destinationen för att roa sig i Alanyas nattklubbar och interagera med andra ungdomar. En annan som märkte av en skillnad är turisminformatören Niklas som arbetat i destinationen under en tioårsperiod men på senare tid har det även tillkommit fler barnfamiljer i förankring till all-inclusivekonceptet.

Chefsreceptionisten som förekommer i vårt arbete har även hon belyst frågan beträffande målgrupper då hon talar om för oss att den främsta målgruppen på hotellet är barnfamiljer och par. Under fältstudien observerades att majoriteten av turisterna i Oba består av familjer, par och pensionärer från Skandinavien. I likhet med Cleopatra Golden Beach. I Konakli bestod majoriteten av turisterna av ryska affärsresenärer och par.

När det kommer till turisternas val av hotell ansågs det inte betydelsefullt att välja miljövänliga hotell. För respondenterna var det priset, utbudet och hotellets geografiska belägenhet väsentligast. Förutom detta observerades hotellgästerna i Cleopatra Golden beach äta dagligen från hotellrestaurangens bufféer. Gästerna åt och lämnade mängder med dryck och mat kvar på borden som anställda blev tvungna att kassera. I enlighet med respondenterna anser de sig själva slänga mängder av mat och sopor. Detta är en fråga om bristfällig miljömedvetenhet. Tosún och Çalişkan tillskriver turisten denna brist i sin jämförelse av mängden avfall från turister och lokalinvånare, där avfallen från turisterna är högre (Tosún och Çalişkan 2011, s. 32). En annan viktig notering i miljöhänseende utgår från respondenterna Erika och Simon som lägger märke till avfall runtomkring hotell och anser inte hotellet som miljövänligt, vilket visar på en miljömedvetenhet från dem. Dock menar de att det inte bekommer dem i likhet med resterande turistrespondenter. En annan studie i liknande frågor berörs av Mathieson och Wall. De studerar hur turismen kan vara i konflikt med miljön där de tar upp oansvariga turister som ett exempel och hur dessa kan störa djur och växtlivet (Mathieson & Wall 1982, s. 130). Dock kan det ifrågasättas då vi inte la märke till att turister störde djur och växtliv.

Vi observerade att många all-inclusiveanläggningar erbjuder stora vattenrutschkanor. Royal garden är en av dem, chefsreceptionisten och relationsmanagern har bekräftat att de utökat barnvänliga aktiviteter med bland annat rutschkanor. Det fick oss att ifrågasätta vattenförbrukningen samt den mängd föroreningar och arbete som dessa kräver. Detta är något teoretikern Swarbrooke anser skapa negativa miljömässiga effekter då vattenförbrukningar ökat på grund av vattenrutschkanorna (Swarbrooke 1999, s. 50). Tosún och Çalişkan studie som visar på den ofantliga vattenförbrukning på hela 60 procent som utgörs av turismindustrin (Tosún och Çalişkan 2011, s. 30-31). 500 liter vatten per person förbrukas i ett femstjärnigt hotell medan 144 liter per person/dag i ett lägenhetshotell uppvisar Tosún och Çalişkan (Tosún och Çalişkan 2011, s. 30). De hävdar dessutom att 46 procent av den totala energiförbrukningen i Alanya kommer från fem och fyrstjärniga hotell (Tosún och Çalişkan 2011, s. 31). Som vi tidigare nämnt anmärker Tosún och Çalişkan att avfall från turister är högre än lokalbefolkningens (Tosún och Çalişkan 2011, s. 32). Matavfall var något vi observerade bakom hotellen i Konakli.

Både chefsreceptionisten och relationsmanagern i Royal garden ansåg vattenrutschkanor som något positivt för hotellet, då de har som mål att få sina gäster att stanna inom området. Hall förespråkar att detta anses vara en positiv effekt där turisterna väljer att befinna sig i hotellområdet istället för att åka till specifika områden. Han ser detta som en koncentration av turister på ett specifikt område som i sin tur skulle gynna destinationen miljömässigt (Hall 2008, s. 56). Här kan vi dra paralleller med Halls argument, där all-inclusiveanläggningar vill

koncentrera turisterna på anläggningarna som i sin tur gynnar miljön på destinationen då den inte blir lika utsatt som den kanske skulle ha varit när turisterna rör sig fritt överallt.

Chefsreceptionisten från Royal Garden ter sig inte använda en miljömässig planering i verksamheten, det var inget hon visste om och ville heller inte lämna ut information. Mathieson och Wall uttrycker att en miljöplanering är betydelsefull för att bevara miljön och för att förebygga konflikt mellan turism och miljö som kan uppstå av en snabb turismtillväxt (Mathieson & Wall 1982, s. 130-132). Rubbningar i vattennivåer, vattenföroreningar och slitningar i miljön som orsakar erosion av sanddyner är konsekvenserna av en bristfällig planering menar de (Mathieson & Wall 1982, s. 113). Swarbrooke delar en likartad uppfattning gällande vattennivåerna som skapar en ekologisk obalans (Swarbrooke 1999, s. 50). Vidare menar Tosun och Caliskan att frånvarandet av stads- och marknadsförvaltningen medfört till en långsiktig ohållbarhet i Alanya (Tosun och Çalişkan 2011, s. 49). Man fråga sig varför man valt att överbelasta kustremsan med hotellbyggnationer med en avsaknad av en noggrann planering.

5.2 Ekonomiska effekter som uppstår av all-inclusivekonceptet i Alanya

5.2.1 Ekonomisk utveckling

Analysen i den här delen skall beröra några viktiga aspekter som enligt oss återspeglar destinationens ekonomiska förhållanden. Aspekterna som avses är infrastruktur, ekonomiskt läckage och samarbeten. Det sistnämnda hänför sig till de lokala företagen. Syftet är att belysa förekomsten av samarbete mellan lokala företag och all-inclusivehotell.

