



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

All inclusive -matkojen vastuullisuus matkanjärjestäjien näkökulmasta

Paulamäki, Kaisa

2012 Kerava

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Kerava

All inclusive -matkojen vastuullisuus matkanjärjestäjien näkökulmasta

Kaisa Paulamäki
Matkailun koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Lokakuu, 2012

Kaisa Paulamäki

All inclusive -matkojen vastuullisuus matkanjärjestäjien näkökulmasta

Vuosi 2012 Sivumäärä 37

Tämä opinnäytetyö käsittelee all inclusive -matkoja ja niiden vastuullisuutta. Tutkimus pyrkii vastaamaan kysymykseen: ovatko all inclusive -matkat vastuullista matkailua? All inclusive lomat ovat viime vuosina kasvattaneet suosiotaan ja useat matkanjärjestäjät ympäri maailman tarjoavat pelkästään all inclusive -matkoja. Nämä kaiken kattavat lomat ovat kuitenkin herättäneet myös kritiikkiä. Useat tutkijat ja alan ammattilaiset kritisoivat, että all inclusive ei hyödytä paikallista taloutta, sillä paikallisten palveluiden tarve vähenee ja rahaa vuotaa kansainvälisten hotelliketjujen myötä ulkomaille. Lisäksi puhutaan, että työntekijöiden olot ovat kurjat. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan suomalaisten matkanjärjestäjien mielipiteitä all inclusive -matkojen vastuullisuudesta.

Tutkimuksen toimeksiantajana toimi Reilun matkailun yhdistys. Tutkimusaihe on ajankohtainen, eikä siitä löydy paljon kirjallisuutta, joten Reilun matkailun yhdistys halusi asiaa tutkitavan. Tutkimus päätettiin tehdä matkanjärjestäjien näkökulmasta, koska he myyvät ja välittävät näitä matkoja. Samalla voitiin ottaa selvää, kuinka tietoisia matkanjärjestäjät ovat all inclusive negatiivisesta julkisuudesta ja kuinka he omalla toiminnallaan pyrkivät estämään all inclusive -matkojen haitallisia vaikutuksia.

Opinnäytetyön teoriaosuus käsittelee all inclusive -konseptin lisäksi vastuullista ja reilua matkailua sekä matkailun taloudellisia, ympäristö- ja sosio-kulttuurisia vaikutuksia. Tutkimusmenetelmänä käytetään kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta, koska tutkittavaa aihetta haluttiin käsitellä mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Aineistonkeruumenetelmänä käytettiin puolistrukturoitua haastattelua. Haastatteluun päädyttiin, koska se on joustava tapa kerätä aineistoa. Tutkimusta varten haastateltiin kolmea all inclusivea tarjoavaa suomalaista matkanjärjestäjää. Kaksi haastattelua tehtiin kasvotusten ja yksi tehtiin sähköpostilla. Kaikki haastattelut ovat nimettömiä eli matkanjärjestäjien nimiä ei mainita tässä opinnäytetyössä.

Tutkimustulokset eivät olleet täysin yksiselitteiset. Kaikki kolme mukana ollutta matkanjärjestäjää olivat tietoisia all inclusive varjopuolista. Etenkin huolta aiheutti paikallisten palveluiden väheneminen, koska all inclusive -matkailijoiden ei tarvitse käyttää hotellin ulkopuolisia palveluita. Rahan valuminen kohteen ulkopuolelle mietitytti matkanjärjestäjiä myös jonkin verran. Työolojen kurjuudesta suomalaiset matkanjärjestäjät eivät osanneet sanoa mitään, koska se asia kuuluu hotelleille. Kaiken kaikkiaan matkanjärjestäjät olivat sitä mieltä, että all inclusive ei ole kaikista vastuullisin tapa matkustaa, mutta ei se ole huonoinkaan vaihtoehto. All inclusive -matkoilla, aivan kuten kaikella muullakin, on hyvät ja huonot puolensa, eikä matkanjärjestäjien mielestä asiaa voi yleistää.

Asiasanat: all inclusive, vastuullinen matkailu, reilu matkailu, matkanjärjestäjät

Kaisa Paulamäki

The Responsibility of All-inclusive -Holidays From the Point of View of Tour Operators

Year	2012	Pages	37
------	------	-------	----

This bachelor's thesis examines all-inclusive holidays and how responsible they are. The study aims to answer the question whether all-inclusive holidays are responsible tourism. All-inclusive holidays have become more and more popular within the last few years and several tour operators around the world are now offering only all-inclusive packages. But these holidays have also been criticized. Many researchers and tourism professionals are claiming that the all-inclusive concept does not benefit the local economy because the need for local services is decreasing and money is leaking abroad because most of the hotel chains are internationally owned. It is also claimed that the working conditions are poor. This thesis studies the opinion of Finnish tour operators about the responsibility of all-inclusive holidays.

