



LÄNSSTYRELSEN
VÄSTRA GÖTALANDS LÄN

Finansieringsystem för natur- och kulturresurser





Rapportnr: 2010:23

ISSN: 1403-168X

Rapportansvarig: Ruddi Laang

Utgivare: Länsstyrelsen i Västra Götalands län, staben

Rapporten finns som pdf på www.lansstyrelsen.se/vastragotaland under Publikationer/Rapporter



Förord

Länsstyrelsen har i februari 2008 redovisat ett program till regeringen för att utveckla natur- och kulturturism. Länsstyrelsens strategigrupp har uttalat att ett frivilligt betalningssystem för bidrag till natur- och kulturattraktioner bör utredas.

Staben har i november 2009 uppdragit åt John Armbrrecht att genomföra en förstudie som skall ge en överblick över vilka frivilliga betalningssystem som finns. Förstudien har finansierats av Länsstyrelsens tillväxtmedel (1:1 anslaget), Länsstyrelsen med medel ur landsbygdsprogrammet samt av Västra Götalandsregionen, regionutveckling.

Författaren svarar ensam för innehållet i utredningen.

Ruddi Laang



Finansieringssystem för natur- och kulturresurser

John Armbrecht

Det här arbetet, som tar sin utgångspunkt i skriften "NATUR- & KULTURTURISMPROGRAM", avser redovisa finansieringssystem för att bevara och främja natur- och kulturresurser. Möjliga finansieringssystemen inkluderar närings- och konsumentbaserade, liksom frivilliga och obligatoriska alternativ. Utredningens fokus ligger på frivilliga näringslivsbaserade finansieringssystem.

0 Sammanfattning och slutsatser

Kulturturism och naturturism är inga konstgjorda fenomen utan två exempel på hur individer tillfredställer sina behov av exempelvis rekreation och personlig utveckling. Turism är både en social aktivitet och ett sätt att tillägna sig kultur. Kulturen blir alltså ett motiv för turism och resande, och turismen ett sätt att konsumera kultur och kulturarv. Natur- och kulturturism är alltså en betydande strategi för hållbar samhällsutveckling – i Västra Götaland, i Sverige, i Europa.

Utveckling av natur- och kulturturism sker genom nationella initiativ, men också på lokal och regional nivå. För att stärka natur- och kulturturism som framtidsnäring måste politiska beslut och ekonomiska satsningar ske med hänsyn till olika politikområden. En skarp gränsdragning mellan kulturpolitiska/miljöpolitiska och turismrelaterade beslut sänder fel signaler. En samordning och samfinansiering på nationell, regional och lokal nivå är önskvärd – både för att kunna legitimera och driva samarbetet mellan bland annat näringen och det kulturella fältet.

Ett av kulturpolitikens mål är att öka det internationellt kulturutbyte. Att skapa möten mellan olika kulturer, främja den kulturella mångfalden och brukandet av kultur. En strategi är att använda turismutveckling som medel för att nå målet. Vad gäller den övergripande kulturella och ekonomiska samhällsutvecklingen finns det en klar utvecklingstrend mot att de kultur- och näringspolitiska sakområdena tenderar att komma allt närmare varandra. Här finns också en potential för att delvis konvergera. Ett exempel är det kulturekonomiska fältet. Det kulturella fältet genomgår omvandlingar, förändras och dras in i utvecklingen mot en mer konsumtionsstyrd ekonomisk utveckling – som innebär att turism- och upplevelseindustrin expanderar kraftigt. Med denna utveckling blir kulturen i allt högre grad en del av en näring. På gott och ont.

I denna studie redovisas finansieringssystem för natur- och kulturresurser. Det inledande teoretiska kapitlet diskuterar resursers värde utifrån ett brukar- och icke-brukarperspektiv. Perspektivet innebär att natur- och kulturresurser är värdefulla...

1. ...eftersom de nyttjas och konsumeras (så kallade brukarvärden), men också eftersom de...
2. ...skapar värden enbart på grund av sin existens (så kallade icke-brukarvärden).

I de flesta fall skapas icke-brukarvärdet för lokalbefolkningen (invånarna i en region eller ett land) oberoende av om de nyttjar resursen i fråga eller inte. Brukarvärdet skapas däremot för dem som nyttjar och konsumerar resursen. Brukar- och icke-brukarperspektivet innebär att lokalbefolkningen (som tar del av såväl brukar- och icke-brukarvärden) kan diskuteras separat från turister (som i de flesta fall endast tar del av brukarvärdet).

Mot denna bakgrund diskuteras finansiering och hållbarhetsaspekter kopplade till natur- och kulturturism. Förenklat kan man säga att turismutvecklingen måste vara hållbar utifrån såväl brukar- som icke-brukarperspektivet. Värden och kostnader som skapas genom konsumtion liksom värden och kostnader skapade genom resursers blotta existens måste ingå i värde- och kostnadskalkylen. Icke-brukarvärden kostar exempelvis mindre - eftersom resursen inte nyttjas. En möjlig slutsats är därför att brukare i större utsträckning ska bidra till resursens finansiering.

Naturturism som grundar sig på tillgång av naturresurser förutsätter att tillgångarna används och påverkas. Utifrån ett lokalt perspektiv måste turismens negativa effekter (kostnader) vägas mot turismens fördelar (intäkter). I den bästa av världar bidrar turismen till en hållbar samhällsutveckling

samtidigt som den medverkar till att finansiera kvalitativa förbättringar. Förbättringar som kommer lokalsamhället tillgodo.

För att öka och kvalitativt förbättra befintlig natur- och kulturturism krävs att åtgärderna finansieras. En redovisning av olika finansieringssystem visar på flera alternativ. Både obligatoriska som frivilliga finansieringssystem har implementerats världen över. Fördelar med obligatoriska avgifter är att relativt stora finansiella resurser kan allokeras. Däremot finner obligatoriska avgifter sällan samma acceptans som frivilliga. Det beror på att förvaltningen av resurserna ofta är förknippad med stora administrativa kostnader. Dessutom påverkar obligatoriska avgifter (ofta skatter) företagen negativt. Avgifterna minskar marginalerna och är kostnadsdrivande. Detta påverkar i sin tur den svenska konkurrenskraften inom turismen negativt. Allemansrätten förbjuder dessutom all kommersialisering av naturresurser – och därför är obligatoriska finansieringsformer i princip uteslutna. Vidare exkluderar konsumentavgifter individer som inte kan eller vill betala avgiften. Samhällsekonomiskt måste exkluderingen ses som en kostnad.

Oavsett vilken finansieringsmetod som väljs blir det sannolikt konsumenten som får bära avgifterna i ett frivilligt eller obligatoriskt system. Administrativt talar mycket för att näringslivsbaserad finansiering är lämplig, främst för att organisationen i sin frivilliga form inte nödvändigtvis orsakar stora administrativa kostnader.

Följande tabell visar möjliga finansieringsalternativ för natur- och kulturresurser. Alternativ 1,2,5,6,7 är traditionella finansieringsalternativ. Alternativ 3 och 4 skiljer sig från övriga genom att 3 kombinerar fördelar av 1 och 5, medan 4 kombinerar fördelar av 2 och 6.

	Konsumentbaserat	Näringslivsbaserat
Frivilligt	1 Donationer, merchandise, frivilliga avgifter m.m.	2 Donationer, finansiering av icke-vinstdrivande företag, sponsring med mera
Frivilligt, men etiskt och moraliskt fordrande	3 Donationer i samband med nyttjande, frivilliga entréavgifter	4 Miljöcertifiering, miljöledning
Obligatoriskt	5 Entréavgifter, beskattning av varor och tjänster, ankomst- och transitskatter med mera (Figur 5)	6 Turismbeskattning m.m. (Figur 5) Exempel: Beskattning av omsättning Beskattning av gästnätter
	7 Självfinansiering genom ökade skatteintäkter	

Tabell 1: Utökad tabell som redovisar finansieringsmöjligheter

Om en finansiering av natur- och kulturresurser införs krävs någon form av organisatorisk enhet som både kan samordna administrationen och besluta om hur allokerade resurser ska fördelas och investeras. För att skapa en effektiv organisation krävs strategiska beslut. Den här studien ger exempel på samarbetsplattformar (3,4) (ideella organisationer, miljöledningsorganisationer, miljöcertifieringsorganisationer med flera) där företag och andra aktörer kan samverka för att utveckla resurser. Sannolikt leder utvecklingen av resurserna i förlängningen till att fler turister besöker natur- och kulturbaserade attraktioner längre – och det gynnar företagen, samhällsutvecklingen och välfärden.

Innehållsförteckning

0	Sammanfattning och slutsatser	3
1	Introduktion	7
2	Bakgrund	8
2.1	Värde – en ekonomisk syn	8
2.2	Konsumentöverskott.....	10
2.3	Välfärd.....	10
3	Naturens och kulturens värde	12
3.1	Naturens och kulturens ekonomiska värden	12
3.2	Värden för turisterna och lokalbefolkningen.....	13
3.3	Finansiella värden	14
4	Samspelet mellan kultur-/naturresurser och turism	17
4.1	Hållbarhetsaspekter	19
4.2	Allemansrätten – en begränsning av kommersialisering och exkludering	21
5	Finansiering av natur- och kulturresurser	23
6	Obligatoriska finansieringssystem	26
7	Frivilliga finansieringssystem	28
7.1	Konsumentbaserade finansieringsformer	28
7.2	Avgifters effekter på konsumenten	30
7.3	Frivilliga näringslivsbidrag	31
7.3.1	Finansiering genom bidrag av tjänster.....	31
7.3.2	Donationer och Merchandising	31
7.3.3	Sponsring.....	32
8	Finansiering av icke-vinstorienterade organisationer	34
8.1	Miljöcertifiering och ”Kulturcertifiering”	35
8.2	Certifieringssystem som finansieringsform för natur- och kulturresurser	37
9	Exempel Skaraborg	39
10	Slutsatser och skarpa förslag	44

Figurindex

Figur 1: Konsumentöverskott (jfr Mattsson, 1988)	10
Figur 2: En flödesmodell för evenemangens effekter (Crompton et al., 2001).....	15
Figur 3: En beskrivning av ekonomiska effekter av ett evenemang (Andersson, 1996).....	16
Figur 4: logiken bakom obligatoriska finansieringssystem	23
Figur 5: obligatoriska taxeringssystem	26

Tabellindex

Tabell 1: Utökad tabell som redovisar finansieringsmöjligheter	4
Tabell 2: möjliga finansieringsformer för natur och kulturreсурser	25
Tabell 3: Ett utdrag av listade, betydande natur- och kulturattraktioner i Västsverige	39
Tabell 4: Jämförelse mellan frivilliga och obligatoriska avgifter - Göteborgs botaniska trädgård	40
Tabell 5: Jämförelse mellan frivilliga och obligatoriska avgifter - Läckö Slott	40
Tabell 6: Jämförelse mellan frivilliga och obligatoriska avgifter - Trandansen Hornborgarsjön	41
Tabell 7 Jämförelse mellan frivilliga och obligatoriska avgifter - Bohus Fästning	41
Tabell 8: Frivillig (och obligatorisk) näringslivsbaserad finansiering.....	42
Tabell 9: Gästnattsbeskattning	43
Tabell 10: Sammanställning av utgifter efter kategorier	43
Tabell 11: Finansieringsbidrag	44

0 Introduktion

Människors intresse för natur- och kulturupplevelser kan ta sig många uttryck i form av aktiviteter - exempelvis resor, sociala nätverk och konsumtion av varor och tjänster. Natur- och kulturresurser har nära band till bland annat turism, folkhälsa, regional utveckling och livskvalitet.

Flertalet studier visar att individer i stor utsträckning värdesätter rekreation i naturen (Uddenberg, 1995; Norling & Gunnarsson, 1994; SCB, 2004). Att rekreationen i natur- liksom kultursammanhang innebär en aktivitet (vistelse) i ett natur/kulturområde är uppenbart.

I de flesta fall nyttjar människor naturen och kulturen i särskilda syften eller för att nå specifika mål. Exempelvis upplevelser, socialt umgänge, lärande, fysisk aktivitet, spänning, avkoppling, miljöombyte, möjlighet att utforska nya platser och liknande. Detta ger oss svaret på frågan *varför* människor ägnar sig åt natur- och kulturrelaterade aktiviteter (Manning, 1999) – som i sin tur resulterar i något form av "utbyte". Utbytet kan i en vid mening betraktas som ett värde för individen och på aggregerad nivå även för samhället. Värdet som natur- och kulturresurser skapar ökar befolkningens välfärd.

Värdeperspektivet i denna studie bygger i huvudsak på tre tidigare studier inom kulturekonomi (Armbrecht, 2009; Armbrecht & Andersson, 2010; Armbrecht & Andersson 2008)*. De värden som skapas kan generellt delas upp beroende på sina instrumentella värdebidrag - exempelvis i form av hälsa, nationell mobilisering, solidaritet och personlig utveckling (Armbrecht, 2009). I en internationell forskningsöversikt kring friluftslivets värden använder Sandell (2004) fem olika värdekategorier. Kategorierna återger relevanta instrumentella värden – *existentiella värden* (friluftslivets utgångspunkter, till exempel naturbegrepp, landskapsrelation, identitet), *samhällsreflekterande värden* (friluftslivet som en del av det moderna samhället), *pedagogiska och mobiliserande värden* (friluftsliv som pedagogiskt redskap för olika syften), *hälsorelaterade värden* (friluftsliv som medel att behandla sjukdom) samt *ekonomiska värden* (friluftslivets ekonomiska relationer ur bland annat samhälls- och företagsperspektiv). Denna studie utgår ifrån ett ekonomiskt, nyttorelaterat perspektiv. De ekonomiska värden som kultur- och naturresurser skapar för individer och samhälle preciseras senare i denna utredning.

En ekonomisk betraktelse handlar i dess vidaste mening om hushållning med resurser för att kunna tillfredsställa mänskliga behov, och om val mellan olika alternativ (Dolan & Lindsey, 1988). Människor har olika preferenser för olika kombinationer av nyttigheter, som i sin tur genererar olika grader av behovstillfredsställelse. Ur samhällsekonomisk synpunkt är - rent generellt - bästa alternativet det som ger den största behovstillfredsställelsen. Tillfredsställelse som också kan uttryckas som välfärd. Välfärdsnivån kan, med en viss förenkling, sägas vara konstituerad av alla de nyttigheter som står människorna till buds (idag och i framtiden). Generellt sett är dock tillgången på olika nyttigheter begränsad. Vi måste välja vilka nyttigheter som ska tillhandahållas, hur de ska tillhandahållas och för vem de skall tillhandahållas. I en marknadsekonomi görs dessa val i stor utsträckning genom prisbildningen (Axelsson, 1989). När det gäller allmännyttiga varor och tjänster tillhandahålls de i stor utsträckning av offentliga institutioner.

* Armbrecht, J. (2009). *Att värdera det ovärderliga: en studie om kulturinstitutioners värde*. Göteborg: Centrum för turism, Företagsekonomiska institutionen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.

Armbrecht, J., & Andersson, T. (2010). En studie av samhällsekonomi kring Nordiska Akvarellmuseet . Göteborg: Göteborgs Universitet.

Armbrecht, J., & Andersson, T. (2008). *Varas Värde Varar*. Göteborg: Göteborgs Universitet.

2 Bakgrund

I följande avsnitt redovisas utredningens grundantaganden. Som redan tidigare nämnts kommer utredningen att utgå från ett ekonomiskt perspektiv. Ett perspektiv som har implikationer på hur värdet av natur- och kulturresurser beskrivs och definieras. Här nedan beskrivs vad ett ekonomiskt synsätt på värde innebär och vilka begrepp och koncept som är relevanta i sammanhanget.

2.1 Värde – en ekonomisk syn

Adam Smith, som var representant av "The Classical Labour Theory of Value", ansåg i "The Wealth of Nations" (1789; 1996) att priset för en vara bestäms av den arbetsinsats som krävs för att producera den. Eftersom en jägare behövde två arbetsdagar på sig för att fälla en bäver ansågs bävern vara dubbelt så mycket värd som en hjort – eftersom hjorten bara krävde en dags arbete. Även om Smith i delar av sin bok nämner begreppet *brukar-värde* bortsåg han från detta i sina teorier. Han tog alltså ingen hänsyn till att en hjort – som ger mer kött och päls än en bäver – i realiteten har ett högre brukarvärde.

Jeremy Bentham diskuterar i "An Introduction to the Morals and Legislation" (1789) utilitaristiska sociala filosofier. Boken blev den filosofiska grundstenen till den neoklassiska teori som kom att dominera slutet av 1800-talet. Bokens första kapitel börjar med ett ofta citerat uttalande:

Nature has placed mankind under the governance of two sovereign masters, pain and pleasure. It is for them alone to point out what we ought to do as well as to determine what we shall do... (Bentham, 1789, p. 17)

Bentham ansåg att "the pleasure and the pain" styr oss i allt vi gör, i allt vi säger och i allt vi tänker. Människans motivation kan därför, enligt Bentham, reduceras till strävandet efter att maximera "pleasure" (nyttan). Bentham ansåg att han hade lyckats finna en lösning som skulle leda till en vetenskap om mänsklig välfärd eller "lycka". Han hoppades därför att människan en dag på ett matematiskt sätt skulle kunna uttrycka och kartlägga lycka och samhällsekonomi på ett lika matematiskt sätt som naturvetenskaperna kartlägger vår fysiska miljö (Read, 2007).

Nyttokonceptets utveckling har lett till att två olika betydelser av begreppet *nytta* utvecklats. Till skillnad från Bentham beskriver Kahneman och Tversky (2000) nyttans betydelse i beslutsprocessen. För att särskilja de två koncepten använder Kahneman och Tversky (2000) begreppen *upplevd nytta* (experienced utility) och *beslutsnytta* (decision utility). I följande nyttodiskussion ligger fokuseringen huvudsakligen på Benthams definition.