En destinations ekonomiska utveckling och sysselsättning är starkt beroende av turismen och används av regeringar som ett hjälpmedel för att öka välfärden och den regionala utvecklingen (Hall 2008, s. 29, s. 55). Regeringen i Turkiet har ansträngt sig för att utveckla turismen. De låga priserna är det som bidragit till den snabba turismutvecklingen på destinationen (Löfgren 2002, s. 179). Infrastrukturen i Alanya har förbättrats på grund av turismen där nya vägar, hotell och lägenheter byggts. Platschefen Linda, entreprenören Ufuk och Niklas menar att detta har lett till att fler utlänningar köpt fastigheter i Alanya. Som vi tidigare analyserat mer djupgående i miljöavsnittet.

För att få en inblick i hur all-inclusivekonceptet påverkar destination har vi studerat och observerat Alanya. Observationen av turistområdena Cleopatra Golden Beach, Oba och Konakli visar på att mycket är under konstruktion och att det finns ett stort utbud av all-inclusivehotell, alltifrån budget till lyx. Eftersom turister kräver varor och tjänster, som kan vara allt från transport, mat och vattenförsörjning, så skapas direkta såväl som indirekta kostnader. Detta är något Mathieson och Wall talar om. Skillnaden mellan nämnda kostnader består i att den förra kommer direkt från turisterna och spenderas på hotellet, restaurang och

butiker, medan den senare är lokala skatteintäkter och förbättrad infrastruktur samt resultat av arbeten och inkomster för destinationen (Schmoll 1977, se Mathieson & Wall 1982, s. 38).

I förhållande till Matheison och Walls tre kategorier (1) turisten, (2) värden och (3) relationen mellan turist och värd har vi analyserat Oba, Konakli och Cleopatra Golden beach. Dock kommer vi endast att fördjupa oss i kategori (1) och (2) medan kategori (3) redogörs ur ett socialt perspektiv.

Ett exempel på ekonomisk fördel utgår ifrån Swarbrooke, nämligen att de är en ekonomisk fördel med all-inclusivekonceptet, i synnerhet som (1) turisten känner till det exakta priset och behöver därför inte överskrida sin budget (Swarbrooke 1999, s. 331). Swarbrookes teori bekräftas av Wineaster Anderson, som lyfter fram det faktum att (all-inclusive) turister har en tendens att förhålla sig innanför ramarna för deras kostnadsplan (Anderson 2010, s. 6). Noteras bör att majoriteten av respondenterna som bor i Oba, Konakli och Cleopatra Golden beach föredrar att bo i all-inclusivehotell. Erika och Simon talade om att de har en bestämd budget och att de inte behöver tänka på att överskrida den. Att detta var prisvänligt är något Veronica också medger. Även Zikeja och Amina anser att all-inclusive är det billigaste resealternativet. Prisvänlighet och budgetreglage resulterar, enligt Linda, i den stora efterfrågan av all-inclusivehotell.

Vidare i studien pekar (2) på att hotellvärden gynnas av all-inclusivekonceptet. Återkommande gäster är något Royal Gardens receptionistchef och Turkietsresors platschef Linda intygar. Förutom ekonomiska fördelar för all-inclusivehotellen så beskriver Linda som tidigare antytt att många av Turkietsresors gäster stannar i turismområdet och ibland inte ens vistas utanför hotellen. Hotellvärden gynnas av att hålla kvar turisten. Det är effektivt, förklarar Swarbrooke, eftersom gäster efterfrågar mindre tjänster från lokala företag (Swarbrooke 1999, s. 331). All-inclusivekonceptet har därför möjliggjort en förbättring för redan existerande hotell menar han (Swarbrooke 1999, s. 331). Även Anderson intygar att hotell gynnas av all-inclusivekonceptet, beroende på att gäster inte behöver lämna hotellet (Anderson 2010, s. 6).

Vi frågar oss om all-inclusive håller en högre standard än hotell utan konceptet. Turisten Veronica uttryckte det som en påfrestning att komma i tid till hotellets restaurang, i takt med att maten kunde ta slut. De alkoholhaltiga dryckerna ansåg hon inte hålla måttet. Enligt Swarbrooke kan det bero på att hotellet inte upplever att de behöver imponera på gästen, av den orsaken att de redan fått betalt av gästen i förtid (Swarbrooke 1999, s. 331). Däremot visar sig återkommande gäster, vilket kan tyda på en uppskattning av hotellet och dess utbud. Majoriteten av våra respondenter talade oftast gott när det kom till utbudet av lokalproducerad mat i hotellen. Detta är en av anledningarna, förklarar Ufuk och butikbiträde 2 till att en del återkommande turister köpt lägenheter och besökt Alanya flera gånger om året.

Ett annat intressant perspektiv är teorin från Hall som talar om att de indirekta turismintäkterna från företag och industrier gör att dessa kan utveckla infrastrukturen och bygga moderna boenden (Hall 2008, s. 29). En effekt av detta, det vill säga växande turism

och därmed indirekta intäkter, visar på en BNP som stigit kraftigt. Detta enligt Tosun som jämför BNP:n i Alanya mot bakgrund av hela Turkiets (Tosún och Çalışkan 2011, s. 53). De totala (indirekta och direkta) turismintäkterna i Alanya har alltså mellan år 1975-2009 ökat markant från 13 miljoner euro till 900 miljoner euro (Tosún och Çalışkan 2011, s. 24). Om turismintäkterna för år 2009 som låg på 11 miljarder divideras med antalet anställningar samma år, som låg på 300 tusen personer, så blir resultatet att varje 37.6 euro som kommit in i destinationen genererat ett turismjobb (Tosún och Çalışkan 2011, s. 28).