The client of this thesis was Reilun matkailun yhdistys, Fair Tourism Association. The subject of this study is a fairly topical issue at the moment and there is not much literature about it. That is why Fair Tourism Association wanted to study it further. The study was made from the point of view of the tour operators because they are the ones selling these holidays. At the same time the study aims to find out how informed the tour operators are of the negative publicity of all-inclusive holidays and how they try to prevent the adverse effects of all-inclusive tourism.

The theory section discusses all-inclusive holidays, responsible and fair tourism and the economical, ecological and socio-cultural impacts of tourism. The study was conducted using the qualitative research. The research material was gathered by interviewing three Finnish tour operators who offer all-inclusive holidays. Interviews are a flexible way of gathering information. Two of these interviews were face to face interviews and one was conducted via email. All three interviews remain nameless which means that the tour operators' names are not mentioned in this thesis.

The results were not completely unequivocal. All three tour operators knew of the negative impacts of all-inclusive holidays. They were especially worried about the decrease of local services because the all-inclusive travelers do not need to use the services outside of the hotel. The revenue leakages also worried the tour operators. But they had no information about the poor working conditions because that issue is handled by the hotels themselves. All in all the tour operators thought that all-inclusive is not the most responsible form of tourism but it is not the worst either. All-inclusive holidays, such as all forms of tourism, have pros and cons and the issue should not be generalized.

Keywords: all inclusive, responsible tourism, fair tourism, tour operators

Sisällys

1	Johdanto	6
2	All inclusive -konsepti	7
3	Vastuullinen matkailu	8
4	Matkailun vaikutukset kohteessa	10
	4.1 Taloudelliset vaikutukset	11
	4.2 Ympäristövaikutukset.....	13
	4.3 Sosiaaliset ja kulttuuriset vaikutukset	16
5	All inclusive -matkat.....	18
	5.1 Vaikutukset paikallistalouteen.....	19
	5.2 Esimerkki all inclusiven taloudellisista vaikutuksista Tobagossa	20
6	Reilu matkailu	22
	6.1 Reilun matkailun käsite	22
	6.2 Reilun matkailun yhdistys.....	23
7	Tutkimussuunnitelma ja tutkimuksen toteuttaminen	24
	7.1 Laadullinen tutkimus	24
	7.2 Tutkimuksen tekeminen ja aineiston keruu	25
	7.3 Aineiston analyysi	26
	7.4 Tutkimuksen luotettavuus	29
8	Tulokset ja johtopäätökset.....	30
9	Yhteenveto ja opinnäytetyöprosessin arviointi	31
	Lähteet	33
	Liitteet.....	36

1 Johdanto

All inclusive -matkat ovat kasvattaneet suosiotaan helppona, turvallisena ja edullisena lomavaihtoehtona. Etenkin lapsiperheet nauttivat siitä, että kaikki on maksettu etukäteen, eikä ravintoloiden etsimiseen tai retkien suunnitteluun kulu aikaa. Kaikki eivät kuitenkaan ole iloisia tästä kasvavasta trendistä, vaan väittävät sen olevan vastuutonta matkailua. Kritiikkiä antavat niin paikalliset ihmiset kuin ulkopuoliset tutkijatkin. (Tourism Concern 2012b.)

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on laadullista tutkimusmenetelmää käyttäen selvittää suomalaisten matkanjärjestäjien mielipiteitä siitä, ovatko all inclusive -matkat vastuullista matkailua. Tutkimus pyrkii selvittämään matkanjärjestäjien suhtautumista ja valvettuneisuutta all inclusive varjopuoliin. Lisäksi tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, aikovatko suomalaiset matkanjärjestäjät lisätä all inclusive -tarjontaansa. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Reilun matkailun yhdistys. He toivoivat tutkimusta all inclusive -matkojen vastuullisuudesta, koska aihe on ajankohtainen ja tärkeä, eikä sitä ole paljon tutkittu.

Tutkimuskysymys on: ovatko all inclusive -matkat vastuullista matkailua? Tutkimus on luonteeltaan kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus ja aineistonkeruumenetelmänä käytetään teemahaastattelua. Haastattelukysymykset suunniteltiin teorian pohjalta yhdessä Reilun matkailun yhdistyksen kanssa. Kolmea matkanjärjestäjää haastateltiin tutkimusta varten. Haastatteluista kaksi tapahtui kasvotusten ja yksi sähköpostin välityksellä.

All inclusive -matkojen lisäksi keskeisiä käsitteitä tutkimuksessa ovat vastuullinen ja reilu matkailu, sekä matkailun taloudelliset, ympäristö- ja sosio-kulttuuriset vaikutukset kohteessa. Matkailun vaikutuksia on syytä pohtia kaikissa tilanteissa, jotta matkailusta saadaan kestävämpää ja vastuullisempaa. Tämä tutkimus painottaa all inclusive -matkojen taloudellisia vaikutuksia paikallisyhteisölle, mutta myös ympäristö- ja sosio-kulttuuriset vaikutukset otetaan huomioon.

