

BACHELOR OPPGAVE I REISELIVSLEDELSE 2023

LOKALSAMFUNNETS OPPFATNINGER MOT UTVIKLINGEN AV CRUISETURISMEN I NORGE

UIS- Reiselivsledelse

Av Sarah Haar



(Glenn Walmann)

1 INNHold

Bachelor Oppgave i Reiselivsledelse 2023	1
Lokalsamfunnets oppfatninger mot utviklingen av Cruiseturismen i Norge	1
1. Innledning	3
2. Teori.....	4
2.1 <i>Cruiseturisme i Norge</i>	4
2.2 <i>Social Exchange Theory</i>	5
2.3 <i>The Quality-of-Life Theory</i>	6
3. Metode	9
3.1 Bakgrunn for valg av tema.....	9
3.2 Metodetriangulering.....	9
3.3 Datainnsamling	10
Konklusjon.....	27
Kilder	29

1. Innledning

Cruiseindustrien utvikler seg stadig og har hatt en enorm økning gjennom årene. Ifølge UNWTO har turistgjenopprettningen økt med 900 millioner mennesker som reiste i 2022 etter Covid-19 pandemien. Det er beregnet at internasjonale turistankomster kan øke fra 80% i 2022 til hele 95% for 2023 (UNWTO, 2023). Økningen i besøkstallet på en destinasjon kan ha direkte eller indirekte effekter på innbyggerne. Dette kan skape irritasjon, ubehag og misnøye blant beboerne som kan føre til konflikter mellom turister, reiselivsleverandører og de lokale. Det er derfor viktig å anerkjenne at lokalsamfunnet på en destinasjon spiller en stor rolle for avgjørelser som gjelder for cruisetrafikken fremover. De vil være med på å påvirke den fremtidige utviklingen av cruiseindustrien. Studien har et ønske om å forme en forståelse på hvordan lokalsamfunnet blir påvirket av den daglige cruiseopplevelsen som skjer når skipene legger til i havnen.

Forskningen som skal gjennomføres har i tillegg et ønske om å analysere lokalsamfunnets oppfattende virkninger som er knyttet til cruiseturismen i Norge. Postma hevder at turistene som kommer til byene, har en stor betydning på inntekter og jobbmuligheter for landet de befinner seg i. Det er viktig å få en forståelse på hvordan irritasjon blant de lokalet oppstår, og hvilke tiltak reiselivsbedrifter må gjøre slik at toleranse nivået ikke har en negativ effekt på turistene som kommer til landet. Store deler av det lokale samfunnet er ofte involvert med turisme, spesielt om byen ligger nær en havn. Det er derfor viktig å anerkjenne at uten turismen måtte flere butikker og tjenester i en by ha stengt ned (Postma, Schmuecker, 2017).

Det er forskjellige forhold som cruiseturismen bidrar med som påvirker lokalsamfunnet. Vi har blant annet sosiokulturelleforhold, økonomiske forhold og miljøet som kan bringe med seg ulike konsekvenser. Disse forholdene hjelper oss med å skape en positiv eller negativ mening om cruiseindustrien blant beboerne på selve destinasjonen (Vukic, Peronja, Mihanovic, 2020). I analysen fremover legger vi hovedfokuset på de sosiokulturelleforhold. Vi må derimot ikke se bort ifra at økonomiske forhold og miljøet påvirker den helhetlige meningen for beboernes trivsel. En annen studie mener derfor at det er viktig å se hvordan avgjørelser og meninger blir formet av de lokalet ved å måle innbyggernes oppfatninger knyttet til cruiseturisme. I denne studien har vi gjennomført en spørreundersøkelse som skal

prøve å bidra til å gi oss en breiere forståelse på hva samfunnet føler og hvilke faktorer som hjelper oss til å forstå meningene de har (Jordan, Vieira, Santos, Huang, 2023).

2. Teori

2.1 CRUISETURISME I NORGE

NHO Reiseliv mener at cruise kan bidra positivt til norskreiseliv ved at næringen reguleres slik at det ikke kommer i konflikt med lokalsamfunnet og klimaets tåleevner. Hver kommune har ulike betingelser for å ta imot cruise. Meningene kan både være negativ og positive som i stor grad fokusere seg rundt mengder cruisepassasjerer som kommer til havn. Økning av passasjerer bringer med seg cruiseskip med større volumvekst, som skaper høyere forurensning fra skipet (NHO Reiseliv, 2023).

NHO`s Viktigste innspill

- Kommunene må ha et aktivt forhold til mengden cruise og påvirkningen på lokalmiljøet. Dette fordrer også at kommunen har kontinuerlig dialog med havnestyrene.
- Det må utarbeides utslippskrav til cruiseskip ikke bare i verdensarvfjordene, men for hele Norge.
- Cruiseskip som kommer, må øke sitt samspill med lokalt næringsliv for å øke verdiskapingen på land.

Ønske fra NHO er å skape en balanse mellom økonomisk, og miljømessig bærekraft mellom besøkende og de lokalet. Ved å oppnå denne balansen kan man skape harmoni og minimere konflikten mellom innbyggere og cruisenæringen. Det er derfor greit å ta NHO Reiseliv sine innspill i betraktning gjennom forskningen som skal gjennomføres. Det kan være avgjørende å ta hensyn til både økonomiske og miljømessige faktorer for å utvikle en bærekraftig turismebransje som kan være til fordel for både besøkende og lokalsamfunn (NHO Reiseliv, 2023).

Videre i studien har vi et ønske om å se på to forskjellige teorier som skal kunne gi oss en bedre forståelse på hvordan lokalsamfunnet blir påvirket og hvilke faktorer som spiller inn på å påvirke oppførselen til de lokale rettet mot cruisenæringen.

2.2 Social Exchange Theory

George Homans var en sosiolog som startet utviklingen av Social Exchange Theory (SET) som tar grunnlaget for vurderinger av sosiale interaksjoner. Teorien ble formet når han skreiv "Social Behavior as Exchange," i 1958. I tillegg har mange sosiologer som Peter Blau og Emerson utviklet flere perspektiver rundt teorien som bygger på økonomi, behov og menneskelig atferd. International Encyclopedia of the Social Sciences referer til Sabatelli og Shehan sin studie om utveksling og ressurs teori som er knyttet til SET.

De siterer fire rammeverk for naturlig oppførsel for individet som skal gjøre det enklere å forstå individets tankegang basert på teorien:

- Enkeltpersoner søker belønning og unngår straff.
- Når individet samhandler med andre, vil enkeltpersoner prøve å maksimere fortjenesten for seg selv mens de samtidig prøver å minimere egne kostnader. Dette skjer fordi det ikke er mulig å vite de faktiske belønningene og kostnadene før interaksjoner har skjedd. På grunn av dette baserer individet sin atferd på forventninger i henhold til belønninger og kostnader.
- Individet er rasjonelle vesener, som beregner sin begrensede informasjon som de besitter på belønninger og kostnader og vurderer alternativer før de handler.
- Standarder som enkeltpersoner bruker for å evaluere belønninger og kostnader varierer fra person til person og kan variere over tid (Encyclopedia of the Social Sciences, 2019).

