

Utsugning av vissa, guldkant för andra?

en studie av all-inclusive turism
och den svenska turistbranschen

SCHYST RESANDE, 2011



**SCHYST
RESANDE**

”Det var en fantastisk resa. Allt ingick. Jag och hustrun fick vara i fred. Hotellet hade till och med barnpassning. Skönt att verkligen få vila ut. Vi låg mycket i poolen och drack drinkar. Det är att sätta guldkant på livet.”

Manlig turist på all-inclusive resa i Egypten

”Med multinationella företag som styr verksamheten på all-inclusive hotellen försvinner pengarna från landet. Vad får dominikanerna? Jo, arbeten på anläggningarna med minimilöner som det inte går att överleva på.”

Lokal restaurangföreståndare, Cabarete, Dominikanska republiken

”Försäljningen pågår inom hotellen. De som organiserar hotellens turistturer använder sina egna transporter.”

Lokal taxichaufför i Dominikanska republiken

”På hotellet säger de till oss att inte gå utanför hotellanläggningen. Men vi känner oss inte hotade när vi lämnar området. Vi känner oss säkra.”

Holländsk all-inclusive turist i Dominikanska republiken

”Ska dominikanerna verkligen få vara här?”

All-inclusive turist på beachen i Dominikanska republiken

© Schyst resande 2011
Projektledare: Helena Myrman
Text: Mats Wingborg
Research: Erika Melin
Fältstudie, Dominikanska republiken:
Jenny Eriksson
Foto: Jenny Eriksson
www.schystresande.se
info@schystresande.se

Innehållsförteckning

1. Förord	3
2. Inledning – är all-inclusive ett problem?	4
3. Bakgrund – fakta om all-inclusive turism	5
3.1. Ingen tydlig definition	6
3.2. Ökad diversifiering av all-inclusive	6
3.3. De svenska resebolagens olika former av all-inclusive resor	6
3.4. Transnationella företag dominerar all-inclusive turismen	7
3.5. Ökad all-inclusive turism från Sverige	7
3.6. Orsaker till att all-inclusive turismen växer	8
3.7. Resebolagens förklaringar till ökningen av all-inclusive turism	8
4. Därför sker ekonomiskt läckage vid all-inclusive turism	9
4.1. Olika definitioner av läckage	9
4.2. Läckagets former	9
4.3. Strukturella orsaker till ekonomiskt läckage	10
5. Storleken på det ekonomiska läckaget – forskningsresultat	12
5.1. Två otvetydiga samband	12
6. Schyst resandes fältstudie i Dominikanska republiken	13
6.1. All-inclusive hotellen	13
6.2. Turisterna som reser all-inclusive	14
6.3. Lokala näringsidkare	15
6.4. De hotellanställda	16
7. Schyst resandets enkät – reseföretagens bild av all-inclusive turismen	17
7.1. Vilka äger hotellanläggningarna? Och hur kontrolleras de?	17
7.2. Varifrån inhandlar hotellen sina varor?	18
7.3. Hur ser resebolagen själva på all-inclusive konceptet?	18
8. Strategier för att minska det ekonomiska läckaget	20
8.1. Goda exempel	20
8.2. Teoretiska ansatser	21
8.3. Sammanfattning av strategier	21
9. Slutsatser	23
10. Källor	25

1. Förord

De svenska researrangörerna Fritidsresor, Ving och Apollo står för ungefär 1,5 miljoner semesterresor utomlands varje år¹. Hur denna turism är organiserad och utformad får konsekvenser för destinationsländerna. Ännu större är påverkan om inte enbart de svenska turistströmmarna räknas in, utan hela den globala turismen.

Turister och turistindustrin sätter djupa avtryck i länderna. Det innebär i sin tur att turistbranschen har ett moraliskt ansvar. Särskilt stort är detta ansvar gentemot utvecklingsländer, som mer än andra stater är i behov av inkomstkällor, anständiga arbeten och möjligheter att skydda sin miljö. Detta är också utgångspunkten för Schyst resande, ett nätverk bestående av Ecpat, Fair Trade Center, Hotell- och restaurangfacket, IOGT-NTO-rörelsen, Svenska kyrkan, Svenska Kyrkans Unga och Unionen.

Denna studie är skriven och sammanställd av Mats Wingborg, men den bygger till stora delar på underlag som andra tagit fram. Jenny Eriksson har skrivit *Fältstudie Dominikanska republiken* (2011), på uppdrag av Schyst resande. Fältstudien kan beställas separat. Vidare har Erika Melin, vid Schyst resande, tagit fram ett omfattande underlag inför rapporten, om forskning kring ekonomiskt läckage i samband med all-inclusive turism. Ett tredje avgörande underlag har varit den skriftliga enkät som Schyst resande genomfört med reseföretagen Fritidsresor, Ving och Apollo.

Vår förhoppning är att denna studie ska bidra till en diskussion om en turism som i betydligt högre drag än idag blir till ett stöd för utvecklingen i fattiga länder. En turism med ett humant ansikte.

Nätverket Schyst resande

¹ Frågor om all-inclusive till Ving, Fritidsresor och Apollo (2011), Enkät från Schyst resande.

2. Inledning

– är all-inclusive ett problem?

”När det regnar välling har den fattige ingen sked.” Talesättet beskriver att människor i armod inte får del av överflöd. Sedan flera år tillbaka pågår en debatt om all-inclusive turism som handlar om just detta. Resebolag, hotellkedjor och flygindustrin gör stora vinster. Men blir några pengar kvar i de fattiga destinationsländerna? Bidrar turismen alls till fattiga länders utveckling?

All-inclusive turism innebär att turisterna köper ett färdigt paket där resa, hotell, mat och aktiviteter ingår. Eftersom resebolag, hotell och flygbolagen många gånger inte ägs av företag i destinationsländerna hamnar inte heller pengarna där.

Turistindustrin lockar med all-inclusive resor i färgglada broschyrer. Anläggningarna är stora och innehåller det mesta som turisterna påstås behöva. Turisterna vet också redan från början ungefär hur mycket pengar som kommer att gå åt. Men funderar turisterna över hur de påkostade anläggningarna påverkar de människor som tillhör lokalbefolkningen på turistorten? Kan de överhuvudtaget dra någon nytta av turismen?

All-inclusive turismen skiljer sig från annan turism. Tanken är att turisterna i mindre grad ska vara beroende av det lokala näringslivet och istället bli serverade måltider och service inom turist-anläggningens ram. En given hypotes är därför att denna form av turistande i mindre grad än annan turism bidrar till de fattiga ländernas utveckling. Men i vilken mån finns belägg för detta? Och hur ser i så fall resebranschen på all-inclusive turismens effekter?

Utgångspunkten för studien är att granska i vilken mån all-inclusive turism i utvecklingsländer bidrar till att utveckla länderna. Eller om effekten snarare blir att utvecklingsländerna exploateras. En fråga som hänger samman med detta är hur arbetsvillkoren ser ut för dem som arbetar vid all-inclusive anläggningar.

3. Bakgrund

– fakta om all-inclusive turism

All-inclusive turismen började växa fram redan under 1950- och 1960-talet. Men det är först under det senaste decenniet som denna form av turism blivit en betydande del av det totala utbudet². Med den snabba framväxten av all-inclusive resor har turistindustrin gått in i ett nytt skede.

3.1. Ingen tydlig definition

All-inclusive resor kan se väldigt olika ut och det finns ingen allmänt erkänd uppfattning av hur all-inclusive ska definieras³. Bristen på en enhetlig definition blir tydlig när de olika researrangörernas produkter jämförs. Det är inte säkert att företagen menar exakt samma sak med all-inclusive. Skillnaderna i definition beror på hur mycket av service och tjänster som ska vara inkluderat i priset för att man ska kalla det för en all-inclusive resa.

Ofta erbjuder reseföretagen transport till hotellen, boende, mat, destinationsattraktioner, service och reseförsäkring – dessa tjänster paketeras och säljs till konsumenten till ett fast all-inclusive pris⁴.

I sin mest extrema form ingår alla turisternas utgifter i definitionen av all-inclusive resor, såsom flygresor, transporter till och från flygplatsen, boende, måltider, underhållning, rekreation, avslappning, sportanläggningar, vattensport, alkoholhaltiga drycker, snacks, statliga skatter och dricks till personalen. Ofta betalar konsumenten för dessa tjänster och varor redan i samband med bokningen av resan i hemlandet⁵.

3.2. Ökad diversifiering av all-inclusive

All-inclusive turismen har blivit allt mer diversifierad. Det finns specialdesignade all-inclusive resor för olika kategorier av turister; pensionärer, barnfamiljer, par utan barn, för dem som vill kombinera resande med träning etc. I marknadsföringen finns resor som kallas imperial all-inclusive, ultra all-inclusive, mega all-inclusive, premium all-inclusive etc⁶. Ibland erbjuder reseföretaget många all-inclusive tillval, som t.ex. specialiserade restauranger, bröllopsceremonier eller försränning⁷.

3.3. De svenska resebolagens olika former av all-inclusive resor

Fritidsresor erbjuder en form av all-inclusive resor där frukost, lunch, middag, snacks, mellanmål, glass och drycker ingår. Ibland ingår även aktiviteter som tennis, minigolf, m.m. Vidare ingår alltid fria drycker.⁸

2 Chambers, Leiseth (2010), *Destination competitiveness: An analysis of the characteristics to differentiate all-inclusive hotels & Islands destinations in the Caribbean*. UMI Dissertation Publishing, ProQuest.

3 Blanco, Fátima (2004), *Armutsminderung durch den Tourismus: Untersuchung der Beiträge von All-inclusive Resorts*, Fachhochschule Eberswalde.

4 Lo, Ada & Lam, Terry (2004), *Long-haul and short-haul outbound all-inclusive package tours*, Asia Pacific journal of tourism Research, vol. 9, No. 2, June 2004. Routledge Taylor & Francis Group, sid 162-163. Se även Cabezas, Amalia L. (2006) *The Eroticization of labor in Cuba's All-inclusive Resorts: Performing race, class and Gender in the new tourist economy*. Social Identities, Vol. 12, No.5, September 2006. Routledge – Taylor & Francis Group, sid 510. Liksom Chambers, Leiseth (2010), *Destination competitiveness: An analysis of the characteristics to differentiate all-inclusive hotels & Islands destinations in the Caribbean*. UMI Dissertation Publishing, ProQuest, sid 1.

