



Universitetet
i Stavanger

**NORSK HOTELLHØGSKOLE
BACHELOROPPGAVE**

STUDIUM:
BRLBAO Reiselivsledelse

OPPGAVEN ER SKREVET INNEN FØLGENDE FAGOMRÅDE:
Reiseliv

ER OPPGAVEN KONFIDENSIELL? **NEI**
(NB! Bruk rødt skjema ved konfidensiell oppgave)

Tittel:

Hvordan påvirker overturisme turistens opplevelser ved storbydestinasjoner?

FORFATTER(E) (NB! maks tre studenter pr oppgave):

VEILEDER:

Leif Selstad

Kandidatnummer:

Studentnummer:

Navn:

8109

260063

Aslaug Sofie Johnsen Ogilvie

8128

260086

Nima Nejad

*Hvordan påvirker overturisme turistens opplevelser ved
storbydestinasjoner?*

Aslaug Sofie Johnsen Ogilvie – 8109

Nima Nejad – 8128



20 studiepoeng

Norsk Hotellhøyskole

Reiselivsledelse – Bachelorstudium

Mai 2023

11739 Ord

Forord

Denne bacheloroppgaven markerer avslutningen av et spennende og interessant bachelorløp i Reiselivsledelse for Norsk Hotellhøgskole (NHS) ved Universitetet i Stavanger for Aslaug Sofie Ogilvie og Nima Nejad. Dette endelige resultatet viser til vår utvikling gjennom våre tre studieår ved Universitetet i Stavanger, eller UiS, og er et produkt av en problemstilling basert på hva vi anser som et veldig relevant tema innen reiselivsbransjen. Vi har ønsket å skrive om et tema vi selv har interesse for og som vi kan bruke kompetanse og faglig stoff vi har lært og undersøkt gjennom vår studietid. Vi har begge funnet interesse for temaet overturisme og hvordan det vil påvirke videre reising for turister, spesielt i storbyer. Vi har da bestemt ut spesifikke storbyer vi syntes er mest relevante for en slik undersøkelse. Vi har begge hørt om Overturisme gjennom læreplanen og fagbøker over årene, og begge undersøkt overturisme videre i tidligere oppgaver, men vi ville grave enda dypere her, å undersøke hva overturisme virkelig er og hvilke effekter det har på turister til tidligere og fremtidige destinasjoner, spesifikt storby destinasjoner. Oppgaveskrivingen har vært en lærerik periode hvor vi har lært mye mer om overturisme i tillegg til reisedestinasjonene vi har undersøkt grundigere og lært enda mer om, selv om vi tidligere har vært turister her selv.

Vi vil takke alle som har deltatt i vår spørreundersøkelse og da hjulpet oss finne svar til vår problemstilling. Dere har gjort det mulig for oss å formulere denne bacheloroppgaven så igjen, takk til dere. En veldig stor takk til Leif Selstad, vår veileder gjennom hele skriveprosessen av denne oppgaven. Takk for hjelpsom rådgivning fra start til slutt. Til slutt, en liten takk til hverandre og det partnerskapet vi har klart å holde gjennom denne prosessen. Samarbeidet har i helhet vært en veldig lærerik prosess for oss begge. Uten det, hadde vi ikke komt i mål med det vi vil presentere for deg, leseren, i dag.

Sammendrag

Denne oppgaven fokuserer på overturisme og hvordan dette fenomenet påvirker turister sin opplevelse ved destinasjoner som ser ut til å være utsett for overturisme. For å finne svar på akkurat dette har vi fokusert på storbydestinasjoner og da valgte vi de fire storbyene som hadde høyest tall besøkende i de siste tre årene; Barcelona, London, New York og Paris.

Problemstillingen ble da som følgende;

Hvordan påvirker overturisme turistens opplevelse ved storbydestinasjoner?

For å finne svar på denne problemstillingen begynte vi først med å utarbeide teori bak overturisme for å finne ut hvordan dette fenomenet blir definert i akademiske skrivelser, i tillegg til å se hva litteraturen tilbydde som en innsikt til hva turisme situasjonen var i hver av storbyene vi valgte. Ved valg av metode bestemte vi oss veldig tidlig om vi ville ta i bruk kvantitativ metode i form av spørreskjema. Dette var fordi å treffe respondent gruppen vi var ute etter var masse-resultat det som gav mest mening til oss, i tillegg til å nå en så spesifikk gruppe – turister som hadde besøkt én av våre fire destinasjoner – så var utdeling av spørreskjema heller enn intervju form det som var mest passende for oss og resultatet vi lette etter. Resultatene påpekte at turistene vi fikk svar fra merket faktorer som kunne måles til overturisme gjennom deres opphold ved destinasjonen, men hovedsakelig så påvirket ikke overturisme deres opphold til en så sterk grad at de ikke ville besøkt destinasjonen igjen. Også, noen av de viktigste resultatene pekte oss til konklusjonen at overturisme er mer subjektivt fra individer sitt perspektiv og at vurderingen av turistens oppførsel endrer seg stort fra turister sitt perspektiv i forhold til lokaler sitt perspektiv. I konklusjonen legger vi frem svaret på problemstillingen hvor vi har lært at overturisme oppleves av turistene, men ikke påvirker de så mye at det gjør opplevelsen negativ.

Innholdsfortegnelse

Forord	i
Sammendrag	ii
Figur Liste	vi
1. Innledning	1
1.2 Bakgrunn for valg av problemstilling.....	1
1.3 Presentasjon av problemstilling	1
1.4 Avgrensninger.....	1
2. Teori	3
2.1 Doxey's Irridex modell	3
2.2 Overturisme	4
2.3 Faktorer som forårsaker overturisme.....	5
2.3.1 Voksende verdensbefolkning og voksende middelklasse.....	5
2.3.2 Teknologiske fremskritt	5
2.3.3 «The Sharing Economy»	6
2.4 Problemer og utfordringer forårsaket av overturisme	6
2.4.1 Carrying Capacity	7
2.4.2 Sosio-kulturelle utfordringer.....	7
2.4.3 Økonomiske utfordringer	8
2.4.4 Miljømessige utfordringer	9
2.5 Covid-19	10
2.6 Bærekraftig turisme	11
2.6.1 Bærekraftig utvikling.....	12
2.7 Urban Turisme.....	12
2.7.1 Urban planlegging	13
2.8 Visitor Management Strategies.....	14
2.9 Stakeholders	14
2.10 Overturisme i de valgte destinasjonene	15
2.10.1 Barcelona	15
2.10.2 Paris	16

2.10.3 London	18
2.10.4 New York	19
3 Metode	21
3.1 Kvantitativ metode	21
3.1.1 Vår valgte forskningsmetode	21
3.2 Bakgrunn for valg av forskningsmetode	22
3.3 Spørreskjema	23
3.3.1 Spørsmål struktur	23
3.3.2 Spørsmål innhold	25
3.3.3 Prestudie	27
3.3.4 Ferdigstilling og utsendelse	27
3.3.5 Purring	28
3.3.6 Egen vurdering	28
4 Resultat	29
4.1 Del 1 – Ansvarlig turist	29
4.2 Del 2 – Besøke igjen	29
4.3 Del 3 - Turistarbeidere og attraksjoner	30
4.4 Del 4 - Overnatting	30
4.5 Del 5- Lokalbefolkningens inntrykk	31
4.6 Del 6 - Besøkestid	31
4.7 Del 7 – Folkemengder og forsøpling	31
4.8 Del 8 – Resterende spørsmål	32
5. Diskusjon	33
5.1 Diskusjon av spørreskjema	33
5.1.1 Besøkestid	33
5.1.2 Overnatting	33
5.1.3 Lokalbefolkningens inntrykk	34
5.1.4 Folkemengder og forsøpling	35
5.1.5 Turistarbeidere og attraksjoner	36
5.1.6 Besøke igjen	38
5.1.7 Ansvarlig turist	39
5.2 Hva betyr resultatene fra vår oppgave?	40

5.3	<i>Konsekvenser for våre funn</i>	41
6.	Konklusjon	42
7.	Litteraturliste	43
8.	Vedlegg	48

Figur Liste

Figur 1 viser til Doxey's Irridex modellen (<i>Page & Connell, 2020, s. 383</i>).....	4
Figur 2 viser til Map of primary and secondary tourism resources in Barcelona (<i>Jennings, 2021</i>).....	15

1. Innledning

1.2 Bakgrunn for valg av problemstilling

Hvordan påvirker overturisme turistindustrien? Er vi for mange reisende ut i verden i dag slik at turisme truer populære turistdestinasjoner? I de siste årene har turisme sett en økende vekst verden rundt ved spesielt populære reise destinasjoner, noe som ikke har minsket etter den store Covid-19 pandemien. Reising og turisme har en sentral rolle i manges liv. Det er nettopp derfor det er viktig at vi beskytter turismen og sørger for at det kan fortsette å være mulig å ta del i denne lange tradisjonen av å reise. Men jo mer turismen vokser, jo mer merkes turistene, noe ikke alle setter pris på. Vi vil ikke at turisme skal sees på som et negativt aspekt, og derfor vil vi videre undersøke hva turister selv opplever når de besøker populære storbydestinasjoner og hva de syntes om den voksende turismen ved disse byene.

1.3 Presentasjon av problemstilling

Problemstillingen vi har basert vår forskning på er:

Hvordan påvirker overturisme turistenes opplevelser ved storbydestinasjoner?

Under prosessen av denne oppgaven har problemstillingen vår sett endringer. Den vi først startet med fokuserte kun på hvordan overturismen var etter Covid-19 men jo dypere vi undersøkte og kom inn på overturisme fenomenet, jo mer innså vi at svarene vi var på let etter omhandlet ikke bare verden etter pandemien, men før og etter. I tillegg, hadde vi ikke bestemt spesifikke destinasjoner vi skulle sette søkelys på for å undersøke overturisme, men så landet vi på fire storby destinasjoner vi hadde hovedsakelig interesse om å se resultatene fra.

1.4 Avgrensninger

Overturisme er et veldig vidt tema, spesielt den dag i dag, ikke minst svært aktuelt for den voksende turismen verden rundt. Det hadde vært vanskelig om vi skulle utføre

spørreundersøkelser for turister som har besøkt storbyer generelt, hvor som helst i verden. Så i stedet for å dekke temaet som en hel, har vi valgt å avgrense til storbyer som opplever overturisme. Spesifikt disse fire byene; Barcelona, London, New York og Paris. Med et søk fant vi fort ut av disse byene var de 4 mest populære storbydestinasjonene i de sist-kommende årene, og derfor valgte vi å fokusere på turister som hadde besøkt en av disse fire destinasjonene. Tanken bak dette var at ved så populære storbyer, antok vi at turisme kom til å være et tema for både lokale og turister og ikke minst at overturisme kan være et problem ved disse populære storbyene. Vi er interessert i å finne ut hva norske turister opplevde i disse forskjellige storbyene når de besøkte for da å se om de følte effekten av overturisme når de var besøkende. Målet med denne oppgaven er ikke å finne ut hvordan vi kan få en slutt på overturisme, men heller hvordan turister opplever overturisme, og om overturismen i disse populære byene påvirker deres interesse i å besøke flere storbyer, eller eventuelt gjen-besøke tidligere destinasjoner.

2. Teori

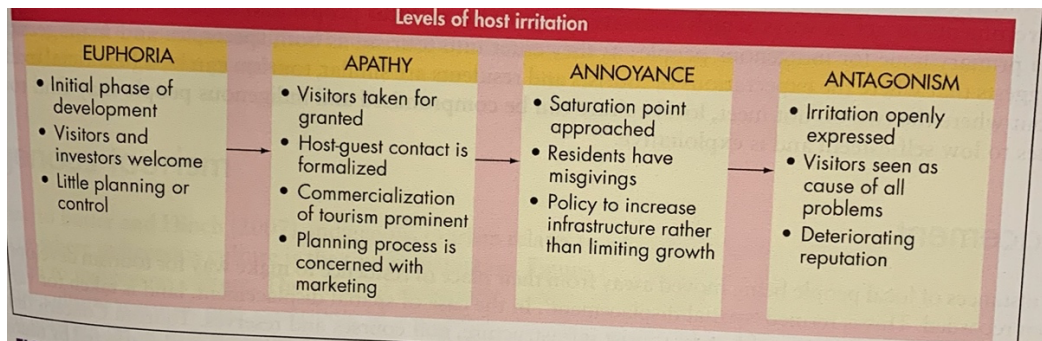
I dette kapitlet blir vi å presentere det teoretiske stoffet som vår avhandling baseres på.

Teorien vi presenterer her stiller som en grunnmur for det vi ønsker å finne svar på i forhold til vår problemstilling. Teorien som blir fremstilt her er teori som var tilgjengelig for oss i vår forskning på temaet, ikke informasjon vi selv har kommet frem til. Det er mye lignende informasjon der ute som var tilgjengelig for oss i vårt studie, men teorien vi nå har valgt å fremstille er det vi mener er mest relevant for vårt tema og vår problemstilling.

Denne teorien er aktuell fordi den hjelper vår fremstilling av hva vi leter etter, og er sentral til vår forberedelse av metode og datainnsamling, som presenteres i kommende kapittel. Her presenterer vi viktige begreper rundt temaet som vi også blir å anvende i vår analyse slik at leseren får full forståelse av emnet og kan sammen med oss ha full forståelse for det endelige svaret til vår problemstilling.

2.1 Doxey's Irridex modell

Doxey's Irridex er en modell som deler opp lokale innbyggere sine holdninger til turisme i en serie stadier som raser fra *eufori*, *apati*, *irritasjon* og *antagonisme*. Modellen beskriver utviklingen i holdninger som euforisk til å begynne med over de potensielle sosiale og økonomiske fordelene med reiselivsutvikling. Etter hvert som mengden turister øker begynner vertslandets innbyggere å endre holdninger og går gjennom de tre siste stadiene: *apati*, *irritasjon*, og til slutt, *antagonisme* (Fan et al., 2019).



Figur 1: Doxey's Irridex modell (Page & Connell, 2020, s. 383)

2.2 Overturisme

«Overturisme er et voksende fenomen som skaper spenninger både i urbane og rurale destinasjoner over hele verden.»

- (Pechlaner et al., 2019, s. 1).