Teorien er et sosialpsykologisk konsept "opptatt av å forstå utveksling av ressurser mellom et individ og grupper i en interaksjonssituasjon" (Kim, Park 2021). Rammeverket rundt teorien foreslår at atferd betraktes som en ressurs som kan utnyttes dersom individet føler at den kan få visse fordeler ved å endre oppførselen. Hvis individet føler at den får en større belønning av å endre oppførsel uten å miste noe kommer personen til å endre oppførselen for å få et positivt utfall. I motsetning kan personen nekte å endre atferd. Noen av studiene mener derimot at de har opplevd at kostnader og fordeler som kommer med turismeutviklingen har vist til en positiv korrelasjon som viser en form for støtte fra de lokale. Dette har derimot bare en positiv innflytelse når det kommer til de økonomiske fordelene. Vi vet lite om hvordan turismeutviklingen faktisk påvirker de lokale basert på funnene som har blitt gjort i tidligere

studier. Kim og Park mener at SET ikke legger stor nok vekt på de sosiale og kulturelle normer og verdier. Slik at viktigheten av sosiokulturelle kontekster mellom sosiale utvekslinger blir i stor grad nedgradert (Kim, Park 2021). Huy tolker derimot at innbyggerne oppfatter turisme i sammenheng med kostnader eller fordeler som de lokale forventer å få i retur for ressursene de gir for turismen. Hun mener at teorien foreslår holdningene enkeltpersoner har til å støtte turismen, hvor nivået av sannsynligheten vil påvirke den helhetlige evalueringen av utviklingen både for turisme og for lokalsamfunnet. Derfor har nivået av turismeutviklingen i en by eller et land noe å si, dersom personene i området setter pris på hvordan påvirkningen turisme har, når det gjelder økonomiske, miljømessige og sosiokulturelle problemer. Lokalsamfunnet vil ha et positivt syn mot turismen dersom de får en oppfatning om å få nytte ut av turisme. Derimot vil innbyggerne som oppfatter at de pådrar seg ekstra kostnader ha en negativ tilknytning til reiselivet. Denne teorien skal derfor hjelpe å gjenkjenne ulike grupper og individer og de forskjellige oppfatningene enkeltpersonen har for reiseutviklingen (Huy, 2020).

2.3 The Quality-of-Life Theory

Teorien “The Quality of Life” (QoL) har blitt utviklet av Abraham Maslow. Teorien ble formet når han skreiv «Towards a Psychology of Being» hvor han karakteriserte livet gjennom behovspyramiden. Selve pyramiden består av åtte ulike måter å vurdere livskvaliteten på.

I bunnen av hierarkiet finner vi de fire mest grunnleggende behovene til selvet mennesket:

- 1.) Fysiologiske behov
- 2.) Behovet for trygghet
- 3.) Behovet for kjærighet
- 4) Behovet for respekt eller å bli anerkjent

I midten av hierarkiet finner vi de to mer avanserte behovene:

- 5.) Behovet for kunnskap og forståelse

6.) Behovet for kreativitet og estetikk

I toppen av hierarkiet finner vi våre to mest abstrakte behov:

7.) Behovet for selvrealisering

8.) Behovet for transcendens

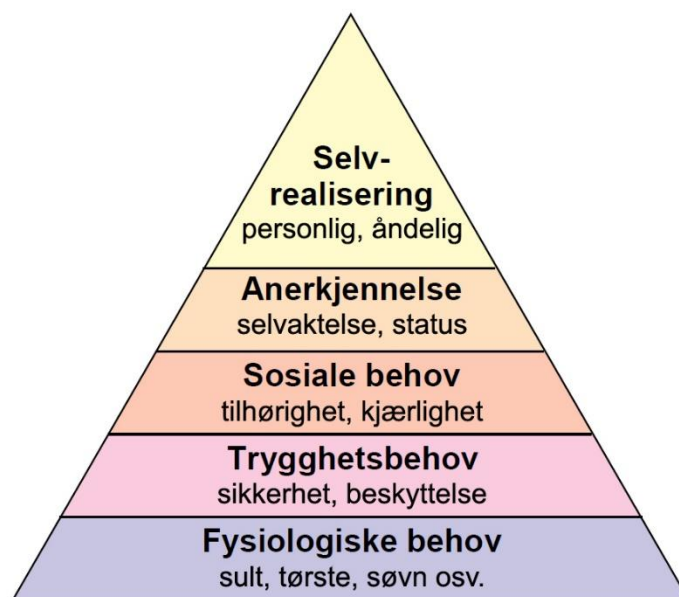


FIGURE 1. Maslow's behovs pyramide

Maslow trodde at et individ som ønsker å oppnå å være lykkelig i livet ville få disse åtte behovene oppfylt (Ventegodt, 2023). QoL teorien henger derfor sammen med Maslow's sin teori i henhold til at begge teoriene fokuserer på å øke livskvaliteten til individet.

Når vi ser på teorien i henhold til turisme mener studien fra Carneiroa, Eusébioa og Caldeira at QoL kan ha et stort potensial for fremtiden. Hovedfokuset er satt på forholdet mellom turisme og innbyggerne. Studien forsker på hvordan og hvorfor turisme påvirker lokalsamfunnet. Det finnes mange ulike meninger blant forskerne om hva som kan øke kvaliteten av livet. QoL teorien er derfor en avgjørende faktor som kan hjelpe å forbedre den helhetlige livskvaliteten. Studien deres mener at faktorer som kan ha en påvirkning på deres QoL kan være med å påvirke utviklingsnivået til destinasjonen, sesongen, og økonomien til innbyggerne. Disse elementene kan skape en effekt på turismeaktiviteten og interaksjonen mellom innbyggerne og turister (Carneiroa, Eusébioa og Caldeira, 2018). En annen studie

referer til Andereck og Nyaupane som tar utgangspunktet i QoL skalaen som baserer seg på åtte overordnede kategorier: Samfunnets velvære, urbane problemer, livsstil, samfunnets stolthet og bevissthet, naturlig/ kulturell bevaring, økonomisk styrke, rekreasjonsfasiliteter, kriminalitet og rusmisbruk. De forskjellige faktorer kan være med på å påvirke livskvaliteten og eventuell stress og følelser som kan oppstå ved turismerelaterte opplevelser (Jordan, Vieira, Santos & Huang, 2023). Vi kan bruke disse elementene senere til å svare på undersøkelsen, noe som kan gi oss et bredere perspektiv om årsaker til hvordan innbyggerne reagerer og hva de føler når det gjelder cruiseturisme.