Smith ansåg, precis som Marx och Ricardo, att man behövde brukarvärden för att kunna ha ett "bytesvärde" (exchange value). Däremot ansåg han inte att man på ett vetenskapligt sätt kunde fastställa storleken av bytesvärdet genom att analysera brukarvärdet. Men med detta betraktelsesätt blev det omöjligt för Smith att lösa vatten-diamant-paradoxen. Varför har diamanter ett mycket högre pris än vatten när vattnets brukarvärde är mycket högre? Hade det inte varit mer naturligt att vatten är mycket dyrare? Smith löste inte denna paradox, men teorin om marginalnyttan förmådde senare att göra det. Lösningen ligger i att individer aldrig kan välja mellan allt vatten som kan drickas och alla diamanter som finns (White, 2002). Ett val görs alltid på

marginalen. Om en individ får välja mellan ett glas vatten och ett antal diamanter skulle de flesta välja diamanterna eftersom en extra enhet diamanter är mycket mer värdefull än en extra enhet vatten. Allt vatten är visserligen mer värdefullt än alla diamanter, men eftersom det finns gott om vatten och få diamanter är diamantens marginalnytta högre (White, 2002). Teorin om marginalnytta löser således paradoxen.

Även om utilitarismen under mitten av 1800-talet hade betydelse så förespråkade betydande ekonomer, bland annat Marx, "labor theory of value". Han gick på så sätt i Smiths fotspår. Denna teori hade inget behov av och förståelse för Benthams "nyttokoncept". Den enda som i princip intresserade sig för Benthams tankar under mitten av 1800-talet var John Stuart Mill (Read, 2007). Mill ansåg till skillnad från Bentham att utilitarismen innebär att det finns en hierarki av olika typer av glädje. En hierarki som gör det möjligt att göra en mer nyanserad analys av individers motivation. Men "individualistisk" nyttomaximering är inte det enda som påverkar individers beteende och motivation, menar Mill. Den sociala omgivningen har också inflytande på individens attityder och beslut.

Efter Mill utvecklade Jevons, Menger och Marshall (bland andra) den neoklassiska skolan. Nu var nyttokonceptet nyckeln till framgång framför allt marginalnyttan. I slutet av 1800-talet började ekonomer tvivla på Smiths teori och hävdade att priset beror på det så kallade brukarvärdet eller "utility" (nyttan). Den neoklassiska, utilitaristiska synen kom att dominera den ekonomiska forskningen. Ur en utilitaristisk begreppsdefinition motsvarar nytta den *glädje* eller *lycka* som konsumtion medför (Scitovsky, 1992). Produktnyttan är alltså den glädje eller lycka som en konsument känner under konsumtionen. Följaktligen är varor som erbjuder individer mest lycka och glädje dyrare (Scitovsky, 1992). En hjort ger konsumenten mer kött och hud än en bäver. Därför är hjort dyrare än bäver. Den neoklassiska teorin om värde anser att marginalnyttan av en produkt minskar med ökad konsumtion. Marginalnyttan av besöket i ett museum minskar med varje följande besök – givetvis förutsatt att produkten är densamma. Det neoklassiska synsättet innebär att man förutsätter en kvantifierbar enhet ("utility") som individer försöker att maximera.

Den neoklassiska revolutionen är än idag något förbryllande. Blaug (1997) kunde i sin detaljerade redovisning av ekonomisk historia identifiera sex ekonomer som föreslog idén om marginalnytta mellan 1830-1850. Det är därför underligt att den neoklassiska revolutionen anses ha ägt rum först under 1870-talet. Förklaringen är förmodligen att den matematiska utvecklingen av teorin ägde rum först under 1870-talet – och därmed anses hela revolutionen vara 1870-tal. Mill, Jevons och Walras var de främsta som från ett neoklassiskt perspektiv utvecklade teorin om marginalnyttan, medan Marshall ansåg att ordet var bättre lämpat för att beskriva problematiken (Read, 2007).

Benthams och Mills nyttokoncept, som ligger till grund för denna studie, bygger på teorin om nyttomaximering och har som grundantagande att individer är...

a) komplett informerade om beslutsalternativ och konsekvenser

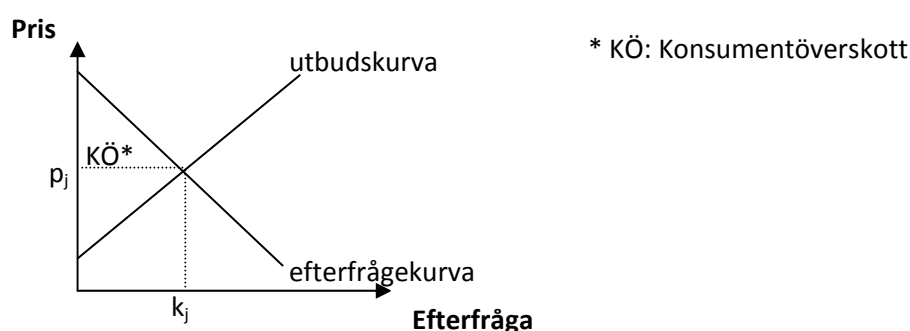
b) känsliga för skillnader mellan olika alternativ

c) rationella i den bemärkelsen att de kan ranka olika alternativ för att maximera sin individuella välfärd, oftast uttryckt som nytta.

2.2 Konsumentöverskott

Eftersom människan är en nytto-maximerare innebär det att individer endast kommer att genomföra ett köp om det förväntade värdet är lika med eller högre än priset. Beslutet att köpa en biljett till en konsertföreställning kan förklaras med Kahneman och Tverskys (2000) "förväntade nytta", som baseras på teorin om "theory of risky choice" (Kahneman & Tversky, 2000, p. 490). Individens beslutsprocess kan därför a priori förklaras med nyttoteorin. Även Bentham's perspektiv på nytta - som motsvarar "theory of riskless choice" - lämpar sig väl för att beskriva beteenden på individuell nivå.

Människans nytto-maximerande karaktär innebär att hon endast gör transaktioner om värdet av konsumtionen (nyttjandet) överstiger kostnaderna. Detta gäller även vid konsumtion av kulturupplevelser. Faktum är att priset sällan återspeglar det faktiska värdet av en produkt eller tjänst.



Figur 1: Konsumentöverskott (jfr Mattsson, 1988)

I figuren ovan visas konsumentöverskottet för samtliga besökare. Konsumentöverskottet relaterar till skillnaden mellan priset som en individ måste betala för en produkt och priset som individen är beredd att betala för att slippa att vara utan produkten. Individer genomför endast köp om de gör en värdevinst, alltså om priset som ska betalas understiger värdet som individen tillskriver produkten. Individer som anser att kostnaden är högre än värdet kommer inte att konsumera produkten. Av de personer som besöker en kulturinstitution kan man med relativ stor säkerhet säga att värdet (utility) minst motsvarar och i många fall överstiger priset. Den individuella värderingen innebär att de som väljer att köpa produkten tjänar och de som avstår från att konsumera inte gör en nyttoförlust.

Tankarna kring konsumentöverskott härstammar från Dupuit, som år 1844 publicerade Marshall's koncept att brukarvärdet (utility) är mätbart. Eftersom nyttan av varje ytterligare produkt minskar om konsumtionen ökar, och eftersom priset endast återspeglar nyttan av den sist producerade enheten, överstiger produkters totala nytta deras priser.

2.3 Välfärd

Om man antar att ett land, en region eller en kommun förfogar över en bestämd mängd resurser, så innebär samhällsekonomisk effektivitet att resurserna används på bästa sätt (Barr, 2004). Med samhället avses inte bara staten eller den offentliga sektorn utan istället *alla* individer och *alla* företag.

Problemet är att hitta rätt sätt att använda resurserna på. Vad ska produceras med befintliga resurser? Hur ska produktionen gå till? Hur mycket tid och/eller pengar ska investeras?

Investeringsprioriteringar inom olika verksamhetsområden beror till stor del på vilka målsättningar det politiska och ekonomiska systemet har (Mattsson, 1988).

Resurser ska på nationell, regional och lokal nivå användas för samhällets bästa. Det innebär att resurser ska användas på ett sätt som maximerar den samhälleliga välfärden. Eftersom välfärd har olika betydelser i olika sammanhang definieras välfärden ur ett samhällsekonomiskt perspektiv. Alltså som en sammanvägning av individers nyttor ofta kallat levnadsstandard (Mattsson, 1988). Den totala välfärden i ett samhälle är en funktion av alla individers nyttonivåer. Nyttönivån består i sin tur av subjektiva upplevelser som välmående och livskvalitet.

Denna definition på välfärd inbegriper summan av individernas nyttofunktioner i ett samhälle. Men välfärdsdefinitionen inbegriper också att varje individ i princip själv bedömer sin nyttonivå och välfärd. Definitionen implicerar även att individers och samhällets nytta påverkas av flera faktorer utöver "konsumtionen". Faktorer som påverkar välfärden kan vara kulturell kontext, trygghet, hälsa, sociala relationer och social kontext.

Pareto-kriteriet ligger till grund för en mätning av den totala samhälleliga nyttan (välfärden). Kriteriet antar att välfärden i samhället ökar om nyttan ökar för en individ utan att minska nyttan för en annan (Mattsson, 1970, 1988). Det beslutskriterium som Vilfredo Pareto tagit fram bygger alltså på att välfärden i samhället är optimalt om välfärden inte kan förbättras ytterligare utan att det innebär försämringar. Om en förändring skapar mer värde för en individ än vad förändringen kostar ökar individens subjektiva nytta. Det finns emellertid individer som tillskriver samma förändring ett negativt värde – en upplevelse som leder till att personen vill förhindra förändringen. Pareto anser att om en eller flera individer i ett samhälle upplever ett negativt värde av en förändring bidrar förändringen inte till en ökad välfärd (Mattsson, 1970, 1988).

Faktumet att Pareto-kriteriet, som hävdar att välfärden inte får försämrats för någon enda individ, medför en inskränkthet. Hicks/Kaldor (1939, 1941) vidareutvecklar Paretos tankar. De anser, liksom Pareto, att det är nödvändigt att skaffa sig kunskap om alla individers nytta. Till skillnad från Pareto föreslår Hicks/Kaldor att den positiva nytta som en förändring medför ska vägas mot den negativa nyttan av förändringen (Mattsson, 1988). *Vinnarnas vinst* antas därmed kompensera *förlorarnas* förlust. I detta sammanhang talar man även om ett *kompensationskriteriet* där den totala nyttoökningen motiverar en förändring om nyttoökningen överstiger nyttominskningen. Kompensationskriteriet innebär inte att individ A faktiskt kompenserar individ B, utan enbart att kompensationen är hypotetiskt möjlig (Hicks, 1939, 1941).

Om vi utgår från Hicks/Kaldor-kriteriet – och samtidigt menar att samhället består av alla individer, företag och offentliga institutioner – kan en verksamhet drivas med finansiell förlust men ändå vara lönsam ur ett samhällsekonomiskt perspektiv. Kollektivtrafiken, skolväsendet och den medicinska försörjningen är exempel där institutioner drivs med förlust men där nyttan anses överstiga kostnaderna.

Hicks/Kaldors välfärdsdefinition är idag grundläggande för Cost-Benefit-metoden och andra välfärdsåtgärder (Mattsson, 1988). Ett problem med kompensationskriteriet är att det inte tar hänsyn till vem som tar del av en ökad eller minskad nyttonivå. En Cost-Benefit-analys förklarar inte vem (alltså vilken socioekonomisk, demografisk eller annan grupp) som gynnas eller missgynnas utan endast att en förändring skett. Vem som gynnas/missgynnas kräver en separat analys.

3 Naturens och kulturens värde

I följande avsnitt kommer värdet av kultur och natur att preciseras. En precisering som vilar på 2.1 och tidigare grundantaganden.

3.1 Naturens och kulturens ekonomiska värden

I samklang med ovanstående modell kommer den ekonomiska modellen att skilja mellan det värde som natur och kultur skapar på individuell nivå för brukaren och de värden som skapas på samhällsnivå (för både brukare och icke-brukare). Det individuella värdet för en besökare som har en natur- eller kulturupplevelse kallar vi **brukarvärdet**. Förutom detta värde skapas ett stort samhällsligt värde. Ett värde som inte nödvändigtvis är förknippat med att alla samhällsmedborgare deltar i kulturella aktiviteter utan som består i en positiv utveckling eftersom att det finns natur och kultur i samhället. Detta ekonomiska värde kallas **icke-brukarvärde**.

Brukarvärde

Brukandet av natur och kultur skapar ett **direkt brukarvärde** för besökaren. Värdet kan exempelvis vara lycka över att ha sett en intressant teaterpjäs, välbehag eftersom föreställningen skänkt avkoppling och fått en människa på andra tankar. Olika upplevelser skapar olika värden för olika individer. Till brukarvärdet räknas också ett **indirekt brukarvärde** - som genereras av upplevelser som inte direkt har med natur- och kulturattraktionen att göra. Det kan exempelvis vara tillfredsställelse över att i samband med en upplevelse fått spendera en kväll med nära och kära, eller en identitetsstärkande känsla i att träffa människor och synas i kulturella sammanhang.

Icke-brukarvärde

Ett naturreservat eller en kulturattraktionen har ett uppenbart samhällsekonomiskt värde i att resursen bevaras. Men det skapas också ett flertal altruistiska värden som är mindre självklara. Dessa altruistiska motiv kan gälla både oss som lever idag och de som kommer att leva i framtiden.

Altruistiska motiv för kommande generationer skapar värden som ganska väl motsvarar begreppet bequest value eller arvedel. Mitchell och Carson (1989) beskriver att bequest value uppstår när någon ser ett värde i att bevara tillgången (exempelvis en kulturell resurs) för att kunna upplevas av framtida generationer (Mitchell & Carson, 1989, p. 65). Hansen (1997) konstaterar att den danska befolkningen är beredd att betala skatt för att ha kvar den Kungliga Teatern i Köpenhamn för framtida generationer. Rujigrok (2006) beskriver arvedelens värde i sin studie av delvis bevarade borgar, kyrkor och andra byggnader i Nederländerna.

Existensvärde är ett annat begrepp som beskriver kulturinstitutioners ekonomiska värde. Throsby menar att människor uppfattar själva existensen av en kulturell resurs som värdefull – både för samhället och sig själva - även om de inte utnyttjar resursen. Throsby ger som exempel pyramiderna i Egypten. De flesta människor upplever pyramiderna som värdefulla att ha kvar även om man inte

själv har sett eller planerar att se dem. Existensvärdet av kultur i en region omfattar också de effekter på regionens "image" och den stolthet regionens invånare känner av att bo i en region med kulturella tillgångar (Throsby, 2001, pp. 78-79).

Utöver arvedel och existensvärdet anses optionsvärdet vara en tredje typ icke-brukarvärde. I relation till kultur menar Throsby att optionsvärde kan definieras som en önskan att bevara möjligheten att en dag i framtiden själv besöka kulturinstitutionen.

Sammanfattningsvis bör också påpekas att icke-brukarvärdet existerar både bland personer som har besökt och inte har besökt kulturinstitutionen. Alla individer tillskriver kulturen existens-, options- eller arvedelvärdet.

Den ekonomiska modellen beskriver det totala värdet TEV (totalt ekonomiskt värde) genom att addera brukarvärden och icke-brukarvärden (Bateman & Willis, 2001). Värdet av kultur kan därför i en ekonomisk modell definieras som:

$$TEV = \underbrace{DBV + IBV}_{\text{brukarvärde}} + OV + \underbrace{EV + AV}_{\text{icke-brukarvärde}}$$

TEV = Totalt ekonomiskt värde

OV = Optionsvärde

DBV = Direkt brukarvärde

EV = Existensvärde

IBV = Indirekt brukarvärde

AV = Arvedelsvärde

Källa: Garrod och Willis (2001)

Med hjälp av dessa ekonomiska värdebegrepp kan vi nu gå vidare till att beskriva de värden som en natur- eller kulturresurs skapar för den lokala befolkningen.

3.2 Värden för turisterna och lokalbefolkningen

Turism är allt som oftast en engångsföreteelse. I många fall besöker turister en destination en eller ett fåtal gånger. En turist kan därför betraktas som en engångs-brukare. Denna företeelse står i kontrast mot lokalbefolkningen som brukar natur och kulturresurser upprepade gånger. Sannolikheten är stor att turisternas och lokalbefolkningens olika nyttjandegrader leder till olika nyttjandemönster. Heldt (2005) framhåller som ett exempel nyttjandet av gratis färskvatten på en ö. En turist har inga incitament att spara på färskvattnet. Ett fenomen som väl bekant för många exklusiva turistanläggningar på destinationer med extrem torka. En lokal invånare borde däremot ha starka motiv att spara på den knappa resursen (Hjalager, 1998).

Ett liknande scenario visar sig vid användandet av en resurs som i sig är en attraktion. Skidturismen och nyttjandet av alpina ytor för utförsåkning kan vittna om att turister i större utsträckning är benägna att åka offpist. Alltså i områden där skidåkandet kan störa både flora och fauna. En turist försöker bruka tillgängliga resurser för att åstadkomma största möjliga nytta (glädje) under en begränsad tid, medan lokalbefolkningen har motiv att nyttja resursen i ett mer långsiktigt perspektiv. Ur lokalbefolkningens perspektiv ska resursen 'alpina ytor' givetvis bevaras för sommarsäsongen. Då ska bergens flora och fauna attrahera nya turister.

Nyttjandet, alltså brukandet av en resurs, påverkar i vissa fall resursens icke-brukarvärden. Turisters nyttjande av den svenska skärgården påverkar exempelvis vattenkvaliteten, den lokala kulturen, den

naturliga mångfalden och naturens skönhet/orördhet - så kallade icke-brukarvärden. Lokalbefolkningen kan störa sig på allt för många båtar och irritera sig på smuts och kvarlämnade sopor. Minskade möjligheter (kvalitativt eller kvantitativt) att själv kunna nyttja skärgården är också negativt utifrån lokalbefolkningens perspektiv.

Förenklat kan man säga att ju närmare en natur- eller kulturrensurs man bor desto högre värderar man dess icke-brukarvärden. Ett extensivt nyttjande har därför konsekvenser - framför allt för lokalbefolkningen.

