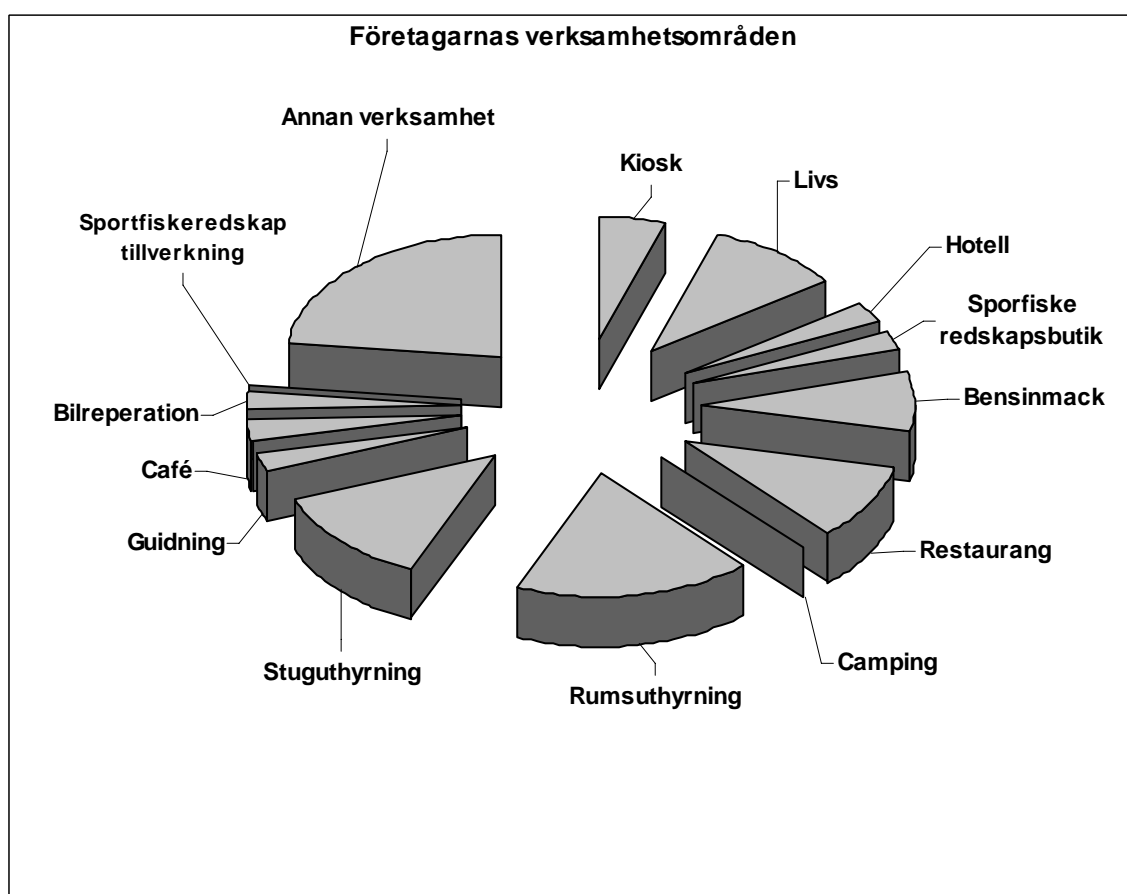


# Sportfisket och den lokala ekonomin

En undersökning av företagare i Mörrumsbygden



av

Robin Hiltunen och Tomas Klevfors

samt

Erik Erlandson - Hammargren  
Fil.dr, kursansvarig lärare

## Innehållsförteckning

I. Sammanfattning.....	3
II. Inledning.....	3
III. Metodik.....	4
V. Resultat.....	5
1. Andelen män och kvinnor som besvarat enkäten.....	5
2. Ålder?.....	5
3. Hur många år har du drivit ditt företag / din verksamhet?.....	5
4. Vilken typ av verksamhet driver du/ditt företag?.....	6
5. Hur många anställda har ditt företag nu? Varav deltidsanställda? Säsongsanställda?.....	6
6. Hur har din verksamhet utvecklats under 2000-talet jämfört med det bästa året under 1990-talet? (Om nystartad verksamhet - beskriv de år den funnits).....	7
7 a. När ungefär började minskningen/ökningen?.....	11
7 b.....	11
8. Hur mycket av minskningen/ökningen beror på fisketurismen?.....	12
(Minskning och ökning avser i detta fall omsättningen).....	12
8 a. Minskning.....	12
8b. Ökning.....	12
9a. Har du fått säga upp personal under de senaste två åren?.....	13
9b. Om ja, hur många?.....	13
10. Beror uppsägningarna på minskad fisketurism?.....	13
11a. Har du behövt anställa personal de senaste två åren?.....	13
11b. Om ja, hur många?.....	13
12. Beror anställningarna på ökad fisketurism?.....	14
13. Från vilka länder kommer ”sportfiskekunderna” främst?.....	14
14. Från vilka länder har kunderna under de senaste två åren ökat mest?.....	14
15. Från vilka länder har kunderna under de senaste två åren minskat mest?.....	14
16. Hur uppfattar Du nedanstående påståenden?.....	15
A. Sportfiskekunderna är nöjda med:.....	15
B. Sportfiskekunderna är missnöjda med:.....	15
Fråga 16 i diagramform:.....	16
V. Övriga synpunkter.....	17
VI. Diskussion.....	17

## **I. Sammanfattning**

I december 2006 fick Vatten- och fiskevårdslinjen vid Blekinge läns folkhögskola av Kronolaxfisket i Mörrum i uppdrag att utreda om eventuella förändringar i den lokala ekonomin i Mörrumsbygden kunde kopplas till den minskning av fiskekortsförsäljningen som kunnat skönjas under senare tid. Eftersom tidsmarginalerna var snäva – arbetet förväntades vara klart under februari-mars 2007, erhöll undersökningen en relativt slimmad design.