Overturisme er enkelt forklart et overskudd av turister som besøker bestemte destinasjoner, noe som resulterer i negative konsekvenser for lokalsamfunnene og/eller miljøet i destinasjonen (Dodds & Butler, 2019). I følge Boh (2022) så finnes det tre dimensjoner av overturisme: sesongbasert, objektiv og subjektiv, hvor det hevdes at oppfatningen av «over» i fenomenet «overturisme» alltid er subjektivt, noe som gjør det vanskelig å skille mellom overturisme og generell lokal fiendtlighet. Dodds og Butler (2019) påstår at overturisme er et resultat av flere faktorer og en kombinasjon av disse har bidratt til å skape en «perfekt storm» av besøkende til visse steder. Synligheten til allerede attraktive destinasjoner har økt over tid, og reiselivsindustrien har som respons gjort det enklere og mer tilgjengelig for turister å reise til slike steder. I følge UNWTO sitert i Dodds og Butler (2019) er det en rekke klart identifiserbare faktorer i den moderne tiden som kombinert har ført til overturisme.

2.3 Faktorer som forårsaker overturisme

2.3.1 Voksende verdensbefolkning og voksende middelklasse

En av faktorene som forårsaker overturisme er den stadig voksende verdensbefolkningen, som kan direkte kobles til økningen i antall turister. World Tourism and Travel Council sitert i Dodds og Butler (2019) hevder at det var 1,4 milliarder utenlandsreiser i 2018. Det å reise har på de fleste områder blitt noe flere har råd til i moderne tid, dette i stor grad fordi middelklassen har vokst drastisk de siste tiårene, noe som gir flere mennesker muligheten til å reise til flere destinasjoner oftere (Dodds & Butler, 2019, s. 367-371).

2.3.2 Teknologiske fremskritt

Det å planlegge reiser mer spontant med en høyere grad av fleksibilitet og frihet har også blitt mye enklere i nyere tid på grunn av teknologiske fremskritt både i selve reisen, men også i service- og kommunikasjonsaspektene (Dodds & Butler, 2019). På toppen av disse teknologiske utviklingene har online booking plattformer, apper og «rating» funksjoner også i stor grad hatt en effekt på tilgjengeligheten av reising og de valgene de reisende tar når de velger en destinasjon å reise til. Utviklingen av e-handel og online-booking plattformer har også ytterligere intensifisert konkurransen og lagt til rette for reisebeslutninger. Integrasjonen av informasjon- og kommunikasjonsteknologi, i tillegg til e-handel innenfor turisme industrien har ført til en bredere spredning av turistinformasjon, og derved en økning i turiststrømmene. Pechlaner et al. (2020, s. 49-50) hevder at disse teknologiske utviklingene og utbredelsen av reiseinformasjon er faktorer som kan ha bidratt til en overbelastning på enkelte destinasjoner som har forverret overturisme problemet.

Når vi er inne på teknologiske fremskritt må sosiale medier og internett nevnes, som også har vært pådrivere til den ekstreme økningen i tilgjengelig informasjon og valgmuligheter innenfor reiseliv (Dodds & Butler, 2019). På grunn av naturen til sosiale medier som går ut på

at brukere kan samhandle med både selskaper, aktører og hverandre samt utveksle innhold, tanker og ideer på tvers av landegrenser (Chaffey & Smith, 2017), kan dette ha ført til at mange turister reiser til de samme destinasjonene som kan resultere i overturisme (Dodds & Butler, 2019).

2.3.3 «The Sharing Economy»

Før «The Sharing Economy» nådde reiselivsbransjen så tilbragte turister sine opphold stort sett på lokasjoner som var skapt og tilpasset for turistene, eksempler på dette er hoteller, resorter og eventuelt andre typiske attraksjonspunkter for turister (Pechlaner et al., 2020). I nyere tid har turister begynt å både overnatte og oppholde seg mer i områder og nabolag som hovedsakelig er bebodd av lokale innbyggere.

Coca-Stefaniak et al. (2017) hevder at dette har skjedd grunnet en blanding av to hovedgrunner. Den ene er at fler og fler reisende i nyere tid ønsker mer autentiske opplevelser i sine reiser med muligheter for mer meningsfulle interaksjoner med den lokale befolkningen og fordypning i destinasjonens kultur. Dette økende behovet ble dermed møtt med «the sharing economy» (Lovick, 2020) som med konsepter som f.eks. Airbnb og andre lignende plattformer har lagt til rette for at turister kan spre seg til områder med større lokalbefolkninger enn det hotell og resort områder vanligvis har, noe som har gjort turistene mer synlig for lokalbefolkningen samtidig som mengden turister til enkelte destinasjoner øker.

2.4 Problemer og utfordringer forårsaket av overturisme

Problemene og utfordringene forårsaket av overturisme henger tett sammen med de generelle konsekvensene turisme bringer til destinasjonene det gjelder, bare i en langt mer ekstrem

grad. I Page og Connell (2020) blir virkningene av turisme definert i tre hovedområder: Sosio-kulturelle, økonomiske og miljømessige.

2.4.1 Carrying Capacity

Når disse hovedområdene skal analyseres må konseptet «Carrying capacity» innenfor turisme defineres. Reiselivsindustriens bæreevne omhandler det maksimale antallet besøkende en destinasjon evner å ta imot på en bærekraftig måte, uten at det forårsaker negative virkninger på de sosiale, kulturelle, økonomiske og miljømessige aspektene (Mihalic, 2020). Pechlaner et al. (2020) påpeker sammenhengen mellom de lokales toleranse for turistens tilstedeværelse og de besøkende sine oppfatninger av når kvaliteten av deres reiseopplevelse synker til et nivå hvor de velger å reise til andre destinasjoner i stedet. Dette vil si at den sosiale bæreevnen av en turistdestinasjon er en indikator av både lokale innbyggere og besøkende sine oppfatninger av destinasjonen som dermed gir en indikasjon på det maksimale antallet besøkende tolerert av begge gruppene, både lokale og turister.

2.4.2 Sosio-kulturelle utfordringer

Page og Connell (2020, s. 381) beskriver vertsdestinasjonen sin opplevelse av de sosio-kulturelle påvirkningene delt i to kategorier: **de ytre faktorene** og **de iboende faktorene**. De ytre faktorene er de faktorene som påvirker lokalsamfunnet på et bredere nivå, som f.eks. kulturelle forskjeller mellom lokale og besøkende, og turister versus lokale ratioen. De iboende faktorene beskrives som faktorer mer spesifikt rettet mot menneskene, som f.eks. demografiske strukturer og lokale områders nærhet til turistpregete områder.

Doxey's Irridex modell beskriver utviklingen av de lokales holdninger på skalaen; euforisk → apatisk → irritasjon → fiendtlighet. Goodwin (2017) hevder at når de lokales holdninger kommer nærmere de siste to punktene så vil den sosio-kulturelle bæreevnen av destinasjonen være oversteget og de lokale vil gradvis oppfatte en redusering av egen livskvalitet grunnet en

for stor mengde turister i området, som kan føre til fiendtlige holdninger mot turister. Det er åpenbart fordeler for en destinasjon sin økonomi å ha mye turisme, men i følge Pechlaner et al. (2020) så vil dette tidligere nevnte punktet føre til at de lokale innbyggerne vil bli mer interessert i livskvalitet fremfor inntekten generert av turismeindustrien.

2.4.3 Økonomiske utfordringer

Før vi går inn på de økonomiske utfordringene ved overturisme og turisme generelt, da disse går hånd i hånd, er det viktig å først presisere at turismeindustrien har mange potensielle positive virkninger på en destinasjon sin økonomi. Dette blir lagt frem av Page og Connell (2020, s. 357) samtidig som de påpeker at når det kommer til forskningen på de økonomiske virkningene av turisme så har vinklingen stort sett vært ukritisk, og fokusert mer på de positive virkningene turisme bringer økonomien fremfor de negative virkningene turismen har på de sosio-kulturelle og miljø relaterte aspektene.

En av disse positive virkningene er skapelsen av flere arbeidsplasser. I 2019 la «World Travel and Tourism Council» (WTTC), sitert i Page og Connell (2020, s. 357), frem at en av ti jobber globalt er innenfor turismeindustrien.

Til tross for potensielt positive effekter av turisme for en destinasjon, så finnes det flere negative også, som kan bli spesielt synlige ved en overturisme situasjon. Dette er virkninger av turismepreget inflasjon som påvirker lokalbefolkningen ved at varer og tjenester stiger såpass mye i pris grunnet den store mengden med turister, at lokale innbyggere ikke lenger har råd til dem. Dette kan gjelde alt fra mat og drikke, kollektivtilbud og helt til store aspekter som boligpriser som nevnt av Damjanović (2021), i et kapittel fra (Mandić & Petrić, 2021). Dette kan føre til at de lokale kan føle på utestengelse fra sitt eget lokalsamfunn (Page & Connell, 2020, s. 365).

Økonomisk lekkasje er også en stor negativ virkning hvor turismerelaterte bedrifter ofte er både eid av og har majoritets «stakeholders» fra utlandet og ikke fra selve destinasjonen (Page & Connell, 2020). Dette kan føre til at lokalbefolkningen kan føle at deres hjemdestinasjon blir utnyttet til fordel for aktører som ikke er lokale, spesielt hvis disse selskapene ikke rekrutterer arbeidskraft lokalt.

Så er det den store trusselen som ligger i det faktum at destinasjoner som opplever stor pågang av turisme og baserer mye av sin økonomi på turismen kan bli overdrevent avhengig av den. Dette er en veldig risikabel strategi for destinasjonens økonomi, dersom det skulle oppstått en potensiell nedgang i turisme. Dette så vi utspille under Covid-19 pandemien og de strenge reiserestriksjonene som ble satt i verks grunnet det. Pandemiens konsekvenser truet mange lokalsamfunns levebrød, og satte sitt preg på destinasjoner som var i for stor grad avhengig av turismenæringen for å holde økonomien sin gående (Damnjanović, 2021).

2.4.4 Miljømessige utfordringer

Turismeindustrien har ved mange destinasjoner utviklet seg med lite hensyn til miljøet og de naturlige omgivelsene. Alt fra infrastruktur utbygging, til utslipp av fossile brensler og turistenes karbonavtrykk (Page & Connell, 2020).

I følge Page og Connell (2020) reiser over en milliard mennesker, altså nesten en femtedel av verdens befolkning med fly. Dette skaper mye forurensing via utslippene flyene produserer, men selv før flyet engang har tatt av har klimavirkningene begynt. Bare det å bygge flyplasser påvirker destinasjonens naturlige omgivelser og klima i stor grad (Page & Connell, 2020, s. 393). Det skal også nevnes at andre former for reising også har en stor forurensende effekt på klimaet som f.eks. det å reise med cruise til destinasjoner (Ellsmoor, 2019).

Forsøpling er også en stor konsekvens av overturisme. Overbefolkningen i destinasjoner hvor bæreevnen av mengden turister overstiges (Page & Connell, 2020), blandet med turistenes

potensielle mangel på kjentskap for destinasjonens avfallssystemer kan føre til problematisk avfallshåndtering. Forsøpling er spesielt problematisk i turistpregete områder, spesielt i områder med kyst (McDowall, 2016).

2.5 Covid-19

Covid-19, eller korona viruset, er en luftveisinfeksjon som først presenterte seg som et virus i 2019 (Helsenorge, u.å). Ved global spredning av dette høyt smittsomme viruset, endte verden i en internasjonal pandemi hvor sosiale restriksjoner og reiseforbud kom i bruk overalt.

Covid-19 førte til at mange land stengte sine grenser for internasjonal reise, mens noen andre land satte restriksjoner for reising fra stat til stat innlands også. Land som USA og Australia (Health.gov.au, u.å).

Innførte restriksjoner varierte fra land til land i avhengighet av pandemien i det spesifikke landet. Utviklingen av tester, og senere vaksiner, førte til stadig åpnere restriksjoner mange steder i verden, mens andre har hatt utrolig strenge begrensninger, både innlands og utenlands (CDC, u.å). Etter utviklingen av varierte vaksiner og utviklet behandling for viruset, har stor prosentdel av verdensbefolkningen beveget seg videre fra restriksjoner som var i bruk under høydepunktet av smittsomhet av pandemien, hvorvidt noen slike restriksjoner fortsatt er i bruk noen steder i verden i dag.

Rahman et al. (2021) påstår at Covid-19 pandemien sin effekt på verden har påvirket turisters oppfatninger av reiserisiko både når det kommer til valg av destinasjon grunnet eventuelle smittetrykk, men også faktorer som overbefolkede destinasjoner, hygiene og generell sikkerhet.

2.6 Bærekraftig turisme

«Tourism that takes full account of its current and future economic, social, and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment, and host communities.»

- UNWTO sitert i (Lovelock & Lovelock, 2013, s. 13).

Bærekraftig reiseliv, eller også definert som ansvarlig turisme, er et relativt nytt tema for diskusjon. Et av problemene med reiselivets effekt på natur og klima har vært at turisme ikke blir anerkjent som en industri, noe det tydelig er. Som mange andre industrier, krever turisme for eksempel videreutvikling i infrastruktur, det tar opp ressurser og det oppstår avfall og sløs fra utviklingen av industrien (Lovelock & Lovelock, 2013, s. 199). Grunnen til at turisme blir kritisert hardere enn kanskje andre industrier er fordi turisme tar plass i områder som er naturlig skjøre og som trenger høyere beskyttelse fra forurensing og «menneskelig feiltakelse» (Lovelock & Lovelock, 2013). Bærekraftig reiseliv er til for å beskytte destinasjonen samt besøkende til destinasjonen, samtidig som det aktivt beskytter ressursene turisme er avhengig av, på en bærekraftig måte (Lovelock & Lovelock, 2013, s. 214). Denne formen av turisme handler om å bevare, og ikke minst, beskytte naturressurser, kulturarv og samfunn ved destinasjonene. Samtidig som at bærekraftig/ansvarlig turisme er til slik at man gir økonomiske fordeler til det lokale samfunnet, for eksempel bedrifter og befolkningen. I helhet, handler det om at man som reisende skal anstille seg på en måte som er bærekraftig, positiv og respektfull til destinasjonen man besøker og minimere negativ innvirkning på miljøet og lokalsamfunnet av den destinasjonen, slik de lokale tar slike vurderinger ovenfor turistene som ankommer destinasjonen (Lovelock & Lovelock, 2013, s. 349).