2 All inclusive -konsepti

All inclusivelle -termille ei ole olemassa sopivaa suomenkielistä vastinetta, mutta käytännössä se tarkoittaa ”kaikki kuuluu hintaan”. Lomailijan ei tarvitse kantaa rahapussia mukana, koska lentomatkan, kuljetusten ja hotellimajoituksen lisäksi matkan hintaan kuuluvat kaikki ruuat, alkoholittomat ja paikalliset alkoholilliset juomat sekä usein ohjelmaa ja aktiviteetteja sekä työntekijöiden tipit. Kun kaikesta on jo maksettu etukäteen, voivat lomailijat vain nauttia olostaan esimerkiksi hotellin uima-altaalla. (First Choice UK 2012.)

Matkatoimistosta riippuen tarjolla voi olla erilaisia all inclusive -paketteja. Esimerkiksi tietyt ruuat ja juomat sisältyvät hintaan vain tiettyinä kellonaikoina. Tällaisia pakettimatkoja tarjoaa muun muassa Apollo valmismatkatoimisto. Brittiläinen First Choice tarjoaa asiakkailleen vielä laajemman valikoiman all inclusive -paketteja. Sillä on tavallinen sekä vuorokauden ympäri palveleva all inclusive ja lisäksi Ultra Inclusive ja Gourmet Inclusive. (Apollo 2012; First Choice UK 2012.)

Konsepti sai alkunsa jo 1930-luvulla, mutta kehittyi ja kasvatti suosiotaan vasta toisen maailmansodan jälkeen. All inclusivien sanotaan olevan tärkeä tuoteinnovaatio maailman matkailumarkkinoille. Se perustuu jatkuvaan palvelu- ja tuotekehittelyyn ja uusiin innovaatioihin. (Issa & Jayawardena 2003, 167-168,170.)

Valmiit pakettimatkat ovat suosittuja etenkin rantalomakohteissa. Välimerellä ja Karibialla on eniten all inclusive -hotelleja ja matkailijat niihin tulevat lähinnä Euroopasta ja Yhdysvalloista. All-inclusive -paketit paketoidaan ja myydään lähes aina matkailijan kotimaassa, minkä seurauksena suuri osa rahallisista hyödyistä jää matkailijan kotimaahan. Koska rahaa ei tarvitse käyttää syömiseen tai juomiseen, kuluttavat all inclusive -matkailijat vähiten rahaa kohteessa. Andersonin mukaan tämä on all inclusive -konseptin suurin huolenaihe. Muita heikkouksia hänen mukaansa ovat muun muassa, että matkailijoiden ja paikallisten välinen kanssakäyminen on vähäistä, paikallisten osallistuvuus yhteisön toimintaan rajoittuu, työntekijöillä teetetään helposti liikaa töitä ja rahaa sijoitetaan usein ulkomaiseen, kalliiseen osaamiseen. Hän listaa myös konseptin hyviä puolia. Matkailijat voivat suunnitella lomansa ja rahansa paremmin, eikä suuria taloudellisia yllätyksiä tule ja he saavat vastinetta rahalle. Ja koska all inclusive -lomat ovat hyvin suunniteltuja ja kaiken kattavia, tuntevat lomailijat olonsa turvallisiksi. Hotellit hyötyvät siitä, että matkailijat eivät lähde muualle. Andersonin mukaan asiakkaan ja hotellin välinen suhde on helpompi, kun rahaa ei tarvitse käyttää. Tämä vähentää monien tietokoneiden tarvetta, jolloin pääomaa voi käyttää muihin asioihin. Matkatoimistojen on helpompi myydä kaiken kattavia pakettimatkoja, ja ne saavat provisiot koko tuotteesta. (Anderson 2010, 4-6.)

All inclusive -lomat ovat suosittuja varsinkin, jos matkailija haluaa lomallaan rentoutua kunnonalla. Kesällä 2006 tehtiin kyselytutkimus Mallorcan lentokentällä. Kyselylomakkeen avulla haluttiin selvittää, miksi lomalaiset olivat valinneet all inclusive -majoituksen. Vastauksia tuli yli 800. Tulokset jaettiin kolmeen osaan: mukavuus ja rentoutuminen, turvallisuus sekä taloudellisuus. Vastaajat kokivat, että all inclusive sopii omalle perheelleen paremmin, lastenhoitoa on saatavilla ja he säästyvät matkan suunnittelemisen vaivalta. He tunsivat olonsa turvallisiksi kohteessa, tiesivät saavansa laadukasta ruokaa, eikä hygienia-asioista tarvinnut olla huolissaan. Turvallisuuden tunnetta lisäsivät myös luotettavat kuljetuspalvelut ja varmuus siitä, että hotellissa ymmärretään asiakasta, eikä kielimuuria ole. Jotkut vastaajista kertoivat syyksi lisäksi sen, ettei tarvitse kohdata vieraita kulttuureja. Taloudellisia syitä valita all inclusive oli monia. Vastaajat kokivat saavansa rahoilleen vastinetta, eikä tarvinnut pelätä, että rahaa kuluu yli budjetin. Samalla rahalla sai enemmän ohjelmaa ja aktiviteetteja, eikä aikaa kulu retkien suunnitteluun, jolloin enemmän aikaa jää rentoutumiselle. (Anderson, Juaneda & Sastre 2009, 9, 12.)