En enkät utarbetades och skickades, efter godkännande av Kronolaxfiskets ledning, under januari månad ut till ett antal företagare, genom Kronolaxfiskets försorg förteckande på en lista.

Svarsprocenten blev relativt låg, knappt 50 procent. Detta ger undersökningen ett relativt lågt förklaringsvärde.

Bilden av utvecklingen av företagen i Mörrumsbygden är mångfacetterad. Detta beror dels på den metod med diversifiering av verksamheten som många företagare av tradition använder för att möta vikande efterfrågan på varor och tjänster och dels på varierande grad av beroende till den direkta sportfisketurismen.

Företag som är starkt beroende av sportfisketurism har sannolikt tappat mellan 30 och 50 % under den senaste tioårsperioden, medan företag med svag koppling till sportfisketurism i många fall redovisar en, om än svag, ökning.

## **II. Inledning**

Mörrum är en tätort i Blekinge län som tillhör Karlshamns kommun. Där bor ca 3 700 invånare. Orten är sedan länge känt för sitt fiske. Redan år 1231 skrivs det om fisket i Valdemar II:s jordebok då detta tillhörde Kronan. För använde man olika fällor och redskap för att fånga Mörrumslaxen, och senare har man använt s.k. laxkar, håv, laxnot och laxgarn. Men numera är allt yrkesfiske i ån nedlagt och ersatt med sportfiske.

Mörrum är idag vida känt för sitt lax- och havsöringsfiske och är ett av Sveriges största turistmål inom detta område.

1991 utgavs undersökningen *Sportfiskets ekonomiska värde – en undersökning av Domänverkets Kronolaxfiske i Mörrum* av Erik Erlandson-Hammargren, Bengt Carlsson, Mikael

Hedenskog och Sigvard Johnson. Detta var en enkätundersökning som skickades ut år 1990 till 500 sportfiskare som löst fiskekort i Mörrumsån under säsongen 1989. Enkäten gav ett resultat som visade att det ekonomiska värdet av fisket i Mörrumsån under en säsong uppgick till ca 18 miljoner SEK som spenderades i Mörrum med omnejd. Dessutom visades det att en säsong är ca 20700 fiskedagar fördelat på ca 4600 fiskare.

I en IMU-undersökning redovisades att ca 400 000 - 500 000 turister besöker Kronolaxfisket i Mörrum varje år, sannolikt pga. det rykte som orten erhållit genom sitt kända laxfiske. Inräknas dessa turister i totalsumman, ökar intäkterna från turismen till över 50 milj. per år.

På senare år har Domänverket sett att fiskekortsförsäljningen har förändrats. I december 2006 kontaktades Vatten- & Fiskevårdslinjen på Blekinge Läns Folkhögskola av Kronolaxfisket för att utföra ett uppdrag angående en undersökning av den lokala ekonomin. Undersökningen 1989 riktades till sportfiskare. Vår undersökning riktades, på uppdragsgivarens önskan, till näringsidkare runt Mörrumsån för att undersöka hur deras verksamhet utvecklats under de senare åren. Enkäten innehöll frågor som behandlar ämnen som bransch, personal, omsättning och kundkrets.

### **III. Metodik**

En enkät utformades och skickades ut till 59 företagare i Mörrum och Svängsta med omnejd efter en adresslista från Kronolaxfisket. 28 svar inkom varav 27 var relevanta, då en person hade lagt ner sin verksamhet. Enkäten utformades delvis efter samma princip som Mörrumsenkäten från 1991, men eftersom den denna gång riktades till företagare, fick den i stora stycken ett annorlunda utseende.

Enkäterna hade numrerats så att det skulle framgå till vilka man behövde skicka påminnelser. Enkäten blev anonym från och med att den hamnat i våra händer, då namn- och nummerlistan raderades. Resultatet formades i Microsoft Word och i Microsoft Excel gjorde vi en databas där vi förde in inkommande resultat. De inkomna svaren har behandlats med tabeller och diagram. Resultaten av de olika frågorna kördes sedan mot varandra i databasen för att analysen skulle fördjupas.

## V. Resultat

Antal enkäter	59
Antal svar	28
Svarsprocent	47,5

Antal utskickade och inkomna enkäter. Svarsprocenten blev 47.5, vilket får anses vara i underkant för att undersökningen skall vara helt representativ för företagen i Mörrumsbygden.

### 1. Andelen män och kvinnor som besvarat enkäten

Nedan visas en tabell över könsfördelningen och företagens ålder.