2.6.1 Bærekraftig utvikling

Når bærekraftig utvikling blir tatt inn i beregning, blir det oftest vurdert at det finnes to typer bærekraftig utvikling; **svak** og **sterk**. I **svak** bærekraftig utvikling blir det tatt stilling i at mennesket og natur er separat. Det vil si at i forholdet mellom menneske og natur, så er naturen en 'ressurs' for mennesket å bruke slik at det profitterer mennesker. Fra dette synspunktet menes det at mennesket har en rett til å dominere over natur (Lovelock & Lovelock, 2013, s. 214). I den **sterke** versjonen av bærekraftig utvikling, blir forholdet mellom mennesket og naturen vurdert i et annet lys. Her blir naturen, eller alle levende, ikke-menneskelige organismer, sett på som likestilt i sine rettigheter, moralsk og etisk sett (Lovelock & Lovelock, 2013).

I et slikt forhold, menes det at naturen skal betraktes i avgjørelser som påvirker dem. Ved en slik utvikling, blir det tatt mer hensyn til besøk planlegging, reisende til destinasjoner, bolig utvidelse og mange andre former som hovedsakelig skal positivt påvirke natur og mennesket likestilt (Lovelock & Lovelock, 2013). Slike ansvar ligger sterkt ved mange av de involverte stakeholderne innen turismeindustrien, spesielt turister som ønsker å besøke, og avhenger om de oppfører seg som en ansvarlig turist gjennom deres besøk.

2.7 Urban Turisme

Urban turisme defineres som **by turisme**. Byer har i lang tid vært et sentrum for turist aktivitet, og bare fortsetter å gro i dag i moderne tider. Urban turisme har vært en relevant form av turisme i mange år (Page & Connell, 2020, s. 443). Urbanisering er en stor deltaker til utviklingen av byer hvor folk bor, jobber og handler. Byer fungerer som en lokasjon hvor befolkningen konsentreres til et definert område og økonomisk aktivitet finnes i samme område eller i nært hold, for å gi muligheten for produksjon og bruk av goder og servicer i et kapitalistisk samfunn (Page & Connell, 2020, s. 444).

Shaw & Williams (1994), sitert i Page og Connell (2020, s. 451) argumenterer at urbane områder tilbyr geografisk konsentrasjon av fasiliteter og attraksjoner som er plassert slik at de møter både besøkende og fastboende sine behov til samme standard. I Page og Connell (2020) sies det at utviklingen av verdensbyer har tiltrukket seg mye forskning, spesielt i feltene bygeografi og sosiologi, og med fremveksten av kunnskapsøkonomi har byer blitt punktet der kunnskap omdannes til produktive aktiviteter. Dette er spesielt tilfelle i avanserte tjenestesektorer, som de globale tjenestesimalene i London og New York.

Mange storbyer har begynt å se viktigheten og relevansen for tilsyn av besøkendes oppfatninger og tilfredshet ved deres besøk til området, i tillegg til analysering av turistens aktivitetsmønstre og atferd. For planleggere og ledere i offentlig og privat sektor med interesser, engasjement eller stakeholder status i urban turisme er hovedfokuset fortsatt å utnytte hel-års appell av urban turistaktivitet. For å sikre at slike opphold er del av en høykvalitets opplevelse må besøkendes forventninger bli realistisk innfridd gjennom godt undersøkte, målrettede og innovative produkter. Slike forberedelser kan tas av de ansvarlige for by planlegging, eller urban planlegging, for den fokuserte regionen (Page & Connell, 2020, s. 457).

2.7.1 Urban planlegging

Urban planlegging dreier seg både om utvikling av åpent land og revitalisering av eksisterende deler av byen, og involverer dermed målsetting, datainnsamling og analyse, prognoser, design, strategisk tenkning og offentlig høring (Fainstein, 2022).

Fordi urban planlegging, eller byplanlegging, trekker på tekniske, arkitektoniske og sosiale og politiske bekymringer, er det på forskjellige måter et teknisk yrke, et arbeid som involverer politisk vilje og offentlig deltakelse og en akademisk disiplin (Fainstein, 2022). For å oppfylle slike mål må urban planlegging utføres på en ansvarlig måte.

2.8 Visitor Management Strategies

Visitor Management er praksisen der man vil kontrollere antall besøkende, forstå de besøkendes atferd, forbedre besøkendes opplevelse og skape nytelse på en destinasjon, samtidig som man endrer besøkendes atferd ved stedet for å være mer bærekraftig (Candrea & Ispas, 2009). På grunn av innvirkningen turisme har på en region og livskvaliteten til lokalbefolkningen, er turisme mer enn bare en industri. Turisme har sosiale og kulturelle konsekvenser, i tillegg til en veldig sterk innvirkning på miljøet (Pechlaner et al., 2020, s. 10).

For å motvirke overturisme har ulike tiltak og strategier blitt diskutert med mål om å oppnå bærekraftig reiselivsutvikling. Slike tiltak er det de som er ansvarlige for Visitor Management strategien for området som jobber på. Vellykket Visitor Management Strategy handler naturligvis ikke bare om å administrere turist flyt, men er sterkt knyttet til den generelle konteksten av området og deres 'personlige' turist aktivitet, ikke minst, hva slags reiseliv de ønsker i deres region (Pechlaner et al., 2020, s. 10).

2.9 Stakeholders

Innen turisme refererer Stakeholders til alle parter som blir berørt eller er påvirket av turistaktiviteter, og dermed blir del av turismeindustrien. Disse partene har da også interesse investert. Hovedsakelig, har vi 7 forskjellige grupper av stakeholdere innen turisme (Tourismteacher, 2023).

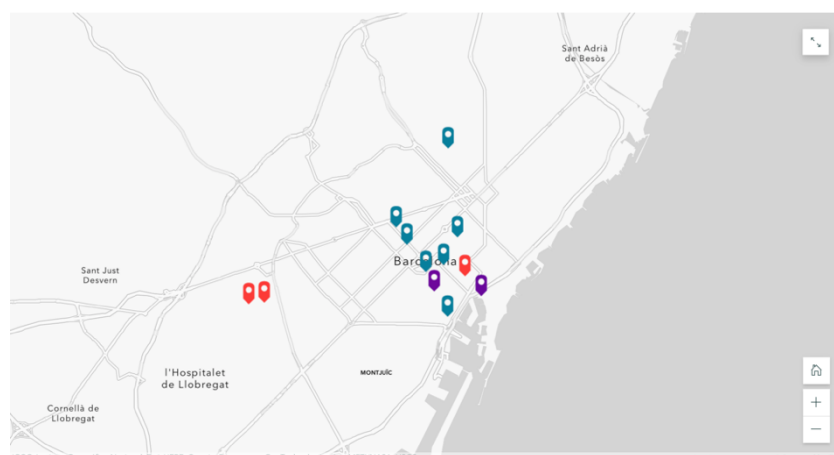
De som blir definert som de individuelle menneskene som Stakeholders innen turisme er; **turister, reiselivsbedrifter** eller **arbeidende innen reiselivsbedrifter**. Reiselivsbedrifter inkluderer f.eks. hoteller, restauranter, reiseselskaper og andre bedrifter som tilbyr tjenester

og servicer til turister. Det er også organisasjoner eller grupper som kan anses som Stakeholders. Disse kan være; **offentlige organer, lokalsamfunn, miljøvernorganisasjoner, reiselivsorganisasjoner** eller **akademikere og forskere** (UNWTO, u.å). Stakeholdere innen turisme trenger ikke å være direkte involvert, økonomisk sett, i turisme eller reiseprosjekter. Stakeholderne listet her er av og til direkte involvert eller indirekte (Tourismteacher, 2023).

2.10 Overturisme i de valgte destinasjonene

2.10.1 Barcelona

12 millioner turister besøker Barcelona årlig, noe som har ført til at byen angivelig opplever overturisme. (Jennings, 2021). I følge Brown (u.å) stammer ikke overturisme problemene kun av mengden besøkende, men også det faktum at mesteparten av turistene kommer samtidig. Turistene i Barcelona oppholder seg for det meste i sentrumsområdene siden det er der størsteparten av de populære attraksjonene befinner seg. Dette gjør disse områdene veldig overbefolket, hvor den urbane infrastrukturen til byen ikke er egnet for så mye mennesker på samme plass til samme tid (Brown, u.å).



Figur 2: Map of primary and secondary tourism resources in Barcelona (Jennings, 2021).

Barcelona har opplevd positive økonomiske virkninger forårsaket av turistnæringen, men siden turismenæringen har blitt en så stor pådriver i regionens økonomi har byen blitt og fortsetter å bli mer og mer avhengig av turistindustrien. Dette kan gjøre økonomien i byen sårbar. Over tid har den økte konkurransen i husly for turister ført til at lokale innbyggere enten blir presset ut av sine nabolag, eller må betaler mer enn de egentlig har råd til.

Myndighetene i Barcelona har innført tiltak på akkurat dette feltet for å redusere overskridelse av bæreevnen til overnattingssteder, med ønske om å redusere mengder turister til byen.

Dette fører i tillegg over til konsekvenser som innebærer overskridelse av bæreevnen for mennesker på enkelte gater, offentlige plasser og attraksjoner i sentrumsområdene, og en generell opphoping i byen både grunnet for mye mennesker og for mye kjøretøystrafikk som forhindrer mye tilgang og mobilitet (Jennings, 2021).

Bæreevnen til de lokale innbyggernes tålmodighet er så presset at byens beboere har tatt til gatene og protestert, og i enkelte tilfeller også utført vandalisme. (Jennings, 2021). Brown (u.å) hevder derimot at disse protestene ikke nødvendigvis er en kamp mot turistene, men heller en mer komplisert politisk kamp mot myndighetene. Dette er verdt å ta med i vurdering med tanke på Barcelona sin historie med jevnlig protester og opptøyer (Groot, 2019). I løpet av Covid-19 har slike protester sluttet å finne sted, men mange turismerelaterte og servicereelaterte bedrifter har gått gjennom en tøff periode og ønsker turismen tilbake til tross for at byen har vært en slags frontfigur for overturisme (Nault, 2022).

2.10.2 Paris

Paris hadde i følge Statista (2023) 22.2 millioner besøkende i 2019 og 6,7 millioner i 2020. Barnouin (2019) hevder til og med at Paris-regionen ønsket velkommen så mange som 50 millioner turister i 2018. Ut ifra disse tallene er det klart at byen har et høyt trykk av turisme, noe som har ført til positive virkninger. Mona (2022) omtaler dette som eksponering av den lokale kulturen, økonomisk vekst og fler arbeidsplasser relatert til turismeindustrien, hvor

Amiel (2019) hevder at rundt 500,000 arbeidsplasser er direkte eller indirekte koblet opp til turismen.

Det er derimot også negative effekter, spesielt når bæreevnen til byen blir presset. Enkelte av disse negative virkningene er forurensing i form av CO2 utslipp og forsøpling for å nevne noen. Paris lider også av overbefolkning med kun sin egen befolkning da byen er liten med en ekstrem høy befolkning, hvor det høye volumet av turister kan forverre dette problemet ytterligere. Oppå det hele kan denne overbefolkningen påvirke de lokales liv hvor de ser mindre og mindre lokale i sine nabolag, men heller mer turister (Mona, 2022). Ikke ulikt Barcelona, kan den økte konkurransen i husly være en utfordring den lokale befolkningen i Paris må finne seg nødt til å leve med (Amiel, 2019). Dette kan føre til at mange lokale innbyggere finner seg nødt til å måtte flytte og kan påvirke deres syn på turismen negativt (Mona, 2022).

Varaordfører i Paris, Jean-Francois Martins, sitert i Amiel (2019) påstår at «det ikke er overturisme i Paris per nå og at innbyggere i Paris er vant til turister, men masse-turisme, hvor grupper beveger seg i store grupper har begynt å irritere befolkningen». Dette pekes spesielt til turistattraksjoner og landemerker som Notre Dame, Eiffeltårnet og Louvre museet for å nevne noen. Til tross for at de lokales holdninger ikke er dokumentert fiendtlige mot turistene i samme grad som f.eks. Barcelona, så har mange i den franske hovedstaden uttrykt ønsker til sine lokale myndigheter om at de skal bedre administrere turistflyten (Amiel, 2019).

Myndighetene har anerkjent dette og uttrykt at de ønsker å handle før det er for sent, og de har uttalt seg om at turistbusser ikke lenger er velkomne i byen (Hariharan, 2020). Dobbeltdækker turistbusser har vært til stor irritasjon for den lokale befolkningen, og forårsaket mye problemer (Amiel, 2019). Cruse (2022) legger frem at over to hundre turistbuss relaterte ulykker har blitt rapportert til politiet i løpet av de siste to årene. Dobbeltdækker turistbusser

vil derfor bli underlagt restriksjoner, og andre turistbusser vil etter hvert måtte parkere utenfor den indre byen. I tillegg til dette jobber turistrådet i Paris med å dirigere besøkende til andre, litt mindre kjente attraksjoner i hovedstaden med et håp om å tynne ut overbefolkningen (Amiel, 2019).

Til fordel for Paris i forhold til Barcelona så er attraksjonene og landemerkene mer spredt ut i byen, noe som gjør store mengder besøkende lettere å administrere, påstår talsperson for turistrådet i Paris, Veronique Potelet, sitert i (Amiel, 2019).

2.10.3 London

London som reisedestinasjon ligger stort sett i toppsiktet når det kommer til mengder besøkende med 19,1 millioner utenlandske ankomster i 2016 og projeksjoner om en økning på 30 prosent innen 2025 (Hill, 2019).

Det høye antallet turister som besøker London bringer inn mye penger til økonomien og genererer mange arbeidsplasser. I følge Hill (2019) bringer internasjonal turisme rundt 13 milliarder pund årlig til økonomien og står for 309,000 arbeidstillinger. Det bringer til tross for dette også med seg et press på byens bæreevne. Lange køer, overbefolkede områder og økende priser kan påvirke både lokale innbyggere, men også besøkende. Kucheran (2019) påstår at beboere av byens populære områder opplever en negativ effekt på sine dagligdagse liv grunnet den evigvarende tilstrømmingen av turister.

Ettersom turister fortsetter å ankomme i hopetall, oppstår det spørsmål rundt hvordan denne tilstrømmingen kan kontrolleres og administreres på en bærekraftig måte. London har ikke sprenget bæreevnekapasiteten sin i like stor grad som andre destinasjoner (Whyte, 2018).