Når vi sammenligner SET og QoL teoriene må vi se på de som en helhet i samsvar med hvordan teoriene har en effekt på beboerne. SET brukes for det meste i henhold til de økonomiske faktorene. Teorien mener at samfunnet spiller en stor rolle for den helhetlige evalueringen når det kommer til holdninger lokalbefolkningen har for turisme. Når man ser på cruiseturismen vil innbyggerne få nytte av å utveksle varer og tjenester mellom passasjeren og det de lokale har å tilby. QoL har et bredere spekter når det kommer til innbyggernes verdier, normer og kulturelle bevaring. På grunn av at teorien retter seg etter kvaliteten av individet og hvordan man kan øke den helhetlige livskvaliteten, er den mer tilrettelagt når vi skal se på innbyggernes sosiale faktorer og hvilke effekter de har (Jordan, Vieira, Santos, Huang 2023). Vi må derimot ikke se bort ifra at vi kan bruke deler av SET teorien som kan være relevant i den helhetlige evalueringen. Som tidligere nevnt er miljø, økonomi og det sosiale knyttet i lag. Slik at den økonomiske delen kommer til å påvirke det sosiale. Lai, Pinto og Pintassilgo sin studie baserer seg på QoL teorien og bruker SET som grunnlag for sine forskninger. De mener at interaksjonen mellom innbyggerne og turistene spiller en stor rolle for kvaliteten for selve reiseopplevelsen. Studien mener at man kan bruke SET i samsvar med QoL, dette skjer hypotetisk om innbyggerne har en større positiv holdning på livskvaliteten enn en negativ holdning. Dette kan resultere med at beboerne får en økning i tilfredshet som henger sammen med QoL og den generelle økningen av livskvaliteten. Innbyggernes positive relasjon til turisme kan skape et sterkere bånd mellom turisten og de lokale. Lokalsamfunnet vil forme en sympatisk forståelse og føle seg nærmere tilknyttet til turistene dersom følelsen av en positiv utveksling skjer (Lai, Pinto and Pintassilgo, 2020).

3. Metode

3.1 Bakgrunn for valg av tema

Bakgrunnen for valg av temaet som omhandler cruisetrafikk i Norge og hvordan det påvirker lokalsamfunnet er basert på flere faktorer. For det første kommer inspirasjonen for valget av interesse for reiseliv og tidligere erfaring med å jobbe innenfor dette feltet. Noe som har ført til en nysgjerrighet rundt hvordan cruiseskip kan påvirke lokalsamfunn i Norge.

For det andre har det vært en jevn økning i antall cruiseskip som legger til norske havn de siste årene. Dette har skapt et behov for å undersøke hvordan dette påvirker lokalsamfunnene i nærheten av havnene, både positivt og negativt.

Videre er Norge en populær destinasjon for cruisetrafikk på grunn av landets vakre natur og rik kultur. Dette gjør Norge til et interessant studieobjekt når det gjelder å undersøke hvordan cruisetrafikken påvirker lokale samfunn og miljø. Å undersøke de sosiale faktorene som påvirker innbyggernes meninger har vært en viktig motivasjon for å velge temaet for denne studien. Dette skyldes at slike faktorer kan være avgjørende for hvordan lokalsamfunnene reagerer på økningen i antall cruiseskip og påvirkningen de har til hvordan de ønsker å utvikle turismen videre i fremtiden.

3.2 Metodetriangulering

Studien bruker metodetriangulering som skal ta for seg en blanding av kvantitativ og kvalitativ metode. Vi bruker denne typen metode for å få en mer helhetlig forståelse ved å undersøke problemstillingen fra ulike synsvinkler. Samtidig kan metodetriangulering hjelpe oss ved at vi samler inn data ved bruk av forskjellige metoder for å dobbeltsjekke om vi kommer frem til de samme svarene som har vært undersøkt tidligere (Sander, 2022). Dette gjøres med fokus på lokalbefolkningen i Norge og hvordan de blir påvirket av cruiseturismen.

Tidligere forskning gir et godt grunnlag for å sikre seg at spørsmålene er validert og pålitelige. Studien bruker derfor Thomas Arthur Delamere sin undersøkelse om innbyggernes oppførsel i turismål som kan gi et godt utgangspunkt for å utforme spørsmål om hvordan innbyggere opplever cruiseturisme. Kathleen L. Andereck og Gyan Nyaupanes undersøkelse

om livskvalitet ga i tillegg et godt grunnlag for å utforme spørsmål om hvordan innbyggere opplever virkningene av turisme på deres livskvalitet.

3.3 Datainnsamling

Spørreundersøkelsen ble gjennomført i april 2023 som baserer seg på lokale innbyggere i Norge med fokus på deres syn på cruiseindustrien. Undersøkelsen tar i bruk Delamere, Andereck, og G. Nyaupane sitt arbeid om sosial påvirkning, virkningene av turisme på beboernes livskvalitet og interaksjonen mellom lokale og turister. Studien tok i bruk snøballmetoden, hvor undersøkelsen har blitt delt gjennom sosiale medier og bekjente rundt omkring i Norge. Innsamlings metoden har gjort det mulig å få hjelp til å spre spørreskjemaet slik at forskningen samlet flest mulig svar (Sangkyun, Eerang, 2021).

Forskningen brukte SurveyXact og SPSS som er et verktøy for å lage og analysere undersøkelser. Det ble utviklet et spørreskjema med 27 spørsmål som forsket på de sosiale faktorene som spiller en rolle for innbyggernes meninger om cruise. De fleste spørsmålene hadde svaralternativer fra 1-5 der 1 hovedsakelig er svært negativt og 5 svært positivt.

Hensikten med undersøkelsen var å få en innsikt i hvordan lokale innbyggere opplever cruiseindustrien og dens påvirkning av samfunnet. Ved å undersøke hvordan innbyggernes syn på turisme og interaksjon med turister påvirker deres holdninger til cruise kan vi se hva som er lik med tidligere artikler og teoriene som brukes for innbyggernes sosiale oppfatninger. En omfattende litteraturstudie kan gi et solid grunnlag for å utforme relevante spørsmål og sikre at spørreskjemaet er i tråd med tidligere forskning og funn på området (Carneiroa, Eusébioa og Caldeira, 2018).

Undersøkelsen ble avsluttet 25. april og fikk totalt 617 svar, hvor 218 av personer fullførte spørreskjemaet. Gjennom analysen skal vi se bort ifra useriøse svar og ta hensyn til at ikke alle fullførte spørsmålene noe som kan ha en effekt på den helhetlige evalueringen.

Forskningen viser at det totalt var 56% kvinner og 44% menn som deltok i undersøkelsen. Det var en relativ lik prosentandel av begge kjønn som svarte på undersøkelsen, noe som viser at spørreundersøkelsen kan ha blitt fordelt likt når den har blitt sendt ut.

Tabell 1.1

		Kjønn			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	96	44,0	44,0	44,0
	2	122	56,0	56,0	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

1 (Mann) 2 (Kvinne)

Tabell 1.2

		Alder			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	46	21,1	21,1	21,1
	2	118	54,1	54,1	75,2
	3	21	9,6	9,6	84,9
	4	13	6,0	6,0	90,8
	5	10	4,6	4,6	95,4
	6	5	2,3	2,3	97,7
	7	5	2,3	2,3	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(1 = Under 20, 2 = 21-30, 3 = 31-40, 4 = 41-50, 5 = 51-60, 6 = 61-70, 7 = Over 70)

Svarene ovenfor viser aldersfordeling blant deltakerne i undersøkelse. Her kunne vi se en betydelig forskjell i aldersgruppene. Den største andelen av besvarelsene lå på 54,1 % som var over halvparten av innsamlende svar. Denne aldersgruppen var mellom 20 og 30 år. Årsaken til dette kan være på grunn av at spørreskjemaet ble spredd via sosiale medier. I tillegg var det en betydelig andel av deltakerne som var under 20 år. Dette kan ha vært på grunn av snøballmetoden som ble brukt for å spre undersøkelsen til mine bekjente. Noe som kan ha ført til at det spredte seg spesielt til den yngre aldersgruppene. Tidligere studier viser til at ungdom er mer sosialt aktiv, noe som kan være grunnen til at de fleste som har svart er innenfor den yngre målgruppen. Det er derfor viktig å ta hensyn til aldersfordelingen når man tolker resultatene fra undersøkelsen, da aldersgruppen kan ha innvirkning på svarene som ble gitt.