3 Vastuullinen matkailu

Vastuullinen matkailu on hyvin suhteellinen käsite, sillä jokainen määrittelee itse, mikä on omasta mielestä vastuullista toimintaa. Joidenkin mielestä all inclusive -matkat ovat vastuullisia, koska kontakti ja siten vaikutukset paikallisiin ihmisiin jäävät vähäisiksi. Joidenkin mielestä luontomatkailu on vastuullista, vaikka paikallisia ihmisiä voidaan joutua siirtämään suojelualueilta pois. Nämä ja monet muut matkailun muodot jakavat mielipiteitä siitä, mikä on vastuullisinta ja mikä ei. (Charlton, Mowforth & Munt 2008, 1.)

Charlton ym. (2008, 2) toteavat, että matkailun eri muodot eivät ole yksiselitteisesti joko vastuullisia tai vastuuttomia, mutta jotkin muodot ja toiminnat voivat olla vastuullisempia kuin toiset. Kaikilla matkailun osa-alueilla on kuitenkin vaikutuksia ympäristöön, kulttuuriin, ihmisiin ja talouteen ja nämä vaikutukset voivat olla joko myönteisiä tai kielteisiä ja niitä voi olla joko paljon tai ne voivat olla vähäisiä. Jokaisella ihmisellä on kuitenkin oma käsityksensä niin sanotusti oikeasta ja väärästä, vastuullisesta ja vastuuttomasta. Varakkaalla, paljon matkustavalla eurooppalaisella voi olla erilainen käsitys matkailun vastuullisuudesta kuin niillä, jotka kokevat matkailun toisesta näkökulmasta. Tämä tarkoittaa sitä, että matkailijat ja matkakohteessa tai sen välittömässä läheisyydessä asuvat kokevat matkailuteollisuuden eri tavalla, eri näkökulmista, mikä vaikuttaa ihmisten arvomaailmoihin. Asiat, jotka joidenkin mielestä ovat harmittomia voivat toisten mielestä olla haitallisia.

Englanniksi vastuullinen matkailu on ”responsible tourism” ja vuonna 2002 tämä termi sai virallisen määritelmänsä kestävän kehityksen huippukokouksen sivutapahtumassa, kestävän

matkailun konferenssissa Kapkaupungissa Etelä-Afrikassa. Paikalla oli melkein 300 edustajaa 20 maasta. Konferenssin lopputuloksena oli Kapkaupungin julistus, ”the Cape Town Declaration”, ja yhä edelleen yritykset, yhdistykset, organisaatiot, valtiot ja muut matkailualan toimijat näistä kahdestakymmenestä maasta pyrkivät toimimaan tämän julistuksen antamien ohjeiden mukaan, jotta matkailusta tulisi kestävämpää. Vastuullisen matkailun määritelmä on koko julistuksen ydin ja se on kiteytetty seitsemään osa-alueeseen, joista kerrotaan tarkemmin seuraavassa kappaleessa. Julistuksessa painotetaan myös sitä, että kaikkien, niin matkailijoiden kuin sen parissa työskentelevienkin, täytyy kantaa vastuu ja toimia vastuullisemman matkailun puolesta. Mediaa kehoitetaan vastuullisuuteen raportoimalla matkakohteista totuudenmukaisesti. (The Responsible Tourism Partnership 2002.)

Vuonna 2002 tehdyn julistuksen mukaan vastuullinen matkailu pyrkii vähentämään matkailusta aiheutuvia haitallisia sosiaalisia, taloudellisia ja ympäristövaikutuksia. Vastuullinen matkailu parantaa paikallisten ihmisten hyvinvointia, luo työpaikkoja, parantaa työoloja ja jättää paikallisille yhteisöille enemmän rahaa. Se antaa paikallisille mahdollisuuden osallistua matkailun suunnitteluun, etenkin, jos muutokset tulevat vaikuttamaan heidän elämäänsä. Se huomioi ympäristöä ja edesauttaa luontoon ja kulttuuriin liittyviä suojelutöitä, jotta maailman monimuotoisuus säilyisi. Vastuullinen matkailu antaa matkailijoille enemmän sisältöä ja mahtavia kokemuksia pyrkimällä luomaan mielekkäitä yhteyksiä paikallisten ihmisten ja matkailijoiden välille. Tämän avulla matkailijat oppisivat ymmärtämään paremmin paikallista kulttuuria ja luontoa sekä niistä aiheutuvia ongelmia. Kanssakäyminen lisää myös paikallisten ja matkailijoiden välistä kunnioitusta ja auttaa paikallisia olemaan ylpeitä omasta kulttuuristaan. Vastuullinen matkailu ottaa huomioon kaikenlaiset matkustajat, myös liikuntarajoitteiset. Nämä asiat täytyy ottaa huomioon, jotta voidaan puhua vastuullisesta matkailusta. Eri toimijat ja sidosryhmät keskittyvät omiin osa-alueisiinsa, jotta kokonaisuudesta tulisi kestävä. Vaaditaan kaikkien sidosryhmien ja paikallisten päättäjien yhteistyötä, jotta matkakohteessa toteutuisivat kaikki vastuullisen matkailun periaatteet. (The Responsible Tourism Partnership 2002.)

