



LUNDS
UNIVERSITET
Campus Helsingborg

Intst. Service Management

En destinations utvecklingsprocess; *Gran Canaria*

Författare:
Amira Montasser
Aida Tewedros
Dana Wislocka

Kurs: Kandidatuppsats SMT 302, 10p.
Kursansvarig: Cilla Fredriksson & Gustaf Kastberg
Handledare: Lena Eskilsson & Gustaf Kastberg

Kandidatuppsats
Vt 2007

Sammanfattning

Syftet för denna kandidatuppsats är att bidra till ökad förståelse för destinationers utvecklingsprocesser utifrån olika synsätt på destinationslivscykeln. Vi har valt att utgå från huvudsakligen två perspektiv nämligen Plogs och Butlers. Dessa är intressanta att jämföra då de båda har samma syfte men utgår från helt olika perspektiv.

Genom vår fallstudie på Gran Canaria vill vi åskådliggöra likheter och skillnader med teorierna. För att uppnå vårt syfte ställer vi oss frågan; hur ser akademiker och forskare på destinationers utvecklingsprocesser och hur kan dessa användas?

Efter att själva ha besökt Gran Canaria och djupdykt i relevant teori inom ämnet har vi kommit till insikt att destinationers utveckling är för komplex för att förklaras genom endast en modell. Vi menar liksom många andra akademiker att det finns många externa faktorer som påverkar en destination och dess utveckling vilket också bidrar till komplexiteten.

Vårt resultat bygger på olika forskares resonemang som tyder på att en kombination av de två perspektiven ger den mest mångfacetterade bilden av en destinations utveckling.

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	s. 3
1.1 Ämnesval.....	s. 3
1.2 Problemformulering.....	s. 5
1.3 Syfte och frågeställning	s. 5
1.4 Urval.....	s. 6
1.5 Disposition.....	s. 6
2. Presentation av teori.....	s. 7
2.1 Teoretisk bakgrund; Destinationslivscykelns framväxt.....	s. 7
2.2 Plogs teori.....	s. 10
2.2.1 Plogs olika karaktärer.....	s. 11
2.2.2 En destinations utveckling enligt Plog.....	s. 12
2.3 Butlers teori.....	s. 14
2.3.1 En destinations utveckling enligt Butler.....	s. 15
2.4 De två perspektiven.....	s. 17
3. Bakgrund; Gran Canaria.....	s. 17
3.1 Gran Canarias historia.....	s. 17
3.2 Turistrådet på Gran Canaria.....	s. 18
4. Metod.....	s. 19
4.1 Val av metod.....	s. 19
4.2 Praktiskt tillvägagångssätt.....	s. 20
4.3 Teoretisk ram.....	s. 21
4.4 Intervjuer	s. 22
4.5 Observationer	s. 23
5. Analys & diskussion.....	s. 24
5.1 Diskussionen kring Plogs modell.....	s. 24
5.2 McKerchers syn på livscykeln som marknadsspecifik.....	s. 27
5.3 Diskussionen kring Butlers modell.....	s. 28
5.4 Hovinens resultat applicerat på fallstudien; Gran Canaria.....	s. 31
5.5 Plogs och Butlers modell applicerat på fallstudien; Gran Canaria.....	s. 32
6. Slutsats.....	s. 34
7.Källförteckning.....	s. 37

Bilagor

1. Inledning

Turism! Ett idag globalt fenomen som i takt med att destinationer utvecklas tenderar att förlora de egenskaper som gjorde dem attraktiva från början.¹ Världen har idag blivit en världsomfattande gemenskap full med öppna platser och turismens expanderings lämnar inte längre någon plats orörd. Resandet påverkar varje kontinent, land och stad.² Människor reser till destinationer som är platser med någon slags faktisk eller uppfattad gräns, så som en ös fysiska gräns, politiska gränser eller även marknadsskapta gränser. Önskan om att bli en igenkännbar destination medför många svåra utmaningar.³ Turist destinationer måste välja hur mycket de vill ge åt turismen då den idag är den snabbast växande industri och förväntas bli världens största industri inom en snar framtid. Som alla industrier är den dock objekt för cykler, mode, trender och enorm konkurrens.⁴

1.1 Ämnesval

Turismens framgång och destinationers tillväxt mäts ofta i antal besökare och deras expanderings. I takt med att antalet turister ökat världen över har de negativa effekterna av turismen blivit allt mer uppenbar.⁵ Vissa människor och verksamheter drar nytta av turismen, andra inte. Även då en destinations ekonomi kan dra fördelar av turismen, kan andra delar av den känna att den förlorar kvalitet, självständighet samt kulturella och sociala värderingar som inte gör det värt de ekonomiska fördelarna.⁶ I stort sett alla platser har idag problem, vissa större och andra mindre men problemen följer ofta ett kontinuerligt mönster.⁷ Kotler et. al menar att alla destinationer är objekt för processer och cykler som föds och dör.⁸ Många destinationer står först inför en period av tillväxt som därefter följs av en period av nedgång.

¹ Johnston (2001) s. 18

² Kotler, Bowen & Makens (2003) s.717

³ Kotler, Bowen & Makens (2003) s. 718

⁴ Kotler, Bowen & Makens (2003) s.717

⁵ Gill (2004) s. 569

⁶ Kotler, Bowen & Makens (2003) s. 720

⁷ Kotler, Haider & Rein (1993) s.3

⁸ Kotler, Haider & Rein (1993) s. 4

Om de lyckas att hämta sig i nedgångsfasen kan cykeln i bästa fall fortsätta flera gånger om.⁹

Vårt valda ämne är destinationers *evolution, processer, utveckling* och *cykler*. Vi fick upp ögonen för ämnet för första gången för tre år sedan under en föreläsning i början av vår utbildning. Föreläsningen handlade om turism samt plats marknadsföring ur ett ekonomiskt perspektiv och föreläsaren förklarade utifrån litteraturen att destinationer har en slags livscykel där de går igenom olika faser och en modell i form av en kurva ritades upp på tavlan.¹⁰ Ett antal olika benämningar har använts för att beskriva olika sorters turister som besöker destinationerna men den mest vanliga klassificeringen är den där turisterna antingen föredrar att resa i *grupp* eller *självständigt*.¹¹ I takt med att de olika sorters besökarna eller turisterna kommer till destinationen blir platsen allt mer exploaterad. Livscykeln går från det att destinationen blir *upptäckt* till att den *utvecklas*, blir *befäst* till att den tenderar att *stagnera* och vidare nå en kritisk punkt. Denna punkt är när de flesta känner till destinationen, om inte varit där minst en gång och ord som massturism samt destinationer som Mallorca och Kanarieöarna är typiska skolboksexempel.¹² Antingen kommer destinationen från denna punkt att börja dala och successivt nå nedgång, eller så blir det en vändpunkt för upprustning, förändring och vidare utveckling.¹³

Med utgångspunkt i litteraturen beskrivs det att destinationers attraktivitet kan stiga, dala eller falla drastiskt.¹⁴ Många olika forskare och akademiker har studerat destinationers utveckling och de menar att ett flertal destinationer följer ett relativt förutsägbart men okontrollerbart mönster.¹⁵ Efter den föreläsningen fortsatte vi att diskutera kring detta intressanta ämne och vi märkte att modellen och temat destinationer skapade mycket nyfikenhet. Med detta som utgångspunkt valde vi därför att fördjupa oss i ämnet *destinationers livscyklar, processer* och *utveckling* och basera vår kandidatuppsats kring dessa nyckelbegrepp. Syftet med kursen kandidatuppsats är att genomföra ett självständigt uppsatsarbete utifrån ett avgränsat problem. Arbetet ska baseras på vetenskaplig grund och metodologiska aspekter utgör väsentliga delar i en empirisk undersökning.

⁹ Kotler, Haider & Rein (1993) s. 5

¹⁰ Föreläsning: "Servicesektorns Framväxt" Helsingborg den 17 dec. 2004

¹¹ Kotler, Bowen & Makens (2003) s. 735

¹² Föreläsning: "Servicesektorns Framväxt" Helsingborg den 17 dec. 2004

¹³ Föreläsning: "Servicesektorns Framväxt" Helsingborg den 17 dec. 2004

¹⁴ Plog (2001) s. 13

¹⁵ Plog (2001) s. 18

1.2 Problemformulering

Vi fortsatte med att söka fakta, litteratur, artiklar och akademiskt underlag till bakgrunden och utvecklingen av begreppet *destinationslivscykeln* och *destinationers utvecklingsprocesser*. Vi insåg att destinationer ses av många forskare och andra inom turism branschen som vanliga produkter som genomgår sin produktlivscykel. Destinationer kan nämligen paketeras, marknadsföras och säljas på olika sätt precis som en fysisk vara, trots att en destination är mycket mer än bara en fysisk produkt.¹⁶ En destination innefattar många olika element, dels materiella så som byggnader, gator, människor, men även en hel del immateriella faktorer så som kultur, metalitet och miljö och därför är det komplext att analysera. Men vad innebär det egentligen att en destination har ett visst förlopp, process eller livscykel? Går alla destinationer genom de faser som modellerna tar upp och vad händer i så fall när en destination närmar sig slutet av sin livscykel? Ger de akademiska teorierna en tillräckligt bra förklaring till destinationers utvecklingsprocesser? För att undersöka detta valde vi ut två huvudperspektiv som bygger på olika grunder. Med dessa frågor samt problematiska antaganden som bakgrund vill vi undersöka ämnet om *destinationers livscykler, processer och vidare utveckling*.

1.3 Syfte och frågeställningar

Vårt syfte för denna kandidatuppsats blir därför att utifrån ämnesvalet, problemformuleringen och akademisk litteratur bidra till ökad förståelse för *destinationers utvecklingsprocesser* utifrån olika perspektiv på *destinationslivscykeln*. Utifrån de två valda perspektiven men även andra forskares påståenden och slutsatser vill vi bidra till en djupare förståelse och en flerdimensionerad bild av fenomenet. Med hjälp av vår fallstudie vill vi åskådliggöra likheter och skillnader med teorierna. För att uppnå vårt syfte ställer vi oss frågan; *hur ser akademiker och forskare på destinationers utvecklingsprocesser och hur kan dessa användas?*

¹⁶ Butler (2004) s. 162

1.4 Urval

För att uppnå en ökad förståelse för destinationers utvecklingsprocesser och destinationslivscykeln har vi valt att göra djupdykningar bland de mest kända, omtalade och erkända akademiker och forskare inom ämnet. Bland dessa Stanley Plog¹⁷ och Richard Butler som båda har utvecklat sin modell för destinationers utveckling.¹⁸ Anledningen till varför vi valde att utgå från Plog och Butler var på grund av att de bygger på olika grunder samt olika perspektiv. Plog utgår från att turistens beteende är det centrala för destinationers utveckling. Butler å andra sidan utgår istället från enbart själva destinationen.

1.5 Disposition

Vi har valt att strukturera vår uppsats i sex olika delar. Ovanstående inledande del följer av teorin, bakgrunden; Gran Canaria, metod avsnittet, analys och diskussion samt sist men inte minst en kortfattad och väldigt konkret slutsats. Då teorin är relativt tung och invecklad valde vi att placera den långt fram i uppsatsen så att läsaren kommer in och får en grundläggande förståelse för ämnet. Därefter följs ett kort avsnitt med Gran Canarias utveckling till en turist destination. Även öns turistråd och dess syfte, funktion och arbetssätt har vi beskrivit då det är ett centralt organ gällande turism näringen på Gran Canaria och vår mest centrala intervjukälla.