Liksom användandet av en resurs påverkar icke-brukarvärdet kan det också påverka brukarvärdet. Turister som konsumerar en kulturrensurs påverkar exempelvis upplevelser som lokalbefolkningen har under sin konsumtion. I de flesta fall innebär ett nyttjande att en produkt gradvis degraderar - om den inte underhålls i tillräcklig utsträckning. Framför allt naturresurser påverkas av att människor vistas i och vid dem, men även kulturrensurer påverkas av människors närvaro. I en orörd skog trampas stigar upp, i ett slott nöts både inredning och byggnader. För att minska brukandets påverkan kan en infrastruktur skapas. Eftersom turister som vistas i naturhamnar genererar avfall krävs en infrastruktur exempelvis sopcontainer och toaletter.

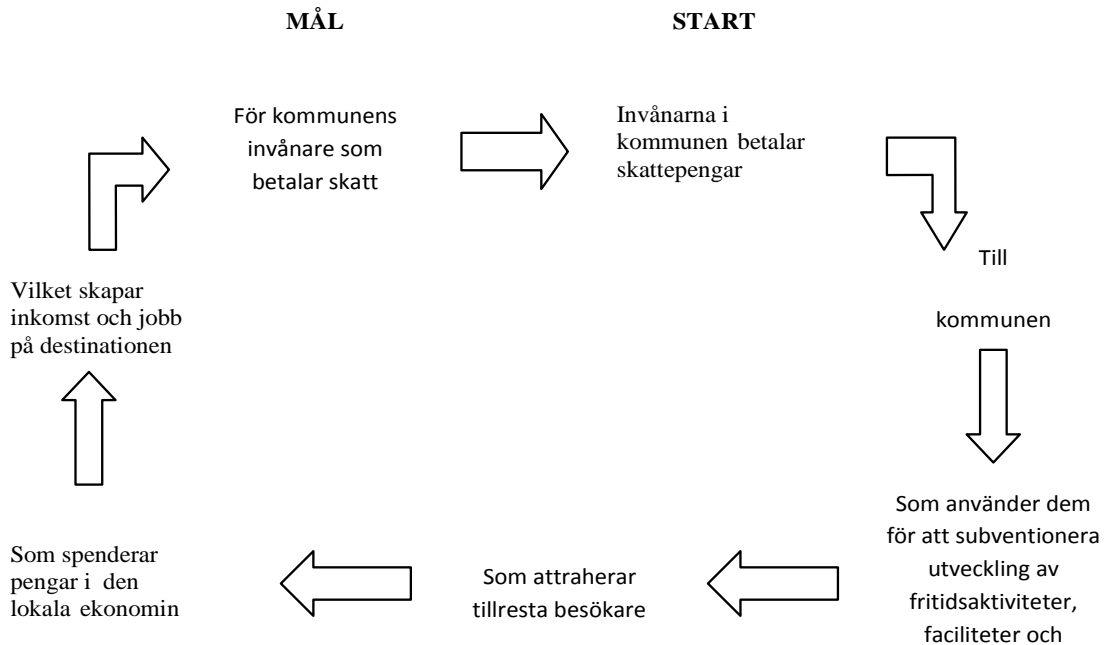
Lokalbefolkningens upplevelser påverkas emellertid också av turisternas närvaro. Att turister besöker svenska kulturinstitutioner signalerar ett nationellt och internationellt intresse för en resurs, vilket i sin tur kan leda till att lokalbefolkningen får en uppskattad upplevelse av samma resurs. Är antalet besökare för många kan dock upplevelsen påverkas negativt – exempelvis i form av trängsel. Långa köer till museer eller fulla naturhamnar i skärgården kan vara negativa upplevelser för lokalbefolkningen.

3.3 Finansiella värden

Under denna punkt kommer finansiella värden att redovisas. Om vi först betraktar naturresurserna kan vi ganska enkelt konstatera att dessa sällan skapar finansiella effekter i Sverige. Eftersom det inte kostar något att nyttja resurserna blir det inga företagsekonomiska intäkter. De finansiella effekter som kulturrensurer skapar kan däremot i betydligt större utsträckning vara betydelsefulla, i alla fall i den utsträckning de tar ut en entréavgift.

Det finns flera metoder att beräkna finansiella värden som ser till hela samhället och som försöker räkna ut effekter och eventuella vinster och förluster av exempelvis turism. För att skapa turism behövs en turistisk infrastruktur. Detta för att uppfylla kraven som ställs och för att uppfylla förväntningar. Flera undersökningar menar att sådana investeringar ökar den lokala befolkningens välfärd, men det finns också de som menar (bl.a. Getz, 2004) att det bara kan ses som ett positivt tillskott till ekonomin och välfärden om det är investeringar som görs av externa investerare. Det kan förklaras med att det bara i det fallet är pengar som berikar den lokala ekonomin. Exempel på sådana investeringar är subventioner och anslag från statliga myndigheter.

Crompton, Lee & Shuster (2001) rekommenderar att man beräknar de ekonomiska effekterna från skattebetalarnas perspektiv när en stor del av finansieringen härstammar från skattepengar. Modellen betonar effekter för destinationens invånare.



Figur 2: En flödesmodell för evenemangens effekter (Crompton et al., 2001)

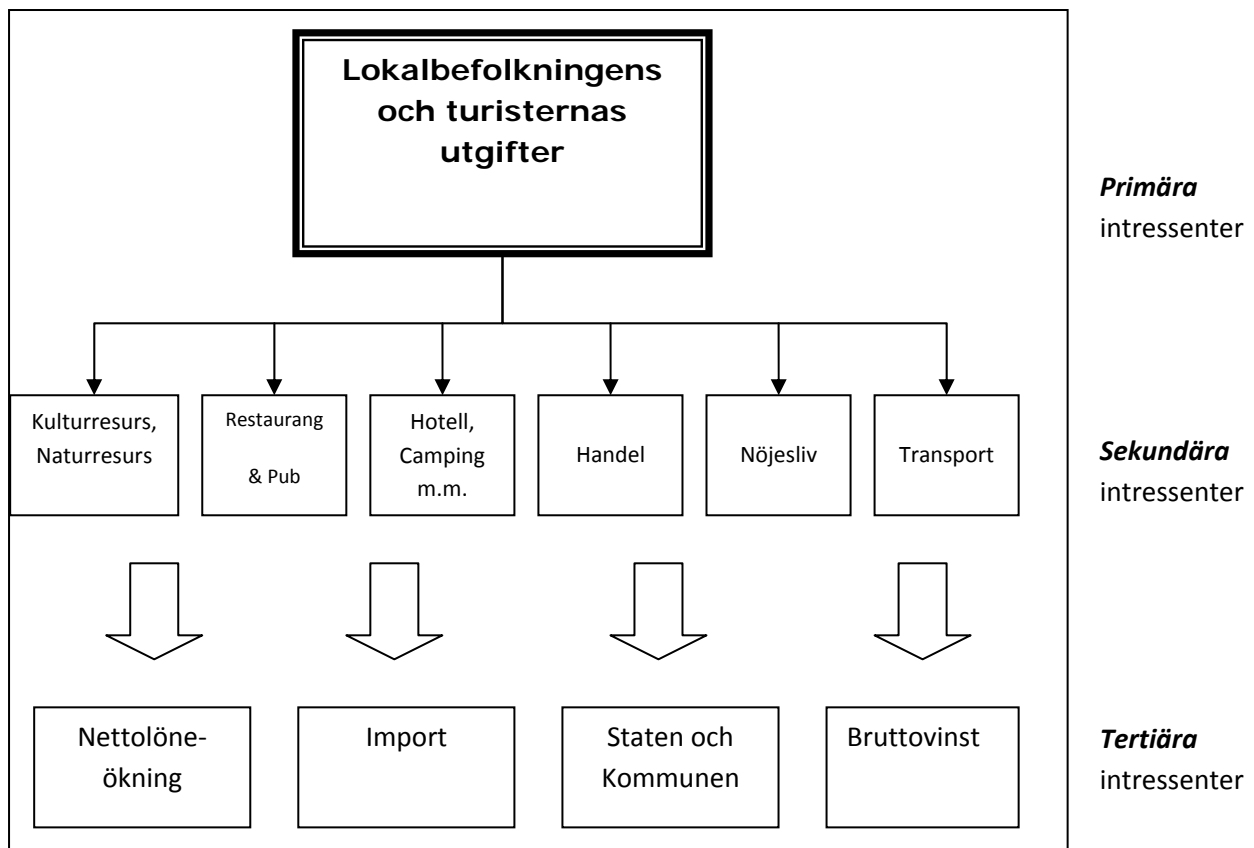
Grundtanken är beskriven i Figur 2 och visar hur attraktioner – kulturhistoriska byggnader och kulturminnen - finansieras (bevaras) av skattebetalarnas pengar. Idén är att resursen sedan attraherar besökare som spenderar sina pengar i samband med sin upplevelse vid attraktionen. De "nya" pengarna skapar nya jobb tillfällen och högre inkomster för destinationens invånare, som i sin tur ger staten/kommunen högre skatteinkomster och lägre arbetslöshet.

Studier för att mäta finansiella effekter använder ofta komplicerade modeller. Men indata som används kan vara mindre exakta och urvalet av vilka faktorer som ska medräknas kan vara en subjektiv process. Det betyder att kalkylerna som görs ska ses som "a best guess" enligt Crompton et al. (2001). Ofta genomförs en studie för att legitimera ett projekt eller en ståndpunkt och resultatet bör därför alltid beaktas i relation till syftet med studien.

Några principer anammas för att studiens integritet bibehålls. De är; *exkludering av lokalbefolkningen i resultatet, exkludering av "casuals", användande av inkomst istället för försäljning när ekonomiska effekter mäts och korrekt användande av multiplikatorer.*

Crompton et al. (2001) liksom andra forskare (Gelan, 2003; Jackson, Houghton, Russell, & Triandos, 2005; Tyrrell & Johnston, 2001) framhäver betydelsen av att enbart inkludera utgifter som uppstår till följd av en attraktion och som påverkar den lokala ekonomin, och exkludera utgifterna som skulle ha funnits även om attraktionen saknats. För att åstadkomma ett korrekt resultat måste man därför exkludera effekter från "Casuals" som befann sig på destinationen, men besökte attraktionen vid detta tillfälle. Attraktionen var dock inte den primära anledningen till att besökaren spenderade sina pengar på destinationen.

För att beskriva ekonomiska effekter av exempelvis kulturattraktioner, föreslår Andersson (1996) en modell som visas i figur 3.



Figur 3: En beskrivning av ekonomiska effekter av ett evenemang (Andersson, 1996)

Figuren visar på olika nivåer där ekonomiska effekter kan mätas:

1. Publikens och lokalbefolkningens utgifter
2. Attraktionens ekonomiska effekter för näringslivet och de branscher på destinationen som påverkas
3. Attraktionens påverkan på den regionala ekonomin genom ökat mervärde i form av nettolöneökning, bruttovinstökning, ökad import samt ökade statliga och kommunala inkomster (främst genom skatter).

Andersson (1996) föredrar att inkludera lokalbefolkningens konsumtion i bruttoreultatet men sedan räkna bort hela beloppet som alternativkostnad så att nettoeffektens storlek inte påverkas av lokalbefolkningens konsumtion.

4 Samspelet mellan kultur-/naturresurser och turism

Forskning om samspelet mellan kulturresurser, kulturarvet i synnerhet, och turism har belysts av flera forskare (Ashworth, 2000; B. Garrod & Fyall, 2000; B. Garrod, Fyall, & Leask, 2002). Den övergripande slutsatsen är att turism och kulturresurser är ömsesidigt beroende. Enligt World Tourism Organisation (WTO) har turism i natur- och kultursammanhang funnits i över 2000 år. Det idag ökande intresset öppnar för nya möjligheter och perspektiv på destinationer som är rika på natur- och kulturresurser.

Samspelet och möjligheter mellan turism och natur

Idag förs diskussionen kring samspelet mellan natur och turism utifrån ett globalt, nationellt, regionalt och lokalt perspektiv. För turismen generellt, men framför allt för naturturismen, diskuteras effekterna på miljön främst i form av föroreningar som koldioxidutsläpp. På lokal nivå diskuteras turismens påverkan på natur och miljö snarare utifrån utnyttjandet av naturtillgångar. Alpin turism kan tas som exempel. Där kräver turismen anläggningar (utförsåkning och turåkning) för att locka besökare. Den så kallade anläggningsturismen ses ofta som en form av markanvändning. Men naturturismen påverkar inte bara marken utan även andra delar av naturen genom ökad vattenförbrukning, ökande avfallsmängder, vattenförorening med mera. Dessa aspekter gör ämnet intressant för natur- och miljöorganisationer, men också för lokalbefolkningen. Omfattande (natur-) turism påverkar dessutom friluftslivet i form av trängsel och störningar från motoriserade aktiviteter. Uppenbarligen existerar tydliga skärningspunkter mellan miljö-/rekreationspolitiska frågor och turismen som näringspolitiskt område. Motsättningar mellan motoriserad och icke-motoriserad verksamhet kan resultera i konflikter. Snöskoter kontra längdskidåkning, motorbåtsbuller kontra kanotpaddling och så vidare. Företrädare för naturvård och turism har olika ideologiskt betingade utgångspunkter.

På policyplanet sker för närvarande en tydlig omsvängning genom att turismen framhålls som en stor och växande industri. Väsentlig som glesbygdsnäring, men också i förhoppningen att naturturismen i förlängningen ska vara ett stöd för naturvården. I praktiken har policyförändringen fått ett tydligt uttryck i arbetet med att planera och förvalta naturområden. Fulufjällets nationalpark är ett exempel. Satsningar på nationalparker med ett skötselberoende kulturlandskap (exempelvis Stenshuvud och Höga kusten) ska inte bara ses i perspektivet bevarande av representativa landskap utan också som säkerställande av värdefull natur för friluftsliv och för turism (ur Pettersson & Svensson, 2005).

En viktig fråga som berörts perifert gäller samspelet mellan miljöanpassning på destinationen och transportsystemets miljöeffekter. Den mest meningsfulla definitionen av "hållbar turism" ur ett miljöperspektiv innebär att alla miljöbelastningar ställs mot alla samhällsvinster i form av rekreation, samhällsekonomiska och företagsekonomiska intäkter, vinster i regional utveckling och så vidare. Ett sådant synsätt innebär två saker för turismutvecklingen. Dels att väl utformad turism kan vara allsidigt hållbar, bland annat genom miljö- och energieffektiva lösningar och genom möjlighet till transporteffektivitet. Turismens skala i sig är inte den enda faktor som avgör hållbarhet. Dels innebär det att ansträngningar för att hålla långväga besökare kvar på destinationen kan vara viktiga för att nå en hållbar turism. Ett ökat samhälleligt utbyte kan uppnås med samma eller obetydligt ökade belastningar från transporter. Detta synsätt understryker vikten av regional samverkan runt destinationsutveckling - liksom av samverkan mellan olika typer av aktörer i turismutveckling. För att

kunna kanalisera turismen och undvika konflikter krävs god information (ur Pettersson & Svensson, 2005).

Samspelet och möjligheter mellan turism och kultur

Kultur och turism har starka beröringspunkter. Det beror på att turism – som är en social aktivitet - är ett centralt uttryck för att tillägna sig kultur. Kulturen blir därmed ett motiv för turisternas resande. Turism i sin tur ska förstås som ett sätt för hur kultur och kulturarv konsumeras i västvärlden.

Kultur och turism har även beröringspunkter som politiska områden. Kulturpolitikens mål är bland annat att främja internationellt kulturutbyte, möten mellan olika kulturer, främja kulturell mångfald och brukandet av kulturarv. En uppenbar strategi är att använda turismutveckling. Ur politisk synvinkel är det svårt att se några avgörande målkonflikter i denna kombination av ickekommersiella och kommersiella mål. Vad gäller den övergripande kulturella och ekonomiska samhällsutvecklingen finns det en klar utvecklingstrend mot att kultur- och näringspolitiska sakområden tenderar att komma allt närmare varandra och har potential för att delvis konvergera. Det kulturekonomiska fältet är ett exempel på detta. Det kulturella fältet genomgår omvandlingar, förändras och dras in i utvecklingen mot en alltmer konsumtionsstyrd ekonomisk utveckling där turism- och upplevelseindustrin expanderar kraftigt och blir allt mer betydelsefull. Med denna utveckling blir kultur i växande grad en del av en näring, med alla de paradoxer det medför (ur Grundberg, 2004; Pettersson & Svensson, 2005)

Trots alla positiva relationer mellan kultur och turism finns för närvarande endast en begränsad samverkan mellan olika departement kring gemensamma politiska målsättningar. Huvudintrycket är istället att kultur- och näringspolitiska områdena hålls isär, vilket i förlängningen leder till att skilda innehåll och målsättningar. Den på nationell nivå befintliga gränsdragningen har på regional och kommunal nivå ersatts med sammankopplingar mellan utvecklings-, tillväxt- och näringspolitiken. Kultur ses allt oftare som en central faktor för utveckling av en regions attraktivitet, image och turism. Även på lokal nivå flyter närings- och kulturpolitiken samman på ett relativt pragmatiskt sätt.

Utveckling av turism som destinationsutveckling, kan ses som platsmarknadsföring. Platsmarknadsföring innebär att marknadsföra en plats med hänsyn till utvecklingsmål. Exempelvis att behålla och attrahera turism och behålla och attrahera nya invånare. Det växande behovet av att marknadsföra platser skapar nya krav på regional och lokal planering och ledning. Tidigare tydligt separerade områden som närings-, turism- och kulturpolitik tenderar att närma och överlappa varandra (Pettersson och Svensson, 2005).

De uppenbara beröringspunkter som finns för att skapa en formell samverkan mellan politikområdena verkar mindre uppenbara på nationell än på kommunal nivå. En möjlig förklaring till varför politikområdena fortfarande hålls isär kan vara konflikten mellan kommersiell utveckling genom turismen och icke-kommersiell aktivitet inom kulturpolitiken.

Trots beröringspunkter mellan kultur och turism och möjliga nya beröringspunkter mellan kultur och näringspolitik verkar kulturpolitiken ha svårt att förhålla sig till den nya situationen. Liksom tidigare står idag i mångt och mycket de kulturella institutionerna i centrum för politiken. Det är även kulturinstitutionerna som tar störst del av det offentliga stödet. Konsekvensen blir att kulturturistiska frågor riskerar hamna vid sidan av och inte inom den etablerade kulturpolitiken (ur Pettersson och Svensson, 2005).

