



En kvalitativ undersøkelse om tålegrensen av
turisme i et småsamfunn som Træna

Sunniva A. Remmen

2. September 2019

Forord

Debatten om masseturisme har aldri vært mer aktuell enn nå. Flere destinasjoner globalt opplever at lokalsamfunnene slites ut som en konsekvens av for mye turisme på de respektive destinasjonene. Denne rapporten hensikter å kartlegge de sosiale påvirkningene nye tiltak angående turisme vil ha for et småsamfunn som Træna.

Rapporten er utviklet på bakgrunn av en undersøkelse gjennomført blant lokalbefolkningen på Træna. Den beskriver lokalbefolkningens erfaringer og opplevelser rundt turisme og deres tanker, følelser og holdninger mot økte satsninger i henhold til turisme. Rapporten hensikter å kartlegge en «gråsone» som innbyggerne i Træna kommune anser som «tålelig». Ønskelig prøver rapporten å fremme et bilde på situasjonen som kan bistå som et supplement i fremtidig utvikling og satsninger.

Denne rapporten er utviklet på oppdrag gjennom en sommerjobb under prosjektet «Testsone Træna», som er et pågående forskningsprosjekt finansiert av Norsk Forskningsråd. Træna kommune har fått med seg Visit Bodø, Hvitserk of Norway AS, Proneo AS og Møreforskning Molde for å utføre prosjektet der den overordnede ideen er «å utvikle og etablere en testsone hvor man kan eksperimentere med metoder og prosesser for å skape fremtidens bærekraftige reiselivsopplevelser og levedyktige lokalsamfunn». Undersøkelsen pågikk mellom perioden juni og september 2019. Rapporten inngår som en delundersøkelse av prosjektet.

En stor takk rettes til alle informanter som stilte opp i undersøkelsen. Stort engasjement rundt temaet ble vist gjennom undersøkelsesperioden noe som tyder på at dette var et tema som opptar folk.

Takk til Møreforskning Molde som har vært behjelpelig med utforming av spørreundersøkelser og intervjuguide.

En takk rettes også til Træna kommune ved utviklingssjef Moa Bjørnson som har vært en god veileder og støttespiller. Træna kommune takkes for utlån av kontor, møterom og utstyr.

Hilsen

Sunniva Antonsen Remmen
Prosjektleder av undersøkelsen
Træna kommune

Rapportens innhold

Sammendrag.....	2
Innledning – øysamfunnet Træna	3
Metodiske tilnærminger	5
Kvalitativ forskningsdesign med et supplement av kvantitativ	5
Utvalg og rekruttering	5
Gjennomføringen av workshops	5
Gjennomføringen av spørreundersøkelsen	6
Gjennomføringen av semi-strukturete intervju	6
Analyse og begrensning.....	6
Resultatenes oppbygging	7
Resultater	8
<i>Del 1: Nåtidsperspektivet – Kjennetegn ved positive og negative opplevelser knyttet til</i>	8
<i>turisme på Træna</i>	8
Træna som reisedestinasjon	8
Lokalbefolkningens syn på en fremtid innenfor turisme.....	9
Lokalbefolkningens opplevelse av nåværende turisme.....	10
<i>Del 2: Identiteten til Træna – påvirkningen av økt turisme</i>	12
Besøkenes opplevelse av Træna om destinasjon.....	12
Endret adferd folk imellom	13
Den lokale stoltheten	13
Ønsket antall innbyggere.....	14
<i>Del 3: Type og mengde av turisme – hva vil lokalbefolkningen ha</i>	15
Scenariobaserte kartlegginger.....	15
Ulike typer og tilhørende mengde hele året	15
Periodevise typer og mengder	17
<i>Del 4: Hvordan ønsker lokalbefolkningen å involvere seg ved nye satsninger innenfor turisme?</i>	18
Opplevd dugnad	18
Fremtidig Involvering	18
Informasjon og tilrettelegging for deltakelse.....	18
<i>Del 5: Fremtidsperspektivet -utfordringer og positive ringvirkninger</i>	20
Hurtigruten – en gjennomførbar satsning?	20
Utfordringer lokalbefolkningen bekymrer seg over ved satsninger vedrørende økt turisme.....	21
Verdsatte positive effekter	23
Diskusjon/Analyse:	24
Konklusjon.....	24
Referanser.....	26

Sammendrag

Denne rapporten baserer seg på en case studie med kvalitativ forskningsdesign hvorav kvantitativ metode har bidratt som et supplement til undersøkelsen. Tilsammen ble det gjennomført 21 individuelle semi-strukturerte intervju, tre workshops og én digital spørreundersøkelsen. Rapporten hensikter å kartlegge de sosiale påvirkningene nye tiltak innen turisme vil ha for samfunnet gjennom å besvare problemstillingen:

«Hvor mye turisme tåler Træna?»

For å besvare problemstillingen har følgende forskningsspørsmål blitt stilt:

«Hvilke erfaringer har Træna av når besøksmengde og besøkstyper er passe?»

og

«Hva er tålegrensen for hvor mange gjester de ønsker?»

Undersøkelsen viser at innbyggerne i Træna kommune er generelt positive til nye satsninger. En enighet om en øvre grense for å beholde kontroll er ettertraktet og det kommer frem en beregning på hvor denne grensen ligger. De angitte tallene hensikter nødvendigvis ikke å fremstille en fasit på tålt mengde, men heller en indikasjon på et prinsipielt estimat. Både fastboende, hytte/huseiere og tilreisende ble inkluderte målgrupper for undersøkelsen.

Innledning – øysamfunnet Træna

Kommunen og øygruppen Træna befinner seg 66 grader nord i Norge – rett ved polarsirkelen. Det er registrert 456 innbyggere ved inngangen av 2019 (SSB) hvorav omlag 400 bor på Husøy, 55 på Selvær og resten fordeler seg på Sanna og Sandøy.

Flyttingsmønsteret ut og inn av kommunen viser at befolkningsveksten har hatt en konstant reduksjon de siste tiårene. Mangel på data gjør at det er uvisst hvor mange av innbyggerne som er tilflyttet. Statistikken tar ikke hensyn til de som har vært fraværende en periode eksempelvis ved at en har blitt født, fraflyttet, og siden kommet igjen. Å bruke tallene fra Statistisk Sentralbyrå har sine svakheter, da noen kan være fraflyttet men ikke ha registrert flyttingen eller folk kan være oppsatt med Træna som sin hjemkommune men ikke være fysisk lokalisert som fastboende.

Turismen på Træna i dag er ikke særlig utbredt annet enn på sommerhalvåret. Det blir arrangert Trænafestivalen en gang i året som tiltrekker seg omlag 5000 tilreisende. I tillegg arrangeres det en Vinterfestival på vinterhalvåret der det kommer rundt 100 besøkende. Noen ekspedisjonsskip ankommer øya på dagsturer et par ganger i året med omlag 200 gjester. Øya har også fisketurisme på vinterhalvåret hvor det kommer noen fiskere som bor på Rorbuen. Utover dette kommer det en del reisende som benytter seg av de lokale rutene, men disse beregnes ikke til å være mer enn 50-200 på dagene i juni, juli og August. Det eksisterer ingen database som registrerer besøkende, dette har medført til at estimatene blir basert på observasjoner og hva innbyggerne på øya har fortalt. Ifølge kommunen har overnattingsaktørene rundt 3000 overnattingsdøgn i året. Det lokale

turistkontoret rapporterer med omlag 1000 besøkende årlig, og Petter Dass kapellet med 1500 besøkende.

Turismen begrenses i stor grad av mulighetene for samferdsel og overnattingstilbud. Man har tidligere hatt mulighet til å komme seg til Træna ved to typer båter – en hurtigbåt som anløper i snitt 2 ganger om dagen med kapasitet til ca. 200 personer og en bilferge som anløper en gang per døgn. I 2019 ble en ny sommerrute etablert som gjorde det mulig å omtrent fordoble kapasiteten for reisende til og fra øya.

Frem til 2019 har Husøy hatt 3 overnattingsmuligheter. Et rorbuanlegg (etablert 1994) med 13 hytter (totalt 44 senger), en bed & breakfast (etablert 2018) med 26 sengeplasser og en gjestegård (etablert (1989) med 22 sengeplasser. Selvær har 2 fiskebryggeleiligheter med 12 sengeplasser. Totalt har kommunen per dagsdato ca. 104 sengeplasser. I tillegg er det noen enkelthushold på øya som leier ut gjennom Airbnb.

Samfunnsøkonomisk Analyse utarbeidet april 2019 en rapport som viser økonomiske ringvirkninger av økt satsning på reiseliv og stedsutvikling på Træna. Den konkluderer med at nye satsninger på prosjekter som omhandler økt turismetilførsel får positive samfunnsøkonomiske effekter/konsekvenser for Træna som helhet, men også indirekte økonomiske ringvirkninger bla i form av økt konsum av lokale aktører fra tilflyttere til øya (Gran & Steen, 2019). I overordnet perspektiv vil både nye næringer og allerede eksisterende bedrifter affekteres positivt av økt turisme/nye bo-konsept.