London har ikke nådd dette punktet enda, men tatt utgangspunkt den prosjekterte 30 prosent økningen i besøkende så kan det etterhvert oppstå et behov for å finne løsninger til et potensielt større fremtidig problem (Hill, 2019).

Whyte (2018) argumenterer for at det er mange områder og nabolag som finner det vanskelig å balansere behovene til både turister og de lokale. Til tross for dette, og at mange andre europeiske land sliter med overturisme og det å finne bra måter å administrere besøkende, mener myndighetene i Storbritannia at de ikke har et problem enda. Seniorpolitisk rådgiver for turisme ved Instituttet for digital kultur, media og sport, Rebecca Stewart, sitert i Whyte (2018), uttaler: «Vi tror ikke de høye besøkstallene enda er et problem i Storbritannia, men vi mener at det er ansvarlig å vurdere hvordan vi kan fortsette å etablere en balanse mellom de som besøker og de som blir besøkt».

2.10.4 New York

Over 60 millioner turister besøkte New York City i 2016 og 2017. «Turismeindustrien generer over 60 milliarder dollar til økonomien samtidig som den generer over 369,000 jobber hvert år, og er definitivt en økonomisk motor for New York City», sa Christopher Heywood, senior VP for Global Communications hos NYC & Company, sitert i (Huber, 2018).

Alle er derimot ikke fornøyde, og noen innbyggere har klaget over tilstrømmingen. En faktor bak misfornøyelsen til byens innbyggere deler likheter med de andre destinasjonene våre. Denne faktoren er utbredelsen av delingsøkonomien og økt konkurranse innenfor husly og overnatting som kan ha bidratt med å ta hjem av markedet for byens beboere og potensielt presset dem ut av sine nabolag (Huber, 2018). Andre faktorer er anstrengt infrastruktur når det kommer til overbefolkning på kollektiv transport (Bellafante, 2017), og også overbefolkning av fotgjengere i gangveiene hvor «The Brooklyn Bridge» til og med måtte stenges to ganger i Desember 2018 grunnet turismerelatert overbefolkning (Pager, 2018).

Moss (2017) påstår at det ikke bare er overbefolkning som skaper problemer, men også måten kommersielle turister konsumerer, og hevder også at turister oppfører seg som om «byen hører til dem». Dette underbygges av Kelly (2022) hvor lokale innbyggere i Brooklyn har

utrykt at flere områder blir «kvalt av turister». Beboere i området Dumbo, Brooklyn hevder at områdets tendens til å jevnlig stenge ned gater for turismerettete arrangementer som skaper overbelastede omgivelser, og har skapt forstyrrelser i vareleveringer. Enkelte beboere uttrykker derimot at de er positive til turismen i området hvor en beboer sier «Det gjør det tryggere og lettere å gå rundt med et ungt barn og hjelper med å roe ned trafikken, noe jeg tror er en fordel for nabolaget» (Kelly, 2022).

Det har oppstått spørsmål rundt om New York vil bli et offer av overturisme på samme måte som f.eks. Barcelona hvor innbyggere blir så misfornøyde at de uttrykker misnøye og motstand. Tidligere nevnte Christopher Heywood hevder derimot at selv om byen tar overturisme på alvor, så er New York veldig annerledes fra andre europeiske byer som sliter med for mange besøkende på den måten at «De byene har veldig små bykjerner som blir overkjørt av turister og ikke er bygd for å håndtere det. New York City har derimot 116 000 hotellrom med ytterligere 20 000 på vei», sitert i (Huber, 2018). Det er likevel en bekymring, og for å dempe potensielle fremtidige problemer har byen begynt å oppmuntre besøkende til å komme i lavsesonger, samt å markedsføre andre bydeler som Brooklyn, Queens, Bronx og Staten Island for å lette litt på trykket i Manhattan. (Huber, 2018).

3 Metode

I metodekapitlet blir vi å legge frem vår valgte metode for innhenting av data til oppgaven. Vi blir å kort presentere teori om vår valgte metode, for så å presentere og forklare den, samt begrunne hvorfor vi valgte den.

3.1 Kvantitativ metode

For vår oppgave har vi valgt å benytte oss av kvantitativ metode. Kvantitativ metode er definert av Aliaga & Gunderson sitert i Kandel (2012) som det å «forklare et fenomen ved å samle inn numeriske data som er analysert ved hjelp av matematisk baserte metoder», best kjent som statistikk. Den kvantitative metoden er beskrevet som kontrollert og objektiv med et mål om å kvantifisere informasjonsutvalget om en spesifikk situasjon, problem, eller fenomen (Kandel, 2012). Leedy, sitert i Kandel (2012), hevder at kvantitativ forskningsmetode tar for seg det målbare resultatet på en systematisk måte for å etterforske et fenomen, og brukes til å svare på spørsmål rundt fenomenet med målbare variabler med en intensjon om å forklare, forutse og kontrollere fenomenet. Kvantitativ forskning er en forskningstilnærming som tester objektive teorier ved å undersøke forholdet mellom variabler (f.eks. forholdet mellom en uavhengig variabel og en avhengig/utfallsvariabel) for å så bestemme forholdet mellom disse. Målingsprosessen er sentral i kvantitativ forskning fordi den gir den grunnleggende forbindelsen mellom empirisk observasjon og matematisk uttrykk. I kvantitative sammenhenger analyseres dataene ved hjelp av statistikk (Kandel, 2012).

3.1.1 Vår valgte forskningsmetode

Vi har valgt å bruke spørreskjema for å utføre vår forskning. Et spørreskjema er et undersøkelsesinstrument som brukes til å samle data fra individer om dem selv, eller om en situasjon, enhet eller fenomen. Spørreskjemaet skal være standardisert hvor hver respondent

er eksponert til de samme spørsmålene og det samme målesystemet av responser. Hensikten med dette er å prøve å forsikre at forskjeller i responsene til spørsmålene kan bli tolket som reflekterte forskjeller blant respondenter, fremfor forskjeller i prosessene som har generert svarene (Siniscalco & Auriat, 2005).

Utviklingen av et spørreskjema starter med overføringen av generell forskning og fagstoff til spesifikke forskningsspørsmål eller problemstillinger hvor dataene sin hensikt er å komme med et svar som kan måles opp mot vår forskningshypotese eller problemstilling.

Vi landet på vår problemstilling basert på de karaktertrekkene som en slik forskningshypotese må inneholde. I følge Siniscalco og Auriat (2005, s. 6) må en forskningshypotese inneholde de følgende fire kjennetegnene:

1. Tydelig beskrive poenget, og gi identifikasjon av de viktigste variablene i operasjonelle vilkår.
2. Spesifisere de forventede sammenhengene mellom uavhengig, avhengige og kontrollvariabler.
3. Presentere en uttalelse på et skjema som er testbart med tilgjengelige forskningsmetoder.
4. Være verdifri i den forstand at forskerens personlige partiskhet utelukkes.

3.2 Bakgrunn for valg av forskningsmetode

Basert på vår problemstilling har vi konkludert med at spørreskjema er den mest passende forskningsmetoden for vår oppgave av en rekke årsaker. Kvantitative spørreskjemaer kan på kort tid disponeres til en stor mengde respondenter, noe som gjør det mulig å samle inn data fra et bredt spekter av respondenter som har besøkt en av våre valgte storbydestinasjoner.

Bruken av spørreskjema vil også gi oss jevn og konsekvent data i svarene siden de samme

spørsmålene stilles til alle respondentene, hvor den eneste forskjellen vil være destinasjonene slik at disse kan sammenlignes. I tillegg til dette får vi muligheten til å stille spesifikke spørsmål rundt respondentens opplevelser som kan gi oss variert data med god dybde. Respondentenes svar er dessuten anonyme, noe som kan føre til mer pålitelige og ærlige svar om deres opplevelser. Disse faktorene kombinert ser vi for oss vil kunne gi mulighet for en omfattende tilnærming mot å evaluere vår problemstilling.

3.3 Spørreskjema

Før vi kunne skape spørsmålene for vårt spørreskjema, måtte vi først ta for oss de forskjellige variantene av spørsmål vi ville bruke i vår undersøkelse, og hva svar vi trengte ut ifra våre spørsmål. Ut ifra vår problemstilling og hva svar vi leter etter til den problemstillingen, ser vi hovedsakelig to variabler som vi må få svar på ut ifra spørreskjemaet vårt;

Uavhengig variabel: Overturisme.

Avhengig variabel: Turisters opplevelser av storbydestinasjoner.

Basert på disse variablene, skaper vi spørsmålene våre. Ved et kvantitativt spørreskjema blir det hovedsakelig klassifisert tre forskjellige spørsmål strukturer som kan tas i bruk; **lukkede**, **åpne** eller **beredskapsspørsmål** (Siniscalco & Auriat, 2005, s. 22).

3.3.1 Spørsmål struktur

Når vi strukturerte vårt spørreskjema (Se vedlegg 1), valgte vi å bruke alle tre former av spørsmål, men hovedsakelig er spørreskjemaet oppbygget av lukkede spørsmål. Lukkede spørsmål vil si at respondenten blir spurt om å sjekke av ved en boks tilpassende til svaret den vil gi for spørsmålet stilt. Spørsmål i denne formen kan være enkle som 'JA', 'NEI' eller 'INGEN FORMENING' svar, eller spørsmål hvor respondenten skal måle sitt svar på en skala

fra 1 til 5, som ofte representerer 'helt uenig' til 'helt enig' eller 'under middels' til 'over middels' (Siniscalco & Auriat, 2005, s. 23).

Vi valgte å bruke mest lukkede spørsmål i skjemaet vårt siden denne form av spørsmål struktur gir respondenten et begrenset valg av svar å gi. Dette igjen gjør at spørreundersøkelsen er enklere og raskere å svare på, som tillater respondenten å svare på flere spørsmål i samme tidsrom det hadde tatt noen å svare på åpne spørsmål, hvor de må skrive inn svare sitt selv. Ikke minst, så er det viktigste med kvantitativ metode at dataen samlet foreligger in en form som kan telles, som forklart av Johannessen, Tuft og Christoffersen i *Introduksjon til Samfunnsvitenskapelig Metode* (2010), og lukkede spørsmål er mye enklere å analysere i ettertid hvor respondentenes svar skal måles. Svar på slike spørsmål i forhold til åpne spørsmål er mye enklere å dele opp til svar kategorier og da analyseres senere i en form som kan telles (Johannessen et al., 2010).

Selv om lukkede spørsmål kommer med mange fordeler, har vi fortsatt valgt å ta i bruk de to andre formene av spørsmål-struktur også. Vi bestemte oss for å ta i bruk alle tre former av spørsmål, slik at respondenten blir tvunget til å holde fokus gjennom hele undersøkelsen. Ved lukkede spørsmål, er den ene ulempen at svaret kan bli sneversynt, siden mulighetene for respondenten sitt svar er valgt på forhånd og siden den må velge et, eller av og til flere, av de tilgjengelige spørsmålene, risikerer vi at svaret ikke blir autentisk eller kreativt som det hadde blitt ved et selvkrevet svar. Denne muligheten får respondenter i åpne spørsmål. I tillegg, om vi er ute etter informasjon fra individer med en spesifikk opplevelse eller erfaring fra deres besøk til den valgte storbyen, er beredskapsspørsmål til hjelp. Vi tok i bruk beredskapsspørsmål for å spesifisere på respondentenes overnattings situasjon i storbyene, og hvordan de opplevde det gjennom deres valgte overnattingssted.

I tillegg til det, brukte vi forskjellige former av lukkede spørsmål, der svarmulighetene varierer fra 'ja', 'nei' og 'ingen formening' til 'kryss av alle'. Vår avgjørelse om å bruke

hovedsakelig lukkede spørsmål heller enn åpne eller beredskapsspørsmål gav oss også muligheten til å ha et høyere antall spørsmål enn om vi hadde valgt de andre strukturene, siden åpne spørsmål tar lengre tid å svare på og beredskapsspørsmål dekker ikke respondentene som en helhet (Siniscalco & Auriat, 2005, s. 26). Flere spørsmål gir oss også muligheten for et dypere og mer dekket svar til variablene våre.

3.3.2 Spørsmål innhold

Spørsmål som stilles i et spørreskjema er ute etter tre forskjellige kategorier av informasjon; Hva folk vet (**kunnskaper**), hva folk gjør (**handlinger**) eller hva folk mener (**holdninger**) (Johannessen et al., 2010, s. 268). Siden vår problemstilling handler om turistens perspektiv og deres personlige opplevelse, er vi hovedsakelig ute etter respondentens mening, altså deres holdning til hva de opplevde mens de var turist ved destinasjonen, i tillegg til hva de gjorde under perioden sin som turist, altså handlinger f. eks. Så har vi spørsmål som spesifikt ber om hvordan de overnattet ved destinasjonen, om de besøkte kjente turistattraksjoner, men også spørsmål som spør hvordan de opplevde det personlig gjennom forskjellige aktiviteter. Turisten, altså respondenten, sin opplevelse og aktivitet ved storbyen er mye viktigere for oss enn deres kunnskap om destinasjonen, så derfor stiller vi kun spørsmål som relevant hjelper oss å finne svar til vår problemstilling. Derfor blir det kun satt spørsmål ved respondentens handlinger og holdninger, heller enn kunnskap.

Det finnes ingen fasit om hvordan spørsmål skal skrives eller presenteres i en spørreundersøkelse. Heller, følger vi disse hjelpsomme retningslinjene presentert i *Questionnaire Design*, (Siniscalco & Auriat, 2005, s. 29-32).

1. Vokabularet må være enkelt og lett forståelig.
2. Spørsmålene må være korte.
3. Unngå 2 spørsmål i 1. Spør om en ting om gangen.

4. Unngå hypotetiske spørsmål.
5. Ikke ha for høyt krav til respondentens hukommelse.
6. Unngå doble negativer fra spørsmål til svar.
7. Unngå overlappende svarkategorier.