5 Cabezas, Amalia L. (2006) *The Eroticization of labor in Cuba's All-inclusive Resorts: Performing race, class and Gender in the new tourist economy*. Social Identities, Vol. 12, No.5, September 2006. Routledge – Taylor & Francis Group, sid 510.

6 Koc, Erdogan (2006), *Total quality management and business excellence in services: The implications of All-inclusive pricing system on internal and external customer satisfaction in the Turkish tourism market*. Total quality Management Vol 17, No. 7, september 2006. Routledge, Taylor & Francis group, sid 865-866.

7 Bly, Laura (1993), *All-inclusive vacation spots gain popularity*. The Orange county register- Sunday, February 7, 1993, sid 1-2.

8 *Frågor om all-inclusive till Ving, Fritidsresor och Apollo* (2011), Enkät från Schyst resande.

Researrangören Ving använder sig av flera olika former av all-inclusive. Ibland ingår en mängd aktiviteter som tennis, surfing etc och ibland ingår inga alls. Ibland ingår all dryck och ibland en del av dryckerna. På Vings egna hotell finns Sunwing all Inclusive. Då ingår bland annat:

- Frukost-, lunch- och middagsbuffé med måltidsdrycker (lokalt vin, öl, läsk eller mineralvatten).
- Fyra av kvällarna serveras temabufféer: asiatisk, italiensk, till exempel TexMex och BBQ.
- Toast, baguetter, korv och pommes frites.
- Fria drycker (mineralvatten, läsk, lokala alkoholdrycker m.m.).

På vissa hotell ingår all-inclusive i priset, på vissa hotell är det tillköp.

Ving har även formerna Sunwing Inclusive och Sunprime Inclusive. Då ingår bland annat frukostar och fem av sju luncher och middagar från buffé. Vidare ingår dryck till lunch och middag. I de flesta fall ingår gratis alkohol⁹.

Apollo har två olika former av all-inclusive, det företaget kallar all-inclusive och det man kallar semi-inclusive. I all-inclusive, ingår det fri tillgång till mat, snacks och drycker under bestämda tider dagar och kvällar. I semi-inclusive, ingår mat och dryck men till ett mer begränsat utbud och tiderna för servering kan också vara kortare och färre¹⁰.

3.4. Transnationella företag dominerar all-inclusive turismen

All-inclusive turism förekommer över hela världen. Ökningen är dock särskilt markant i utvecklingsländer. Trycket på länderna är hårt. Konkurrensen om de globala turistströmmarna har ökat i takt med att allt fler länder och orter försöker marknadsföra sig som attraktiva turistmål. De utvecklingsländer som inte öppnar sina länder för all-inclusive resor riskerar att gå miste om turism. Utvecklingsländernas förhandlingsposition är svag, de har sällan kapacitet att på egen hand utveckla turism från omvärlden utan är beroende av utländska resebolag, hotellföretag och flygbolag, som har stora möjligheter att diktera villkoren¹¹.

Turistindustrin domineras av transnationella företag (TNF) inom rese-, flyg- och hotellbranschen. Det är väldigt svårt för lokala entreprenörer i destinationsländerna, speciellt i utvecklingsländer, att konkurrera mot dessa företag. Istället blir lokala hotellägare etc beroende av researrangörerna och flygbolagen för att turister ska kunna komma, man har inget annat val än att följa de stora företagens förslag¹².

All-inclusive turism ställer särskilda krav på hotellanläggningarna som ska kunna erbjuda olika former av service och faciliteter. Beroendet av transnationella företag är tydligt redan när dessa anläggningar byggs. Ofta sker byggnationen av utländska storbolag, ibland även med utländsk arbetskraft som utför arbetet¹³.

3.5. Ökad all-inclusive turism från Sverige

Svenska researrangörer har följt den globala trenden och successivt ökat andelen all-inclusive resor, särskilt vanliga destinationsländer och regioner är Turkiet, Egypten och Karibien. Den enkät som Schyst resande har genomfört till reseföretagen Fritidsresor, Ving och Apollo bekräftar denna bild¹⁴.

Omkring 16 procent av de hotell som Fritidsresor anlitat är all-inclusive anläggningar. Ytterligare 7 procent av övriga hotell erbjuder all-inclusive som tillägg. Ökningen av Fritidsresors all-

9 A.a.

10 A.a.

11 Slob, Bart & Wilde, Joseph (2006), *Tourism and sustainability in Brazil – the tourism value chain in Porto de Galinhas, Northeast Brazil*. SOMO.

12 Blanco, Fátima (2004), *Armutsminderung durch den Tourismus: Untersuchung der Beiträge von All-inclusive Resorts*, Fachhochschule Eberswalde.

13 Windahl, Maria & Marcussen, Cecilia (2005), *Upphandling av all inclusive-resor – En studie av researrangörernas arbete med hållbar utveckling*, Kandidatuppsats, Södertörns högskola.

14 *Frågor om all-inclusive till Ving, Fritidsresor och Apollo* (2011), Enkät från Schyst resande.

inclusive turism har varit dramatisk. År 2000 bokade mindre än 1 procent av företagets kunder all-inclusive resor, idag är andelen 28 procent. Bortsett från Thailand, erbjuder Fritidsresor all-inclusive på alla destinationer¹⁵.

När det gäller Ving är omkring 15 procent av utbudet all-inclusive resor. Även för Ving har ökningen av resorna varit märkbar. För tio år sedan erbjöd Ving överhuvudtaget inga all-inclusive resor och mellan åren 2008 och 2010 har antalet all-inclusive resor fördubblats. Enligt Vings företrädare är deras all-inclusive resor till Turkiet, Egypten och Tunisien särskilt populära, men man erbjuder all-inclusive resor också till Cypern, Grekland och Mallorca.

Reseföretaget Apollo redovisar att andelen all-inclusive resor 2005 utgjorde ungefär 5 procent av det totala utbudet. Idag har andelen ökat till 30 procent. Av företagets resor till Mexiko är 75 procent all-inclusive resor, till Egypten 64 procent, till Turkiet 33,5 procent, till Spanien 20 procent och till Grekland 11 procent¹⁶.

Researrangörernas satsningar och marknadsföring kan ses som ett svar på en växande efterfrågan. Det har blivit alltmer populärt bland svenska konsumenter att boka all-inclusive semestrar. Under de senaste två åren har bokningarna ökat med 20-30 procent, vilket innebär att nästa var femte charterresenär väljer att semestra all-inclusive¹⁷. Den konsumentgrupp som främst efterfrågar all-inclusive resor är barnfamiljer.

3.6. Orsaker till att all-inclusive turismen växer

All-inclusive turismen skapar möjligheter för resebyråer och researrangörer att öka vinsterna. Genom att mat, utflykter och aktiviteter ingår i paketet kan reseföretagen kontrollera en stor del av servicen till turisterna. Konkurrensen från andra restauranger och det lokala näringslivet sätts ur spel. Att kunderna stannar på hotellet under en stor del av vistelsen leder också till att turisterna spenderar sina pengar inom hotellanläggningen. Arrangörerna kan också dra fördel av storskaliga inköp av stora mängder mat, dryck etc. Det skapar förutsättningar för att kunna pressa priserna vid inköp¹⁸.

I konsumenternas ögon är de positiva aspekterna av all-inclusive konceptet att det eliminerar de oförutsedda utgifterna. All-inclusive ger turisten en chans att tillbringa sin semester i ett annat land och samtidigt känna sig säker och inte riskera att bli lurad på pengar. En del turister tycker också det är skönt att själva slippa organisera utflykter etc. Särskilt ofta har barnfamiljer den uppfattningen¹⁹.

3.7. Resebolagens förklaringar till ökningen av all-inclusive turism

I enkätsvaren från Schyst resande har resebolagen svarat på frågan om vilka kategorier av turister som oftast använder all-inclusive resor. Fritidsresor redovisar att i en undersökning som man nyligen genomförde på webben med 4 740 respondenter uppgav 39,3 procent att de någon gång under de senaste två åren bött på en all-inclusive anläggning. På frågan varför de valt all-inclusive uppgav en majoritet att de upplevde det som bekvämt, prisvärt och gav dem kontroll på utgifterna. Många av dessa respondenter angav också att de reste med barn eller att de var stora resällskap och all-inclusive underlättade reseplaneringen. Andra angav att de oroas för mathantering och livsmedelshygien på lokala restauranger²⁰.

Av enkätsvaret från Ving framgår att Ving 2010 frågade resepanelen (11 441 respondenter) om de kunde tänka sig att åka på en all-inclusive semester. 80 procent av de tillfrågade svarade ja och 20 procent nej. Av dem som svarade ja uppgav hälften som motiv att det är ett bekvämt sätt att semestra på. Många barnfamiljer menade att all-inclusive resor är bekväma och smidiga²¹. Av de 20 procent som svarade nej var det vanligaste motivet att de själva ville bestämma var de skulle äta och vilka utflykter de skulle göra.

Reseföretaget Apollo hade inte gjort någon motsvarande sammanställning²².

15 A.a.

16 A.a.

17 *Allt inkluderat-resorna fortsätter att öka*. Dagens nyheter 2010-10-26.

18 A.a. sid 3.

19 Önal, Yildirim B et al. (2007), *All inclusive system and its effects on the Turkish tourism sector: Problems and perspectives in Management*. Sumy: 2007, Vol. 5 Iss.3. ProQuest.

20 *Frågor om all-inclusive till Ving, Fritidsresor och Apollo* (2011), Enkät från Schyst resande.

21 A.a.

22 A.a.

4. Därför sker ekonomiskt läckage vid all-inclusive turism

Världshandelsorganisationen (WTO) hävdar att turismsektorn karaktäriseras av en brist på lokala aktörer i distributionskanalerna. Som ett resultat av detta är det bara en liten andel av det värde som turismproduktionen genererar som faktiskt stannar i värdländerna. Det mesta av turisminkomsterna sänds antingen tillbaka till ursprungsländerna eller lämnar aldrig turisternas hemländer²³. Läcket sker framför allt från destinationsländerna till länder där turist-, hotell- och flygbranschens företag har sin bas.