Det jobbes kontinuerlig med ulike prosjekter for å utvikle Træna som sted. Artist in Residence programmer, testing av ulike reiselivstilbud og produkter er bare noen av satsningene (TenkTræna.no, u.å). Dersom det skal satses enda mer på stedsutviklingen, hva vil da de sosiale påvirkningene bli? Hva er ønskelig med tanke på størrelse/mengde og type turisme blant de lokale og besøkende? Hvor går tålegrensen for lokalsamfunnet av økende turisme før det går på bekostning av livskvaliteten til beboerne? Dette er noen av spørsmålene denne rapporten sikter å besvare.

Metodiske tilnærminger

I dette kapitlet blir begrunnelse for valgt metode beskrevet. I denne undersøkelsen har metodevalg vært et viktig steg for å innsamle den relevante dataen som denne rapporten baserer seg på. Hensikten med dette kapitlet er derfor et forsøk på å øke forståelsen for hvordan undersøkelsesprosessen har vært planlagt, gjennomført og bearbeidet.

Kvalitativ forskningsdesign med et supplement av kvantitativ

Rapporten baserer seg på en case studie som forskningsdesign med en kvalitativ tilnærming. Kvalitative studier blir ofte brukt dersom hensikten med undersøkelsen er å snevre inn på et spesifikt tema (Saunders et.al, 2015). For å besvare problemstillingen i denne studien har det vært hensiktsmessig å bruke både en kvantitativ og en kvalitativ tilnærming (kombinerte metoder) for å avdekke meninger og holdninger blant så mange som mulig av innbyggerne og tilreisende. I den forbindelse ble innsamlingen av primærdataen gjennomført gjennom en spørreundersøkelse distribuert til flere målgrupper samt semi-strukturerte intervju og workshops. Tilsammen ble det gjennomført 21 avtalte individuelle semi-strukturerte intervju, tre workshops og én digital spørreundersøkelse med en responsrate på 274, hvorav 109 var fastboende i kommunen. I tillegg ble løse samtaler avholdt med innbyggerne og tilreisende utover formelle avtaler. Av de 456 innbyggerne i Træna kommune ansåes 135 personer å ha vært involvert i undersøkelsen gjennom en av

datainnsamlingsmetodene. Dette utgjør omlag 30 prosent av totalbefolkningen.

Utvalg og rekruttering

Arbeidet med utvelgelsen av informanter ble gjort på grunnlag av «stakeholder-metoden» som i hovedsak brukes i forbindelse med prosjekt -og foretaksledelse, men som har blitt konvertert og tilpasset denne undersøkelsen. Metoden baserer seg på å identifisere de ulike målgruppene som blir påvirket av temaet i undersøkelsen. I dette arbeidet har en grundig gjennomgang av ulike målgrupper blitt prioritert. Lista med målgrupper ble lang, derfor har en utvelgelse av de mest relevante målgruppene blitt representert – ung, gammel, relasjon til Træna, nasjonalitet, de ulike øyene, næringsdrivende og nøkkelpersoner m.m. Det er viktig å belyse at valgte informanter fra målgruppene ikke er representativt for hele utvalget, og at det kan være meninger som ikke har blitt oppfanget. Til de ulike målgruppene ble derfor ulike datainnsamlingsmetoder benyttet.

Gjennomføringen av workshops

Det ble avholdt én workshop på Sanna, én på Selvær og én på Husøy- Workshops ble brukt som metode fordi det åpner opp for en aktiv deltakelse som fremmer nye tanker enn passiv deltakelse der responsen ofte kan være forhåndsbestemt (Saunders et.al, 2015). For å forenkle prosessen med å se for seg ulike turistmengder og typer ble det utdelt ulike scenarioer basert på hva informantene var erfaren med som en del av workshopen. Dette for å luke ut eventuelle begrensninger og typer av turisme. Eksempelvis at dersom en svarte at under Trænafestivalen var det for mye folk mens at under vinterfestivalen var det

for lite, så kunne man ut ifra det følge opp med spørsmål som gikk i dybden på hvorfor respondenten svarte som den svarte. Da fikk respondenten lettere tilgang til assosiasjoner og bilder på hvordan øya ser ut og med en gang tenke på hvor den individuelle grensa ligger og hvorfor. Denne metoden ble også anvendt i noen av de semi-strukturete intervjuene.

Gjennomføringen av spørreundersøkelsen

Spørreundersøkelse ble valgt som hensikt å kartlegge flest mulig respondenter som mulig. Bruken av denne innsamlingsmetoden gjør det enklere å samle inn et større kvantum og samtidig skille mellom ulike målgrupper i et systematisk system. Spørreundersøkelsen ble distribuert på nett og foregikk over en periode på fire uker. Det ble også skrevet ut spørreundersøkelser i papirformat slik at de som ikke hadde digital tilgang også fikk mulighet til å svare. Spørsmålene i spørreundersøkelsen ble utformet i samarbeid med Møreforskning Molde og Træna kommune. Spørsmålene hadde som hensikt å anskaffe mer empiri rundt type og mengde av turisme som var akseptabelt samt opplevelser rundt turisme i kommunen.

Gjennomføringen av semi-strukturete intervju

Gjennom semi-strukturerte intervju oppnår man dybde gjennom å gi informanten muligheten til å svare utover forutbestemte spørsmål og svar. Dette åpner opp for en bredere dialog hvor respondenten selv velger svarene uten ledende spørsmål og svaralternativer. Semi-strukturerte intervju gir også muligheten for å stille spørsmål underveis for en bedre flyt og økt

forståelse i samtalen. Med et relativt lavt befolkningstall og relativt mange målgrupper har det mest hensiktsmessige vært å plukke ut relevante personer og kontaktet dem personlig til intervju. Videre ble «snøballmetoden» anvendt, der informanter ga tips om ytterligere informanter som kunne være aktuelle. Ut fra de kontaktede sa omlag 10% nei, 20% unnlot å svare, mens de resterende 70% sa seg villige til et intervju. For å sikre at alle som hadde lyst til å dele meningene sine fikk det ble det også åpnet for at de som ville ta kontakt og melde seg på et intervju fikk mulighet til det. Deretter ble avtaletidspunkt for de ulike intervjuene fastsatt og intervjuene ble avholdt enten på kommunes disponible møterom eller hjemme hos informantene. Valget til lokasjon ble opp til informanten for at de skulle være komfortabel i omgittede omgivelser. Datainnsamlingsfasen ble avsluttet da dataen kunne ansees som mettet, dvs. at det ikke blir tillagt ny informasjon i undersøkelsesprosessen. Hele undersøkelsen pågikk over en periode på 4 uker. Spørsmålene ble også her utformet i samarbeid med Møreforskning Molde, der alle respondentene ble stilt omlag 15 spørsmål som omhandlet det sosiokulturelle aspektet ved økt satsning på turisme i kommunen. Her ble spørsmål som ulike typer og mengder, følelser og tanker rundt økninger og hva som var viktige aspekter for hver enkelt informant stilt.

Analyse og begrensning

Grunnet mye innsamlet data har ressurs- og tidsbegrensninger medført til at korrelasjoner mellom noen målgrupper og svar ikke har blitt grundig kalkulert. Generelle tendenser har blitt tatt hensyn til i analyseprosessen men avanserte beregninger med hensyn på i.e. alder og kjønn har ikke blitt utført. I analysen har det vært nødvendig å begrense

demografiene i analysen ned til «den vanlige Trænværing», tilreisende og hytteeiere som hovedsegmentene. Videre har «den vanlige Trænværing blitt inndelt i tilflyttere og beboere som alltid har bodd der. I de tilfellene der forskjeller i målgrupper har vært av betydelige funn har det blitt kommentert.

All innsamlet data ble organisert, kategorisert, kodet og analysert underveis som undersøkelsen pågikk. Analyse av data fra spørreundersøkelsen ble påbegynt etter spørreundersøkelsen var avsluttet. Qualtrics ble brukt for å utforme spørreundersøkelsen som ble publisert på internett. Den ble senere anvendt som programvare for analysen i tillegg til Geogebra.

Innbyggerne hadde vanskeligheter med å se for seg scenarioer av ulike mengder og typer delvis fordi det er fremtidsrettet og delvis fordi de ikke har opplevd det før. Dette medfører til at de svar som er oppgitt kan inneholde validitetsfeil i form av å være for høy eller for lav.

Det oppsto en nevneverdig divergens mellom den kvantitative og kvalitative datasettene, der den kvantitative hadde en tendens til å ha mer positive responser enn den kvalitative. Spørsmålene ble likt stilt i begge settene. Divergensene kan skyldes brukerfeil eller at den kvalitative metoden gir rom for diskusjon mellom informanter og derfor kan vise en mer positiv tendens.

Arbeidet gjort foretok seg på tidspunktet i og rundt festivaluka, der hvor turistsesongen er høyest - dette kan ha vært en variabel til påvirkning av resultatene, at folk enten svarte mer positivt eller negativt fordi de forbinder turismen med slik den var datainnsamlingsperioden.