Metod avsnittet som i vanliga fall kommer relativt tidigt i uppsatser tyckte vi föll sig mest naturligt att i denna uppsats ha som punkt fyra. Vi tror och hoppas att uppsatsen blir lättare att läsa då. Som punkt fem bestämde vi oss för att väva samman analys och diskussion. Detta då vi samtidigt som vi analyserar modellerna och väver in exempel från vår fallstudie, även följer en diskussion kring och med olika andra akademiker och författares argument. Slutsatsen har vi försökt att korta ner för att det inte ska vara något annat än just en konkret slutsats.

¹⁷ Kotler, Bowen & Makens (2003) s. 735 jmf. Plog (2001) jmf. Tooman (1997)

¹⁸ Butler jmf. Tooman (1997) jmf. Getz (1992)

2. Presentation av teori

Nedan kommer vi att presentera en bakgrund till de teorier som vi valt, och i vilken kontext begreppet destinationslivscykeln växt fram. Vi kommer även att presentera de begrepp som kommer att användas. Vidare kommer de två centrala huvudperspektiven som uppsatsen i huvudsak bygger på att redovisas ingående, det vill säga Plogs perspektiv som sedan följs av Butlers. Avslutningsvis har vi i det sista avsnittet lagt fram likheter och skillnader mellan de olika perspektiven. Detta gör vi för att klargöra för läsaren de olika infallsvinklarna från respektive perspektiv för att sedan analysera de olika perspektiven.

2.1 Teoretisk bakgrund: ”Destinationslivscykelns framväxt”

Själva livscykel-tänkandet var vanligt långt innan man talade om att destinationer kunde ha livscyklar. Människans, djurens och växternas livscyklar är för många kända inom biologin, likväl som den välutvecklade produktlivscykeln (PLC) inom marknadsförings sammanhang som många akademiker skrivit om.¹⁹ Ett antal olika modeller växte fram och utvecklades sedan som även beskrev turism ur ett evolutions perspektiv, genom en slags livscykel process.²⁰ Gilbert, 1939 var den som först forskade om platsers popularitet och utveckling.²¹ Vidare presenterade Walter Christaller den första modellen som fick allmän uppmärksamhet. Den bestod av tre steg för destinationer; *upptäckt, tillväxt* och *nedgång*.²²

Tio år efter det att Christaller klargjort den första modellen för destinationers evolution presenterade år 1973 Stanley C. Plog, som är den mest omtalade och erkända grundaren av sin modell; *destinationslivscykeln*. Han utgick från att en destination genomgår *uppgång* och *nedgång* men beaktade även resenärernas psykologiska bakomliggande faktorer till själva resandet. I sin modell identifierar han två typiska turister; ”allocentric/ventures” och ”psychocentric/dependables” samt tre olika mellan typer²³ (presenteras ingående i avsnittet; Plogs olika karaktärer). En annan akademiker vid namn Stansfield använde Plogs modell i

¹⁹ Cooper & Jackson (1989) s. 377

²⁰ Tooman (1997) s. 216

²¹ Getz (1992) s. 752 jmf. Jhonston (2001) s. 3

²² Tooman (1997) s. 216 jmf. Cooper & Jackson (1989) s. 378

²³ Tooman (1997) s. 216

hans fallstudie på Atlantic City. Vad han upptäckte var en skillnad i marknadssegmentet från elit till massturism och han drog slutsatsen att den förfallna urbana miljön var en bidragande orsak. Resultatet blev att man började bygga nya faciliteter för att väga upp detta.²⁴ En liknande fallstudie gjorde även Weg på Nederländerna där han kom fram till ett liknade resultat.²⁵

McKercher var en annan akademiker som istället menade på att livscykeln är mer marknadsspecifik än destinationsspecifik. Vidare menade han att varje marknad har en unik uppfattning om destinationen formad av geografiska, politiska, ekonomiska och kulturella faktorer.²⁶ Litvin som gjorde en egen undersökning i Singapore kom också fram till att destinationer uppfattades olika beroende på vilken population man utgick ifrån. Litvins undersökning visade även på att resenärers aktuella rese mönster skilde sig från deras drömresor. Detta visade på att det fanns en stor skillnad mellan det ideala mönstret och mönstret för nyligen besökta destinationer.²⁷

Bulter utvecklade år 1980 Christallers modell från tre steg i utvecklingsprocessen av en destination till sex steg, för att bättre matcha den moderna tappningen av destinationslivscykeln.²⁸ Denna kallade han "Tourism Area Life Cycle" (TALC).²⁹ Butler utökade därigenom ramverket för livscykeln som börjar med *upptäckandet* av en plats eller destination som fortsätter vidare till *deltagande*, *utveckling*, *befästning*, *stagnation* och slutligen *nedgång* eller *förnyelse*.³⁰ Hur användbar Butlers modell verkligen är som ett ramverk för analyser för evolution av turism bevisas i ett antal fallstudier, bland annat den som Hovinen gjorde.³¹ Då gjordes en studie över Lancaster Country, Pennsylvania. Dock påvisade hans studie att varken Bulters eller Plogs modell förklarar uppgång och/eller nedgång för en destination. Hovinen menar därför och tillägger genom sin studie att det som gör att en destination eller plats faller i dess potentiella attraktivitet är linkad till tre faktorer som är helt orelaterade till varandra. Dessa är den *relativa lokaliseringen och tillgängligheten*,

²⁴ Getz (1992) s. 754

²⁵ Cooper & Jackson (1989) s. 379

²⁶ McKercher (2005) s.51

²⁷ Litvin (2006) s. 248, 249

²⁸ Getz (1992) s. 753

²⁹ Butler (2004) s. 159

³⁰ Cooper & Jackson (1989) s. 378

³¹ Hovinen (2002) s. 211

*mångfald av turism basen samt effektiviteten av planeringen.*³²

Haywood menade år 1986 att det ända sanna testet om modellerna är applicerbara till planering och management för turist områden är att diskutera ett antal andra faktorer. Bland dessa ingår *analys av enheterna, relevanta marknader och olika mönster* samt steg det vill säga *processer*. Med detta innebär vidare att identifiera destinationens steg i livscykel, bestämma mätverktyget och relevant tidsenhet, det vill säga en mer beräknande och uträknande studie.³³

Cooper och Jackson gjorde en fallstudie över ”The Island Man”.³⁴ De upptäckte att det var väldigt problematiskt att hitta data material över flera utav världens destinationer.³⁵ Dock visade deras studie att destinationslivscykel modellen åskådliggör hur och varför populariteten för destinationen föll. Studien påvisar också att destinationslivscykel som modell inte var användbar som ett beräknande redskap för just deras fallstudie utan snarare ett verktyg för att beskriva och analysera turism utvecklingen.³⁶

Debbage är en annan akademiker som till mestadels fokuserar på livscykel utifrån faktorer som *antal besökare* och *kapacitet* med följd att antal besök minskar eller är den samma i takt med att kapacitet uppnås.³⁷ I hans fallstudie på Paradise Island, Bahamas dokumenterades hur multinationella samarbetspartners kunde dominera turist utvecklingen. Detta så att de efter en tid kunde åstadkomma en stabil och konkurrenskraftig marknadsandel, dock skedde detta på bekostnad av innovation och variation.³⁸

Getz menade år 1992 att meningen av planering och kontroll över en destination handlar om att gynna *attraktivitet* och *konkurrenskraftighet*. Detta för att hänföra den viktiga produkten och markands relaterade indikationer för att i sin tur få insikt över turismindustrins tillstånd och väl kunna hantera de eventuella problem som dyker upp.³⁹ Enligt Agarwal är situationen mer komplicerad än Butler beskriver och förklarar. Hon menar att Butlers hypotesiska steg kan passa bra till vissa specifika attraktioner eller destinationer men inte till

³² Getz (1992) s. 754

³³ Getz (1992) s. 754 jmf. Cooper & Jackson (1989) s. 380

³⁴ Cooper & Jackson (1989) s. 383

³⁵ Hovinen (2002) s. 213

³⁶ Getz (1992) s. 754

³⁷ Getz (1992) s. 753

³⁸ Getz (1992) s. 754

³⁹ Tooman (1997) s. 219

alla, så som destinationer med *diversifierad turism industri* och *flera olika attraktioner*. Agarwal lägger även stor vikt vid hur viktigt det är att *analysera varje enhet för sig*.⁴⁰

Sammanfattningsvis har vi ovan presenterat destinationsutvecklings tänkandet samt hur destinationslivscykeln har vuxit fram. Vi har även framhåvt vissa av diskussionerna som förs kring ämnet fram till år 1994. Tilläggas bör dock att det finns fler akademiker som skrivit om ämnet. Vi har emellertid främst valt ut de, som utifrån vår valda litteratur, är mest centrala och återkommande.

2.2 Plogs Teori

Som ovan nämnt är Stanely C. Plog grundaren av sin destinationscykel modell med fokus på resenärernas beteende, varvid han har utvecklat en psykografisk kurva som vi nedan kommer att benämna *karaktärs kurva*. Plog menar att destinationer kan sättas in denna karaktärs kurva och därmed blir det möjligt att definiera var i utvecklingen en destination befinner sig och vart den är på väg genom att titta på vilka typer av människor som besöker platsen.⁴¹ En destinations karaktär beror inte endast på den geografiska positionen och den fysiska omgivningen, utan mer på hur destinationen har utvecklats genom åren, det vill säga dess process utifrån vilka som besöker platsen. Destinationers karaktär och atmosfär förändras oftast till det sämre över åren och en sådan omvandling leder vanligen till förfallandet av en eftertraktad destination. Att veta vad som bidrar till förfallandet leder till förståelse om hur man kan skydda det som lockat dit resenärerna i första hand.⁴² Plog menar att olika destinationer attraherar specifika typer av människor och följer ett relativt förutsägbart mönster av tillväxt och nedgång i popularitet över tid. Orsaken till att det flesta destinationers karaktär förändras är ökning av population och utveckling av turistorienterade faciliteter.⁴³

Plog har med utgångspunkt i den nordamerikanska populationen analyserat olika destinationer för att sedan placera in dessa i karaktärskurvan. Han jämför sin första analys som gjordes 1972 med analysen som gjordes 2001 och upptäcker ett klart mönster. Hans undersökning visar att ju mer ”charter stämplad” en destination blir desto hastigare blir

⁴⁰ Hovinen (2002) s. 220

⁴¹ Plog (1991) s. 87

⁴² Plog (1991) s. 78

⁴³ Plog (2001) s. 13

förflyttningen från en fas till en annan.⁴⁴ Denna process måste inte alltid ske men kommer troligen att göra detta om inte en bearbetad planering av destination sker.⁴⁵

2.2.1 Plogs olika karaktärer

Plog delar in människan i olika grupper men använder främst två huvudgrupper som är varandras raka motsats. Dessa kallar han för ”Dependables” (tidigare kallade Psychocentrics) som vi har valt att översätta till *de beroende* och ”Venturers” (tidigare kallade Allocentrics) som vi valt att kalla *äventyrarna*. De beroende försöker ständigt göra sitt vardagliga liv så förutsägbart och pålitligt som möjligt. De anses vara begränsade då de inte söker nya idéer eller erfarenheter och har en låg aktivitets grad samt föredrar populära, välkända märkesvaror. De beroende följer experters och celebriteters val då dem är osäkra på att göra egna val i livet och tycker om att ha en livsstil byggd på struktur och rutin.⁴⁶ Detta leder oftast till att de väljer utvecklade och populära turistdestinationer, där de får lugna solsemestrar med låg aktivitet eller aktivitet som inte skiljer sig allt för mycket från deras egen vardag.⁴⁷