Könsfördelning	Antal	Procent
Män	15	53,6
Kvinnor	11	39,3
Obesvarat	2	7,4

Könsfördelningen bland företagen var väl blandad. Ca 54 % var män och 40 % var kvinnor. Det var två stycken som inte svarade på frågan. Antalet svarande blev 28, det var en som inte längre drev sitt företag.

### 2. Ålder?

Företagarens Ålder	Antal
0-20	0
21-30	2
31-40	6
41-50	5
51-60	4
61+	10
Medelålder:	50,8
Svarsprocent	100

Det finns inte mer än 2 företagare som är mellan 21-30 år gamla. Medelåldern är hög, ca 51 år.

### 3. Hur många år har du drivit ditt företag / din verksamhet?

Antal år	Antal företagare
0-5 år	7
6-10 år	4
11-15 år	6
16-20 år	1
21-25 år	1
25+ år	6
Svarsprocent	92,6

De flesta företagen är yngre än 15 år, 17 st. varav 7 är under 5 år gamla. Antalet företag äldre än 25 år är också ganska stor, 6 st. Däremot verkar nyföretagsamheten varit låg 16 till 25 år sedan, mellan 1981 och 1990.

#### 4. Vilken typ av verksamhet driver du/ditt företag?

Denna tabell visar uppdelning av företagare på branscher.

Typ av verksamhet	Antal svar
Kiosk	2
Livs	4
Hotell	1
Sporfiske red. Butik	1
Bensinmack	3
Restaurang	4
Camping	0
Rumsuthyrning	7
Stuguthyrning	5
Guidning	1
Café	1
Bilreparation	1
Sportfiske red. Tillvekning	0
Annan verksamhet*	9
Svarsprocent	96,3

- Servande fackhandel skog, park, trädgård. 2 Blomsterhandlar, däckverkstad, Tips & Tobak, Färg. TV, Yrkeskläder, Present, Internationell konsultverksamhet.

Mörrumsbygden uppvisar en bred provkarta av verksamheter, varav ett flertal är direkt kopplade till sportfisketurism, som rums- och stuguthyrning, guidning och butik för sportfiskeredskap.

#### 5. Hur många anställda har ditt företag nu? Varav deltidsanställda? Säsongsanställda?

Antal anställda	43st
Deltid	52,4%
Säsongsanställda	27,9%
Heltid	19,8%
Antal företag	27st
Totalt antal anställda	43st
Anställda/företag	1,6st
Deltid	22,5st
Säsong	12st
Heltid	8,5st

Det totala antalet anställda 43st. Deltids och säsongsanställning är den dominerande anställningsformen, med sammanlagt över 80 %.

## 6. Hur har din verksamhet utvecklats under 2000-talet jämfört med det bästa året under 1990-talet? (Om nystartad verksamhet - beskriv de år den funnits)

Hur har din verksamhet utvecklats under 2000-talet jämfört med de bästa åren under 1990-talet?			
Verksamhet startats under 2000-talet:	6		22,22 %
Ingen förändring:	5		18,51 %

### 6 A.

Kunder ökat:						
< 5%	5-10%	11-20%	21-30%	31-40%	41-50%	>50%
2	1	3	1	0	1	2

Kunder minskat:						
<5%	5-10%	11-20%	21-30%	31-40%	41-50%	>50%
0	2	0	3	0	0	3

### 6 B.

Omsättning ökat	< 5%	5-10%	11-20%	21-30%	31-40%	41-50%	>50%
	2	0	3	0	1	2	2
Omsättning minskat	<5%	5-10%	11-20%	21-30%	31-40%	41-40 %	>50%
	0	2	0	3	0	0	3

Merparten av svaren redovisar en ökning av både kundantal och omsättning.

För att fördjupa analysen av den ekonomiska utvecklingen under aktuell period är det nödvändigt att studera den på individnivå, dvs. studera varje företag för sig, för att om möjligt kunna upptäcka om ett eventuellt mönster i förändringen kan skönjas. Nedanstående tabeller visar förändringen på företagsnivå. Kommentarer följer efter varje tabell. Ett försök till totalbild av denna del av undersökningen ges som en sammanfattning.

6a. Kunder ökat								
Verksamhet	-5	5-10%	11-20%	21-30%	31-40%	41-50%	>50 %	Summa
Kiosk			1					1
Livs		1						1
Hotell								
Café								
Camping								
Bilrep			1**					1
Sportf.butik			1***					1
Bensin		1						1
Rumsuthyrning							1	1
Guidning								
Sportf. red tillv.								
Restaurang			1				1	2
Stuguthyrn.			1			1		2
Annan verks.****								
<i>Blomsterhandel</i>							1	1
<i>Däckverkstad</i>			1					1
<i>Internationell konsultverksamhet *5</i>								
<i>Servande fackh. skog, park, trädg.</i>								
<i>TV</i>		1		1				2
<i>Kläder(Yrkes.)</i>								
<i>Present</i>								
<i>Tips o tobak</i>								
<b>Summa:</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	

\*\* Bilrep och bensinförsäljning kombineras här

\*\*\* Sportfiskredskapförs. , guidning och stuguthyrning har kombinerats.

