

BACHELORSCRIPTIE –

‘De invloed van toerisme op twee Zeeuwse plattelandsdorpen: in hoeverre wordt seizoensgebonden toerisme als een ‘curse’ of als ‘blessing’ gezien’

Course: Bachelorproject Sociale Geografie & Planologie

Semester: 2B – 2016/2017

Begeleidend docent: F.J. Sijtsma

Inleverdatum: 12-06-2017

Naam student: Pim van Reekum

Studentnummer: S2363224

Inhoudsopgave

Voorwoord

Samenvatting

1 – Inleiding	4
1.1 Aanleiding	4
1.2 Probleemstelling	4
1.3 Opbouw onderzoek	5
1.4 Case study	5
2 – Theoretisch kader	9
2.1 Toerisme ‘curse’ or ‘blessing’	9
2.2 De ‘curses’ en ‘blessings’ van seizoensgebonden toerisme	12
2.3 Conceptueel model	14
3 – Methodologie	15
3.1 Methode	15
3.2 Dataverzameling	15
3.3 Wijze van analyseren	16
3.4 Reflectie	16
3.5 Ethische verantwoording	16
4 – Onderzoeksresultaten & analyse	17
4.1 “Curse’ or ‘blessing’	20
4.2 Seizoensgebonden toerisme	22
4.3 Discussie	25
5 – Conclusies, aanbeveling, reflectie	27
5.1 Conclusies	27
5.2 Aanbeveling	28
5.2 Reflectie	28
Literatuur	29
Bijlagen	31

Voorwoord

Voor u ligt mijn bachelorscriptie ‘De invloed van toerisme op twee Zeeuwse plattelandsdorpen: in hoeverre wordt seizoensgebonden toerisme als een ‘curse’ of als ‘blessing’ gezien’. Het onderzoek is gedaan ter afronding van mijn bacheloropleiding Sociale Geografie & Planologie aan de Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen aan de Rijksuniversiteit Groningen. Het onderzoek is begin februari van start gegaan en wordt in juni 2017 afgerond.

Mijn keuze voor dit onderwerp kwam voort uit het feit dat ik vroeger vaak op vakantie ging naar Zeeland. Wij hadden hier zelf een vakantiehuisje en mede hierdoor kwam ik op de probleemstelling die behandeld wordt in dit onderzoek.

Voor dit onderzoek wil ik graag mijn begeleider dr. Frans Sijtsma bedanken. Mede door zijn sturing en feedback is het onderzoek gekomen tot wat het nu is. Daarnaast wil ik dr. Viktor Venhorst bedanken voor het op een nuttige en behulpzame manier beantwoorden van een aantal vragen. Als laatste wil ik alle mensen bedanken die door middel van het invullen van de enquêtes hebben meegeholpen aan het onderzoek. Mede door de bijdrage van bovengenoemde kon het onderzoek plaatsvinden.

Veel leesplezier toegewenst!

Groningen, 12 juni 2017

Pim van Reekum

Samenvatting

Al decennia lang neemt toerisme toe (Hall & Page, 1999). Zo is ook de Zeeuwse kust al lange tijd een populaire vakantiebestemming. In het hoogseizoen zijn de toeristische bestemmingen overvol, ook plaatsjes meer landinwaarts krijgen te maken met de toeristische drukte. In het laagseizoen zijn de bestemmingen juist weer helemaal niet druk. Deze over- en onderbenutting van faciliteiten heeft te maken met seizoensgebonden toerisme; dit kan gezien worden als een tijdelijke onevenwichtigheid van toerisme (Butler, 2001). Maar hoe belangrijk is het toerisme nou eigenlijk voor ondernemingen in de tertiaire sector? In dit onderzoek wordt getracht inzichtelijk te maken wat de invloed van toerisme is op de badplaats Domburg en op de meer landinwaarts liggende plaats Grijskerke. Dit is onderzocht aan de hand van de volgende hoofdvraag:

“Hoe beïnvloedt toerisme de tertiaire sector in het badplaatsje Domburg vergeleken met het minder toeristische plaatsje Grijskerke en in hoeverre wordt in beide plaatsen toerisme beschouwd als een ‘curse’ of als een ‘blessing’?”

Om deze vraag te beantwoorden is een enquête afgenomen. Daarnaast zijn er drie deelvragen opgesteld met betrekking tot: het belang van toerisme voor ondernemingen, of ondernemers het toerisme als ‘curse’ of als ‘blessing’ beschouwen en hoe seizoensgebondenheid van toerisme de tertiaire sector beïnvloedt.

Aan de hand van de resultaten die uit de verschillende deelvragen kwamen, kan geconcludeerd worden dat de invloed van toerisme op de tertiaire sector in Domburg een stuk groter is dan de invloed van toerisme op de tertiaire sector in Grijskerke. Domburg heeft een stuk meer toeristische voorzieningen dan Grijskerke en is dan ook sterker onderhevig aan de invloed van toerisme.

Om te onderzoeken of ondernemers uit de tertiaire sector de komst van toerisme als een ‘curse’ of als een ‘blessing’ ervaren, werd gebruik gemaakt van de zes dimensies van Hall & Page (1999). Hieruit kwamen meer positieve dan negatieve effecten. Ook kwam naar voren dat seizoensgebondenheid negatieve effecten met zich meebrengt. Al met al kan wel geconcludeerd worden dat toerisme door de ondernemers in zowel Domburg als Grijskerke als een ‘blessing’ wordt ervaren.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Seizoensgebonden toerisme is een verschijnsel dat er aan de ene kant voor zorgt dat ondernemers in de tertiaire sector in het hoogseizoen veel omzet kunnen draaien, maar er aan de andere kant voor zorgt dat de ondernemers in het laagseizoen weinig werk om handen hebben. Dit heeft te maken met de onevenwichtige situatie die voortkomt uit seizoensgebondenheid van toerisme (Butler, 2001). Zo zorgen toeristen in Zeeland er iedere zomer voor dat de horecatentjes, winkels en fietsverhuurders overuren draaien, er is in deze drukke maanden vaak sprake van over-benutting van faciliteiten (Butler, 2001). Maar naast de positiviteit die toeristen met zich meebrengen, is er in het laagseizoen juist sprake van onderbenutting van faciliteiten. De terrassen, winkels en fietsverhuurders hebben veel minder werk te doen dan in het hoogseizoen, om deze reden wordt de toeristische sector op veel fronten niet geaccepteerd als rendabele economische activiteit (Butler, 2001).

Het effect van seizoensgebondenheid is groter in afgelegen gebieden dan in urbane regio's (Butler & Mao, 1997), toch draait een groot deel van de economie in verscheidene badplaatsjes in Zeeland om toerisme. In het hoogseizoen wordt er door de ondernemers veel omzet gedraaid en brengen de toeristen veel positiviteit mee naar de plaats. Maar, naast het negatieve aspect van onderbenutting van faciliteiten in het laagseizoen, zorgt het toerisme in het hoogseizoen ook voor negatieve gevolgen. Zo staat het verkeer 's zomers vaak lange tijd vast, zijn de terrassen overvol en blijft er na een dag strandhangen een hoop afval en vernieling achter door toedoen van de toeristen. Het seizoensgebonden toerisme heeft zo positieve effecten voor een regio, maar brengt ook negatieve effecten met zich mee. De positieve- en negatieve effecten liggen vaak dicht bij elkaar en zo kan toerisme dat eerst zo positief was, de 'blessing' kant, al snel veranderen in iets negatiefs, in een zogenoemde 'curse'.

1.2 Probleemstelling

Overall waar mensen wonen zijn faciliteiten te vinden die deze mensen bedienen. Ondernemers die in deze sector werken bevinden zich in de commerciële dienstverlenende sector, ook wel de tertiaire sector genoemd. Ondernemingen die onder de tertiaire sector vallen zijn onder andere winkels, transportbedrijven, horecagelegenheden, kappers en ga zo maar door. Deze ondernemingen hebben allen vaak één belangrijk doel voor ogen: winst maken. Dit doen ze door zoveel mogelijk mensen naar hun onderneming te trekken. Deze mensen kunnen uit de plaats zelf komen maar dit kunnen ook toeristen zijn. Toerisme is de afgelopen decennia wereldwijd explosief toegenomen en wordt dan ook een steeds belangrijkere inkomstenbron voor de tertiaire sector (Hall & Page, 1999). Door de klimaatverandering en het opwarmen van de aarde worden de Nederlandse badplaatsen populairder en voor sommige mensen zelfs aantrekkelijker dan de nog warmere badplaatsen aan de Middellandse zee (De Jonge et al., 2008). Hierdoor neemt het belang van de tertiaire sector in Nederland toe, en zo ook in de twee plaatsen Domburg en Grijskerke. Er is veel

onderzoek gedaan naar het wel of niet zijn van een ‘curse’ of ‘blessing’ van seizoengebonden toerisme maar er zijn maar weinig case studies over te vinden. Met dit onderzoek wordt door middel van een case study getracht inzichtelijk te maken wat de invloed van toerisme is op een badplaats direct aan zee en op een plaatsje van bijna dezelfde grootte een kilometer of zeven meer landinwaarts. Dit onderzoek wordt gedaan aan de hand van de volgende hoofdvraag:

“Hoe beïnvloedt toerisme de tertiaire sector¹ in het badplaatsje Domburg vergeleken met het minder toeristische plaatsje Grijpskerke en in hoeverre wordt in beide plaatsen toerisme beschouwd als een ‘curse’ of als een ‘blessing’?”

Om deze hoofdvraag goed te kunnen beantwoorden, zullen de volgende deelvragen behandeld worden:

1. Hoe belangrijk is toerisme voor de ondernemingen in Domburg en Grijpskerke, en in hoeverre zijn de ondernemingen afhankelijk van toerisme?
2. Wordt toerisme door de ondernemers gezien als een ‘curse’ of als een ‘blessing’ en welke dimensies (Hall & Page, 1999) zijn het belangrijkste inzake de effecten van toerisme?
3. Hoe beïnvloedt seizoensgebondenheid van toerisme de tertiaire sector en wat zijn hiervan de oorzaken, en hebben de ondernemers behoefte aan meer of minder toerisme?

1.3 Opbouw onderzoek

In het onderzoek wordt in paragraaf twee eerst gekeken naar de onderliggende wetenschappelijke theorieën die betrekking hebben op de hierboven genoemde deelvragen. Deze worden per stuk uitgelegd gevolgd door het conceptuele model. In de derde paragraaf wordt de methodologie van het onderzoek toegelicht waarin onder andere de dataverzameling, de wijze van analyseren en de reflectie aan bod komen. Hierna worden de onderzoeksresultaten en de analyse besproken en komt de discussie aan bod. In de laatste paragraaf staan de conclusies, de aanbeveling en de reflectie.

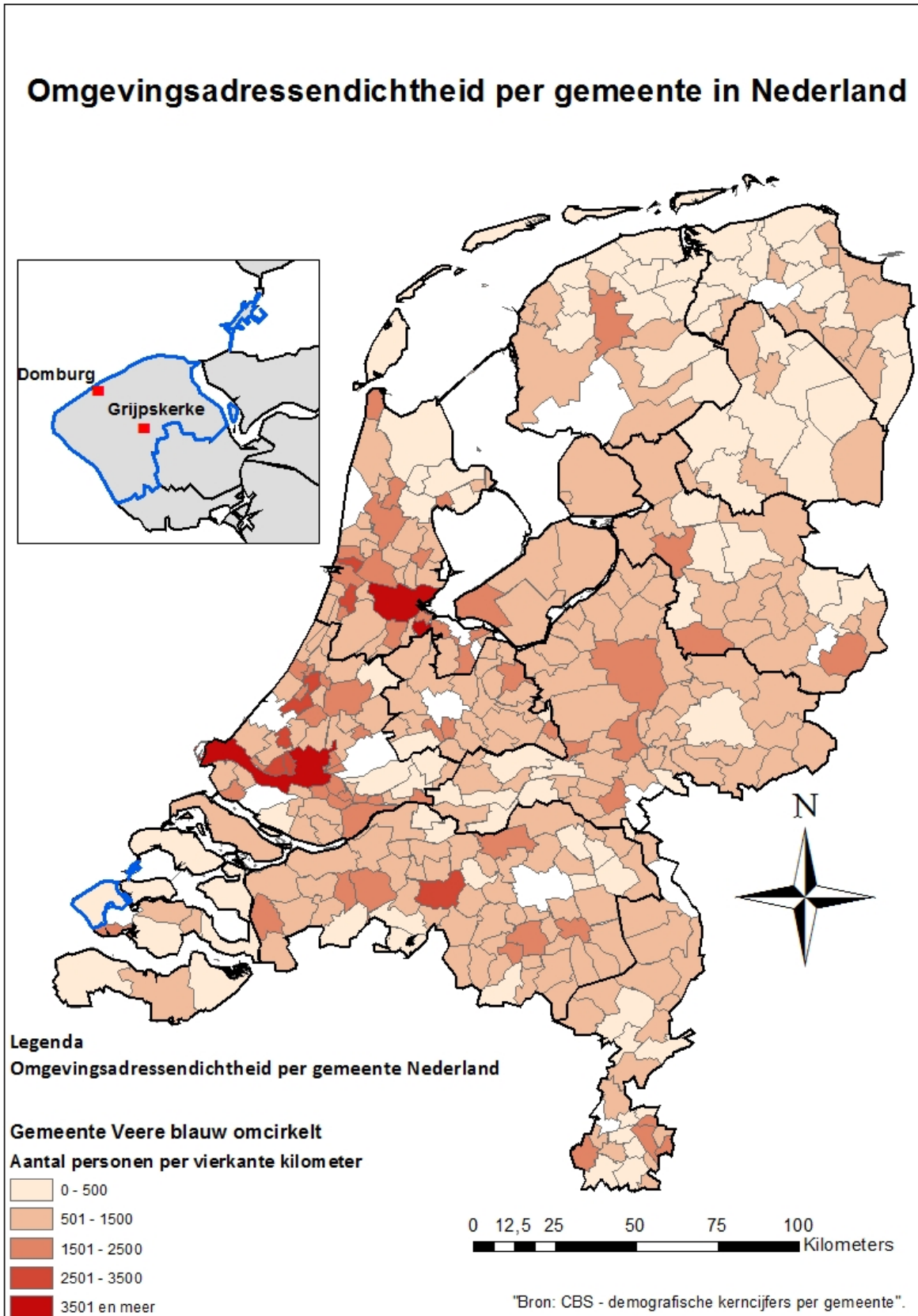
1.4 Case study Domburg & Grijpskerke

Op kaart 1 is de gemeente Veere op het Zeeuwse schiereiland Walcheren te zien. In deze gemeente wonen 21.960 inwoners (CBS; Bevolking, 2016). Veere is qua stedelijkheid geen gezegende gemeente, maar wel qua toerisme. Zoals te zien is op kaart 1 is de omgevingsadressendichtheid van Veere laag, het behoort tot de laagste en kleinste categorie: 0 tot 500 bewoners per vierkante kilometer. Daarnaast is op kaart 2 te zien dat het aandeel werkzame personen in het bedrijfsleven, dat in de toeristische sector werkt, relatief erg hoog is. Dit valt namelijk in de één na hoogste categorie: 20-30%. Hierdoor wordt

¹ Tertiaire sector is de commerciële dienstverlenende sector, zij willen winst maken. Onder de tertiaire sector vallen onder andere winkels, transportbedrijven, horeca, kappers, accountants, etc.