I detta sammanhang är det värt att nämna att pengar som är investerade i turism inte kan användas för andra ändamål som Andersson betraktar som en nackdel (Anderson 2010, s. 6). Nackdelar är något som också Swarbrooke flaggar för. Han talar om stora kostnader och menar att det är en nackdel att infrastrukturen används under en säsong, vilket kan göra ekonomin ömtålig eftersom det skapar nämnda kostnader (Swarbrooke 1999, s. 61). Detta borde rimligtvis innebära att pengarna inte förvaltas på andra sektorer, sektorer som skulle kunna gynna destinationen och befolkningen mer. I förlängningen påverkar stora kostnader lokalbefolkningen. För att återkoppla till Hall så handlar det om att turismen kan skapa stora klasskillnader mellan rika och fattiga då levnadsstandarden och värdet på fastigheter ökar (Hall 2008, s.29).

Respondenterna Linda, barnfamiljen Özcan och paret Mehmet och Meral, Niklas och Ufuk hävdar alla att priserna har stigit de senaste åren. Enligt Linda så lönar det sig för skandinaver men mindre för turkar. Särskilt där samtliga respondenter går till marknaderna för att handla eftersom affärer håller högre priser. Butiksbiträde 1 och 2 har anpassat sina priser efter skandinaver då biträde 1 och 2 inte har fasta inkomster. Det blir ett växelspel mellan prisökning och prissänkning. Ibland sänks priset. Ibland ökar priset. Det är avhängigt av vem köparen är, det vill säga om den är en turist eller lokalbefolkning. Enligt Hall kan prisökningar till exempel som genererar mer pengar på turistdestinationer leda till generella prisökningar och inflation samt skapa dåligt rykte för destinationen (Hall 2008, s. 29). Även Tosún och Çalışkan hänvisar till ett ekonomiskt läckage, vilket är ett tydligt problem i Alanya då 51-60 procent av intäkterna från utländska researrangörer inte stannar kvar i destinationen (Tosún och Çalışkan 2011, s. 37). Anderson menar att turisternas ekonomi är betydelsefull för researrangörernas marknadsföring av resemetålet då de vill locka dem med ett bra pris (Anderson 2010, s. 1). Bara de nordiska researrangörerna Nazar, Ving, Apollo, Turkietresor, Solresor, Fritidsresor och Detur erbjuder sammanlagt ett utbud på 200 all-inclusivehotell i Alanya.

Det är tydligt att förekomsten av samarbete mellan hotell och lokala företag i Alanya har ett samband med ekonomiskt läckage. Därmed anmärker Swarbrooke och menar att lokala företag kan få stöd av turismen och att det bringar en förnyad och omstrukturerad ekonomi på destinationen, samtidigt som andra sektorer kan ha nedgångar (Swarbrooke 1999, s. 61). Ett exempel på samarbete med lokala företag påtalas av receptionistchefen från Royal Garden. Denne konstaterar att de samarbetar med lokala researrangörer som anordnar sightseeing och båtturer. Ett sådant samarbete motverkar ekonomiskt läckage, vilket betyder att ett

undvikande av ekonomiskt läckage är, vill vi påstå, strängt avhängigt av samarbete mellan hotell och lokala företag.

Utländska investeringar kan öka och därmed bringa de lokala företagen på destinationen till konkurs. En annan aspekt som nämner ekonomiskt läckage åt en mer negativ riktning, som Hall utgår ifrån, menar att utländska investeringar kan öka och därmed bringa de lokala företagen på destinationen till konkurs (Hall 2008, s. 29). En sådan investering kan till exempel vara en rörelse som anordnar sightseeing och båtturer. Denna rörelse skulle därför konkurrera med lokala företag som erbjuder liknande aktivitet. Ett annat exempel är inköp av mat, frukt och grönsaker. Ett importerande av detsamma skulle, menar Swarbrooke och Hall, öka risken för ekonomiskt läckage (Swarbrooke 1999, s. 61. Hall 2008, s. 29). Vi får emellertid i en intervju med Linda veta att hotell samarbetar med lokala grossister. Allt frukt och grönt odlas i Alanya. Import blir inte nödvändigt. Allt är lokalproducerat. Detta bekräftas av entreprenören Ufuk och Receptionisten från Royal Garden samt Cleopatra Golden Beach Hotell. När vi talar med entreprenören Ufuk så menar han att det är viktigt att samarbetet gynnar båda parterna: lokala företag och hotell.

Hall och Swarbrooke talar om samma sak men från olika perspektiv. Det är vikten av samarbete mellan hotell och lokala företag som lyfts fram. Swarbrooke menar att vid situationer då all-inclusivehotell själva står för mat, dryck och aktiviteter, det vill säga då samarbete inte existerar mellan hotell och lokala företag, så drabbas restauranger, barer, mindre lokala företag och researrangörernas aktiviteter. Detta kan leda till konkurs för lokala företag. Företagen förlorar pengar för varje turist som väljer att bo på all-inclusiveanläggningar samt att hela samhället kan förlora flera miljoner. Ägarna av hotellen gynnas mer, samtidigt som efterfrågan på tjänster från lokala företag minskar (Swarbrooke 1999, s.331). Studien visar att respondenterna Restauranganställd och Butiksbiträde 1 och 2 inte samarbetar med all-inclusivehotellen och bör rimligtvis ligga i farozonen. Allt sedan omvandlingen till all-inclusive börjat så påverkas lokala rörelser. Vi blev under vår vistelse mer eller mindre indragna till restauranger och lockades med nya specialerbjudanden. Hall och Swarbrookes resonemang om att all-inclusivehotellen påverkar att lokala företag går i konkurs. Det motsatta verkar visa sig enligt Lindas talan om att företagen ändå går runt och vår observation av Alanya visar ett brett utbud av restauranger runt omkring hotellen som ännu inte bommat igen.