Ved hjelp av disse retningslinjene har vi skapt vårt spørreskjema. Til sammen ble fire spørreundersøkelser lagt, en til hver av storbyene vi ville samle inn svar om. Overskriften ble endret på hver av dem til storbyen den omhandlet, så spørreskjemaene vi ga ut het da;

- Turist i Storby – Barcelona
- Turist i Storby – London
- Turist i Storby – New York
- Turist i Storby – Paris

Eneste forskjellen mellom disse fire skjemaene er tittelen og hvilken storby vi samler svar til. Spørsmålene forble identiske i alle versjoner. Dette gjorde vi fordi vi leter etter de samme svarene for hver av storbyene til når vi skal sammenligne destinasjonene og hvordan turister opplevde overturisme hos dem spesifikt. For å vellykket få disse resultatene, trenger vi muligheten for å sammenligne svar fra identiske spørsmål.

Det er totalt 22 spørsmål respondentene må svare på, 1 ut av de 22 som ikke er obligatorisk å svare på; et åpent beredskapsspørsmål.

Våre valgte 22 spørsmål går i dybde om respondenten sin opplevelse i den spesifikke storbyen basert på overnatting, turist opplevelse ved attraksjoner, kollektiv transport, spisesteder, og deres generelle opplevelse i byen med tanke på andre turister og store folkemengder.

3.3.3 Prestudie

I kapittel 19 av *Introduksjon til Samfunnsvitenskapelig Metode* (Johannessen et al., 2010, s. 274), blir vi informert at et prestudie av spørreskjemaet burde tas før utsendelse og innsamling av data starter. Vi hadde ikke kapasiteten til å samle andre akademisk involverte personer til å diskutere spørreundersøkelsen med oss, men vi valgte studenter som har kunnskap om turisme temaet og går samme studieplan som oss til å diskutere hvilke begreper eller formuleringer vi burde ta i bruk ved visse spørsmål. I tillegg, sendte vi spørreskjemaet til disse individene som en pre-test for å se om spørsmålene fungerte i en sammenheng av undersøkelsen.

3.3.4 Ferdigstilling og utsendelse

Vi tok imot tilbakemeldinger fra individene som deltok i prestudie vårt og gjennomførte endringene vi ble rådet om å ta. Spørreskjemaet vårt ble laget digitalt gjennom *Google Forum*, og videre delt til respondenter digitalt, gjennom våre forskjellige sosiale medieplattformer. Her ble det delt til begge våre nærmeste kontaktpersoner, men vi vet ikke spesifikt hvem som deltok i undersøkelsen. Spørreskjemaet er blitt delt slik at respondenten svarer på spørsmålene på egenhånd heller enn i en intervju setting. Vi ville heller utføre spørreundersøkelsen uten ansikt til ansikt interaksjon slik at svarene og resultatene forblir helt anonyme, til og med for oss. Dette gjør også at vi ikke kan ha en partiskhet til resultatene, fordi vi selv ikke vet hvilket svar kommer fra hvilket kjønn, alder, sivil status eller utdanningen til respondenten.

Vi starter undersøkelsen med å presentere hva undersøkelsen omhandler og hvorfor vi har skapt dette spørreskjemaet. Vi informerer respondenten med en gang, i en introduserende tekst, at deres svar vil være helt anonyme. Heller enn en spesifikt utvalgt gruppe av respondenter, har vi valgt å dele fritt ut til vårt nett av nærmeste bekjente, hvor kun de som har vært turist i en av de fire storbyene våre blir oppfordret til å delta. I tillegg til blir alle

deltakere informert at de må ha besøkt storbyen innen de siste 5 årene. Vi bestemte å begrense opplevelsen vi ville ha svar om til de siste 5 årene slik at respondenten ikke blir tvunget til å tenke for langt tilbake i tid, slik vi ble oppmuntret til å tenke over fra retningslinjene tidligere nevnt. Vår introduksjonstekst kan du finne med resten av spørreskjemaet i Vedlegg 1.

3.3.5 Purring

Vanligvis, blir purring det neste steget i spørreskjema prosessen, sier Johannessen et al. (2010, s. 276), men siden vi ikke sendte spørreskjemaet vårt personlig til utvalgt individer, har vi ikke funnet det nødvendig å gi purring til noen vi ønsker skal ta undersøkelsen vår. Når det kom til svarene vi fikk, ble det mer enn vi først hadde sett for oss. I utgangspunktet, hadde vi tenkt å samle inn svar fra 8 respondenter per undersøkelse, totalt 32 svar, men økte det heller til 15 på hver, når vi innså hvor mange svar vi fikk inn. Totalt, har vi samlet inn 60 svar til vår spørreundersøkelse.

3.3.6 Egen vurdering

I etterkant av utdelingen av spørreskjemaet, har vi hatt bedre tid å reflektere over kvaliteten av vårt eget arbeid. Vi er fornøyde med spørsmålene våre og hvordan de hjelper oss med å finne svar på problemstillingen vår, men en egen kritikk vi har til oss selv med spørsmålsstrukturen hadde vært at vi kunne hatt enda mer variert form av spørsmål, og ikke like mange lukkede spørsmål. I samtale med vår veileder var vi også usikker på lengden av undersøkelsen og om den burde vært lenger, men han informerte oss at lengden var passende og kunne ikke vært mye lenger hvor vi fortsatt kunne mottatt kvalitet svar. Vi var også fornøyd med hvordan respondentene vår tok tiden til å tenke seg om for alle spørsmålene og alle spørsmål gikk besvart av respondentene våre, unntak av et åpent beredskapsspørsmål som ikke var relevante for dem.

4 Resultat

I dette kapitlet vil vi presentere resultatene av utført spørreskjema for storbyene Barcelona, London, New York og Paris. Vi vil presentere funnene som hjelper oss finne svar til vår problemstilling. Fremfor å presentere resultatene i rekkefølge av spørsmålene vil vi presentere de resultatene som skiller seg mest ut og som er mest relevant for vår problemstilling først. Spørreundersøkelsen vår var oppbygd av 22 spørsmål, men vi vil ikke presentere hvert spørsmål og hvert resultat individuelt i dette kapitlet, siden det er noen spørsmål og svar som er mer relevante enn andre. Vi har da valgt å gruppere de spørsmålene som har felles kontekst sammen, hovedtemaene delt inn i kategorier.

4.1 Del 1 – Ansvarlig turist

Vi avslutter spørreundersøkelsen med to sammenhengende spørsmål. Vi vil presentere dette først fordi for å finne svar på problemstillingen vår føler vi disse to spørsmålene bærer mest vekt mot svaret vi trengte. Resultat av disse to spørsmålene kan finnes i Vedlegg 2.

Disse spørsmålene lagte vi spesifikt for å se hva folk opplever fra sitt perspektiv som turist og som lokal. Vi kan tydelig se en kontrast mellom svarene for spørsmål 21 som er turist perspektivet i forhold til spørsmål 22 som er lokal perspektivet til de *samme* respondentene og dette vil vi diskutere dypere i følgende kapittel.

4.2 Del 2 – Besøke igjen

Respondentene måtte svare om de ville besøkt denne spesifikke byen igjen. Stilt med *ja* eller *nei* som deres svar alternativ var det dominerende svaret for hver av storbyene *Ja*, de vil besøke byen igjen. Paris hadde flest respondenter som svarte *Nei*, de ville ikke besøkt byen igjen. (Se Vedlegg 3)

4.3 Del 3 - Turistarbeidere og attraksjoner

De turister er i mest kontakt med når de besøker en destinasjon er turisme-relatert servicearbeidere, enten guider og attraksjon operatører eller servitører og resepsjonister. Ved alle fire destinasjoner svarte flertallet av respondentene at de hadde positive opplevelser med alle servicearbeidere, med flertallet på en vurdering av middels eller over middels. Når spurt om de syntes at arbeiderne ved turistattraksjoner de besøkte håndterte strømmen av folk på en god måte, svarte over halvparten at de syntes arbeiderne kontrollerte folkemengden på en god måte. 36 ut av 60 totale respondenter valgte 'over middels' på en skala fra 1 til 5 her, og 23 av 60 på middels. Det var kun 1 ut av alle 60 som syntes det ble håndtert på en 'under middels' måte.

4.4 Del 4 - Overnatting

Respondentene ble spurt om deres overnattings omstendigheter i storbyen de besøkte. I alle fire storbyene, bodde majoriteten av respondentene på hotell. Videre får vi spørsmål 4, som du kan se i Vedlegg 1, hvor vi stilte respondentene direkte;

Om du ikke bodde gjennom hotell/hostel, opplevde du mye lokalbefolkning rundt deg, eller mange turister?

Resultatene for Barcelona og London og igjen New York og Paris var identiske for dette spørsmålet. I Barcelona og London bodde 73,3% av våre respondenter på hotell eller hostel. Ut av de resterende 26,7%, opplevde 20% av dem mer lokalbefolkning rundt seg i stedet for turister.

For New York og Paris bodde 53,3% av respondentene gjennom hotell/hostel, og 40% av de resterende opplevde mest lokalbefolkning rundt seg. Kun 6,7% av respondentene (1 respondent) opplevde i større grad turister rundt seg gjennom alternativ overnatting i hver av de 4 storbyene. På svarene for alternativ overnatting i storbyene, ser vi at det var en mindre prosentdel av besøkende i London og Barcelona som brukte alternativ overnatting enn i New

York og Paris. Dette var et av resultatene som overrasket oss fordi basert på teorien vi fant for hver av storbyene og deres opplevelse av overturisme, så er det sterkest opplevelse av overturisme i Barcelona av lokalbefolkningen, og vi hadde en tanke at det kunne ha en sammenheng med integrerte bo omstendigheter. Dette viste seg da ut ifra respondentenes opplevelser å ikke være tilknytningen for Barcelona.

4.5 Del 5- Lokalbefolkningens inntrykk

I vårt spørreskjema spurte vi respondentene hvordan de opplevde lokalbefolkningens holdning mot dem som turister (spørsmål 14 i Vedlegg 1) når teorien har påvist oss at det er mye positive og negative tanker om turister ved alle storbyene vi har valgt å fokusere på. Her varierte svarene for hver destinasjon. I New York og London var oppfatningen stort sett positiv, mens i Barcelona og Paris var resultatene mer varierende. Dette gjenspeiles i hvordan lokalbefolkningen mottar turistene som kommer til deres by, og dette vises i resultatene fra våre respondenter sin personlige opplevelse.

4.6 Del 6 - Besøktid

Respondentene ble spurt når de besøkte destinasjonen. Flertallet for hver storby svarte at de besøkte byen i året 2022. Dette resultatet vil vi diskutere dypere i neste delkapittel, men hovedsakelig var dette en av resultatene vi så for oss kom til å bli slik pga. Covid-19 pandemien. (Se vedlegg 4)

4.7 Del 7 – Folkemengder og forsøpling

Gjengående i alle fire storbyene, svarte majoriteten at de opplevde middels til over middels mange folk både ved populære turistattraksjoner og i helhet gjennom deres hele opphold. Selv om resultatene er veldig like for alle fire storbyene om mengden folk de opplevde, så har respondentene et variert syn om hva de syntes om folkemengdene og om det var for mye folk. Den storbyen som hadde flest respondenter som syntes det var for mye folk under deres

opphold var Barcelona. I følgende rekkefølge gikk det London, så Paris, og til slutt, New York, hvor minst prosentdel av respondenter syntes det var for mye folk her. (Se Vedlegg 6) Totalt av våre 60 respondenter for alle fire spørreundersøkelser, så har flertallet svart at *Ja*, de er mer varsomme når det er store folkemengder samlet på små offentlige steder. Dette kommer vi dypere inn på i vårt diskusjonskapittel, men dette var et resultat vi så for oss vi ville motta. Det som overrasket oss var at respondentene var varsomme, men når spurt om de hadde slike bekymringer pga. Covid-19, var det gjengående og mest populære svaret, nei, covid-19 var ikke en faktor i deres bekymringer.

For å videre vurdere om det faktisk oppleves overturisme her i storbyene, ba vi respondentene tenke tilbake til forsøpling under deres besøk til storbyene. Paris sine besøkende opplevde definitivt mest forsøpling i byen, mens London sine turister så minst. I de to resterende byene ser vi at respondentene opplevde mer variert grad av forsøpling under deres besøk, med en overvekt som befinner seg midt på treet.

4.8 Del 8 – Resterende spørsmål

Noen spørsmål og resultat er selvsagt viktigere enn andre, men vi følte det nødvendig å ha alle 22 spørsmål i undersøkelsen slik at respondentene følte de fikk mer kontekst og kunne svare utdypende for deres opplevelse. Vi fant også ut at jo dypere vi så inn til våre resultater var det noen spørsmål som ikke var like relevante for vår problemstilling som vi først trodde. F.eks. I Vedlegg 1 på spørsmål 6 svarte respondentene på spørsmål om hvordan de fant spisesteder under deres opphold. Her ser vi tydelig at turistene i Barcelona og London opplevde det veldig fullt ved spisesteder mens respondentene til New York og Paris fant flertallet spisesteder til å være middels fulle gjennom deres opplevelse. Dette påpeker at det er mye folk i byene så det hjelper vår analysering av overturismen og overbefolkningen for storbyene, men det er mer et støttende resultat, heller enn et utfyllende et på egen hånd.

5. Diskusjon

5.1 Diskusjon av spørreskjema

5.1.1 Besøksstid

Respondentene ble spurt når de besøkte destinasjonen og flertallet svarte for hver storby at de besøkte byen i året 2022. Dette kan vi analysere henger direkte sammen med at 2022 var det første hele året siden Covid-19 pandemien, hvor mange land sin befolkning hadde full frihet til å reise igjen. Selv om det var full frihet til å reise i 2018 og 2019, kan vi se ut fra resultatene våre at reising har tatt seg opp etter pandemien og har gått over antallet reisende før pandemien, i hvert fall i disse fire storbyene (Se vedlegg 4).

Den generelle konsensusen blant respondentene er at majoriteten av våre deltakere ikke uttrykker noen særlig bekymring rundt det å reise eller oppholde seg i store folkemengder etter Covid-19 pandemien. Basert på dette ser vi at reisende, hvert fall våre respondenter, ikke nødvendigvis har endret så mye på vurderingen av hvor og hvordan de reiser på grunnlag av Covid-19 pandemien slik uttrykt i teorien.

5.1.2 Overnatting

På grunnlag av hvordan respondentene svarte rundt dette, så tilsier det oss at den påstanden om at lokalbefolkninger kan bli presset ut av sine nabolag eller at de ser mer turister framfor lokalbefolkning verken oppfattes eller oppleves fra turistenes ståsted.