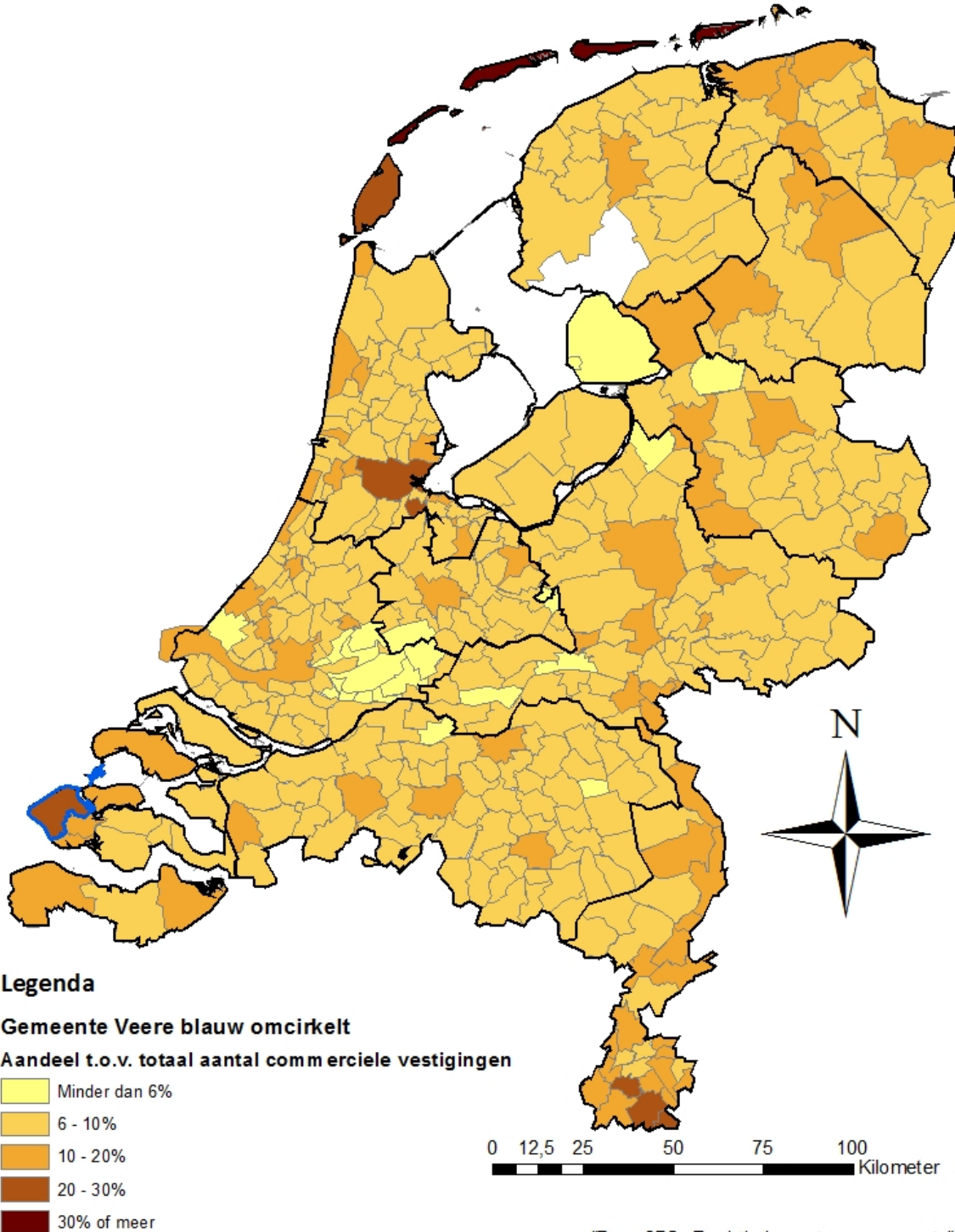
duidelijk dat de toeristische sector een belangrijke rol speelt voor de werkgelegenheid van het tamelijk lage aantal mensen dat in de gemeente woont.

In deze case study wordt er gekeken naar de plaatsen Domburg en Grijskerke. Deze twee plaatsjes zijn interessant om te vergelijken omdat het twee kleine plattelandsdorpen zijn die dicht bij elkaar liggen en ongeveer dezelfde grootte hebben, Domburg 1680- en Grijskerke 1420 inwoners (CBS; Kerncijfers, 2017). Het verschil tussen de twee plaatsjes is de ligging, zo ligt Domburg direct aan de kust en ligt Grijskerke zeven kilometer verder landinwaarts. Op deze manier worden twee plaatsjes, verschillend van aard, vergeleken en gekeken hoe toerisme in deze plaatsjes de tertiaire sector beïnvloedt en in hoeverre dit toerisme als een ‘curse’ of ‘blessing’ beschouwd wordt.



Kaart 1. Omgevingsadressendichtheid gemeentes Nederland.

Het aandeel werkzame personen dat in het bedrijfsleven, in de toeristische sector werkt (2013).



Kaart 2. Werkzame personen in toeristische sector

2. Theoretisch kader

2.1 Toerisme ‘Curse’ or ‘Blessing’?

Er zijn veel discussies over de vraag of toerisme gezien kan worden als een ‘curse’, dus als een vloek, of juist als een ‘blessing’, een zegen. Zo leidt opkomend safaritoerisme in Afrikaanse landen, zoals Tanzania, tot zowel voordelen als nadelen. Door het groeiende aantal toeristen die naar het land komen ontstaat er enerzijds meer werkgelegenheid en worden er meer inkomsten gegenereerd. Anderzijds ontstaan er ook conflicten over wie bijvoorbeeld de toeristen door de natuurparken mag leiden en over kwesties inzake de milieu- en sociaaleconomische impact die toerisme met zich meebrengt (Nelson, 2012). Zo brengt toerisme voor verschillende groepen mensen zowel positieve- als negatieve effecten met zich mee.

Naast de effecten van toerisme in het algemeen is er ook onderzoek gedaan naar de voor- en nadelen van specifieke soorten toerisme. In het boek van Coppock (1977) bijvoorbeeld, hierin werd onderzocht op verschillende locaties wereldwijd of ‘tweede woning toerisme’ gezien kan worden als een ‘curse’ of als een ‘blessing’. Zo werd er in Coppock’s (1977) boek door Wolfe (1977) beweerd dat gebieden beter af zouden zijn zonder tweede woningen en dat tweede woningen steeds meer gezien werden als ongewenste en indringende verschijningen op het platteland. Volgens Wolfe (1977) dienen de tweede woningen niet noodzakelijke doeleinden en hij omschrijft het ‘tweede woning toerisme’ zelfs als “parasitair”. Wolfe (1977) zag het ‘tweede woning toerisme’ dus als een ‘curse’. Later betwiste Gallent (2007) de stelling van Wolfe (1977) over dat tweede woningen alléén dienden voor niet noodzakelijke doeleinden. Gallent (2007) stelt dat het niet uitmaakt of het om een primaire- of tweede woning gaat, een woning zou volgens Gallent (2007) altijd een essentiële, noodzakelijke rol spelen voor de gemeenschap en de plaats. Gallent (2007) ziet het ‘tweede woning toerisme’ dus wel als een ‘blessing’.

In Coppock’s (1977) boek worden dus argumenten gegeven waarom tweede woning toerisme voordelig/nadelig is, ook komt in het boek duidelijk naar voren dat er een zogenoemde ‘split opinion’ over dit onderwerp heerst onder de lokale bevolking. Zo komt er naar voren dat het toerisme voordelig zou zijn voor de mensen die in de toerisme industrie werken. Het tweede woning toerisme zou daarnaast nadelig zijn omdat de huizenprijzen in een gebied stijgen als woningen erg gewild zijn. Dit kan ertoe leiden dat lokale bewoners geen huis meer kunnen kopen op gewenste locaties en naar de rand, of zelfs uit het gebied, verdreven worden (Coppock, 1977).

Om dieper in te gaan op de verschillende positieve- en negatieve effecten van toerisme op de lokale bevolking, wordt de conceptualisatie van Hall & Page bekeken. Zij geven in hun boek *The Geography of Tourism and Recreation* (1999) zes verschillende positieve- en negatieve dimensies. Deze dimensies zijn verschillende subcategorieën en laten per subcategorie zien wat de effecten van toerisme zijn op de lokale bevolking. Ziet de lokale bevolking het toerisme dus als een ‘curse’ of als een ‘blessing’. Hall & Page (1999) hebben deze dimensies in een model weergegeven met voor elke dimensie zowel positieve als

negatieve eigenschappen. Het raamwerk van dit model kan worden weergegeven zoals het voorbeeld in tabel 2 hieronder:

Tabel 2. Model zes dimensies (Hall & Page, 1999).

Impact op lokale bevolking →	Positief	Negatief
Dimensie ↓		
Economisch		
Toeristisch-commercieel		
Sociaal-cultureel		
Psychologisch		
Politiek-bestuurlijk		
Fysiek en milieu		

De zes verschillende dimensies zijn zoals in het model al zichtbaar werd: een economische dimensie, een toeristisch-commerciële dimensie, een sociaal-culturele dimensie, een psychologische dimensie, een politiek-bestuurlijke dimensie en een fysieke en milieu dimensie. Eerst worden alle zes dimensies nader onderzocht, om te bekijken welke dimensies, en de daarbij komende effecten, relevant zijn voor deze case study. Per dimensie worden positieve- en negatieve effecten voor de lokale bevolking besproken.

De economische dimensie, deze omvat alle effecten die toeristen hebben op de lokale economie. Toerisme leidt zo volgens Hall & Page (1999) tot verhoogde uitgaves, het creëren van werkgelegenheid, verhoogde investeringen, etc., maar naast deze positieve effecten brengt toerisme ook negatieve effecten met zich mee. Zo schrijft Mullins (1990) dat op plekken waar veel toerisme is, en dus werkgelegenheid ontstaat, ook vaak een hoger level (dan het nationale gemiddelde) van werkloosheid heerst. Werklozen trekken naar deze locaties toe in de hoop werk te vinden. Daarnaast zijn er nog andere negatieve economische effecten zoals het wegvloeien van kapitaal, gelokaliseerde inflatie en het mislukken van het aantrekken van toeristen (Hall & Page, 1999).

De toeristisch-commerciële dimensie gaat over een ander soort effecten die toerisme met zich meebrengt. Voorbeelden van positieve effecten zijn het bekend worden als toeristische bestemming. Meer toerisme komt daarnaast vaak samen met verschillende ontwikkelingen; zoals nieuwe- faciliteiten/voorzieningen, ook kan de infrastructuur aangepakt worden, het gebied wordt dus toegankelijker voor toeristen. Zo was er in 2016 een vergadering van de Stadsraad Domburg met als belangrijk aandachtspunt het ontlasten van kernen van doorgaand autoverkeer (Stadsraad Domburg, 2016). Positief is verder dat er in het gebied grotere kennis vergaard wordt inzake investeringen in de toeristische sector en het organiseren van toeristische activiteiten. De toeristisch-commerciële dimensie heeft ook negatieve impact op de lokale bevolking. Door meer toerisme en het commerciëler worden van het gebied, kan de reputatie van de regio verslechteren. Dit kan komen door prijsinflatie en doordat voorzieningen slecht onderhouden worden. Daarnaast zal een stijgend aantal

toeristen leiden tot de vestiging van meer bedrijvigheid. Nieuwe bedrijvigheid kan negatieve gevoelens/reacties oproepen bij de al aanwezige ondernemers (Hall & Page, 1999).