När till exempel turisten spenderar pengar i en av hotellets butiker så cirkulerar pengarna i hotellet. Dessa pengar återanvänds i form av att hotellet betalar lokala aktörer (exempelvis matgrossister). Pengarna används också till utbetalningar av anställdas löner. De anställda spenderar i sin tur lönen till att betala hyra och leverne. Samtliga dessa sätt att spendera pengar gör att pengarna stannar i destinationen och inte hamnar utanför den. Denna ekonomiska rullning kallas multiplikatoreffekt. Denna effekt omtalas av Swarbrooke, som menar att den bildas i destinationens lokala ekonomi då turismen skapar arbeten. Dessa arbeten är dock både lågavlönade och säsongsbetonade, men att de ändå skapar inkomster, vilket är en fördel (Swarbrooke 1999, s. 61). Enligt Anderson har all-inclusiveturisternas låg

tendens att spendera pengar i reseområdet, vilket på sikt leder till en fara för den traditionella turismen och lokala företag (Andersson 2012, s. 309).

5.2.2 Säsongsvariation

Det är å ena sidan positivt att arbeten skapas i Alanya, men å andra sidan negativt med säsongsbundenhet och arbetslöshet (Hall 2008, s. 29). I en intervju med en restauranganställd utanför hotellet finns det inte mycket att göra under lågsäsong och att den anställde kan vänta i timmar på gäster. Däremot går det bra under högsäsongen; fler gäster kommer, dock inte de som bor på all-inclusivehotell. Här framträder en tydlig bild av effekten av säsongsbundenhet. Detta går parallellt med Mathiesons och Walls påstående om att turismen är en instabil marknad på grund av höga säsongsvariationer. Detta är en ekonomisk effekt där priser och inkomster varierar markant (Schmoll 1977 se Mathieson & Wall 1982, s. 38). Hotellen stängs under lågsäsong och de som har öppet får inte in lika mycket intäkter som de brukar. Detta leder till mindre investeringar under lågsäsong enligt Mathieson och Wall vilket resulterar till att turismen blir en mindre attraktiv sektor ur ekonomiskt perspektiv. Dessutom kan investeringar under högsäsong framkalla brist på rum (Mathieson och Wall 1982, s. 88-89). Sedan kan det ifrågasättas om dessa all-inclusiveanläggningar går plus minus noll och att en säsong gynnar dessa. Med detta sagt i relation till ekonomisk hållbarhet så upplever respondenterna en ekonomisk problematik med lågsäsong.

Högsäsongen däremot gynnar all-inclusivehotellen. Enligt chefsreceptionisten på Royal Garden så har hotellet gått med vinst under de senaste åren. Detta beror på årligen återkommande stamgäster under högsäsong, en period då hotellet oftast är fullbokat. Detta har gjort att de haft utrymme att bygga ut hotellet och investera i ett eget hamam och en ny rutschkana till barnpoolen där hotellgästerna har möjlighet att vistas. Detta verkar vara förekommande i Alanya då fler av respondenterna talar om att allt fler all-inclusivehotell byggts- och rustats upp. Detta var även något vi observerade från fältstudien, mycket bebyggelser i form av all-inclusivehotell, lägenheter och vägar. Men samtidigt finns respondenter som tycker att säsongsvariationen är både positiv och negativ. En från Royal Garden till exempel talar om att hon och de flesta som arbetar inom turismindustrin är från Turkiet och från närområdet. Hon menar att det positiva är att det skapar arbeten för lokalbefolkningen och att hon får en längre semester under vintersäsongen. Det negativa är att hon måste tänka mer på sin ekonomi för att kunna klara sig under ledigheten. Detta är något som majoriteten av våra respondenter bekräftar. Bland andra Linda som konstaterar att de på Turkietresor arbetar under sommarsäsongen som börjar från april till oktober för att kunna spara ihop pengar för semestern under vintersäsong.

En positiv effekt är, enligt Swarbrooke, att turismen skapar företagande och sysselsättning inom näringslivet (Swarbrooke 1999, s. 61). Där Mathieson och Wall även de styrker Swarbrookes argument om turismens positiva ekonomiska effekter som skapar arbete,

inkomster och företagande, dock ger det samtidigt en låg avkastning på grund av säsongsvariationerna (Mathieson och Wall 1982, s. 91-92).

Vi har analyserat den ekonomiska utvecklingen av all-inclusivehotell, infrastruktur, prisökningar som uppstått på grund av dessa i Alanya samt har den säsongsbundna turismen analyserats. En diskussion har genomförts om all-inclusives för- och nackdelar när det kommer till samarbeten mellan hotell och lokala företag.

5.3 Sociala effekter som uppstår av all-inclusivekonceptet i Alanya

5.3.1 All-inclusiveturismens sociala påverkan i Alanya och lokalbefolkningens integrerande

Studien undersöker hur hållbart all-inclusivekonceptet är i Alanya. Därmed vilken social påverkan all-inclusiveturisterna har på destinationen och lokalbefolkningens integrerande med turisterna. Vi kommer att analysera Oba, Konakli och Cleopatra Golden beach efter Mathieson och Walls tre kategorier: (1) turisten, (2) värden och (3) relationen mellan turist och värd. Kategori (1) och (3) redogörs i detta avsnitt medan kategori (2) har redovisats i det ekonomiska avsnittet.