Sammanlagt 11 företag har rapporterat någon form av ökning av kundtillströmningen. Ökningen tycks ha skett efter två linjer, dels i det lägre registret, mellan 5 och 20 % och dels i det högre registret över 40 %. Denna är i sin tur fördelad på 1 blomsterhandel, 1 restaurang och 1 företag med rumsuthyrning. Av dessa är det åtminstone de två sistnämnda som mer explicit kan kopplas till sportfisketurism. Av de som ökat i det lägre registret kan de flesta – möjligtvis undantaget TV-försäljning - mer eller mindre direkt kopplas till sportfisketurismen.

6 a Kunder minskat									
Verksamhet	-5	5-10%	11-20%	21-30%	31-40%	41-50%	>50 %	Oföränd.	Sa:
Kiosk		1							1
Livs		1					1		2
Hotell									
Café							1*		1
Camping									
Bilrep									
Sportf.butik									
Bensin		1		1					2
Rumsuthyrning				1			1	1	3
Guidning			1***						1
Sportf. red tillv.									
Restaurang							2	1	3
Stuguthyrn.				1		1			2
Annan verks.****									
<i>Blomsterhandel</i>								1	1
<i>Däckverkstad</i>									
<i>Internationell konsultverksamhet</i>						1			1
<i>Servande fackh. skog, park, trädg.</i>									
<i>TV</i>									
<i>Kläder(Yrkes.)</i>									
<i>Present</i>		1							1
<i>Tips o tobak</i>								1	1
<b>Summa:</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	

\*\*\* Sportfiskredskapförs. , guidning och stuguthyrning har kombinerats.

Totalt 13 företag rapporterar minskad kundtillströmning. 4 rapporterar oförändrad situation. Fördelning av minskningen på företag är relativt jämn, med de högsta värdena för rumsuthyrning, restauranger, livsmedel och stuguthyrning. Alla dessa verksamhetsformer är traditionellt direkt eller indirekt kopplade till utvecklingen av sportfisketurism.

6 b. Omsättning ökat								
Verksamhet	-5	5-10%	11-20%	21-30%	31-40%	41-50%	>50 %	Summa
Kiosk		1						1
Livs			1					1
Hotell	1							1
Café								
Camping								
Bilrep			1*					1
Sportf.butik			1**					1
Bensin			1*					1
Rumsuthyrning								
Guidning			1**					1
Sportf. red tillv.								
Restaurang			1					1
Stuguthyrn.			1				1	2
Annan verks.****								
<i>Blomsterhandel</i>	1							1
<i>Däckverkstad</i>			1					1
<i>Internationell konsultverksamhet *5</i>							1	1
<i>Servande fackh. skog, park, trädg.</i>							1	1
<i>TV</i>						1		1
<i>Kläder(Yrkes.)</i>					1			1
<i>Present</i>								

\* Bilrep, bensin kombineras. \*\* Sportfiskebutik, guidning kombineras.

15 företag/verksamheter rapporterar att omsättningen ökat under aktuell period, vilket inte helt oväntat stämmer i stort med vad man kunde förvänta sig i förhållande till rapporterad kundökning. Förändringen sker jämnt fördelat över hela fältet. Något företag rapporterar att man mött en nedgång i kundtillströmning med diversifiering av verksamheten, en på landsbygden väl beprövad metod att möta förändringar i inkomstsituationen.

6 b. Omsättning minskat								
Verksamhet	-5	5-10%	11-20%	21-30%	31-40%	41-50%	>50 %	Summa:
Kiosk		1						1
Livs		1					1	2
Hotell								
Café	1							1
Camping								
Bilrep								
Sportf.butik								
Bensin								
Rumsuthyrning	1			1			1	3
Guidning								
Sportf. red tillv.								
Restaurang	1						1	2
Stuguthyrn.	1			1				2
Annan verks.****								
<i>Blomsterhandel</i>								
<i>Däckverkstad</i>								
<i>Internationell konsultverksamhet *5</i>								
<i>Servande fackh. skog, park, trädg.</i>								
<i>TV</i>								
<i>Kläder(Yrkes.)</i>								
<i>Present</i>	1							1
<i>Tips o tobak</i>		2						2

12 företag rapporterar minskad verksamhetsomsättning. Även denna sker i linje med rapport om minskad kundtillströmning. Minskning tycks framförallt ha skett inom de verksamheter som är mest knutna till sportfisketurism, såsom kiosk, livsmedel, café, rumsuthyrning, restauranger och stuguthyrning. De allra flesta (7) rapporterar relativt måttlig minskning, med tre har minskat sin omsättning med mer än 50 % (rumsuthyrning, restaurang och livsmedel).

### 7 a. När ungefär började minskningen/ökningen?

När ungefär började minskningen?					
90-94	95-00	01-02.	03-04.	05-06.	annat år
0	3	1	3	1	0

### 7 b.

När ungefär började ökningen?					
90-94	95-00	01-02.	03-04.	05-06.	annat år
0	4	2	5	1	1

Intressant är att både ökning och minskning har skett vid samma tid, nämligen dels mellan 1995 och 2000 och dels mellan 2003 och 2004.

## 8. Hur mycket av minskningen/ökningen beror på fisketurismen?

(Minskning och ökning avser i detta fall omsättningen)

### 8 a. Minskning

% av minskning som beror på sportfisketurism	Minskning						
	<5%	5-10%	11-20%	21-30%	31-40%	41-50%	>50%
5							
5-10				1			
11-20							
21-30		1					
31-40							
41-50		1					
>50				2			3

De lodräta kolumnerna anger hur stor minskningen totalt varit och de vågräta raderna anger hur stor del av denna minskning som berott på minskad sportfisketurism. Siffrorna anger hur många svar som inkommit för varje alternativ.