Ekonomiskt läckage inom turistnäringen är ett fenomen som förekommer i alla länder och regioner, men i olika grad. En viss omfattning av läckage är oundvikligt. Läcket kan också anses vara acceptabelt så länge som den lokala ekonomin ändå får anständiga intäkter²⁴. Läcket blir särskilt allvarligt om det drabbar utvecklingsländer. När läcket är extremt högt och minskar intäkterna till fattiga länder tar det formen av exploatering.

4.1. Olika definitioner av läckage

Definitionen av ekonomiskt läckage varierar från mer enkla, som att ”läckage utgörs av den inkomst som kommer från turism som lämnar destinationslandet”, till mer komplicerade som räknar in den totala ekonomiska omsättning som turismen alstrar och hur stor andel av dessa pengar som blir kvar i destinationsländerna. I en sådan definition inkluderas även kostnaderna för att bygga hotellanläggningar etc²⁵.

Definitionen av ekonomiskt läckage är också beroende av *varifrån* man definierar att läcket sker. Ett sätt att undersöka läcket är att granska hur mycket pengar som blir kvar i destinationsländerna. Ett annat sätt är att undersöka hur mycket pengar som blir kvar i det lokala samhälle som tar emot turister. Används både dessa definitioner sker ofta ett dubbelt läckage, både från landet och från det lokala samhället.

4.2. Läcketets former

Huvuddelen av läcket försvinner till flygbolagen, hotellen, turistföretagen och till andra internationella företag (som inte sällan har sina högkvarter i turisternas hemländer). Dessutom används en del av de pengar som blir kvar på destinationen för inköp av utländska varor, det vill säga ett fortsatt läckage²⁶.

Forskningen ger förklaringar till varför det ekonomiska läcket är särskilt stort när all-inclusive turism bedrivs i utvecklingsländer. Tre förklaringar är viktigare än andra.

För det första går en stor andel av turisternas avgifter direkt till flyg, hotell, försäkringar etc. Dessa flöden av pengar går omedelbart till turistindustrins transnationella företag. Eftersom prisnivån är låg i utvecklingsländer, kommer dessa avgifter att utgöra en stor andel av turistens totala kostnader.

För det andra innebär all-inclusive turism att förtäring och aktiviteter till stor del sker på hotellanläggningen eller utförs av turistföretagen själva. Det är även vanligt att turistföretagen eller deras utländska underleverantörer ansvarar för transporter, utflykter etc. Det minskar marknadsandelen för

23 Slob, Bart & Wilde, Joseph (2006), *Tourism and sustainability in Brazil – the tourism value chain in Porto de Galinhas, Northeast Brazil*. SOMO, sid 10.

24 Supradist, Nareeta (2004), *Economic leakage in tourism sector*. Master theses, The international institute for Industrial environmental economics.

sid IV-V.

25 A. a. sid 19-21.

26 UNEP – *Economic impacts of tourism*. <http://www.unep.fr/scp/tourism/sustain/impacts/economic/negative.htm>. 2010-11-03.

lokala näringsidkare som finns utanför hotellen och som inte har kopplingar till turistföretagen.

För det tredje är ofta livsmedel och drycker som används på hotellanläggningen importerade från andra länder.

Konsekvensen blir att en stor andel av pengarna flödar ut ur landet²⁷. De intäkter som blir kvar i destinationslandet är framför allt löner till lokalanställda vid hotellanläggningarna. De pengar som skulle ha spenderats utanför hotellanläggningen såsom restaurangbesök, drinks, hantverk, betalning för aktiviteter, betalning till guider och chaufförer är vid en all-inclusive turism kraftigt reducerat²⁸.

4.3. Strukturella orsaker till ekonomiskt läckage

Många lokala researrangörer är oförmögna att konkurrera med den finansiella makt, marknadsföring och logistik som de internationella turistföretagen har som är baserade i utvecklade länder. Lokala arrangörer har inte tillgång till eller information om de utvecklade ländernas marknader, marknadsföringsexpertis och infrastruktur såsom internetåtkomst och språkkapacitet. Lokala leverantörer blir utestängda eftersom internationella arrangörer tenderar att arbeta med etablerade internationella företag när det gäller hyrbilar, matleverans etc. och/eller köper upp lokala företag. Mat utgör ungefär 30 procent av turismens utgifter. När mat importeras reduceras möjligheterna att utveckla den lokala produktionen²⁹.

Ett hinder för att turismen ska kunna stärka den lokala ekonomin är de starka länksystemen mellan utlandsägda hotell och utlandsägda leverantörer av varor och tjänster, länksystem som ofta har formen av hierarkiska monopol. Andra hinder är att turister föredrar liknande mat som hemma, att importera maten kan vara billigare, att importerad mat kan vara av bättre och mer konsekvent kvalitet och att importleverantörerna kan vara mer pålitliga. De kommunikations- och förståelsehinder som finns mellan utländska turistföretag och lokala producenter utpekade inom forskningen som en av de viktigaste anledningarna till den stora importen.

De problem som finns med att upphandla maten lokalt är välkända – otillräcklig kvalitet, pålitlighet och produktionens omfattning. Dessa problem förvärras genom dålig transport och brist på kommunikation och information³⁰.

Olika kategorier av läckage

Ekonomiskt läckage består av: extern/exportläckage, intern/importläckage, osynligt läckage och förläckage³¹. Exportläckage utgörs av att företagen sänder hem vinster, betalar av externa skulder eller genomför marknadsföring utomlands. Importläckage består av import av varor och tjänster. Förläckage består av utländska bokningsmellanhänder såsom utlandsägda flygbolag, kryssningsfartyg, organisationer och researrangörer. Osynligt läckage innebär en undervärdering av resurser både miljömässiga och kulturella, skattesmitning och informella valutatransaktioner³².

27 UNEP – *Economic impacts of tourism*. <http://www.unep.fr/scp/tourism/sustain/impacts/economic/negative.htm>. 2010-11-03.

28 Sandbrook, Chris G. (2008), *Putting leakage in its place: the significance of retained tourism revenue in the local context in rural Uganda*. John Wiley & sons, Ltd, sid 129.

29 Hemmati, Minu & Koehler, Nina (2000), *Financial leakages in tourism. Sustainable Travel & Tourism*.

30 *Business Implementation of pro-poor tourism: case study briefs*, No 3: Tourism- agricultural linkages: Boosting inputs from local farmers, Pro-poor tourism-UK, Sid 1.

31 Supradist, Nareeta (2004), *Economic leakage in tourism sector*: Master theses, The international institute for Industrial environmental economics.sid IV-V.

32 A.a. (2004), sid 19-21. För ytterligare forskning se även Melin, Erika (2011).

Exempel: Protester mot det ekonomiska läckaget

Efter protester från lokala aktörer inom turismbranschen förbjöd den gambiska regeringen all-inclusive turism i början av 2000-talet. Framför allt var det lokala resauranger, barer, guider och taxichaufförer som ansåg att de förlorade sina kunder på all-inclusive turism. Enligt en undersökning var 99 procent av tillfrågade lokala näringsidkare runt all-inclusive anläggningarna motståndare till konceptet³³. Konsekvensen av förbudet blev att flera reseföretag slutade att arrangera resor till Gambia. Efter ett år upphävde regeringen förbudet och turismen tog fart igen.

33 Ashley, Caroline; Boyd, Charlotte & Goodwin, Harold (2000) *Pro-poor tourism: Putting poverty at the heart of the tourism agenda*. Odi, natural resource perspectives nr 51, March 2000, sid 3-5.

5. Storleken på det ekonomiska läckaget – forskningsresultat

Det finns många olika vetenskapliga studier som har undersökt omfattningen av ekonomiskt läckage i samband med turism. Uppskattningarna av läckagens omfattning varierar³⁴. Forskare uppskattar emellertid att mellan 60-90 procent av priset för semester läcker ut ur destinationsländerna i samband med charterturism³⁵. Flera studier påtalar att utvecklingsländer är särskilt känsliga för läckage. I en studie hävdas att 85 procent av de påstådda förtjänsterna läcker ut ur utvecklingsländerna på grund av de internationella researrangörernas dominans, utländskt ägarskap av hotellen och turismens höga import³⁶. Högst beräknas läckaget att vara i avlägsna utvecklingsländer, där kan det vara så högt som 90 procent³⁷.

Beräknar man läckagets omfattning på lokala samhällen blir siffrorna ännu mer extrema. Exempelvis visar en undersökning att endast en procent av det som turisterna spenderade gick till den lokala ekonomin i samhället vid Komodo National Park i Indonesien, motsvarande siffror finns för lokal naturturism i Rwanda³⁸.

Det finns även studier som pekar på ekonomiskt läckage vid välkända turistanläggningar och turistorter. Vid den egyptiska turistorten Sharm-el-Sheik beräknas 97 procent av inkomsterna från turistnäringen försvinna utomlands. I ytterligare studier beräknas läckaget när det gäller turism i vissa länder. En studie pekar på att läckaget i Thailand uppgår till 70 procent, vilket kan jämföras med Indien där motsvarande andel beräknas vara 40 procent³⁹.

5.1. Två otvetydiga samband

På två punkter råder en entydig bild i forskningen om ekonomiskt läckage i samband med turism.

För det första är läckaget större när turismen sker i utvecklingsländer. Förklaringen är given. Myndigheter och näringsliv i utvecklingsländer har mindre kapacitet att själva bygga upp infrastrukturen kring turismen. De är också ofta ekonomiskt beroende av turismen och mer eller mindre tvingade att följa de förslag som kommer från den globala turistbranschen. Studier visar följdriktigt att researrangörer som bedriver verksamhet i utvecklingsländer oftare köper upp lokala företag såsom hotell och charterflygbolag och tar hem vinsten till sina ursprungsländer⁴⁰.

För det andra är läckaget särskilt omfattande inom all-inclusive turism. Orsaken, som redan har behandlats, är att denna form av turism innebär att en större andel av varor och tjänster inhandlas inom hotellanläggningen och mer sällan av lokala näringsidkare. Dessutom samarbetar researrangörerna ofta med stora internationella leverantörer av varor och tjänster, snarare än med lokala företag. Detta innebär sammantaget att en liten del av vad turisterna spenderar kommer den lokala ekonomin tillgodo⁴¹.

En given slutsats är att kombinationen av all-inclusive turism och destinationer i utvecklingsländer har den högsta formen av ekonomiskt läckage⁴².

34 Ley, Tim (2010), *A comparative analysis of the contributions of mainstream and alternative tourism models to development: A case study of tourism operations in Penang, Malaysia*, May 2010, Halifax, Nova Scotia.