Avsaknaden av samverkan mellan kultur- och näringspolitiska sakområden har knappast gynnat vare sig utvecklingen av kulturpolitiken eller turismnäringen.

Få beröringspunkter mellan kulturpolitik och näringspolitik gör även samarbetet mellan kulturorganisationer och näringsliv problematiskt. Kulturturism är ofta förknippat med konflikter. Kulturarbetare anser att kultur- och naturturism innebär att tvingas avstå "oberoende" och "bevarande" för en kommersialisering. Intressenter inom turismen menar istället att kulturorganisationer inte i tillräckligt stor utsträckning möjliggör utvecklingen av kulturturism. I den bästa av världar bidrar turismen till finansieringen av bevarandet. Detta gäller framför allt kulturresurser där inkomsterna från kulturturismen kan vara essentiella för att kunna bedriva en verksamhet. Idealiskt tillgodoser kulturorganisationer turisternas behov samtidigt som turisterna medfinansierar kulturen och bidrar med ökad ekonomisk omsättning i turismrelaterade branscher.

För att utveckla en fungerande symbios mellan turism och natur- och kulturresurser måste intresseorganisationer (stakeholder) involveras i såväl turism- som resursutvecklingen. I de flesta fall uppstår dock problem när kommunikationen mellan olika aktörer brister (Hall & McArthur, 1998). Är kommunen eller staten ansvarig för en kultur- eller naturresurs är det väsentligt att etablera ett samarbete mellan den ansvariga organisationen och exempelvis företagen.

4.1 Hållbarhetsaspekter

Ur kapitlet ovan dras ett antal slutsatser. Natur- och kulturresurser skapar värden som kan delas upp i brukarvärden (som i sin tur skapar finansiella flöden) och icke-brukarvärden. Samtliga värden bidrar till välfärd och ska förvaltas på ett sådant sätt att välfärden för samhället maximeras. För att åstadkomma detta krävs att hänsyn tas till både brukarvärdet och icke-brukarvärdet, som står i relation till varandra.

Hållbarhetstanken syftar främst till att bevara, förvalta och utveckla befintliga natur- och kulturresurser så att framtida generationer har samma förutsättningar som dagens. I natur- och kultursammanhang innebär detta att framtida generationer ska ha samma tillgång till orörd natur, skogar och sjöar, byggnader och minnesmärken som dagens.

Hållbar utveckling innebär således att nyttja resurser på ett sådant sätt att välfärden idag säkerställs (och utvecklas) *samtidigt* som resurser inte förbrukas eller urholkas. Brundtlandkommissionen (World Commission on Environment and Development, 1988), definierar hållbar utveckling som följer:

"Att försäkra sig om att [turism-] utvecklingen tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov."

Brundtlandkommissionens hållbarhetsdefinition utgår inte specifikt ifrån ekonomisk, social, kulturell och miljömässig hållbarhet. Snarare syftar hållbarhetsdefinitionen till att skapa en hållbarhet mellan brukarvärden och icke-brukarvärden, vilket i praktiken innebär att hänsyn måste tas till ekonomiska, sociala, kulturella och miljömässiga effekter. Turistdelegationen, som använder sig av en mer holistisk hållbarhetsdefinition och som tar hänsyn till ovan nämnda områden, menar att hållbar turismutveckling innebär:

"... en utveckling där ekonomiska, ekologiska och kulturella/sociala konsekvenser vägs samman för att uppnå en hållbar turism. Områdena är beroende av varandra för en långsiktig hållbarhet."

Vanligtvis förespråkas ett holistiskt hållbarhetsperspektiv. Med ett holistiskt synsätt menas att både ekologiska, ekonomiska och sociala aspekter beaktas vid arbetet mot en hållbar utveckling. När ekologisk hållbarhet diskuteras menas ofta koldioxidutsläpp. Den ekologiska hållbarheten bör emellertid också inkludera andra miljöpåverkningar, exempelvis mark- och vattenanvändning. Social hållbarhet avser i de flesta fall utvecklingen och nyttjandet av resurser så att samhällets sociala strukturer och den lokala kulturen inte tar skada. I många fall avses även socialt kapital. Kulturell påverkan inkluderas också i vissa fall i social hållbarhet, men kan även ses som en fjärde hållbarhetsaspekt. En aspekt som inbegriper individers identitet och kulturella bakgrund/förståelse. Ekonomisk hållbarhet betonar betydelsen av att fördela de ekonomiska effekterna på alla delar av befolkningen samt att effekterna skapas lokalt eller regionalt och inte "läcker" ut ur samhället. Ekoturism bygger sina budord på alla tre hållbarhetsaspekterna, även om ordet "eko" mest förknippas med ekologisk hållbarhet. Även vid miljöanpassning av turism arbetar vissa miljömärkningssystem med alla tre aspekter. Andra system har valt att koncentrera sig på ekologisk hållbarhet för att underlätta märkningen.

Turistdelegationens (liksom Brundtlandkommissionens) definition tar hänsyn till det nuvarande och framtida värdet liksom brukar- och icke-brukarvärdet av resurser. Framför allt Brundtlandkommissionens definition ligger i linje med logiken i denna utredning, som dock inte explicit utgår ifrån ekonomisk, social, kulturell och miljömässig hållbarhet. Denna utredning utgår istället från ett brukar- och icke-brukarperspektiv.

En hållbar turistisk utveckling innebär således att utveckling omfattar brukarvärden, där ekonomisk tillväxt är en viktig del. Dessutom måste icke-brukarvärden, alltså bevarandenaspekter, beaktas. En aspekt som innebär att inte förstöra eller förbruka de tillgångar som är värdeskapande och på vilken turismen bygger sin utveckling (Turistdelegationen, 1998). I denna utredning kan förståelsen för hållbarhet anses vara vidare i den bemärkelsen att den inkluderar ekonomiska, sociala, kulturella och miljömässiga aspekter, men även alla andra aspekter som kan tänkas påverka brukar- och icke-brukarvärden. I denna utredning definieras hållbarhet således utifrån samhällets värdering av förändringen.

I naturturismssammanhang är det viktigt att turismen bygger på en god naturresurshushållning. En hushållning som tar vara på naturens olika kvaliteter – dess skönhet, dess biologiska mångfald och variationen i landskapet. En hållbar utveckling kan därför kräva övervakning eller reglering, eller en etablering av en infrastruktur som minimerar negativ påverkan på kultur- och naturresurser.

En resurs påverkas framför allt av nyttjandets karaktär. Studier visar att ju mer kunskap individer har om en resurs, desto högre värderar och desto mer varsamt hanterar de resursen. En ökad kunskap om natur- och kulturresurser minskar alltså individers påverkan. Hållbarhet i resursutnyttjandet kan skapas genom att resurser investeras för att främja individers kunskap. I Sverige har man i vissa regioner uppfört naturum, som bland annat ansvarar för att sprida information och lära ut goda förhållningssätt. På nationell och regional nivå inrättas även naturreservat och nationalparker som skydd för den biologiska mångfalden.

Tidigare studier visar att nyttjandet av en resurs samvarierar positivt med icke-brukarvärdet. En viktig utgångspunkt i denna utredning är resultaten av två tidigare studier. Både analysen av Vara Konserthus och Nordiska Akvarellmuseet gav tydliga indikationer att ju oftare individer besökt kulturinstitutionerna, desto högre icke-brukarvärde tillskrevs dem. Ett ökat nyttjande ökar således icke-brukarvärdet. Det är alltså fel att tro att icke-brukarvärden bevaras genom att minska nyttjandet. Snarare innebär en försämrad eller begränsad tillgång till kultur och natur att både brukar- och icke-brukarvärdena minskar. Med detta minskar också resursens samhällsekonomiska värde. Ett exempel kan vara att magasinera tavlor. Ju längre de magasineras ju mindre kommer framtida generationer ihåg dem. Följaktligen minskar också tavlornas värde för samhället. Frågan är

om samhället över huvud taget kan tillskriva kulturyttringar, som exempelvis tavlor, ett värde om vi inte vet att tavlorna existerar?

Ett oplanerat extensivt nyttjande kan initialt leda till höga brukarvärden men också påverka icke-brukarvärdet negativt i ett långt perspektiv. Exempelvis kan ett omfattande nyttjande av känsliga naturområden initialt skapa stora brukarvärden men i ett längre perspektiv innebära att icke-brukarvärden minskar. Därför är det nödvändigt att belysa både brukar- och icke-brukarvärden i ett hållbarhetsperspektiv.

4.2 Allemansrätten – en begränsning av kommersialisering och exkludering

Detta kapitel baseras i huvudsak på Bertil Bengtssons (2004) redogörelse om Allemansrätten. För fördjupad läsning hänvisas till "Allemansrätten – vad säger lagen?"

Till skillnad från många andra länder har vi allemansrätt. Naturresurser kan anses vara en allmännyttig resurs. Även om allemansrätten inte är detaljreglerad i Sveriges lagar är den inskriven i en av Sveriges fyra grundlagar (2 kap. 18 § regeringsformen). Men den är ingen lag och det finns heller ingen lag som exakt definierar allemansrätten. I korthet kan allemansrättens rättigheter sammanfattas som äganderätt. Att "alla skall ha tillgång till naturen enligt allemansrätten". Men inget sägs om vad den rätten närmare är. Inte heller annan lagstiftning ger klara besked. Däremot omges allemansrätten av lagar som sätter gränser för vad som är tillåtet. Allemansrätten är förknippad med sedvanor och traditioner. Detta gör att det inte alltid går att ge exakta besked om vad som är tillåtet att göra i naturen. Allemansrätten kan tolkas i domstol, men rättsfallen är få.

Allemansrättens anses komma från traditionen att tillåta fritt resande, som förr innebar att enklare övernattningar eller camping var nödvändiga. Liksom resande och camping idag fortfarande är tillåtet är det också tillåtet att plocka bär och svamp. Rätten begränsas emellertid genom etiska skyldigheter som förhindrar skada på flora och fauna liksom markägares säd, boskap och virke.

En given ambition med allemansrätten är att alla individer - oavsett socioekonomisk grupp - ska få tillgång till naturen. Naturen ska inte vara förbehållen en social elit. En annan målsättning är att uppmuntra hälsosamma aktiviteter exempelvis friluftsliv.

Ofta sker ingen större åverkan på naturen. Det finns emellertid exempel på ett extremt nyttjande av naturresurser (fiske, kommersiell bärplockning, snöskoteråkning, skidåkning) påverkar den ekologiska balansen och karaktären. Också antalet personer kan påverka naturen negativt. Håller en större grupp till på ett begränsat område kan den ställa till mer obehag och större skador för markägaren än han rimligen bör få tåla, trots att varje enskild person håller sig inom ramen för det tillåtna. Detta är inget nytt problem, men det blir problematiskt ju mer allemansrätten utnyttjas kommersiellt, till exempel genom turistresor.

När dessa frågor skall bedömas juridiskt är det viktigt att komma ihåg att allemansrättens regler från början avsett enskilda personers rörelsefrihet i skog och mark – inte för att någon utomstående affärsmässigt ska använda marken för att göra en vinst på markägarens bekostnad. I vissa sammanhang är det redan idag tydligt att man skiljer på kommersiellt och privat utnyttjande av allemansrätten. Den synpunkten får särskild betydelse i fråga om markägarens rätt till skadestånd av till exempel researrangörer. Den som vållar skada på egendom, uppsåtligt eller av oaktsamhet, är enligt allmänna regler skyldig att ersätta skadan. Här kan man kräva att ett kommersiellt företag visar särskild hänsyn till markägaren. Frågan har berörts av Högsta domstolen i det så kallade forsrännarmålet. Av domstolens uttalanden framgår att det visserligen inte finns några hinder i att

utnyttja allemansrätten kommersiellt, men att markägaren ändå kan få nyttjandet förbjudet om det är så intensivt att det medför skador och olägenheter (ur Bengtsson, 2004).

Den återstående frågan är om markägare får ta en avgift för att allmänheten nyttjar naturen? Om allmänheten har rätt att fritt uppehålla sig på ett område, exempelvis för att bada, får markägaren i allmänhet inte ta upp avgift. Spärrar markägaren av och kräver inträde för en badstrand har allmänheten möjlighet att vända sig till länsstyrelsen. Länsstyrelsen kan ålägga markägaren att tillåta gratis tillträde. Men detta gäller inte om markägaren har kostat på sig särskilda anordningar på platsen, till exempel hopptorn eller trampoliner. Då har han rätt att ta ut en skälig avgift för att täcka dessa kostnader. Den som ändå håller till på området - utan att betala för sig - kan ibland straffas (ur Bengtsson, 2004).

När en person utan att betala avgift körde in på det inhägnade området Kullaberg i Skåne blev han fälld trots att han åberopade allemansrätten. Markägaren täckte med avgiften kostnader för anläggningar och annat i turismens intresse. En fastighetsägare kan också begära ersättning för att allmänheten får använda ett område mera långvarigt och intensivt än allemansrätten tillåter. Det är alltså tillåtet att ta upp en viss avgift för att besökare ska få tälta, parkera eller ställa upp husvagnar under längre tid på en privat fastighet. Detta även om markägaren inte gjort några speciella anordningar för bekvämligheten. Det är däremot oklart om en markägare på samma sätt kan ta betalt för att allmänheten använder ett skidspår som han eller hon ställt i ordning. Om markägaren lagt ned inte obetydliga kostnader (exempelvis elljus kring spåret) kan detta vara rimligt. Men spåret bör inte hindra andra från att åka gratis i samma terräng (ur Bengtsson, 2004).

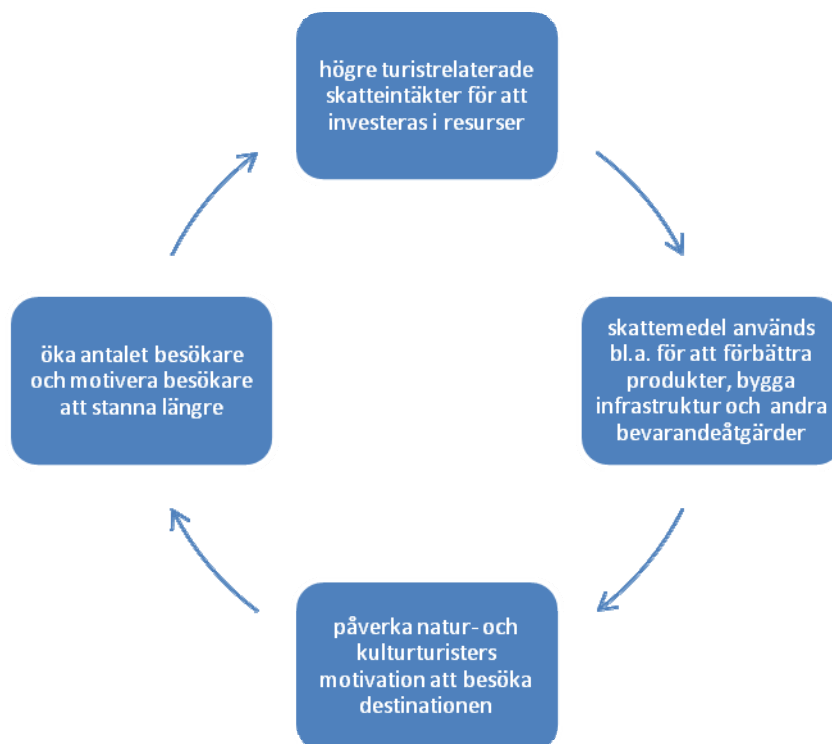
Avgift för skidspår har införts på flera håll, både av kommuner och privata företag. Det finns emellertid ingen samsyn om att avgifter för skidspår är i enlighet med gällande bestämmelser och lagar. Länsrätten och Naturvårdsverket granskar för närvarande ett överklagat beslut av Mora kommun, där kommunen vill införa avgifter för skidspår. Liknande diskussioner pågår i flera andra kommuner. Gunnar Zettersten, ordförande för Svenskt friluftsliv, uttrycker sin oro för att allt fler kommuner inför avgifter för skidspår utan att länsstyrelsen godkännt beslutet.

5 Finansiering av natur- och kulturresurser

I det inledande teoretiska resonemanget har resursers värde diskuterats utifrån ett brukar- och icke-brukarperspektiv. Ska finansieringssystem diskuteras är det viktigt att precisera vem som är brukare (ofta turist) och vem som är icke-brukare (ofta lokalbefolkning). Vanligtvis anses naturresurser vara allmänna resurser, och med allmänhet avses den nationella befolkningen. Naturresurser anses alltså ägas och finansieras nationellt. Kulturresurser är i större utsträckning regionalt finansierade, vilket innebär att den regionala befolkningen är lokalbefolkningen.

Är resursen en allmän resurs som finansieras solidariskt av befolkningen innebär det att kostnader fördelas lika mellan lokalbefolkningen, oavsett vilket värde den skapar för olika individer. Gynnas delar av befolkningen på andras bekostnad innebär det att vissa befolkningsgrupper subventionerar andra. Fördelningen kan bli ett problem. Än mer komplicerat blir det när individer (turister) nyttjar kostnadsfria resurser. Exempelvis kultur- och naturresurser som tillhandahålls och finansieras av en lokal befolkning, men brukas av turister.

I de fall då natur- och kulturresurser övervägande nyttjas av lokalbefolkningen (som också finansierar resurserna) och nyttjandet i sig inte skapar höga variabla kostnader kan ett solidariskt finansieringssystem vara tänkbart. Nyttjas resurser däremot av individer (turister) som inte delar kostnaderna innebär det att lokalbefolkningen kan komma att bära oskäligt höga kostnader. Kostnader uppstår i form av underhåll men också i form av minskat upplevelsevärde - exempelvis trängsel. Ett argument som talar emot att lokalbefolkningen ska tåla kostnader för turisternas nyttjande är att de redan bär kostnader för resursen genom att betala skatt. Ett argument för att turister inte ska betala för att få tillgång till resurser är den ekonomiska aktivitet som skapas. Teoretiskt skulle de skatteintäkter som turister skapar kunna bära de kostnader de orsakar. I realiteten existerar dock inget explicit utjämningsystem.