Resultatenes oppbygging

For å besvare problemstillingen har det vært interessant å kategorisere spørsmålene i fem grupper. Strukturen av resultatene er delt opp i fem deler:

Del 1: Denne delen tar for seg opplevelser tilknyttet turisme og de holdninger som innbyggerne generelt har rundt turisme. Delen hensikter å kartlegge hva som kjennetegner de negative og de positive opplevelsene i forbindelse med turisme på Træna. Hvordan ser lokalbefolkningen på situasjonen nå og hvordan vil de ha det i fremtiden?

Del 2 I denne delen er intensjonen å forstå hvordan identiteten til Træna vil endre seg ved en satsning på turisme. Hvordan vil lokalbefolkningen oppleve stedet og hvordan vil de tilreisende oppleve destinasjonen?

Del 3: Preferanse av mengde og type turisme kan i ulik grad variere. Hva prefererer befolkningen, og i hvilken grad er mengden innenfor tålegrensen?

Del 4: Dersom satsninger iverksettes, hvordan ønsker da lokalbefolkningen å involvere seg i prosessen ved satsninger på økt turisme?

Del 5: I denne delen blir fremtidsperspektivet vurdert. Hva er utfordringene som lokalbefolkningen anser som viktigst? Hva er de positive effektene av turisme og hvilke betyr mest for lokalbefolkningen? Resultatene som kommer frem her har som hensikt å ta for seg fremtidsperspektivet i form av kartlegging av bekymringer, ønsker og forventninger.

Resultater

Del 1:

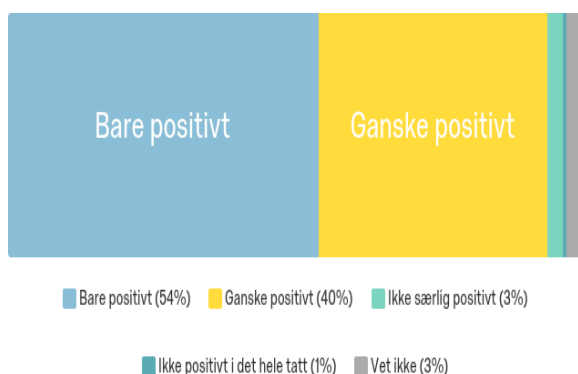
Nåtidsperspektivet – Kjennetegnet ved positive og negative opplevelser knyttet til turisme på Træna

Denne seksjonen er delt inn i tre ulike underkategorier:

- Træna som reisedestinasjon
- Lokalbefolkningens syn på en fremtid innenfor turisme
- Lokalbefolkningens opplevelse av nåværende turisme

Træna som reisedestinasjon

I spørreundersøkelsen kommer det frem at av de 109 respondentene som svarte at de er bosatt i kommunen **synes 94% at det er positivt at Træna er en reisedestinasjon:**



Alle informantene som stilte til intervju bekrefter statistikken ved å si seg positiv til at Træna er en reisedestinasjon, og de

fleste presiserer ønsket om at stedet burde utvikles videre for å få flere turister hit. En som har vokst opp på Husøy beskriver det slik:

«Jeg synes Træna fortjener å bli oppdaget. Før har det vært en utstikker og veldig upraktisk å komme seg hit også har det ikke vært så mye annet å gjøre her. Så det at det er mer tilbud og er blitt mer tilrettelagt er noe jeg er stolt av. Jeg vil at folk skal kunne komme hit og ha en fin opplevelse, en like fin opplevelse som jeg har hatt».

Flere av informantene trekker frem mulighetene som ligger til grunn for videre utvikling av øyene. Mange forklarer hvor viktig det er for økonomien med alle turistene og at det holder liv i de lokale aktørene. De økonomiske aspektene som settes i søkelyset er økte inntekter for både kommunen og for aktører som jobber innenfor turisme:

«Jeg synes det er kjempeflott at Træna er en reisedestinasjon. Det er jo en berikelse og en ypperlig mulighet for bedrifter, både eksisterende og nye, til å kunne skaffe seg inntekter»

Det kommer også frem bekymringer om mengde tidlig i de fleste intervjuene. De fleste har gjort seg opp noen tanker om at det må begrenses og vedlikeholdes på et holdbart nivå slik at det ikke oppstår uønsket «masseturisme». Alle informantene presiserer viktigheten av at samfunnet skal få noe tilbake i form av inntekter. En informant forteller tidlig i intervjuet at det er det viktigste:

«Så lenge vi får noe igjen for det. At det skapes arbeidsplasser, det er det viktigste»

Flere spesifiserer at turisme er positivt for øya at det tilfører øya mye i form av ringvirkninger. Trænafestivalen trekkes ofte frem som et eksempel for å illustrere hva det har gitt tilbake til samfunnet:

«Vi er nødt til å se at det gir fordeler til plassen gjennom hele året. Sånn sett betyr festivalen veldig mye. Jeg sier kjør på!».

Lokalbefolkningens syn på en fremtid innenfor turisme

Felles for informantene er enigheten i at Træna må utvikles ytterligere og at turisme kan være et godt alternativ. Noen av informantene forklarer at det er turisme man må satse på for å opprettholde lokalsamfunnet. En informant illustrerer viktigheten av turisme gjennom ulike arrangementer på øya:

«Træna er et stort museum. Uten Trænafestivalen og vinterfestivalen så kommer Træna til å ende opp som ingenting. Vi trenger turisme for å overleve.»

En annen forklarer situasjonen som hastende og sier:

«Jeg syns turisme er helt nødvendig for eksistensen av Træna. Jeg tror det blir mer og mer viktig»

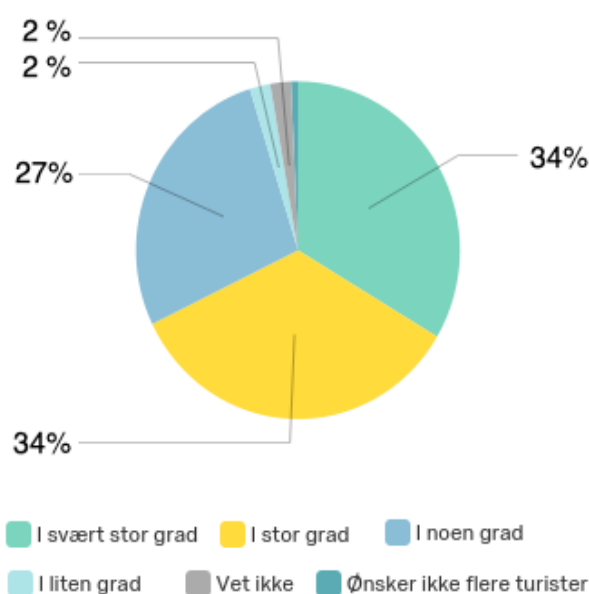
Ulike meninger om hvor den sosiale belastningen blir maksimert i forhold til turisme oppsto. Noen uttrykker bekymring for at det skal bli overfylt av mennesker, mens at noen sier at kommunen må tåle en relativ grad for å ivareta behovet for den økonomiske interessen:

«Ja men det er liksom det vi vil ha også er det det som er nødvendig å ha. Hvis det er turisme man trenger her for å overleve så kan man ikke si at man ønsker mindre folk for da vil det jo bli mindre penger»

Samtlige informanter beskriver den nåværende situasjonen med at det ikke er tilrettelagt for mye økt turisme i kommunen. Både næringsaktører og andre informanter forklarer behovet for

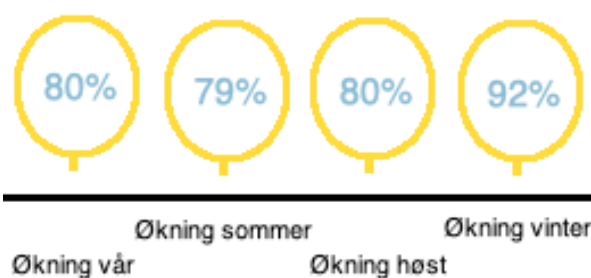
ytterligere et hotell, sanitæranlegg og campingplass. Flere forteller at det har vært behov for det lenge men at det har stoppet i planleggingsfasen tidligere. Videre forklarer informantene at turismen begrenser seg selv allerede på det punktet. Det ligger et felles ønske i lokalbefolkningen at det skulle ha vært tilrettelagt for mer turisme i kommunen.

I spørreundersøkelsen svarer **95% at de kunne ha tenkt seg en økning av turister:**



Videre er det relativt jevn spredning av hvilke årstider som innbyggerne kunne tenkt seg en økning, med vinteren som vinneren av den mest prefererte årstiden. Figuren nedenfor viser hvor mange prosent av befolkningen som ønsker en økning innenfor de ulike sesongene.