35 Slob, Bart & Wilde, Joseph (2006), *Tourism and sustainability in Brazil – the tourism value chain in Porto de Galinhas, Northeast Brazil*. SOMO.

36 Mitchell, Jonathan & Ashley, Caroline (2007), *Tourism and poverty reduction: Pathways to prosperity*, sid 6.

37 Hemmati, Minu & Koehler, Nina (2000), *Financial leakages in tourism. Sustainable Travel & Tourism*.

38 Sandbrook, Chris G. (2008), *Putting leakage in its place: the significance of retained tourism revenue in the local context in rural Uganda*. John Wiley & sons, Ltd, sid 125-126.

39 SwedWatch & Fair trade center (2008), *En exkluderande resa – en granskning av turismens effekter i Thailand och Brasilien*. SwedWatch rapport nr 24, sid 11-12.

40 Slob, Bart & Wilde, Joseph (2006), *Tourism and sustainability in Brazil – the tourism value chain in Porto de Galinhas, Northeast Brazil*. SOMO, sid 10.

41 SwedWatch & Fair trade center (2008), *En exkluderande resa – en granskning av turismens effekter i Thailand och Brasilien*. SwedWatch rapport nr 24, sid 8.

42 Blanco, Fátima (2004), *Armutsminderung durch den Tourismus: Untersuchung der Beiträge von All-inclusive Resorts*, Fachhochschule Eberswalde.

6. Schyst resandes fältstudie i Dominikanska republiken

I *Fältstudie Dominikanska republiken* (2011), som Schyst resande tagit fram som underlag för denna studie, granskas tesen om ekonomiskt läckage i samband med all-inclusive turism genom intervjuer vid fyra hotellanläggningar i Dominikanska republiken som alla används av Fritidsresor. Studien granskar även arbetsvillkoren för de anställda vid hotellen. Här sker en genomgång av studiens resultat när det gäller ekonomiskt läckage.

6.1. All-inclusive hotellen

Flera avgörande frågor för att undersöka förekomsten av läckage handlar om all-inclusive hotellen: Hur ägs de? Varifrån kommer maten? Vem ordnar med transporter och utflyktsresor? Hur många anställda har man? Och i vilken mån nyttjar man det lokala näringslivet? Följande fakta framkommer i fältstudien:

- *Ägare av hotellen:* Det första hotellet är ägt av ett italienskt företag men med ett dominikanskt partnerskap. De tre övriga hotellen ägs av spanska företag/hotellkedjor.
- *Maten som levereras till hotellen:* Det finns olika uppgifter om var maten kommer ifrån vid det första hotellet. Enligt en uppgift kommer 80 procent av maten från Dominikanska republiken medan 20 procent importerar. Enligt den andra uppgiften är förhållandena de omvända, 80 procent av maten importerar medan 20 procent kommer från den inhemska marknaden. Vid hotell två inhandlas maten i huvudstaden Santo Domingo, inget inhandlas på den lokala marknaden. Dessutom är 15-25 procent av maten importerad från USA, främst kött och ostar. Vid hotell tre redovisar man att huvuddelen av maten är inhandlad på olika ställen i Dominikanska republiken, medan 30-40 procent importerar från USA, Kina och Europa. Vid hotell fyra kommer 70-80 procent av maten från Dominikanska republiken, men inget är producerat lokalt. 20-30 procent av maten är importerad från USA.
- *Transporter till och från hotellen:* Vid hotell ett används en lokal transportfirma för transporter till och från flygplatsen. Vid hotell två anordnas transporterna av ett externt företag, men som ägs av samma spanska företag som äger hotellet. Vid hotell tre används samma spanska företag. Även vid hotell fyra används detta spanska företag, men också ytterligare transportföretag.
- *Ansvar för utflykter och andra praktiska arrangemang:* Hotell ett använder sig av nio stycken lokalt baserade utflyktsarrangörer. Vid hotell två använder man sig av ett spanskt utflyktsföretag, ägaren är samma som till hotellet, därutöver använder man sig av 15-20 lokala företag. Vid hotell tre är det reseföretaget som sköter utflykter och praktiska arrangemang. Vid hotell fyra anlitar man ett spanskt företag, som har samma ägare som hotellet. I vissa är researrangören ansvarig för utflykter etc.
- *Användandet av andra lokala företag:* Vid hotell ett används ibland utomstående företag för reparationer etc. Oftast handlar det om lokala företag, men 20 procent av företagen kommer från huvudstaden Santo Domingo eller staden Santiago. Vid hotell två redovisar man att man använder ett inhemskt företag för att sköta trädgårdsarbete. Samma företag används också vid hotell tre. Vid hotell fyra redovisar hotelledningen att man använder ett stort antal leverantörer, 30 procent av dessa är lokalt baserade, resterande kommer från andra delar av landet.
- *De hotellanställda:* Vid hotell ett finns 220 anställda, 20 procent kommer från området där hotellet ligger, 80 procent pendlar från närområdet. Vid hotell två finns 400 anställda, 30 procent av de anställda bor på hotellet, resterande personal bor i närområdet. Vid hotell tre finns 319 anställda,

70 procent bor i samma område som hotellet, resterande i näraliggande samhällen. Vid hotell fyra arbetar 320 personer, cheferna bor på hotellet, övrig personal bor i närområdet eller i städer på pendlingsavstånd.

- *Indirekta anställningar:* Ledningen vid hotell ett uppskattar att hotellet indirekt sysselsätter omkring 10 personer, det handlar om trädgårdsarbete och desinfektion. Vid hotell fyra uppskattar man att det handlar om 100-150 "leverantörer". En liknande uppskattning gör man vid hotell tre. Ledningen vid hotell fyra uppskattar att hotellet indirekt sysselsätter omkring 500 personer. Enligt ledningen handlar det om taxi, lokala butiker, försäljare, båtar etc.
- *Varför/varför inte anlitar man det lokala näringslivet:* Vid hotell ett motiverar man importen av livsmedel med att den måste hålla hög kvalitet och att allt inte går att få tag i på den inhemska marknaden. Ett liknande svar ges vid hotell två och hotell tre. Vid hotell fyra anger man att man måste importera vissa varor av "logistiska och praktiska skäl".

Den sammantagna bilden är att hotellen i stor omfattning köper livsmedel som importerats från andra länder eller inhandlar livsmedel från landets huvudstad. De intervjuade företrädarna på hotellen anger tre skäl till varför all mat inte kan köpas lokalt: kvalitet, möjlighet att köpa tillräckliga kvantiteter och logistik. Även arrangörer av resor och utflykter består i stor utsträckning av företag med bas i utlandet. Det viktigaste bidraget till att stödja lokalsamhället består i att hotellen anställer lokal arbetskraft eller arbetskraft som kommer från närområdet. Resultatet bekräftar den gängse bilden av all-inclusive, en stor del av de pengar som omsätts försvinner från lokalsamhället. Det är inte säkert att inköp av livsmedel till hotellen, arrangerandet av utflykter etc. bidrar till att gynna det lokala arbetslivet. Det är vanligt att även dessa varor och tjänster importerats eller sköts av företag ägda av resebranschens transnationella bolag.

6.2. Turisterna som reser all-inclusive

Turisternas beteende påverkar omfattningen av det ekonomiska läckaget. Hur mycket tid tillbringar de på hotellanläggningarna? I vilken mån äter de utanför hotellen? I vilken grad kommer de i kontakt med det lokala samhället?

I fältstudien har 62 turister vid hotellen intervjuats. Deras beteende ger en beskrivning av hur all-inclusive turismen påverkar det lokala samhället. 55 av de 62 turisterna uppgav att de spenderade mer än 70 procent av sin semestervistelse på all-inclusive resorten. Om de lämnade resorten var det på grund av utflykter eller shopping.

54 av 62 turister uppgav att de hade ätit alla sina måltider på resorten. Åtta av turisterna hade ätit utanför hotellet, men bara en gång. Turisterna berättar att utflykterna oftast köptes på hotellet, antingen av researrangören eller av hotellets leverantörer. Utflykterna lämnade inget utrymme för egen interaktion med lokalbefolkningen. Allt var planerat; var man skulle äta, dricka, var man ska köpa sina souvenirer etc.

De turister som åkte till Dominikanska republiken var främst intresserade av soligt väder. Därför var all-inclusive paketet bekvämt för dem. All-inclusive turisterna transporterades från flygplatsen till hotellet och sedan ut på utflykter av samma arrangörer. Det innebar att relationen till lokalbefolkningen blev minimal. Många turister kunde varken tala engelska eller spanska, vilket också gjorde kontakten med lokalbefolkningen svår. De turister som var mest intresserade av landets kultur spenderade också mest tid utanför hotellanläggningen.

Många turister anser dock att hotellanläggningen ändå bidrar till att stödja det lokala samhället. Ett vanligt svar från turisterna är att hotellen ändå skapar jobb. Eller som några turister uttrycker det: "Har de inte jobb, då har de inte pengar." Turisterna har samtidigt dålig kunskap om de anställdas arbetsvillkor. Det är inget som reseföretagen informerar om och det är nästan omöjligt att förstå hur arbetsvillkoren ser ut bakom kulisserna.

All-inclusive turism innebär att turisterna i mycket stor utsträckning befinner sig på hotellanläggningen. Endast i minimal omfattning har turisterna intagit måltider utanför hotellen. När utflykter etc. sker är dessa hårt styrda och möten med det lokala samhället blir få. Detta ger ytterligare stöd för tesen att all-inclusive turism i liten grad bidrar till att stödja lokalsamhället.

6.3. Lokala näringsidkare

Ännu en avgörande fråga är hur de lokala näringsidkarna ser på all-inclusive turismen. Lyckas de locka till sig all-inclusive turister? Ser de all-inclusive som ett hot?

I fältstudien har elva lokala näringsidkare intervjuats. Samtliga driver restauranger eller barer i närheten av hotellanläggningarna (i Cabarete, Sabaneta och Sousoua). Syftet med restaurangerna och barerna är uppenbart; att locka lokala turister. Sammantaget uppskattar de att omkring 60 procent av kunderna är utländska turister och att cirka 70 procent av intäkterna kommer från turisterna. Ägarna till restaurangerna och barerna kan dock inte avgöra hur stor andel av kunderna som är all-inclusive turister. Att döma av intervjuerna med all-inclusive turisterna är det dock troligt att dessa utnyttjar lokala restauranger/barer mer sällan än andra turister. Endast en av de elva undersökta restaurangerna/barerna samarbetar med all-inclusive hotellen.