Figur 4: logiken bakom obligatoriska finansieringssystem

Som beskrivits under 3.3 har kultur- och naturresurser en attraktionskraft som leder till att individer väljer att besöka en plats. Attraktionen kan vara den enda eller en av flera anledningar till att individer väljer att besöka platsen. I de fall då attraktionen är reseanledningen ger den upphov till utgifter på platsen. Inflödet av pengar, ökad omsättning och skatteintäkter, kan ses som en finansieringsform för natur- och kulturresurser om intäkterna används ändamålsenligt. I de flesta fall är det emellertid svårt att precisera de ekonomiska (framför allt skatterelaterade) effekter som en attraktion skapar. Komplicerade och ofördelaktiga fördelningsprinciper försvårar ytterligare "återbetalningen" av exempelvis kommunala satsningar på förbättrade kultur- och naturresurser. Satsningar som i sin tur leder till ökad turism och mer skatteintäkter. Dessutom är omsättningen och de extra skatteintäkterna inte öronmärkta för att kunna flöda tillbaka till kultur- eller naturresursen. I vissa fall snålåker kommuner på andra kommuners satsningar.

Nationalekonomiska effekter

Nationalräkenskaper baseras på in- och utbetalningar. Den främsta nationalekonomiska effekten som kultur- och naturresurser skapar är ökad internationell turism. Jämfört med andra destinationer har Sverige dock en relativt underutvecklad internationell turism. Internationell turism är en exportindustri som ökar produktionen av tjänster i Sverige och inflödet av internationell valuta. Det finns tre kännetecken som gör det nationalekonomiska värdet större än vid normal export.

1. Utländska turister betalar moms på största delen av sin konsumtion. Detta ger moms på exportintäkter, vilket inte är fallet för normal export.
2. Turistnäringen är en arbetsintensiv tjänstenäring som gör att exportinkomster genererar mer sysselsättning per krona än annan export från exempelvis verkstadsindustrin.
3. Turistnäringen i Sverige är en exportnäring som inte kan flyttas till låglöneländer.

Den nationalekonomiska effekten av turismen i Sverige är ändå begränsad. Vi har relativt få utländska besökare. Däremot finns det en förhoppning om att antalet internationella besökare ska öka i framtiden (Andersson, Larson, & Mossberg, 2009).

Regionalekonomiska effekter

På samma sätt som turistintäkterna beskrevs som nationalekonomiska effekter kan de också beskrivas som regionalekonomiska effekter. Den geografiska avgränsningen är den största skillnaden. En regionalekonomisk analys av skapade och förbrukade värden tar fasta på värdet som skapas i samhället. Lokalbefolkningens upplevelser blir då centrala samtidigt som gästernas upplevelser inte kommer samhället tillgodo. Därför kommer det samhällsekonomiska värdet av publikens upplevelser att reduceras i en regional samhällsekonomisk analys. Naturligtvis är det fortfarande positivt med många besökare eftersom det gör det möjligt att tillhandahålla upplevelser av hög kvalitet.

Gästerna spenderar ju en del av sina utlägg i regionen och i en regional analys är utlägg från gästande turister från andra svenska regioner lika välkomna som utlägg från utländska turister. Därför kommer de direkta ekonomiska effekterna i en regional analys oftast bli betydligt större än de direkta ekonomiska effekterna i en nationell analys, där utlägg från svenska besökare inte tillför den nationella ekonomin nya medel. Det medför endast en omfördelning mellan regioner i Sverige och i viss mån också mellan branscher (Andersson, et al., 2009).

Skattefinansiella effekter

Liksom i en regionalekonomisk och nationalekonomiska analys är även en skattefinansiell analys beroende av hur man avgränsar området. Efter kommunskatteutjämningen 1995 uppkommer nästan inga effekter på kommunal nivå. Numera innebär en ökad kommunal ekonomi inte att kommunen genererar mer kommunalskatt som kan användas i kommunen, utan kommunalskatter

från alla Sveriges kommuner räknas samman och fördelas sedan ut till kommunerna, huvudsakligen baserat på antalet invånare.

Det är rimligt att anta att kommunalskatteformen innebär att kommunalpolitiker i mindre omfattning är motiverade att stimulera kommunens ekonomi. Eftersom kommunalskatteutjämnningen tar bort den lokala ekonomiska effekten är det därför i huvudsak på nationell nivå det uppkommer offentliga intäkter, och främst beroende på ökningen i antalet utländska besökare. Kommuner har således starka argument när de ansöker om nationella bidrag för turismsatsningar som attraherar många internationella besökare.

Eftersom det till största delen fortfarande är svenska besökare som besöker svenska natur- och kulturattraktioner innebär det mestadels en skattemässig omfördelning. Den region som satsar på turism kommer att taxera mer moms, sociala avgifter, inkomstskatt, företagsskatt och kommunalskatt än normalt. Men samtidigt kommer detta att minska i övriga regioner i Sverige. Eftersom allt vidarebefordras till Skatteverket spelar det i princip ingen roll vart effekterna skapas (Andersson, et al., 2009).

Frågan som återstår är vilka andra finansieringsformer som finns för att täcka kostnader om inte extra skatteintäkter gör det? Ska alla användare finansiera kostnaderna för brukandet?

Både obligatoriska och frivilliga finansieringssystem är tänkbara alternativ för att finansiera resurser. Ett frivilligt finansieringssystem kan ha fördelen att inga brukare utesluts och inga samhällliga kostnader uppstår. Obligatoriska finansieringssystem innebär sannolikt att fler finansiella resurser allokeras. I följande kapitel ska obligatoriska och frivilliga finansieringssystem redovisas och diskuteras i korthet.

Initialt är följande finansieringsalternativ tänkbara:

	Konsumentbaserat	Näringslivsbaserat
Frivilligt	Donationer, merchandise, frivilliga avgifter för entré med mera	Donationer, finansiering av icke-vinstdrivande företag, sponsring med mera
Obligatoriskt	Entréavgifter, beskattning av varor och tjänster, ankomst och transitskatter m.m. (Figur 5)	Bränslebeskattning, turismbeskattning med mera (Figur 5)
	Självfinansiering genom ökade skatteintäkter (5)	

Tabell 2: möjliga finansieringsformer för natur och kulturresurser

Initialt redovisas fem olika finansieringsformer av natur- och kulturresurser. Alternativen beskrivs i återstående kapitel. Även kombinationer av olika finansieringsformer kommer att redovisas.

6 Obligatoriska finansieringssystem

Mot bakgrunden att kultur- och naturresurser kan anses vara ägda och finansierade av en lokal befolkning (kommunal, regional eller nationell) diskuteras i de flesta fall finansieringsmodeller som på ett eller annat sätt beskattar turister (internationella besökare). Idén om att beskatta turister är sprungen ur tanken att lokalbefolkningen redan finansierar kultur- och naturinstitutioner via skatt. *World Tourism Organisation* WTO¹ (1998) har listat de vanligaste obligatoriska finansieringssystem som användas idag. Nedan följer en kortare sammanställning av relevanta alternativ.

Område	Typ av skatt	Betalas av
Ankomst/Avgångsbeskattning	Beskattning ankomst/avgång	konsument
	Visa/ resetillstånd	konsument
Flygresor	Passagerarbeskattning	konsument
	Skatt på flygbiljetter	konsument
	Skatt på flygbränsle	företag
Flyplatser/Hamnar/Vägar	Skatt vid utresa	konsument
	Säkerhetsskatt vid flyplatsen	konsument
	Parkeringskatt vid flygplatsen	konsument
Hotell och logi	Övernattningsskatt	konsument
	Sängskatt	konsument
	Beläggningsskatt	konsument
	Differentierad moms	företag
Restauranger	Skatt på omsättning	företag
	Differentierad moms	konsument
	Alkoholskatt	företag
Skatt på vägar	Vägtullar	konsument
	Bränslebeskattning	företag
Biluthyrning	Kommunalbeskattning	konsument
Bussar	Beskattning av transport av turister	konsument
Besöksattraktioner	Skatt för besöksattraktioner	konsument
	Moms	konsument
Miljö	Miljöskatt	företag
	Koldioxidskatt	företag
	Skatt för markanvändning	företag
Spel	Vadslagningskatt	konsument
	Skatt för kasinon	företag

Figur 5: obligatoriska taxeringssystem

Att beskatta turister är en lockande möjlighet för att bemöta budgetrestriktioner. Den logiska grunden för att beskatta turister är att korrigera snedfördelningar på marknaden. En annan logisk grund består i att generera inkomster för offentlig verksamhet som sedermera kan omfördelas bland

¹ Numera: United Nations World Tourism Organisation (UNWTO)

olika aktörer, men också för att finansiera aktiviteter som gynnar resursers kvalitet och attraherar nya turister. Logiken bakom obligatoriska finansieringsformer visas nedan.

En obligatorisk beskattning kan antingen ske direkt av turisten eller av turistföretag som bygger sina produkter på allmännyttiga resurser. Båda metoderna kan tillämpas genom det allmänna skattesystemet eller genom specifika skatteplaner. Om företagen beskattas vidarebefordras skattebördan sannolikt i viss omfattning till turisten, beroende på skattestorlek och priselasticitet.

Exemplifiering

Flygplatser och flygbolag skapar i många fall betydande omsättning och inkomster. En beskattning av denna sektor kan vara intressant – under förutsättning att inte staten eller utländska företag står som ägare.

Hotell och annan logi genererar också betydande omsättning, men präglas ofta av småskalighet. Små familjeägda företag kan drabbas hårt av en extra skattebörd.

I delar av bland annat Tyskland och Frankrike finansieras turismrelaterad infrastruktur genom *sängskatt* "Kurtaxe" eller "Tax de séjour". Det är en skatt som övernattningsenheter lägger på besökarna och som sedan går till kommunala eller regionala turismsatsningar.

Mat och dryckessektorn är en annan relevant sektor men dess beskattning kan leda till försvårande förhållanden, främst för mindre lokala lantbrukare som både producerar och säljer sina produkter direkt till hotell eller restauranger.

Ett annat sätt att finansiera natur- och kulturresurser är att *beskatta utrustning* eller produkter som är relaterade till upplevelsen av resursen. Ett exempel är "hotellbeskattning". Andra exempel kan vara skatter på utrustning - fiskeutrustning, kanotutrustning, vandringsutrustning, guideböcker och liknande.

7 Frivilliga finansieringssystem

I ett antal fall har studier visat att brukare av natur- och kulturresurser är beredda att betala för att få tillgång till allmännyttiga resurser. Studierna tyder på att det finns en teoretisk betalningsvilja för både nyttjandet och bevarandet av resurserna. I verkligheten finns det dock få studier på vad som händer när man förvandlar en teoretisk betalningsvilja till en praktisk. En fast avgift, som exempelvis en entréavgift till kulturinstitutioner, har ofta föredragits. En nackdel med obligatoriska finansieringssystem är att några individer stängs av från att bruka en natur- eller kulturresurs eftersom de inte vill eller kan betala. En exkludering av individer måste utifrån en samhällsekonomisk syn ses som kostnad. I Sverige förbjuds dessutom i vissa fall avgifter genom exempelvis allemansrätten. Studier har dessutom visat att fasta, obligatoriska avgifter i de flesta fall är mindre accepterade bland brukare än frivilliga avgifter. Bidragande orsaker är att förvaltningen av avgifterna å ena sidan skapar stora kostnader och å andra sidan inte används ändamålsenligt.

I följande avsnitt redovisas frivilliga finansieringssystem. Både finansiering genom konsumentbidrag och företagsbidrag kartläggs.

7.1 Konsumentbaserade finansieringsformer

Kommunala, regionala och nationella företrädare har förhoppningar om att turistnäringen med naturen och kulturen som bas ska utvecklas och skapa arbetstillfällen framför allt i glesbygdsområden. Tack vare allemansrätten är naturen tillgänglig för rekreation och turism. Men allemansrätten sätter också begränsningar för vilken utveckling som är tänkbar. Liksom naturturismens strategiska utveckling gynnas och begränsas av allemansrätten påverkas kulturturismen av lagar/förordningar och intresseorganisationer.

Problem med att ta betalt för investeringar som höjer kvaliteten på naturturistupplevelser gör det exempelvis svårt för turistföretag att i ett internationellt perspektiv garantera hög kvalitet på upplevelser. Eftersom möjligheterna att införa en obligatorisk avgift för naturresurser är begränsad har man i Sverige och andra länder undersökt möjligheten att implementera en frivillig konsumentavgift. Här kommer ett par exempel.

Konsumentdonationer

Konsumentdonationer (exempelvis på parkeringsplatser, utsiktsplatser eller picknickställen) har införts med varierande framgång av olika parker i USA, Australien, England och Kanada. För att öka intäkterna får besökarna information om att bidragen används för bevarandeåtgärder och/eller förbättring av infrastrukturen i området. Informationen påverkar avsevärt individens vilja att betala. Ofta anses ett frivilligt finansieringssystem - som tilltalar besökarnas känslor - vara ett acceptabelt alternativ till obligatorisk beskattning av besökarnas upplevelser. Det finns flera upmärksammade pilotprojekt. Ett har ägt rum i Lake District National Park, i South Hams District, i Storbritannien. Lake District är också ett av få finansieringssystem som är till fullo implementerat. Andra finansieringsprojekt har aldrig fullföljts, mest beroende på dålig respons. Tourism and Conservation samarbetet initialiserades som ett pilotprojekt 1993. Idag inbringar finansieringsalternativet cirka en miljon kronor per år. Donationerna samlas in på olika platser och av olika aktörer. Vid parkeringsplatser, på picknickplatser, vid besöksattraktioner, på guide turer, vid informationsservice och på campingplatser. Donationssystemet har visat sig vara ett attraktivt alternativ för att finansiera olika bevarandeåtgärder. Framgången har lett till ett ökat intresse för en

systematisk applicering av finansieringsformen, framför allt vid attraktioner med hög besöksfrekvens. Genom att ge besökaren en donationsmöjlighet får han/hon möjligheten till "feel good" (välbefinnande) när han/hon bidragit till ett bevarande av resursen.

Betalning för mervärde

Allemansrätten gör det i princip omöjligt att ta betalt för naturresurser i sig. Erbjuds mervärden i form av infrastruktur finns det emellertid möjligheter att ta ut en skälig avgift för den. En möjlighet att finansiera natur- och kulturresurser är genom att tillhandahålla en infrastruktur som skapar mervärden. Genom att kombinera infrastruktur (mervärden) av olika kvantitet och kvalitet skapas dessutom möjligheten till produkt- och prisdifferentiering.

Fiske – ett exempel

Fiske är en betydande sport- och fritidsaktivitet. Allemansrätten täcker emellertid inte sportfiske, vilket innebär att denna aktivitet/resurs i vissa fall är kostnadspliktig även i Sverige. Trots denna möjlighet finns det endast ett fåtal markägare (kommuner och regioner inkluderade) som ser fiskbestånden som en resurs. I de flesta fall där fiskekort måste lösas täcker inkomsterna inte ens de administrativa kostnaderna. I praktiken finns det dock inget tak för hur mycket ett fiskekort får kosta, förutom att priset ska vara rimligt.

"Price discrimination" – alltså olika pris för olika produkter och olika konsumenter - är ett sätt att både erbjuda fiskekort till rimliga priser och öka intäkterna. Ett alternativ kan vara att kommuninvånare betalar mindre än tillresta besökare. Men även olika fiskekort för olika fiskevatten kan vara ett alternativ. Exempelvis kan, jämförbart med Domänverkets policy, ett fiskekort erbjudas för mindre attraktiva vatten, och ett annat "guldkort" för mer attraktiva vatten. Attraktiviteten är i sin tur förknippad med tillgången till fisk, storlek på fisk och artrikedom, men skulle i princip också kunna kopplas till naturskönhet eller fiskevattnets karaktär.

Guidade turer för fiskare eller jägare är ett exempel. Här kan man ta betalt för naturresursen å ena sidan, och för guidningen å andra sidan. Ett exempel där man diskuterat denna typ av produkt "bundling" är ripjakten i det svenska fjället. Individuer som inte är bosatta i området (i många fall turister) skulle enligt förslaget vara tvungna att ha en guide för att få lösa jaktkort. Att indirekt ta betalt för naturresursen. Dessutom möjliggör systemet en kontroll av resursbelastningen (avskjutning, fisketryck) som leder till en förbättrad kvalitet på resursen. Guidningen i sig skapar dessutom kunskap om resursen bland konsumenterna, vilket i sin tur bidrar till att resursen nyttjas hållbart. En involvering av lokalbefolkningen - som guider och "förvaltare" - förankrar dessutom resursens betydelse som lokal inkomstkälla.

Att alltid behöva anlita en guide för att ta del av naturresurser är kanske orimligt och kan i förlängningen leda till att attraktiviteten minskar. Exempelvis om konsumenten känner sig ofri. Däremot finns möjligheten till att införa *en* eller ett *antal* obligatoriska guidningar för dem som vill fiska, jaga eller ta del av andra resurser i den svenska naturen och kulturen. Efter genomförda guidningar kan ett certifikat utfärdas. Certifikatet ger konsumenten fortsatt fiskerätt/jakträtt utan guide.

Liknande lösningar som för jakt eller fiske kan man tänka sig för camping och tältning i den svenska naturen. Flertalet internationella turister uppskattar den svenska naturen och möjligheten att i princip kunna stanna till när som helst och var som helst. I de flesta fall är naturen ett av motiven för resan. Med nyttjandet följer emellertid också ett ansvar och en kostnad. Å ena sidan ska alla som vistas i naturen göra detta under etiskt och moraliskt hänsynstagande. Å andra sidan är nyttjandet av naturresurser också förknippat med kostnader för infrastruktur och bevarandeåtgärder. Det kan därför anses vara rimligt att internationella besökare, som inte är förtrogna med allemansrättens

krav och bestämmelser, på något sätt tar del av dem. Detta kan exempelvis ske genom skrifter som måste köpas och medföras, eller muntliga instruktioner om förhållningssätt. Även avgiftsbelagda seminarier vid olika turistinformationer där man informerar om exempelvis vandringsleder eller campingalternativ är tänkbara alternativ för att finansiera verksamheter. Dessutom bidrar det till ett hållbart nyttjande på grund av ökad kunskap.