Tabell 1.3

		Relasjon			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	16	7,3	7,3	7,3
	2	80	36,7	36,7	44,0
	3	107	49,1	49,1	93,1
	4	12	5,5	5,5	98,6
	5	3	1,4	1,4	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(1 = svært positiv, 2= positiv, 3= hverken positiv eller negativ, 4= negativ, 5= svært negativ)

Correlations

		Alder	Relasjon
Alder	Pearson Correlation	1	-,159*
	Sig. (2-tailed)		,019
	N	218	218
Relasjon	Pearson Correlation	-,159*	1
	Sig. (2-tailed)	,019	
	N	218	218

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabell 1.4

		Relasjon2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	21	9,6	9,6	9,6
	2	98	45,0	45,0	54,6
	3	85	39,0	39,0	93,6
	4	10	4,6	4,6	98,2
	5	4	1,8	1,8	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(1 = svært positiv, 2= positiv, 3= hverken positiv eller negativ, 4= negativ, 5= svært negativ)

Correlations			
		Alder	Relasjon2
Alder	Pearson Correlation	1	-,200**
	Sig. (2-tailed)		,003
	N	218	218
Relasjon2	Pearson Correlation	-,200**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	
	N	218	218

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Besvarelsene omhandlet relasjon som de lokalet har i henhold til «cruiseturister» i tabell 1.3 og «andre turister» i tabell 1.4. Forskningssvarene viser at lokalbefolkningen har en relativ positiv relasjon til både cruiseturister og andre turister. Tabell 1.4 viser at flere har svart på svaralternativ 2. Denne prosent andelen ligger på 45% derimot har tabell 1.3 fått 36,7%. Dette viser at det er flere deltakere som har svart at de har en større positiv relasjon til andre turister. Man må derimot huske at begge tabellene har en større andel som har en tilfredsstillende oppfatning av turistene som kommer til byen. Forskjellen på svarene kan ha oppstått på grunn av forskjellige faktorer. For det første kan en av grunnene til at de lokale har en nøytral relasjon til cruisepassasjerer være fordi turistene tilbringer et hvis antall timer i byen før de drar videre. Mens andre turister har muligheten til å være der i flere dager eller uker. Dette kan spesielt skje siden cruiseturister ofte følger en fastsatt reiserute som gir dem begrenset tid til å utforske byen. Dette kan være årsaken til at gjestene ikke rekker å integrerer med de lokale eller at tiden på havnen ikke er nok til å lære om kulturen og samfunnet de er i. Den totale oppfatningen som lokalbefolkningen har av cruiseturister, kan derfor bli påvirket (Hurtigruten, 2023).

En korrelasjon ble gjennomført på begge tabellene som sammenlignet sammenhengen mellom alder og relasjon. Den første korrelasjonen viste en svak sammenheng av at den eldste målgruppen hadde en svær positiv relasjon til turister som ankommer med skip. En av grunnene for dette kan være manglende erfaring som kan skape nysgjerrighet og påvirke lokalsamfunnet til å ha positiv relasjon uten at dem har hatt en interaksjon med cruiseturistene fra før av. Den andre korrelasjonen viste en sterk sammenheng av at de eldste har en svær positiv relasjon til andre turister. Resultatene som ble funnet kan være på grunn av at cruiseturisme er sesongbasert, mens andre turister kan besøke Norge året rundt som øker sjansen for interaksjonen mellom begge partene. Dette kan styrke forholdene de lokale har til turistene. I tillegg kan andre faktorer spille inn for å påvirke meningen de har.

Korrelasjonen beskriver en statistisk sammenheng mellom variablene, men den gir ikke en årsakssammenheng. Dette betyr at selv om det er en sammenheng mellom alder og relasjonen de lokale har til cruiseturister og andre turister, kan det være flere faktorer som spiller inn. Det er nødvendig å jobbe videre med forskningen for å forstå et mer komplett bilde av sammenhengen.

Tabell 1.5

		Oppfatning			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	20	9,2	9,2	9,2
	4	71	32,6	32,6	41,7
	5	102	46,8	46,8	88,5
	6	21	9,6	9,6	98,2
	7	4	1,8	1,8	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(3 = svært positivt, 4 = positiv, 5= nøytral, 6 = negativ, 7 = svært negativ)

Correlations			
		Alder	Oppfatning
Alder	Pearson Correlation	1	-,277**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	218	218
Oppfatning	Pearson Correlation	-,277**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	218	218

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabell 1.6

		Økonomi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	29	13,3	13,3	13,3
	2	105	48,2	48,2	61,5
	3	75	34,4	34,4	95,9
	4	8	3,7	3,7	99,5
	5	1	,5	,5	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(1 = svært positiv, 2= positiv, 3= hverken positiv eller negativ, 4= negativ, 5= svært negativ)

Correlations

		Alder	Økonomi
Alder	Pearson Correlation	1	-,153*
	Sig. (2-tailed)		,024
	N	218	218
Økonomi	Pearson Correlation	-,153*	1
	Sig. (2-tailed)	,024	
	N	218	218

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Ovenfor er besvarelsene fra spørsmålet som omhandlet om hvordan cruiseturisme påvirker den generelle oppfatningen av turister. Her viser svarene at 46,8% føler at cruiseturisme står nøytralt, som gjør at påvirkningen på turister ikke endres. Dette kan være fordi deltakerne ikke har hatt en interaksjon med cruiseturister eller at cruisepassasjerer ikke har påvirket deres generelle oppfatning av turister. Hvis vi ser på resterende prosentandel ser vi at 32,6% og 9,2 % oppfatter cruiseturisme positivt. I tillegg ser vi at korrelasjonen mellom alder og økonomi som viser en svak sammenheng mellom at den eldre målgruppen og relasjonen de har på at cruise bidrar økonomisk til samfunnet. Dette kan blant annet være på grunn av at de lokale kan ha en oppfatning av at turister legger igjen penger ved å handle i lokalbutikker, restauranter, eller booker turer ved havnen istedenfor på cruiseskipet. Når vi sammenligner oppfatningen til turister og hvilken effekt cruiseturisme har økonomisk, ser vi at 48,2% av økonomi statistikken har en positiv oppfatning av cruise. Dette kan være på grunn av at de lokale eier en bedrifter/lokaler som tjener positivt av at turistene kommer til havn. I tillegg kan størrelsen på havn ha noe å si om hvordan oppfatningen av økonomiske fordeler kan påvirke lokalsamfunnet. Selv om beboerne har en positiv assosiasjon til at cruiseturister bidrar økonomisk, trenger det nødvendigvis ikke å være sant. Dette er fordi cruiseselskapene tilbyr mange inkluderte aktiviteter, måltider og underholdningstilbud om bord, noe som betyr at turistene ikke trenger å bruke så mye penger når de er på land. Pakketilbud og diverse prisavtaler for turistene kan forhåndsbestilles før de skal reise til sin destinasjon. Dette kan ofte fører til at turister ikke etterlater mye penger på en havn. Det er ikke alle som vet om at de fleste cruiseturister drar på utflukter som allerede er inkludert i pakketilbudene eller at de spiser maten ombord på skipet istedenfor å dra på restaurant. Dette henger også i lag med «The Social Exchange Theory» som viser til at de lokale har en positiv oppfatning av cruise når de får noe til gjengjeld som blant annet kan være gjennom penger de etterlater i en havn (Hurtigruten, 2023).