Av de åtta (8) svar som avgivits representerar inte mindre än sju (7) en minskning på mer än 25 % av omsättningen. Av dessa anger 6 svar att förändringen till mer än 40 % beror på minskad sportfisketurism.

### 8b. Ökning

% av ökningen som beror på sportfisketurism	Ökning						
	<5%	5-10%	11-20%	21-30%	31-40%	41-50%	>50%
5	1		2		1	2	1
5-10							
11-20	1						
21-30							
31-40							1
41-50			1				
>50							

Antalet svar på denna delfråga är 10 st. , dvs. c 20 % fler än för minskningsalternativet. Betydelsen av ökningen anges i 7 av fallen vara högst 5 %. Enbart 2 svar tillmäter betydelsen av ökningen en vikt av mer än 25 % för omsättningen. Inte någon tillmäter den en vikt av över 50 %.

### 9a. Har du fått säga upp personal under de senaste två åren?

9 a. Har du fått säga upp personal under de senaste två åren?	
Ja	2
Nej	11
Har ej personal	7
Svarsprocent	74.1

Av de 13 företag som haft anställda har 2 tvingats till uppsägningar under de senaste två åren. 7 företag/verksamheter är har inga anställda. De flesta av dessa är uthyrare av rum eller stugor.

### 9b. Om ja, hur många?

1	2-3.	4-6.	7-8.	9-10.	10-15.	>15
1	1	0	0	0	0	0

Uppsägningarna berör 2-4 personer. Medel = 3.

### 10. Beror uppsägningarna på minskad fisketurism?

Beror uppsägningarna på minskad fisketurism?				
Inga uppsägningar	25%	50%	75%	100%
7	0	0	1	1

Av de svar som avgivits kan man se att 2-3 personer avskedats pga. minskad sportfisketurism

### 11a. Har du behövt anställa personal de senaste två åren?

Ja	3
Nej	14
Ingen pers	7

Tre har svaret att nyanställningar har gjorts.

### 11b. Om ja, hur många?

1.	2-3.	4-6.	7-8.	9-10.	10-15.	>15.
2	1	0	0	0	0	0

Mellan 4 och 5 personer har nyanställts. Alltså något fler än uppsägningarna.

## 12. Beror anställningarna på ökad fisketurism?

Nej	25%	50%	75%	100%
4	0	0	0	0

Ingen av anställningarna tillskrivs ökad sportfisketurism.

## 13. Från vilka länder kommer ”sportfiskekunderna” främst?

Sverige	Danmark	Tyskland	Polen	Norge	Annat land.
30	32	38	10	21	8

Informanterna har fått gradera sina val med siffror från 1-3 där 1 betyder mest och 3 minst. Vid bedömningen av svaren har en omvänd poängskala tillämpats, där graderingen 1 ger 3 poäng, 2 ger 3 poäng och graderingen 3 ger 1 poäng.

Sportfiskekunderna kommer främst från Tyskland och Danmark. Först på tredje plats hamnar Sverige. Norge har sedan tidigare undersökning i början av 90-talet gjort en kraftig framryckning.

## 14. Från vilka länder har kunderna under de senaste två åren ökat mest?

Ej ökat	Sverige	Danmark	Tyskland	Polen	Norge	Annat land.
10	8	10	9	0	4	0

Poängbedömning som fråga 13.

Ökningen under de senaste åren har varit måttlig. Det anges av de låga poängtal som alternativen fått, liksom av att alternativet Ej ökat fått lika många poäng som det land som anges ökat mest – Danmark.

## 15. Från vilka länder har kunderna under de senaste två åren minskat mest?

Ej minskat	Sverige	Danmark	Tyskland	Polen	Norge	Annat land.
6	14	19	16	7	9	0

Poängbedömning som fråga 13.

Det är de danska sportfiskekunderna som minskat mest, tätt följda av tyskar och svenskar. Noterbart är att alternativet Ej minskat erhållit 6 poäng, dvs nästan lika stor andel som det minskade antalet fiskare från Polen.