De sociaal-culturele dimensie van effecten van toerisme gaat over de wijze waarop toerisme veranderingen teweeg brengt. Veranderingen in bijvoorbeeld levensstijl, levenskwaliteit, individuele en collectieve waardesystemen, gemeenschapsstructuren en gedragspatronen. Dit heeft als positief effect dat er versterking optreedt van de waardering van de regionale waarden en tradities, ook verhoogt het de lokale deelname en interesse aan bepaalde toeristische evenementen. Daarnaast brengt het ook negatieve effecten met zich mee. Zo kan het leiden tot een verandering van de gemeenschapsstructuur, kan de aard van plaatselijke activiteiten veranderen doordat deze commercialiseren en kan het leiden tot een toename van criminaliteit. De impact van toerisme, die eerst positief was voor de lokale bevolking, kan zo na een tijdje omslaan tot negatieve impact. Een voorbeeld hiervan gaat over de plaats Broome in Australië. Hier kwamen de toeristen in een korte tijd met zulke grote getalen naartoe, dat er verstoring van de gemeenschappelijke identiteit en waardes plaatsvond; er was hier sprake van cultuurverandering (Hudson, 1990). In Broome bracht het toerisme veel positieve effecten met zich mee, maar misschien nog wel meer negatieve. Het toerisme in Broome werd echter alsnog aangemoedigd door de lokale bevolking omdat de positieve effecten als belangrijker werden beschouwd dan de negatieve effecten.

De psychologische dimensie van effecten van toerisme heeft als positief effect het zorgen voor verhoogd gemeenschapsgevoel en verhoogde lokale trots. Daarnaast zorgt het voor bewustzijn van wat niet-lokale bevolking over de regio van de lokale bevolking denkt. Men wordt zich dus bewust van waar ze eigenlijk voor staan en wat andere mensen aantrekt om de lokale bevolking en hun omgeving op te zoeken. Een negatief effect kan zijn dat de lokale bevolking het idee krijgt dat door de vele toeristen hun identiteit in gevaar komt. De lokale bevolking kan dan een defensieve houding aannemen tegenover toeristen, dit heeft als effect dat het kan leiden tot misverstanden/conflicten tussen de lokale bevolking en toeristen (Hall & Page, 1999).

De politiek-bestuurlijke dimensie van effecten van toerisme gaat over politieke en bestuurlijke besluitvorming gefocust op toerisme. Als positieve punten worden hierbij gegeven dat het gebied te maken krijgt met verbeterde internationale waardering en erkenning. Ook zullen de planners die in de politieke en bestuurlijke organen werken betere vaardigheden opdoen en zich zo verder ontwikkelen. Deze ontwikkelingen gaan echter niet altijd goed en er zijn dan ook een aantal negatieve effecten bij de politiek-bestuurlijke dimensie. Zo wordt er niet altijd rekening gehouden met de toename van de administratiekosten, gebruiken de politieke elite het toerisme als excuus/middel om hun ambities lokaal te verwezenlijken en heeft het bestuurlijke orgaan soms te weinig ervaring om doelstellingen waar te maken. Zo kan het zijn dat een plaats, die veel reclame heeft gemaakt voor toerisme, in de realiteit geen grote hoeveelheden aan toeristen kan ontvangen (Hall & Page, 1999). De infrastructuur kan bijvoorbeeld niet afgestemd zijn op een hoge capaciteit aan mensen.

De fysieke en milieu dimensie is de laatste dimensie. Bij deze dimensie geven Hall & Page (1999) als positieve effecten van toerisme dat er ontwikkelingen van nieuwe faciliteiten en van plaatselijke infrastructuur plaatsvinden, ook wordt er extra zorg gedragen voor het behoudt van erfgoed. De negatieve effecten kunnen juist zorgen voor vernietiging van het erfgoed en zorgen voor milieuschade. Ook kan er sprake zijn van overbevolking en dit kan zelfs leiden tot veranderingen in natuurlijke processen (Hall & Page, 1999). Zo denken veel toeristen dat het milieu gezond is zolang het er goed, schoon en groen uitziet (Hall & Page, 1999). De realiteit is anders, er hoeft maar één essentiële schakel uit de voedselketen te verdwijnen en het kan al goed mis gaan. De natuur kan al zo verstoord zijn dat er veel meer dieren- en plantensoorten verdwijnen (Hall, 1995).

Door de zes dimensies van Hall & Page wordt duidelijk weergegeven dat toerisme de lokale bevolking op veel manieren, zowel positief als negatief, kan beïnvloeden.

2.2 De ‘curses’ en ‘blessings’ van seizoensgebonden toerisme

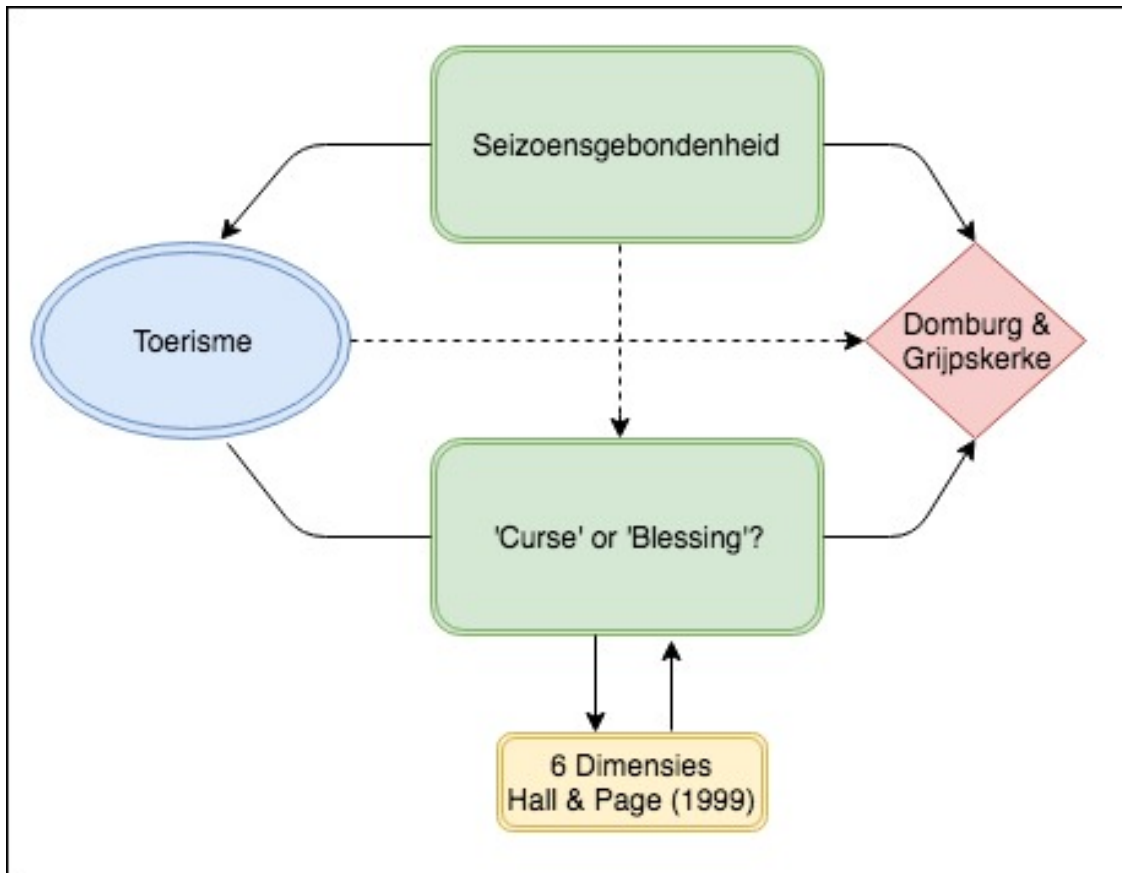
Toerisme beïnvloedt de lokale bevolking, en zo ook de tertiaire sector, op verschillende manieren. Daarom is het belangrijk om te weten wanneer de toeristen op reis gaan en welke rol seizoensgebonden toerisme speelt. De seizoensgebondenheid van toerisme speelt een belangrijke rol voor ondernemers werkende in de tertiaire sector en heeft veel invloed op de bedrijfsvoering in deze sector. ‘Seasonality’ of ook wel seizoensgebondenheid is dan ook al lange tijd een bekend onderdeel van toerisme. Het concept seizoensgebonden toerisme kan gezien worden als een tijdelijke onevenwichtigheid van toerisme, hierbij wordt gekeken naar elementen als de verkeersdrukte, de bezoekersaantallen, de uitgaven van bezoekers/inkomsten lokale bevolking en de werkgelegenheid (Butler, 2001). Seizoensgebondenheid zorgt dus voor een onevenwichtige situatie en wordt daarom ook gezien als een belangrijk probleem voor de toeristische sector. Het veroorzaakt bijvoorbeeld problemen inzake het houden of krijgen van voltijdse medewerkers, problemen inzake pieken en over-benutting van faciliteiten (Butler, 2001). Andersom wordt de seizoensgebondenheid van toerisme ook verantwoordelijk gehouden voor de onderbenutting van faciliteiten, wat ervoor zorgt dat toerisme op vele fronten niet geaccepteerd wordt als rendabele economische activiteit (Butler, 2001).

Volgens Hartmann (1986) zijn er twee algemeen geaccepteerde elementen die seizoensgebondenheid veroorzaken, één hiervan is het “natuurlijke” element, de ander is het “geïstitutionaliseerde” element. Het natuurlijke element heeft te maken met de seizoenen in het jaar en de hierbij horende klimaten. Zo schijnt in het ene seizoen meer zon en valt in het andere seizoen meer neerslag. Het geïstitutionaliseerde element wordt veroorzaakt door menselijke handelingen en afspraken. Zo nemen veel mensen, met kinderen bijvoorbeeld, vaak rond de vakantiedagen van scholen en opleidingen vrij en zijn er algemene vrije dagen rond religieuze of historische vrije dagen (Butler, 2001).

Maar naast deze twee elementen kan het ruimtelijk aspect ook een rol spelen in de seizoensgebondenheid van toerisme. Ten eerste kan het klimaat dus een rol spelen. Zo nemen over het algemeen de verschillen tussen de seizoenen toe met de afstand van de

evenaar (Butler, 2001). Locaties dichterbij de evenaar hebben door het jaar heen dus een stabiel klimaat dan locaties verder gelegen van de evenaar. Ten tweede speelt het ruimtelijk aspect soms ook op een andere manier een rol. Zo kan het zijn dat locaties die op dezelfde breedtegraad liggen, in hetzelfde land of zelfs in dezelfde regio toch erg variëren inzake de seizoensgebondenheid van toerisme. Uit een eerder onderzoek van Butler (1973) kwam dat deze variatie hem zit in de ligging van de bestemmingen. Meer centrale locaties zouden minder last hebben van de seizoensgebondenheid dan meer afgelegen gebieden. Zo zou een centrale stad als Amsterdam minder afhankelijk zijn van seizoensgebondenheid dan een kleiner, meer afgelegen stadje zoals Domburg. Zoals in kaart 1 duidelijk wordt ligt Amsterdam centraal met een hoge adressendichtheid, op kaart 2 is te zien dat toerisme in Amsterdam ook zeer belangrijk is voor het bedrijfsleven. Domburg en Grijskerke daarentegen liggen meer afgelegen en zullen dus volgens Butler (1973) meer last hebben van seizoensgebondenheid dan een centrale stad als Amsterdam. Dit is te verklaren aan de hand van het feit dat afgelegen gebieden lastiger te bereiken zijn. Mensen moeten meer moeite doen om op zo'n locatie te komen en doen dit ook wel, maar vooral op momenten dat ze langere tijd vrij zijn, zoals in de zomervakantie. Seizoensgebondenheid is dus extremer in afgelegen gebieden, die bijvoorbeeld voornamelijk in het hoogseizoen bezocht worden, dan in de urbane regio's (Butler & Mao, 1997).

2.3 Conceptueel model



Figuur 1. Conceptueel model.

In het conceptueel model gaat het om de invloed van toerisme op de tertiaire sector van de plaatsen Domburg en Grijskerke. Hierbij wordt voornamelijk gekeken naar de twee groene blokjes, de theoretische onderbouwingen. Door middel van de zes dimensies (Hall & Page, 1999) wordt voor beide plaatsen bepaald of er sprake is van een 'curse' of van een 'blessing'. De seizoensgebondenheid is van invloed op toerisme en zo ook op de tertiaire sector in Domburg en Grijskerke, ook staat seizoensgebondenheid in verband met het 'curse' or 'blessing' blokje.

3. Methodologie

3.1 Methode

De hoofdvraag die beantwoord moet worden met dit onderzoek is gebaseerd op de gegevens die ondernemers uit Domburg en Grijskerke verstrekken via een afgenomen enquête. Met een enquête als onderzoeksmethode kan onderzocht worden wat de houding, de gedragsuitingen en de meningen van mensen tegenover bepaalde zaken zijn (Flowerdew & Martin, 2005). In dit onderzoek gaat het om de invloed van toerisme op de tertiaire sector, de meningen en de kennis van de ondernemers zijn dus belangrijk voor het onderzoek. Om op een snelle manier de meningen en de kennis van de ondernemers inzichtelijk te maken, is gekozen voor het afnemen van enquêtes via Maptionnaire, zo kan de enquête eenvoudig en snel via een link verstuurd- en ingevuld worden.

De enquête, die voor dit onderzoek is opgesteld, is afgenomen bij ondernemers uit Domburg en Grijskerke. Deze ondernemers kregen allen dezelfde enquête toegestuurd met dezelfde vragen. De enquête bestaat uit drieëntwintig vragen. De eerste twaalf vragen gaan over de seizoensgebondenheid en het klantenbestand van de onderneming. Vervolgens gaan er vijf vragen over het belang van toerisme voor de onderneming en de positieve- en negatieve effecten van toerisme. Er wordt geëindigd met zes algemene vragen over de geënquêteerde. Er zijn in dit onderzoek eenendertig enquêtes door ondernemers uit Domburg en Grijskerke ingevuld.

Het zijn verschillende soorten vragen, zo zijn er open vragen in de enquête verwerkt om het kwalitatieve gedeelte goed aan bod te laten komen. Daarnaast zijn er vragen met tien aankruis mogelijkheden, in de vorm van een Likert Schaal. En als laatste is er een aantal ‘ja’, ‘nee’ of ‘anders’ vragen die meer duidelijkheid scheppen over algemenere zaken van de onderneming.