Flera av de lokala näringsidkarna är kritiska till all-inclusive konceptet. Två av de intervjuade menar att turisterna betalar för ett paket och har sedan inte några pengar kvar för att spendera i det lokala samhället. Sex av de intervjuade uppger att inkomstläckaget är ett problem. Så här uttrycker sig en av näringsidkarna:

”Med multinationella företag som all-inclusive hotellen försvinner pengarna ur landet... vad får dominikanerna? Arbeten på anläggningarna med minimilöner som ingen kan överleva på. Vart går profiten? Researrangörerna tar också en stor del av kakan. De är det inte värt att göra affärer med. För all-inclusive resorterna så är det bara bra om turisterna äter utanför hotellet, de tjänar ju pengar på att spara mat. Men vad gör de då? Jo, de skapar sina egna restauranger inne på området som folk får betala för; då tjänar de ännu mer pengar!”

Flera av de intervjuade näringsidkarna är också kritiska till systemet med lägenhetshotell där en del turister bor under längre tid. Enligt restaurang- och barägarna lagar dessa turister sin mat själva och besöker sällan lokala utskänkningsställen. Ytterligare ett slående resultat är att flera av dessa lokala restauranger och barer är ägda av personer från andra länder (USA, Spanien och Schweiz). De driver ofta verksamheten säsongvis och ett rimligt antagande är att en del av de vinster de gör förs tillbaka till deras hemländer och kommer inte befolkningen i Dominikanska republiken till godo.

I fältstudien har även personer som driver lokala hantverksbutiker intervjuats (samtliga nära hotellanläggningen i Cabarete). Samtliga är inriktade på att sälja till turister och omkring 90 procent av kunderna består av turister. Två av de intervjuade uppskattar även att ungefär 90 procent av intäkterna kommer från turismen, en av de intervjuade har svårt att avgöra hur stor andelen är. De intervjuade kan inte heller avgöra hur stor andelen av turisterna som härrör från all-inclusive. En av butikerna ägs av ett all-inclusive hotell och har alltså en direkt koppling till konceptet. Samtidigt uttrycker alla tre av de intervjuade en kritik av all-inclusive konceptet. En av de intervjuade uttrycker sig på följande sätt:

”All-inclusive är inte ett bra koncept, de [hotellen] skrämmar våra kunder, de vill att de skall stanna där inne i hotellet så att de kan göra mer affärer. Det är inte bra för den lokala ekonomin.”

I fältstudien finns vidare intervjuer med tre andra lokala näringsidkare. En företrädare för ett tvätteri, en företrädare för ett massagecenter och en företrädare för en livsmedelsbutik (alla i Cabarete). Tvätteriet ligger alldeles bredvid ett all-inclusive hotell och omkring 60 procent av kunderna kommer därifrån. Även vid massagecentret är huvuddelen av kunderna turister, verksamheten riktar sig särskilt till turister. I livsmedelsbutiken är ungefär hälften av kunderna turister. Den intervjuade mannen i livsmedelsbutiken understryker att han inte samarbetar med all-inclusive hotellen: ”De har sina egna leverantörer.” Dessa tre näringsidkare har i övrigt inga särskilda synpunkter på all-inclusive konceptet.

Den sammantagna bilden är att de lokala näringsidkare som är särskilt inriktade på att locka till sig turister överlag ser all-inclusive som ett hot. Flera av de intervjuade menar att all-inclusive stimulerar konsumtion inne på hotellanläggningarna och inte i det lokala näringslivet utanför hotellet.

De lokala näringsidkarna uppger sig vara beroende av turismen, men hävdar att det är svårt att få all-inclusive turister som kunder. Särskilt negativ till all-inclusive turism är de lokala restaurangägarna. Endast en av de 19 intervjuade näringsidkarna samarbetar med all-inclusive arrangörer.

6.4. De hotellanställda

I fältstudien har 15 hotellanställda intervjuats (7 städerskor, alla kvinnor; 4 servitörer, 2 kvinnor och två män; 2 bartenders, 1 kvinna och en man; 2 portier, 2 män). Alla intervjuade uppger att de antingen bor i den stad där hotellet ligger eller i de närliggande områdena. De flesta har familj och i genomsnitt 2-3 barn att försörja. Alla uppger att de har anställningskontrakt. De anställda hävdar vidare att de får betalt i enlighet med den lagstadgade minimilönen eller att de tjänar något mer (författaren till studien konstaterar att hon fick detta svar även när de anställda inte fick betalt enligt minimilönen). Minimilönerna uppgår för närvarande till 114 EUR per månad (därutöver tillkommer dricks etc). De flesta uppger att de arbetar högst åtta timmar per arbetsdag, två hävdar att arbetstiden är längre. Åtta av de intervjuade uppger att de brukar arbeta övertid. Vidare anger de anställda att de är lediga cirka sex dagar per månad eller en dag vid varje helg. De uppger också att de är försäkrade av arbetsgivaren.

Ingen av de anställda hade fått information om kollektivavtal inom branschen och ingen var medlem i facket. De hotellanställda hade genomgående svårt att svara på frågan om de var nöjda med arbetsvillkoren, däremot uttryckte flera att villkoren inom hotellbranschen var bra jämfört med övriga branscher i landet (bland annat därför att de hade möjlighet att få dricks).

Som tidigare konstaterats är anställningar av personal kanske det viktigaste ekonomiska tillskott som all-inclusive turismen innebär för utvecklingsländer. Erfarenheten är dock att arbetsvillkoren kan variera drastiskt. I fältstudien uppger alla att de får de lagstadgade minimilönerna, även när så inte är fallet. Uppgiften kan jämföras med ILO:s (International Labour Organisation) beräkningar som visar att turismarbetare tjänar minst 20 procent mindre än arbetare inom andra sektorer⁴³. Det är också påtagligt hur maktlösa de anställda är. I en hierarki med stora globala turistbolag på toppen befinner sig de anställda allra längst ner på stegen. Deras kontrakt med arbetsgivarna är slutna på individuell basis. De har ingen makt i egenskap av arbetarkollektiv. De har inte fått någon information om kollektivavtal inom branschen och ingen är medlem i facket. En svårighet med svaren var att intervjuaren upplevde att de anställda stundtals var osäkra och rädda vid intervjutillfällena. Därför är det inte säkert att hela bilden av deras arbetsvillkor kommit fram.

Fältstudie Dominikanska republiken innehåller ytterligare genomgångar, intervjuer och slutsatser. Fältstudien i sin helhet kan beställas från Schyst resande (www.schystresande.se).

43 Slob, Bart & Wilde, Joseph (2006), *Tourism and sustainability in Brazil – the tourism value chain in Porto de Galinhas, Northeast Brazil*. SOMO.

7. Schyst resandets enkät – reseföretagens bild av all-inclusive turismen

Av Schyst resandes enkät till Fritidsresor, Ving och Apollo framgår hur de uppfattar frågor som hänger samman med ekonomiskt läckage i samband med reseföretagens all-inclusive turism⁴⁴.

7.1. Vilka äger hotellanläggningarna?

Fritidsresor är delägare i totalt sex hotell där man bedriver all-inclusive turism: på Gran Canaria, Lanzarote och Turkiet. På dessa hotell finns dock all-inclusive endast som tillval. Utöver detta äger Fritidsresor inga hotell. I övrigt hävdar Fritidsresor att man inte har möjligheter att ta fram ägaruppgifter för de hotellanläggningar man använder för all-inclusive turism. Fritidsresor hävdar vidare att man inte har några kontakter med hotellens underleverantörer och ingen insyn i den dagliga hoteldriften. Fritidsresor vet inte heller hur många som är anställda vid hotellen. En grundförutsättning för samarbete med Fritidsresor är emellertid att leverantörerna innehar alla tillstånd, certifikat, intyg samt rättigheter som krävs för att bedriva verksamheten. Detta kontrolleras inför hotellkontrakteringen av Fritidsresegruppens ägarkoncern TUI Travel Plc i Storbritannien. Utöver detta ska hotellen följa ländernas lagar, regler och minimistandarder. Kontrollen av att detta efterlevs sköts av respektive lands myndigheter, precis som svenska myndigheter kontrollerar svenska verksamheter, hävdar Fritidsresor.

Apollo använder 16 hotellanläggningar för all-inclusive turism. Av dessa är 9 ägda av egyptiska företag, 4 av amerikanska, 2 av tyska och 1 är kuwaitiskt. I Egypten finns följaktligen lokalt ägda hotell, men inte i andra länder där man bedriver all-inclusive turism. Apollo har inga uppgifter om hur många anställda som finns på hotellen, inte heller om hotellen använder sig av bemanningsföretag. Apollo försäkrar vidare att alla deras all-inclusive hotell betalar lagstadgade minimilöner, betalar övertid och följer nationella lagar.

Ving äger och driver Sunwing och Sunprime-hotellen (17 st). På dessa bor den största delen av reseföretagets gäster. På dessa hotell erbjuds både all-inclusive och inclusive. På Sunprime erbjuder Ving endast Sunprime inclusive som är frukost alla dagar och middag fem av sju dagar (tio av fjorton för den som stannar två veckor). Den som även vill ha lunch fem dagar (eller tio av fjorton) kan köpa till den tjänsten. Omkring 90 procent av de hotell som Ving använder ägs lokalt eller av andra företag. I länder som Turkiet, Egypten och Tunisien är det några lokala familjer som äger de flesta all-inclusive hotellen.

Ving har riktlinjer för hotellen som ställer krav när det gäller arbetsvillkor, barnarbete, miljö och barnsexturism. Detta regleras i kontrakten med hotellen. Ving konstaterar vidare att all-inclusive hotellen generellt sett har många anställda per gäst. Bemanningsföretag förekommer inte, enligt Ving.

Ving, Fritidsresor och Apollo har samtliga anslutit sig till Travelife Sustainability System, som är ett kontrollsystem för att mäta leverantörers arbete med miljö och sociala frågor, bland annat ställer systemet krav på att hotellen aktivt ska välja lokalt producerade varor istället för importerade. Det är i dagsläget endast ett fåtal av deras hotell som använder sig av detta kontrollsystem.