## 16. Hur uppfattar Du nedanstående påståenden?

### A. Sportfiskekunderna är nöjda med:

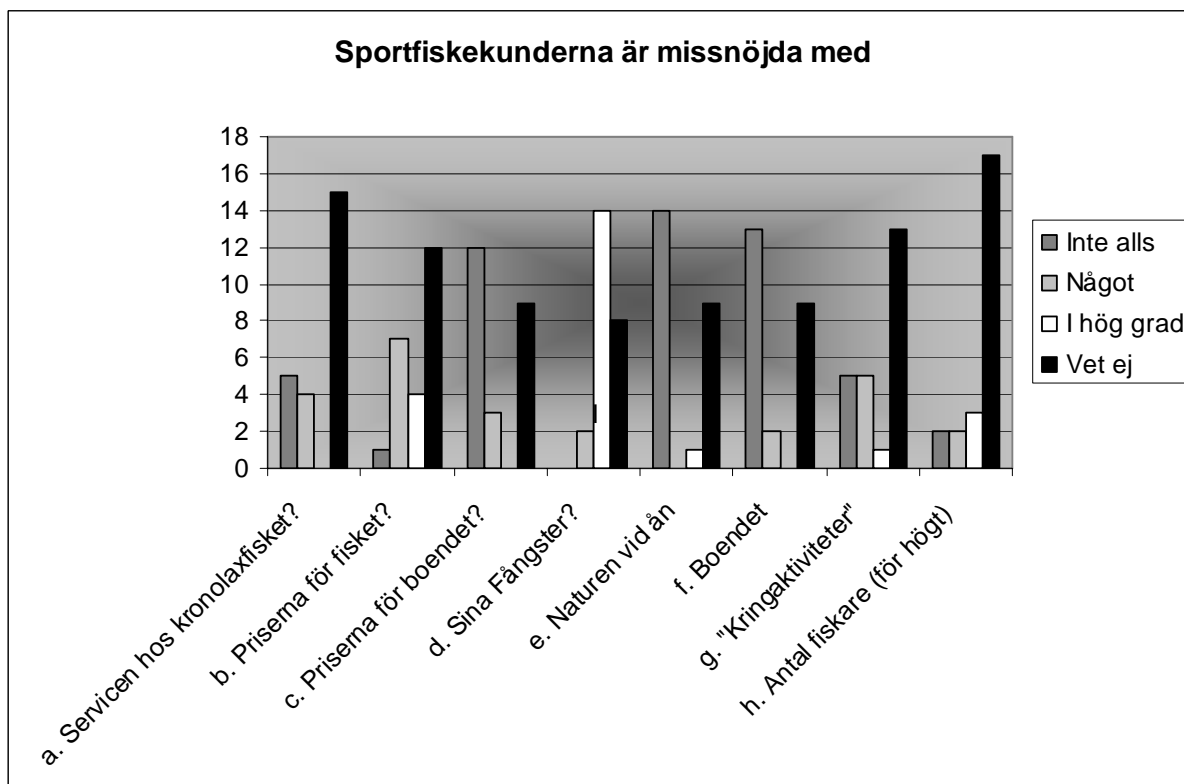
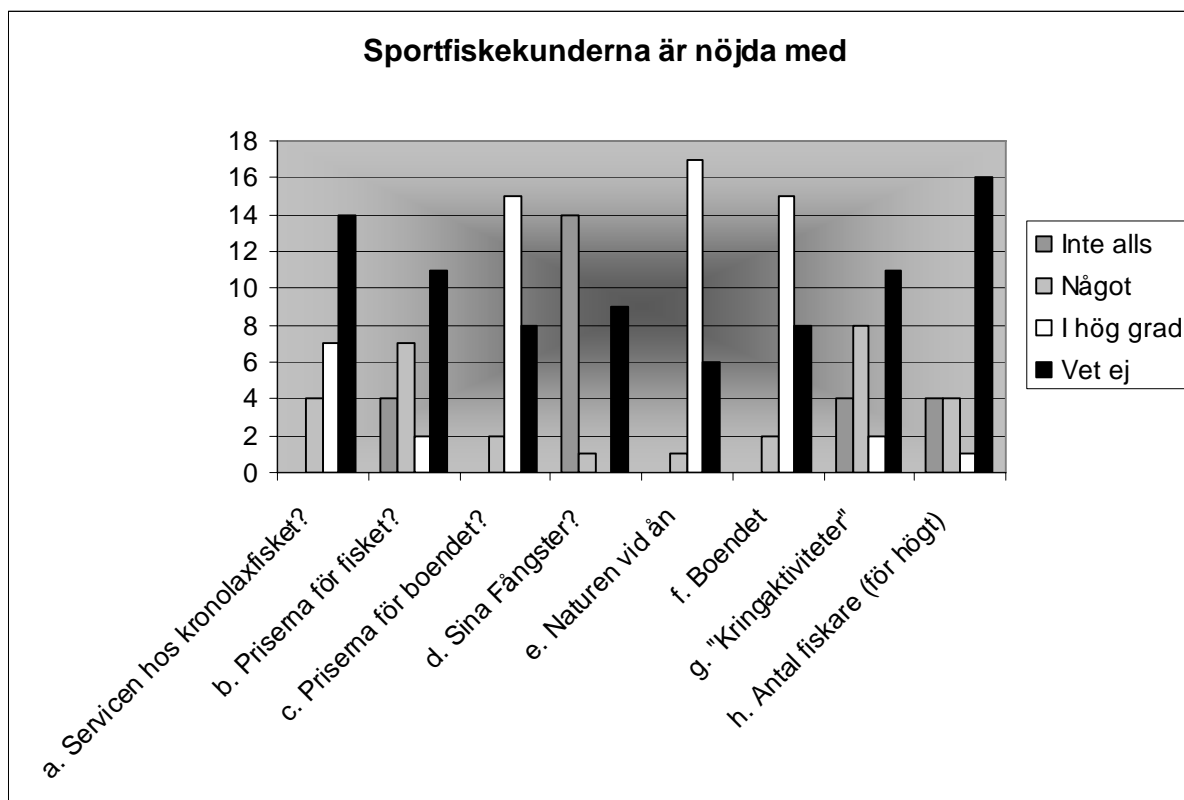
	Inte alls	Något	I hög grad	Vet ej	Antal	Svarsprocent
a. Servicen hos kronolaxfisket?	0	4	7	14	25	92.6
b. Priserna för fisket?	4	7	2	11	24	88.9
c. Priserna för boendet?	0	2	15	8	25	92.6
d. Sina Fångster?	14	1	0	9	24	88.9
e. Naturen vid ån	0	1	17	6	24	88.9
f. Boendet	0	2	15	8	25	92.6
g. "Kringaktiviteter"	4	8	2	11	25	92.6
h. Antal fiskare (för högt)	4	4	1	16	25	92.6