De geënquêteerden konden kiezen de naam van de onderneming op de enquête te vermelden of deze anoniem af te nemen. In bijlage 1 treft u de enquête en de bijbehorende brief aan.

3.2 Dataverzameling

De geënquêteerde ondernemers zijn telefonisch en via de mail benaderd, op deze manier is er gepolst in hoeverre men bereidt was mee te werken aan het onderzoek. Vervolgens is de enquête via een link naar de website van Maptionnaire (www.maptionnaire.com) naar de ondernemers verstuurd. Daarnaast is een aantal enquêtes telefonisch afgenomen, dit omdat deze ondernemers het te druk hadden om de enquête online in te vullen maar het prima vonden om telefonisch de vragen te beantwoorden.

3.3 Wijze van analyseren

De data is geanalyseerd door middel van beschrijvende statistiek. Het analyseren ging voornamelijk door middel van het interpreteren van verkregen data. Deze data is verkregen met behulp van de hulpprogramma's Maptionnaire, ArcMap en Microsoft Excel. ArcMap en Excel zijn voornamelijk gebruikt om de te analyseren data duidelijk weer te geven en te ordenen.

3.4 Reflectie

Bij het analyseren van de data in Excel werd duidelijk dat een aantal geënquêteerde niet de hele enquête hebben ingevuld maar halverwege zijn gestopt met het beantwoorden van vragen. Eén mevrouw typte als opmerking dat ze de enquête langer vond dan ze dacht en geen tijd had om hieraan mee te werken. Het kan dus zijn dat de andere geënquêteerde de enquête ook te lang vonden en daarom besloten niet verder mee te werken aan het onderzoek. Misschien dat de enquête dus korter had moeten en sommige vragen hadden misschien compacter geformuleerd kunnen worden.

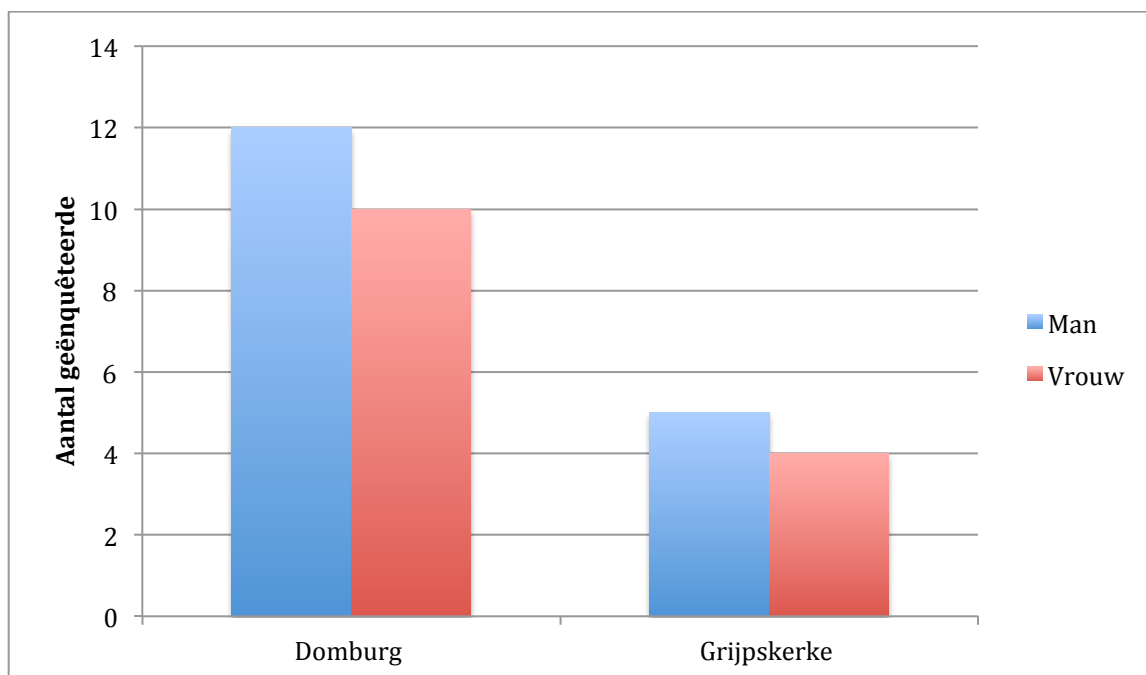
Daarnaast werd er, ondanks dat er duidelijk aangegeven was dat de privacy van de geënquêteerde gewaarborgd werd, door twee ondernemers teruggemailed dat zij niet wilde meewerken aan het onderzoek omdat ze bang waren dat hun privacy geschonden zou worden. Dit waren beide wat oudere mensen en het zou kunnen dat ze het niet helemaal vertrouwde om een enquête online in te vullen. Hier was het misschien verstandig geweest de enquêtes face-to-face af te nemen.

3.5 Ethische verantwoording

Om de privacy van de respondenten in het onderzoek te waarborgen is er in de mail naar de ondernemers en voordat er op 'begin enquête' gedrukt kon worden, duidelijk vermeld dat de privacy gewaarborgd wordt. Er stond uitgeschreven dat de gegevens puur en alleen gebruikt zouden worden voor het onderzoek en dat de gegevens nergens geopenbaard zouden worden. Daarnaast stond er in de mail vermeld, dat mochten de ondernemers de resultaten van het onderzoek willen inzien, dit kon worden aangegeven als opmerking op de enquête.

4. Onderzoekresultaten & analyse

In het totaal hebben 41 mensen de enquête geopend, hiervan hebben 35 van de 66 ondervraagde ondernemers de enquête ingevuld. Van de 35 hebben 4 mensen de enquête niet afgemaakt, van deze ondernemers is dus niet bekend waar zij vandaan komen en daarom zijn deze cases verwijderd en niet gebruikt voor het onderzoek. Uiteindelijk zijn de resultaten van 31 geënquêteerde dus gebruikt. Hiervan kwamen 22 ondernemers uit Domburg en 9 uit Grijskerke.



Grafiek 1. Man/vrouw verdeling.

Deelvraag 1, “Hoe belangrijk is toerisme voor de ondernemingen in Domburg en Grijskerke, en in hoeverre zijn de ondernemingen afhankelijk van toerisme?”, kan beantwoord worden aan de hand van verschillende enquête vragen. Zo werd in de enquête gevraagd welk percentage van het klantenbestand van de onderneming toerist is, dit is in tabel 3 verwerkt.

Tabel 3. Klantenbestand.

Percentage klanten van onderneming toerist ↓	Aantal stemmen:		Aantal stemmen:	
	Domburg	%	Grijpskerke	%
0-10%	0	0%	1	11%
10-20%	0	0%	0	0%
20-30%	0	0%	1	11%
30-40%	1	4%	3	33%
40-50%	0	0%	0	0%
50-60%	2	9%	0	0%
60-70%	5	23%	2	22%
70-80%	3	14%	0	0%
80-90%	4	18%	2	22%
90-100%	7	32%	0	0%
Totaal:	22	100%	9	100%

Als er naar tabel 3 wordt gekeken is duidelijk te zien dat voor ondernemers uit Domburg het klantenbestand voor een groter deel uit toeristen bestaat dan bij Grijpskerke. Zo heeft bij Domburg 96% van de stemmen aangegeven dat 50% of meer van het klantenbestand uit toeristen bestaat, in Grijpskerke heeft slechts 44% van de stemmen aangegeven dat 50% of meer van het klantenbestand uit toeristen bestaat.

Tabel 4. Inkomsten uit toerisme.

Percentage jaarlijkse omzet gehaald uit toerisme ↓	Domburg		Grijpskerke	
	Stemmen:	%	Stemmen:	%
0-10%	0	0%	1	11%
10-20%	0	0%	0	0%
20-30%	0	0%	1	11%
30-40%	0	0%	3	33%
40-50%	0	0%	2	22%
50-60%	1	4%	0	0%
60-70%	7	32%	1	11%
70-80%	3	14%	1	11%
80-90%	3	14%	0	0%
90-100%	8	36%	0	0%
Totaal:	22	100%	9	100%

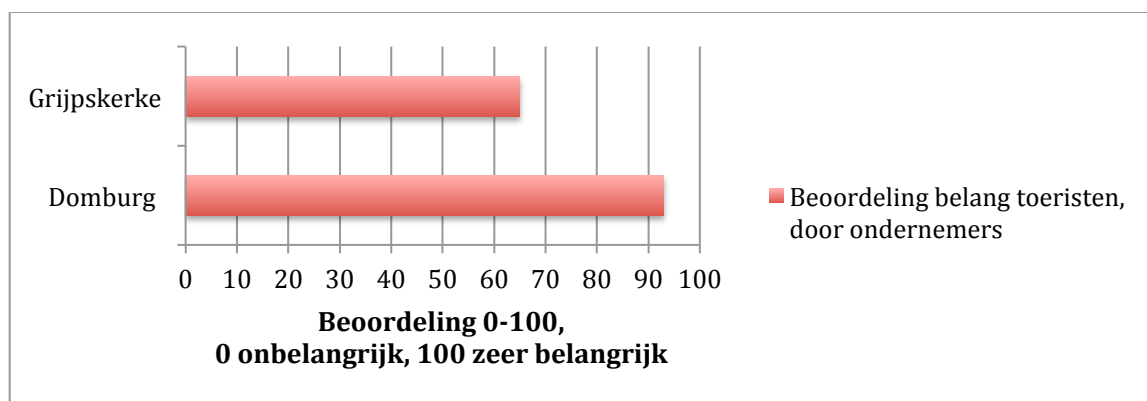
Daarnaast staat in tabel 4 welk deel van de jaarlijkse omzet van de onderneming uit toerisme gehaald wordt. Hier is te zien dat in Domburg alle ondernemers minstens 50% van hun omzet uit toerisme halen, terwijl in Grijskerke nog een flink percentage van de ondernemers minder dan 50% van de omzet uit toerisme halen (respectievelijk 78%).

Uit deze resultaten blijkt dat toerisme een grotere rol speelt voor ondernemingen uit Domburg. Dit wordt nog eens versterkt met een andere vraag uit de enquête, deze vraag betrof of de onderneming nog bestaansrecht zou hebben als er minder- tot geen toeristen naar de plaats zouden komen. Zoals in tabel 5 zichtbaar wordt stemt in Domburg de meerderheid nee, de onderneming heeft geen bestaansrecht als er minder- tot geen toeristen naar de plaats komen, in Grijskerke stemt daarentegen de meerderheid dat de onderneming wél bestaansrecht heeft in hetzelfde geval.

Tabel 5. Bestaansrecht onderneming

Heeft onderneming met minder- tot geen toeristen nog bestaansrecht?	Domburg		Grijskerke	
	Stemmen:	%	Stemmen:	%
Ja	5	23%	6	67%
Nee	14	64%	3	33%
Weet ik niet	3	13%	0	0%

De ondernemers werd ook gevraagd het belang van de toeristen voor de onderneming te beoordelen, dit kon door een cijfer te geven van 0 tot 100 (zie grafiek 2).



Grafiek 2. Belang toeristen.

De ondernemers uit Domburg beoordeelde het belang van toeristen met een gemiddelde score van 93 van de 100. De ondernemers uit Grijskerke beoordeelde het belang van toeristen met een score van 65 van de 100. Er kan kijkend naar de tabellen en naar de beoordeling van het belang van toerisme door de ondernemers, geconcludeerd worden dat toerisme voor zowel Domburg als Grijskerke een aanzienlijke rol speelt. Het komt echter wel duidelijk naar voren dat toerisme een belangrijker rol speelt voor Domburg dan voor Grijskerke en dat Domburg afhankelijker is van toerisme dan Grijskerke.

4.1 ‘Curse’ or ‘blessing’

Een toename van toerisme lijkt voor ondernemers vanzelfsprekend een ‘blessing’, meer toerisme zorgt hoogstwaarschijnlijk voor meer omzet wat gunstig is voor de ondernemers. De toeristen in Domburg en Grijskerke komen overwegend uit het buitenland (bijlage 3) en volgens de ondernemers is het toerisme de afgelopen 5 jaar toegenomen (bijlage 4). Toch is een toename niet altijd positief, aan de hand van de zes dimensies van Hall & Page (1999) wordt gekeken of het toerisme als iets positiefs- of als iets negatiefs wordt ervaren door de ondernemers. Hierbij zullen niet alle zes de dimensies evenveel aan bod komen omdat er onderzoek is gedaan naar de effecten van toerisme op de ondernemers en niet alle dimensies hierbij een rol spelen. Om de positieve- en negatieve effecten van toerisme op de tertiaire sector in Domburg en Grijskerke weer te geven wordt gebruik gemaakt van het effectenmodel, eerdergenoemde tabel 2 (Hall & Page, 1999). In bijlage 5 staan de antwoorden van de ondernemers en de verantwoording.

Kijkend naar de economische dimensie kan er gezegd worden dat dit vooral een positieve impact heeft. Zo leidt toerisme tot een verhoogde uitgave, creëert het werkgelegenheid en leidt het tot verhoogde investeringen (Hall & Page, 1999). Dit is voor ondernemers allemaal positief, het betekent dat ondernemers meer omzet kunnen draaien en misschien zelfs kunnen uitbreiden, wat leidt tot meer werkgelegenheid. Dit sluit aan bij wat in de enquête als positieve effecten van toerisme werd genoemd. In Domburg kwam verhoogd inkomen 5 keer naar voren als positief effect van toerisme en werkgelegenheid 4 keer. In Grijskerke werden verhoogd inkomen en werkgelegenheid beide 2 keer genoemd als positief effect. Inzake de negatieve effecten van toerisme op de lokale economie, kwam alleen in Domburg 2 keer naar voren dat de lokale kosten stijgen, door ondernemers uit Grijskerke werd hierover niks benoemd.