Generelt kommer det frem at **hele året er aktuelt for en økning:**



Flere trekker frem viktigheten av helårsdrift og at det skulle ha vært tilrettelagt for vinterturisme. Ideer rundt opplevelser rundt vintersesongen presenteres ivrig av informantene. Tilbud som vinterfiske og oppsøking av storm nevnes av flere:

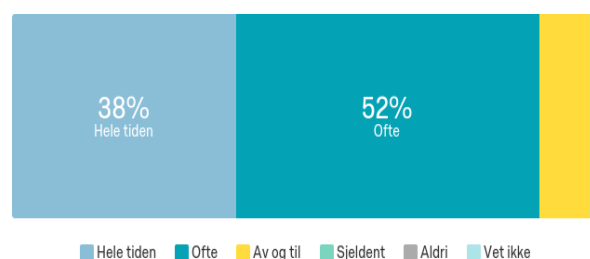
«Noen ganger da det er skybol, å stå på Vanntårnet og se utover og man ikke ser en holme, det er jo like fint det som å se midnattssola. Så sånn sett er det synd de (turistene) aldri får oppleve en skikkelig vinterdag, en skikkelig vinterstorm».

De fleste er enig i at de ikke vil ha like mange som det er på sommeren men at det skulle ha vært tilbud som gjorde at man kunne hatt en helårsdrift og lønnet personalet deretter og videre få folk til å bosette seg der utenfor kun sesongarbeid. Utfordringer ved å øke turisme på vinteren belyses av mange av informantene, hvor den ene utfordringen som går igjen er begrensningen med logistikken på vinterstid:

«De kommer seg hit, men om de kommer seg hjem igjen er et annet spørsmål.»

Lokalbefolkningens opplevelse av nåværende turisme

Ut fra spørreundersøkelsen fremkommer det at **98,5% av respondentene opplever at det er hyggelig med besøkende i ulik grad:**



Flere av informantene sier det er hyggelig når det er folk i gatene og liv på øya. En av de som bor nært det mest befolkede området hvor de fleste turistene går forbi sier:

«Jeg synes det er trivelig når folk raker forbi, sakte men stille. Men det er klart, i dag har vi passe mengde. Men blir det da festivalhelg hele tiden da tror jeg vi blir å slite litt».

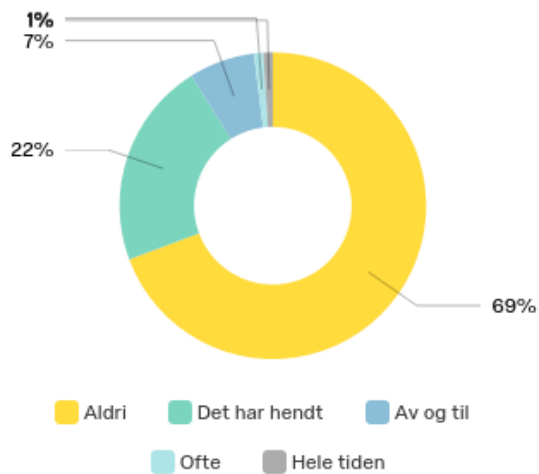
Ingen av informantene forteller at de har opplevd noe negativt i forhold til turisme utenom Trænafestivalen. En informant sier:

«Jeg kan ikke si at festivalen er turister. Det er liksom de som lager bråk og trøbbel og det er fordi det er så sykt mange av dem. Men jeg har opplevd at ting har blitt stjålet. Jeg var innstilt på at ting kom til å bli stjålet så jeg gjemte vekk løse gjenstander utenfor huset. Men det er litt annerledes siden det er festivalgjester.»

De fleste sier at de ikke har opplevd noe negativt i forhold til turisme, men at de har hørt andre klage på det. Noen forteller at enkelte har forlatt øya i forkant av Trænafestivalen på grunn av mengden som kommer. Andre beskriver offentliggjøring av privatlivet som er den viktigste personlige begrensningen. Noen har opplevd at folk titter inn i vindu og tar bilder av innbyggerne. Kun en av informantene sier at søppel er et problem mens de resterende sier at det har blitt bedre med årene.

«(om søppel) Nei det har blitt bedre. Folk er så bevisst på søppel, nå plukker de i stedet for å kaste».

På spørsmål i spørreundersøkelsen svarer **69% at de aldri har opplevd at turister har kommet i veien for daglige gjøremål. 30% svarer at det har hendt:**



En gjenganger I spørreundersøkelsen hvor de ble spurt om å spesifisere hendelser hvor turister hadde kommet i veien var villkjøring med båt og begrenset fremkommelighet på veiene.

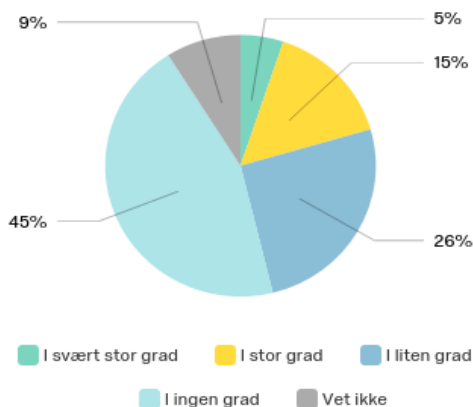
Del 2: Identiteten til Træna – påvirkningen av økt turisme

Denne seksjonen er inndelt i fire underkategorier:

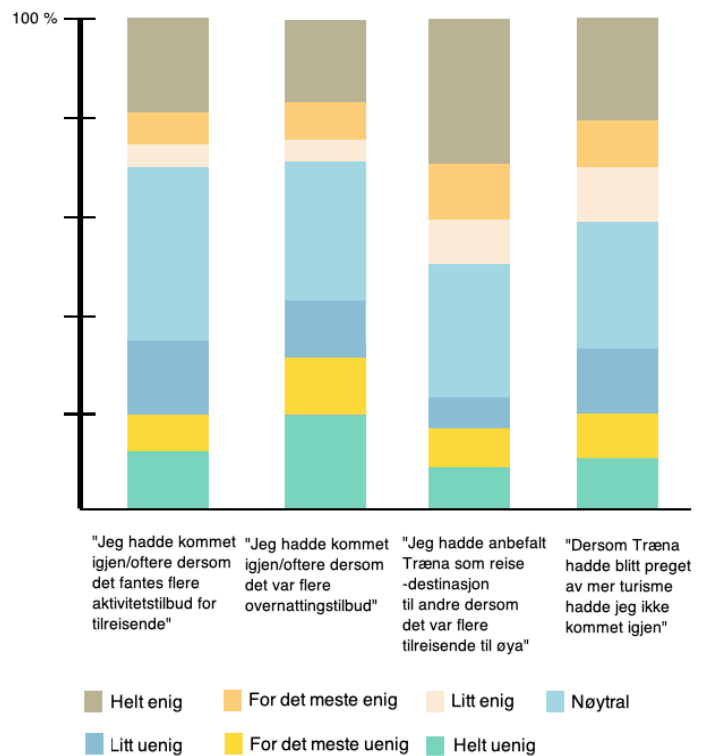
- Besøkenes opplevelse av Træna som destinasjon
- Endret adferd folk imellom
- Den lokale stoltheten
- Ønsket antall innbyggere

Besøkenes opplevelse av Træna om destinasjon

I spørreundersøkelsen var det 126 respondenter som oppførte at de var på besøk i løpet av undersøkelsesperioden, hvorav **majoriteten (40%) svarte at de var på besøk til venner/familie og 25% svarte at de var der på ferie. Videre svarte 78% at oppholdet varte lengre enn 3 dager, mens kun 5% svarte at de var på dagstur.** I spørreundersøkelsen ble besøkende spurt om i hvilken grad de kom hit fordi Træna er lite preget av turisme. **46% svarte at det hadde påvirket valget mens at 45% svarte at det ikke hadde noen betydning.** Tendensen til en splittelse illustreres i kakediagrammet nedenfor



Respondentene ble spurt om i hvilken grad de var enige i ulike påstander om turisme på Træna. **Omlag 40% svarer at de i en eller annen grad ikke hadde kommet tilbake dersom kommunen ble preget av mye mer turisme.** Majoriteten holder seg nøytral til påstandene.



I intervjuene av de tilreisende kom det både frem at de besøkende kom hit fordi det ikke var en «oppdaget» destinasjon og ikke veldig utbredt kommersielt mens andre belyste mengden som ingen stor betydning. Savnet i forhold til tilbud på øyene ble tatt opp av samtlige informanter. Ut av tilbud ønsket gjestene seg flere overnattingstilbud, aktiviteter for dager med dårlig vær, flere spisesteder, møteplasser, oppdagelsesturer, aktiviteter i forbindelse med fiske og muligheter for båt- og kajakkutleie som de mest frekvente. Mange av informantene sier de ikke nødvendigvis hadde unnlatt å komme igjen dersom øya ble preget av mer turisme, men mange trekker frem Lofoten på et eksempel hvor det er for mye til at det har

blitt negativt. Geiranger, Prekestolen, Barcelona og Kanariøyene er eksempler som respondentene ofte trakk frem.