I detta sammanhang (1) går det att konstatera att Oba, Konakli och Cleopatra Golden beach är eftertraktade av turisten, då de har allt som behövs finns nära tillgängligt. Respondenten Linda talade om Oba och framställde turismområdet som en liten by. Mot bakgrund av Lindas resonemang beträffande bykänsla så förefaller det som att känslan att vara hemmastadd inger turisten en slags trygghet, eller som Wineaster Anderson menar, att turisten får en trygghetskänsla av en planerad och iscensatt omgivning (Anderson 2010, s. 6). Detta har visat sig vara fallet i praktiken då Erika och Simon besökte Alanyas centrum en enda gång, vilket borde tyda på att de saknade intresse att lämna turistområdet. På dagarna vistades de gärna vid hotellets pool och det nära avståndet till stranden medförde att de stannade i Oba. Trygghetskänslan visade sig ha ytterligare en nödvändig komponent, närmare bestämt säkerhetsvakter, vilka observerades stå vid många av hotellen i Oba. Enligt Swarbrooke kan hotellen även ge tillfälle för turisten att dricka och klä sig hur de vill utan att turisterna känner att de påverkar det lokala samhället och skapar en trygghetskänsla av att inte bli rånad om de håller sig till hotellet (Swarbrooke 1999, s. 331-332). Dock kan det ifrågasättas då ingen av våra respondenter talade om en rädsla för rån. All-inclusivehotellet i Konakli i likhet med Oba har skapat en trygghet för turisten när det kommer till avkopplande aktiviteter som erbjuds.

I det femstjärniga all-inclusivehotellet Hedef i Konakli, som turisten Elsi bor, tycker om hotellets utbud av aktiviteter för avkoppling. Elsi ställer höga krav på hotellvistelsen då han i första hand är på en arbetsrelaterad resa. I likhet med Erika och Simon har han inte ett stort behov av att vistas utanför hotellområdet. Alanyas Centrum har han ännu inte besökt, men vill

inplanera en shoppingvisit innan avresa. All-inclusivehotellens iscensatta omgivning med stora vattenland, sparetreat, golf, tennisbanor och ett berg av mat är något över det vardagliga livet, nästintill ett fantasiland. Turisternas passivitet till att utforska Alanya är uppenbar. När det kommer till turistområdet Cleopatra Golden beach observeras inte en lika stark bykänsla som i Oba och Konakli, men likväl turismanpassad. Veronica, Zikeja och Amina som bor i Cleopatra Golden beach hotel deltar i fler aktiviteter till skillnad från Erika, Simon, Elsi som bor på all-inclusivehotell i Oba och Konakli. Samtidigt rör sig inte gästerna långväga från hotellområdet för att hinna till måltiderna som serveras vid utsatta tider. Gästerna på Cleopatra Golden beach hotell kom att bli familjära ansikten som iaktogs äta under hotellets alla måltider vilket kan vara en förklaring till all-inclusivehotellens förmåga att hålla kvar och underhålla sina gäster.

Studien framhåller att relation mellan turist och lokalbefolkning (3) skapas genom lokalbefolkningens språkinläring av svenska och engelska och i samband med turistaktiviteter. Denna relation initieras enligt Mathieson och Wall först när turisten inköper en tjänst eller vara, därefter om de vistas intill varandra och slutligen om de byter information och uppfattningar med varandra. De internationella tankesätt som skapas, menar teoretikerna är betydelsefullt för att minska missuppfattningar (De Kadt 1979, se Mathieson & Wall 1982, s. 135). Studien visar att många av de turkiska respondenterna kunde förstå svenska och samtala. Lokalbefolkningens språkinläring av svenska och engelska har i synnerhet blivit naturligt för dem, i och med kommunikationen som skapas i dess service- och försäljningsyrken. Språket har de lärt sig genom att lyssna på turisterna, uttrycker butiksbiträde 2. Detta kan tolkas som en positiv social effekt, i enlighet med Hall. Effekten uppkommer när lokalbefolkningen känner en större kulturell förståelse för turisterna och är mer medvetna om deras uppfattningar och värderingar (Hall 2008, s. 30). Respondenterna Zikeja och Amina uttrycker en glädje till människorna som de bland annat ville resa på grund av, vilket visar på gästvänlighet från lokalbefolkningen.

Trots lokalbefolkningens imponerande språkkunskaper, ifrågasätter vi om inte kommunikationen mellan turister och lokalbefolkningen är begränsad. En förklaring till detta, menar vi, är att kommunikationen mellan dessa framförallt används inom service- och försäljningsyrken. Enligt oss handlar det om att lokalbefolkningen vill imponera på turisterna i vinstsyfte för att få dem att köpa varor, och kanske inte har ett genuint intresse att lära känna turisterna. I fråga om samverkandet mellan lokalbefolkningen och turisterna, påpekar Tosún och Çalişkan, i första hand om i vilka omständigheter de möter varandra och deras kulturella bakgrund (Tosún och Çalişkan 2011, s. 52). Kommunikationen mellan lokalbefolkningen och turisterna, är något Mathieson och Wall även belyser och anser att den är begränsad (Mathieson & Wall 1982, s. 175). Vidare talar de om att landets språk och kultur kan försämrans, i och med att fler lokalbor kan tala turisternas språk (Mathieson & Wall 1982, s. 174). Vi kan dock inte finna något i vår studie som påvisar Mathieson och Walls resonemang om att landets språk och kultur kan försämrans beroende på språkinläring hos lokalbefolkning. Däremot menar vi i likhet med Mathieson och Wall att en begränsad relation kan skapas, till följd av all-inclusive.

Basarer, hamam och moskéer betraktas som aktiviteter och kulturella mötesplatser, som både lokalbefolkning och turister tar del av. Turisterna Zikeja, Amina och Veronica ansåg dessa som uppskattade och prisvärda. Likaså besökte vi dessa aktiviteter och uppskattade dem. Vilket förde med sig ett större intresse som växte för människorna och kulturen. Dock vill vi påstå att våra intentioner med aktiviteterna var i arbetssyfte, vilket förmodligen förde med sig en annan relation till lokalbefolkningen än turisternas. Aktiviteterna som turisterna medverkar i, menar Hall, är en positiv effekt för destinationen, i takt med att det sker ett förnyande i samhället. Vilket på sikt stärker traditioner och värderingar (Hall 2008, s. 30). Detta går jämsides med Mathieson och Walls mening, om att det kan bidra med utveckling i samhället i form av livsstilar, uppföranden, synsätt och traditioner. Sålunda skapa en förståelse för andra kulturer och folkslag (Mathieson & Wall 1982, s. 133).