De toeristisch-commerciële dimensie heeft als positieve effecten van toerisme voor de ondernemers, bekendheid van de regio en het onderhouden en vestigen van nieuwe faciliteiten/voorzieningen (Hall & Page, 1999). Door de ondernemers uit Domburg wordt meer bekendheid 2 keer genoemd, in Grijskerke 0 keer. Daarnaast wordt het positieve effect van nieuwe- faciliteiten/voorzieningen door de ondernemers uit Domburg 10 keer genoemd en in Grijskerke komt dit effect 5 keer naar voren. Als negatief effect van het toerisme wordt door Hall & Page (1999) genoemd dat door té veel toeristen de reputatie van de plaats kan verslechteren. Dit komt bijvoorbeeld door prijsinflatie en ook zal het stijgend aantal toeristen zorgen dat er meer faciliteiten/voorzieningen komen. Dit kan echter als iets positiefs gezien worden door toeristen zelf, voor de al gevestigde ondernemers betekent dit meer concurrentie en wordt dus eerder als negatief ervaren. Als negatief effect werd in het onderzoek door 9 ondernemers uit Domburg benoemd te weinig faciliteiten/voorzieningen in de vorm van parkeergelegenheid en wegen. In Grijskerke werd dit 4 keer genoemd. Daarnaast werd drukte in het algemeen 9 keer genoemd in Domburg en 5 keer genoemd als negatief effect van toerisme in Grijskerke.

De sociaal-culturele dimensie heeft als positieve effecten dat er meer waardering komt voor regionale waarden en tradities en dat er een verhoogde deelname is aan

bepaalde activiteiten/evenementen (Hall & Page, 1999). Dit komt niet letterlijk uit de antwoorden van de ondernemers maar wel geven veel ondernemers aan dat de plaats bruist van activiteiten en dat het gezellig is door de aanwezigheid van de toeristen. Dit werd in Domburg 4- en in Grijskerke 3 keer door ondernemers genoemd als positief effect. Dit kan gezien worden als positief effect want toerisme en drukte betekent voor de ondernemers vaak klandizie wat goed is voor de business. De negatieve effecten van toerisme bij deze dimensie gaan over het veranderen van de gemeenschapsstructuur en dat toerisme zorgt voor verhoogde criminaliteit (Hall & Page, 1999). Dit tweede punt over criminaliteit komt bij de ondernemers uit Domburg 2 keer aan bod als negatief effect van toerisme voor de plaats, in Grijskerke komen er geen negatieve effecten uit deze dimensie naar voren.

De positieve- en negatieve effecten die bij de psychologische dimensie horen komen in het onderzoek niet naar voren, bij zowel Domburg als Grijskerke wordt hierover door de ondernemers niks gemeld.

De politiek-bestuurlijke dimensie van effecten van toerisme komt net als de psychologische dimensie qua positieve- en negatieve effecten niet voor in de resultaten van zowel de ondernemers uit Domburg als de ondernemers uit Grijskerke.

De fysieke en milieu dimensie heeft als positieve effecten onder andere de verbetering van infrastructuur, ontwikkeling van nieuwe faciliteiten en het behoudt van erfgoed (Hall & Page, 1999). De ontwikkeling van faciliteiten komt in zowel Domburg als Grijskerke naar voren als positief effect, deze zijn echter in de toeristisch-commerciële dimensie al meegerekend, dus om dubbele telling te voorkomen worden deze hier niet weer meegerekend. De negatieve effecten zijn milieuschade en vernietiging van erfgoed. Milieuschade werd door de ondernemers uit Domburg echter wel 2 keer genoemd als negatief effect van het toerisme.

In dit onderzoek zijn de economische- en de toeristisch-commerciële dimensies het belangrijkste (zie tabel 6, en in de tabellen in bijlage 2 staan de positieve- en negatieve effecten uitgewerkt), bij deze twee dimensies worden meer dan 14 effecten gegeven en bij de toeristisch-commerciële dimensie zelfs 44 positieve- en negatieve effecten. Dit is logisch aangezien het onderzoek gaat over de tertiaire sector (sector die winst wil maken), en de invloed van toerisme hierop.

Bij deelvraag 2 moet er aangetoond worden of toerisme in Domburg en Grijskerke gezien wordt als een ‘curse’ of als een ‘blessing’ aan de hand van de resultaten uit de enquête. Door de genoemde positieve- en negatieve effecten van toerisme, volgens de ondernemers in Domburg en Grijskerke, bij elkaar op te tellen (zie tabel 6) wordt zichtbaar dat er in het totaal 37 positieve effecten en 33 negatieve effecten zijn. Er zijn dus meer positieve effecten dan negatieve effecten van toerisme voor de ondernemers. Net zoals bij het eerder genoemde voorbeeld van Hudson (1990) over de plaats Broome, zijn er zowel negatieve- als positieve effecten van het toerisme, de positieve effecten worden echter als belangrijker gezien dan het nadeel dat de negatieve effecten opleveren. Op basis hiervan en op basis van de uitkomsten uit het ingevulde model van Hall & Page (1999) kan verondersteld worden dat

het toerisme de tertiaire sector in Domburg en Grijskerke op een positieve manier beïnvloedt en gezien kan worden als een ‘blessing’ voor deze twee plaatsen.

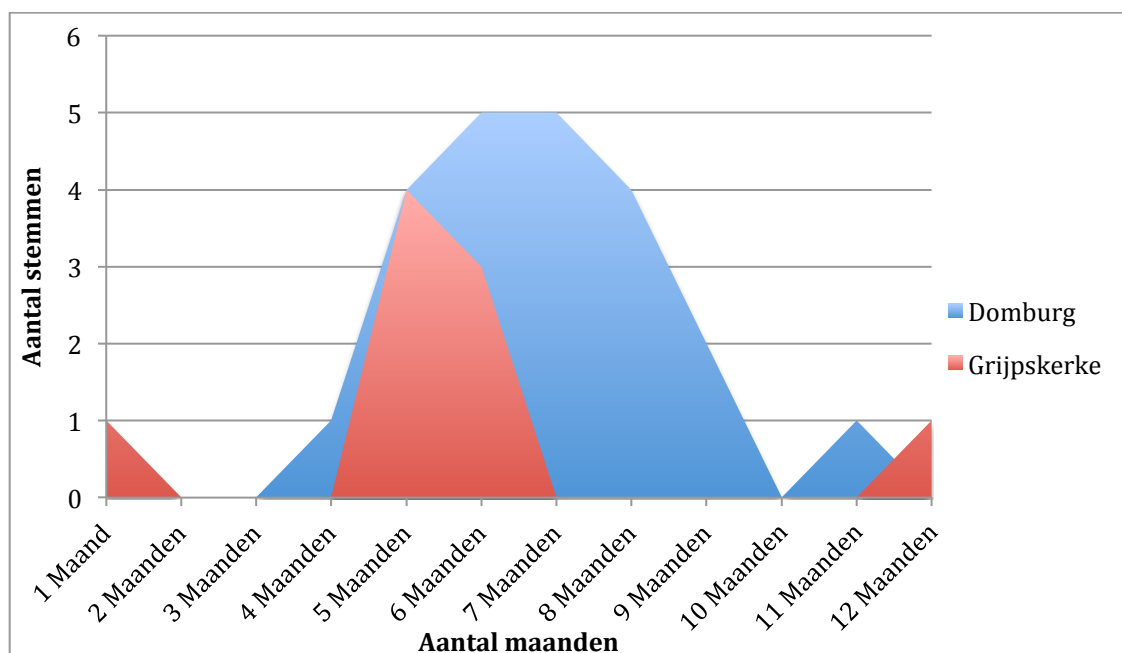
Op de vraag hoe het toerisme in de plaats volgens de ondernemers kan worden verbeterd, kwamen redelijk eenduidige antwoorden. De ondernemers uit Domburg vermeldde voornamelijk verbeterde infrastructuur/parkeergelegenheid en meer winterse/slechtweer voorzieningen. In Grijskerke kwam de behoefte aan meer voorzieningen duidelijk naar voren.

Tabel 6. Model dimensies Hall & Page (1999).

Impact op lokale bevolking → Dimensie ↓	Positief		Negatief (-)		Samen:
	Domburg:	Grijskerke:	Domburg:	Grijskerke:	
Economisch	9	4	2	0	11
Toeristisch-commercieel	12	5	18	9	-10
Sociaal-cultureel	4	3	2	0	5
Psychologisch	0	0	0	0	0
Politiek-bestuurlijk	0	0	0	0	0
Fysiek en milieu	0	0	2	0	-2
	-----	----- +	-----	----- +	
Totaal effecten	25	12	-24	-9	= +4

4.2 Seizoensgebonden toerisme

Deelvraag 3, “Hoe beïnvloedt seizoensgebondenheid van toerisme de tertiaire sector en wat zijn hiervan de oorzaken, en hebben de ondernemers behoefte aan meer of minder toerisme?”. Zichtbaar gemaakt in grafiek 3 (uitwerkingen hiervan in bijlage 6) is hoeveel maanden in het jaar door de ondernemers beschouwd worden als de drukste maanden. Van de in het totaal 31 stemmende ondernemers, vallen 21 stemmen op maanden van 5 tot 8 maanden per jaar. Dit betekent dat meer dan twee derde van de ondernemers heeft aangegeven dat tussen de 5 en 8 maanden per jaar druk zijn voor de onderneming. Verder valt op dat Grijskerke zowel een stem heeft op 12 maanden druk als een stem heeft op 1 maand per jaar druk. Dit kan verklaard worden door het feit dat sommige ondernemingen niet afhankelijk zijn van toerisme en dus ofwel het hele jaar druk zijn, of slechts een enkele maand drukte ondervinden wegens andere oorzaken (denk aan de kerstperiode). Daarnaast staat in bijlage 7 aangegeven welke maanden de ondernemers als drukst en rustigst ervaren en in deze bijlage is ook te zien hoe het klantenbestand er in deze maanden uit ziet.



Grafiek 3. Aantal maanden druk.

Vervolgens is er onderzocht of de ondernemers in Domburg en Grijskerke seizoensgebonden openingstijden hanteren. Uit het onderzoek kwam, te zien in tabel 8, dat in Domburg 10 ondernemingen in de drukste maanden gebruik maken van langere openingstijden, in Grijskerke zijn dit 2 ondernemingen. Verder zijn in Domburg 9 ondernemingen het gehele jaar volgens dezelfde tijden geopend en in Grijskerke zijn dit 7 ondernemingen. De 3 ondernemingen die ‘anders’ hebben ingevuld, gaven als argumenten dat ze in bepaalde maanden dicht zijn, of dat ze alleen op afspraak werken.

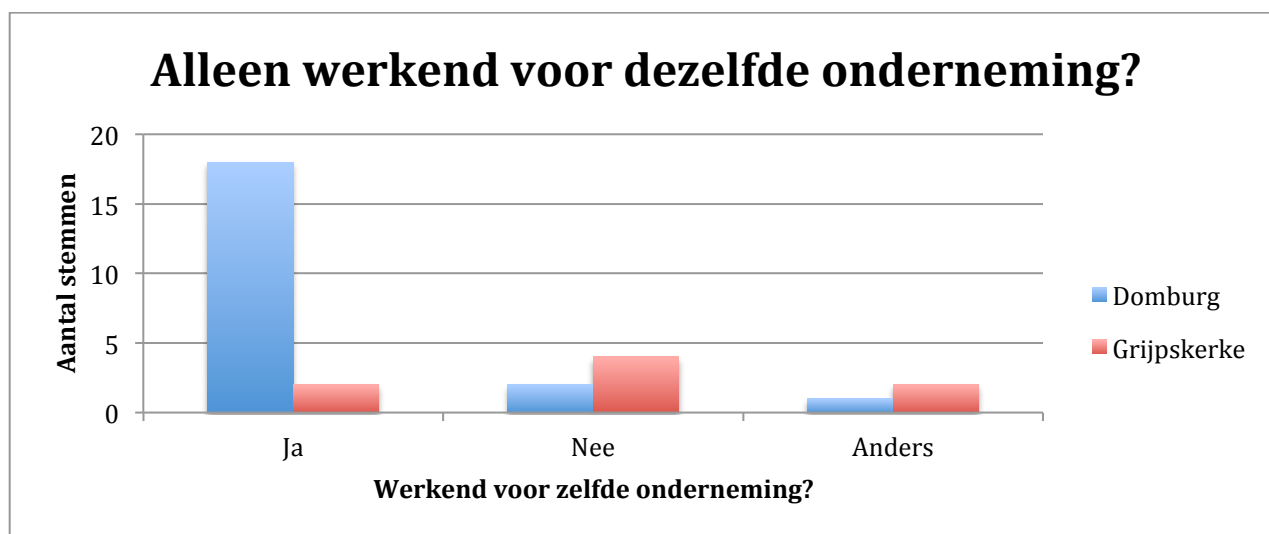
Tabel 8. Seizoensgebonden openingstijden.

Seizoensgebonden openingstijden	Domburg Stemmen:	Grijskerke Stemmen:
Ja, in drukste maanden langer geopend	10	2
Nee, hele seizoen zelfde openingstijden	9	7
Niet hierboven genoemd, anders.	3	0

Naast wat de ondernemers beschouwen als drukste maanden en de seizoensgebonden openingstijden is er onderzocht of de ondernemingen het gehele jaar door hetzelfde aantal personeelsleden in dienst hebben of in bepaalde maanden meer personeelsleden inzet. Hier kwamen de gegevens weergegeven in tabel 9 uit. Duidelijk is dat bij beide plaatsen de meerderheid van de ondernemingen in sommige maanden meer personeelsleden in dienst nemen. In grafiek 4 is zichtbaar of de personeelsleden voor één onderneming werken of meer. Opvalt dat in Domburg 18 stemmen op ‘ja’ zijn, dit kan verklaart worden doordat in Domburg veel werk is in het hoogseizoen en hier veel mensen een vakantiebaantje hebben.