Endret adferd folk imellom

Ut av intervjuene med lokalbefolkningen, både tilflyttet eller oppvokst, forklarer samtlige en følelse av tilhørighet til Træna. Befolkningen beskriver en følelse av å bli verdsatt i kommunen gjennom det de gjør som en stor faktor til hvorfor de valgte å bli boende. Flere trekker frem relasjonene de har til venner og familie og viktigheten av å være inkludert og at alle kjenner alle. En informant som har kommet tilbake til øya etter å ha vært borte noen år sier:

«Det er så lett å komme i kontakt med folk. Jeg føler meg aldri alene på Træna. Jeg føler meg alltid inkludert»

En annen forklarer:

«Jeg er bare forferdelig glad i øya. Jeg har aldri hatt det så godt andre plasser, og jeg kan faktisk sitte å si det fordi jeg har bodd andre plasser»

På spørsmål om lokalbefolkningen tror i et fremtidsperspektiv at relasjonene mellom innbyggerne kommer til å bli endret som en følge av økt turisme svarer de fleste at de ikke kan se for seg at det blir negativt påvirket. En av informantene sier:

«Jeg vet ikke. Du hadde sikkert fått sånn at folk fra Træna hadde blitt separert, at du har den gruppa som er fra Træna også den andre gruppa med turister. Jeg tror ikke det hadde forandret så mye. Jeg tror bare Trænværingene hadde fått mer å prate om».

Andre mener samholdet mellom innbyggerne kan komme mer frem dersom det er flere turister og illustrerer dette i ved å si:

«Nei, det håper jeg ikke at det hadde blitt. Det tror jeg ikke. Man ser jo under festivalen når man ser kjenninger – man blir bare ekstra glad.»

En av informantene fra Sanna forteller at det forhåpentligvis fører til bedre samarbeid på tvers av øyene og at hurtigruteprosjektet som er i gang har medført at det allerede har blitt et bedre samarbeid:

«Jeg synes det er bra hvis dette kunne ha ført til bedre samarbeid mellom øyene i kommunen. Jeg synes det er viktig at man løfter opp dette samarbeidet.»

Den lokale stoltheten

Da samtlige informanter utrykte en stolthet når de pratet om øysamfunnet, ble de spurt om hva de syntes om at Træna hadde blitt mer markedsført i løpet av de siste årene. Lokalbefolkningen mente det er positivt at destinasjonen blir mer annonsert og at ulike reklamer samt tv-produksjoner hadde bidratt til dette. Noen nevnte at man burde bruke «gratisreklamen» for hva det er verdt til videre drift. Videre fremkommer det en lokal stolthet av å være fra Træna og at plassen har i økende grad blitt «satt på kartet».

«Jeg er veldig stolt av plassen så jeg skjønner at andre synes det er fint her. Man går jo rundt og blir stolt når man viser forholdene på Trænafestivalen. Så det vil jeg egentlig at det skal være flere folk som kan få se»

«Det som er en av de mest positive tingene, det gjelder festivalen også, men det er jo en konsekvens av det, det at det kommer mer og mer folk hit og at Træna settes på kartet. Og en av de mest positive tingene som jeg synes er at før i tiden når man kom herfra så var man «øyeter» i en litt negativ setting faktisk, men det er man ikke nå lengre. Når man sier at man er fra

Træna så er det «åh, det har vi sett mye om».»

I forbindelse med Trænafestivalen som nettopp i undersøkelsesperioden (juli, 2019) ble arrangert, bemerket flere av informantene at det var mindre oppslutning av gjester dette året kontra tidligere år. Sammenhengen mellom lavere gjesteantall og skuffelse utrykte seg tydelig blant lokalbefolkningen og mange beretter at det må bli gjort tiltak for å opprettholde festivalen i kommende år. Festivalen blir beskrevet med stor stolthet og en av informantene mimrer tilbake til den første festivalen:

«Egentlig så var jeg mest bare spent på hvordan dette kom til å gå. Jeg måtte klype meg selv i armen da jeg kom ut av Trænahallen. Konsertene var inni der. Og da jeg kom ut til lyset så kikket jeg rett på fjellene på Sanna og tenkte «Wow, er jeg på Træna? Skjer dette på Træna?» Det var en artig opplevelse».

Ønsket antall innbyggere

Både i den distribuerte spørreundersøkelsen og i løpet av intervjuene ble informantene spurt om de kunne estimere det antall av innbyggere som de prefererte i kommunen. De estimerte tallene som informantene oppga varierte i stor grad, fra 500 til og med 5000. I spørreundersøkelsen er gjennomsnittet beregnet til å være 966,5 med tilhørende øvre standardavvik på 661,5 mennesker. I intervjuene oppga de fleste et estimat på mellom 700 og 1000. Det viser til en samstemt befolkning som har et ønske om en økende mengde.

Videre kommenterte mange av informantene at det var negativt at innbyggertallet har sett en svak kontinuerlig reduksjon. Mange påpekte at det er trist og utrykte bekymring over at fraflytting kan ha smittefare for resterende

innbyggere. En av informantene utrykte bekymringen:

«Jeg synes det er forferdelig at folk flytter. Det jeg er så redd for er at det skal bli smittsomt. At folk sier «nei gud nå drar de», det har veldig lett for at ballen begynner å trille og at andre faktisk drar.»

Del 3: Type og mengde av turisme – hva vil lokalbefolkningen ha

Denne seksjonen er delt inn i tre underkategorier:

- Scenariobaserte kartlegginger
- Ulike typer og tilhørende mengde hele året
- Periodevise typer og mengde turisme

Scenariobaserte kartlegginger

Som tidligere nevnt er lokalbefolkningens opplevelse av turisme begrenset til visse typer mengder og arrangementer. Referansepunktene som ble brukt under intervjuene og i spørreundersøkelsen var Trænafestivalen, Vinterfestivalen, diverse ekspedisjons- og cruiseskip og den nåværende fisketurismen. Det ble tidlig erkjent i intervjuene at informantene syntes det å ha tilstander tilsvarende Trænafestivalen hele året hadde blitt for mye. Likedan ble det nåværende scenarioet med relativt lite turisme ansett som for lite. Utfordringen har følgelig vært å finne balansen mellom mengde og type som lokalbefolkninger anser som «passe» og «tålelig».

Ulike typer og tilhørende mengde hele året

I figur 1 nedenfor er gjennomsnittet som informantene fra spørreundersøkelsen mente var maksimumshver dag gjennom hele året illustrert ved de store ringene med

tall, der tallene representerer antall tilreisende. Det fremkom relativt liten spredning over hva innbyggerne mente var maksimumshver dag, selv om noen mente en ikke behøver en økning mens andre hadde tilnærmet ubegrensede oppfatninger og meninger om hva som var maksimumshver dag. På grunn av liten spredning er tallene kalkulert ut fra gjennomsnitt. De lysere prikkene over og under indikerer det estimerte standardavviket for hver turisttype som lokalbefolkningen mener er maksimumshver dag for dem personlig. Det er viktig å belyse potensialet for eventuelle brukerfeil som kan ha oppstått i spørreundersøkelsen slik som at respondenten kan ha misforstått spørsmålet. De angitte tallene hensikter nødvendigvis ikke å fremstille en fasit på tålt mengde, men heller en indikasjon på et prinsipielt estimat.

I løpet av intervjuene var den mengden som ble gjentatt flest ganger mellom 200 og 500 tilreisende hver dag. Figuren viser et gjennomsnitt der de fleste typer ligger mellom 100 og 250.

Av figuren kan man se at den typen turister som befolkningen er mest mottakelige for er dagsturister og døgnsturister. Fra intervjuene kom de samme resultatene frem, der mange forklarer at den typen de helst foretrekker er reisende som legger igjen penger.

«Jo lengre de blir jo artigere er det jo. Og jo mer penger legger de igjen. Disse cruiseturistene er stort sett bare på land også ser de også drar de tilbake igjen. Så det er ikke mye penger de legger igjen.»

«Dagsturister er forsåvidt greit dersom de er her såpass lenge at de kjøper seg et måltid ihvertfall på en av spiseplassene, for da vil de legge igjen en del penger og det vil bli arbeid for de som er. Men jeg liker veldig dårlig disse selskapene som tar turistene med hit for de skal enten dra rundt Sanna, en tur oppå her, også skal de