Korrelasjonen som ble utført viste en bra sammenheng mellom alder og hva den generelle oppfatningen er om cruiseturisme, som bringer turister til samfunnet. Forskningen viste at den eldste målgruppen har en svært positiv oppfatning. Grunnen til dette kan være faktorene som ble nevnt tidligere i studien. Eksempler på dette kan være økonomi, nysgjerrighet og kultur som cruiseturisme kan bringe med seg og etterlate i en havn. De eldre kan allerede ha formet en mening uten å ha møtt cruisepassasjerer basert på tidligere erfaring de har hatt med cruise. Dette kan være et tegn på at de assosierer cruiseturisme som positivt for samfunnet de bor i.

Tabell 1.7

Kulturopplevelse					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	14	6,4	6,4	6,4
	4	68	31,2	31,2	37,6
	5	120	55,0	55,0	92,7
	6	15	6,9	6,9	99,5
	7	1	,5	,5	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(3=svært positiv, 4= positiv, 5= nøytral, 6= negativ, 7= svært negativ)

Tabell 1.8

Kulturopplevelse2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	14	6,4	6,4	6,4
	3	84	38,5	38,5	45,0
	4	104	47,7	47,7	92,7
	7	12	5,5	5,5	98,2
	8	4	1,8	1,8	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(1 = svært positiv, 3= positiv, 4= nøytral, 7= negativ, 8= svært negativ)

Studien har fokusert på to av spørsmålene: Kulturopplevelsen og om cruiseturisme har en positiv kulturell innvirkning for samfunnet. Tabell 1.7 og 1.8 har høyest prosentandel som mener at cruise har en nøytral innvirkning for kulturopplevelsen. Resterende prosentandel for begge tabellene viser en relativ positiv påvirkning. Når vi sammenligner svarene vi har fått

med Andereck og Nyaupane sin forskning ser vi at Table 6.3 viser at turisme øker mot den positive siden. Forskingen deres hadde tre spørsmål som omhandlet forståelse av ulike kulturer, bevissthet om natur og kulturarv og muligheter til å delta i lokal kultur. Disse spørsmålene lå på en skala av 1-5 av viktighet over 3. Dette viser at lokale bryr seg om den kulturelle forståelsen. Dette kan også veies opp mot «The Quality Of Life metoden» som viser at begge studiene har en nøytral eller positiv relasjon når det kommer til turisme og innvirkningen de har for den kulturelle opplevelsen (Andereck & Nyaupane, 2011). Det ble i tillegg gjennomført en korrelasjonsanalyse som viste ingen sammenheng for begge tabellene.

Tabell 1.9

Rutineforstyrrelser					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	16	7,3	7,3	7,3
	2	66	30,3	30,3	37,6
	3	64	29,4	29,4	67,0
	4	54	24,8	24,8	91,7
	5	18	8,3	8,3	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(1 = Sterk enig, 2 = Enig, 3 = Verken enig/ Uenig, 4 = Uenig, 5 = Sterkt uenig)

Correlations			
		Alder	Rutineforstyrrelser
Alder	Pearson Correlation	1	,209**
	Sig. (2-tailed)		,002
	N	218	218
Rutineforstyrrelser	Pearson Correlation	,209**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	
	N	218	218

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabell 2.0

Transportmuligheter					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	28	12,8	12,8	12,8
	2	59	27,1	27,1	39,9
	3	26	11,9	11,9	51,8
	4	6	2,8	2,8	54,6
	7	99	45,4	45,4	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(1= Ingen Påvirkning, 2= Lite påvirkning, 3= En del påvirkning, 4= Stor Påvirkning, 7= nøytral)

Tabell 2.1

Fritidsfasiliteter					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	32	14,7	14,7	14,7
	2	69	31,7	31,7	46,3
	3	89	40,8	40,8	87,2
	4	19	8,7	8,7	95,9
	5	9	4,1	4,1	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(1 = Blir ikke overbrukt, 2= Lite overbrukt, 3= nøytral, 4= ganske overbrukt, 5= svært overbrukt)

Correlations			
		Alder	Fritidsfasiliteter
Alder	Pearson Correlation	1	-,188**
	Sig. (2-tailed)		,005
	N	218	218
Fritidsfasiliteter	Pearson Correlation	-,188**	1
	Sig. (2-tailed)	,005	
	N	218	218

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Forskningen hadde nesten like mange deltakere som var enig med 30,3% og uenig med 24,8% om at cruiseturister kan forstyrre de vanlige hverdags rutiner til lokalbefolkningen. Dette kan være fordi de lokale kan blir påvirket av ulike faktorer som utgjør den helhetlige

meningen de har. Den negative relasjonen kan ha oppstått på grunn av økt trafikk av cruiseturister som samler seg på destinasjonen. Dette kan påvirke tilgangen til butikker, restauranter og andre virksomheter beboerne bruker på en daglig basis. Det ble gjort en korrelasjon mellom alder og rutineforstyrrelser som viste en sterk sammenheng med at den eldremålgruppen føler at cruise ikke forstyrrer hverdagslivet. Dette kan være fordi cruiseankomsten kan skape nysgjerrighet og glede. Hurtigruten er et godt eksempel på skip som mange av den norske befolkningen har reist med gjennom årene, og for mange kan det å se båten legge til havn være en glede. Mange av Hurtigrute skipene tillater beboerne i en havn til å besøke skipet og drikke kaffe ombord. Dette kan være med på å skape en stor glede for de lokale. I tillegg kan cruiseskip være fascinerende å se på, noe som kan tilby en variasjon for hverdagen. De eldre kan også forbinde cruise med arbeidsmuligheter og kan se på det som en kilde til økonomiske fordeler. Dette ser man spesielt for den eldre generasjonen som jobber innenfor cruiseindustrien (Hurtigruten, 2023).