Vastuullinen ja kestävä matkailu ovat nykyään hyvin tiedostettuja käsitteitä ja marraskuussa vietetään jo neljättä kansainvälistä vastuullisen matkailun päivää. Maailman matkailujärjestö (UNWTO) on mukana tässä hankkeessa, jonka ideana on lisätä tietoisuutta vastuullisesta matkailusta. UNWTO pyrkii edistämään matkailuelinkeinon osallisuutta vuosituhannen vaihteessa julkaistujen kehityspäämäärien, ”Millennium Development Goals” saavuttamiseksi. Kehitystavoitteita on kahdeksan ja matkailu voi omalta osaltaan edesauttaa ainakin neljän päämäärän saavuttamisessa. Nämä ovat äärimmäisen köyhyyden poistaminen, tasa-arvon edistäminen, kestävä kehityksen turvaaminen ja globaaliin kumppanuuteen sitoutuminen. (UNWTO 2010, 3-4; WTM 2012.)

Maailman matkailujärjestö on julkaissut myös eettisen matkailun säännösten ”Global Code of Ethics for Tourism”. Nämä eettiset ohjeet on tarkoitettu kaikkien luettavaksi ja käytettäväksi, jotta matkailusta tulisi kestävämpää ja vastuullisempaa. Ohjeet sisältävät kymmenen pääkohtaa, joita tulisi noudattaa maailmanlaajuisesti. Ensimmäinen eettinen sääntö on, että matkailun tulisi omalta osaltaan edesauttaa maailman kansojen ja ihmisten keskinäistä ymmärtämistä ja kunnioittamista. Tämä kunnioitus erilaisuutta kohtaan on Maailman matkailujärjestön mukaan avainasemassa vastuullista matkailua kehitettäessä. Muita eettisiä sääntöjä ovat muun muassa kaikkien oikeus matkustaa, matkailu osana kestävästä kehityksestä ja työntekijöiden sekä yrittäjien oikeudet. (UNWTO 2001.)

4 Matkailun vaikutukset kohteessa

Seuraavissa kappaleissa on tarkoitus tuoda esille matkailun aiheuttamia vaikutuksia. Kielteisten että myönteisten vaikutusten tiedostaminen on tärkeää, kun alkaa pohtia all inclusive -matkojen vastuullisuutta. Kuten Kapkaupungin vastuullisen matkailun julistus esitti, matkailu vaikuttaa kohteeseen kolmella eri tavalla. Vaikutukset voivat kohdistua talouteen, ympäristöön tai paikallisiin ihmisiin ja kulttuuriin. Nämä vaikutukset eivät ole irrallisia, vaan kaikki ovat yhteydessä toisiinsa ja vaikuttavat toisiinsa. (Puczko & Rätz 2002, 53.)

Taloudellisia vaikutuksia pohtiessa annetaan ensin numeroita ja lukuja matkailuelinkeinon kasvusta, koska halutaan korostaa sen merkitystä maailman taloudelle. Sitten kerrotaan taloudellisten vaikutusten jakautumisesta suoriin ja epäsuoriin, sekä myönteisiin ja kielteisiin vaikutuksiin. Lisäksi käsitellään suurta ongelmaa eli rahan vuotamista matkakohteen ulkopuolelle. Ympäristövaikutuksista ensimmäisenä kerrotaan ilmastonmuutoksesta ja sen vaikutuksista kysyntään. Seuraavaksi käsitellään ympäristövaikutusten jakautumista paikallisiin ja maailmanlaajuisiin ongelmiin, peruuttamattomiin ja peruutettavissa oleviin ongelmiin sekä sitä, kuinka vaikutukset voivat kohdistua luontoon tai ihmisen rakentamaan ympäristöön. Lisäksi pohditaan luonnonvarojen liikakäyttöä, saasteita sekä ihmisen käytöksen vaikutusta.