Respondenter Erika och Simon som bara besökt Alanyas centrum en gång under vistelsen. I likhet med Elsi som inte ännu besökt Alanyas centrum, men planerade en shoppingtur, är turister som visar befinna sig majoriteten av semestern i turismområdet och på hotellet. Till skillnad från Zikeja, Amina och Veronica från Cleopatra Golden beach hotell som däremot besökte aktiviteter oftare. Kan detta bero på att all-inclusivehotellens rang, det vill säga om de är ett två till femstjärnigt hotell? Kapacitet att hålla kvar turister kan på så sätt se olika ut, menar vi, med exempelvis hamam, golf, tennis och vattenland på hotellanläggningen.

Det trestjärniga hotellet vi bor på tillsammans med turisterna Zikeja, Amina och Veronica visade sig inte ha lika mycket aktiviteter som Erika, Simon och Elsis all-inclusivehotell, som kan vara en av anledningarna till bristen på engagemang hos dem att besöka de lokala aktiviteterna. Samtidigt bör noteras att gästerna på Cleopatra Golden beach hotell observerades äta från hotellens måltider, vilket visar på att de håller sig inom ramen av turismområdet. Denna effekt omtalas av Swarbrooke, närmare bestämt att turister inte rör sig från hotellområdet, medför till en begränsad relation mellan turisterna och lokalbefolkning (Swarbrooke 1999, s. 331). Även Anderson styrker Swarbrookes argument om att all-inclusive medför till att lokalbefolkningen får en minskad relation med turisterna. Eftersom turisterna väljer att inte besöka eller använda sig av restauranger och taxi bland annat (Anderson 2010, s. 6). Samtliga respondenter bekräftade att den enda kontakten med lokalbefolkningen var genom besök i butiker, restauranger och taxi. De flesta menar att de oftast socialiserar sig med andra turister. För att återkoppla till Swarbrooke kan det leda till turisterna får en verklighetsfrämmande uppfattning av lokalbefolkningen och skapa en isolering (Swarbrooke 1999, s. 331). I samma veva menar han att en ny form av apartheid kan bildas, på grund av att turisterna och lokalbefolkningen avskiljs. Där turisterna får mer rättigheter än lokalbefolkningen, som i och med detta sällan får möjlighet att komma in i området om de inte arbetar där (Swarbrooke 1999, s. 331).

5.3.2 Arbetsvillkoren för anställda i Alanya

Enligt Malin Kjellqvists studie "Ingen solskenshistoria" talar hon om Turkiets tillåtna gräns för arbetstimmar, där det visar sig att anställda arbetar utöver gränser (Kjellqvist 2012, s. 34).

Med detta kan vi dra paralleller med det chefsreceptionisten, gästrelationsmanager från Royal Garden och respondenterna som arbetar inom turismsektorn samt turisterna som bevitnat att de utstått 10-15 arbetstimmar per dag. Det bekräftas även att de anställda har dåliga löner och lever på dricks. Med detta sagt kan vi dock inte säga att det är representativt för en hel population.

När vi intervjuade platschefen Linda om hur Turkietresor förhåller sig till arbetsvillkoren för de anställda i hotellen fick vi till svar att det är varje enskilt hotell som ansvarar för det. Det är inget som Turkietresor har rätt till att bestämma. Respondenten Frida som är svensk medborgare beskrev sin arbetssituation som tuff och att det skiljer sig markant från Sverige. Hon arbetade på ett hotell i Konakli där hon och flera andra enligt henne arbetade flera timmar i sträck utan raster. Hon var tvungen att leverera toppservice för att få dricks som enligt henne motsvarade i princip majoriteten av den ursprungliga lönen, som var viktigt för att klara sig. Efter det att respondenterna talade om den tuffa arbetssituationen och efter vår observation så ville vi ta reda på hur mycket de tjänade. Reseguiden Cecilia bekräftade att restaurangarbetare tjänar 1000 lira i månadslön, som motsvarar cirka 3000 svenska kronor. Städskor tjänar 800 lira per månad. Dricksen, menar hon utgör en stor del av deras löner.

Turisterna Zikeja och Amina i Cleopatra Golden Beach Hotell bekräftade att restaurangarbetarna arbetar 12 timmar om dagen. De reagerade på att de yngre männen fick arbeta mer och tycker att de utnyttjas av hotellet då de inte har några raster. Trots detta är de alltid trevliga. Under observationen såg vi att samma personal arbetade 15 timmars pass största delen av veckan. Trots de långa arbetspassen menar vi i likhet med Zikeja och Amina att personalen levererade bra service. Att personal utnyttjas i sådana sammanhang är inte ovanligt. Andersson är en teoretiker som undersökt liknande förhållanden och menar att personal lätt kan utnyttjas och arbeta övertid (Anderson 2010, s. 6). Detta innebär brott mot lagar om arbetsförhållanden. Malin Kjellqvist, som arbetar för en ideell förening, styrker att en anställd arbetar mellan 12-14 timmar om dagen, vilket strider mot den turkiska arbetslagstiftningen. Enligt lagen skall en anställd inte arbeta mer än 11 timmar om dagen, men om detta inträffar så bör det noteras och kompenseras. Det förekommer att anställda oftast arbetar övertid för minimilön inom turismsektorn (Kjellqvist 2012, s. 34). Enligt den turkiska arbetslagstiftningen så har säsonganställda rätt till semesterersättning mellan 14 och 26 dagar under ett år (Kjellqvist 2012, s. 33).