Äventyrarna är nyfikna och vill utforska världens alla hörn⁴⁸ och tycker om att välja nya produkter som kommit ut på marknaden istället för att hålla sig fast vid populära märkesvaror. Till skillnad från de beroende, möter de sin vardag med självförtroende, energi och gör sina egna val utan att söka tips från experter. De föredrar hellre en dag fylld av varierande aktiviteter och utmaningar än något rutinmässigt.⁴⁹ Detta leder till att de söker ovanliga och outvecklade destinationer som ännu inte har blivit upptäckta av massturismen. De föredrar destinationer där dem kan ta del av det lokala, vandra för att utforska och lära sig saker om platsen. Äventyrarna söker sig därför hellre till nya destinationer varje år än att åka tillbaka till samma.⁵⁰ Till skillnad från de beroende, kräver de inte mycket när det kommer till service på plats till exempel hotell, restauranger eller organiserade guide turer. De bryr sig heller inte om destinationen är primitiv eller raffinerad, eftersom de endast lägger tyngdvikt vid att få

⁴⁴ Plog (2001) s. 21

⁴⁵ Plog (1991) s. 83

⁴⁶ Plog (2001) s. 15

⁴⁷ Plog (2001) s. 17

⁴⁸ Plog (2001) s. 15

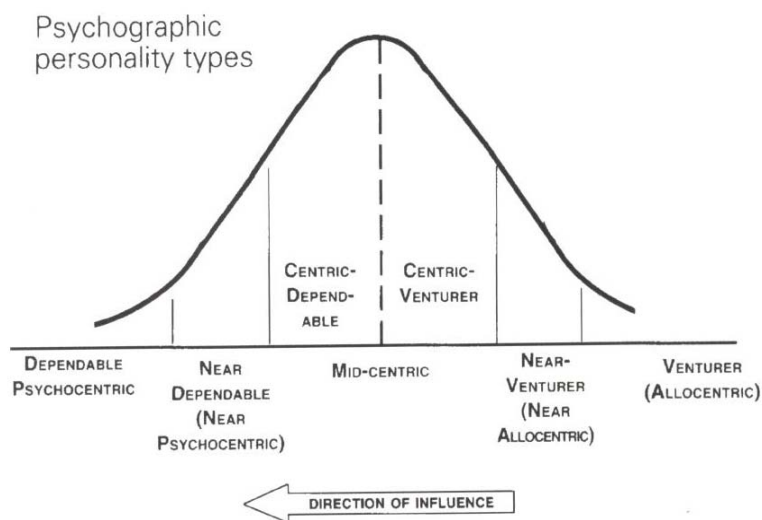
⁴⁹ Plog (2001) s. 16

⁵⁰ Plog (2001) s. 17

nya upplevelser av vilket slag som helst.⁵¹

Som tidigare nämnt består Plogs karaktärskurva av två extremiteter varav den ena är de *beroende* och den andra, är den totala motsatsen det vill säga *äventyrarna*. Dock finns det även karaktärer som hamnar mitt emellan dessa två. Den ena karaktären är den som finns precis mitt emellan de beroende och äventyrarna som Plog kallar "mid-centric" men som vi har valt att kalla *de måttfulla*. Dessutom finns, enligt Plog en karaktär mellan de beroende och de måttfulla som han nämner som "near- dependable" och vi kallar de *mindre beroende*. Vidare finns även mellantinget mellan äventyrarna och de måttfulla, "near- Ventures" som vi istället namnger de *mindre äventyrliga*.

Dessa personlighetskaraktärer, avgör enligt Plog våra rese mönster och preferenser.⁵²



Figur 1: Plogs karaktärskurva⁵³

2.2.2 En destinations utveckling enligt Plog

De som först besöker en destination är *äventyrarna*. När dessa återvänder från en resa, berättar de till sina vänner och bekanta om "den nya" destinationen. Dessa, klassificerade som *mindre äventyrliga*, blir intresserade och väljer själva att besöka den nya platsen. I regel

⁵¹ Plog (2001) s. 18

⁵² Plog (2001) s. 17

⁵³ Plog (2001) s. 16

består de sist nämnda av en större grupp besökare som bland annat kräver mer service på plats vilket i sin tur leder till destinationens påbörjade utveckling. Som en reaktion på det ökade antalet besökare börjar bland annat den lokala befolkningen utveckla mindre hotell, restauranger, affärer och försäljning av inhemska produkter.⁵⁴ När destinationen närmar sig mitten av utvecklingsfasen är majoriteten av besökarna *mindre äventyrliga* och då övergår destinationen från att vara unik, äkta och speciell till att bli en kommersiell plats.⁵⁵ De är också i denna fas som de *äventyrliga* resenärerna drar sig ifrån platsen i jakt efter nya destinationer med en bibehållen originell karaktär.⁵⁶ Detta sker bland annat på grund av att media ”upptäcker” destinationen⁵⁷ och flera aktörer investerar i vad som nu anses vara trendigt.⁵⁸

Utvecklingen har nu fört destinationen till mittfasen då de *mindre äventyrliga* berättat vidare om platsen till nästa så kallade karaktärsgrupp: *de måttfulla*. Plog varnar för att när en destination väl kommit fram till mitten av kurvan har den uppnått sin höjdpunkt i antal resenärer. Detta eftersom de *måttfulla* utgör den största delen av populationen enligt hans undersökning.⁵⁹ Han menar också att utvecklingen hädanefter kommer att fortsätta, men i en negativ bemärkelse. Turistbutiker, snabbmatsrestauranger, spelhallar och andra nöjesfaciliteter breder ut sig i allt större omfattning. Höga hotell börjar ta över den ursprungliga infrastrukturen och destinationen börjar nu få en mer typisk massturism karaktär.⁶⁰ Tecken på nedgång börjar synas redan efter förbipasserandet av kurvans mitt. De *mindre äventyrliga* resenärerna börjar därmed lämna platsen eftersom den inte längre förmedlar en känsla av exklusivitet, samtidigt som den sista karaktärsgruppen, *de beroende*, börjar resa till destinationen.⁶¹ Av den orsaken att de beroende är den minsta gruppen av besökare kommer också antalet besökare till destinationen att ständigt avta.⁶² De *beroende* utgör inte bara en mindre bas att stå på, de är mera konservativa i sitt sätt att resa och spendera pengar.⁶³ De

⁵⁴ Plog (2001) s. 19

⁵⁵ Plog (1991) s. 79

⁵⁶ Plog (1991) s. 81

⁵⁷ Plog (1991) s. 79

⁵⁸ Plog (2001) s. 19

⁵⁹ Plog (1991) s. 80

⁶⁰ Plog (2001) s. 19

⁶¹ Plog (1991) s. 81

⁶² Plog (2001) s. 19

⁶³ Plog (1991) s. 81

reser dessutom inte lika ofta, stannar inte lika länge och spenderar inte lika mycket på plats.⁶⁴ Situationen blir värre då ytterligare småbutiker börjar dyka upp överallt i form av t-shirt stånd, strand affärer, typiska souvenir butiker och ett överflöd av barer. Destinationen börjar överutvecklas samt exploateras och förlora därigenom successivt sin naturliga karaktär⁶⁵ detta är enligt Plog ytterligare varningssignaler till destinationens framtida förfall.⁶⁶

Plog anser att destinationer som lockar till sig ”mindre äventyrliga” har en mycket större chans till att lyckas inom branschen eftersom den i detta läge tilltalar den bredaste gruppen av resenärer. Destinationen är då lagom utvecklad, i behåll med dennes ursprungliga charm och tar tillhanda de flesta behov, i form av hotell och restauranger utan att ha gått för långt och tappat kontrollen helt över destinationen.⁶⁷

Slutligen anser Plog att när en destination går igenom destinationslivscykeln sker det mycket som är förutsägbart och som i viss utsträckning går att kontrollera. De flesta destinationer har dock haft oturen att istället för att få hjälp med att bevara platsen, utsätts för exploatörer som endast sökt efter att maximera deras kortsiktiga vinster. Framgång nås istället när det som lockade dit besökare i första hand, skyddas och bevaras.⁶⁸

2.3 Butlers Teori

Butler presenterade sin destinationslivscykel 1980 och kallade den för ”Tourism Area Life Cykle” (TALC). I litteraturen beskrivs och hänvisas modellen TALC också som destinationslivscykel.⁶⁹ Butler är den som har skrivit den destinationslivscykel som, näst efter Plog fått mest uppmärksamhet och skapat flest diskussioner. Hans modell består av sex olika steg som i huvudsak är en vidareutveckling och expanderad rekonstruktion av Christallers tre steg⁷⁰ som beskrivits ovan i historik delen. Nedan följer en kort presentation av dessa steg.

⁶⁴ Plog (2001) s. 20

⁶⁵ Plog (2001) s. 19

⁶⁶ Plog (1991) s. 80

⁶⁷ Plog (2001) s. 18

⁶⁸ Plog (1991) s. 79

⁶⁹ Butler (2004) s. 159

⁷⁰ Getz (1992) s. 753

2.3.1 En destinations utveckling enligt Butler

Butlers första steg kallar han den *upptäckande fasen*. Där sker begränsade besök av få äventyrslystna människor⁷¹, den sortens människor som Plog benämner som ”allocentriska” (äventyrare).⁷² Under denna fas finns en stark kontakt med lokalbefolkningen på destinationen men den sociala och ekonomiska påverkan på själva destinationen är liten.⁷³

Nästa fas kallar han den *deltagande fasen* där antalet besökare ökar och vissa lokala faciliteter erbjuder exklusivitet till de tillfälliga besökarna. Kontakten med lokalbefolkningen är fortfarande hög men de ekonomiska förhållandena börjar successivt förändras. En turism destination börjar sakta utvecklas, olika attraktiva säsonger påvisas och även en viss marknadsföring börjar spridas om den nya platsen.⁷⁴

Vidare kallar Butler den tredje fasen, *utvecklande fasen* vilket gör sig till känna genom att utomstående investerare börjar intressera sig för destinationen i takt med att en turism marknad etableras. Tillgängligheten till platsen ökar och marknadsföringen blir allt intensivare. Även lokala faciliteter breder ut sig allt mer och blir modernare. Detta resulterar i en viss nedgång beträffande den lokala medverkan och kontrollen. Artificiella attraktioner ersätter de originella, lokala och äkta. Importerad arbetskraft och diverse hjälpande service enheter blir nu högst nödvändiga för att stödja den kraftigt växande turism industrin.⁷⁵

Vidare följer destinationsprocessen till den *befästade fasen* i cykeln. Nu är den största delen av de lokala faciliteterna på ett eller annat sätt bundna till turismen som huvudsakligen domineras av stora kedjor. Antalet besökare fortsätter att öka stadigt men dock med en viss avtagande hastighet. Marknadsföringen riktar sig nu allt längre ut för att även attrahera de potentiella besökare som avståndsmässigt befinner sig längre bort.⁷⁶

Därefter kommer destinationen till den femte fasen där den enligt Butler tenderar att *stagnera* då kapacitetsnivån för många viktiga enheter har nått sin vändpunkt och då ekonomiska, sociala och miljömässiga problem tenderar att växa fram. Antal besökare har nu nått sin högsta möjliga punkt och man satsar nu genom sin marknadsföring på att locka till sig