Tabel 9. Personeelsleden onderneming.

Heeft onderneming in bepaalde maanden meer personeel nodig?	Domburg Stemmen:	Grijpskerke Stemmen:	Totaal Stemmen
Ja, in sommige maanden meer personeelsleden	19	6	25
Nee, zelfde aantal gehele jaar door	3	3	6



Grafiek 4. Werk personeelsleden.

Volgens Butler (2001) zorgt toerisme voor problemen inzake het houden van voltijdse medewerkers. Dit kan inderdaad verklaard worden door seizoensgebonden toerisme. Zoals uit de resultaten bleek is het voor de meeste ondernemers slechts 5 tot 8 maanden in het jaar druk, daarnaast zei het overgrote deel van de ondernemingen in sommige maanden meer personeelsleden in dienst te hebben. Dit personeel is hard nodig in de hoogseizoen maanden, maar in de laagseizoen maanden is er zo weinig werk, dat ze niet al het personeel kunnen behouden. Zo is er in de drukke maanden sprake van, zoals Butler (2001) omschreef, over-benutting van de faciliteiten. Dit sluit aan bij wat een anonieme ondernemer schreef als opmerking in de enquête:

“Domburg lijkt soms te klein voor het aantal mensen dat er verblijft. ”

Butler (2001) kaartte ook aan dat toerisme kan leiden tot onderbenutting in de laagseizoen maanden. Op de vraag of de ondernemers in beide plaatsen behoefte hebben aan meer of minder toerisme kwamen de resultaten uit tabel 10. Duidelijk zichtbaar is dat in Grijpskerke bijna iedereen stemt op behoefte aan meer toerisme naar de plaats. In Domburg is het meer in evenwicht met mensen die meer willen en met mensen die vinden dat het aantal toeristen naar de plaats voldoende is.

Tabel 10. Behoefte aan meer of minder toeristen.

Behoefte aan meer of minder toerisme	Domburg Stemmen:	Grijpskerke Stemmen
Meer	12	8
Minder	0	0
Het is goed zo	10	1

4.3 Discussie

Uit het onderzoek kwamen redelijk eenduidige resultaten. Het is duidelijk geworden dat toerisme belangrijk is voor de ondernemers in Domburg en Grijpskerke en dat voornamelijk de ondernemers uit Domburg afhankelijk zijn van toerisme. Dit kan verklaard worden door logisch redeneren; Domburg is een badplaats, ingericht en al decennia lang in gebruik als toeristische bestemming. Grijpskerke daarentegen is een dorp landinwaarts waar toerisme vooral een rol speelt doordat Domburg er in de buurt ligt en Grijpskerke mee profiteert van de toeristen die komen.

Verder kwam toerisme vooral naar voren als een ‘blessing’ voor de ondernemers in beide plaatsen. Vanuit de ondernemers gezien ook logisch aangezien de toeristen bijdragen aan de omzet van de ondernemers. Dit sluit ook aan bij de ‘split opinion’ onder de bevolking, het toerisme is voordelig voor mensen die in de toerisme industrie werken en kan nadelig zijn voor andere lokale bewoners (Coppock, 1977). Er kwamen echter niet alleen positieve effecten in het model van Hall & Page (1999) naar voren, zo werd verhoogde criminaliteit bijvoorbeeld als negatief effect genoemd. Uit het onderzoek kwamen meer positieve- dan negatieve effecten naar voren, maar mochten er meer negatieve effecten zijn dan is de kans aanwezig dat toerisme alsnog als een ‘blessing’ gezien zou worden omdat positieve effecten vaak als belangrijker worden geacht (Hudson, 1990).

Seizoensgebonden toerisme beïnvloedt de tertiaire sector op verschillende manieren. Dit sluit aan bij de onevenwichtigheid van toerisme (Butler, 2001). De problemen van de ondernemers die naar voren kwamen zorgen er dus voor dat toerisme op vele fronten niet geaccepteerd wordt als rendabele economische activiteit (Butler, 2001). Er is tussen Domburg en Grijpskerke echter geen groot verschil in de seizoensgebondenheid te vinden, dit is te verklaren door het feit dat de plaatsen allebei afgelegen- en dichtbij elkaar liggen. Het ruimtelijke aspect speelt hier dus geen belangrijke rol, alleen dat Domburg aan de kust ligt en Grijpskerke niet (Butler, 1973). Seizoensgebondenheid kan misschien deels gezien worden als oorzaak van de verschillende ‘curses’ van toerisme voor ondernemers. Seizoensgebondenheid zorgt er bijvoorbeeld voor dat ondernemers in verschillende seizoenen andere aantallen personeelsleden in dienst moeten nemen, en zo speelt de seizoensgebondenheid op nog andere fronten een negatieve factor.

Opvallend, maar logisch tegelijk, is ook dat geen van de ondernemers aangeeft behoefte te hebben aan minder toerisme. Dit is logisch aangezien de ondernemingen, bijna

allemaal, veel omzet halen uit het toerisme. Wel geven verschillende ondernemers aan dat er meer toerisme welkom is in de minder drukke maanden, dit heeft te maken met de onderbenutting van faciliteiten in de laagseizoen maanden (Butler, 2001).

5. Conclusies, aanbeveling, reflectie

5.1 Conclusies

Het doel van dit onderzoek was inzichtelijk maken wat de invloed van toerisme op de tertiaire sector in Domburg en Grijskerke is. Om hier achter te komen zijn de verschillende deelvragen behandeld. Om antwoord te geven op de deelvraag die betrekking had op de vraag in hoeverre de ondernemingen uit de tertiaire sector van de twee plaatsen afhankelijk zijn van toerisme, werd gekeken naar verschillende aspecten. Zo kwam uit alle drie de onderzoeken (inzake het klantenbestand, de omzet verdient aan toeristen, en het bestaansrecht van de onderneming) naar voren dat het toerisme een belangrijke rol speelt. Het werd duidelijk dat vooral de ondernemingen uit Domburg erg afhankelijk zijn van toerisme, de ondernemingen in Grijskerke ook wel, maar in mindere mate. De ondernemers uit beide plaatsen beoordeelde het belang van toerisme voor de onderneming dan ook redelijk hoog.

Om te onderzoeken of ondernemers uit de tertiaire sector de komst van toerisme als een ‘curse’ of als een ‘blessing’ ervaren werd gebruik gemaakt van de zes dimensies van Hall & Page (1999). Deze gaat normaal over de effecten van toerisme op de lokale bevolking maar in het onderzoek is deze gebruikt voor de effecten van toerisme op de ondernemers. Hieruit kwamen meer positieve- dan negatieve effecten, waaruit de conclusie getrokken kan worden dat het toerisme door de ondernemers als een ‘blessing’ wordt ervaren. En ook al zouden er evenveel positieve- als negatieve effecten uitgekomen zijn, dan werd het toerisme, net zoals in Broome, Australië (Hudson, 1990), waarschijnlijk alsnog als een ‘blessing’ gezien. Dit omdat de positieve effecten van toerisme vaak als belangrijker worden gezien dan de negatieve effecten.

Vervolgens werd onderzocht hoe de tertiaire sector beïnvloedt wordt door de seizoensgebondenheid van toerisme. Gekeken werd of ondernemingen in het jaar bepaalde drukke maanden hebben, of de ondernemingen seizoensgebonden openingstijden hanteren en of ze in bepaalde maanden meer personeelsleden inzetten. De resultaten hiervan lieten zien dat elk van deze aspecten op een bepaalde manier beïnvloedt wordt door toerisme. Domburg maakte meer dan Grijskerke gebruik van het in dienst nemen van tijdelijk personeel, alsmede het hanteren van seizoensgebonden openingstijden. Dit voorgaande neemt echter niet weg dat de bedrijfsvoering van ondernemingen in beide plaatsen onderhevig is aan de seizoensinvloeden. Dit sluit aan bij Butler’s (2001) onevenwichtigheid van toerisme.

Aan de hand van deze argumenten kan geconcludeerd worden dat de invloed van toerisme op de tertiaire sector in Domburg een stuk groter is dan in Grijskerke. Een aanzienlijk deel van de ondernemers in Domburg gaf ook aan met geen- of minder toerisme geen bestaansrecht te hebben. Domburg heeft daarnaast meer toeristische voorzieningen en is dan ook een stuk afhankelijker van toerisme dan Grijskerke. Het toerisme in Domburg maar ook in Grijskerke heeft voor de tertiaire sectoren in beide plaatsen dan ook veel positieve effecten en kan als een ‘blessing’ gezien worden.

5.2 Aanbeveling

Het plan was om op basis van de bezettingsgraad van toeristische overnachtingen van Domburg en Grijskerke te onderzoeken wat de invloed van toerisme op de tertiaire sector in die plaatsen zou zijn. De bezettingsgraad van de twee plaatsen is echter niet bekend.

Interessant om te onderzoeken zou zijn, op basis van de werkelijke bezettingsgraad cijfers en de gegevens over het aantal inwoners van de plaatsen, welk aandeel de toeristen hebben in de inkomsten van ondernemingen in de tertiaire sector. Zou de grootte van dit aandeel afhankelijk zijn van het aantal toeristen in vergelijking met het aantal lokale bewoners? Of zou dit te maken hebben met het uitgavepatroon van toeristen omdat verwacht wordt dat mensen op vakantie meer geld uitgeven? Dit was met de beschikbare gegevens helaas niet mogelijk om te onderzoeken en vergt diepere onderzoeksmethodes en informatie.

5.3 Reflectie

Tijdens het onderzoek werd al snel duidelijk dat het een zeer breed onderwerp was. Omdat onderzoeken door middel van de bezettingsgraad niet mogelijk bleek te zijn, heb ik de focus gelegd op ‘curses’ en ‘blessings’ van toerisme. Het onderzoek was echter zeer breed opgesteld en in de enquête zijn ook veel verschillende kanten van het onderwerp belicht. Hierbij had ik beter de focus kunnen leggen op bepaalde delen van de ‘curses’ en ‘blessings’, deze had ik dan dieper en beter kunnen onderzoeken. Door het grote aantal enquête vragen konden deze niet allemaal even goed behandeld worden.

Daarnaast was het een onderzoek gebaseerd op twee redelijk kleine plaatsen. Dit leidde tot een klein aantal cases waardoor de resultaten niet gegeneraliseerd kunnen worden maar slechts gebruikt worden voor de twee plaatsjes zelf.

Het schrijven van dit onderzoek was leerzaam, er moesten veel verschillende onderzoeksmethodes gebruikt worden en achteraf gezien was het leuk om dit allemaal in één onderzoek toe te passen.

Literatuur

- Butler, R. W. (1973). *Tourism in the Highlands and Islands*. PhD thesis, University of Glasgow.
- Butler, R. W. (2001). Seasonality in tourism: Issues and implications. *Seasonality in tourism*, 5-21.
- Butler, R. W. & Mao, B. (1996). Seasonality in tourism: Problems and measurement. In P. E. Murphy (ed.) *Quality Management in Urban Tourism* (pp. 9-23). Chichester: John Wiley and Sons.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (01-03-2017). *Kerncijfers wijken en buurten 2016*. Geraadpleegd op 04-04-2017 via <http://statline.cbs.nl/>. Den Haag/Heerlen.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (25-04-2017). *Logiesaccommodaties; gasten, overnachtingen, bezettingsgraad, kerncijfers*. Geraadpleegd op 14-05-2017 via <http://statline.cbs.nl/>. Den Haag/Heerlen.
- Centraal Bureau voor de statistiek (16-09-2016). *Bevolking; geslacht, leeftijd, burgerlijke staat en regio, 1 januari*. Geraadpleegd op 04-04-2017 via <http://statline.cbs.nl/>. Den Haag/Heerlen.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (21-12-2015). *Demografische kerncijfers per gemeente 2015*. Geraadpleegd op 24-05-2017 via <https://www.cbs.nl/nl-nl/publicatie/2015/52/demografische-kerncijfers-per-gemeente-2015>. Den Haag/Heerlen.
- Centraal Bureau voor de statistiek (07-03-2014). *Waddeneilanden meest toeristische gemeenten*. Geraadpleegd op 24-05-2017 via <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2014/10/waddeneilanden-meest-toeristische-gemeenten>. Den Haag/Heerlen.
- Coppock, J. T. (Ed.). (1977). *Second homes: Curse or blessing?*. Pergamon.
- De Jonge, C., Gijsbertse, H., & Goossen, C. M. (2008). *De gevolgen van klimaatverandering voor recreatie en toerisme: kansen voor de recreatiesector*. Stichting Recreatie.
- Deller, S. C., Marcouiller, D. W., & Green, G. P. (1997). Recreational housing and local government finance. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 687-705.
- Domburg.com (24-03-2014). *Officiële erkenning van Domburg als "heilzame zeebadplaats"*. Geraadpleegd op 04-04-2017 via <http://domburg.com/nl/forum/682/officiële-erkenning-van-domburg-als-heilzame-zeebadplaats-.html>. Domburg.
- Domburg.com (2017). *Overnachten*. Geraadpleegd op 14-05-2017.
- Flowerdew, R. & Martin, D. (2005). *Methods in Human Geography. A guide for students doing a research project*. 2nd edition. Essex: Pearson Education Limited.
- Gallent, N. (2007). Second homes, community and a hierarchy of dwelling. *Area*, 39(10), 97-106.
- Grijskerke.info (2017). *Vakantie verblijf in Grijskerke*. Geraadpleegd op 14-05-2017.