6. Slutsats

Avslutningsvis kommer kapitelet besvara studiens syfte och frågeställning. Vidare skildras slutsatserna och slutligen förslag på fortsatt forskning.

Syftet med studien var att granska all-inclusivekonceptet och dess hållbarhet. Teorin i studien grundar sig i hållbarhetens tre perspektiv; miljömässiga, ekonomi och sociala effekter. Studien visar att all-inclusivekonceptet kan betraktas både som positivt och negativt utifrån dessa perspektiv, vilket gör konceptet komplext i fråga om hållbarhet.

Enligt teorin har bristfällig miljöplanering förekommit där hög energi- och vattenförbrukning tillkommit på grund av all-inclusivehotellen i samband med att all-inclusiveturismen har expanderat. Samt att det lett till att kustremsan och jordbruksförsörjning tagit skada. Vidare kan det nämnas att respondenterna inte bryr sig om att vara miljömedvetna eller hur hotellen förhåller sig till det. Däremot kan vi inte dra någon slutsats om hur miljön har påverkats i Alanya då vi inte fördjupat oss i fenomenet på grund av tidsbrist.

Studiens sociala effekter visar på att lokalbefolkning och turister kommer i kontakt med varandra är oundvikligt. Detta sker både i hotellet och utanför. Resultatet visar på att samtliga respondenter är villiga att delta i aktiviteter och komma i kontakt med lokalbefolkningen då andra respondenter är mer bekväma inom all-inclusivehotellen där ett stort utbud av bekvämligheter erbjuds. Vidare gällande den överskridna gränsen av arbetstimmar finns det inte mer att tillägga bortsett från att datainsamlingen visar på att den överskrider den tillåtna gränsen av arbetstimmar och att det är ett naturligt fenomen i Alanya som vi tycker borde belysas mer.

Destinationen har utvecklats på grund av turismens framväxt som bidragit till en bättre infrastruktur och en radikal framväxt i den ekonomiska utvecklingen, som i sin tur främjar sysselsättningen för lokalborna, som är säsongbetonad. Vi kan inte säga att det förekommer ekonomiskt läckage på grund av att vi inte funnit tillräckligt med data dock kan vi säga att studien visar på att det sker samarbete mellan all-inclusivehotellen och lokala researrangörer. Däremot går det mindre bra för lokala företag inom restaurangbranschen på grund av turistens val av all-inclusive. Studien påvisar att respondenterna föredrar all-inclusive för den anledningen att de kan hålla sig till en förutbestämd budget. Vi anser att ansvaret ligger hos turisterna och detta kan förslagsvis ske genom att upplysa dem med information om hur lokala företag påverkas ur det ekonomiska perspektivet.

7. Förslag till fortsatt forskning

Hållbarhet är ett aktuellt problem och viktig för framtida generationer. Därför föreslår vi en vidare forskning inom miljöaspekten i Alanya och de effekter som turismen orsakat på destinationen. Det har varit svårt att få fram om den sociala bärkraften har överskridits.

Dessutom anser vi att det är vetenskapligt väsentligt om en hållbar utveckling med all-inclusiveanläggningar kan uppnås. Skapar all-inclusivekonceptet en klyfta mellan turister och lokalbo? Detta kan studeras mer djupgående genom andra destinationer som uppfyller kraven för hållbar turism. Slutligen vore det intressant att forska vidare kring medvetenheten hos turisterna och hur den påverkar lokala företag.

8. Litteratur och källförteckning

Tryckta källor

- Bryman, Alan (2011) *Samhällsvetenskapliga metoder* Förlag: Liber AB
- Dielemans, Jennie (2011) *Välkommen till paradiset* Förlag: Atlas
- Gillham, Bill (2008). *Forskningsintervjun – Tekniker och genomförande*. Studentlitteratur AB.
- Hall, C. Michael (2008) *Tourism planning- policies, processes and relationships* Pearson Education
- Holme, Idar Magne och Solvang, Bernt Krohn (1997) *Forskningsmetodik- om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund: Studentlitteratur
- Hjelm, Mikael & Simon Lindgren (2010) *Introduktion till samhällsvetenskaplig analys*. Förlag: Gleerups.
- Justesen, Lise och Mik-Meyer, Nanna (2011). *Kvalitativa Metoder – Från vetenskapsteori till praktik*. Lund: Studentlitteratur.
- Löfgren, Orvar (2002) *On holiday- a history of Vacationing*. Förlag: University of California Press
- Trost, Jan (2010). *Kvalitativa Intervjuer*. Lund: studentlitteratur
- Weaver, D och Lawton L.(2010) *Tourism Management*. John Wiley & Sons Australia, Ltd

Elektroniska källor

- ADMD law office (2013) *Overtime and Overtime Wage in Turkish Labor Code (TLC)*: <<http://www.admdlaw.com/overtime-and-overtime-wage-in-turkish-labor-code-tlc/>> (2013-12-18)
- Andersson, Wineaster (2010) *Determinants of all-inclusive travel expenditure*. Emerald group publishing limited. University of Dar es Salaam, Tanzania:
<http://www.arajournal.net/files/pdf/article/ca_ES/44.pdf> < 2013-05-30 >
- Anderson, Wineaster (2012) *Analysis of all-inclusive tourism mode in the Balearic islands*. University of the Aegean. : http://www.chios.aegean.gr/tourism/VOLUME_7_No1_art16.pdf
< 2013-05-30 >
- Apollo (2013) *All-inclusive* : <<http://www.apollo.se/hotell/koncept/all-inclusive>>(2013-12-20)