7.2 Avgifters effekter på konsumenten

För att införa konsumentavgifter på natur- och kulturresurser måste vi ha kunskap om vad naturturister/kulturturister är villiga att betala. Studier visar att det teoretiskt finns en beredskap att betala avgifter - om än under vissa förbehåll (Armbrecht & Andersson, 2007; Lime & Lewis, 1997; Watson, Puttkammer, & Chistensen, 1998). Exempel där frivilliga avgifter införts visar att många turister faktiskt betalar avgifter för natur- och kulturresurser. Frågan är hur upplevelsen påverkas eller förändras om brukare betalar för den?

Forskning har visat att det finns ett antal problem kopplade till avgifter.

1. En avgift förändrar förhållandet mellan dem som tillhandahåller och dem som brukar resursen. Brukaren blir köpare och den ansvarige blir säljare. Säljare-köpare-förhållandet kan i sin tur påverka kraven på själva resursen, men även ansvarstagandet för den.
2. En säljare-köpare-relation kan dessutom påverka det ideella engagemang och den stewardship som är kopplat till resursen eftersom brukandet blir konsumtion.
3. Delar av befolkningen utesluts genom en avgift.
4. Avgifter kan dessutom leda till en ökad administration. Eventuellt även kontroller, som i sin tur är förknippade med ökade kostnader.
5. Förändrar eller förhindrar vissa känslor som är förknippade med naturupplevelser exempelvis frihet.

Mest forskning om frivilliga bidrag har skett i samband med gåvor till välgörenhet. Trots att gåvor till exempelvis välgörenhet skiljer sig avsevärt från frivilliga avgifter för att bruka natur- och kulturresurser är det rimligt att anta att det finns likheter i individers motivation. Grundläggande marknadsföringslitteratur kan sannolikt ge mer kunskap om motiv och sociala normer som styr bidragsbetalningar även för frivilliga avgifter.

Godin (1984) finner i sina studier att frivilliga gåvor är att föredra framför obligatoriska avgifter vid brukandet av naturresurser. Bland de fem betalningsalternativ som han testade (betalning för en licens, betalning av en generell entréavgift, betalning för en aktivitet eller facilitet, betalning genom skatt på utrustning eller frivillig betalning) föredrog brukare med stor marginal den frivillig baserade betalningen. 75 % av de tillfrågade var positiva till en frivillig betalning medan den näst mest populära avgiften var en generell entréavgift, som förespråkades av 50 %. Endast 11 % av de svarande menade att ett frivilligt alternativ inte var ett godtagbart betalningssätt. I en liknande studie fann Fedler och Milies (1989) att vandrare föredrog en frivillig avgift. Hela 86 % föredrog en frivillig avgift.

7.3 Frivilliga näringslivsbidrag

Liksom den offentliga verksamheten gynnas av att attrahera turister som inbringar skatteintäkter är det för företag inom turismbranschen intressant att attrahera besökare som spenderar pengar på olika varor och tjänster. Statistik visar att majoriteten av turisterna i Sverige har naturen och kulturen som stor eller helt dominerande anledning till besöket. För både offentlig och privat verksamhet är det därför av intresse att bevara och om möjligt utveckla attraktioner som säkerställer att turister besöker Sverige även i framtiden. För att förbättra befintliga attraktioner eller undvika att natur- och kulturresurser försämrats krävs finansiella resurser. I följande avsnitt ska utvalda frivilliga näringslivsbaserade finansieringsformer presenteras.

7.3.1 Finansiering genom bidrag av tjänster

Företag kan indirekt bidra till finansiering genom att administrera och organisera insamling av exempelvis konsumentdonationer eller konsumentskatter. Företag som är engagerade i konsumentbaserade finansieringssystem gynnas eftersom konsumenterna uppfattar att företagen är engagerade i att bevara resurser. Även samhällets bild av företaget påverkas positivt av medverkandet. Ändå har flertalet koordinatörer till finansieringssystem funnit det svårt att övertala företag att ansluta sig till konsumentbaserade finansieringssystem. Den vanligaste förklaringen till det svala intresset är att företag ser konsumentavgiften som en extra skatt som riskerar verksamheten när kunder inte är beredda att betala och känner sig trängda. Dessutom kräver engagemanget i finansieringssystem ett ansvarstagande som företag vill se en kompensation för. I de flesta fall är det ett antal större företag som lyckas implementera en konsumentbaserad frivillig avgift så att intäkter i nämnvärd utsträckning skapas.

7.3.2 Donationer och Merchandising

Verksamheter som är beroende av en eller ett fåtal resurser har ett naturligt intresse i att bevara dessa. Bevarandet och utvecklingen av resurser kräver en långsiktig säker finansiering. Att utifrån det egna intresset donera pengar till att bevara och förbättra resurser som gagnar företagets verksamhet torde vara naturligt. Beskattningen av donationer är ett hinder.

Merchandising har introducerats i ett antal fall där destinationer sett ett behov av att komplettera en befintlig finansiering. Systemet bygger på att specifika varor och tjänster erbjuds (böcker, guider, tidningar, T-shirts, pennor med mera) för besökaren. Det ska vid köpet framgå att en bestämd andel av köpesumman går till att finansiera en resurs. För finansieringen av naturresurser kan det vara lämpligt att erbjuda guider, böcker eller guideade turer, och en del av omsättningen ska gå till att finansiera naturresurser. I Stockholm införde man exempelvis merchandising för att finansiera bevarandet av skärgården. Under en tremånadersperiod sålde man 350 T-shirts och 10 klistermärken. Extraintäkterna för att bevara skärgården visade sig vara mycket begränsade (Denman and Ashcroft, 1997). För kulturresurser finns alternativa varor och tjänster som kan säljas för att få en medfinansiering.

Även om merchandising i de flesta fall endast inbringar marginell finansiering så skapar den medvetenhet och publicitet, som båda bidrar till positiva attityder bland besökarna. För att merchandising ska vara effektivt måste kostnaderna för de sålda produkterna hållas låga och varor och tjänster vara intressanta.

En liknande finansieringsform är att verksamheter donerar delar av sin omsättning till bevarandet av resurser. Företag kan välja att donera en procentsats av alla eller särskilt utvalda produkter till

kultur- och naturresurser. Om merchandising används i större utsträckning, alltså systematiskt på flera varor och tjänster, liknar det i mångt och mycket finansiering genom donationer. Skillnaden ligger främst i att företag informerar köparen om att en del av köpeskillingen går till att finansiera allmänna resurser, vilket i sin tur leder till en positiv bild av företaget bland besökarna.

Merchandising kan ses som en konsument- och näringsbaserad finansieringsform, eftersom det vilar på besökaren att köpa och betala varan medan företaget donerar och kanaliserar bidragen. I slutändan är överlämnandet av pengarna/donationen upp till företaget - som inte är förpliktigt att bidra till finansieringen. Merchandising kan i viss mån också ses som en obligatorisk avgift eftersom konsumenten inte själv får bestämma om och hur mycket som doneras. Köpet och följaktligen också donationen är emellertid frivilliga, varför också merchandising är frivillig.

7.3.3 Sponsring

Sponsring innebär ett affärsmässigt avtal mellan två organisationer som baseras på ett utbyte av varor, tjänster och/eller andra resurser. Sponsringen är främst en skatterelaterad lösning, som syftar till att möjliggöra samarbete mellan kommersiella och icke affärsdrivande organisationer. I denna utredning kan denna finansieringslösning vara intressant främst för kulturorganisationer. Syftet är att genom ömsesidigt utbyte ge den ena organisationen tillgång till resurser och samtidigt erbjuda den andra parten något värdefullt. Skillnaden mellan sponsring och donationer är att förstnämnda kräver en uttrycklig motprestation. För kulturorganisationer är sponsring främst en finansieringsform, medan det för företag kan handla om marknadsföring och/eller utveckling av personalen och organisationen. Sponsrens bidrag kan antingen vara ett engångsbidrag eller kontinuerliga bidrag. Sponsring genom att tillhandahålla tjänster är också en möjlig sponsringsform. Till exempel kan klädföretag tillhandahålla kläder för personer som jobbar med att underhålla eller övervaka resurser. Biltillverkare kan i sin tur tillhandahålla bilar för transporter.

För kulturorganisationer handlar sponsring om att få tillgång till resurser för sin verksamhet. Museer vill exempelvis göra fler och bättre utställningar än man kan göra utan pengar från sponsring. I de flesta fall handlar sponsringen om monetärt stöd. Kulturorganisationers motprestation är mestadels ökad synlighet gentemot publiken, men också exklusiv tillgång till kulturorganisationens kompetens och resurser.

I vissa sammanhang används även begreppet partnerskap för att undvika det mer negativt associerade sponsringsbegreppet. Ett viktigt bidrag till både kultur och näringsliv ger sponsring genom att den sammanför företags- och kultursfärerna. I Storbritannien är samarbetet mellan näringslivet och kulturlivet mer utvecklat. Exempelvis används yrkeskompetens för att lösa problem och möta utmaningar, vilket skapar ömsesidigt och djupgående engagemang i verksamheterna. I detta sammanhang är det lämpligt att använda begreppet partnerskap istället för sponsring. En nackdel med sponsring är att kulturorganisationer blir beroende av företagens bidrag, som i sin tur är konjunkturkänsliga. Detta innebär att även sponsringsavtal blir konjunkturkänsliga. I de flesta fall är företagen därför ovilliga att binda sig till fleråriga sponsringskontrakt. Korta finansieringsperioder kan leda till osäkerhet inom kulturorganisationerna.

Ur ett skatteperspektiv är skattelagstiftningen ogynnsam för kultursponsring. Det är nämligen svårt att fastställa värdet för kulturorganisationers gentjänster till privata företag. Sponsring som finansieringsform för natur och kultur är än så länge av mindre betydelse. En orsak kan vara att det finns flera prejudikat där sponsrande företagen inte fått sin sponsring godkänd som avdragsgill kostnad. Det här skapar osäkerhet bland kulturinstitutionerna och rädsla bland företagen. Denna utveckling leder till att få avtal om kultursponsring sluts. Kultur & Näringsliv och Stockholms Handelskammare driver frågan om lagändring till förmån för kultursponsring. Egentligen utesluter

inte dagens lag avdragsrätt för kultursponsring. Skatteverket kräver dock noggranna avtal där motprestationen tydligt framgår.

8 Finansiering av icke-vinstorienterade organisationer

Att bevara och utveckla kultur- och naturresurser är inte bara förvaltningsrelaterade uppgifter. Även finansierare måste identifieras och samordnas, mål och visioner formuleras, fördelar presenteras med mera. Många av uppgifterna kräver engagemang, kunskap, organisering och - inte minst - sociala kontakter. Lösningen kan vara att etablera en organisation (företag eller förening). Organisationens förankring bör vara lokal. I Västra Götaland kan detta innebära att organisationer etableras i olika kommuner eller kommunalförbund. Att se kommun- eller regiongränser som barriärer för samverkan är dock snarare en svaghet än styrka. Det bekräftar bara etablerade gränsdragningar och försvårar ny samverkan. Organisationers aktionsområden bör avgränsas av intressen snarare än administrativa gränser.

I följande avsnitt redovisas möjliga organisationsformer för finansiering. Ur nationalparkernas perspektiv har följande intressen och motiv visat sig vara dominerande i den stund en intresseorganisation ska etableras.

Finansiering. De flesta organisationer har etablerats för att underlätta och effektivisera den externa finansieringen av olika projekt i parkerna. Organisationer som Yorkshire Dales Millennium Trust, the Lake District Tourism and Conservation Partnership and the Mourne Heritage Trust visar på intresseorganisationers möjligheter att bidra till finansiering. I Västra Götaland kan Göteborg & Co anses vara en intresseorganisation där privata och offentliga aktörer samverkar för att klara gemensamma intressen, exempelvis finansiering av evenemang.

Projekttimplertering. Icke-vinstdrivande organisationer kan vara fördelaktiga för projekt där flera intressegrupper ingår. En intresseorganisation kan ha en förmedlande och demokratisk funktion och styrelsen en vågmästarroll när beslut ska tas om olika projekt. I Storbritannien har intresseorganisationer bland annat uppdraget att främja den lokala välfärden. Det görs genom samordnad finansiering, men också genom att stödja beslut som gynnar lokalbefolkningen.

Servicefunktion. Frånsett uppdragen att säkerställa finansiering av resurser/projekt och implementera projekt kan intresseorganisationer få i uppdrag att agera som en offentlig organisation. Uppdragen kan då utvidgas till att gälla övervakning, underhåll, utveckling och liknande. Servicefunktionen liknar med andra ord en managementfunktion. I ett natursammanhang kan också funktionen som skogs- och parkväktare bli en del av organisationens ansvar.

Tidigare exempel har visat att finansieringsfunktionen har varit den främsta anledningen till att grunda intresseorganisationer. Projekttimplertering och servicefunktioner har varit komplimenterande uppdrag. Med hänsyn till den redan stora belastningen av den offentliga kassan och en allt större konkurrens om finansiella medel är det sannolikt att denna funktion blir den dominerande också i framtiden.

Intresseorganisationers styrkor

Att etablera intresseorganisationer i syfte att uppnå gemensamma mål har flera fördelar jämfört med andra samarbets- och finansieringsalternativ.

- **Partnerstruktur.** Etableringen av intresseorganisationer sammanför olika intressen så att ingen enskild intressegrupp får en dominant eller kontrollerande roll.
- **Organisationsform.** Formerna för samarbete kan variera. Olika exempel har visat att det är fördelaktigt att kunna anställa personer för specifika uppdrag eller projekt. Även intresseorganisationens möjlighet till att kunna investera i olika aktiviteter i projekt framhålls som betydande.

- **Kontakt med andra intresseorganisationer.** Intresseorganisationer har visat sig ha förmågan att aktivera individer, gräsrotsorganisationer och företag i gemensamma projekt.
- **Finansiering.** Intresseorganisationer kan i större utsträckning än individer och privata företag ansöka om offentliga och internationella medel.
- **Flexibel struktur.** Intresseorganisationer har möjligheten att ägna sig åt proaktiva aktiviteter och entreprenörsaktiviteter. En intresseorganisation som är uppbyggd på rätt sätt kan reagera snabbt och effektivt på lokala förändringar. Flexibiliteten tillåter att organisationen leder ett projekt, fungerar som katalysator i ett annat, och agerar bank eller kontaktnät i ett tredje.
- **Ingen geografisk begränsning.** Intresseorganisationens geografiska begränsning är inte definierad i förväg utan kan anpassas till intressenternas behov och intressen. Denna flexibilitet tillåter att stora och olikartade regioner/områden ingår i intresseorganisationens operativa område.

Utöver de ovan nämnda fördelarna finns det i olika länder också skattemässiga fördelar att samordna intressen i icke-vinstdrivande företag. Dessutom bidrar organisationsformen till ökad tillit bland utomstående organisationer och i samhället.

Själva finansieringen av icke-vinstdrivande organisationer kan skilja sig åt, men utmärks ofta genom en kombination av olika finansieringssystem. Exempelvis kan organisationen finansieras av frivilliga konsumentbidrag, ett näringsliv som ingår och gynnas av organisationens aktivitet, bidrag från offentlig verksamhet för att gynna lokal utveckling med mera.

8.1 Miljöcertifiering och ”kulturcertifiering”

Miljöcertifiering är en viktig del i den aktuella debatten om hur man kan nyttja naturresurser på ett hållbart sätt. Miljöcertifieringen säkerställer framför allt ett miljömässigt sunt agerande bland företag. Certifieringens primära syfte är inte att finansiera miljöåtgärder utan att bevara och skydda dem. I följande avsnitt diskuteras miljöcertifiering och miljöledning som metoder för att både organisera finansiering och nyttja resurser på ett hållbart sätt.

Företag och destinationer som arbetar med miljöfrågor kan välja att miljöcertifiera sin verksamhet. Miljöcertifieringsverksamheten sker antingen i form av miljölednings- eller miljömärkningssystem. Miljöledning syftar till att ta fram mål för verksamheten. Mål som ska kombineras med de krav som ställs i ett miljömärkningssystem. I dagsläget finns en stor mängd branschspecifika system som delvis innebär en begreppsförvirring mellan miljölednings- och märkningssystem. Även turismbranschen har sina miljölednings- och miljömärkningssystem. Fördelen med att använda branschspecifika system är att de kan anpassas till exempelvis turistföretagarens förutsättningar och behov (Turistdelegationen, 1998).

Miljöledning

Miljöledningssystemens övergripande syfte är att förbättra företagets miljöarbete. För att organisera miljöarbetet och för att utveckla en mer miljövänlig verksamhet kan företaget ta hjälp av ett miljöledningssystem. Företaget kan arbeta fram ett eget system eller följa kriterierna i ett befintligt system, exempelvis ISO14001 eller EMAS. Endast några få miljöledningssystem innehåller generella kravnivåer. Mestadels måste företagen själva sätta upp mål för verksamheten, utforma miljöpolicy och handlingsplaner. Miljöledningssystem hjälper företag att arbeta systematiskt med miljöfrågor

utifrån givna förutsättningar. Miljöutredningar genomförs där verksamhetens miljöaspekter belyses. En miljöutredning ligger till grund för arbetet med att ta fram mål och handlingsplaner för att miljöanpassa företagets verksamhet. Detta sätt att arbeta ger även utrymme för företag med stor miljöbelastning att finnas med. Att miljöledningsarbetet baseras på företagets egna förutsättningar och påverkan innebär att systemens utformning varierar. Syftet med ledningssystemet är att visa konsumenten att företaget arbetar aktivt med att minska miljöbelastningen. Det är inte ett sätt att kommunicera till konsumenten att produkten är miljövänlig, även om det är en vanlig uppfattning. Vid revision av miljöledningsarbete bedöms om verksamheten nått de formulerade målsättningarna. Det som granskas är alltså intensiteten i arbetet snarare än måluppfyllanden av fasta kriterier som vid miljömärkning (Brorson & Larsson, 2000).

Miljömärkning

Till skillnad från miljöledningssystem där företaget själv tar fram mål och handlingsplan för verksamheten finns det i ett miljömärkningssystem givna kriterier som företag/produkter/destinationer ska uppfylla för att bli godkända och få märkningen. Ett "miljömärkt" företag har uppfyllt de krav som ställs av den certifierande organisationen. I Sverige finns ett antal miljömärken som ska kommunicera att varan/tjänsten är bättre än "omärkta" varor i samma produktgrupp. En miljömärkt produkt behöver inte vara miljövänlig eller ofarlig för miljön. Den behöver bara klara miljömärkningens krav.