### B. Sportfiskekunderna är missnöjda med:

	Inte alls	Något	I hög grad	Vet ej	Antal	Svarsprocent
a. Servicen hos kronolaxfisket?	5	4	0	15	24	88.9
b. Priserna för fisket?	1	7	4	12	24	88.9
c. Priserna för boendet?	12	3	0	9	24	88.9
d. Sina Fångster?	0	2	14	8	24	88.9
e. Naturen vid ån	14	0	1	9	24	88.9
f. Boendet	13	2	0	9	24	88.9
g. "Kringaktiviteter"	5	5	1	13	24	88.9
h. Antal fiskare (för högt)	2	2	3	17	24	88.9

Servicen hos Kronolaxfisket uppfattas som mycket god. Däremot tycks man i viss mån kritisk till priserna för fisket. Samma tendenser beträffande service och pris kunde också märkas i 1991 år undersökning. Boendet är man, enligt informanterna, mycket nöjda med. Här har en förbättring skett sedan förra undersökningen, då man vid det tillfället eftersökte billigare boendeformer, t.ex. rumsuthyrning. Man anser också antalet fiskare vid ån är för högt. Stort missnöje riktas mot fångsterna. En kraftig förändring har skett sedan 1991 beträffande värderingen av naturen vid ån. I den äldre undersökningen kom denna på sista plats, när sportfiskarna fick ange skäl för fiske i Mörrumsån. I den undersökning är, om vi skall tro informanterna, naturen en av de allra viktigaste faktorerna vid fisket i Mörrumsån.

## Fråga 16 i diagramform:



I slutet på enkäten gavs lite plats för övriga synpunkter som företagarna ev. hade. Dessa redovisas nedan.

## **V. Övriga synpunkter**

- Tio års negativ utveckling av sportfisket (fångster) kommer att slå mycket hårt den närmaste tiden mot vissa branscher i Mörrum. Olika åtgärder för att detta skulle förhindras skulle gjorts för många år sedan.

Varumärkesbyggnad är ett långsiktigt och tidskrävande arbete som inte tar lång tid att rasera om det inte vårdas. Tyvärr har detta i hög grad skett i Mörrum (fisket).

- Mer fisk i ån + mer aktiviteter = mer sportfiskare.
- Jf. 6a. min omsättning har ökat pga. ändrad inriktning på verksamheten med ökad fokus på annat än sportfisketurism. Å-relaterad omsättning har minskat med ca 30% mellan 99 – 2006.
- Fisket är jätteviktigt men vi som jobbar m allt runt omkring måste bli mer positiva i ord och handling också – då vill folk återkomma. Negativ inställning skrämmer.
- Min verksamhet har ökat, men fiskekunderna är nästan bort sen 5 år tillbaka.
- Nästan alla svenska gäster som fiskar är borta, alla skyller på dålig tillgång av fisk i Mörrumsån.

## **VI. Diskussion**

Varje enkätundersökning är för sitt resultat beroende av informanternas välvilliga inställning till undersökningen och dess syfte. Ju angelägnare detta synes vara för informanten, desto mer villig är denne/a att ta på sig besväret att besvara en enkät. Därför medföljde i utskicken till de företag som utvalts (av Kronolaxfisket) ett missiv där avsikten med enkäten noga – och objektivt – förklarades. Likaså garanterades fullständig anonymitet: så fort enkäten inkommit raderades den lista som upprättats över namn och enkätnummer. Trots detta inkom inte fler än 28 svar på de 59 enkäter som utskickats, eller 47,5 %. Eftersom svarsprocenten är låg, är det inte möjligt att se svaren som fullt representativa för den genomsnittlige företagaren i Mörrumsbygden. Detta är en svaghet vid tolkningen av svaren. Hur mycket den påverkar analysen är vanskligt att säga, men säkert är att en högre svarsprocent hade gjort underlaget stabilare.

Vari orsakerna till den låga svarsprocenten ligger, är också vanskligt att ha någon bestämd uppfattning om. Det finns flera olika möjliga förklaringar. Kanske har man inte förstått avsikten med enkäten – i så fall har möjligtvis vårt missiv inte varit tillräckligt övertygande. Kanske anser man att sambandet fisketurism och företagande i Mörrumsbygden inte är intressant, eftersom man inte tycker se några fördelar med den? I så fall har Kronolaxfisket en viktig uppgift att sprida information om detta i bygden. Kanske har slumpen spelat in, eller andra orsaker, som just nu inte kan härledas.