På noen destinasjoner kan transportmulighetene være en faktor som kan forstyrre beboernes rutiner. I Tabell 2.0 vises det at flertallet ikke blir påvirket negativt av at cruisegjestene bruker transport når de kommer til en havn. Det ble i tillegg gjennomført en korrelasjon mellom alder og effekten transport har på lokalsamfunnet som ikke viste en sammenheng. De fleste har en nøytral relasjon til turistene som bruker transportmulighetene, der 45,4 % har en nøytral mening. Resterende prosentandelen retter seg mot at de lokale mer eller mindre ikke blir påvirket av at turister bruker offentlige transportmuligheter. En av grunnene for dette er at de ofte har «Shuttle busser» som er busser som bare er tilgjengelige for cruisepassasjerer som gjerne bestilles i forkant av agenten til skipet. Disse bussene transporterer turisten fra A til B uten at det forstyrrer lokalerutiner. Som nevnt tidligere er de fleste turister også på utflukter når de ankommer en havn som gjør at de veldig ofte ikke får tid til å besøke byen de er i. Negative svar kan i tillegg ha oppstått på grunn av fordommer beboerne ofte allerede har i henhold til cruise eller generelle turister. Dette skjer veldig ofte i henhold til stereotyper ved interaksjonen mellom de lokale og turister. Fordommer om hvordan cruiseturistene oppfører seg som kan være avgjørende for holdningene de har til cruisegjestene uten å måtte ha hatt interaksjoner med de fra før (Fan & Jia, 2023).

Forskningen har i tillegg spurt om samfunnet føler at det blir en overbruk av offentlige fritidsfasiliteter, noe som visste seg at de fleste ikke merket en påvirkning av overbruk. Flertallet hadde en nøytral mening eller syntes at det var en liten økning men ikke nok til at folk ble påvirket av dette. Det ble i tillegg gjennomført en korrelasjon som visste en bra

sammenheng av at den eldre målgruppen stort sett var enige i om at det ikke var overbruk av fritidsfasiliteter. Grunnene for dette kan være fordi cruiseskip ofte kommer veldig tidlig på dagen. Dette gjør at de lokale ikke merker en økning fordi mesteparten av lokalbefolkningen er på jobb på denne tiden av dagen. Dette ser man spesielt fordi de fleste cruiseanløpene kommer i løpet av ukedagene. I tillegg oppholder cruisepassasjerer seg som regel bare på offentlige fasiliteter i en kort periode. Man merker dette spesielt om gjestene er på utflukt, slik at de lokale ikke føler at destinasjonene blir overfylt av mennesker (Hurtigruten, 2023).

Tabell 2.2

		Privativ			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	2,3	2,3	2,3
	2	45	20,6	20,6	22,9
	3	13	6,0	6,0	28,9
	4	1	,5	,5	29,4
	5	154	70,6	70,6	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(1 = svært positiv, 2= positiv, 3= negativ, 4= svært negativ, 5= hverken enig eller uenig)

		Correlations	
		Alder	Privativ
Alder	Pearson Correlation	1	-,229**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	218	218
Privativ	Pearson Correlation	-,229**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	218	218

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Det ble gjort en korrelasjon mellom alder og hvordan cruisepassasjerer påvirker privatlivet til de lokale. Dette viser en god sammenheng av den eldremålgruppen og den positive relasjonen de har. De eldre har som oftest tidligere erfaring når det kommer til turisme og reiseliv som kan gi et godt grunnlag for å vise en form for åpenhet til turister som ankommer destinasjonen. Studien har også vist flere positive faktorer tidligere i forskningen som blant annet omhandler relasjon, økonomi og fritidsfasiliteter som kan styrke den positive relasjonen den eldre målgruppen har. Erfaringen de eldre har kan øke sjansen for å ønske turister velkommen og ikke se det som en forstyrrelse for hverdagen. I tillegg kan innbyggerne få

glede av å vise frem sin kultur og den lokale historien som kan være med å styrke identitet og stolthet av den eldre målgruppen. Cruise tilbyr forskjellige aktiviteter som de lokale kan delta i. Dette kan for eksempel være gjennom guidede turer, noe som gir økonomisk støtte til de lokale og en interaksjon mellom cruisepassasjerene. Dette kan være med på å styrke båndet mellom begge partene.

Når vi ser på tabellen ser vi at 70,6 % har svart at de er hverken enig eller uenig om at cruise påvirker privatlivet til de lokale. Grunnen til dette kan være at cruise ikke påvirker de lokale direkte. Dette ser man spesielt på grunn av at cruisepassasjerene oppholder seg hovedsakelig rundt havnen eller turistområder som nødvendigvis ikke påvirker nabolaget rundt.

Tabell 2.3

Hærverk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	94	43,1	43,1	43,1
	3	19	8,7	8,7	51,8
	4	93	42,7	42,7	94,5
	5	8	3,7	3,7	98,2
	6	4	1,8	1,8	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(1= ingen økning, 3= liten økning, 4= usikker, 5 = mye økning, 6 = svær mye økning)

Correlations			
		Alder	Hærverk
Alder	Pearson Correlation	1	-,232**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	218	218
Hærverk	Pearson Correlation	-,232**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	218	218

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabell 2.4

		Kriminalitetsnivå			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	1,4	1,4	1,4
	4	26	11,9	11,9	13,3
	5	170	78,0	78,0	91,3
	6	10	4,6	4,6	95,9
	7	9	4,1	4,1	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(3= betydelig økning, 4 = liten økning, 5 = uendret, 6= liten reduksjon, 7 = betydelig reduksjon)

Correlations			
		Alder	Kriminalitetsnivå
Alder	Pearson Correlation	1	,146*
	Sig. (2-tailed)		,031
	N	218	218
Kriminalitetsnivå	Pearson Correlation	,146*	1
	Sig. (2-tailed)	,031	
	N	218	218

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Studien viser at de lokale har en relativ lik mening når det kommer til kriminalitet og hærverk. Forskningen viser til at begge faktorene ikke blir påvirket av at cruiseskipene ankommer norsk havn. Tabell 2.3 viser at 43,1 % mener at det er ingen økning og 42,7 % er usikker som kan bety at de ikke føler en endring i hærverks nivået. Det samme gjelder tabell 2.4 ved at 78% av befolkningen har svart at kriminalitetsnivået blir uendret. Det ble i tillegg gjennomført en korrelasjon som viser en sterk sammenheng mellom de eldre og ingen økning på hærverk. Den andre korrelasjon viser en svak sammenheng mellom de eldre og en betydelig reduksjon i kriminalitet. Begrunnelsen for svarene som er gitt kan være på grunn av at cruiseindustrien har strenge sikkerhetsprotokoller og tar sikkerheten til sine passasjerer og mannskapet veldig alvorlig. I tillegg til dette har cruiseskip overvåkning av skipet og områdene rundt. Dette inkluderer et samarbeid med lokale myndigheter for å skape en trygg opplevelse for passasjerene og det lokale samfunnet. Havnen bestiller sikkerhetsvakter som skal overvåke inngangen før passasjerene er tillatt til å gå tilbake om bord. Cruiseskip har som oftest strenge regler og restriksjoner som gjør det forbudt for å ta med seg våpen eller

narkotika ombord. I tillegg får de fleste passasjerene ikke lov til å ta med alkoholen de har kjøpt på lokale steder ombord. Sikkerhetsvakten vil konfiskere alt av alkoholprodukter og gjesten vil kun få dette tilbake når de forlater skipet ved siste havn. Høy sikkerhet og prosedyrene skipene har bidrar til å minske sjansen for kriminelle handlinger ombord og ved havnen.