- Hall, C. M. (1995). *Introduction to Tourism in Australia*. 2nd edn. South Melbourne: Longman Australia.
- Hall, C. M. & Page, S. J. (1999). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. Routledge.
- Hartmann, R. (1986). Tourism, seasonality and social change. *Leisure Studies*, 5(1), 25-33.
- Hudson, P. (1990). *Structural changes in three small north-western Australian communities: the relationship between development and local quality of life*. Paper presented at Annual Conference of Regional Science Association, Australian and New Zealand section. Perth.
- Müller, D. K., Hall, C. M., & Keen, D. (2004). Second home tourism impact, planning and management. *Tourism, mobility and second homes: Between elite landscape and common ground*, 15-32.
- Müller, D. K., & Hoogendoorn, G. (2013). Second homes: Curse or blessing? A review 36 years later. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 13(4), 353-369.
- Mullins, P. (1990). Tourist cities as new cities: Australia's Gold Coast and Sunshine Coast. *Australian Planner*, 28(3), 37-41.
- Nelson, F. (2012). Blessing or curse? The political economy of tourism development in Tanzania. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 359-375.
- Northey, M. & Tepperman, L. (2007). *Making sense. A student's guide to research and writing. Social Sciences*. Don Millis: Oxford University Press.
- NRIT Media, CELTH, NBTC Holland Marketing (2016). *Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd*. Den Haag/Heerlen: NRIT Media.
- Stadsraad Domburg (13-10-2016). *Stadsraad in Klapbank – Oktober 2016*. Geraadpleegd op 05-06-2017 via <http://www.stadsraaddomburg.nl/nieuws/stadsraad-in-klapbank-oktober-2016/>. Domburg.
- Walcherse Archeologische Dienst (WAD) (2010). *Historie*. Geraadpleegd op 04-04-2017 via <http://www.archeologiewalcheren.nl/archeologie/historie.htm>. Middelburg.
- Wilkinson, S. (2008). Cuba's Tourism 'Boom': a curse or a blessing?. *Third World Quarterly*, 29(5), 979-993.
- Wolfe, R. I. (1977). Summer-cottages in Ontario: Purpose-built for an inessential purpose. In J. T. Coppock (Ed.), *Second homes: Curse or blessing?* (pp. 17-33). Oxford: Pergamon.

Bijlage 1a – Enquêtebrief

Geachte respondent,

Mijn naam is Pim van Reekum, ik studeer Sociale Geografie & Planologie aan de faculteit Ruimtelijke Wetenschappen van de Rijksuniversiteit Groningen. In het kader van mijn bachelorscriptie doe ik onderzoek naar de effecten van toerisme op de tertiaire sector in Domburg en Grijpskerke. De resultaten die uit het onderzoek komen zal ik analyseren in mijn bachelorscriptie.

Bij deze zou ik daarom uw medewerking willen vragen door het invullen van een enquête. De enquête bestaat uit 23 vragen en neemt zo'n 5 a 10 minuten tijd in beslag. De onderwerpen die in de enquête naar voren komen betreffen seizoensgebonden toerisme, invloed van toerisme op onderneming en wat algemene vragen. Voor u is het belangrijk om te weten dat de privacy van de geënquêteerde wordt gewaarborgd en dat de uitkomsten van het onderzoek alleen worden gebruikt voor wetenschappelijke doeleinden. U kunt, mocht u de enquête niet willen afronden, ten aller tijden stoppen.

U kunt ervoor kiezen de enquête anoniem in te vullen of niet. Daarnaast kunt u aangeven of u geïnteresseerd bent in de resultaten van het onderzoek, deze kunnen dan naar u gemaild worden.

Ik hoop u zo voldoende geïnformeerd te hebben en hoop op uw medewerking.

M.v.g. Pim van Reekum

Bijlage 1b – Enquête

1. Hoeveel maanden in het jaar beschouwd u als de drukste maanden voor de onderneming?
(En wat zijn deze drukste maanden?)
 1 maand 4 maanden 7 maanden 10 maanden
 2 maanden 5 maanden 8 maanden 11 maanden
 3 maanden 6 maanden 9 maanden 12 maanden
.....
2. Wat is de drukste maand en wat is de rustigste maand voor de onderneming? (Eerst drukste maand, dan rustigste maand).
.....
3. Wat zijn volgens u de voornaamste redenen dat het in deze maanden drukker / rustiger is voor de onderneming?
.....
.....
4. Heeft de onderneming seizoensgebonden openingstijden?
 Ja, in de drukste maand(en) zijn we langer geopend.
 Nee, de onderneming heeft het hele seizoen dezelfde openingstijden.
 Niet hierboven genoemd, maar:
5. Indien van toepassing, heeft de onderneming in bepaalde maanden meer personeel nodig?
 Nee, zelfde aantal personeelsleden het gehele jaar.
 Ja, in sommige maanden werken er meer personeelsleden.
Zo ja, kunt u hier aangeven in welke maanden er meer personeelsleden werken?
.....
6. Werken u en uw personeel het hele jaar alleen voor deze onderneming, of verrichten jullie ook andere werkzaamheden? (Bijvoorbeeld: nog een andere baan in het laagseizoen).
 Ja, ik (en mijn personeel) werk(-en) alleen voor deze onderneming.
 Nee, ik verricht ook andere werkzaamheden.
 Nee, mijn personeel verricht ook andere werkzaamheden.
 Anders, namelijk:
7. Als er minder- tot geen toeristen naar de plaats zouden komen, heeft de onderneming dan nog bestaansrecht hebben?
 Ja Nee Weet ik niet Ja/Nee, waarom wel/niet?:.....
.....

8. (8a en 8 b). Hoe ziet het klantenbestand van de onderneming er in de drukste en rustigste maand van het jaar uit?

Drukste maand:

Rustigste maand:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Voornamelijk vaste klanten | <input type="checkbox"/> Voornamelijk vaste klanten |
| <input type="checkbox"/> Voornamelijk toeristen | <input type="checkbox"/> Voornamelijk toeristen |
| <input type="checkbox"/> Evenveel vaste klanten als toeristen | <input type="checkbox"/> Evenveel vaste klanten als toeristen |
| <input type="checkbox"/> Meer vaste klanten dan toeristen | <input type="checkbox"/> Meer vaste klanten dan toeristen |
| <input type="checkbox"/> Meer toeristen dan vaste klanten | <input type="checkbox"/> Meer toeristen dan vaste klanten |
| <input type="checkbox"/> Anders, namelijk: | |

9. Komen de toeristen voornamelijk uit het binnenland of uit het buitenland? (Kruis uw keuze in het hokje aan). Uit welke 3 landen komen de buitenlandse toeristen voornamelijk:
1. 2. 3.

10. Welk percentage van uw klanten is toerist? Omcirkel antwoord voor de drukste maand en zet een kruisje voor rustigste maand.

- | | | | | |
|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0-10% | <input type="checkbox"/> 10-20% | <input type="checkbox"/> 20-30% | <input type="checkbox"/> 30-40% | <input type="checkbox"/> 40-50% |
| <input type="checkbox"/> 50-60% | <input type="checkbox"/> 60-70% | <input type="checkbox"/> 70-80% | <input type="checkbox"/> 80-90% | <input type="checkbox"/> 90-100% |

11. Welk deel van uw jaarlijkse omzet van de onderneming, haalt u denkt u uit toeristen?

- | | | | | |
|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0-10% | <input type="checkbox"/> 10-20% | <input type="checkbox"/> 20-30% | <input type="checkbox"/> 30-40% | <input type="checkbox"/> 40-50% |
| <input type="checkbox"/> 50-60% | <input type="checkbox"/> 60-70% | <input type="checkbox"/> 70-80% | <input type="checkbox"/> 80-90% | <input type="checkbox"/> 90-100% |

12. Omcirkel de maand in welke u het meest verdient aan toeristen, zet een kruisje voor de maand in welk u het minst verdient aan toeristen:

- | | | | |
|-----------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Januari | <input type="checkbox"/> April | <input type="checkbox"/> Juli | <input type="checkbox"/> Oktober |
| <input type="checkbox"/> Februari | <input type="checkbox"/> Mei | <input type="checkbox"/> Augustus | <input type="checkbox"/> November |
| <input type="checkbox"/> Maart | <input type="checkbox"/> Juni | <input type="checkbox"/> September | <input type="checkbox"/> December |

13. Is het toerisme in de afgelopen 0-5 jaar toegenomen in de plaats?

- Ja, het toerisme is zichtbaar toegenomen.
 Het toerisme is ongeveer hetzelfde gebleven.
 Nee, het is minder geworden.
 Ik weet niet of het toerisme in de afgelopen 0-5 jaar is toegenomen.

14. Als je het belang van de toeristen voor de onderneming zou moeten beoordelen, welk cijfer zou u dat dan geven en waarom?:

1. Heel onbelangrijk 2. Onbelangrijk 3. Neutraal 4. Belangrijk 5. Heel belangrijk

Cijfer: want:

15. Heeft u behoefte aan meer / minder (omcirkel juiste) toeristen in de plaats?

Licht uw keuze toe:

16. A: Wat zijn positieve gevolgen van toerisme in de plaats:

.....

B: Wat zijn negatieve gevolgen van toerisme in de plaats:.....

.....

17. Op welke manier kan, volgens u, het toerisme in de plaats verbeterd worden?

.....

.....

18. Wat is uw geslacht?: M / V / Anders (Omcirkel uw keuze)

19. Wat is uw leeftijd? jaar

20. Hoe heet de betreffende onderneming?:

21. In welke plaats is de onderneming gevestigd?:.....

22. Hoe lang bent u al werkzaam bij deze onderneming?: jaar

23. Hoe lang bestaat de onderneming al in deze plaats?:

0-2 jaar

2-4 jaar

4-6 jaar

6-8 jaar

8-10 jaar

Langer dan 10 jaar

Heeft u zelf nog een opmerking?

.....

Einde enquête, bedankt voor uw medewerking!

Enquête afgenomen door: Pim van Reekum, Rijksuniversiteit Groningen

Voor vragen of meer informatie kunt u mailen naar: j.w.l.van.reekum@student.rug.nl

Bijlage 2 – uitkomsten tabel Hall & Page

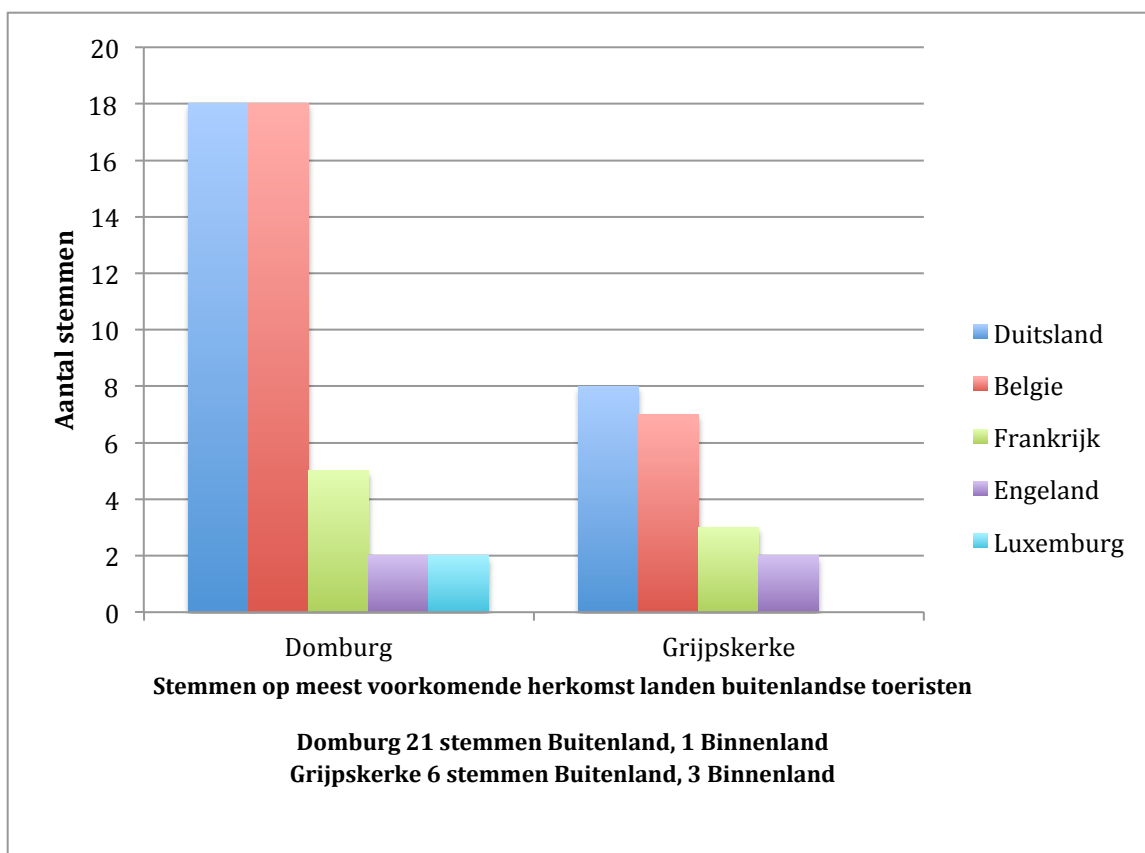
Tabel 11a. Soorten en frequentie positieve effecten van toerisme.

Soort positieve effecten ↓	Domburg:	Grijpskerke:	Totaal:
Voorzieningen/faciliteiten (+Onderhoud)	10	5	15
Gezelligheid/Levendigheid	4	3	7
Bekendheid	2	0	2
Werkgelegenheid	4	2	6
Inkomsten/omzet	5	2	7
Totaal:	25	12	37

Tabel 11b. Soorten en frequentie negatieve effecten van toerisme.