Vid bedömningen av enkätens svar, liksom vid jämförelsen med den äldre Mörrumsundersökningen, är det viktigt att komma ihåg att den nya undersökningen visar vad informanterna anser att sportfiskarna tycker, dvs. att den är indirekt och de åsikter som redovisas som sportfiskarnas har gått genom ett filter, medan den äldre undersökningen baserades på sportfiskarnas direkta svar

Mörrumsföretagaren är en man (53, 6 %) med en medelålder av 50,8 år. Andelen nya företag är relativt stor, 11 av 29 är yngre än 15 år och bara 6 äldre än 25 år. Företagen är uppdelade på ett flertal olika branscher (med företag avses i det följande även det vi normalt sett inte avser som företag, utan mer som delar av enskildas verksamhet, t.ex. rumsuthyrning). Rums- och stuguthyrning dominerar, tätt följda av livsmedelsbutiker och restauranger. Medelantalet anställda per företag är 1,6 st.. Totalantalet anställda är 43, varav över hälften har deltids- eller säsonganställning. Tio företag anser att antalet kunder ökat, medan endast 8 anser att antalet minskat. Omsättningen följer samma mönster, 10 menar att den ökat, medan 8 anser att den minskat. Ökningen har skett efter två linjer, nämligen dels i det lägre registret mellan 5 och 20 % och dels i det högre registret över 40 %. Åtminstone två av dess senare kan kopplas direkt till beroende av sportfisketurism. Vid närmare analys av varje företags svar visar det sig att andelen företag som ökat respektive minskat sin omsättning förändras något. 13 företag rapporterar minskning mot 15 som rapporterar ökning. Det är samma trend som tidigare rapporterats. Differensen i svaren kan bero på felaktig kryssning av alternativen, eller möjligtvis att man uppfattat frågorna något olika. Det troligaste är dock att vissa företag bedriver flera olika typer av verksamheter, vilka vi separerat som ”enskilda” företag i frågorna, varför de av informanten kryssats som flera olika företag, vilka kan ha olika trender beträffande ökning och minskning. Intressant är att både minskningen och ökningen tycks inträffat under samma tid, nämligen mellan 1995 och år 2000.

Det tycks alltså som om både antal kunder och omsättning ökat hos de undersökta Mörrumsföretagen under den aktuella perioden. Fler rapporterar ökning än minskning. Analyseras svaren djupare framträder dock en annan bild. Svaren på fråga 8 leder oss dit. Det visar sig

att även om flera företag rapporterat ökning, har denna ökning varit mycket måttlig. De flesta svaren visar den ökning som kan härledas till sportfisketurismen i de flesta fall har varit högst 5 % (7 av 10) och endast 2 anger betydelsen av ökningen större än 30 %. Beträffande minskning blir bilden den motsatta: den största delen av den sportfiskeberoende minskningen anges ha betydligt större andel än ökningen, då 6 av 8 anger att betydelsen är större än 40 %, varav hela 3 haft en totalminskning större än 50 %. Denna bild stöds också av svaren på frågorna angående anställning eller uppsägning: av de 3 uppsägningar som gjorts är till mer än 75 % direkt kopplade till minskad sportfisketurism, medan ingen av de anställningar som gjorts kopplas till denna. Svaren på Övrigt bidrar också till att förtydliga bilden av effekterna av minskningen av sportfisketurismen. Dessa visar ett för landsbygd/glesbygd vanligt mönster av diversifiering. När någon del av näringsverksamheten minskar kompenserar man sig genom att skapa en ny verksamhet, eller förbättra en gammal. Mångsyssleriet växer ju sämre konjunkturerna är för en väsentlig del av verksamheten, i detta fallet sportfisketurismen.

Slutsatsen blir, med de inledande reservationerna om minskat förklaringsvärde pga. låg svarsfrekvens som bakgrund, att sportfisketurismen minskat under de senaste åren i Mörrumsbygden. Sannolikt skiljer sig betydelsen av minskning kraftigt mellan olika typer av företag, beroende på grad av koppling till sportfisketurismen. Undersökningen visar att minskningen ligger mellan 30 och 50 % för företag direkt kopplade till sportfisketurismen. När det gäller utvecklingen av samtliga undersökta företag är bilden betydligt mer sammansatt och mångtydig. Ser man emellertid till antalet nyanställningar och uppsägningar verkar det som om läget är oförändrat, dvs. att ingen märkbar förändring har skett under de senaste femton åren. Det oförändrade resultatet kan tolkas på flera sätt. En rimlig tolkning fokuserar på strömmen av "övriga turister" till Mörrum. Denna typ av turism är sannolikt betydligt trögare än sportfiskarna vid omprioritering av resmål. Detta beror bl.a. på att dessa inte är beroende av fångstresultat eller andra lättrorliga faktorer kopplade till sportfisket, samt att målen styrs av resebyråer och bussbolag. Det är sannolikt att denna turism så att säga håller ekonomin under armarna i skeden av nedgång sportfisket. Hur den allmänna turismen i Mörrumsbygden förändras vid varaktig och fortsatt nedgång av sportfisket kan man nu bara spekulera över, men sannolikt kommer denna också att känna av den minskade aktiviteten kring sportfiskets centrala delar i Mörrum.

Dessutom måste utvecklingen av den lokala ekonomin ses i skenet av den allmänna utvecklingen i området, vilken sannolikt inte varit oförändrad.

En undersökning av den utvecklingen har dock inte legat inom ramen för detta arbete.