⁷¹ Tooman (1997) s. 217

⁷² Plog (2001) s. 16

⁷³ Tooman (1997) s. 217

⁷⁴ Cooper & Jackson (1989) s. 378

⁷⁵ Tooman (1997) s. 217

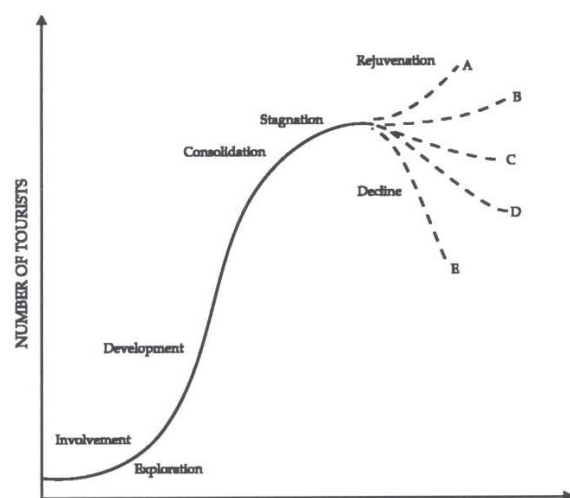
⁷⁶ Cooper & Jackson (1989) s. 379

återkommande turister, lojala besökare men även rikta sig till andra segment. Artificiella attraktioner ersätter de kulturella och naturliga då de inte längre uppfattas som trendiga.⁷⁷

Nu menar Butler att kurvan som hittills gått sakta uppåt kommit till den kritiska punkten. Här kan fas sex ge två former av utfall. Antingen kan kurvan få ett negativt utfall där destinationen sakta börjar falla i attraktivitet, vilket Butler kallar för *nedgångs fasen*. Turister söker sig inte längre till platsen utan väljer andra destinationer och de ända som är kvar är dagsturisterna eller dem som högst besöker destinationen i en vecka. Faciliteter som har växt fram genom turismen och huvudsakligen för turismen blir nu ersatta av icke turism inriktade etablissemang i takt med att områden frigör sig ur själva industrin, vilket leder till ännu lägre attraktivitet. Destinationen förvandlas antingen till turist slumområde eller förlorar allt som har att göra med turismindustrin och turister.⁷⁸

Den andra möjligheten till utfall för steg sex i Butlers modell är till motsats till nedgångs fasen istället en *förnyelse fas* där dramatiska förändringar på alla plan görs för att ge destinationen nytt liv. Detta antingen i form av att nya

artificiella attraktioner byggs och skapas eller genom att man börjar dra nytta av och använda fortfarande oexploaterade naturliga resurser på platsen. För det sjätte och sista steget för både det bättre och det sämre utfallet kan man sammanfattningsvis säga att cykeln antingen kan börja om på nytt, eller permanent förfalla i successiv nedgång.⁷⁹



Figur 2: Butlers destinations livscykel (TALC)⁸⁰

⁷⁷ Tooman (1997) s. 217

⁷⁸ Cooper & Jackson (1989) s. 379

⁷⁹ Tooman (1997) s. 218

⁸⁰ Baum (1998) s. 168

2.4 De två perspektiven

Den största likheten mellan de två teorierna är att båda har som syfte att skapa ett verktyg som analyserar och förklarar destinationers utvecklingsprocess. Var och en har utvecklat sin egen destinationslivscykel men skillnaden är att de utgår ifrån olika perspektiv. Butler utgår ifrån destinationen, alltså beroende på hur platsen utvecklas kommer detta att påverka antal besökare.⁸¹ Å andra sidan menar Plog att det är besökarnas personlighet och karaktär som är avgörande för resmönster och preferenser⁸² vilket i sin tur bestämmer ödet för destinationen och dess förändring.⁸³ Plogs modell har fått mycket kritik i jämförelse med Butler då många akademiker anser att Plog är för snäv i sitt resonemang.⁸⁴ Butler tar däremot hänsyn till fler faktorer till exempel miljömässiga, politiska och sociala. Båda pratar dock om hur viktigt det är att bevara platsen och att ta hänsyn till det lokala⁸⁵

3. Bakgrund; Gran Canaria

Nedan kommer vi väldigt kort och koncist presentera Gran Canarias historia och utveckling som turistdestination. Vidare kommer ett kort stycke om turistrådet på Gran Canaria och dess roll för turistutvecklingen på ön.

3.1 Gran Canarias historia

Gran Canarias historia består av olika legender och myter men går främst tillbaka till den klassiska epoken. Öns urinvånare att komma från Nordafrika medan den kulturella miljön snarare härstammar från barbarerna som koloniserade ön i mitten av det första årtusendet f. Kr. Under slutet av 1400-talet skedde en erövring av ön som varade i fem år. Tack vare Pedro de Vera avslutades erövringen och slutlig införlivning skedde under den spanska kronan. Från denna tidpunkt skedde en skiftning där kastilianerna (ett folkslag från ett landskap i södra

⁸¹ Butler (2006) s. 5

⁸² Plog (2001) s. 16

⁸³ Plog (2001) s.13

⁸⁴ Litvin (2006) s. 245

⁸⁵ Plog(1991) s. 79 jmf Butler (2006) s. 5

Spanien)⁸⁶ började instifta hela sitt politiska, sociala och ekonomiska nät på Gran Canaria. Den grancanariska huvudstaden, Las Palmas blir nu ett administrativt centrum med biskopssäte, den heliga inkvisitionsdomstolen och Canarias kungliga distriktsdomstol. Denna glänsande period spricker dock på 1600-talet på grund av nedgång i export av jordbruksprodukter såväl till Amerika som till resten av Europa. Inte förrän i mitten av 1800-talet kunde man återupprätta frihamnen och en ekonomisk konstruktion upprättades för att återuppliva handeln.⁸⁷

Orsaken till Gran Canarias turismutveckling var båttrafiken som genom åren givit ön sin framträdande plats som ett turistmål. Gran Canaria började successivt från andra hälften av 1800-talet och framåt att bli ett populärt resmål för européer. Det var även rederierna som gav idén till byggandet av hotell på ön och detta fortsätter än idag.

Den blomstrande turismen på Gran Canaria blev dock avbruten av flera krig som första och andra världskriget samt spanska inbördeskriget. Inte ens invigningen av Gran Canarias dåvarande flygplats 1930 var till någon hjälp för turismens del. Det var först på 50-talet som turismrörelsen återväcktes på Gran Canaria. År 1957 landade för första gången ett flygplan tillhörande ett svenskt flygbolag med alla sina 54 platser fyllda. Efter det startade Gran Canarias ”charterperiod” som ledde Gran Canaria in i den organiserade massturismen och den moderna turistkommersens.⁸⁸

3.2 Turistrådet på Gran Canaria

Det viktigaste och mest styrande organet på Gran Canaria gällande öns turism samt utveckling är *turistrådet*, ”Patronato de Turismo”.⁸⁹ Det är en självstyrande offentlig ledning vars huvudsakliga uppgift är att lyfta fram aktiviteterna för turism samt att stimulera till utveckling. I takt med att Gran Canaria ökade i popularitet och turismen blomstrade blev det nödvändigt att skapa en styrelse som aktivt arbetade med ön och bevakade dess turism.⁹⁰ Idag kommer hela 80 procent av öns inkomster från just turismen och turistrådet arbetar aktivt för

⁸⁶ www.nationalencyklopedin.se

⁸⁷ www.grancanaria.com

⁸⁸ www.turismodecanarias.com

⁸⁹ Intervju på turistrådet på Gran Canaria

⁹⁰ www.grancanaria.com

att behålla ön som ett förstaklassens turistmål.⁹¹ Turistrådet medverkar idag i olika projekt för turism så som planering av kvalitet, infrastruktur, turistinformation etc. Detta sker i direkt koordination med andra berörda föreningar och institutioner.⁹²

4. Metod

Nedan följer vårt metodavsnitt som huvudsakligen utgår från Kvale men även Patel & Davidsson Reinecker & Jörgensen, Reisinger & Turner samt Bryman. Denna del består av val av metod, praktiskt tillvägagångssätt, teoretisk ram, intervjuer och observationer. Vi har valt att sätta detta avsnitt efter både teoriavsnittet och bakgrunden till Gran Canaria, då vi anser att detta underlättar läsningen för läsaren. Vi menar att det på så sätt följer en naturligare struktur och en mer passande övergång för just vår uppsats.

4.1 Val av metod

Vår metod valdes utifrån vad vi tyckte lämpade sig bäst med utgångspunkt i syfte och frågeställning. Kvale menar att man gör ett val angående vilket perspektiv man vill utgå från som intervjuare. Han menar att man antingen kan vara malmletare eller resenär.⁹³ Vi har utfört våra intervjuer utifrån resenärens synvinkel då vi inte hade studerat särskilt mycket material i förväg innan vi gav oss iväg till Gran Canaria. Detta för att vi inte ville ha en alltför förutbestämd bild av vad vi letade efter på plats.

Vi valde den kvalitativa intervjun⁹⁴ som ett redskap för att samla in den information som behövdes. Detta för att påvisa komplexiteten inom ämnet. Vidare utgick vi från ett deduktivt arbetssätt⁹⁵, det vill säga att ställa teorin mot empirin och med andra akademikers infalls vinklar försöka skapa en så mångfacetterad illustration som möjlig. Vi tyckte det var grundläggande för vår uppsats att se huruvida teorin stämmer överens med verkligheten.

⁹¹ Intervju på turistrådet på Gran Canaria

⁹² www.grancanaria.com

⁹³ Kvale (1997) s. 11

⁹⁴ Kvale (1997) s. 149

⁹⁵ Patel & Davidsson (2003) s. 23 och Reinecker & Jörgensen (2004) s.160

Därefter har vi utgått från ett akademiskt perspektiv och analyserat och diskuterat teorin tillsammans med den utförda fallstudien och observationerna.

För att kunna ha ett eget exempel valde vi att göra en fallstudie i ett land där turismen spelar en central roll. Valet av destination blev Gran Canaria då en av gruppens medlemmar härstammar från ön, vilket underlättade vår vistelse där. Intressant är det också då uppfattningen av Gran Canaria, här i Sverige är att det är en ”charter stämplad” destination. Utifrån den uppfattningen tolkade vi det som att Gran Canaria gått igenom livscykelns alla faser och nu skulle befinna sig i en kraftig nergångs fas. Detta ville vi analysera vidare och valde därför att själva besöka ön.

Väl på plats utförde vi intervjuer med det centrala turistrådet på ön samt spontana intervjuer och konversationer med olika turister. Även en hel del observationer gjordes på plats. Vi ville själva uppleva destinationen för att förstå de modeller vi sedan skulle pröva. Kompletterande till denna resa var de intervjuer som gjordes med olika resebyråer här hemma i Sverige.

Vi var även medvetna om att alla av oss inte hade ett subjektivt förhållningssätt vare sig till platsen eller till kulturen eftersom en av oss härstammar från Gran Canaria. Dock tyckte vi inte att detta hade någon större betydelse eftersom fallstudien skulle hjälpa oss att förstå och undersöka teorin och inte bedöma destinationen som ett bra eller dåligt resmål.

4.2 Praktiskt tillvägagångssätt

Vi visste att vi ville studera destinationsutveckling med fokus på destinationslivscykel. För vår empiriska studie valde vi Gran Canaria eftersom vi trodde, utifrån konversationer med svenska vänner som de flesta var negativa till platsen, att ön genomgått alla utvecklingsfaser i destinationslivscykel och därför var det av betydelse för vår undersökning

För att ta reda på hur Gran Canaria utvecklats som turistmål och var de idag befinner sig i destinationslivscykel, vände vi oss till öns turistråd; ”Patronato de turismo” i Las Palmas. Första kontakten var genom öns hemsida där utförlig information på fem olika språk fanns tillgänglig.⁹⁶ Vidare kontaktade vi dem per telefon och mail.