Sosio-kulttuuriset vaikutukset - kappaleessa pohditaan tuhoaako vai elvyttääkö matkailu paikallisia kulttuureita, ja käsitellään sitä, kuinka tärkeää olisi päästää paikalliset mukaan matkailun kehittämiseen ja suunnitteluun. Lisäksi kerrotaan ongelmista, kuten pakkomuutosta, maan- ja vedenkäytön epätasaisesta jakautumisesta sekä työolosuhteiden kurjuudesta. Kaikkia vaikutusalueita käsitellessä otetaan huomioon niin myönteiset kuin kielteisetkin vaikutukset, mutta painopiste on kielteisissä vaikutuksissa. Jokaisen otsikon lopuksi kerätään yhteen neuvoja, joiden avulla näitä kielteisiä vaikutuksia voidaan vähentää ja myönteisiä lisätä.

4.1 Taloudelliset vaikutukset

Matkailu on yksi eniten kasvavista toimialoista maailmassa ja tärkeä osa kansainvälistä kaupankäyntiä. Vuosien 1950 ja 2011 välisenä aikana matkailu on kasvanut 25 miljoonasta kansainvälisestä matkailijasta 980 miljoonaan, mikä tarkoittaa vuosittain yli kuuden prosentin kasvua. Vuonna 2010 matkailu tuotti vientituloja melkein 700 miljardia euroa. Maailman matkailujärjestön mukaan matkailun osuus kansainvälisestä taloudesta on noin viisi prosenttia ja se työllistää suoraan tai epäsuorasti noin kuudesta seitsemään prosenttia maapallon työssäkäyvistä ihmisistä. Matkailun taloudelliset vaikutukset ovat siten merkittävät. (UNWTO 2012.)

Monelle kehitysmaalle matkailu on yksi tärkeimmistä elinkeinoista. Vuonna 2008 jopa 40 % kaikista matkoista kohdistui kehitysmaihin. Suurin osa näistä matkailijoista tuli kehittyneistä maista. Matkailijat jättävät suuria määriä rahaa kohteeseen ja vuonna 2007 matkailijat jättivät kehitysmaihin melkein kolme kertaa enemmän rahaa kuin mitä kansainvälinen kehitysapu tarjoaa. Näiden tilastojen varjossa voidaan todeta, että matkailulla on merkittävä osa köyhyyden poistamisessa. (Ashley & Mitchell 2010, 1.)

Mitchellin ja Ashley (2010, 21-24,34,36) mukaan matkailu vaikuttaa kohteen paikallistalouteen suoraan, epäsuoraan ja dynaamisesti. Vaikutukset voivat olla niin myönteisiä kuin kielteisiäkin. Suoraan matkailu vaikuttaa muun muassa työllistämällä ihmisiä hotelleissa, ravintoloissa, oppaina ja kuljetuspalveluissa. Matkailun työllisyysaste vaihtelee eri kohteissa ja myös naisten osuus vaihtelee maittain. Epäsuorat eli toisen asteen vaikutukset syntyvät, kun matkailualan työntekijät käyttävät ansaitsemiaan rahoja paikallisiin palveluihin ja tuotteisiin. Tällä tavoin ansaittu raha jää paikallistalouteen. Epäsuoraan matkailu vaikuttaa myös synnyttämällä kysyntää muille aloille, kuten rakennustyömaille, maatilallisille ja käsityöläisammateille. Dynaamisilla vaikutuksilla kirjoittajat tarkoittavat pitkäaikaisia muutoksia paikallistalouteen. Nämä muutokset voivat joko vahvistaa tai heikentää matkailusta aiheutuvia myönteisiä vaikutuksia koko maassa, ei pelkästään kohteessa. Esimerkiksi matkailusta saatavat voitot voivat houkutellessa paikallisia päättäjiä niin paljon, että muut tärkeät elinkeinot, kuten maatalous voivat jäädä vähemmälle huomiolle.

Harcombe (1999) kertoo jornaalissaan matkailun taloudellisista vaikutuksista ja jakaa vaikutukset myös kolmeen osaan: suoriin, epäsuoriin ja näistä kahdesta aiheutuviin vaikutuksiin. Hän katsoo asiaa hieman toisesta näkökulmasta ja määrittelee suorat vaikutukset toisella tavalla kuin Ashley ja Mitchell (2010, 21-24, 34,36). Kun vertailee näitä kahta kirjoitusta, täytyy ottaa huomioon, että kirjoitusten välissä on 11 vuotta. Suorilla taloudellisilla vaikutuksilla Harcombe (1999) tarkoittaa niitä rahoja, jotka matkailijat jättävät kohteeseen. Ashley ja Mitchell (2010, 21) puolestaan tarkoittivat suorilla vaikutuksilla matkailusta syntyvää työllisyyttä. Epäsuoriin vaikutuksiin kuuluvat Harcomben (1999) mukaan ne rahavirrat, jotka syntyvät, kun

yrietykset käyttävät matkailijoilta saadut rahat ostamalla palveluita muilta paikallisilta yrityksiltä. Matkailu siis synnyttää kysyntää muille aloille. Lopuksi näiden molempien vaiheiden seurauksena yritykset pystyvät maksamaan palkkoja eli työllistämään ihmisiä, minkä seurauksena heillä on rahaa ostaa paikallisia palveluita. Lisäksi paikalliset saavat rahaa vuokratuloina, osinkoina ja korkoina. Matkailusta aiheutuvat tulot jäävät siis Harcomben (1999) mukaan paikallistalouteen monien eri vaiheiden kautta ja kaikki vaikuttavat toisiinsa. Hän huomauttaa myös, että rahaa vuotaa välistä pois muun muassa maahantuonnin ja verojen takia. Rahavirtojen vuotamista ulkomaille käsitellään myöhemmin tarkemmin.