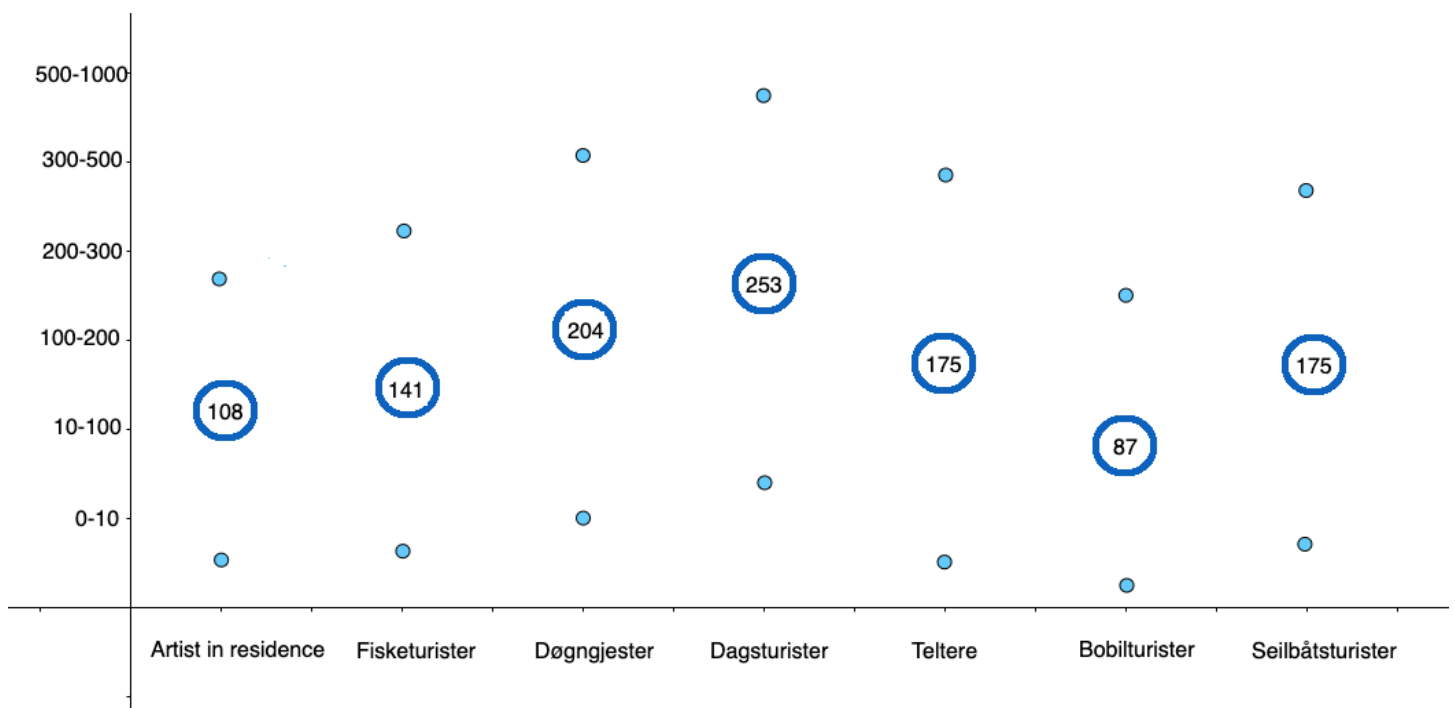
da rett tilbake igjen. Da legger de ikke igjen noe.»

Det samme argumentet ble nevnt om bobilturister og telter. Informantene mente at denne typen turister har med seg nok ressurser til å dekke sine behov at de derfor ikke genererer nok inntekter til det lokale.

«Det er jo bra hvis de er her ihvertfall i en natt og helst ikke sånne som kommer med telt, ikke hvis man tenker fortjeneste på det. Så man må jo få folk som har tenkt å bo her og som har tenkt å bruke litt penger på å bo her»

Likevel var noen positive til bobiler for å få beholdt den rutegående fergen:

«Jeg vet det er mange som er negative til bobiler, men det er noe som heter at man skal få opp de som reiser med ferga for å holde på statistikken for å få beholde ferga. Og der vil bobiler være veldig positiv. Så jeg er egentlig mer positiv til bobiler enn negativ. Hvis det er tilrettelagt.»



Figur 1

Figurforklaring: x-aksen viser ulike typer tilreisende, y-aksen viser antall besøkende av de ulike turisttypene.

Periodevise typer og mengder

Trænafestivalen blir arrangert en gang i året, noe som de fleste innbyggerne anser som greit. Noen forteller at det kan være for mye men at det går greit siden det kun utspiller seg over en langhelg. En av informantene beskriver det slik:

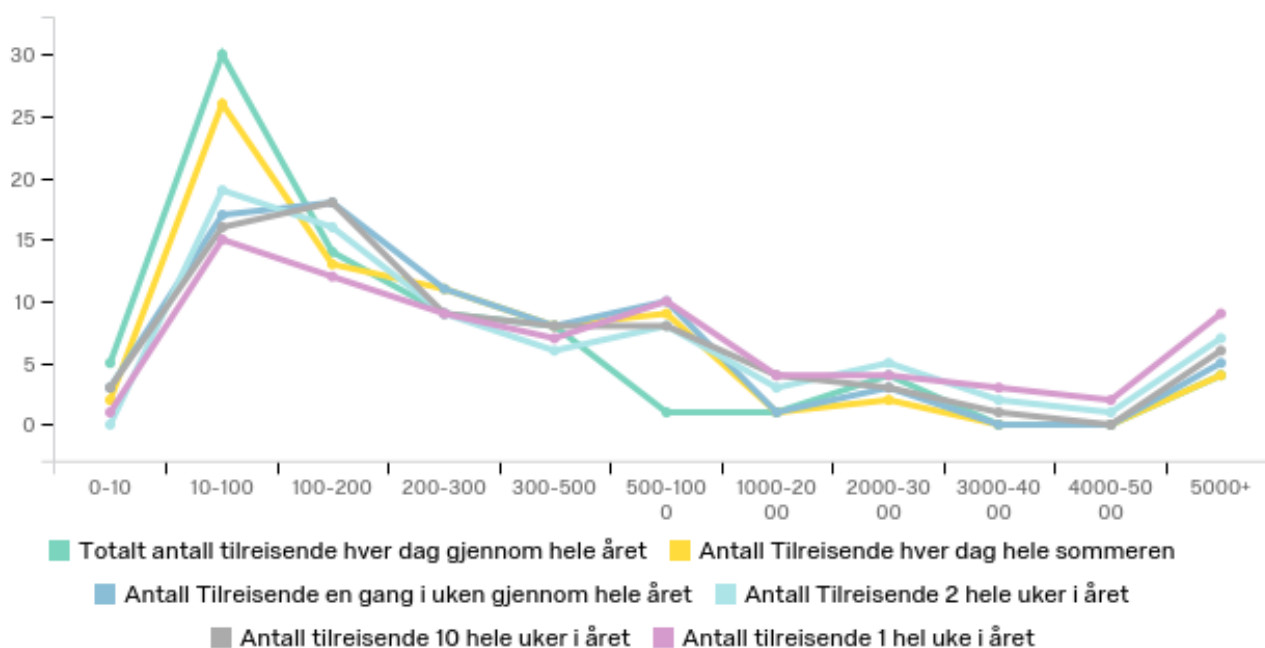
«Jeg ser jo sånn som Trænafestivalen: det er jo veldig mye folk. Det er ekstremt mye folk og det hadde ikke gått og kjørt flere festivaler i løpet av året. Men sånn som vinterfestivalen, den er liksom akkurat passe. Så et sånn arrangement kunne man faktisk ha kjørt flere ganger egentlig i løpet av et år.»

Mange forteller at det er greit med større mengder i noen perioder, men ikke hele tiden.

«Jeg er veldig positiv til hurtigruta, men det er fordi det bare er en periode og ikke hele tiden.»

De fleste forteller at det er den store mengden som kommer på en gang som blir problematisk men at en konstant strøm av en mindre grad reisende er mer tålelig over lengre perioder:

Figuren nedenfor (Figur 2) er utviklet gjennom spørreundersøkelsen som ble distribuert. Avlesningen viser til en liknende tendens, hvor større mengder tilreisende er mer akseptabelt over mindre perioder og motsatt – mindre mengder er mer anvendelig over lengre perioder. Et eksempel som kommer frem er at flere er positive til at antall tilreisende en hel uke i løpet av året er høyere enn det er for totalt antall tilreisende hver dag gjennom hele året.



Figur 2

Figurforklaring: x-aksen viser antall respondenter, y-aksen viser antall besøkende i de respektive periodene. Fargekodene er de ulike kategoriene valgt

Del 4: Hvordan ønsker lokalbefolkningen å involvere seg ved nye satsninger innenfor turisme?

Denne seksjonen er delt inn i tre ulike underkategorier:

- Opplevd dugnad
- Fremtidig involvering
- Informasjon og tilrettelegging for deltakelse

Opplevd dugnad

Det eksisterer en stor dugnadsånd i befolkningen. Samtlige informanter forteller at de har vært involvert i forbindelse med Trænefestivalen på ett eller annet vis. De ble da spurt om hva som incentiviserte dem til å bidra svarte de fleste at utenom gratis festivalpass så føler mange på et ansvar for opprettholdelse av festivalen.

«Jeg har jo lyst å bidra. Så jeg syns det blir litt for dumt når man skal ha en festival også blir man sittende hjemme og ikke løfter en finger for det. For jeg vet hva festivalen bringer tilbake til samfunnet på Træna. Det er utrolig hva som blir generert tilbake til samfunnet av penger og midler»

Det sosiale ved å være frivillig under festivalen kommer sterkt frem, men noen forteller at det har endret seg de siste årene etter at festivalen outsourcet flere

arbeidsoppgaver til folk og bedrifter utenom de i kommunen.

«Jeg synes det ble mindre sosialt når det kom folk utenom. Mange de liksom overtok og dette var deres ting og de hadde ansvaret for det. Og når du da kom som lokalbefolkning oppover var det nesten som de så rart på deg og sa «Hva gjør du her» ikke sant, så jeg følte at de ble en egen klikk disse festivalfolkene. Det følte hvertfall jeg. Etterhvert så trakk jeg meg litt og litt unna det der.»