I Sverige finns det idag bland andra följande miljömärken: Svanen, Falken, KRAV och EU:s miljöblomma. Alla systemen utgår från ett antal kriterier beträffande krav på respektive produktgrupp. Ett miljömärkningssystem har till skillnad från miljöledningssystem fasta krav för vad som måste uppnås för att ta del av certifieringen. Detta underlättar kommunikationen med konsumenter eftersom kriterierna är lika för alla. Fasta kriterier utesluter emellertid vissa företagare när samma krav gäller vitt skilda verksamheter. Ett flygföretag har svårare att miljömärka sin verksamhet eftersom flyget troligtvis har större miljöbelastning än exempelvis sportfiske.

Tre tillvägagångssätt är vanliga vid miljömärkning: minimikrav, index eller deklaration. Exempel på system med minimikrav är Den Gröna Nyckeln, Höga kusten och Destination 21. Används ett index eller poängsystem för att väga samman olika miljökvaliteter (exempelvis Svanen, Green Tourism Business Scheme och CST) ges en möjlighet att lätt bedöma företagets måluppfyllelse och jämföra olika företag med varandra. Ett exempel på miljövarudeklaration för turistföretag är Miljöstjärnan som Hushållningssällskapet i Jämtland arbetat med. Gemensamt för alla tre system är att de ska vara kontrollerade av en utomstående auktoriserad organisation.

Destination 21

Danmarks turistråd har i samarbete med Friluftsrådet och Turismens UdviklingsCenter (TUC) utvecklat ett miljömärkningssystem för att främja hållbar utveckling på destinationsnivå². Destination 21 är en märkning som kräver att det tas fram en vision och handlingsplan för hållbar utveckling på destinationen. Destination 21 liknar således ett miljöledningssystem. Grunden för märkningen är en holistisk syn på hållbarhet. En syn som omfattar ekologisk, ekonomisk och social hållbarhet. En viktig del i Destination 21 är utvecklingsaspekten. Utöver att uppfylla en del baskrav, som bygger på hållbarhetsindikatorer, ska en destination ta fram konkreta utvecklingsmål för sin

² www.destination21.dk

önskade utveckling. Vissa utvecklingsmål fastställs av Destination 21 centralt, andra fastställs av den egna/lokala destinationen. Destination 21 har tagit fram åtta hållbarhetsmålsättningar.

1. Säkra lokal organisering och samarbete.
2. Skapa kompetens för en hållbar turismutveckling.
3. Skydda och säkra tillgången till destinationens natur- och kulturmiljöer.
4. Stärka och synliggöra lokal kultur och autenticitet.
5. Främja en hållbar utveckling av existerande och nya turistprodukter.
6. Reducera föroreningar och resursförbrukning.
7. Skapa arbetstillfällen och öka andelen lokal arbetskraft.
8. Föra ut budskapet om Destination 21 och en hållbar utveckling.

När en destination har beslutat sig för att använda Destination 21 för sitt arbete med hållbar utveckling skapas en lokal styrningskommitté. Styrningskommitténs uppgifter liknar dem som en icke-vinstdrivande organisation kan ha. Styrningsgruppen ska ha minst fyra medlemmar - med representanter från lokala turistföretagare, kommunen, den lokala turistföreningen och en lokal miljöorganisation som representerar lokalbefolkningen. Styrningsgruppen väljer en koordinator som ska ha det övergripande ansvaret för Destination 21-processen. Tjänsten som koordinator kan med fördel kopplas samman med redan existerande verksamheter. Exempelvis turistbyrå, kommunen eller det lokala Agenda 21-kontoret. När kommittén är godkänd av den nationella Destination 21-föreningen träder destinationen in i den ett år långa kvalificeringsfasen. Under tiden ska destinationen ta fram en övergripande vision för destinationen. I visionen beskrivs destinationens ideala situation. Kvalificeringsfasen innebär också arbete med att ordna inträdesbiljetten till driftsfasen – alltså att klara märkningens åtta baskrav. Driftsfasen träder i kraft när styrelsen för Föreningen Destination 21 har godkänt destinationen som Lokal Destination 21. Först då kan destinationen njuta fördelarna med den status som godkännandet ger.

Driftsfasen varar i tre år. Destinationen ska därefter kvalificera sig för en ny treårsperiod. Detta sker efter att destinationen har utvärderat och omformulerat sina målsättningar med hjälp av erfarenheter från de första tre åren. Alla deltagande företag lämnar en årlig redogörelse för miljöarbetet. Dessa ingår sedan i en publicerad sammanställning för hela destinationens miljöarbete. Kostnaden för destinationer i driftsfas är cirka 30.000 kr per år - plus 2.500 kr per kommun. Avgiften betalas till det lokala Destination 21-kontoret som i sin tur bestämmer priset för deltagande företag. En utveckling av Destination 21 till att även innefatta ett aktivt agerande, alltså investeringar och underhåll, är sannolikt möjlig.

8.2 Certifieringssystem som finansieringsform för natur- och kulturresurser

Nu har miljöledning och miljömärkning beskrivits. Frågan är hur systemen kan användas för att finansiera resurser? I de flesta fall är ackrediterings- och certifieringsorganisationerna icke-vinstdrivande företag. Följaktligen ska avgifterna som medlemmarna betalar endast täcka de löpande administrativa kostnaderna. Exemplet Destination 21 innebär att kostnaderna är relativt låga och lika för alla. Vid ökade avgifter skulle medlemmarnas finansiella bidrag också kunna användas till att bevara natur- och kulturresurser eller utveckla en infrastruktur som främjar ett hållbart nyttjande. Aktörer som väljer att bidra med resurser i natur- och kulturresurser måste se sitt agerande som en investering i och förbättring av resurserna. En diversifierad prissättning beroende på företagets storlek kan dessutom bidra till en anpassad avgiftsstruktur. Större företag kan i mer omfattande utsträckning bidra till finansieringen av resurser, medan mindre verksamheter inte utesluts på grund av för höga avgifter. Dessutom möjliggör avgiftsskillnader i förhållande till

verksamhetens miljöpåverkan att företag med mindre miljövänliga varor och tjänster i större utsträckning bidrar till finansieringen än de som erbjuder miljömässigt hållbara varor och tjänster. Faktum är att en organisering av företag och kommuner genom certifiering inte skiljer sig mycket från en organiserad samverkan i icke-vinstdrivande företag/intresseorganisationer. Fördelen med att använda ett certifieringssystem för att ackvirera finansiella resurser är att det ger företagen ett konkret mervärde, vilket i sin tur kan kommuniceras till konsumenten. Miljöcertifiering innebär således att företag värnar om resurser som attraherar turister - samtidigt som både produkten och destinationen blir mer konkurrenskraftiga.

En preliminär slutsats, men ändå väl värd att poängtera, är att en kombination av olika finansieringsformer sannolikt leder till att fler resurser allokeras, olika aktörers inflytande säkerställs i demokratisk anda, högre acceptans bland lokalbefolkning, näringsliv och turister, förenklade kontroller med mera.

9 Exempel Skaraborg

Under följande punkt ges räkneexempel på föreslagna finansieringsmodeller. Räkneexemplen bygger delvis på uppskattade siffror, vilket påverkar resultaten. I vissa fall är data tagen ur olika rapporter. Det innebär att uppgifter om utlägg och konsumentbeteende kan variera mellan modeller. Räkneexemplen uppfyller ingalunda vetenskapliga, teoretiska eller metodologiska krav och ska snarare ses som uppskattningar än faktiska beräkningar. Inte desto mindre kan en jämförelse mellan olika skattningar hjälpa oss att förstå i vilken utsträckning olika finansieringssystem förmår bidra till natur- och kulturresurser.

I följande räkneexempel återges finansieringsmöjligheter genom obligatoriska och frivilliga konsumentbaserade modeller. Skillnaden mellan obligatoriska och frivilliga finansieringssystem är i praktiken endast att den procentuella andelen som betalar avgiften varierar. Är avgiften obligatorisk beräknas alla brukare erlägga avgiften. Detta antagande är i realiteten inte korrekt eftersom såväl barn som andra brukargrupper har gratis inträde. För att underlätta beräkningar antas dock alla brukare betala en avgift. Till skillnad från obligatoriska finansieringssystem innebär frivilliga finansieringssystem att endast en del av brukarna kan antas erlägga en avgift. Den procentuella andel som betalar en avgift varierar, varför flertalet scenarier inkluderas i räkneexemplen.

1, 3, 5 Frivilliga avgifter(donationer) och obligatoriska avgifter

I följande räkneexempel redovisas möjliga inkomster av natur- och kulturresurser. Västsvenska Turistrådet³ för statistik över viktiga natur- och kulturresurser i Västra Götaland. I statistiken ingår bland annat följande attraktioner:

Göteborgs Botaniska Trädgård	Vitlycke museum	Naturum Hornborgasjön
Läckö Slott	Havets hus, Lysekil	Ekehagens forntidsby
Bohusläns museum	Bohus fästning	Kungajaktmuseet Älgens Berg
Falbygdens ost, Falköping	Carlstens fästning	Karlsborgs fästning
Nordiska Akvarellmuseet	Husaby kyrka	Trandansen Hornborgasjön

Tabell 3: Ett utdrag av listade, betydande natur- och kulturattraktioner i Västsverige⁴

Av dessa natur- och kulturattraktioner valdes **Göteborgs Botaniska Trädgård**, **Läckö Slott**, **Trandansen vid Hornborgasjön** och **Bohus Fästning** ut för att i ett räkneexempel visa vilka intäkter olika strategier kan generera. Siffror för räkneexemplet är tagna ut "Tourism Facts & Statistics 2007"⁵ från Västsvenska Turistrådet.

Tabellerna utgår från ett givet antal besökare. En siffra som förväntas vara konstant även om avgifter i olika höjd införs. I ett frivilligt scenario visar tabellerna intäkterna för olika avgifter och procentuella andelar som är beredda att erlägga avgiften.

³ www.vastsverige.se

⁴ "Tourism Facts & Statistics 2007", <http://www.vastsverige.com/>

⁵ <http://www.vastsverige.com/>

Som tidigare nämnts erbjuder ett obligatoriskt finansieringssystem möjligheten att ta betalt av samtliga brukare. Olika avgiftsbelopp genererar dessutom olika bidrag. De genererade intäkterna visas i tabellernas sista rad (gråmarkerad).

Donation/Entréavgift	1 kr	2 kr	5 kr	10 kr	20 kr	Antal betalningar
Göteborgs botaniska trädgård	54 800 kr	109 600 kr	274 000 kr	548 000 kr	1 096 000 kr	10%
548.000 besökare	82 200 kr	164 400 kr	411 000 kr	822 000 kr	1 644 000 kr	15%
	109 600 kr	219 200 kr	548 000 kr	1 096 000 kr	2 192 000 kr	20%
	137 000 kr	274 000 kr	685 000 kr	1 370 000 kr	2 740 000 kr	25%
	164 400 kr	328 800 kr	822 000 kr	1 644 000 kr	3 288 000 kr	30%
	191 800 kr	383 600 kr	959 000 kr	1 918 000 kr	3 836 000 kr	35%
	219 200 kr	438 400 kr	1 096 000 kr	2 192 000 kr	4 384 000 kr	40%
	246 600 kr	493 200 kr	1 233 000 kr	2 466 000 kr	4 932 000 kr	45%
	274 000 kr	548 000 kr	1 370 000 kr	2 740 000 kr	5 480 000 kr	50%
	301 400 kr	602 800 kr	1 507 000 kr	3 014 000 kr	6 028 000 kr	55%
	328 800 kr	657 600 kr	1 644 000 kr	3 288 000 kr	6 576 000 kr	60%
	356 200 kr	712 400 kr	1 781 000 kr	3 562 000 kr	7 124 000 kr	65%
	383 600 kr	767 200 kr	1 918 000 kr	3 836 000 kr	7 672 000 kr	70%
	411 000 kr	822 000 kr	2 055 000 kr	4 110 000 kr	8 220 000 kr	75%
	438 400 kr	876 800 kr	2 192 000 kr	4 384 000 kr	8 768 000 kr	80%
Obligatorisk avgift	548 000 kr	1 096 000 kr	2 740 000 kr	5 480 000 kr	10 960 000 kr	100%

Tabell 4: Jämförelse mellan frivilliga och obligatoriska avgifter - Göteborgs botaniska trädgård

Donation/Entréavgift	1 kr	2 kr	5 kr	10 kr	20 kr	Antal betalningar
Läckö Slott	30 000 kr	60 000 kr	150 000 kr	300 000 kr	600 000 kr	10%
300.000 besökare	45 000 kr	90 000 kr	225 000 kr	450 000 kr	900 000 kr	15%
	60 000 kr	120 000 kr	300 000 kr	600 000 kr	1 200 000 kr	20%
	75 000 kr	150 000 kr	375 000 kr	750 000 kr	1 500 000 kr	25%
	90 000 kr	180 000 kr	450 000 kr	900 000 kr	1 800 000 kr	30%
	105 000 kr	210 000 kr	525 000 kr	1 050 000 kr	2 100 000 kr	35%
	120 000 kr	240 000 kr	600 000 kr	1 200 000 kr	2 400 000 kr	40%
	135 000 kr	270 000 kr	675 000 kr	1 350 000 kr	2 700 000 kr	45%
	150 000 kr	300 000 kr	750 000 kr	1 500 000 kr	3 000 000 kr	50%
	165 000 kr	330 000 kr	825 000 kr	1 650 000 kr	3 300 000 kr	55%
	180 000 kr	360 000 kr	900 000 kr	1 800 000 kr	3 600 000 kr	60%
	195 000 kr	390 000 kr	975 000 kr	1 950 000 kr	3 900 000 kr	65%
	210 000 kr	420 000 kr	1 050 000 kr	2 100 000 kr	4 200 000 kr	70%
	225 000 kr	450 000 kr	1 125 000 kr	2 250 000 kr	4 500 000 kr	75%
	240 000 kr	480 000 kr	1 200 000 kr	2 400 000 kr	4 800 000 kr	80%
Obligatorisk avgift	300 000 kr	600 000 kr	1 500 000 kr	3 000 000 kr	6 000 000 kr	100%

Tabell 5: Jämförelse mellan frivilliga och obligatoriska avgifter - Läckö Slott

Donation/Entréavgift	1 kr	2 kr	5 kr	10 kr	20 kr	Antal betalningar
Trandansen						
Hornborgarsjön	14 200 kr	28 400 kr	71 000 kr	142 000 kr	284 000 kr	10%
142.000 besökare	21 300 kr	42 600 kr	106 500 kr	213 000 kr	426 000 kr	15%
	28 400 kr	56 800 kr	142 000 kr	284 000 kr	568 000 kr	20%
	35 500 kr	71 000 kr	177 500 kr	355 000 kr	710 000 kr	25%
	42 600 kr	85 200 kr	213 000 kr	426 000 kr	852 000 kr	30%
	49 700 kr	99 400 kr	248 500 kr	497 000 kr	994 000 kr	35%
	56 800 kr	113 600 kr	284 000 kr	568 000 kr	1 136 000 kr	40%
	63 900 kr	127 800 kr	319 500 kr	639 000 kr	1 278 000 kr	45%
	71 000 kr	142 000 kr	355 000 kr	710 000 kr	1 420 000 kr	50%
	78 100 kr	156 200 kr	390 500 kr	781 000 kr	1 562 000 kr	55%
	85 200 kr	170 400 kr	426 000 kr	852 000 kr	1 704 000 kr	60%
	92 300 kr	184 600 kr	461 500 kr	923 000 kr	1 846 000 kr	65%
	99 400 kr	198 800 kr	497 000 kr	994 000 kr	1 988 000 kr	70%
	106 500 kr	213 000 kr	532 500 kr	1 065 000 kr	2 130 000 kr	75%
	113 600 kr	227 200 kr	568 000 kr	1 136 000 kr	2 272 000 kr	80%
Obligatorisk avgift	142 000 kr	284 000 kr	710 000 kr	1 420 000 kr	2 840 000 kr	100%

Tabell 6: Jämförelse mellan frivilliga och obligatoriska avgifter - Trandansen Hornborgarsjön

Donation/Entréavgift	1 kr	2 kr	5 kr	10 kr	20 kr	Antal betalningar
Bohus Fästning	5 500 kr	11 000 kr	27 500 kr	55 000 kr	110 000 kr	10%
55.000 besökare	8 250 kr	16 500 kr	41 250 kr	82 500 kr	165 000 kr	15%
	11 000 kr	22 000 kr	55 000 kr	110 000 kr	220 000 kr	20%
	13 750 kr	27 500 kr	68 750 kr	137 500 kr	275 000 kr	25%
	16 500 kr	33 000 kr	82 500 kr	165 000 kr	330 000 kr	30%
	19 250 kr	38 500 kr	96 250 kr	192 500 kr	385 000 kr	35%
	22 000 kr	44 000 kr	110 000 kr	220 000 kr	440 000 kr	40%
	24 750 kr	49 500 kr	123 750 kr	247 500 kr	495 000 kr	45%
	27 500 kr	55 000 kr	137 500 kr	275 000 kr	550 000 kr	50%
	30 250 kr	60 500 kr	151 250 kr	302 500 kr	605 000 kr	55%
	33 000 kr	66 000 kr	165 000 kr	330 000 kr	660 000 kr	60%
	35 750 kr	71 500 kr	178 750 kr	357 500 kr	715 000 kr	65%
	38 500 kr	77 000 kr	192 500 kr	385 000 kr	770 000 kr	70%
	41 250 kr	82 500 kr	206 250 kr	412 500 kr	825 000 kr	75%
	44 000 kr	88 000 kr	220 000 kr	440 000 kr	880 000 kr	80%
Obligatorisk avgift	55 000 kr	110 000 kr	275 000 kr	550 000 kr	1 100 000 kr	100%

Tabell 7 Jämförelse mellan frivilliga och obligatoriska avgifter - Bohus Fästning

2 Frivilliga donationer för att finansiera icke-vinstdrivande företag/organisationer

Följande räkneexempel visar resultaten av ett frivilligt näringslivsbaserat finansieringsengagemang. Siffrorna, som är finansieringsunderlaget, är tagna ur Turismen i Göta kanalområdet – sommaren 2003 (TUI), Turismen i Skaraborg – sommaren 2004 (TUI) och Handlingsplanen för utveckling av turismindustrin i Skaraborg (Västsvenska Turistrådet).