Innan vår fältstudie diskuterade vi vad det var för information vi sökte och tittade efter

⁹⁶ www.grancanaria.com

litteratur och teorier som vi ansåg skulle vara passande. För att göra intervjufrågorna så objektiva som möjligt utgick vi bland annat från metodlitteratur, hemsidan och försökte forma så många uttömmande frågor som möjligt. Av erfarenhet visste vi att det var bäst att formulera halvstrukturerade frågor som både gav utrymme för följd frågor och en känsla av ett relativt fritt och öppet samtal.⁹⁷

Två utav gruppens tre medlemmar åkte till Gran Canaria medan den tredje medlemmen ordnade intervjuer med olika svenska resebyråer. Vi valde att göra intervjuer även i Sverige för att se hur Gran Canaria uppfattas av svenskar. Intervjuerna i Sverige utfördes på Fritidsresor i Malmö samt på Ticket i Helsingborg.

Väl på plats försökte vi att uppleva och utnyttja turistutbudet så mycket som möjligt. Det var anledningen till att vi hyrde bil vilket underlättade framkomligheten och möjligheten till upplevelser betydligt. Detta tyckte vi skulle kunna bidra till en så mångfaldig bild av destinationen som möjligt.

Efter hemkomsten och efter avslutade intervjuer bearbetade vi tillsammans igenom all den information som vi lyckats samla in. Vårt fokus blev nu klarare och den litteratur och de teorier som inte behövdes eller som vi tyckte kunde framstå som vinklad på ett eller annat sätt, föll naturligt bort.

4.3 Teoretisk ram

Vår teoretiska utgångspunkt och grunden till hela iden med detta ämne är den destinationsutvecklingsmodell som vi fick presenterad under en föreläsning december 2004.⁹⁸ Vi trodde från början att det var Plog som var grundaren till modellen men efter att ha letat i tidigare kurslitteratur fick vi svaret, att det istället var Butlers modell. Det hela började därför med sökande efter annan litteratur samt artiklar skriven av och om Richard Butler. Dock var Stanley Plog inte helt ur minnet utan vi sökte även hans verk. Efter att ha läst in oss lite lätt på både Plog och Butler tyckte vi att kontrasterna, det vill säga de olika utgångspunkterna i modellerna var intressanta att jämföra. Vi letade vidare efter fakta och började så småningom märka att det fanns några gemensamma namn i de bådas referenslista. Namn som Litvin, Hovinen, Cooper och Jackson, Agrawal, Tooman, McKerschner, Choy med flera var vanligt

⁹⁷ Kvale(1997) s. 118

⁹⁸ Föreläsning; "Servicesektorns framväxt" Helsingborg den 17 december 2004

förekommande. Vi blev nyfikna och började söka efter litteratur samt artiklar skrivna av även dessa. Mycket riktigt så var det alla på ett eller annat sätt kopplade till ämnet. Detta sätt att söka ledde oss vidare till en enorm diskussion kring destinationers utveckling där olika argument stod i strid med varandra. Även ett antal fallstudier var kopplade till modellerna. Till sist satt vi med en hög av böcker och ett tjugotal artiklar som alla var kopplade till varandra genom antingen jämförelser i texterna eller återkommande i referenslistan. Detta sätt att leta fakta på var nytt för oss alla men gav oss en känsla att vi till sist kände författarna och vad de stod för och tyckte just eftersom de var ständigt återkommande. Det gav oss idén till att skriva den teoretiska bakgrunden som en slags tids linje över de olika författarna och akademikerna och vad de har bidragit till inom ämnet, som vi sedan behandlar i analys och diskussions delen. Detta sätt var samtidigt ett mycket givande och effektivt sätt att leta fakta till samma ämne som gav oss många olika synvinklar.

Då näst intill allt material vi använt oss av varit på engelska har vi utgått från vår egen översättning vilket gör att vi vill reservera oss för eventuella fel beträffande ordval samt meningsbyggnad. Vi har dock försökt att vara tydliga med att förklara vilket ord vi valt istället samt varit konsekventa och hållit fast vid samma översättning genom hela uppsatsen så att läsaren inte ska tappa tråden på grund av språket.

För instruktioner och vägvisning gällande metod delen använde vi oss utav de, för oss vanligaste författarna så som Kvale, Reinecker och Jörgensen samt Patel och Davidsson, men även några nya. Allmän fakta om till exempel vår destination för fallstudien; Gran Canaria hämtade vi från bland annat elektroniska källor så som hemsidor och dylikt.

4.4 Intervjuer

Vi valde att utföra våra intervjuer utifrån kvalitativa intervjumetoder⁹⁹ och därefter komplettera med olika observationer som gjordes under vistelsen. Eftersom vi istället för många små, valde ett fåtal längre intervjuer spelade vi in dessa då vi av erfarenhet vet att minnet ofta sviker och en risk finns att viktiga detaljer glöms bort. Dock antecknade vi även på sidan om i fall något med inspelningen skulle haka upp sig eller av någon anledning inte vara hörbar. Detta sätt gjorde dessutom att vi kunde få ut mer av intervjuerna då vi främst

⁹⁹ Kvale (1997) s. 149

antecknade det som vi tyckte var mest intressant och det blev på så sätt lättare att senare hitta de punkter som var mest relevanta för vår undersökning. De största och viktigaste intervjuerna spelades in medan de mindre, mer spontana intervjuerna och konversationerna inte gjorde det då det inte föll sig naturligt i sammanhanget. Dessa intervjuer och konversationer antecknade vi direkt ner på papper samtidigt som vi diskuterade och reflekterade över dem. Den viktigaste och huvudsakligaste intervjun med turistrådet på Gran Canaria var tänkt att genomföras på spanska då en av gruppens medlemmar är spansk talande. Detta är förklaringen till varför frågorna som vi förberedde till turistrådet är skrivna på spanska (se bilaga 1). Dock var intervjupersonen på turistrådet i Las Palmas förutom spansk talande, även engelsk talande och han valde därför att styra över intervjun så båda vi som var med kunde förstå och hänga med i samtalet.

Under intervjuerna anser vi att vårt förhållningssätt har varit som resenärer.¹⁰⁰ Alltså att vi var målmedvetna men inte väl pålästa för att varken skapa en förutbestämd bild eller ha förutfattade meningar om vad vi sökte. Avslutningsvis har vi valt att låta personerna vara anonyma i uppsatsen då det är deras positioner som är av vikt för denna undersökning.

4.5 Observationer

En del av vårt empiriska material består av observationer som gjordes under vår vistelse på Gran Canaria då vi i stort sett åkte runt hela ön. Dock kommer endast de delar som är relevant för uppsatsen att tas upp. För att observationerna skulle kunna tillföra det vi behövde för vår uppsats försökte vi att uppleva destinationen som turister. Därför har vi nästan bara använt oss utav ostrukturerade observationer¹⁰¹. Enligt Bryman har vi arbetat efter dold etnografi¹⁰² eftersom vi uppförde oss som vilka turister som helst förutom då vi intervjuade.

Vi ville även genom våra egna observationer se om det fanns några tydliga tecken på hur långt Gran Canaria kommit i destinationslivscykeln. Vi är även medvetna att reliabiliteten i dessa observationer kan vara färgade av våra egna uppfattningar och upplevelser.

¹⁰⁰ Kvale (1997) s.12

¹⁰¹ Bryman (2001) s. 176

¹⁰² Bryman (2001) s. 278

5. Analys och diskussion

Efter att ha presenterat teorin och givit en bakgrund till Gran Canaria kommer vi nedan att använda denna för att analysera och diskutera med hjälp av exempel från vår fallstudie. De två huvud perspektiven kommer att användas samt olika infallsvinklar och resultat presenterade av andra forskare och akademiker.

5.1 Diskussionen kring Plogs modell

Cooper et al menar att Plogs modell missar det faktum att turister reser för olika anledningar och vid olika tillfällen. Det vill säga att samma person som åkte på en äventyrsfylld skidresa till en allocentrisk¹⁰³ destination senare på året kan ta en solsemester till en psychocentrisk¹⁰⁴ destination. Därför är det missledande att sätta en resenär under endast ett fack.¹⁰⁵ Detta menar Butikschefen på Fritidsresor i Malmö är typiskt för Gran Canaria då resenärerna ständigt kommer tillbaka även om dem varit på en annan destination samma år. Även många utav de turister som vi spontant intervjuade under vår vistelse på Gran Canaria berättade att de hade varit på ön fler gånger tidigare. Att dagens människor har mer tid och pengar är största orsaken som gör detta möjligt.¹⁰⁶ Människor reser idag mer och mer till nya destinationer som till exempel Thailand. Trots detta återkommer de ändå till de närliggande och bekväma destinationerna som de känner till och är vana vid, exempelvis Gran Canaria.¹⁰⁷

Crossley och Jamieson menar att även om en resenär är äventyrlig i sitt sätt att vara kan finansiella samt andra faktorer påverka dennes rese mönster. Detta kan i sin tur få dem att resa till mid-centric¹⁰⁸ eller near-psychocentriska¹⁰⁹ destinationer.¹¹⁰ Att äventyrliga resenärer kan välja psychocentriska¹¹¹ destinationer på grund av till exempel finansiella faktorer håller Plog med om. Han menar dock att detta inte kommer leda till en stor populationstrend och påverka

¹⁰³ dit kategorin ”äventyrliga” resenärer gärna åker

¹⁰⁴ dit kategorin ”beroende” resenärer gärna åker

¹⁰⁵ Litvin (2006) s. 246

¹⁰⁶ Intervju med Butikschef på Fritidsresor i Malmö

¹⁰⁷ Intervju med Butikschef på Ticket i Helsingborg

¹⁰⁸ dit kategorin ”måtfulla” resenärer gärna åker

¹⁰⁹ dit kategorin ”mindre beroende” gärna åker

¹¹⁰ Litvin (2006) s. 247

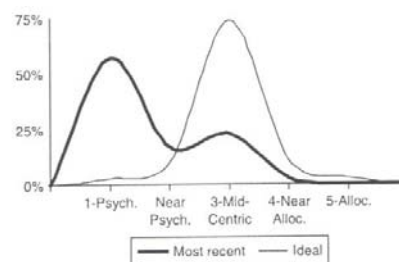
¹¹¹ dit kategorin ”beroende” resenärer gärna åker

så många samtidigt, att det i sin tur påverkar själva kurvans utseende. Dessutom avser han att äventyrliga resenärer inte behöver spendera så mycket pengar eftersom dem kräver mindre service på plats.¹¹²

Litvin som gjorde en egen undersökning i Singapore menar att, Plogs klassifikation av destinationer kan stämma för Nord Amerikanska resenärer men att Singapores population enligt hans granskning visade tvärtemot. Det vill säga att destinationer som ansågs vara allocentriska¹¹³ för den Amerikanska populationen visade sig vara psychocentriska för Singapores population.¹¹⁴ Litvin menar därför att destinationer anses vara allocentriska¹¹⁵ eller psychocentriska¹¹⁶ i förhållande till vilken population man utgår ifrån. För oss svenskar räknas till exempel Gran Canaria som en psychocentrisk¹¹⁷ destination men det betyder inte att ön uppfattas så av alla.¹¹⁸ Detta är en självklarhet enligt Plog som menar att modellen är gjord för att först klassificera populationen man utgår ifrån på skalan, för att sedan ta reda på vilka destinationer som föredras av varje typ.¹¹⁹