Apollo (2013) *Våra hotell i Alanya* : < <http://www.apollo.se/resor/europa/turkiet/alanya/hotell> > (2013-12-17)

Club Med (2013) : < http://www.clubmed.se/cm/all-inclusive-vacations-premium-all-inclusive-holidays-by-club-med-about-club-med_p-366-l-EN-pa-A_PROPOS_DE_CLUB_MED-ac-at.html > (2013-12-19)

Detur (2013) *Alanya* : < <http://www.detur.se/boka-resa/HotelList.aspx?P=9-1-00> > (2013-12-17)

Detur (2013) *All-inclusive* : < <http://www.detur.se/all-inclusive/HotelRotatorList.aspx?P=12-2-00> > (2013-12-20)

Dannefjord, Per (1999). *Metod och Problem: en inledning till sociologisk analys* Växjö, Institutionen för samhällsvetenskap. 24: <http://nu.diva-portal.org/smash/get/diva2:206189/FULLTEXT01.pdf> < 2013-05-30 >

FN (2012): < <http://www.fn.se/fn-info/vad-gor-fn/utveckling-och-fattigdomsbekampning/hallbar-utveckling/> > (2013-12-19)

Fritisresor (2013) : < http://www.fritidsresor.se/webbguiden/?humanyEntry=alanya_all_inclusive&view=256420 > (2013-12-17)

Helsingforsdeklarationen (2003) *Riktlinjer för etisk värdering av medicinsk humanforskning - Forskningsetisk policy och organisation i Sverige*. Uppsala, Almqvist & Wiksell Tryckeri. http://www.vr.se/download/18.6b2f98a910b3e260ae28000355/medicinsk_humanforskning_13.pdf <2013-12-31 >

Kjellqvist, Malin (2012) *Ingen solskenshistoria- en granskning av arbetsvilkoren i turistbranschen i Thailand och Turkiet*. Schyst resande 2012. Tillgänglig: http://www.fairtradecenter.se/sites/default/files/Rapport_Ingen_solskenshistoria.pdf < 2013-05-30 >

Nasar (2013). *Resor till Turkiet* : <<http://www.nazar.se/tyrkia>> (2013-12-17)

Nasar (2013). All-inclusive : <<http://www.nazar.se/allinclusive>> (2013-12-17)

Solresor (2013) : < http://www.solresor.se/all-inclusive/turkiet/?cmprcid=2014&sc_pkw=google&kz_key=gkz1t2kz4347kzf24242860490kz213131kzf&gclid=CPbXi7j-1boCFZR4cAod0ncAww > (2013-12-17)

Ving (2013). *Alanya hotell* : <<http://www.ving.se/turkiet/alanya/hotell> > (2013-05-30)

Ving (2013). *All-inclusive* : < <http://www.ving.se/all-inclusive> > (2013-12-20)

Turkietresor (2013) All-inclusive: <<http://www.turkietresor.se/all-inclusive-2>> (2013-12-17)

Turkietresor (2013) *Alanya* : <<http://turkietresor.se/>> (2013-05-30)

Tosún och Çalışkan (2011) *Profile of sustainability in Alanya (Turkey) as a tourist destination- An analysis for achieving a better level of sustainable tourism development at local scale*. Plan bleu, Sophia Antipolis, june 2011:

<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669580308667200#preview> < 2013-05-30>

9. Bilaga

9.1 Intervjumanual

Platschef och reseguide från Turkietresor

Vad jobbar du med? Och hur länge har du arbetat här?

Har du sett någon förändring i Alanya?

Är hotellen omgjorda till all inclusive hotell eller är de nybyggda all inclusive hotell i Alanya?

Finns det en efterfrågan på all inclusive hotell?

Vad tycker du om all inclusive konceptet?

Vilka turister finns mest i Alanya?

Gynnar turismen Turkiet? Hur har turismen påverkat lokalbefolkningen?

Är hotellägarna i Alanya utländska eller från Turkiet?

Är maten importerad eller lokalproducerad?

- Gynnar det hotellet?

- Hur kommer de sig att priserna stiger?

Hur ser Alanya ut på vintern? Kommer det turister?

Hur ser arbetsvillkoren ut för de anställda på hotellet? Hur mycket tjänar dom?

Hur förhåller sig Turkietresor till arbetsvillkoren för de anställda i hotellen?

Hur mycket tjänar du?

Personal från Alanya

Vad jobbar du med?

Hur länge har du jobbat i Alanya?

Hur många timmar jobbar du om dagen?

Har du några raster?

Hur ser lönen ut?

Hur lång semester har du?

Är de som jobbar från Turkiet?

Samarbetar ni med lokala reseaktörer?

Köper ni in era varor från utlandet eller är det lokalproducerat?

Har du sett någon förändring i Alanya från förr och nu?

Är hotellägarna i Alanya utländska eller från Turkiet?

Vilka turister finns mest i Alanya?

Är det mycket återkommande gäster?

Finns det mycket all inclusive anläggningar i Alanya?

- Vad tycker du om dessa?

Hur ser Alanya ut på vintrarna?

Vad gör du under vintersäsongen?

+Turkiska arbetare utanför hotellbranchena

Har du arbetat på all inclusive hotell?

-Är det en skillnad från vad du arbetar med nu?

Turistfrågor

Är det din första gång i Alanya?

Hur många är ni som åker?

Vad tycker du om Alanya?

Varför valde ni att åka till Alanya?

Vad tycker du om all inclusive hotell?

Varför valde ni att bo all inclusive?

Väljer ni alltid all inclusive-hotell?

Bor ni alltid på detta hotell?

Vad anser ni om arbetarna på hotellet?

Har ni deltagit i några aktiviteter?

- Vad tyckte ni om det?

Äter du enbart på hotellet?

Spenderar du dina pengar utanför hotellet?