Turismindustrin i Skaraborg omsätter cirka 1.600.000.000 kr årligen. Detta enligt Handlingsplanen för utveckling av turismindustrin i Skaraborg (Västsvenska Turistrådet).

Intäkterna fördelar sig enligt följande: logi 14 %, restaurang 26 %, shopping 22 %, transport 9 %, livsmedel 16 %, aktiviteter 8 %, övrigt 5 %.

Centrala aktörer som kan tänkas vara relevanta för att bidra till finansiering är: logi, restaurang, shopping och aktiviteter.

Följande räkneexempel visar på möjliga finansieringsbidrag:

	total omsättning	% som deltar	1%	2%	5%	10%
Logi	224 000 000 kr	100%	2 240 000 kr	4 480 000 kr	11 200 000 kr	22 400 000 kr
		50%	1 120 000 kr	2 240 000 kr	5 600 000 kr	11 200 000 kr
		40%	896 000 kr	1 792 000 kr	4 480 000 kr	8 960 000 kr
		30%	672 000 kr	1 344 000 kr	3 360 000 kr	6 720 000 kr
		20%	448 000 kr	896 000 kr	2 240 000 kr	4 480 000 kr
Restaurang	416 000 000 kr	100%	4 160 000 kr	8 320 000 kr	20 800 000 kr	41 600 000 kr
		50%	2 080 000 kr	4 160 000 kr	10 400 000 kr	20 800 000 kr
		40%	1 664 000 kr	3 328 000 kr	8 320 000 kr	16 640 000 kr
		30%	1 248 000 kr	2 496 000 kr	6 240 000 kr	12 480 000 kr
		20%	832 000 kr	1 664 000 kr	4 160 000 kr	8 320 000 kr
Shopping	352 000 000 kr	100%	3 520 000 kr	7 040 000 kr	17 600 000 kr	35 200 000 kr
		50%	1 760 000 kr	3 520 000 kr	8 800 000 kr	17 600 000 kr
		40%	1 408 000 kr	2 816 000 kr	7 040 000 kr	14 080 000 kr
		30%	1 056 000 kr	2 112 000 kr	5 280 000 kr	10 560 000 kr
		20%	704 000 kr	1 408 000 kr	3 520 000 kr	7 040 000 kr
Aktiviteter	128 000 000 kr	100%	1 280 000 kr	2 560 000 kr	6 400 000 kr	12 800 000 kr
		50%	640 000 kr	1 280 000 kr	3 200 000 kr	6 400 000 kr
		40%	512 000 kr	1 024 000 kr	2 560 000 kr	5 120 000 kr
		30%	384 000 kr	768 000 kr	1 920 000 kr	3 840 000 kr
		20%	256 000 kr	512 000 kr	1 280 000 kr	2 560 000 kr

Tabell 8: Frivillig (och obligatorisk) näringslivsbaserad finansiering

Ovanstående tabellen visar möjliga bidrag från olika aktörer inom turismindustrin. Beroende på antalet företag (100 %, 50 %, 20 %) som deltar - och den procentuella andel av omsättningen som företagen bidrar med - estimeras ett finansieringsbidrag. Ett 100-procentigt engagemang är osannolikt och kan snarare ses som en obligatorisk lösning.

6 Finansiering genom beskattning av gästnätter

Beskattning av gästnätter (cirka 510.000 gästnätter) (jämför "Turismen i västra Göta Kanal - sommaren 2008, del 1 – Västsvenska Turistrådet" och "Turismen i Skaraborg - sommaren 2008, del 1 – Västsvenska Turistrådet"; www.vastsverige.se) är ett näringslivsbaserat obligatoriskt finansieringsalternativ.

510.000 gästnätter x skatt per gästnatt

	5 kr	10 kr	15 kr	20 kr	30 kr
antal gästnätter	510000	510000	510000	510000	510000
finansieringsbidrag	2 550 000 kr	5 100 000 kr	7 650 000 kr	10 200 000 kr	15 300 000 kr

Tabell 9: Gästnattsbeskattning

6 Finansiering genom beskattning av omsättning

Turismen i Skaraborg genererade år 2007 en omsättning motsvarande cirka 1.600.000.000 kr. Enligt rapporten "Turismen i Skaraborg – sommaren 2004" (TUI) fördelar sig den så kallade turistkronan enligt följande: logi 14 %, restaurang 26 %, shopping 22 %, transport 9 %, livsmedel 16 %, aktiviteter 8 %, övrigt 5 %

Även om rapporten är från 2004 antas utgifternas fördelning inte ha ändrats. Därför tjänar rapportens resultat (Turismen i Skaraborg – sommaren 2004" (TUI) som underlag i följande beräkning.

De totala utgifterna inom kategorierna summeras till:

	Andel i %	summa
Logi	14,00%	224 000 000 kr
Restaurang	26,00%	416 000 000 kr
Shopping	22,00%	352 000 000 kr
Transport	9,00%	144 000 000 kr
Livsmedel	16,00%	256 000 000 kr
Aktiviteter	8,00%	128 000 000 kr
Övrigt	5,00%	80 000 000 kr
Summa	100,00%	1 600 000 000 kr

Tabell 10: Sammanställning av utgifter efter kategorier

En obligatorisk avgift, baserad på turistrelaterad omsättning, skulle kunna generera följande intäkter:

	omsättning	1%	2%	5%	10%
Logi	224 000 000 kr	2 240 000 kr	4 480 000 kr	11 200 000 kr	22 400 000 kr
Restaurang	416 000 000 kr	4 160 000 kr	8 320 000 kr	20 800 000 kr	41 600 000 kr
Shopping	352 000 000 kr	3 520 000 kr	7 040 000 kr	17 600 000 kr	35 200 000 kr
Transport	144 000 000 kr	1 440 000 kr	2 880 000 kr	7 200 000 kr	14 400 000 kr
Livsmedel	256 000 000 kr	2 560 000 kr	5 120 000 kr	12 800 000 kr	25 600 000 kr

Aktiviteter	128 000 000 kr	1 280 000 kr	2 560 000 kr	6 400 000 kr	12 800 000 kr
Övrigt	80 000 000 kr	800 000 kr	1 600 000 kr	4 000 000 kr	8 000 000 kr
Summa	1 600 000 000 kr	16 000 000 kr	32 000 000 kr	80 000 000 kr	160 000 000 kr

Tabell 11: Finansieringsbidrag

10 Slutsatser och skarpa förslag

- Studien rekommenderar att finansieringen måste ske relativt värde- och kostnadsskapandet. Det innebär att individer och organisationer ska bidra relativt de kostnader de åsamkar och den nytta som skapas.
- Är brukarvärdena mer betydande än icke-brukarvärdena är det rimligt att brukare i större utsträckning än icke-brukare bidrar till finansieringen av resurserna. Är icke-brukarvärdena mer betydande än brukarvärdena är det rimligt att individer som gynnas av icke-brukarvärdet i större utsträckning bidrar till finansieringen. Finansieringen bör rimligtvis ske i relation till den nytta som skapas.
- En korskompensation är möjlig. Den innebär att om turister skapar kostnader eftersom de brukar resurser, men de företagsekonomiska intäkter som skapas överstiger kostnaderna, anses det rimligt de företagsekonomiska intäkterna kan kompensera för kostnaderna.
- En korskompensation för kostnader genom ökade skatteintäkter är också tänkbar. En förutsättning är att kostnader och intäkter är kända.
- Studien rekommenderar att i diskussioner kring finansieringsformer skilja mellan obligatoriska/frivilliga och konsumentbaserade/näringslivsbaserade alternativ.
- Fördelen med obligatoriska avgifter är att relativt stora finansiella resurser kan allokeras. Däremot finner obligatoriska avgifter sällan samma acceptans som frivilliga eftersom förvaltningen av resurserna ofta är förknippade med större administrativa kostnader.
- Obligatoriska avgifter (ofta skatter) påverkar företag negativt genom att både minska marginaler och vara kostnadsdrivande. Detta påverkar den svenska konkurrenskraften inom turismen negativt.
- Bättre natur- och kulturresurser bidrar däremot till en långsiktig och konkurrenskraftig turismutveckling.
- Kommersialiseringen av naturresurser förbjuds av allemansrätten. Detta utesluter i princip obligatoriska finansieringsformer. Vidare exkluderar konsumentavgifter individer som inte vill eller kan betala avgiften.
- Schematiserat konstateras att näringslivsbaserad finansiering ur ett administrativt perspektiv är mindre kostsamt. Samtidigt kan rimligen antas att skattebetalare i Sverige idag säkerställer finansieringen av det egna nyttjandet av natur- och kulturresurser. Troligtvis innebär en ökad turism att kostnaderna som relaterar till nyttjandet ökar samtidigt som företag inkluderar natur- och kulturresurser som en betydande beståndsdel i sina produkter. Nyttjandet är dock inte kostnadsfritt. Det måste finansieras.

- Ett fruktbart sätt att allokera finansiella resurser är att marknadsföra finansieringssystem som investeringar i ökad framtida omsättning snarare än betala för kostnader . Paradoxen är att frågan primärt drivs av offentliga institutioner och inte av företagen själva.
- Organiseringen av en möjlig finansiering bör vara lokalt och regionalt förankrad. Samtliga parter som har ett intresse i natur- och/eller kulturresurser ska vara representerade.

REFERENSER

- Andersson, T. D. (1996). *En modell för att utvärdera stora idrottsevenemang med en fallstudie av VM i friidrott 1995 i Göteborg*.
- Andersson, T. D., Larson, M., & Mossberg, L. (2009). *Evenemang: från organisering till utvärdering*. Lund: Studentlitteratur.
- Armbrecht, J. (2009). *Att värdera det ovärderliga: en studie om kulturinstitutioners värde*. Göteborg: Centrum för turism, Företagsekonomiska institutionen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.
- Armbrecht, J., & Andersson, T. (2007). *Varas Värde Varar*. Göteborg: Göteborgs Universitet.
- Ashworth, G. (2000). Culture and Tourism: Conflict or Symbiosis in Europe. In W. Pimple & P. Lavery (Eds.), *European Tourism* (pp. 13-35). London Meuthen.
- Axelsson, R. (1989). *Resursfördelningsteori*. Lund: Studentlitteratur.
- Barr, N. (2004). *The economics of the welfare state*. Oxford: Oxford Univ. Press.
- Bateman, I. J., & Willis, K. G. (2001). *Valuing Environmental Preferences [Elektronisk resurs] Theory and Practice of the Contingent Valuation Method in the US, EU , and developing Countries*. Oxford: Oxford University Press.
- Bengtsson, B. (2004). *Allemansrätten*. Solna: Statens Naturvårdsverk.
- Bentham, J. (1789). *An introduction to the principles of morals and legislation. Printed in the year 1780, and now first published. By Jeremy Bentham, [Elektronisk resurs]*. London: printed for T. Payne, and Son.
- Bentham, J., Burns, J. H., & Hart, H. L. A. (1996). *An introduction to the principles of morals and legislation*. Oxford: Clarendon Press.
- Blaug, M. (1997). *Economic theory in retrospect*. Cambridge:: Cambridge Univ. Press.
- Bronson, T., & Larsson, G. (2000). *Miljöledning : kompendium för universitet och högskolor*. Stockholm: EMS.
- Brown, T., Connelly, N., & Decker, D. (1986). First-year results of New York's "Return a Gift to Wildlife" tax checkoff. *Wildlife Society Bulletin*, 14(2), 115-120.
- Crompton, J. L., Lee, S., & Shuster, T. J. (2001). A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example. *Journal of Travel Research*, 40(1), 79-87.
- Dolan, E. G., & Lindsey, D. E. (1988). *Economics*. Chicago: Dryden Press.
- Fedler, A. J., & Miles, A. F. (1989). Paying for backcountry recreation: Understanding the acceptability of use fees. *Journal of Park and Recreation Administration*, 7(2), 35-46.
- Garrod, B., & Fyall, A. (2000). Managing heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 682-708.
- Garrod, B., Fyall, A., & Leask, A. (2002). Scottish visitor attractions: managing visitor impacts. *Tourism Management*, 23(3), 265-279.
- Garrod, G., & Willis, K. G. (2001). *Economic valuation of the environment: methods and case studies*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Gelan, A. (2003). Local economic impacts: The British Open. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 406-425.
- Getz, D. (2004). *Event and Festival Management*.
- Grundberg, J. (2004). *Historiebruk, globalisering och kulturarvsförvaltning. Utveckling eller konflikt? : Department of Archaeology Institutionen för arkeologi*.
- Hall, C. M., & McArthur, S. (1998). *Integrated heritage management: principles and practice*. London: Stationery Office.
- Hansen, T. (1997). The Willingness-to-Pay for the Royal Theatre in Copenhagen as a Public Good. *Journal of Cultural Economics*, 21(1), 1-28.

- Harris, C., Miller, T., & Reese, K. (1992). Possible influences on donation behavior: the case of Idaho's nongame wildlife and endangered species tax checkoff fund. *Society and natural resources (USA)*.
- Heldt, T. (2005). Informal sanctions and conditional cooperation: A natural experiment on voluntary contributions to a public good.
- Hicks, J. R. (1939). The Foundations of Welfare Economics. *The Economic Journal*, 49(196), 696-712.
- Hicks, J. R. (1941). The Rehabilitation of Consumers' Surplus. *The Review of Economic Studies*, 8(2), 108-116.
- Hjalager, A.-M. (1998). Environmental regulation of tourism: impact on business innovation. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4(1), 17-30.
- Hållbar utveckling i svensk turistnäring* (1998). Stockholm: Turistdelegationen.
- Jackson, J., Houghton, M., Russell, R., & Triandos, P. (2005). Innovations in Measuring Economic Impacts of Regional Festivals: A Do-It-Yourself Kit. *Journal of Travel Research*, 43(4), 360-367.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (2000). *Choices, values and frames*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lime, D., & Lewis, M. (1997). Reactions of campers and interest group representatives to a proposed camping use fee in the Boundary Waters Canoe Area Wilderness: Results of a 1997 study. *St. Paul, MN, University of Minnesota, College of Natural Resources, Department of Forest Resources: 81 pp.*
- Manning, R. E. (1999). *Studies in outdoor recreation : search and research for satisfaction*. Corvallis: Oregon State University Press.
- Mattsson, B. (1970). *Samhällsekonomiska kalkyler: en introduktion till "cost-benefit"-analysen med exempel från trafiksäkerhets-, undervisnings-, sjukvårds-, arbetsmarknads-, miljövårds- och väginvesteringsområdet samt behandling av den offentliga sektorns prissättningsproblem*. Lund: Akad.-förl.
- Mattsson, B. (1988). *Cost-benefit kalkyler*. Göteborg: Esselte studium/Akademiförl.
- Mitchell, R. C., & Carson, R. T. (1989). *Using Surveys to Value Public Goods: The Contingent Valuation Method* Washington D. C.: Resources for the Future.
- Pettersson, R., & Svensson, B. (2005). *Målkonflikter mellan natur/kultur och turism i hållbart utvecklingsarbete*. Östersund.
- Read, D. (2007). Experienced utility: Utility theory from Jeremy Bentham to Daniel Kahneman. *Thinking & Reasoning*, 13(1), 45 - 61.
- Sandell, K. (2004). *Friluftslivets värden : en internationell forskningsutblick*. Karlstad: Institutionen för samhällsvetenskap, Turism & fritid, Karlstads universitet.
- Scitovsky, T. (1992). *The joyless economy: the psychology of human satisfaction*. New York: Oxford University Press.
- Smith, A. (1776). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations [Elektronisk resurs]. By Adam Smith, ... In three volumes*. Dublin: printed for Messrs. Whitestone, Chamberlaine, W. Watson, Potts, S. Watson [and 15 others in Dublin].
- Smith, A., Heilbroner, R. L., & Malone, L. J. (1986). *The essential Adam Smith*. Oxford: Oxford Univ. Press.
- Throsby, C. D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tyrrell, T. J., & Johnston, R. J. (2001). A Framework for Assessing Direct Economic Impacts of Tourist Events: Distinguishing Origins, Destinations, and Causes of Expenditures. *Journal of Travel Research*, 40(1), 94-100.
- Watson, A., Puttkammer, A., & Chistensen, N. (1998). Final Report: Desolation Wilderness Visitor Response to Fees. *Unpublished report to the Eldorado National Forest, the Lake Tahoe Basin Management Unit and the Southwest Region of the US Forest Service. On file at the Aldo Leopold Wilderness Research Institute, 379.*
- White, M. V. (2002). Doctoring Adam Smith: The Fable of the Diamonds and Water Paradox. *History of Political Economy*, 34(4), 659-683.

Internet

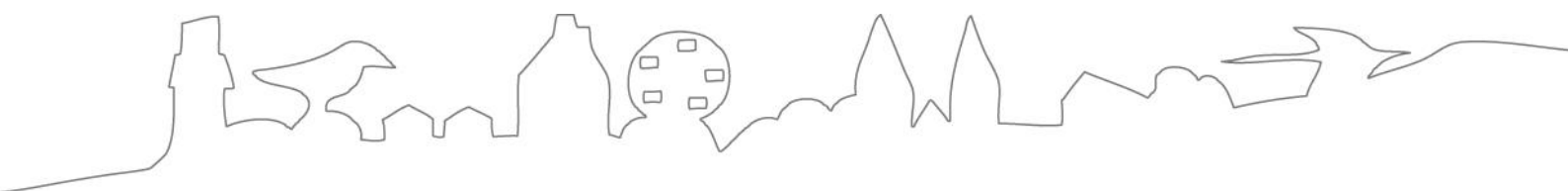
United Nations World Tourism Organization - <http://www.unwto.org/index.php>

Turistdelegationen - <http://www.tillvaxtverket.se/turistnaringen>

Destination 21 - www.destination21.dk

www.panparks.org

Västsvenska Turistrådet – www.vastsverige.se



LÄNSSTYRELSEN
VÄSTRA GÖTALANDS LÄN