Litvins undersökningen visade också att medan resenärernas aktuella resor var konservativa, var deras drömresor mer äventyrsfyllda.¹²⁰ Kurvan som representerar resenärernas mest nyligen besökta destination är

långt ifrån den normala distributionen som förutspås av Plog och representerar hela 57 procent av resor till närliggande psychocentriska¹²¹ destinationer. Den andra kurvan som representerar resenärers ideala rese destinationer liknar däremot kurvan i Plogs modell, där majoriteten cirka 74 procent av alla destinationer, faller under typen mid-centric.¹²³



Figur 3: Litvins kurva¹²²

¹¹² Plog (2006) s. 257

¹¹³ dit kategorin "äventyrliga" resenärer gärna åker

¹¹⁴ Litvin (2006) s. 247

¹¹⁵ dit kategorin "äventyrliga" resenärer gärna åker

¹¹⁶ dit kategorin "beroende" resenärer gärna åker

¹¹⁷ dit kategorin "beroende" resenärer gärna åker

¹¹⁸ Intervju med Butikschef på Ticket i Helsingborg

¹¹⁹ Plog (2006) s. 257

¹²⁰ Litvin (2006) s. 248

¹²¹ dit kategorin "beroende" resenärer gärna åker

¹²² Litvin (2006) s. 26

Detta visar på att det finns en stor skillnad mellan det ideala mönstret och mönstret för nyligen besökta destinationer.¹²⁴ Resultatet representerar därmed en intressant dikotomi om att Plogs modell inte visar vart resenärerna kommer att resa, men däremot vart de idealiskt sätt vill resa.¹²⁵

Plog argumenterar dock för att det finns mycket information som saknas för att Litvins undersökningen ska hålla. Litvin tar inte upp viktiga förhållanden som kan påverka resultatet, till exempel inkomst och utbildning i Singapore. Har populationen råd att åka till allocentriska¹²⁶ destinationer som ligger längre bort, eller är kanske levnadsstandarden för dyr för att tillåta detta?¹²⁷ Litvin menar vidare att nyckeln är att särskilja mellan den potentiella resenärens kortsiktiga handlingar och långsiktiga avsikter. Det är ingen överraskning att det finns ett gap mellan handling och avsikter skriver Litvin. Grunden i all ekonomisk och marknadsförings teori förutsätter trots allt, att konsumenter är rationella varelser som fördelar begränsade resurser för att köpa varor som bäst passar deras befintliga behov. Detta är till exempel diskuterat av Azjen och Fishbeins i ”Theory of Reasoned Action”.¹²⁸ Denna granskning antyder att resandet ofta är en kompromiss mellan *begäran* och det som sker i *praktiken*. Med andra ord att resenärer finner orsak till att nöja sig med en destination som är mindre exotisk än den ideala på grund av till exempel finansiella faktorer.¹²⁹ Litvins undersökningen belyser också att det allocentriska¹³⁰ sättet att resa är relativt sällsynt. Det mesta av allt resandet sker till närliggande destinationer. Trots detta menar Litvin att rutinen kan komma att brytas när som helst och att resenärer då kommer att välja en mer äventyrsfylld destination för att komma ett steg närmre sitt ideala mål.¹³¹ Thailand och Kambodja är exempel på nya och mer exotiska destinationer, dit människor reser för att prova något mer äventyrligt och annorlunda till skillnad från ”vanliga” närliggande destinationer såsom Gran Canaria. Efter att ha provat något nytt söker sig dock människor tillbaka till

¹²³ dit kategorin ”måtfulla” resenärer gärna åker

¹²⁴ Litvin (2006) s. 249

¹²⁵ Litvin (2006) s. 245

¹²⁶ dit kategorin ”äventyrliga” resenärer gärna åker

¹²⁷ Plog (2006) s. 255

¹²⁸ Litvin (2006) s. 250

¹²⁹ Litvin (2006) s. 250

¹³⁰ dit kategorin ”äventyrliga” resenärer gärna åker

¹³¹ Litvin (2006) s. 250

gamla mönster, framför allt till det de känner till och är vana vid.¹³²

5.2 McKerchers syn på livscykeln som marknadsspecifik

McKercher tar upp en annan faktor och menar på att livscykeln är mer marknadsspecifik än destinationsspecifik. Varje marknad har en unik uppfattning formad av geografiska, politiska, ekonomiska och kulturella faktorer. Eftersom destinationer drar till sig olika sorters marknader, kan destinationen befinna sig i flera faser samtidigt.¹³³ Detta stöds av flera undersökningar. Debbages undersökning på Bahamas visade att både äventyrliga och beroende resenärer besökte platsen samtidigt och utförde olika aktiviteter väl på plats. Äventyrliga resenärer utforskade ön så fort de kommit fram, medan de beroende resenärerna höll säg till turistområdet och började utforska lite i slutet av resan.¹³⁴ Detta var också något vi lade märke till när vi var på Gran Canaria. Den största gruppen som besöker ön är *de beroende* men det finns även många *äventyrliga* på plats. De äventyrliga väljer istället att endast boka flyg och hyrbil för att köra runt på ön och utforskas på egen hand. Detta är ett växande intresse och något som fortsätter att uppmuntras.¹³⁵

McKercher och Du Cros undersökning om kulturarvsturism i Hong Kong stödjer också detta resonemang, då olika människor visade olika karaktärsdrag på samma plats samtidigt. Kineser visade beroende liknande karaktärsdrag, Singaporianer och Australiensare visade måttfullhet i sina karaktärsdrag och Européer äventyrliga. Väl på samma plats sökte sig de beroende resenärerna till lättillgängliga kulturattraktioner medan äventyrliga resenärer studerade kulturen mer djupgående och på egen hand.¹³⁶ McKercher avser därför att en destination kan servera flera marknader samtidigt. Varje marknad utvecklar en egen livscykel i egen fart. Det innebär att vissa marknader kan befinna sig vid det nya stadiet, medan andra befinner sig i tillväxt, stabilt eller nedgångsfas. En destination kommer därför att vid varje fas tilltala en samling av olika marknader och därför är det svårt att säga att en destination befinner sig vid en definitiv fas i livscykeln.¹³⁷ Enligt Ticket är det en ständigt strid att

¹³² Intervju med Butikschef Ticket i Helsingborg

¹³³ McKercher (2005) s.51

¹³⁴ McKercher (2005) s.51

¹³⁵ Intervju med Butikschef på Ticket i Helsingborg

¹³⁶ Intervju med Butikschef på Ticket i Helsingborg

¹³⁷ McKercher (2005) s.51

förändra resenärers syn på Gran Canaria. Gran Canaria anses var lite ”ute” enligt svenskarna och responsen som ges av förslaget att resa till ön är ofta negativ. Ansvar för Ticket blir därför att övertala och berätta mer om vad destinationen har att erbjuda. Hade kunden fått välja själv hade kanske denne inte åkt dit säger butikschefen på Ticket.¹³⁸ Detta tyder på att inte lika många svenskar reser till Gran Canaria längre, vilket i sin tur kan tolkas som att destinationen befinner sig i början av en nedgångs fas. Utifrån McKerchers perspektiv behöver detta inte nödvändigtvis stämma och skulle istället tolkas som att den svenska markanden befinner sig i nedgång, medan andra marknader kanske befinner sig på andra stadier i livscykel. Därför anses det också vara missledande att säga att Gran Canaria som en destination befinner sig i en nedgångs fas.¹³⁹

McKercher anser också att påståendet om att psychocentriska¹⁴⁰ destinationer befinner sig i nedgångs fasen eftersom de endast drar till sig resenärer av beroende karaktär måste ifrågasättas. Många psychocentriska¹⁴¹ destinationer hamnar ofta i nedgångsfasen men dock på grund av mer komplexa anledningar än vad som ges av Plog. Nedgång kan bero på flera faktorer, såsom teknologiska förändringar, ekonomisk nedgång, politiska förändring, misslyckandet av att förnyelse eller konkurrens av en ny och mer attraktiv destination.¹⁴²

5.3 Diskussionen kring Butlers modell

Butler som identifierade ett specifikt mönster för utveckling av destinationer, menar på att antalet besökare följer kurvan i livscykel. Den kan delas in i sex faser som nämnt tidigare och genomås i princip av de flesta destinationer.¹⁴³ Hovinen avser dock att en destination kan ingå i en annan fas och utvecklingsmönster än just den som förutsågs av Butler.¹⁴⁴

Kotler anser också utifrån egen undersökning att det finns andra utvecklingsmönster som kan ske i livscykel än de som anges av Butler. Han ger tre alternativa mönster: ”tillväxt-nedgång-mognande”, ”primär cykel och återspeglade cykel” och ”gradvis tillväxt”¹⁴⁵

¹³⁸ Intervju med Butikschef på Ticket i Helsingborg

¹³⁹ McKercher (2005) s.51

¹⁴⁰ dit kategorin ”beroende” resenärer gärna åker

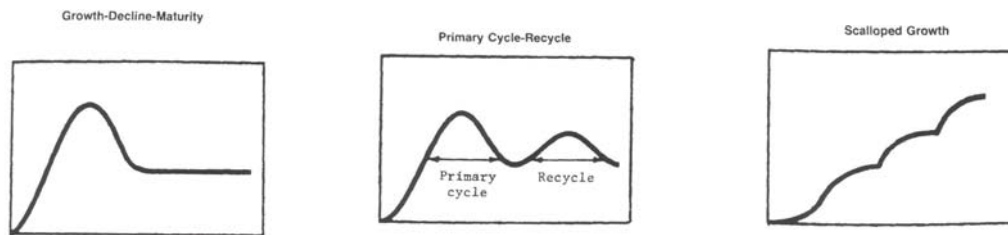
¹⁴¹ dit kategorin ”beroende” resenärer gärna åker

¹⁴² McKercher (2005) s.53

¹⁴³ Choy (1992) s. 26

¹⁴⁴ Choy (1992) s. 26

¹⁴⁵ Egen översättning



Figur 4: Kotlers alternativa utvecklingsmönster¹⁴⁶

Eftersom destinationslivsrykeln har utvecklats utifrån produktlivsrykeln kan dessa alternativa mönster också ske för destinationer.¹⁴⁷ Mönstret ”tillväxt-nedgång-mognande” är något som vi till exempel sett på Gran Canaria. Destination har gått igenom sin utvecklingsfas och sedan har dess kurva dalat med tiden, för att i sin tur nå en mognad. Efter denna fas har destinationen bibehållit en jämn nivå vilket även stöds av den information vi fick ut av intervjuerna. Enligt butikschefen på Fritidsresor i Malmö har det inte skett en märkbar förändring i antalet besökare per år.