7.2. Varifrån inhandlar hotellen sina varor?

Fritidsresor hävdar att de flesta råvaror som används på all-inclusive hotellen är lokala ”eftersom de är färska och prisvärda”. Utantaget enligt Fritidsresor är de råvaror som ”inte finns tillgängliga lokalt och

⁴⁴ Frågor om all-inclusive till Ving, Fritidsresor och Apollo (2011), Enkät från Schyst resande.

som måste importeras till landet ifråga”. Samtidigt konstaterar Fritidsresor att man inte har några exakta uppgifter om varifrån varorna kommer för respektive anläggning/hotell.

Ving hävdar att all-inclusive hotellen använder lokalproducerade varor ”till allra största del”. Orsaken är att det är ”ekonomiskt fördelaktigt”, det är ”alltid billigare än att köpa tomater eller fisk från andra länder”.

Även Apollo försäkrar att deras 16 all-inclusive hotell ”aktivt väljer att använda sig av lokalproducerade varor framför importerade”.

7.3. Hur ser resebolagen själva på all-inclusive konceptet?

Fritidsresor understryker att många av deras kunder anser att all-inclusive är positivt. Företaget känner sig också mer eller mindre tvingat att erbjuda all-inclusive resor: Erbjuder vi inte det kunderna efterfrågar vänder de sig till andra arrangörer och resformer. Vidare framhåller Fritidsresor att all-inclusive skapar många arbetstillfällen: ”Större hotell/anläggningar genererar även arbeten i olika kringnäringar. Allt från transport, logistik, råvaruinköp till infrastrukturella arbeten (vägbyggen, vatten och avloppsarbeten, el och telefonutbyggnad, sjukvård etc).” Fritidsresor framhåller vidare att många får bättre betalda arbeten genom turismen än de annars skulle haft möjlighet att få i regionen. Fritidsresor medger samtidigt att det finns negativa aspekter av all-inclusive turism: ”Negativt med all-inclusive är att enskilda, lokala näringsidkares (främst restaurangers och caféers) omsättning och ekonomiska resultat påverkas då efterfrågan minskar. Därmed minskar även antalet arbetstillfällen inom denna sektor.”

Från Vings sida hävdar man att det som är positivt med all-inclusive turism är att det ”är bekvämt och smidigt, särskilt för barnfamiljer”. Positivt, enligt Ving, är också att det ger arbetstillfällen i de lokala samhällena: ”Varje all-inclusive anläggning har väldigt många anställda. Ofta erbjuds dygnet-runt service och dessa hotell har generellt en högre servicenivå, vilket kräver fler anställda.” Men även Ving ser en negativ sida med all-inclusive: ”Mindre lokala näringsidkare (restauranger, caféer osv) får svårt att klara sig ekonomiskt.” Samtidigt konstaterar Vings företrädare att man är ett kommersiellt företag och ”att det finns en efterfrågan på all-inclusive från våra kunder”.

Företrädarna från Apollo erkänner att en negativ aspekt av all-inclusive turism är att den ”inte gynnar de lokala restaurangerna och affärer som ligger på orten”. Dock menar Apollo att man ser till att all-inclusive hotellen ”jobbar med lokala återförsäljare av varor och tjänster, att hotellen köper in närproducerade varor och lokala drycker, att de anlitar lokala utflyktsarrangörer och transporter till närliggande orter”. På så vis, menar Apollo, bidrar turismen till att det skapas lokala arbetstillfällen.

Det framgår av enkätsvaren att reseföretagen använder fyra strategier för att svara på kritiken⁴⁵.

För det första hävdar reseföretagen att de berörda hotellanläggningarna visst köper in en hel del lokala livsmedel och använder det lokala näringslivet. Schyst resandes fältstudie visar dock att reseföretagen skönmålar. Det är sant att en del livsmedel etc köps in lokalt, men mycket importeras från omvärlden. Ännu sämre ser det ut när det gäller användande av företag för transporter, utflykter etc. Dessa företag är ofta utlandsägda och inte sällan ägda av turistbolagen⁴⁶.

För det andra hävdar reseföretagen att all-inclusive turism innebär att många lokala invånare blir anställda vid hotellanläggningarna. Det är sant att detta är en lokal inkomstkälla. Problemen är att de anställdas löner ibland är mycket låga och att de är maktlösa gentemot arbetsgivaren, de nationella turistföretagen⁴⁷.

För det tredje hävdar reseföretagen att de är ”tvungna” att arrangera all-inclusive resor i utvecklingsländer. De hävdar att det finns en efterfrågan på sådana resor och om de inte själva arrangerar sådana resor kommer de att förlora marknadsandelar till andra reseföretag⁴⁸. Detta svar är ett erkännande av problemen, men man skyller på andra.

För det fjärde medger resebolagen att all-inclusive turism innebär att det lokala näringslivet runt hotellanläggningarna missgynnas, det gäller särskilt restauranger och caféer som får färre kunder vid all-inclusive turism⁴⁹. Detta är ett erkännande av att all-inclusive resor är problematiska.

45 A.a.

46 A.a.

47 A.a.

48 A.a.

49 A.a.

Vad reseföretagen inte nämner i enkätsvaren är att de har ekonomiska intressen av att upprätthålla all-inclusive turism. De pengar som inte kommer lokala näringsidkare i utvecklingsländer till godo hamnar till en del istället i reseföretagens fickor.

Sammanfattningsvis ger resebolagen en ljusare bild av i vilken mån all-inclusive turismen bidrar till att utveckla det lokala samhället än vad annan forskning gör. Såväl Fritidsresors, Vings och Apollos företrädare menar att all-inclusive hotellen köper in en stor del lokala varor. Det strider mot den bild som framkommer i Schyst resandes fältstudie och i andra forskningsrapporter. Reseföretagen uppvisar också en bristande förmåga att gå till botten med branschens moraliska ansvar. Ur ett globalt perspektiv är möjligheten att förbättra levnadsvillkoren i fattiga länder en av de stora ödesfrågorna. Genom att erbjuda vackra stränder och naturområden för turism säljer dessa länder en av sina tillgångar. Det är moraliskt betänkligt när denna försäljning inte ger mer tillbaka till utvecklingsländerna.

8. Strategier för att minska det ekonomiska läckaget

Ett huvudproblem med all-inclusive turism i utvecklingsländer är det ekonomiska läckaget. Om turistbranschen tog detta på allvar skulle de kunna använda utarbetade strategier för att minska problemen.

En möjlighet är att marknadsföra annan form av turism, i synnerhet till de allra fattigaste länderna. Turistbranschens invändning brukar dock vara att det finns en efterfrågan av all-inclusive turism. Men även med en fortsatt all-inclusive turism finns dock möjlighet att minska det ekonomiska läckaget. Det finns både praktiska exempel på ”alternativ” all-inclusive turism och teoretiska modeller för hur en alternativ turism skulle kunna se ut.

8.1. Goda exempel

The Sandals group är en kedja med hotell som erbjuder all-inclusive turism i Jamaica, Bahamas, St. Lucia och Antigua. Sandals har totalt 6 000 anställda i Karibien. År 1996 tog Sandals initiativ till det så kallade Farmer Program i Jamaica. Syftet var att stödja det lokala jordbruket, inte bara genom att köpa in fler lokala varor, utan också genom att utveckla betalningsavtal och förbättra kommunikationen mellan bönder och hotell. Konkret innebär detta att ledningen inom gruppen besöker bondgårdar och anordnar workshopsdagar med bönderna för att diskutera kvalitet och marknadsföring. Bönderna besöker också hotellen för att se hur deras produkter används och varför uppköparnas specifikationer är viktiga. Ett mål har varit att förbättra betal- och kontraktarrangemangen. Hotellen blir informerade två veckor innan leveransdatum om vilken typ av produkt och kvantitet som finns tillgänglig. Det ger underlag för hotellens planering och de kan svara bönderna vad de efterfrågar⁵⁰.

Ett annat försök att öka användningen av lokala produkter är den ”Ät jamaicanskt”-kampanj som lanserats av all-inclusive företaget SuperClubs. Kampanjen omfattar dock inte bara turismnäringen, utan även olika företag inom landets servicenäring. Ett resultat har blivit en ökad efterfrågan på inhemska jordbruksvaror. SuperClubs har också beslutat att hjälpa lokala bönder med att utveckla tekniska stödprogram så att de bättre ska kunna marknadsföra sina produkter. För närvarande handlar SuperClubs lokala produkter för 110 miljoner dollar varje år⁵¹.

I St. Lucia arbetar den internationella organisationen Oxfam med att stärka banden mellan jordbruk och turism. Oxfam samverkar med lokala bönder för att öka deras kapacitet att försörja turistföretag. Genom att förbättra tillgång av relevanta jordbruksvaror och genom en bättre marknadsföring av produkterna försöker man nå ut till turistbranschen⁵².

Solresor har utvecklat ett alternativ som delvis är ett avsteg från de traditionella all-inclusive resorna. Konceptet kallas ”Dine Around”, vilket är en form av halvpension som inkluderar frukost och kvällsmåltider. Men istället för att behöva äta på hotellet varje kväll kan gästerna ta med sig sitt ”Dine Around”-kort. Därigenom får de rabatt på andra lokala restauranger. I Cypern motsvarar rabatten mellan 40 till 80 kronor per måltid och person. Gästerna kan välja mellan kort med olika förmåner beroende på hur mycket de är beredda att betala. För närvarande går det att välja ”Dine Around” på destinationer som Cypern och Malta⁵³.

PolarQuest arrangerar enbart all-inclusive resor, mestadels för små grupper till platser där det inte finns så mycket annan turism. I konceptet ingår dock att företaget försöker att hitta lokala

50 *Business Implementation of pro-poor tourism: case study briefs*, No 3: Tourism- agricultural linkages: Boosting inputs from local farmers, Propoortourism-UK.

51 A.a.

52 A.a.

53 Öberg, Helena (2006), *Nya alternativ till allt inklusive resor*, DN, 2009-03-17.

aktörer som kan erbjuda hela resepaketet. Dessa lokala aktörer samarbetar i sin tur med andra lokala transportföretag, restauranger etc. För turisterna blir upplägget en all-inclusive resa, men det ekonomiska läckaget minimeras genom det nära samarbetet med det lokala näringslivet⁵⁴.