Vaikka matkailu voi tuoda paljon rahaa kohteeseen, saattaa se joissakin tapauksissa myös aiheuttaa haittaa taloudelle. Saastuminen ja alueiden pilaantuminen kuluttavat varoja. Lisäksi matkailu saattaa vaikuttaa kielteisesti muihin elinkeinoihin. Etenkin maatalous ja matkailu joutuvat usein kilpailemaan resursseista. Nämä seikat tuleekin ottaa huomioon, kun arvioidaan matkailun vaikutuksia taloudelle. (Lanza, Markandya & Pigliaru 2005, 87.)

Aikaisemmassa kappaleessa on mainittu, että vuodot vaikuttavat siihen, kuinka paljon rahaa jää kohteeseen. Nämä taloudelliset vuodot tarkoittavat sitä osuutta matkailusta ansaittua tai matkailuun sijoitettua rahaa, joka päätyy kohdemaan ulkopuolelle. Osa matkailutuloista valuu siis ulkomaille, jolloin paikallisten osuus taloudellisista hyödyistä pienenee. Etenkin pakettimatkat jättävät kohteeseen hyvin vähän rahaa, sillä matkailijat saapuvat kohteeseen useimmiten ulkomaisella lentoyhtiöllä, yöpyvät kansainvälisissä hotelliketjuissa ja käyttävät muita kansainvälisiä yhtiöitä, kuten matkatoimistoja, joiden pääkonttori useimmiten sijaitsee matkailijan omassa kotimaassa. Tällä tavoin vain hyvin pieni osuus tuloista jää paikallisille yrityksille. Useiden all inclusive -matkojen tuloista jopa 80 % vuotaa ulkomaille. On myös tutkimuksia, joiden mukaan on arvioitu, että 55 % kehitysmaiden matkailutuloista ei jää kohteeseen, vaan rahat menevät lentoyhtiöille, hotelleille, matkanjärjestäjille sekä ulkomailta tuotuihin ruokiin ja juomiin. Luku saattaa nousta jopa korkeammaksi joissakin maissa. Esimerkiksi Sri Lankassa 70 % matkailutuloista lähtee maasta. Välimeren matkailukohteissa suurin osa rahoista menee muutamalle yksittäiselle pohjoiseurooppalaiselle matkatoimistolle, jotka omistavat matkailijoita kuljettavat lentoyhtiöt, kiertoajelubussit sekä majoitukset ruokineen ja juomiineen. Vuotojen määrä vaihtelee siis kohteittain. Tutkimusten mukaan eniten rahaa vuotaa ulkomaille kehitysmaissa ja etenkin saarivaltioissa. (Ineson 2005, 178-179; Lanza ym. 2005, 231-232.)

Matkailu on koko ajan kasvava elinkeino ja se tuottaa yli 10 % koko maailman bruttokansantuotteesta. Maailmalla liikkuu siis paljon matkailusta saatua rahaa ja vaikka rahaa vuotaa kohteen ulkopuolelle, ei matkailun taloudellisia vaikutuksia voi kiistää, ovat ne sitten myönteisiä tai kielteisiä. Kuten aiemmin on mainittu, myönteisinä vaikutuksina pidetään työpaikkojen luomista ja lisäksi infrastruktuurin kehittymistä, verotulojen kasvamista, palveluiden kas-

vua ja kehittymistä, bruttokansantuotteen kasvua, koko talousrakenteen muuttumista ja kehittymistä, ulkomaan valuutan lisääntymistä ja koko alueen ja sen talouden moniulotteista kehittymistä. Osa luetelluista asioista voidaan nähdä kielteisinä vaikutuksina joissakin kohteissa. Usein kielteisiä vaikutuksia ovat myös työsuhteiden kausittaisuus ja työntekijöiden suuri vaihtuvuus, hintojen nousu, ulkomaisten tuotteiden lisääntynyt kysyntä, rahavirtojen vuoto ulkomaille ja joissakin maissa liian suuri riippuvaisuus matkailutuloista. (Puczko & Rätz 2002, 46, 98.)