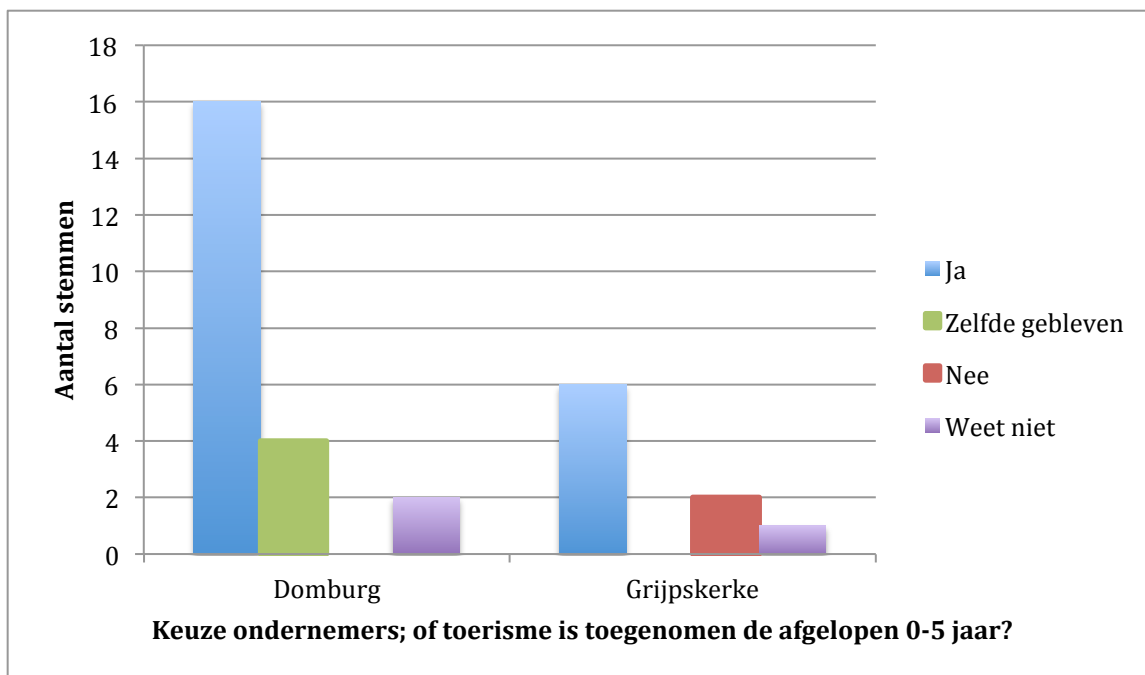
Soort negatieve effecten ↓	Domburg:	Grijpskerke:	Totaal:
Druk met parkeren/druk verkeer	9	4	13
Inflatie	2	0	2
Druk in het algemeen	10	5	15
Criminaliteit	2	0	2
Milieuschade	2	0	2
Totaal:	25	9	34

Bijlage 3 – Toeristen uit binnen- of buitenland, welke buitenland?



Grafiek 5.

Bijlage 4 – Toename toerisme volgens ondernemers



Grafiek 6. Toename toerisme.

Bijlage 5 – Antwoorden ondernemers en verantwoording

Positieve gevolgen toerisme voor de plaats

Res = Respondent

+ kleuren die betrekking hebben op dimensies (kunnen twee kleuren per dimensie zijn).

Economische dimensie, Toeristisch-commerciële dimensie, Sociaal-culturele dimensie.

Domburg:

Res 1: Meer gezelligheid

Res 2: Faciliteiten voor bewoners en toeristen.

Res 3: Het dorp word goed onderhouden en er zijn voldoende voorzieningen voor de vaste bewoners. Scholen en winkels.

Res 4: Meer mensen die komen

Res 5: Voorzieningen, investeringen, werkgelegenheid, inkomsten, verhuur.

Res 6: gezellige sfeer.

Res 7: werkgelegenheid, voorzieningen, winkelbestand, restaurants, vergrijzing tegen gaan.

Res 8: Goede en gezinde economie.

Res 9: werkgelegenheid, gezelliger.

Res 10: meer omzet/inkomsten, drukker, meer medewerkers aan je binden.

Res 11: werkgelegenheid in de regio, investeren in fraaiere voorzieningen bij bedrijven en openbare ruimten, betere kwaliteit horeca en winkels, sterkere financiële positie gemeente en provincie, sterkere rol VVV in advies activiteiten, kansen voor ambachtelijke ondernemers in de regio

Res 12: Meer bekendheid en inkomsten voor Domburg.

Res 13: drukte, economische bloei, beter onderhoud voorzieningen

Res 14: het bruist in domburg

Res 15: economische groei

Res 16: Beter winkels, horeca en andere voorzieningen, inkomsten voor de gemeente (parkeergelden)

Res 17: Het bestaansrecht van de supermarkt en andere voorzieningen :)

Res 18: Hierdoor kunnen wij, en nieuwe voorzieningen, ons hier vestigen.

Res 19: Bekendheid, goed werkende plaatselijke economie.

Res 20: Inkomsten, groot klanten bestand.

Res 21: lijkt me helder

Res 22: Meer mogelijkheden. Meer voorzieningen.

Grijpskerke:

Res 1: Bankjes, picknickplekken, zorgt voor meer voorzieningen, of behoud van voorzieningen!

Res 2: Rust plaatsen, bezienswaardigheden het behoud van de supermarkt

Res 3: iets meer ondernemingen en voorzieningen. Meer werkgelegenheid voor bevolking

Res 4: Marginaal

Res 5: Levendigheid, aanwezigheid faciliteiten.

Res 6: Gezelliger dorp, en gemeente doet meer als het toeristische seizoen begint heb ik het idee.

Res 7: Levendiger, meer inkomsten, meer faciliteiten.

Res 8: werkgelegenheid

Res 9: inkomen

Negatieve gevolgen toerisme voor de plaats

+ kleuren die betrekking hebben op dimensies (kunnen twee kleuren per dimensie zijn).

Economische dimensie, Toeristisch-commerciële dimensie, Sociaal-culturele dimensie, Fysieke en milieu dimensie.

Domburg:

Res 1: Druk verkeer

Res 2: Meer criminaliteit

Res 3: Druk met parkeren in de zomer. En veel auto's op de weg die langzaam rijden

Res 4: Alle drukte in 1 keer

Res 5: hoge prijzen, hoge kosten, parkeerplaatsen, drukte in het algemeen.

Res 6: te druk, parkeren, terrasjes

Res 7: drukte in straten, parkeerplaatsen.

Res 8: Zou niet weten

Res 9: geen

Res 10: nvt

Res 11: parkeerproblematiek voor bewoners en toeristen, tijdelijk blokkeren van kleine straten door horeca-leveranciers, zwerfafval op land en strand, veiligheid op straat, beperkte mate van vandalisme/criminaliteit

Res 12: Zeer druk in bepaalde periodes

Res 13: Druk

Res 14: Overloaded

Res 15: Zeer druk, minder ruimte voor de eigen bevolking

Res 16: Druk. Parkeerproblemen.

Res 17: Te weinig parkeerplaatsen en voor de vakantiegangers wat weinig plaats op terras of in restaurant

Res 18: Overvol in het hoogseizoen, Domburg is te klein voor het aantal mensen dat er verblijft.

Res 19: Hoge prijzen, alles wordt duurder.

Res 20: Druk, ben hier in de eerste plaats komen wonen voor m'n rust

Res 21: die zijn er niet

Res 22: Geen parkeer gelegenheid. Milieuvuiling. Lokalen vinden het minder prettig

Grijpskerke:

Res 1: Meer verkeer, drukker bij voorzieningen.

Res 2: Langere wachttijden, meer verkeer op de weg

Res 3: wel eens druk voor eigen bevolking

Res 4: Geen idee.

Res 5: Idem. Er zijn vrijwel geen verblijfstoeristen, alleen passanten.

Res 6: Druk doorgaan verkeer

Res 7: Minder rust door drukte. Verkeer zal 's zomers vaker vaststaan.

Res 8: Druk en chaos

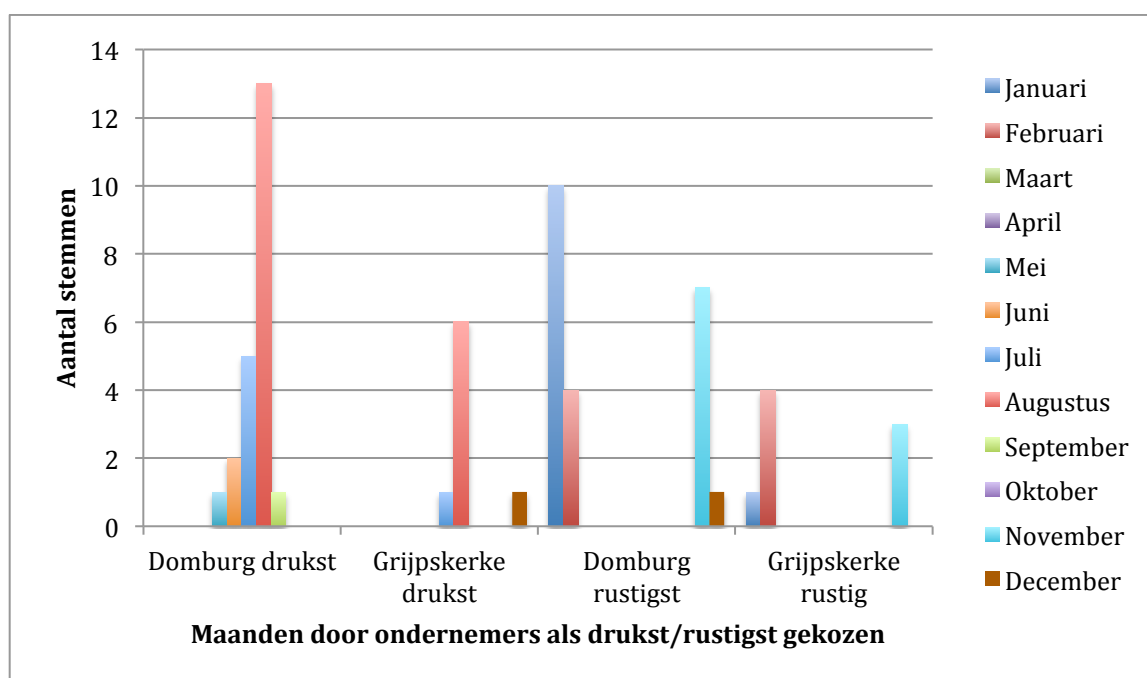
Res 9: Druk

Bijlage 6 – Aantal maanden druk voor ondernemingen

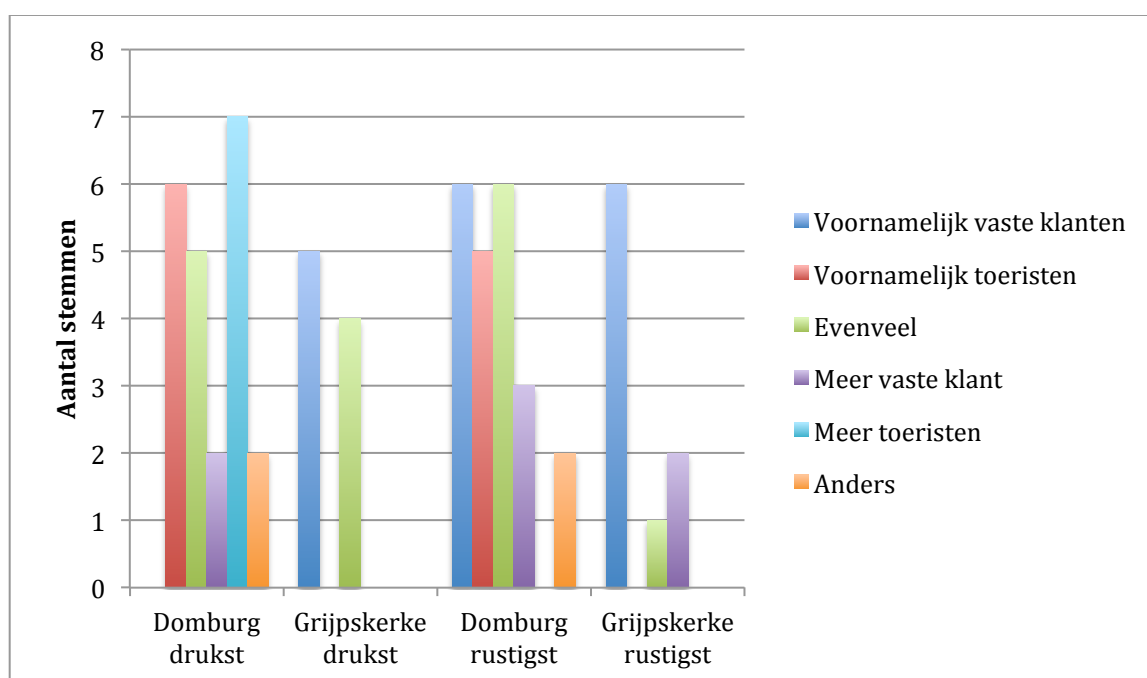
Tabel 7. Aantal maanden druk.

Aantal maanden druk in het jaar ↓	Domburg Stemmen:	Grijpskerke Stemmen:
1 maand	0	1
2 maanden	0	0
3 maanden	0	0
4 maanden	1	0
5 maanden	4	4
6 maanden	5	3
7 maanden	5	0
8 maanden	4	0
9 maanden	2	0
10 maanden	0	0
11 maanden	1	0
12 maanden	0	1

Bijlage 7 – Drukste/rustigste maanden voor ondernemers en klantenbestand in deze maanden.



Grafiek 7. Maanden drukst/rustigst.



Grafiek 8. klanten bestand drukste/rustigste maand.