Om vi derimot ser bort fra de som valgte hotell, ser vi at gjennom alternativ overnatting, blir turister integrert i lokalbefolkningens områder mye mer enn hovedsakelig turist-populære områder av storbyen. F.eks. gjennom Airbnb, som var det nest mest populære alternative for overnatting, så ender turister opp i lokalbefolkningens 'områder' og nabolag. Dette resultatet støtter da teorien vi fant om 'The Sharing Economy' og teorien presentert av storbyene. Selv om hotell er fortsatt den mest populære formen for overnatting, ser vi tydelig at fleste parten

av som ikke bor gjennom hotell ender opp i lokalbefolkningens nabolag og sprer turismen i områder som turisme ikke tidligere har vært koblet til. Konsepter som Airbnb har lagt til rette for at turister kan spre seg til områder med større lokalbefolkninger heller enn andre turister så de er definitivt blitt mer synlige for lokalbefolkningen. Ut ifra resultatene fra vår spørreundersøkelse er det tydelig at det ikke enda er blitt et problem av en slik skala at det skal påvirke de lokale sin livskvalitet ved deres bosted, siden til og med turistene fortsatt opplevde mer lokalbefolkning rundt seg enn andre turister.

New York og Paris var da storbyene som hadde høyest prosent av respondenter som valgte alternativ overnatting heller enn hotell (se vedlegg 5) og som vi lærte i litteraturen om New York og Paris har lokalbefolkningen begynt å bemerke turistene mye mer i områder som vanligvis ikke er så turist populære. Dette har vært myndighetene sin idé for å forminske overturismen i de typiske 'turist' stedene i storbyene deres, og fra vårt funn av teori er ikke alle lokale like enige i denne metoden. Man kan da argumentere at de lokale har et vrangt syn på besøkende til byen. De vil ikke at de skal overbefolke de populære områdene, som Brooklyn Bridge eller Eiffeltårnet, men de vil heller ikke ha de i andre områder. Fra det standpunktet vi har nå med teorien vi kan og resultatene fra respondentene våre er det lett å si at lokalene har en misnøye til turister, uansett hva som blir gjort eller hvor mange det er av dem.

5.1.3 Lokalbefolkningens inntrykk

Videre i undersøkelsen ble respondentene stilt et spørsmål om hvordan de følte lokalbefolkningens holdning var imot dem som turister, og her varierte svarene mye mer. I New York og London var oppfatningen stort sett positiv, mens i Barcelona og Paris var resultatene mer varierende.

Det at respondentene i Barcelona opplevde mer negativ holdning fra lokalbefolkning står ganske i tråd med hva teorien tilsier om de lokales utrykte holdninger mot turister, kontra hva som var å finne av teori om de lokales holdninger mot turister i London og New York. I Paris sitt tilfelle har det også blitt utrykt irritasjon, bare ikke i like intens grad.

Her kan vi applisere Doxey's Irridex modell hvor vi kan basert på teorien og resultatene se for oss at New York og London kan plasseres i *apati* stadiet, mens Paris kan plasseres i *irritasjonsstadiet*. Barcelona kan basert på resultatene og teorien anses til å plasseres i irritasjonsstadiet, men tidvis på vei til *fiendtlighetsstadiet* siden irritasjonen rundt turisme har blitt åpent utrykt av lokalbefolkningen. Det er viktig å presisere at selv om modellen kan gi en generalisert forståelse rundt utviklingen av holdningen til lokalbefolkningen ovenfor turister over tid, så anser vi at modellen ikke er nok til å trekke endelige konklusjoner basert på den alene. Vi mener modellen kan være nyttig å bruke for å få et slags kategorisk overblikk over lokalbefolkningens holdninger og utviklingen av de over tid, men at det er flere faktorer som kan spille inn på lokalbefolkningens holdning mot turister og at destinasjoner og deres lokalbefolkninger varierer fra hverandre og dermed er ikke modellen nødvendigvis noe å trekke endelige konklusjoner ut fra.

5.1.4 Folkemengder og forsøpling

Selv om resultatene er veldig like for alle fire storbyene om mengden folk de opplevde, så har respondentene et variert syn om hva de syntes om folkemengdene og om det var for mye (Se vedlegg 6).

New York og Barcelona som er på hver sin ende av denne skalaen har også to forskjellige tilnærminger når det kommer til urban turisme. Mer spesifikt den urbane planleggingen involvert i hvordan turister beveger seg, og hvor de oppholder seg i byene. New York har ikke en liten bykjerne hvor attraksjoner og aktiviteter for turister da ligger mer spredt, slik uttrykt i

teorien. Dette kan ha ført til at respondentene ikke opplevde for mye folk. New York har også en veldig stor befolkning og er kjent for folk flest som en by med mye mennesker i farta.

Dette kan være en potensiell årsak til at respondentene ikke oppfattet at det var for mye folk siden de allerede kan ha forventet en veldig folksom by. Barcelona på en annen side har en mer konsentrert bykjerne hvor nærmest all turistaktivitet foregår i den bykjernen. Dette, sammen med det at mesteparten av turistene kommer samtidig kan være faktorer til at respondentene som hadde besøkt Barcelona satt igjen med en opplevelse av at det ofte var for mye folk der de oppholdt seg.

Når det kommer til alle respondentene sin oppfatning av forsøpling, kan en faktor være at hver by har sine egne tiltak og systemer for å håndtere avfall. For mange turister på en gang kan føre til overbelastet infrastruktur og dermed også miljøbaserte overbelastninger. En annen årsak kan være sesongvariasjoner i når turister besøker destinasjonene, spesielt når det gjelder de byene som hadde et mer spredt resultat. Her kan tilfellet være at byene har ulike håndteringsstrategier og kapasitet når byene opplever store mengder turister samtidig. Resultatene kan også gi en indikator på om byene enten prioriterer og/eller suksessfullt gjennomfører miljøvennlig bærekraftig turisme, hvor mye forsøpling kan indikere at byene enten ikke tar bærekraftig turisme på alvor, eller at de tar det på alvor, men ikke suksessfullt greier å administrere det når det kommer til forsøplingen. Det er også viktig å presisere at respondentene i hver av byene mest sannsynlig har hver sine subjektive oppfatninger av hvor mye forsøpling som er for mye, og hvor mye forsøpling de eventuelt forventer av en destinasjon veid opp mot hvor mye de ender opp med å se.

5.1.5 Turistarbeidere og attraksjoner

Man kan argumentere at servicearbeidere ved en destinasjon og lokalbefolkningen for samme sted er den samme kategorien, men som to personer som har arbeidet innen servicebransjen føler vi det nødvendig å separere disse to versjonene av beboende ved storbyene.

Lokalsamfunnet ved en destinasjon er definitivt en stakeholder for turismen, men servicearbeidere sin rolle som stakeholder innen turistindustrien er mer direkte involvert og direkte påvirket.

Vi anser kvaliteten på servicen ytet av servicearbeidere innenfor turismerelaterte bransjer som en stor og viktig faktor for påvirkningen av turistenes oppfatning av sin helhetlige reiseopplevelse. Det at majoriteten av våre respondenter for alle fire destinasjonene satt igjen med en positiv opplevelse av servicearbeiderne gir oss en indikasjon om at til tross for at turistene kan oppleve diverse negative elementer som f.eks. overbefolkning, så kan høy kvalitet service ytet av arbeiderne være med å forbedre turistenes besøksopplevelse.

Disse arbeidene er ansvarlige for å tilby tjenester til turistene og de trenger turistene for sine bedrifter, tjenester eller arbeid de kan tilby. Vi kan også knytte opp den positive opplevelsen av disse turistene til at meste parten av dem var besøkende etter 2020 og 2021, som en årsak av Covid-19 pandemien. Pandemien stod for mye permittering, lite arbeid og i noen omstendigheter, konkurs av bedrifter. Når 2022 kom og reising var hovedsakelig åpent igjen verden rundt, kunne endelig servicebedrifter motta internasjonale turister igjen. Vi tror etter to år med så mye usikkerhet rundt jobben deres har servicearbeidere opplevd en ny verdsettelse for yrket og ikke minst for turister som holder bedriften gående. Og denne verdsettelsen gjenspeiles i servicen deres, som da har gitt respondentene våre et positivt inntrykk for det meste ved alle fire destinasjonene.

Her kan vi også dra inn potensielle positive virkninger når det kommer til ansvarlig og bærekraftig turisme. Enkelte turister kan oppleve god kvalitet på service og vennlige og imøtekommende servicearbeidere, og kan dermed gi dem en økt bevissthet rundt det å oppføre seg respektfullt som turister ovenfor destinasjonen.

Når spurt om de syntes at de arbeidene ved turistattraksjoner håndterte strømmen av folk på en god måte (se vedlegg 1, spørsmål 12), svarte over halvparten at de syntes de arbeidene kontrollerte folkemengden på en god måte. Totalt 36 ut av 60 totale respondenter valgte over middels på en skala fra 1 til 5 her, og så 23 av 60 på middels. Det var kun 1 ut av alle 60 respondenter som syntes det ble håndtert på en under middels måte.

Disse resultatene indikerer at attraksjonene i alle destinasjonene har velfungerende «visitor management» strategier på plass, for å kunne håndtere store mengder mennesker på en gang. Dette kan både være med på å redusere negative effekter ved potensiell overturisme, men også bidra til å gi turistene en positiv opplevelse av besøket. Det er også verdt å bemerke at turistenes oppfatninger og forventinger rundt dette i stor grad er subjektive og at respondentene både kan ha høye og lave forventinger til dette aspektet.

5.1.6 Besøke igjen

Basert på resultatene hvor respondentene for hver av de 4 destinasjonene svarte at de ville besøkt byen igjen (se vedlegg 3) tolker vi som at respondentene har i noen av byene mer enn andre, til tross for negative oppfatninger, hatt en stort sett positiv opplevelse i destinasjonen de har besøkt. Dette kan tyde på at overturisme ikke nødvendigvis påvirker turistenes opplevelser av destinasjonen negativt nok til at de ikke ønsker å besøke byen igjen, eller om de i det hele tatt oppfatter overturisme i byene slik som uttrykt i teorien.

Vi kan se tydelig respondentene til New York og London er identiske, mens det blir gradvis verre til Barcelona og så til slutt Paris. 4 av 10 respondenter som hadde besøkt Paris svarte at de ikke ønsket å besøke byen igjen. Det kan være mange faktorer som spiller inn til hvorfor respondentene ikke vil besøke Paris igjen, men basert på resultatene vi har innsamlet vil vi påstå at det kan ha med lokalbefolkningen og faktorer som kan måles til overturisme i denne byen å gjøre, som har påvirket deres opphold og derfor vil de ikke returnere til denne

destinasjonen. Dette kan tyde på at forsøpling kanskje er en større avsmak enn andre negative faktorer for turistens besøksopplevelse og vilje til å besøke igjen. Det er vel å merke derimot at dette er en veldig tynn hypotese, og at turistens subjektive forventninger, preferanser og standarder høyst sannsynlig spiller inn i for stor grad til å kunne konkludere noe ut ifra denne statistikken.

5.1.7 Ansvarlig turist

Vi avslutter spørreundersøkelsen med to sammenhengende spørsmål. Disse to spørsmålene (se vedlegg 2) la vi til for å se hva folk syntes fra sitt perspektiv som turist og som lokal. Vi kan tydelig se en kontrast mellom svarene for spørsmål 21 som er turistperspektivet i forhold til spørsmål 22 som er lokalperspektivet til de samme respondentene.

Funnene fra disse to relaterte spørsmålene tar for seg samme spørsmål fra både turistperspektivet og lokalbefolkningperspektivet. Det virker som at respondentene føler de er mer ansvarsbevisste som turister på besøk i en annen destinasjon, i motsetning til lokalbefolkningperspektivet hvor flere av respondentene har en i større grad kritisk holdning mot ansvarsbevisstheten til turistene som besøker deres egen hjemdestinasjon.

Dette kan potensielt være fordi lokalbefolkninger har en viss forventning til hvordan turister oppfører seg når de besøker destinasjonen, og dermed til tross for at turister kanskje føler de oppfører seg som ansvarlige turister, så oppfyller ikke atferdene deres forventningene og ønskene lokalbefolkningen har for turistenes atferd. Vi kan også tenke at lokalbefolkningen ved alle plasser har et vrangt syn mot turister, ikke bare storbyer som har en trussel om overturisme. Basert på all teori vi har lest oss opp på om disse fire storbyene kan det argumenteres at de lokale har en overreaksjon til turisme fordi det er deres hjemmested og de føler på en slags eierskap over område og nesten beskyttende, spesielt mot turister. Om vi tar for oss teorien presentert om f.eks. Barcelona ser vi at overturisme blir ansett som et stort

problem. Dette kan åpenbart gjelde begge veier, både for lokalbefolkningene i våre valgte storbydestinasjoner, men også våre respondenter når de selv observerer turister i deres hjemsted som lokalbefolkning. Om vi tar for oss resultatet fra respondentene våre som har vært i storbyene og opplevd turismen der også, fra et annet perspektiv enn storbyen sin lokalbefolkning, ser vi at de anerkjenner overbefolkning og andre faktorer som spiller inn for overturisme som eksisterende, men ikke like katastrofale som lokalbefolkningen ser ut til å tenke den er.

Det er verdt å bemerke at turiststrømmene, både i høye og lave volum preger hverdagen og de dagligdagse gjøremålene til lokalbefolkningen som kan forårsake at det perspektivet blir mer kritisk og opptatt av turistenes oppførsel. Turister flest som besøker en destinasjon har gjerne ikke overturisme i tankene nødvendigvis mens de er på ferie som kan gjøre dem mindre bevisste fra dette perspektivet.

5.2 Hva betyr resultatene fra vår oppgave?

Vi utarbeidet denne oppgaven basert på en problemstilling vi ville få svar på ut ifra stoffet vårt fra teoretisk undersøkelse, spørreskjema utdelt til tidligere turister og analysering av resultatene til de spørreskjemaene. Problemstillingen som startet hele denne prosessen er;

Hvordan påvirker overturisme turistenes opplevelser ved storbydestinasjoner?