Agarwal är ännu en forskare som menar på att det finns fler faser som kan tillkomma än de sist nämnda utfallen, nedgångs fasen och förnyelse fasen i TALC modellen.¹⁴⁸ Han menar också att minskning kan ske gradvis och behöver inte leda till en kritisk punkt där ett val måste göras angående satsning på turismen. När kommunen eller de som är ansvariga för marknadsföring av platsen inte längre ser destinationen som en turistattraktion kan till exempel en *utgångs fas* inledas genom att överge platsen med vilje.¹⁴⁹ En destination kan ta till sig av en utgångs strategi genom att befria sig från all turism attraktion. Detta kan göras även om destinationen inte befinner sig i en mognads fas och eller är i fara för stagnation.¹⁵⁰ Valet att överge en plats kan till exempel bero på ökat intresse av att satsa på jordbruk eller andra industrier. Andra påverkande faktorer kan vara förändringar i naturen, katastrofer eller ändring i det geografiska mönstret, eller industri utveckling. Detta kan leda till att turismens betydelse för platsen minskar efter hand eller blir svår att upprätthålla, vilket i sin tur kan leda

¹⁴⁶ Kotler (1988) s. 351

¹⁴⁷ Choys (1992) s. 26

¹⁴⁸ Baum (1998), s.170

¹⁴⁹ Baum (1998), s.170

¹⁵⁰ Baum (1998), s.170

till en så kallad påtvingad utgång.¹⁵¹

Ett annat alternativ till utgångs fasen är en *nyuppfinnande fas* till skillnad från en förnyelse fas, vilket innebär ett nytt inträdande där traditionella turistattraktioner läggs ner och nya alternativa marknader byggs upp. Detta tas även upp av Handys modell, Sigmoid kurvan, som är en utveckling av produktlivscykeln. Enligt Handy kan modellen användas för att strategiskt planera minskning av en produkt och samtidigt introducera en annan i god tid.¹⁵² Baum anser att Sigmoid kurvan kan appliceras i TALC. På detta sätt kan man tidigt upptäcka nedgång i attraktionen och strategiskt lägga ner denna för att starta något nytt, istället för att försöka motgå en nedgång i den befintliga marknaden.¹⁵³

Choy's studie på Karibiska öarna visade att Butlers traditionella livscykel modell kan vara missledande och inte direkt kan appliceras på alla destinationer. Detta då till exempel vissa utav de Karibiska öarna är av stor variation gällande mönstret för tillväxt.¹⁵⁴ Butlers modell passar bäst till stora och populära turist destinationer och då menar Choy att den inte räknas som en generell modell för alla destinationers utveckling.¹⁵⁵ Han menar att hans resultat påvisar att destinationer som varierar kraftigt gällande typ av besökare, vilket i sin tur speglar utvecklings mönstret, ger en specifik form på dess livscykel som är unik från fall till fall. Därför anser Choy att det är bättre att behandla varje destination individuellt som en säregen enhet. Han föreslår därigenom att istället för att använda Butlers modell att beskriva en turist destinations evolution, använda den som ett verktyg för planering samt identifiering av alternativa strategier. Detta då orsaken till misslyckande av en destination ofta beror på dålig planering och för dåligt genomtänkta strategier.¹⁵⁶ Dhalla och Yuspeh menar å andra sidan att Butlers modell inte kan användas som ett självständigt verktyg för strategi då externa faktorer så som konkurrens, utveckling av nya destinationer, variation av konsumenternas smak, politiska faktorer och regionala bestämmelser också spelar en avgörande roll.¹⁵⁷ Andra viktiga och komplicerade faktorer som Butlers modell inte tar

¹⁵¹ Baum (1998), s.171

¹⁵² Baum (1998), s.172

¹⁵³ Baum (1998), s.172

¹⁵⁴ Choy (1992) s. 26

¹⁵⁵ Choy (1992) s. 29

¹⁵⁶ Choy (1992) s. 31

¹⁵⁷ Cooper & Jackson (1989) s. 381

hänsyn till är destinationens konkurrens, kulturella, sociala samt ekonomiska ställning.¹⁵⁸

5.4 Hovinens resultat applicerat på fallstudien; Gran Canaria

Hovinen gjorde som tidigare nämnt en studie 1982 utifrån Butlers och Plogs teori över Lancaster Country, Pennsylvania.¹⁵⁹ Resultaten utifrån hans studie påvisade att modellerna går att använda till *viss del* men enligt honom är de dock inte fullständiga. Efter sin studie menar Hovinen att det krävs tre tilläggande faktorer till Plog och Butlers teori för att få en fullständig bild över destinationen. Dessa är; *lokalisering och tillgänglighet, mångfald av turism basen* samt *effektiviteten av planeringen*. Ovanstående tre faktorer anser vi, utifrån vår fallstudie på även passar Gran Canaria.

Gällande lokalisering och tillägnlighet anser vi utifrån vår resa till Gran Canaria att ön ligger väldigt bra till geografiskt. Med det menar vi att det är *nära till de flesta länder* och därigenom relativt *kort restid*. Detta var något Butikschefen på Fritidsresor i Malmö också belyste som en stark konkurrensför fördel.¹⁶⁰ På plats kunde vi även höra en hel del utländska språk (utländska språk i förhållande till spanska) vilket enligt oss tyder på att Gran Canaria som destination är tillägnligt för många.

Att ta sig till Gran Canaria från hela världen är lätt då ön har goda förbindelser via flyg. ”Han vi intervjuade på Gran Canaria” menade även att tillgängligheten ökar indirekt då landet politiskt sätt är stabilt, utan konflikter och krig och säkerheten hög. Jämför med till exempel Turkiet och Egypten som båda är kända turistdestinationer med goda förbindelser men dit folk ändå tvekar till att åka på grund av bland annat terrorism.¹⁶¹ Något vi också lade märke till, och uppskattade under vår vistelse på Gran Canaria, var öns *goda infrastruktur*, vilket även det leder till att tillgängligheten till fler platser är möjlig. En relativt ny motorväg var lagd mellan olika städer som ledde till och genom huvudstaden Las Palmas vilket underlättade mycket, speciellt för oss som valde att hyra bil. Dock var vi mindre nöjda med skyltningen runt ön, som för oss svenska turister var något missvisande och otydliga. Detta är en faktor som bör förbättras på ön för att öka tillgängligheten ännu mer, särskilt för de turister som vill

¹⁵⁸ Cooper & Jackson (1989) s. 395

¹⁵⁹ Hovinen (2002) s. 209

¹⁶⁰ Intervju med Butikschef på Fritidsresor i Malmö

¹⁶¹ Sönmez & Sirakaya (2002) s. 187

ta sig runt själva och upptäcka och utforska sina ”smultronställen”.

Gällande mångfald av turism basen så är detta något som extra framförs i marknadsföringen av Gran Canaria här i Sverige. Butikschefen från Fritidsresor betonade flera gånger Gran Canarias mångfald som något speciellt och säreget, att det helt enkelt finns något för alla.¹⁶²

Mångfald av aktiviteter och upplevelser är också en stor konkurrensfördel.¹⁶³ Thailand som är öns största konkurrent för tillfället kommer därför förmodligen aldrig att bli lika stort som Gran Canaria i den mån att det blir et resmål dit man reser 1-2 gånger om året.¹⁶⁴ Mångfald var även något vi själva märkte av under vår vistelse på ön då vi fann allt från storstadspuls och shopping, till mysiga små gator i gamla stan, turistfyllda stränder, sol, bad och surfing, lyxiga hotellanläggningar, småbåts hamnar, naturupplevelser samt höga berg och djupa dalar.

Gällande effektiviteten av planeringen har EU's ekonomiska bidrag till Gran Canaria sedan de gick med i EU förbättrat både kvaliteten samt effektiviteten av planeringen för öns framtid. Även Gran Canarias turistråd ”Patronato de Turismo” har blivit bättre gällande effektiviteten samt planering, särskilt när det kommer till att stimulera turismnäringen på ön.¹⁶⁵ Extra viktigt är denna faktor just för Gran Canaria då hela 85 procent av öns inkomst kommer från turismen.¹⁶⁶

5.5 Plogs och Butlers modell applicerat på fallstudien; Gran Canaria

Utgår man från Plogs modell borde Gran Canaria ha hamnat i en kris och redan förfallit, vilket vi också konstaterade när vi utgick ifrån modellen. Efter att ha besökt ön och intervjuat turistorganet på plats kunde vi dock slå fast vid att ön inte hade hamnat i nedgång. Det går bättre än någonsin för ön som har begått alla dödsynderna som Plog anger.¹⁶⁷ Enligt vår tolkning och utifrån våra observationer på Gran Canaria har ön gått igenom processen av att först bli upptäckt av *äventyraren*, till att bli ”inne” för *de måttfulla* och till sist främst dra till sig *de beroende*. Alla symptom som angetts i Plogs process kan ses på ön. Turistbutiker,

¹⁶² Intervju med Butikschef på Fritidsresor i Malmö

¹⁶³ Intervju med Butikschef på Fritidsresor i Malmö

¹⁶⁴ Intervju med Butikschef på Ticket i Helsingborg

¹⁶⁵ Intervju med turistrådet på Gran Canaria

¹⁶⁶ Intervju med turistrådet på Gran Canaria

¹⁶⁷ Intervju med turistrådet på Gran Canaria

snabbmats restauranger, spelhallar och andra nöjes faciliteter har dykt upp. Höga hotell har tagit över den ursprungliga infrastrukturen och destinationen har överutvecklats, förlorat sin distinkta karaktär samt blivit charterstämplad. Enligt Plog borde det nu gå neråt för destinationen eftersom den främst drar till sig ett ständigt minskande segment av populationen det vill säga *de beroende* som inte reser lika ofta, inte stannar lika länge och spenderar mindre på plats.¹⁶⁸ Men eftersom Gran Canaria fortfarande inte står inför förfall och ännu är Tickets och Fritidsresors största rese mål efter flertals år, anser vi att detta måste tyda på att det finns flera faktorer som påverkar en destinationsutveckling än resenärers beteende och preferenser. Plogs modell kan därför till viss del sägas vara missledande i vår undersökning av Gran Canaria.

Utifrån Butlers modell TALC kunde vi se att Gran Canaria gått igenom de första faserna i modellen, vilket inneburit en ständig uppgång för destinationen. Enligt våra observationer har destinationen varit med om att tillgänglighet till platsen och marknadsföringen blivit allt mer intensiv. Destinationen har blivit allt mer bunden till turism som nu huvudsakligen domineras av stora kedjor till att ha nått sin högsta möjliga punkt i antalet besökare. Destinationen har till och med kommit till det stadiet då de satsar på marknadsföring för att locka till sig återkommande turister och rikta sig till andra segment. Gran Canaria har dock inte passerat den *stagnerande fasen* och kommit till en kritisk punkt för att ytterligare ge två former av utfall.¹⁶⁹ Enligt Butler kan antingen kurvan få ett negativt utfall där destinationen sakta börjar falla i attraktivitet, eller istället ingå en förnyelse fas där dramatiska förändringar på alla plan görs för att ge destinationen nytt liv.¹⁷⁰

Beroende på vilken modell man använder blir resultatet olika eftersom man tittar på olika faktorer som påverkar destinationen. Försöker vi sätta in Gran Canaria i Plogs modell så kan det sägas att den är på väg att dö ut eller borde vara förfallet med tanke på viken karaktärs grupp som mesta dels åker dit idag. Sätter vi däremot in Gran Canaria i Butlers modell så befinner sig destinationen fortfarande i en stagnations fas.

¹⁶⁸ Plog (1991) s.18 jmf Plog (2001) s. 19

¹⁶⁹ Observation

¹⁷⁰ Tooman (1997) s. 217

6. Slutsats

Nedan följer den sista och avslutande delen av denna uppsats. Här kommer vi att ta upp väsentliga delar som vi tidigare berört så att läsaren förstår poängen med vår slutsats. Vi kommer att reflektera över vår undersökning och belysa, enligt oss viktiga argument för och emot de två huvudperspektiven. Därefter presenterar vi vad vi kommit fram till för slutsats med stödjande argument.

Syftet med både Plogs och Butlers modell är den samma, det vill säga att fungera som ett verktyg för att *förklara* destinationers *utveckling*. Dock utgår de två akademikerna ifrån helt olika perspektiv vilket gör dem intressanta att jämföra. Ser man det utifrån Plogs perspektiv är det *besökarnas karaktär* som är avgörande för rese mönster och destinationens utveckling. Med andra ord ser han det utifrån besökarna och inåt mot destinationen. Butler å andra sidan ser det inifrån destinationen och ut. Det vill säga att det är själva *platsen* som påverkar vilken typ av människor som kommer att besöka platsen samt dess antal som i sin tur påverkar destinationen.