Fremtidig Involvering

Av innbyggerne forteller mange at de har ideer til prosjekter som kan tilkobles økt turisme, derav noen forteller at de allerede har noen pågående prosjekter de enten utvikler eller tenker å utvikle helt dersom de opplever en suksess. Noen av de eksisterende næringsaktørene sier at de ser potensialet for deres bedrift i fremtiden og sier ikke nei til å utvikle produkter eller tjenester i den sammenheng. Andre er mer skeptiske og sier de har nok med hverdagen slik den er.

Informasjon og tilrettelegging for deltakelse

Om spørsmål på hvordan lokalbefolkningen kunne ha tenkt seg til og blitt kontaktet for å bidra i prosessen med å utvikle Træna mot økt turisme svarer noen at informasjonsmøtene som har blitt arrangert har vært tilstrekkelig nyttige for å bli orientert om ulike arrangement og utviklinger som planlegges og dermed komme med innspill på den måten. Noen sier at informasjonsmøtene ikke er tilstrekkelige men at å bli spurt personlig er det som må til for å tilrettelegge for at man får med seg mange:

«Slik som jeg kjenner folk her ute så er de veldig glad i å bli sport personlig. For da føler man seg litt mer spesiell. Så jeg tror egentlig at privat samtale eller, at man blir sport, det tror jeg at folk setter mer pris på. For folk slik som jeg kjenner de, så sitter de og tenker med mange ideer og sånt. Sånn kjøkkenbordprat. Men de orker ikke å gjøre noe. Men jeg tror det er vanskelig å si nei hvis det kommer noen og spør deg personlig, enn om noen bare sender en melding eller har sånn stort folkemøte liksom. For du har bestandig de som rekker opp handa og som har lyst på folkemøtene, men det er stort sett kanskje de samme.»

Del 5: Fremtidsperspektivet - utfordringer og positive ringvirkninger

Denne seksjonen er delt inn i tre ulike underkategorier:

- Hurtigruta – en gjennomførbar satsning?
- Utfordringer lokalbefolkningen bekymrer seg over ved satsninger vedrørende økt turisme
- Verdsatte positive effekter

Resultatene som kommer frem her har som hensikt å ta for seg fremtidsperspektivet. Mangel på data som omhandler turisme i dag har gjort det utfordrende å sammenligne fortid med nåtid og fremtid. Derfor blir denne delen basert på et hypotetisk tankesett uten andre referansepunkter enn Trænafestivalen, Vinterfestivalen, Cruisebåter/ekspedisjonsskip og «en vanlig sommerdag». Hva blir de tenkte utfordringene og de hypotetiske positive ringvirkningene som lokalbefolkningen ser for seg kan oppstå?

Hurtigruten – en gjennomførbar satsning?

Nysatsningen av Hurtigruta som debuterer våren 2021 er en situasjon innbyggerne ikke er vant til. Ekspedisjonsskip i mindre størrelse har ankommet øya tidligere i uregelmessig frekvens men ikke før har et cruiseskip med opptil 500 passasjerer

ankommet hver uke over en så lang periode. I løpet av intervjuene ble informantene derfor spurt om hvordan de stilte seg til satsningen og om hvorvidt de syntes det var en god ide eller ikke og videre ble de bedt om å utdype synspunktet. De fleste var positive til satsningen og mente det kunne bli gunstig til den lokale økonomien – både for eksisterende bedrifter og nye aktører. En av informantene sier at det likevel kan være noen som ikke stiller seg positiv.

«Jeg synes det er spennende. Jeg har en følelse av at de fleste er positive til det. Det er en mening om alt, man kan ikke regne med å få alle positive til det. Det er ikke alle som ser det samme i det»

Selv om de fleste er positiv sitter likevel mange med noen bekymringer. De som gikk igjen var at øyene ikke er tilrettelagt for et slikt prosjektert anløp og at det må mye forberedelser til grunn for at det skal bli en suksess. Flere av informantene presiserer at mengden ikke må overstige kapasiteten men at potensialet til å lykkes foreligger.

«Jeg tenker på det som utelukkende positivt, men antallet må jo justeres slik at det passer til hvor mye vi kan ta vare på og ha mulighet til å transportere rundt, at man holder det på et vittig nivå. Det tror jeg blir kjempebra. Jeg har egentlig ingen skrekksenarioer som jeg ser for meg at skal inntreffe. Noen ser for seg at vi skal bli oversvømt av disse hurtigrutepassasjerene. Jeg ser ikke problemstillingen i det hele tatt.»

Enighet om at prosjektet må generere noe tilbake til samfunnet er sterkt og mange mener den økonomiske gevinsten er den viktigste faktoren hvorav slitasje på natur er den største utfordringen ved satsningen. En av informantene sier:

«Det må være noe igjen. Hvorfor skal vi ha mange folk som drar og trækker ned veier

og stier også går tilbake ombord i Hurtigruta og tar alle måltidene der og ikke legger igjen noe, da er det ingen vits.»

Utfordringer lokalbefolkningen bekymrer seg over ved satsninger vedrørende økt turisme

I likhet med tanker om hurtigruta var bekymringen som regelmessig kom frem fra befolkningen det tilfelle at det ikke er tilrettelagt for en større grad av turisme i kommunen. Gjengangere i løpet av intervjuene var administrative faktorer for tilrettelegging og opprettholdelse av turismen heller enn elementer tilknyttet turistene direkte, slik som komplikasjoner rundt helårsdrift og tilrettelegging av diverse anlegg og sti- og veikonstruksjon.

Andre komponenter som ble nevnt var at folk fort kunne bli utslitt med en slik mengde gående:

«Jeg tror det hadde gått mest utover humøret til folk. For du får det ganske tett på deg. Og jeg ser andre plasser der sliter det litt på psyken på folk. Vi må være litt forsiktige slik at vi ikke får for mye, ihvertfall ikke på en gang.»

Innbyggerne så ut til å verdsette stillheten og privatlivet i stor grad og flere nevnte det med å kunne gå seg en tur å ha en følelse av å være alene som noe de satt pris på ved å bo i kommunen:

«(om for mye turister) Jeg tror man hadde mistet mye av privatlivet. At man føler at man ser folk uansett liksom.»

Noen mente andre kunne være negativ bare basert på at det er en ukjent situasjon:

«Det er jo mer det at vi ikke er vant til det heller enn at det er et problem. Jeg tenker det at de kanskje ikke hadde vært så negativ til det dersom de fikk oppleve det.»

De har hørt om Lofoten også har de hørt om hurtigruta som skal komme også tenker de på festivalen med 5000 besøkende. De ser for seg festivalen hele året, og det ville jo ha blitt merkbart.»

Bekymringer omkring at øyene skulle bli utnyttet til fordel for lite genererte midler til samfunnet var noe som opptok de fleste:

«Ja hvis de er her for å spise vaffel og drikke kaffe og så that's it. Så er det ikke noe igjen. Da er det liksom ikke.. da er det ingen som kan leve av det for å si det sann.»

For at befolkningen skulle se for seg ulike scenarier av turisme og forklare hva de trodde kunne bli for mye ble de bedt om å avse den nåværende mangelen på tilrettelegging og heller se for seg de utfordringen som de personlig kunne tenke seg at kunne oppstå. Av dette kom det frem at den personlige maksgrensen var basert på mange ulike faktorer. For å kartlegge de utfordringene som respondentene så på som mest viktig ble det derfor i spørreundersøkelsen utformet spørsmål om i hvilken grad befolkningen så på de ulike utfordringene som relevante. Av figuren nedenfor (Figur 3) fremkommer det at forsøpling, det at turister ikke legger igjen penger og slitasje på naturen er de viktigste negative utfordringene. De minst viktigste utfordringene er ifølge lokalbefolkningen det at det kan bli for mye folk på veiene og at det kommer fremmede til øya.

	Ikke viktig		Lite viktig		Nøytral		Ganske viktig		Svært viktig	
Støy	7.02%	4	22.81%	13	22.81%	13	35.09%	20	12.28%	7
Forsøpling	1.75%	1	5.26%	3	3.51%	2	17.54%	10	71.93%	41
Kø på butikken	17.54%	10	36.84%	21	29.82%	17	14.04%	8	1.75%	1
For mye folk på veiene	28.07%	16	36.84%	21	22.81%	13	12.28%	7	0.00%	0
Begrenset tilgang på helsetjenester	10.53%	6	8.77%	5	26.32%	15	24.56%	14	29.82%	17
Begrenset tilgang på transport	14.04%	8	10.53%	6	17.54%	10	24.56%	14	33.33%	19
At turister ikke legger igjen penger til lokale næringsaktører	5.26%	3	0.00%	0	10.53%	6	26.32%	15	57.89%	33
Redusert sikkerhet (eks. må låse dører, gjemme sykler osv)	8.77%	5	21.05%	12	19.30%	11	29.82%	17	21.05%	12
At det kommer ukjente folk til øya	26.32%	15	17.54%	10	40.35%	23	8.77%	5	7.02%	4
Slitasje på naturen	0.00%	0	14.04%	8	10.53%	6	22.81%	13	52.63%	30
Uønskede folk i hus og hage	8.77%	5	10.53%	6	24.56%	14	22.81%	13	33.33%	19
Økte priser	8.77%	5	3.51%	2	31.58%	18	35.09%	20	21.05%	12
Ødeleggelse av Trænas identitet	10.53%	6	3.51%	2	36.84%	21	22.81%	13	26.32%	15
Svekkelse i relasjoner mellom innbyggerne	7.02%	4	3.51%	2	38.60%	22	28.07%	16	22.81%	13
Annet	42.11%	24	1.75%	1	47.37%	27	3.51%	2	5.26%	3

Figur 3

Figurforklaring: antall i hver rute indikerer antall respondenter hvorav prosentatsen er hvor mange prosent hvert tall utgjør av hele den respektive kategorien.