Hovedsakelig, ut ifra informasjon vi har innsamlet og resultatene vi har mottatt til vår spørreundersøkelse vil vi påstå at overturisme blir observert av turister, men i det hele bilde påvirker det ikke deres opphold eller opplevelser til et slikt punkt at de ikke lenger vil besøke storbydestinasjonene. Fra alt nevnt ovenfor så ser vi tydelige bemerkelser av turisme, og kanskje til og med overturisme, ved alle fire destinasjonene, men i forhold til det dramatiske standpunktet lokalbefolkningen har hatt ved noen av disse destinasjonene så kan vi argumentere at overturisme ikke negativt påvirker turister sin opplevelse ved

storbydestinasjoner. Formeningen vi nå har fått etter denne prosessen at det er helst de beboende ved området som reagerer på turisme på en negativ måte og at dette synpunktet ikke kan stoles helt på basert på resultatene vi har innsamlet og teorien vi har lest oss opp på.

5.3 Konsekvenser for våre funn

Overturisme har lenge hatt et negativt rykte innen turistindustrien. Gjennom vår forskning på temaet ser vi at det er hovedsakelig gjort undersøkelse av overturisme basert på lokalbefolkningen ved destinasjonen, ikke turistene. Dette var gjentagende i mye av litteraturen vi så gjennom eller hadde tilgjengelig til oss. Vi tror at nå forskning på turistene og turistene sine mønstre ved destinasjoner som sliter med overturisme kan vær like, eller mer, lønnsomt enn datainnsamling om de lokale.

Med våre funn vil vi påstå at turistindustrien ikke vil bli direkte påvirket og ikke mye komme til å endres, for hovedsakelig peker våre funn på at hvordan det fungerer akkurat nå er lønnsomt. I kontrast med det vil tro at den forskningen vi har unnagjort på temaet vil peke andre i en lignende retning i videre undersøkelser og håper andre som oss ser nødvendigheten med å undersøke ikke bare lokalbefolkningen ved turistdestinasjoner, men også turistene som besøker.

6. Konklusjon

Basert på funnene fra spørreskjemaet vi gjennomførte, har vi konkludert med at overturisme ikke oppleves i noe stor grad av turister på en generell basis. Dette kan være en indikasjon om at turister stort sett har overveidende positive opplevelser kontra negative når de er ute og besøker storbydestinasjoner.

Spørreundersøkelsen fremstilte en interessant observasjon hvor turistene selv føler at de oppfører seg som ansvarlige turister når de besøker storbydestinasjoner, samtidig som de uttrykker at de oppfatter turister som besøker deres egen hjemdestinasjon ikke oppfører seg like ansvarlig. Her er det mulig at det behøves mer bevissthet og utveksling av informasjon mellom besøkende og lokalbefolkning rundt ansvarlig turisme. Oppsummert peker det vi har undersøkt også til at oppfatningen av når det er for mange besøkende vil imidlertid variere både blant turister og fastboende og at overturisme er mer subjektivt enn vi først trodde. Her spiller «Carrying Capacity», en destinasjons bæreevne, inn og vi anser at det kan være til fordel for alle parter involvert at både den gjensidige forståelsen, og samarbeidet mellom lokalbefolkning, lokale myndigheter og turister blir mer lagt vekt på i fremtidige turismeutvikling.

Vi vil avslutte med å si at spørreundersøkelsen vi utførte var suksessfull og vi fikk svar på problemstillingen vår, selv om det ikke var det svaret vi kanskje først forventet. Overturisme blir observert av turister, til en viss grad, men det påvirker ikke deres opphold eller opplevelser til et slikt nivå at de får et negativt inntrykk av turisme eller destinasjonen de besøker.

7. Litteraturliste

- Amiel, G. (2019, 22. Juli 2019). *Mass tourism troubles the residents of Paris, France*. Stuff. <https://www.stuff.co.nz/travel/news/114402962/mass-tourism-troubles-the-residents-of-paris-france>
- Barnouin, C. (2019, 14. Februar 2019). *Le tourisme à Paris Région bat à nouveau tous les records en 2018 !* Region iledeFrance. <https://www.iledefrance.fr/le-tourisme-paris-region-bat-nouveau-tous-les-records-en-2018#anchor-aside-1>
- Bellafante, G. (2017, 29. Juni 2017). *How Much Tourism Is Too Much?* The New York Times. <https://www.nytimes.com/2017/06/29/nyregion/how-much-tourism-is-too-much.html>
- Boh, A. (2022). Overtourism hotspots: both a threat and opportunity for rural tourism. *European Countryside*, 14(1), 157-179.
- Brown, V. (u.å, 07. April). *Overtourism in Barcelona*. Responsible Travel. <https://www.responsibletravel.com/copy/overtourism-in-barcelona>
- Candrea, A. & Ispas, A. (2009). Visitor Management, a Tool for Sustainable Tourism Development in Protected Areas. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V : Economic Sciences*, 2 (51).
- CDC. (u.å, 10. Mars 2023). *Travel*. Centers for Disease Control and Prevention. <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/travelers/index.html>
- Chaffey, D. & Smith, P. R. (2017). *Digital marketing excellence : planning, optimizing and integrating online marketing* (Fifth edition. utg.). Routledge.
- Coca-Stefaniak, J. A., Powell, R., Morrison, A. M. & Paulauskaite, D. (2017). Living Like a Local: Authentic Tourism Experiences and the Sharing Economy. *International Journal of Tourism Research*, 19. <https://doi.org/10.1002/jtr.2134>

- Cruse, S. (2022, 11. August 2022). *France Will Limit Tourists At Popular Attractions To Combat Overtourism*. Travel off path. <https://www.traveloffpath.com/france-will-limit-tourists-at-popular-attractions-to-combat-overtourism/>
- Damnjanović, I. (2021). Overtourism and the Local Community Well-Being. I (s. 93-115). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-69193-6_5
- Dodds, R. & Butler, R. (2019). The phenomena of overtourism: a review. *International Journal of Tourism Cities, ahead-of-print*. <https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0090>
- Ellsmoor, J. (2019, 26. April). *Cruise ship pollution is causing serious health and environmental problems*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/jamesellsmoor/2019/04/26/cruise-ship-pollution-is-causing-serious-health-and-environmental-problems/?sh=2b4302037db3>
- Fainstein, S., Susan. (2022, 24. Mars 2023). *Urban Planning*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/urban-planning/Competing-models>
- Fan, D. X., Liu, A. & Qiu, R. T. (2019). Revisiting the relationship between host attitudes and tourism development: A utility maximization approach. *Tourism Economics*, 25(2), 171-188. <https://doi.org/10.1177/1354816618794088>
- Goodwin, H. (2017). The challenge of overtourism. *Responsible tourism partnership*, 4, 1-19.
- Groot, K. d. (2019, 31. Oktober 2019). *Barcelona protests: An expert take*. Penn Today. <https://penntoday.upenn.edu/news/barcelona-protests-expert-take>
- Hariharan, A. (2020, 24. Januar 2020). *From Amsterdam To Venice, Cities That Are Fighting Over-Tourism With Restrictions & Curbs*. The Economic Times Panache. <https://economictimes.indiatimes.com/magazines/panache/from-amsterdam-to-venice-cities-that-are-fighting-over-tourism-with-restrictions-curbs/war-on-tourism/slideshow/73578731.cms>

- Health.gov.au. (u.å, 09. November 2022). *Domestic travel and Covid-19*. Australian Government Department of health and aged care. <https://www.health.gov.au/health-alerts/covid-19/domestic-travel>
- Helsenorge. (u.å, 02. Desember 2022). *Covid-19*. Helsenorge.no. <https://www.helsenorge.no/koronavirus/covid-19/>
- Hill, M. (2019, 24. Mai 2019). *How big data could help London beat over-tourism*. Citymonitor. <https://citymonitor.ai/economy/how-big-data-could-help-london-beat-over-tourism-4617>
- Huber, K. (2018, 28. September 2018). *New York City adapts as tourist numbers soar*. CGTN America. <https://america.cgtn.com/2018/05/31/new-york-city-adapts-as-tourist-numbers-soar>
- Jennings, M. (2021, 07. September 2021). *Overtourism in Barcelona*. Storymaps. <https://storymaps.arcgis.com/stories/9dc1028eacc1452fb44402a2c5313205>
- Johannessen, A., Tufte, P. A. & Christoffersen, L. (2010). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (Bd. 4). Abstrakt Oslo.
- Kandel, B. (2012). Qualitative versus quantitative research. *Part II, Copernics Consulting*, available online at <http://copernicusconsulting.net/qualitative-versus-quantitative-researchpart-ii/>, last access: 25th May.
- Kelly, G. (2022, 30. Juli 2022). *Dumbo locals say they're suffocating under constant push for tourism in posh neighborhood*. New York Post. <https://nypost.com/2022/07/30/dumbo-locals-suffocating-under-constant-push-for-tourism/>
- Kucheran, K. (2019, 22. Juni 2019). *Overtourism? The World's Most Visited Cities and Where To Go Instead*. Travel Off Path. <https://www.traveloffpath.com/overtourism-alternative-cities-to-visit/>

- Lovelock, B. & Lovelock, K. (2013). *The ethics of tourism: Critical and applied perspectives*. Routledge.
- Lovick, S. (2020). *What Is The Sharing Economy*. Hentet 09. Mars fra <https://www.businessbecause.com/news/insights/6736/what-is-the-sharing-economy?fbclid=IwAR2kZrb824mRvGOEoykjhHjIRiDWQVeVWoQXEki5qrbx1dHN24UCVRToOqA>
- Mandić, A. & Petrić, L. (2021). *Mediterranean Protected Areas in the Era of Overtourism: Challenges and Solutions*. Cham: Springer International Publishing AG. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-69193-6>
- McDowall, J. (2016, 22. august). Managing waste in tourist cities. *Resource*. <https://resource.co/article/managing-waste-tourist-cities-11319>
- Mihalic, T. (2020). Conceptualising overtourism: A sustainability approach. *Annals of tourism research*, 84, 103025. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103025>
- Mona. (2022, 14. Januar 2022). *Positive and Negative Impacts of Tourism in Paris*. France Hotel Guide. <https://www.france-hotel-guide.com/en/blog/impacts-tourism-paris/>
- Moss, J. (2017, 25. Juli 2017). *Tourism Is Eating New York Alive*. VICE. <https://www.vice.com/en/article/d38k4j/tourism-is-eating-new-york-alive>
- Nault, A. (2022, 21. Februar 2022). *Overtourism in Barcelona: From «Tourist go home» to «Please come back»*. Tourismreview. <https://www.tourism-review.com/authorities-need-to-prevent-overtourism-in-barcelona-news12403>
- Page, S. J. & Connell, J. (2020). *Tourism, A Modern Synthesis* (5. utg.). Routledge.
- Pager, T. (2018, 30. Desember 2018). *A Closed Brooklyn Bridge and 40,000 Pounds of Deli Meat: New York Is That Crowded*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2018/12/30/nyregion/crowded-new-york-holidays.html>

- Pechlaner, H., Innerhofer, E. & Erschbamer, G. (2019). *Overtourism: Tourism Management and Solutions*. Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9780429197987>
- Pechlaner, H., Innerhofer, E. & Erschbamer, G. (2020). *Overtourism : tourism management and solutions*. Routledge.
- Rahman, M. K., Gazi, M. A. I., Bhuiyan, M. A. & Rahaman, M. A. (2021). Effect of Covid-19 pandemic on tourist travel risk and management perceptions. *Plos one*, 16(9), e0256486.
- Siniscalco, M. T. & Auriat, N. (2005). Questionnaire design. *Quantitative research methods in educational planning*, 8.
- Statista. (2023, 10. Februar 2023). *Number of international tourist arrivals in selected cities and destinations in Europe in 2019 and 2021*. Statista Research Department. <https://www.statista.com/statistics/487572/leading-european-city-destinations/>
- Tourismteacher. (2023, 10. Februar 2023). *Stakeholders in tourism: Who are they and why do they matter?* Tourismteacher.com. https://tourismteacher.com/stakeholders-in-tourism/?utm_content=cmp-true
- UNWTO. (u.å., 20. Mars 2023). *Private Stakeholders*. UNWTO. <https://www.unwto.org/private-stakeholders-international-code-for-the-protection-of-tourists>
- Whyte, P. (2018, 31. Januar 2018). *UK Government Doesn't Think It Has an Overtourism Problem*. Skift. <https://skift.com/2018/01/31/uk-government-doesnt-think-it-has-an-overtourism-problem/>

8. Vedlegg

8.1 Vedlegg 1 – Spørreskjema

Turist i Storby - Barcelona

Hei og velkommen!

Vi ønsker og inviterer deg til å delta i vår spørreundersøkelse og svare på din storby opplevelse i overnevnt destinasjon. Dette er en undersøkelse vi gjennomfører i tråd med vår bacheloroppgave om over-turisme i urbane områder med høy befolkning og mye turisme. Du må ha besøkt destinasjonen i løpet av de siste 5 årene og du som svarer på denne undersøkelsen, vil forbli helt anonym.

Takk på forhånd for din deltakelse!

Har du vært turist i denne storbyen de siste 5 årene? *

(Velg årstall nedenfor)

- 2018
- 2019
- 2020
- 2021
- 2022
- 2023

Hvor tilgjengelig følte du overnatting var i denne byen? *

- 1 2 3 4 5
- Lite tilgjengelig Veldig tilgjengelig

Om du ikke valgte hotell som ditt overnattingssted, hva valgte du da?