Plogs styrker att det är minst lika viktigt att se till vilka som besöker platsen som att se till den geografiska positionen och den fysiska omgivningen. Hans modell är viktig i marknadsförings sammanhang för att veta hur man ska rikta reklamen och till vilken målgrupp. Plogs modell tar däremot inte upp att samma turist kan göra olika eller samma val, resa av olika anledningar samt vid olika tillfällen. Inte heller tar den i beaktning vilken population man utgår ifrån eller skillnaden mellan vad man drömmer om att åka och vart man i praktiken åker. Vidare delar han in människan i olika grupper vilket gör det relativt komplicerat då människan är föränderlig över tid.

Butler ser utvecklingen mot en turist destination som att ett fåtal besökare sporrar destinationen och dess invånare till att satsa på turism och bygga upp det som de tror att turister vill ha. Enligt hans modell är utfallet för en destination antingen nedgång eller förnyelse. Men som tidigare nämnt behöver inte en destination nödvändigtvis nå en kritisk

punkt utan det finns även alternativa mönster. Butlers modell anses även i vissa fall vara missledande då den inte passar till alla platser utan mest till de stora och populära turistdestinationerna.

Varken Plog eller Butler tar i sina modeller upp lokalisering och tillgänglighet, mångfald och effektivitet av planeringen, vilka är tre viktiga faktorer som andra forskare kommenterat. Som tidigare diskuterat kan även modellerna vara missledande då de inte alltid går att applicera på alla destinationer utan är bäst lämpade för stora populära turist destinationer.

Både Plog och Butler tar upp att destinationer för eller senare kommer att nå en kritisk punkt, det vill säga nå massturism, där något måste göras för att ”rädda” destinationen från förfall. Enligt Kotler samt våra observationer behöver det inte nödvändigtvis vara så, utan en destination kan likväl nå en stabil punkt. Därifrån kan destinationen utvecklas i jämn takt utan någon varken påtaglig upp eller nedgång. Som tidigare visat har Kotler presenterat tre alternativa utfall varvid ett av dessa även passar med vår destination Gran Canaria. Vidare får man dock inte glömma att även om en plats är ”charter stämplad” behöver inte detta betyda att destinationen som helhet är det. Som andra akademiker tidigare nämnt så är det viktigt att analysera varje enhet för sig för att få en rättvis uppfattning.

Målet för uppsatsen har varit att belysa *komplexiteten* hos destinationer och dess utvecklingsprocesser. Efter att ha analyserat de båda huvudperspektiven tycker vi att det är nödvändigt att använda sig utav båda perspektiven parallellt med varandra för att få en djupare förståelse. Plog och Butlers teorier anser vi kompletterar varandra då de tillsammans ger ett djup, inte enbart utifrån destinationen utan även utifrån marknaden och de människor som reser till och från destinationen. För vad vore en turist destination utan turister och vad vore turister utan en destination? Vi anser nämligen att när det gäller något så stort som turism, där det handlar om platsen i sig likväl som besökarna behövs ett mer flerdimensionerat synsätt. Detta tycker vi att man får om man parallellt använder de två teorierna.

Vi menar att Plogs och Butlers modeller kan sammanställas och användas som ett *hjälpmedel* till turistdestinationerna så att de inte tappar kontrollen över det lokala. Turism i sig är inte något dåligt eftersom det faktiskt gynnar destinationens ekonomi. Dock finns det en viss risk och även tendens till att utländska investerare ”äter upp” destinationen med deras egna faciliteter och enorma hotell anläggningar. Detta leder till att den största vinsten går till

just dessa investerare som i stort sett utnyttjar destinationens fördelar, så som natur, kultur och klimat för egen vinning.

Vår slutsats blir därigenom att använda *båda* modellerna vid analyser av destinationer för att få en mer rättvis och flerdimensionerad bild av verkligheten. Trots detta anser vi att modellerna inte strikt kan användas som ett verktyg för strategisk planering då det finns fler faktorer som båda modellerna utesluter. Vi anser att det inte går att ta upp alla möjliga påverkande faktorer i modellerna men att det är viktigt att vara medveten om att dessa finns.

7. Källförteckning

Litteratur

Baum, Tom (1998) "*Taking the Exit Route: Extending the Tourism Area Life Cycle Model*"
The Scottish Hotel School, Vol.1, No.2 UK

Butler, R. (2004) "*The Tourism Area Life Cycle in the Twenty- First Century*" Blackwell
Publishing, UK

Butler Richard W. (2006) "*The Tourism Area Life Cycle Vol.1, Applications and
Modifications*", Cormwell Press, Great Britain

Bryman, A. (2001) "*Samhällsvetenskapliga metoder*" Liber AB, Lund

Choy, Dexter J. L. (1992) "*Life Cycle Models for Pacific Island Destinations*" Journal of
Travel Research, pp. 26-31 Hawaii, Manoa

Cooper, Chris & Jackson, Stephen (1989) "*Destination Life Cykle- The Isle of Man Case
Study*" *Annals of Tourism Research*, Vol. 16, pp. 377-398 USA

Getz, Donald (1992) "*Tourism Planning and Destination Life Cykle*" *Annals of Tourism
Research*, Vol. 19, pp. 752-770 USA

Gill, A. (2004) "*Tourism Communities and Growth Management*" Blackwell Publishing, UK

Grönroos, Christian (2004) "*Service Management- en CRM ansats*" Liber Ekonomi, Lund

Hovinen, Gary R. (2002) "*Revisiting the Destination Lifecykke Model*" *Annals of Tourism
Research*, Vol. 29, No. 1, pp. 209-230 Great Britain

Johnston, Charles Samuel (2002) “*Shoring the Foundations of the Destination Life Cycle Model- part 1, ontological and epistemological considerations*”, *Tourism Geographies*, Vol. 3, No. 1, pp. 2-28 Business Faculty, Auckland University of Technology, New Zealand

Kotler, P. Bowen, J. & Makens, J. (2003) “*Marketing for Hospitality and Tourism*“, Prentice Hall, USA

Kotler, P. Haider, D.H. & Rein, I. (1993) “*Marketing Places. Attracting, Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations*“ The Free Press, New York

Kvale, S. (1997) “*Den kvalitativa forskningsintervjun*” Studentlitteratur, Lund

Litvin, Stephen W. (2006) “*Revisiting Plog’s Model of Allocentricity and Psychocentricity...One More Time*“ *Cornell University Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 47, Issue 3 pp. 245-253

McKercher, Bob (2005) “*Are Psychographics Predictors of Destination Life Cycle*” *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 19 (1)

Patel, R & Davidsson, B. (2003) “*Forskningsmetodikens grunder*” Studentlitteratur, Lund

Plog, C. Stanely (1991) “*Leisure Travel: Making It A Growth Market...Again!*”, New York: John Wiley & Sons,

Plog, C. Stanely (2001) “*Why Destinations Rise and Fall in Population: An Update of a Cornell Quarterly Classic*” *Cornell University Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 42, pp. 13

Plog, C. Stanely (2006) *“One Mo’, Once: A Commentary on the Litvin Paper on the Plog Psychographic System”* Cornell University Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol. 47, Issue 3 pp. 254-259

Reinecker, L & Jörgensen, P. (2002) *“Att skriva en bra uppsats”* Liber, Lund

Reisinger, Y. & Turner, L. (2002) *“Cross Cultural Behaviour In Tourism”* Paperback, UK

Sönmez, S. & Sirakaya, E. (2002) *“Journal of Travel Research”* Vol. 41 pp 185-196

Tooman, Axel L. (1997) *“Applications of the Life- Cykle Model in Tourism”* Annals of Tourism Research, Vol. 24, No. 1, pp. 214-234 Great Britain

Elektroniska källor

www.fritidsresor.se: 090407 kl.15.20

www.grancanaria.com: 200407 kl.11.35

www.mytravel.se: 090407 kl.14.50

www.nationalencyklopedin.se: 240407 kl.10.00

Muntliga källor

Intervju med Rigoberto Perera, Turismo Rural på ”Patronato de Turismo” på Gran Canaria, Las Palmas, Gran Canaria den 16 april 2007

Intervju med Peter Lack, butikschef på Fritidsresor i Malmö, Malmö den 23 april 2007

Intervju med Pernilla Frank, butikschef på Ticket i Helsingborg, Helsingborg den 30 april 2007

Spontana intervjuer med svenskar, norskar, finnar och engelsmän på plats på Gran Canaria mellan den 11-18 april 2007

Bilaga 1

Frågor till intervju: “Patronato de Turismo” på Gran Canaria

1. Gran Canaria ha tenido o tiene una crisis con las actividades turísticas?
2. Nuestra imagen de la isla es que esta “fuera de moda”, esto es verdad?
3. Como creen usted que perciben los visitantes Gran Canaria como destinación?
4. Si yo fuera un visitante potencial, que me diría usted para que escogiera Gran Canaria?
5. Que tiene Gran Canaria para ofrecer les a sus visitantes que otros destinos no tienen?
6. Cual es la ventaja competitiva mas fuerte de Gran Canaria?
7. Cree usted que gracias a su labor a cambiado la cantidad de visitantes? Y si es así, cuál es la causa piensa usted?
8. Cuales son los que visitan Gran Canaria hoy en día?
9. Sabe usted si vuestros visitantes vuelven para repetir su estancia aqui ?
10. Cual es el grupo de interés mas fuerte?
11. Como ve usted el futuro de Gran Canaria como destinación turística? La cantidad de visitantes va a incrementar o disminuir? Porque cree usted esto?
12. Gran Canaria como destinación es mas popular durante específicas épocas del año o es igual durante todo el año?
13. Como consiguen ustedes las opiniones de vuestros visitantes? Como manipulan estos datos?

Bilaga 2

Intervjufrågor till Turistbyråer i Sverige

1. Vår uppfattning om Gran Canaria är att destinationen är ”ute”, stämmer detta?
2. Hur tror ni Era resenär/besökare uppfattar Gran Canaria?
3. Om jag är en kund som vill till Gran Canaria men är tveksam, vad skulle du då säga för att locka mig just dit?
4. Vad anser Ni Gran Canaria har att erbjuda jämfört med andra destinationer?
5. Vad/vilken är Gran Canaria starkaste konkurrens fördel?
6. Har antalet resenärer till Gran Canaria via Er förändrats de senaste åren? Om ja, vad kan detta bero på?
7. Vem/vilka reser till Gran Canaria idag?
8. Har Ni många återkommande kunder?
9. Vilken är den bredaste målgruppen?
10. Hur tror ni framtiden ser ut för Gran Canaria som destination? Kommer antalet resenärer öka/minska? Varför tror ni detta?
11. Är Gran Canaria speciellt populärt en viss tid på året eller är det lika året om?
12. Får ni feedback av resenärerna? I så fall hur hanterar Ni dessa?

Bilaga 3

Intervjufrågor till turister på Gran Canaria

1. Är det er första gång på Gran Canaria eller har ni varit här flera gånger?
2. Vad tycker ni om platsen?
3. Vad hade ni för förväntningar?
4. Vad är ert huvudsakliga syfte med denna resa?
5. Vad är det som bestämmer vart ni ska resa?
6. Vad brukar ni välja för resmål?
7. Vilka faktorer påverkar ert val av destination?
8. Hur ser ni er själva som turist?