8.2. Teoretiska ansatser

Flera olika forskare har utvecklat modeller för hur en alternativ turism borde vara utformad. Ett centralt begrepp är pro-poor turism. En avgörande tanke med konceptet är att skapa länkar mellan turismbranschen och lokalbefolkningen så att dessa gynnas av turismen. I huvuddrag består en pro-poor turism av motsatsen till all-inclusive turism, det vill säga en stark förankring i det lokala samhället och ett användande av det lokala näringslivet, istället för slutenheten bakom hotellens murar⁵⁵.

Ett likartat koncept har utvecklats av turismforskaren Dorothea Meyer och går under namnet PL-modellen (Potential Linkages Model). Även detta koncept bygger på att minska den höga andelen import av varor och tjänster inom turismsektorn och istället ersätta utländsk export med lokala leverantörer. Meyer specificerar sedan vad konceptet betyder för arbetsvillkoren för de anställda på hotellen, för inköp av mat etc till hotellen och för hur turismen ska kunna understödja lokala hantverkare, taxichaufförer m.m.⁵⁶.

Likartade idéer har utvecklats av den thailändska forskaren Nareeta Supradist. Det centrala budskapet är att lokalt ägarskap systematiskt bör uppmuntras. Myndigheterna bör inte bara tillåta att lokalbefolkningen driver företag, däribland hotellanläggningar, utan också låta dem ta del av turismens förtjänster. En väg är att myndigheterna skapar riktlinjer som uppmuntrar människor att skapa sina egna små och medelstora företag. Småskaliga projekt har störst möjlighet att drivas lokalt vilket ger möjlighet för deltagande från lokalbefolkningen⁵⁷.

Enligt studier från Världsbanken är det bästa sättet att reducera läckage att förbättra lokala nätverk, förbättra företagsklimatet, öka kvinnors delaktighet i de ekonomiska aktiviteterna och skapa en trygg miljö. Världsbankens utredare menar att en sådan strategi är mer verkningsfull än att försöka stoppa det ekonomiska läckaget⁵⁸.

Ett förslag i linje med Världsbankens idéer är att utveckla lokala träningsprogram för att öka utbudet av kvalificerad arbetskraft som skulle kunna anställas av turismindustrin. Det skulle också vara mer konkurrenskraftigt att träna upp lokalbefolkningen till att bli guider etc istället för att hyra in dessa utifrån. Investerare borde också inse att det skulle vara en fördel att dra nytta av lokal kunskap, sådana erfarenheter är ofta användbara för turismnäringen, exempelvis i samband med naturvandringar, fiskeresor, danskurser etc⁵⁹.

8.3. Sammanfattning av strategier

Sammanfattningsvis kan turismindustrin göra flera saker för att minska det ekonomiska läckaget:

- Stötta lokala ekonomier genom att köpa mat och resurser lokalt, utveckla ett långsiktigt partnerskap med lokala arrangörer, företag och säljare.
- Utbilda lokal arbetskraft och skriva kontrakt med lokala företag.
- Stimulera att kvinnor får ledarpositioner.
- Föredra boenden och hotell som ägs av lokalbefolkningen och är byggda med lokal arbetskraft, förespråka lokalt tillverkade hantverk och traditionella produkter.

54 Windahl, Maria & Marcussen, Cecilia (2005), *Upphandling av all inclusive-resor – En studie av researrangörernas arbete med hållbar utveckling*. Kandidatuppsats, Södertörns högskola.

55 Andersson, Annika; Olsson, Pamela & Ornstein, Tina (2008), *All inclusive – Är det inclusive socialt ansvar?*, Lunds universitet. Institutionen för Service Management.

56 Meyer, Dorothea (2007), *Pro-poor tourism: From leakages to Linkages*. Current issues in tourism, Vol. 10. No 6.

57 Supradist, Nareeta (2004), *Economic leakage in tourism sector*. Master theses, The international institute for Industrial environmental economics.

58 Jonathan, Mitchell (2008), *Tourist development in Cape Verde: The policy challenge of coping with success*, sid 22.

59 Department of economic and social affairs (1999), *Sustainable tourism: a non-governmental organization perspective*. Commission on sustainable Development seventh session, 19-20 April, 1999, New York, sid 4

- Respektera lokala kulturer och besöka lokalsamhällen, myndigheter och lokala folkrörelser samt vara medveten om de lokala reglerna, lagarna och traditionerna.
- Utbilda personal för att undvika negativa effekter på miljön och för att uppmuntra ett hållbart boende.
- Även inom ramen för all-inclusive turism kan det ekonomiska läckaget minskas genom att systematiskt stödja det lokala jordbruket, använda ”checkar” som kan användas för att äta på lokala restauranger, delta i kampanjer för att äta lokal mat och genom att lägga upp transporter/aktiviteter etc i samarbete med det lokala näringslivet.

9. Slutsatser

Omkring 700 miljoner människor i världen reser årligen till ett annat land för att turista⁶⁰. Genom flygindustrins expansion sträcker sig också turismen allt längre bort. Turismens inverkan på andra länder är enorm. Särskilt stor är inverkan på utvecklingsländer eftersom turistbranschens ekonomi är stor jämfört med de lokala ekonomierna i fattiga länder.

En kraftigt växande form av turism både i världen och i Sverige är all-inclusive resor. Det finns olika sätt att definiera all-inclusive resor, men utgångspunkten är att turisterna köper ett färdigt paket där många saker ingår (resa, hotell, mat, drinkar, drycker med och utan alkohol, utflykter etc.).

Turistindustrin är ständigt på jakt efter nya destinationer. För länder och regioner ökar konkurrensen om att locka till sig turister. I synnerhet är det stor risk för att utvecklingsländer hamnar i ett underläge i den globala konkurrensen. För att kunna vara med att tävla om turisterna tvingas de acceptera ogynnsamma förslag från turistbranschens transnationella koncerner.

En entydig forskning visar på ett omfattande ekonomiskt läckage vid turism. Uttrycket ekonomiskt läckage kan definieras på något olika sätt och olika studier pekar på olika omfattning av läckaget. Oavsett ansats visar dock forskningen att en huvuddel av turismens pengaflöden försvinner från utvecklingsländerna för att istället hamna hos flygbolag, hotellkedjor, utlandsägda serviceföretag etc med bas i den industrialiserade världen.

Forskningen visar på två andra samband. För det första är läckaget i genomsnitt högre när turismen bedrivs i utvecklingsländer. För det andra är läckaget högre inom all-inclusive turism jämfört med annan turism. Av detta följer logiskt en tredje slutsats: Det ekonomiska läckaget inom turismen är särskilt stort när all-inclusive turism bedrivs i utvecklingsländer⁶¹.

Slutsatserna i Schyst resandes *Fältstudie Dominikanska republiken* (2011) bekräftar vad annan forskning kommit fram till. Vid de fyra hotellanläggningarna som undersöks i studien importeras en stor del av maten (från ett av hotellen finns dock två olika uppgifter om hur stor andelen av maten som importeras). Vidare arrangeras ofta transporter, utflykter etc. av underleverantörer med bas i utlandet. Studien visar även att turisterna i mycket stor utsträckning stannar innanför hotellanläggningarna och i minimal omfattning utnyttjar den service som erbjuds av det lokala näringslivet. Nästan alla de intervjuade turisterna hade ätit samtliga måltider på hotellen, några få hade betalat för en måltid utanför hotellen.

I fältstudien intervjuas lokala näringsidkare som bedriver verksamhet (restauranger, hantverk, livsmedelsbutik, tvätterier, massage) i närheten av hotellanläggningarna och med uppenbart syfte att locka till sig turister. Ett övergripande mönster är att dessa näringsidkare upplever all-inclusive turismen som ett hot mot den egna verksamheten⁶².

Fältstudien bekräftar tesen att det viktigaste pengaflödet tillbaka till de lokala ekonomierna vid all-inclusive turism i utvecklingsländer utgörs av de anställda vid hotellen. De anställda anger att de får betalt i enlighet med den statligt fastställda minimilönen (de anställda har den uppfattningen även när det inte stämmer). Ett slående drag är de anställdas maktlöshet relativt arbetsgivaren. Arbetsvillkoren är reglerade i personliga kontrakt. Ingen av de intervjuade anställda har fått information om kollektivavtal inom turismbranschen. Ingen av de intervjuade anställda är heller med i facket. I en hierarki med stora globala turistbolag på toppen befinner sig de anställda allra längst ner på stegen⁶³.

Schyst resande har genomfört enkäter med reseföretagen Fritidsresor, Ving och Apollo. Samtliga dessa tre företag bekräftar att de kraftigt ökat all-inclusive resorna, det gäller även all-inclusive resor till utvecklingsländer. Samtidigt är det uppenbart att de tre resebolagen är medvetna om den kritik som riktats mot all-inclusive resor i utvecklingsländer.

60 World Tourism Organization, UNWTO, (2010), *Economic impact of tourism*, (power point presentation) se: <http://unwto.org>

61 Blanco, Fátima (2004), *Armutsminderung durch den Tourismus: Untersuchung der Beiträge von All-inclusive Resorts*, Fachhochschule Eberswalde.

62 Eriksson, Jenny (2011), *Fältstudie Dominikanska republiken*, Schyst resande.

63 A.a.

Den dramatiska ökningen av all-inclusive resor till utvecklingsländer ligger i linje med annan välkänd exploatering. I många fattiga länder idag finns särskilda ekonomiska frizoner som tillverkar varor för export. Ett vanligt mönster är att komponenterna för produktionen flygs in. När varorna är sammansatta flygs de ut ur landet för att exporteras till rika länder. I mycket ringa grad används lokala underentreprenörer i tillverkningsländerna. De ekonomiska frizonerna ger jobb till dem som arbetar i zonerna, men mycket få jobb därutöver. Däremot kan de transnationella företagen dra nytta av de fattiga ländernas låga löner⁶⁴.

Inom utvecklingsteori finns en teoribildning som kallas beroendeskolan, med företrädare som bland annat Immanuel Wallerstein och Samir Amin⁶⁵. En grundtanke är att utvecklingsländer hålls kvar i fattigdom genom en ojämlik beroenderelation till rika industriländer. Två centrala begrepp i teoribildningen är centrum och periferi. Där det ojämna handelsutbytet gynnar centrum men låser fast periferin i fattigdom. Under senare decennier har beroendeskolan fått en hel del kritik. Ett argument mot teorin har varit att flera länder i Asien, inte minst Kina, visat att fattiga stater inte är fastlåsta utan kan höja sin levnadsstandard. Ett svar på den invändning är att beroendeskolans teorier inte hade den allomfattande förklaringskraft som den tänkte sig från början.