Svaret ditt _____

Om du ikke bodde gjennom hotell/hostel, opplevde du mye lokalbefolkning rundt deg, eller mange turister? *

- Lokaler
- Turister
- Jeg bodde gjennom hotell/hostel

Hvilke kollektiv transport muligheter var tilgjengelig her i byen? (Velg alle du tok i bruk) *

- Buss
- Trikk
- Undergrunns
- Tog
- Ingen av disse

Hvordan opplevde du folkemengder gjennom den kollektive transporten? *

- 1 2 3 4 5
- Under middels med folk Over middels med folk

Så du mye forsøpling i byen mens du var her? *

- 1 2 3 4 5
- Veldig lite Veldig mye

Besøkte du veldig kjente attraksjoner når du var turist her? *

- Ja
- Nei
- Ikke noe som er særlig kjent/populært

Var det mange andre ved attraksjonene du besøkte på samme tid som deg? *

- 1 2 3 4 5
- Lite Folk Mye Folk

Opplevde du overveldende folkemengder gjennom hele din generelle tur? *

- 1 2 3 4 5
- Lite Folk Mye Folk

Syntes du det var for mye folk/turister gjennom oppholdet ditt her? *

- Ja
- Nei
- Ingen formening

Ved turistattraksjoner, hvordan håndterte de arbeidene strømmen av folk? *

- 1 2 3 4 5
- Under middels bra Over middels bra

Hvordan opplevde du turist arbeiderne? (guider, attraksjons operatører, etc.) *

	1	2	3	4	5	
Negativt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Positivt

Hvordan opplevde du lokalbefolkningens holding mot deg som turist? *

	1	2	3	4	5	
Negativt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Positivt

Hvordan opplevde du kunde servicen? (servitører, bartendere, resepsjonister, etc.) *

	1	2	3	4	5	
Negativ, uvelkommen mottakelse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Positiv, velkommen mottakelse

Var det oftere fullt ved spisesteder enn tomt? *

	1	2	3	4	5	
Tomt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Overfullt

Bli du mer varsom når det er store mengder samlet på små, offentlige steder som attraksjoner? *

- Ja
- Nei
- Ingen formening

Er du mer bekymret for helseisikoen i store folkemengder etter Covid-19 pandemien? *

	1	2	3	4	5	
Absolutt ikke	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Veldig bekymret

Unngår du store folkemengder nå pga. Covid-19? *

- Ja
- Ja, men ikke pga. Covid-19
- Nei

Ville du besøkt denne byen igjen? *

- Ja
- Nei

Følte du deg som en ansvarlig turist når du besøkte denne byen? *
(Viste du hensyn i forhold til området, naturen, forsøpling, lokal kultur)

- Ja
- Til en viss grad
- Ikke til alle punktene men noen
- Nei
- Andre: _____

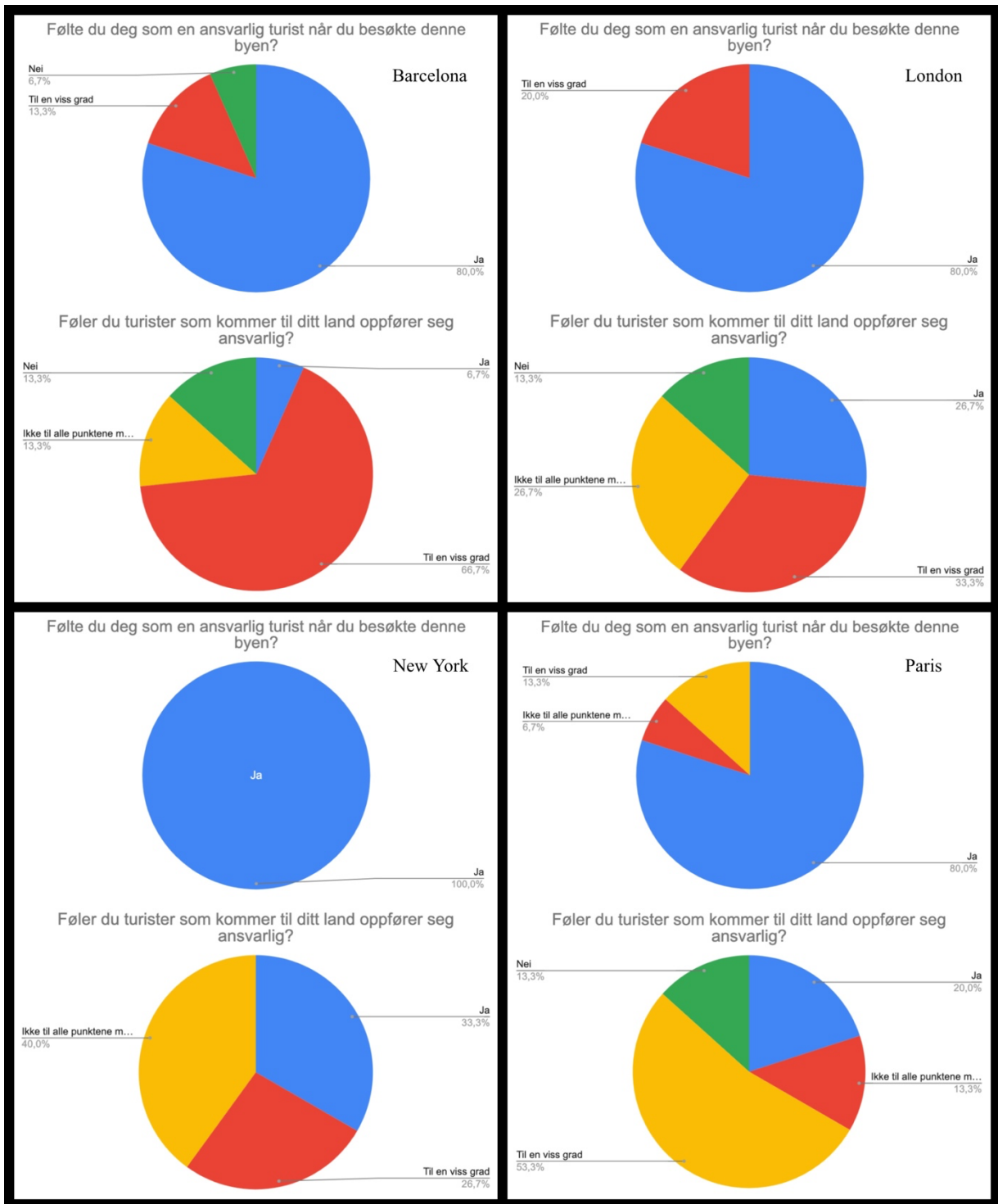
Føler du turister som kommer til ditt land oppfører seg ansvarlig? *
(Viser hensyn til området, naturen, forsøpling, lokal kultur.)

- Ja
- Til en viss grad
- Ikke til alle punktene men noen
- Nei
- Andre: _____

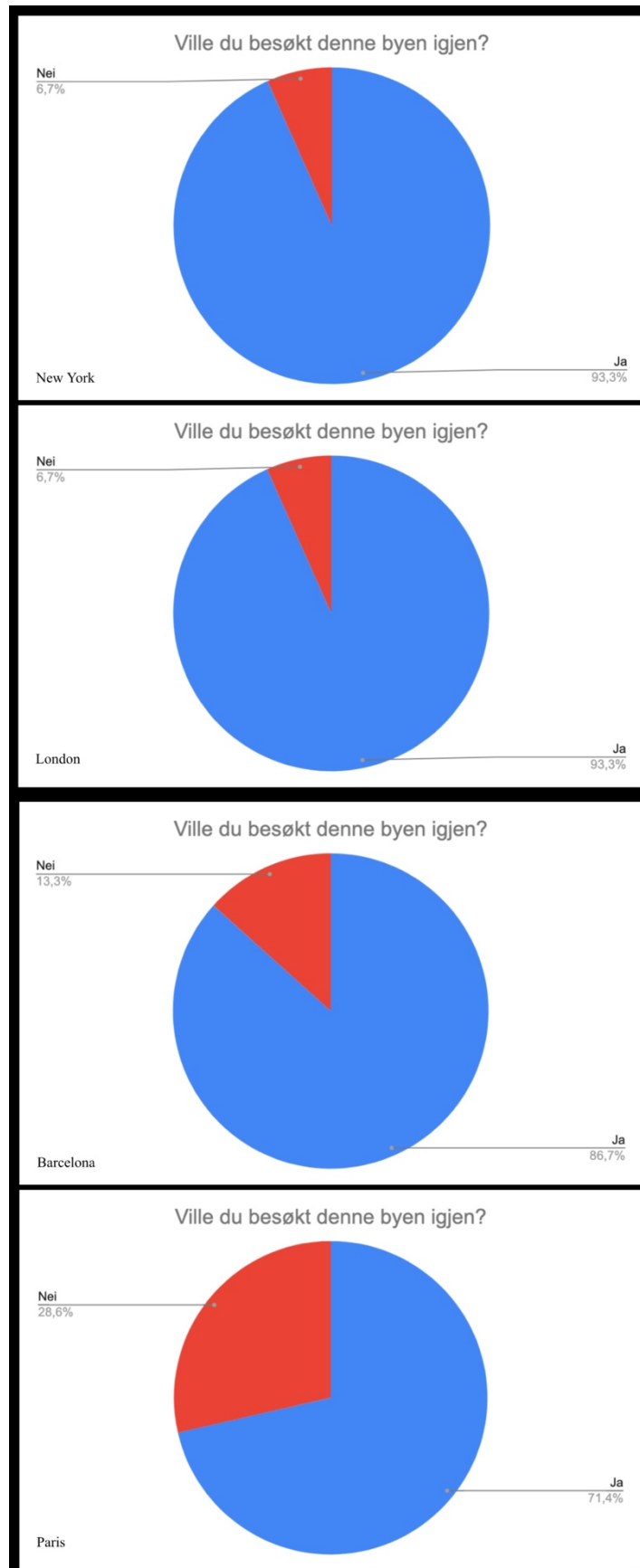
Send

Tom skjemaet

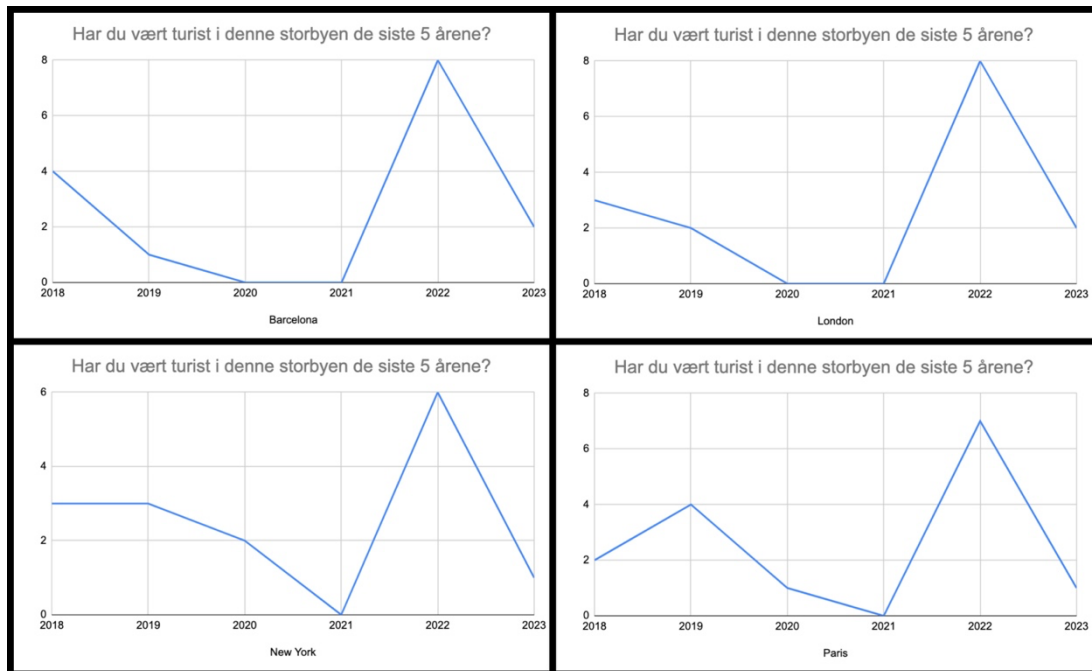
8.2 Vedlegg 2



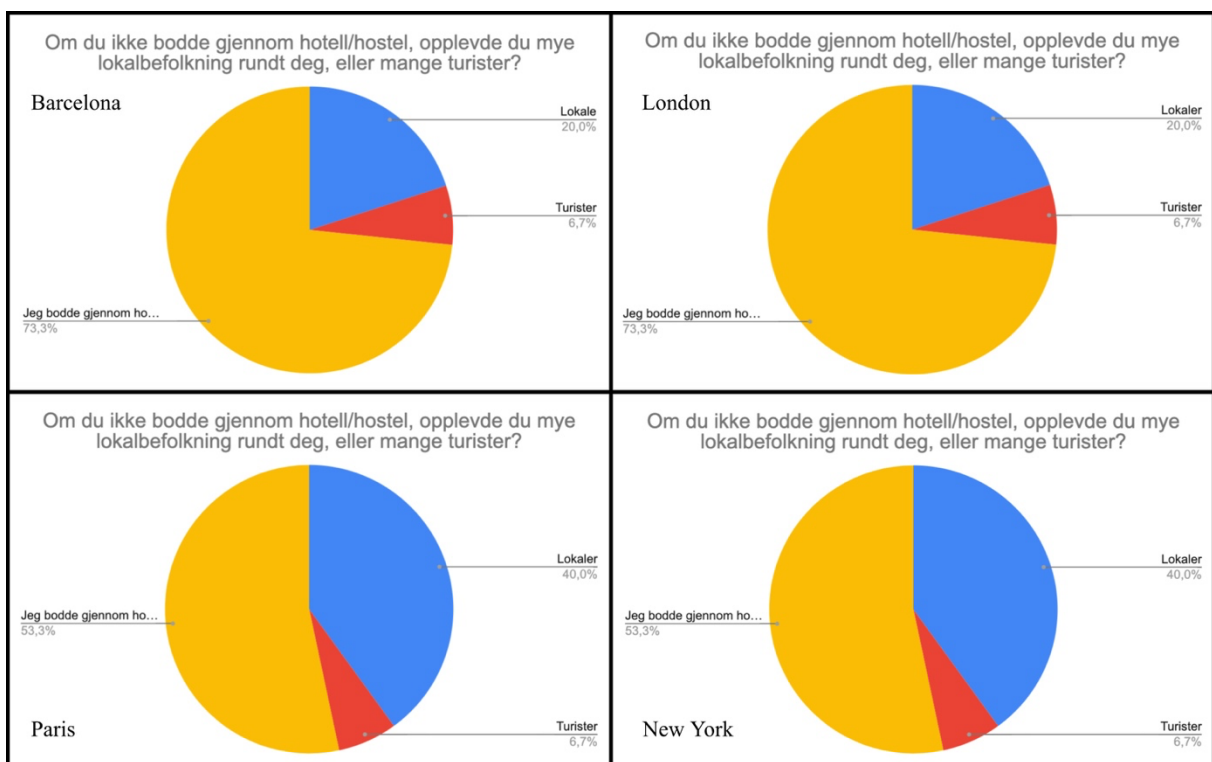
8.3 Vedlegg 3



8.4 Vedlegg 4



8.5 Vedlegg 5



8.6 Vedlegg 6