Gjestene bestiller som oftest inkluderte turer på forhånd før de starter cruise reisen, som tilbyr en rekke aktiviteter og opplevelser de kan velge mellom. Mange cruiseskip har forskjellige stopp gjennom flere destinasjoner i Norge som gir passasjerer muligheten til å utforske lokal kultur og attraksjoner. Dette kan føre til økonomisk vekst og styrke følelsen av samfunnsansvar hos turister som kan hjelpe til å redusere kriminalitet og hærverk. Vi ser at det kan være noen isolerte tilfeller av kriminalitet og hærverk på cruiseskip, men som regel er det lite sannsynlig at disse problemene er knyttet til cruiseturisme i en helhet (P&O Cruises, 2023). I tillegg til dette er de fleste som reiser på cruise opptatt mest opptatt av å nyte ferien og å lære mer om destinasjonen de skal reise til. Dette kan henge sammen med begge korrelasjonen som ble gjennomført og viser at den eldremålgruppen kan anta at den type turister er mindre involvert i hærverk og kriminelle aktiviteter enn andre grupper basert på oppfatningen de har av passasjerer og eventuell tidligere erfaringer.

Når vi ser på kriminalitetsnivået i henhold til Andereck og Nyaupaune sin forskning ser vi også at begge studiene viser en relativ lav turist effekt. Noe som betyr at forskningene viser til at kriminaliteten ikke øker på grunn av turisme. Deres studie viser også til hvor viktig det er å forebygge alt av ulovligheter. Dette henger i tråd med QoL teorien, der trygghet er på andreplass på bunnen av behovspyramiden. For å oppnå økt livskvalitet må sikkerhet være på plass. Både turisten og lokalbefolkningen opplever en høy grad av trygghet som vil skape tillit mellom begge partene. Turistene vil føle seg trygge, slik at de kan nyte ferien uten å bekymre seg for personlig sikkerhet mens den lokale vil få en følelse av at deres privatliv og eiendom beskyttes. Dette skaper en harmoni mellom begge partene og styrker forholdet mellom turister og samfunnet (Andereck og Nyaupaune, 2011).

Tabell 2.5

Arbeidsmarkedet					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	34	15,6	15,6	15,6
	2	107	49,1	49,1	64,7
	3	71	32,6	32,6	97,2
	4	6	2,8	2,8	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(1= svært positivt, 2= positiv, 3= ingen innvirkning 4= negativ, 5= svært negativ)

Correlations			
		Alder	Arbeidsmarkedet
Alder	Pearson Correlation	1	-,150 [*]
	Sig. (2-tailed)		,027
	N	218	218
Arbeidsmarkedet	Pearson Correlation	-,150 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	,027	
	N	218	218

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Når det kommer til effekten cruiseturismen har for arbeidsmarkedet i lokalsamfunnet ser vi at flertallet har svart 49,1%. Dette viser altså at de lokale føler at cruise gir en positiv effekt. Det ble gjennomført en korrelasjon som viser en svak sammenheng mellom den eldre målgruppen og at cruise har en svært positiv effekt for arbeidsmarkedet. Cruiseindustrien tilbyr et bredt spekter av arbeidsplasser som for eksempel kan være: kapteiner, mannskap, kokker, renholdspersonell, butikkansatte, kundeservice, underholdning, agenter og lokale guider som trengs for hver havn gjestene skal besøke. Dette gir en god del arbeidsmuligheter for de lokale. Man ser dette spesielt på grunn av den store variasjon av yrker som trengs for å drive cruiseindustrien. Disse yrkene kan appellere til en bred gruppe mennesker og styrke karrieremuligheter som kan bidra til å utvide det lokale arbeidsmarkedet. Veldig ofte kan cruiseturismen være sesongavhengig, noe som kan gi flere jobbmuligheter. Dette kan være spesielt positivt for inntektskilden til de som opplever lavere aktivitet andre deler av året. Man ser denne økningen spesielt for den eldre målgruppen. Cruise kan i tillegg ha en positiv effekt på andre næringer. Produkter og tjenester som restauranter, butikker og lokale operatører kan oppnå økt etterspørsel når cruiseskip ankommer havnen. Dette kan skape

større behov for arbeidsplasser i det lokalområdet som kan bidra til en økonomisk vekst for samfunnet. Resterende prosent andel har for det meste svart at cruise har «ingen innvirkning» for arbeidsmulighetene. Det er derfor viktig å merke seg at effekten de har kan variere avhengig av størrelsen på skipet, destinasjonen de besøker og samarbeidet cruiseselskapene har med lokalsamfunnet (P&O Cruises, 2023).

Tabell 2.6

Cruisefredogro					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	5,5	5,5	5,5
	2	64	29,4	29,4	34,9
	3	31	14,2	14,2	49,1
	4	7	3,2	3,2	52,3
	5	104	47,7	47,7	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(1=Svært positivt, 2=Positivt, 3= Negativt, 4= Svært negativt, 5= Hverken uenig/enig)

Correlations			
		Alder	Cruisefredogro
Alder	Pearson Correlation	1	-,150*
	Sig. (2-tailed)		,027
	N	218	218
Cruisefredogro	Pearson Correlation	-,150*	1
	Sig. (2-tailed)	,027	
	N	218	218

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabell 2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	5,0	5,0	5,0
	2	58	26,6	26,6	31,7
	3	37	17,0	17,0	48,6
	4	4	1,8	1,8	50,5
	5	108	49,5	49,5	100,0
	Total	218	100,0	100,0	

(1=Svært positivt, 2=Positivt, 3= Negativt, 4= Svært negativt, 5= Hverken uenig/enig)

		Alder	Cruisepassasjerfredogro
Alder	Pearson Correlation	1	-,180**
	Sig. (2-tailed)		,008
	N	218	218
Cruisepassasjerfredogro	Pearson Correlation	-,180**	1
	Sig. (2-tailed)	,008	
	N	218	218

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Når vi ser på forskningen som ble gjort, har vi tatt to korrelasjons analyser av påvirkningen cruise og cruisepassasjerer har på følelsen av fred og ro for lokalsamfunnet. Den første korrelasjonen som omhandlet cruise viste en svak sammenheng mellom eldre og den positive effekten cruise har. Den andre korrelasjonen viser en sterk sammenheng mellom de eldre og den positive effekten cruisepassasjerer har på fred og ro. Begge korrelasjonene indikere en tilfredsstillende holdning som er på grunn av faktorer som ble nevnt tidligere i studien som blant annet kan være, økonomi, kultur og arbeidsmuligheter som kan styrke den positive relasjonen de lokale har i henhold til cruise. Når vi sammenligner svarene vi har fått må vi ta hensyn til de sosiale faktorene som påvirker innbyggerne. I tillegg vil vi se på «The Quality of Life» metoden og se hva som er likt i henhold til Kathleen L. Andreck og Gyan Nyaupane`s sin forskning. På deres spørreskjema sto fred og ro øverst på listen som visste

seg å være et meget viktig punkt for livskvaliteten for lokalsamfunnet. Spørsmålene vi stilte i samsvar til fred og ro var hvordan cruiseskip og cruisepassasjerer påvirket dette. Over 40% av besvarelsene på begge tabellene var usikker hvordan cruise og cruisepassasjerer påvirket de. Dette kan være en indikator på at cruise ikke har en effekt på deres fred og ro. Ellers hadde positive svar mer prosentandel enn negative. Dette viser at cruise ikke forstyrrer fred og ro til samfunnet og samsvarer forskningsresultatene til Andereck og Nyaupane. Dette ser vi spesielt når vi studerer Table 6.3 av forskningen deres når det kommer til effekten turister har for å bevare eller påvirke fred og ro. Deltakerne i begge sin forskning var på lik linje til at det nesten ikke ga noen innvirkning. Når vi ser på QoL metoden kan indikatoren for resultatene av besvarelsene være positiv fordi cruise og gjestene de bringer med seg viser respekt for de lokale, normer og kulturen til destinasjonen. Dette er en del av grunnlagene for QoL metoden og ligger på nummer 4 av behovspyramiden. «*Behovet for respekt eller å bli anerkjent*». Det viser at så lenge samfunnets velvære ikke blir forstyrret og cruiseaktiviteten vil bidra til en positiv effekt for samfunnet, vil de lokale ha en relativ tilfredsstillende holdning (Andereck, Nyaupane, 2011).