Idag har utvecklingsländerna allt mer spruckit upp och är inte längre någon enhetlig grupp. Men fortfarande finns utvecklingsländer som är mer utsatta än andra och som inte fått del av den ekonomiska tillväxt som skett under globaliseringens era. För dessa utvecklingsländer stämmer fortfarande delar av beroendeskolans teorier. Även när dessa länder ökar sitt ekonomiska utbyte med rika industriländer går en ytterst liten ekonomisk rännil tillbaka. Det ekonomiska utbytet har liten verkan för att stödja länderna att lyfta sig ur fattigdom. Samtidigt som utbytet bidrar till stora vinster i centrum, i den redan rika industrialiserade världen. Två typexempel på detta fenomen är ekonomiska frizoner och all-inclusive turism i utvecklingsländer.

I Schyst resandes fältstudie framkommer det att en turist i Dominikanska republiken ifrågasätter om dominikaner överhuvudtaget har rätt att vistas på stranden. Detta är en liten skärva av den ideologiska överbyggnad som försvarar och legitimerar ett ojämlikt handelsutbyte. I journalisten Jenny Dielemans bok *Välkommen till Paradiset – reportage om turistindustrin* (2008) finns ett exempel på hur denna ideologi fortplanterar sig. Även detta exempel är hämtat från Dominikanska republiken. En lokal näringsidkare, Oskar, beklagar sig över all-inclusive turismen med motiveringen:

”All-inclusive turisterna har köpt ett paket som förutom resa, boende och mat, också är ett mentalt paket. Resebolagen säger vad de ska göra på sin semester och turisterna kommer att göra precis det resebolagen säger. De litar på dem. De litar inte på oss.”⁶⁶

64 Wingborg, Mats (2005), *Ekonomiska frizoner – och kampen för fackliga rättigheter*. LO-TCO Biståndsnämnd.

65 de Vylder, Stefan (2007), *Utvecklingens drivkrafter*. Forum Syd, sid 32-34.

66 Dielemans, Jennie (2008), *Välkommen till paradiset – Reportage om turistindustrin*, Atlas, sid 143.

10. Källor

- America Latina: La depredación social y ambiental de las multinacionales hoteleras* (2011), Alba Sud, IUF, HRF, LO & TCO.
- Andersson, Annika; Olsson, Pamela & Ornstein, Tina (2008), *All inclusive – Är det inclusive socialt ansvar?*, Lunds universitet. Institutionen för Service Management.
- Ashley, Caroline; Boyd, Charlotte & Goodwin, Harold (2000), *Pro-poor tourism: Putting poverty at the heart of the tourism agenda*. Odi, natural resource perspectives number 51, March 2000.
- Beddoe, Chris (2004), *Labour standards, social responsibility and tourism. A report by Tourism Concern*.
- Bladh, Christian (2010), *Varför all inclusive? – en teoretisk och empirisk analys av marknaden för semesterresor*. Kandidatuppsats. Lunds universitet.
- Blanco, Fátima (2004), *Armutsminderung durch den Tourismus: Untersuchung der Beiträge von All-inclusive Resorts*, Fachhochschule Eberswalde.
- Bly, Laura (1993), *All-inclusive vacation spots gain popularity*. The Orange county register- Sunday, February 7, 1993.
- Department of economic and social affairs (1999), *Sustainable tourism: a non-governmental organization perspective*. Commission on sustainable Development seventh session, 19-20 April, 1999, New York.
- Cabezas, Amalia L. (2006), *The Eroticization of labor in Cuba's All-inclusive Resorts: Performing race, class and gender in the new tourist economy*. Social Identities, Vol. 12, No.5, September 2006. Routledge – Taylor & Francis Group.
- Chambers, Leiseth (2010), *Destination competitiveness: An analysis of the characteristics to differentiate all-inclusive hotels & Islands destinations in the Caribbean*. UMI Dissertation Publishing, ProQuest.
- Crick, Malcolm (1989), *Representations of international tourism in the social sciences: Sun, sex, sights, savings, and servility*. Annual Review of Anthropology, Vol. 18, 1989. Annual Reviews.
- Dagens nyheter 2010-10-26, *Allt inkluderat-resorna fortsätter att öka*.
- Department of economic and social affairs (1999) *Sustainable tourism: a non-governmental organization perspective*. Commission on sustainable Development seventh session, 19-20 April, 1999, New York.
- Dielemans, Jennie (2008), *Välkommen till paradiset – Reportage om turistindustrin*, Atlas.
- Dilys, Roe; Harold Goodwin & Ashley, Caroline (2002), *The tourism industry and poverty reduction: A business primer. Pro-poor tourism briefing No 2, 2*. March 2002.
- Dr Mohammed El Dief & Dr Xavier Font (2010), *Determinants of environmental management in the Red Sea hotels: personal and organizational values and contextual variables*. International centre for responsible tourism. ICRT Occasional paper No. 17. Leeds metropolitan university.
- Eriksson, Jenny; Noble, Rachel; Pattull, Polly & Barnett, Tricia (2009). *Putting tourism to rights – a challenge to human rights abuses in the tourism industry. A report by Tourism*.
- Eriksson, Jenny (2011), *Fältstudie Dominikanska republiken*, Schyst resande.
- Eriksson, Marika (2006), *Massturism och mänskliga rättigheter. En analys av svenska researrangörers sociala ansvar*. Malmö högskola.

- Frågor om all-inclusive till Ving, Fritidsresor och Apollo (2011), Enkät från Schyst resande.
- Haraldsson, Mimmi & Zachrisson, Linn (2010), *Den ansvarsfulla resan. En kvalitativ studie om hur researrangörer arbetar med CSR*. Kandidatuppsats. Södertörns högskola.
- Hemmati, Minu & Koehler, Nina (2000), *Financial leakages in tourism. Sustainable Travel & Tourism*.
- International Labour Organization (2001), *Human resources development, employment and globalization in the hotel, catering and tourism sector*.
- International Labour Organization sectoral activities programme (2001), *Note on the Proceedings – Tripartite Meeting on Human resources development, employment and globalization in the hotel, catering and tourism sector*. Geneva, 2-6 April 2001.
- Jonathan, Mitchell (2008), *Tourist development in Cape Verde: The policy challenge of coping with success*.
- Koc, Erdogan (2006), *Total quality management and bussiness excellence in services: The implications of All-inclusive pricing system on internal and external customer satisfaction in the Turkish tourism market*. Total quality Management Vol 17, No. 7, September 2006. Routledge, Taylor & Francis group.
- Ley, Tim (2010), *A comparative analysis of the contributions of mainstream and alternative tourism models to development: A case study of tourism operations in Penang, Malaysia*, May 2010, Halifax, Nova Scotia.
- Lo, Ada & Lam, Terry (2004), *Long-haul and short-haul outbound all-inclusive package tours*, Asia Pacific journal of tourism Resarch, vol. 9, No. 2, June 2004. Routledge taylor & Francis Group.
- Melin, Erika (2011), *All-inclusive – effekterna av en växande resetrend*, PM, Schyst resande.
- Mitchell, Jonathan & Ashley, Caroline (2007), *Tourism and poverty reduction: Pathways to prosperity*.
- Mitchell, Jonathan & Faal, Jojob (2007), *Holiday package tourism and the poor in Gambia. Development Southern Africa*, Vol. 24, number 3 (September 2007).
- Meyer, Dorothea (2007), *Pro-poor tourism: From leakages to Linkages*. Current issues in tourism, Vol. 10. No 6.
- Overseas development institute (2007), *Leakage claims: Muddled thinking and bad for policy?*
- Pro-poor tourism-UK, *Business Implementation of pro-poor tourism: case study briefs*, No 3: Tourism- agricultural linkages: Boosting inputs from local farmers.
- Sandbrook, Chris G. (2008), *Putting leakage in its place: the significance of retained tourism revenue in the local context in rural Uganda*. John Wiely & sons, Ltd.
- Slob, Bart & Wilde, Joseph (2006), *Tourism and sustainability in Brazil – the tourism value chain in Porto de Galinhas, Northeast Brazil*. SOMO.
- Supradist, Nareeta (2004), *Economic leakage in tourism sector*. Master theses, The international institute for Industrial environmental economics.
- SwedWatch & Fair trade center (2008), *En exkluderande resa – en granskning av turismens effekter i Thailand och Brasilien*. SwedWatch rapport nr 24.
- The magazine of ILO: World of work No. 39 June 2001 – *Seeking socially responsible tourism*.
- Thé, Shan Kai (2010), *Following financial tourism flows: Linking leakages to multipliers in Tarabuco, Bolivia*. Master thesis Utrecht University. International development studies.
- UNEP, *Economic impacts of tourism*. (<http://www.unep.fr/scp/tourism/sustain/impacts/economic/negative.htm>) 2010-11-03.

- United Nations conference on trade and development (1998), *Report of the expert meeting on strengthening the capacity for expanding the tourism sector in developing countries, with particular focus on tour operators, travel agencies and other suppliers*. Held at the Palais des Nations, Geneva, from 8 to 10 June 1998.
- de Vylder, Stefan (2007), *Utvecklingens drivkrafter*. Forum Syd.
- Wheat, Sue (1994), *Taming tourism*. Geographical (Campion Interactive Publishing); Apr 94, Vol.66, Issue 4.
- Windahl, Maria & Marcussen, Cecilia (2005), *Upphandling av all inclusive-resor – En studie av researrangörernas arbete med hållbar utveckling*. Kandidatuppsats, Södertörns högskola.
- Wingborg, Mats (2005), *Ekonomiska frizoner – och kampen för fackliga rättigheter*. LO-TCO Biståndsnämnd.
- World Tourism Organization, UNWTO, (2010), *Economic impact of tourism*, (power point presentation) se: <http://unwto.org>
- Öberg, Helena (2009), *Nya alternativ till allt inklusive-resor*. DN-resor. 2009-03-17.
- Önal, Yildirim B et al. (2007), *All inclusive system and its effects on the Turkish tourism sector: Problems and perspectives in Management*. Sumy: 2007. Vol. 5 Iss. 3. ProQuest.
- Övriga internetkällor: Tourism Concern: www.tourismconcern.org.uk