Verdsatte positive effekter

Tilsvarende spørsmål om hvilke effekter av økt turisme som lokalbefolkningen så på som viktige ble stilt, hvorav de aller fleste effektene fortrinnsvis ble rangert som viktige i en grad. Tilnærmet få ble ansett som ikke viktig. Figuren nedenfor (Figur 4) viser til at de mest vesentlige faktorene av økt turisme er potensialet for flere arbeidsplasser, potensielt økt innbyggertall, flere året rundt tilbud, at det blir generert inntekter og potensialet for et forbedret samferdselstilbud. Under intervjuene ble skapning av nye arbeidsplasser og økte inntekter de ringvirkningene som ble oftest nevnt.

	Ikke viktig	Lite viktig	Nøytral	Ganske viktig	Svært viktig
Flere folk på øya	7.02% 4	10.53% 6	14.04% 8	40.35% 23	28.07% 16
Potensielt økt innbyggertall	1.75% 1	1.75% 1	3.51% 2	22.81% 13	70.18% 40
Hyggelig å bli kjent med nye folk	0.00% 0	3.51% 2	17.54% 10	42.11% 24	36.84% 21
Bra at Træna blir "satt på kartet"	0.00% 0	0.00% 0	10.53% 6	22.81% 13	66.67% 38
Potensielt forbedret samferdselstilbud	0.00% 0	0.00% 0	1.75% 1	14.04% 8	84.21% 48
At turister legger igjen penger til lokale næringsaktører	0.00% 0	0.00% 0	5.26% 3	10.53% 6	84.21% 48
Potensielt utvidede servicetilbud og spisesteder	0.00% 0	0.00% 0	3.51% 2	29.82% 17	66.67% 38
Potensielt flere året-rundt tilbud	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	28.07% 16	71.93% 41
Potensielt flere arbeidsplasser	0.00% 0	0.00% 0	1.75% 1	7.02% 4	91.23% 52
Mer kulturell utveksling	1.75% 1	1.75% 1	22.81% 13	28.07% 16	45.61% 26
Annet	45.61% 26	0.00% 0	31.58% 18	3.51% 2	19.30% 11

Figur 4

Figurforklaring: antall i hver rute indikerer antall respondenter hvorav prosentdelen er hvor mange prosent hvert tall utgjør av hele den respektive kategorien.

Diskusjon/Analyse:

Det virker som innbyggerne har en felles interesse for en økning av kommunens innbyggertall. Innbyggerne vil at det skal bli mer aktivitet på øyene og stiller seg positiv til en satsning på turisme. De fleste nevner behovet for et hotell og at øyene må tilrettelegges mer for turisme både i form av campingplasser men også i form av aktivitetstilbud for de tilreisende. Den største utfordringen ved en økning er tilrettelegging og der er befolkningen mangler kapasitet til å motta en relativ økning i forhold til nåværende mengde tilreisende. De lokale aktørene har en begrensning som ligger under den sosiale tålegrensen blant lokalbefolkningen, som viser til at nye satsninger hensikter gjennom utvidelse av lokale aktører eller nye næringsvirksomheter i turismebransjen. Resultatene viser at de eksisterende aktørene også ser behovet for eksempelvis et hotell noe som kan indisere at nye aktører er nødvendig i markedet.

Den generelle positiviteten til økt turisme har en begrensning i form av utfordringer som lokalbefolkningen anser som de viktigste. Fra resultatene kommer det frem at tålegrensen ligger der befolkningen enda har tilgang til privatlivet og stillheten som samfunnet genererer. Forsøpling og slitasje på naturen skiller seg ut som bekymringsverdige utfordringer som burde tas i betraktning i arbeidet med en utvikling av turisme i kommunen.

Den største positive delen som går igjen er flere arbeidsplasser og økte skatter til kommunen. Innbyggerne synes det er hyggelig med besøkende og de føler på en stolthet av at øya blir markedsført i den grad den blir, noe som kan styrkes ved en økning av turisme.

Tendensen viser til at de aller fleste mener at turisme er fremtiden til Træna. De fleste har ikke opplevd noe negativt i forhold til turisme enda. Det finnes enkelttilfeller, men de som har opplevd noe stiller seg ikke sterk negativ til fremtidige satsninger. Det eksisterer en «sånn må vi tåle»-holdning blant befolkningen, der de fleste mener de må ofre noe til fordel for at Træna skal overleve i fremtiden.

Utfordringen har vært å finne grensesnittet mellom hvor mye turisme Træna trenger og hvor mye de tåler. Dataen belyser befolkningen mener turisme er fremtiden til Træna, at det er nødvendig for å overleve, men at det videre ikke må gå på bekostning av «særpreget» og det folk verdsetter i lokalsamfunnet.

Konklusjon

Av datasettet kommer det frem at Træna kommune ikke er tilrettelagt for en betraktelig økning av turisme per dags dato. For at øysamfunnet skal bli det må noen tiltak iverksettes, slik som grunnleggende overnattingsmuligheter, sanitærforhold og eventuelle opplevelsestilbud.

Det kommer også frem at lokalbefolkningen er positive til en økning, men i en begrenset grad.

Lokalbefolkningen hadde vanskeligheter med å se for seg scenarioer med økt turisme selv om de inkluderte opplevde scenarioer med i betraktningen, derfor vil ikke de oppgitte tallene nødvendigvis stemme eksakt med hva befolkningen mener hvis den mengden og typen hadde ankommet øya.

Man kan ut ifra dataene innsamlet innsnevre til å estimere en gråsoner på hvor begrensningen burde ligge på nåværende

tidspunkt. Av resultatene kommer det frem at dags- og døgngjester er de mest foretrukne turistene og at den viktigste faktoren er den økonomiske kontantstrømmen til lokalsamfunnet.

Antall turister som fremkommer i resultatene er mellom 100 og 250 tilreisende per dag, derav noen typer

varierer etter den typen tilreisende de befinner seg i. Ut fra denne kartlagte «gråsonen» kan man iverksette tiltak for å begrense mengden og typen gradvis dersom det skulle oppstå en økt interesse for satsninger i kommunen.

Resultatene belyst i denne rapporten har gitt et grunnlag for utvikling av en modell (Figur 5) som anbefales å bli vurdert for å kartlegge tålegrensen av turisme **før** nye tiltak inverteres. Følgende forutsetninger anbefales vurdert for å opprettholde samfunnet på den positive siden av tålegrensen:

Forutsetninger	Beskrivelse av kriterier	Ja	Nei
Overvinnes de positive økonomiske effektene de negative?	Den økonomiske nytteverdien generert av økt satsningen overstiger de utfordringene som lokalbefolkninger belyser		
Opplevs turismen som en berikelse fremfor en slitasje på samfunnet?	Opplevelser tilknyttet turisme forblir positive etter satsningen		
Markedsføres øya på en bærekraftig måte?	Satsningen påvirker ikke identiteten til samfunnet negativt		
Er begrunnelsene for restriksjoner på type og mengde av turisme vurdert?	De prefererte typene og mengdene blir ikke oversteget utover argumentasjonsgrunnlaget for estimatene		
Har lokalbefolkningen fått muligheten til å inkludere seg i nye satsninger?	Informasjon om nye satsninger er distribuert gjennom infomøter og potensielt personlig kontakt		

Figur 5

Modell for opprettholdelse av å være på den positive siden av tålegrensen

Referanser

Statistisk Sentrålbyrå. (2019) Befolkning - Årleg, per 1. januar 2019

[Internett]. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/befolkning/statistikker/folkemengde/aar-per-1-januar> [Lest 26. juli 2019],

TenkTræna.no. (u.å). *Tenk Træna* [Internett], Tenk Træna. Tilgjengelig fra:

<http://www.tenktraena.no/tenk-traena/> [Lest 24. juli 2019],

Gran, S. Steen, J. (2019) *Virkninger av økt satsning på reiseliv og stedsutvikling på Træna*.

Rapport 9-2019. Oslo, Samfunnsøkonomisk Analyse.

Mark, N.K. Saunders, P.L. Thornhill, A. (2015) *Research Methods for Business Students*.

Pearson Education Limited