Konklusjon

Formålet med denne studien var å undersøke lokalbefolkningens preferanser og meninger i Norge når det gjelder cruiseskip som kommer til havn. Konklusjonen må tolkes med forsiktighet. For det første ble det gjort et tilfeldig utvalg av respondenter som mest sannsynlig ikke dekker alle synspunktene til de lokale i Norge. Fremtidig forskning kan løse dette ved å spesifisere hvor innbyggerne kom fra i landet for å få en mer representativ undersøkelse. Resultatene i spørreundersøkelsen viser en relativ optimistisk oppfatning som de lokale hadde i henhold til cruise og turistene de bringer med seg. Forskningen indikerer også at aktører og interessenter innen reiseliv som ønsker å fremme cruisenæringens vekst, kan dra nytte av samarbeid med lokale involverte parter. Samarbeidet med de lokale kan være gunstig da de kan bidra til planlegging av forskrifter og tiltak som kan redusere bekymringene blant lokalbefolkningen. Studien har fokusert på de sosiale faktorene som var bygd rundt en rekke spørsmål som skal kunne tolke effekten om hva som er viktig for innbyggerne og hvordan de lokale tolker effekten cruise har på sitt eget liv. Forskningen viser at selv om vi setter fokus på de sosiale faktorene er miljømessige og økonomiske faktorer like viktig for den helhetlige evalueringen. Det ble stilt en rekke spørsmål som dekket kultur,

miljø, transport, økonomi og fokus rundt privatlivet til de lokale som viste en relativ positiv besvarelse fra de lokale. Ved hjelp av Andereck og Nyaupanes sin undersøkelse fikk man en bredere forståelse om hvor viktig det var å ivareta lokalsamfunnets behov. Vi ser at «Quality of Life» metoden henger sammen med de sosiale faktorene og viser at livskvaliteten til innbyggerne økes dersom de grunnleggende behovene dekkes. Både de lokale og cruiseindustrien må vise en viss respekt for hverandre slik at begge partene kan føle seg trygge og omgås i harmoni på destinasjonen.

Det er i tillegg viktig å nevne at denne studien tok utgangspunktet i å utforske lokalperspektivet. For fremtiden bør det utarbeides en ny studie som setter søkelys på tilnærmingene fra turistperspektivet slik at man får en helhetlig forståelse over de ulike forholdene og hvordan de henger sammen.

KILDER

Andereck, K. L. & Nyaupan, G. (2011) *Development of a Tourism and Quality-of-Life Instrument*. Hentet fra: file:///C:/Users/sarah/Downloads/978-90-481-9861-0_6.pdf

Carneiro, M. J., Eusébio, C., & Caldeira, A. (2017) *The Influence of Social Contact in Residents' Perceptions of the Tourism Impact on Their Quality of Life: A Structural Equation Model*. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. Hentet fra: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/1528008X.2017.1314798?needAccess=true&role=button>

Delamere, T. A. (1998) *Development of a Scale to Measure Local Resident Attitudes Toward the Social Impact of Community Festivals*. Hentet fra: <file:///C:/Users/sarah/Downloads/2bdf3b34-22b0-4cdb-8c01-c6de352cf5f2.pdf>

Encyclopedia of Sociology. (18 August 2018) *Social Exchange Theory*. Hentet fra: <https://www.encyclopedia.com/social-sciences-and-law/sociology-and-social-reform/sociology-general-terms-and-concepts/social-exchange>

Fan, X. S. D. & Jia, G. (2022) *How do tourists respond to meta-stereotypes? Understanding their willingness to interact, self-presentation and the role of power*. Hentet fra: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517722001650>

Hurtigruten. (2023) *Praktisk informasjon om reiser langs norskekysten*. Hentet fra: <https://www.hurtigruten.no/norskekysten-praktisk-informasjon/reiseinformasjon-for-reisende-langs-norskekysten/>

Hurtigruten. (2023) *Utfluktspakker 23/24*. Hentet fra: [Utfluktspakker | Hurtigruten](https://www.hurtigruten.no/utfluktspakker)

Huy, N. V. (2020) *Resident perceptions toward tourism development in Nui Coc Lake, Vietnam: A social exchange theory approach*. Hentet fra: https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_57_vol_9_2_2020_vietnam.pdf

Jordan, E. J., Vieira, J. C., Santos, C. M., & Huang, T. (2020) *Do residents differentiate between the impacts of tourism, cruise tourism, and Airbnb tourism?* Hentet fra: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669582.2020.1833894?journalCode=rsus20>

Kim, S. & Park, E. (2021) *Journal of Hospitality & Tourism. An Integrated Model of Social Impacts and Resident's Perceptions: From a Film Tourism Destination*. Hentet fra: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/10963480211011641>

Lai, H. K., Pinto, P., & Pintassilgo, P. (2021). Quality of Life and Emotional Solidarity in Residents' Attitudes toward Tourists: The Case of Macau. *Journal of Travel Research*. Hentet fra: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0047287520918016>

NHO Reiseliv. (2023) *Cruise og Cruiseturisme*. Hentet fra: <https://www.nhoreiseliv.no/vi-mener/cruise-cruiseturisme/>

Postma, A. & Schmuecker, D. (15. November 2017.) *Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework*. *Journal of Tourism Futures*. Hentet fra: [Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework | Emerald Insight](#)

P&O Cruises. (2023) *Security Guide*. Hentet fra: <https://www.pocruises.com/legal-and-privacy/security>

P&O Cruises. (2023) *Explore our Careers*. Hentet fra: <https://www.pocruisescareers.co.uk/careers/>

Sander, K. (04. Februar. 2021). Metodetriangulering. Hentet 26. april 2023, fra <https://estudie.no/metodetriangulering/>

Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014) *Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts*. Hentet fra: [Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts - ScienceDirect](#)

Ventegodt, S., Merrick, J., Andersen, N. J. (2023) *Quality of Life Theory III. Maslow*. *The Scientific World Journal* 3 :1050-1057. Hentet fra: [file:///C:/Users/sarah/Downloads/Quality_of_Life_Theory_III_Maslow_Revisited%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/sarah/Downloads/Quality_of_Life_Theory_III_Maslow_Revisited%20(1).pdf)

World Tourism Barometer. (Januar, 2023) UNWTO -[World Tourism Barometer: January 2023 | UNWTO \(unwto-ap.org\)](#)