Kapkaupungin vastuullisen matkailun julistuksessa on listattuna muutama neuvo, joita seuraamalla matkakohteen kielteiset taloudelliset vaikutukset voidaan minimoida ja samalla myönteisiä vaikutuksia korostaa. Ensinnäkin taloudellisten vaikutusten merkittävyys kohteessa tulee aina arvioida ennen kuin uusia matkailukohteita tai - tuotteita kehitetään ja kaikissa valinnoissa tulisi suosia paikallisia eniten hyödyttävät vaihtoehdot. Tärkeää on pitää mielessä, että jokaisessa maassa tai kohteessa matkailu ei ole paras mahdollinen keino kehittää taloutta. Paikallisten osuutta tuloihin tulee lisätä kehittämällä parempia yhteyksiä esimerkiksi paikallisten viljelijöiden ja hotellien välille. Tällä tavoin mahdollisimman vähän rahaa vuotaisi ulkomaille. Pieniä ja keskisuuria matkailua tukevia yrityksiä, kuten ravintoloita, tulisi tukea riittävästi, jotta ne toimisivat omalta osaltaan kestävästi ja toisivat oman panoksensa matkailun kehittymiselle. Kaiken liiketoiminnan tulee olla oikeudenmukaista, tuotteista kuuluu maksaa reilusti ja henkilökunnan tulee olla tietoisia oikeuksistaan, jotta heitä ei voida sortaa. Lisäksi matkailumarkkinointiin tulisi kiinnittää huomiota, jotta se toisi esille kohteen arvokkuuden eikä sopimattomia matkailumuotoja rohkaistaisi. (The Responsible Tourism Partnership 2002.)

4.2 Ympäristövaikutukset

Ympäristöasiat kiinnostavat yhä useampia ja matkailun aiheuttamista ympäristövaikutuksista ollaan entistä enemmän tietoisia niin alan ammattilaisten kuin matkailijoidenkin keskuudessa. Matkailu kuluttaa paljon energiaa ja synnyttää kasvihuonekaasuja, joiden tiedetään aiheuttavan ilmastonmuutosta. Ilmasto vaikuttaa paljon matkakohteen valintaan, joten ilmastonmuutokseen liittyvät lämpötilan muutokset ja epänormaalit sääilmiöt voivat vaikuttaa matkailuelinkeinon kannattavuuteen sekä matkailijoiden elämyksiin. On olemassa keinoja vähentää matkailun ympäristövaikutuksia, mutta jos näitä keinoja ei panna käytäntöön, ovat seuraukset haitallisia matkailualan tulevaisuudelle. Siksi onkin tärkeää panostaa matkailun suunnitteluun muun muassa laatimalla kehityssuunnitelmia ja standardeja, jotta matkailun haitalliset ympäristövaikutukset saataisiin minimiin. (Becken & Hay 2007, 1,6-7; Puczko & Rätz 2002, 174.)

Matkailu vaikuttaa ympäristöön suoraan ja epäsuorasti kohteessa, matkoilla ja jopa matkailijan lähtömaassa. Vaikutukset voivat olla globaaleja eli maailmanlaajuisia tai lokaaleja eli pai-

kallisia. Paikallisia ympäristövaikutuksia voidaan hoitaa helpommin kuin maailmanlaajuisia, sillä ne vaikuttavat vain tietyllä alueella. Ruuhkat, parkkeerausongelmat, paikallisten vesien saastuminen tai kansallispuiston liian suuret väkimäärät ovat esimerkkejä matkailun aiheuttamista paikallisista ympäristövaikutuksista, joita voidaan ratkaista alueellisella suunnittelulla. Globaalit ongelmat ovat monimutkaisempia, voivat muuttua ajan kuluessa ja ne voivat vaikuttaa joka puolella maailmaa. Ilmastonmuutos ja otsonikerroksen oheneminen ovat matkailun aiheuttamia globaaleja ympäristövaikutuksia. (Puczkó & Rátz 2002, 170, 180-182.)

Vaikutusalueet voidaan jakaa luonnonympäristöön, johon kuuluvat luonnonvarat, maisemat sekä eläimet ja kasvillisuus, sekä ihmisen rakentamaan ympäristöön. Vaikutukset näihin voivat olla suoria tai epäsuoria sekä peruuttamattomia tai peruutettavissa olevia. Esimerkiksi roskaaminen on suora vaikutus kun taas jätteiden käsittelyyn liittyvät ongelmat ovat epäsuoria vaikutuksia. Useissa maissa juuri matkailun aiheuttamia epäsuoria vaikutuksia on hankala erottaa muiden alojen tuomista vaikutuksista. Peruutettavissa olevilla vaikutuksilla tarkoitetaan niitä vaikutuksia, jotka voidaan palauttaa alkuperäiseen tilaan, esimerkiksi rakennuksia voidaan purkaa ja puita istuttaa. Peruuttamattomilla vaikutuksilla viitataan pysyvään muutokseen, kuten jonkin lajin sukupuuttoon. (Puczkó & Rátz 2002, 170-171, 183, 185.)

Matkailun ympäristövaikutukset voivat olla niin kielteisiä kuin myönteisiäkin. Kielteisiä vaikutuksia on kolmenlaisia: resurssien liikkakäyttö, ihmisten käyttäytyminen ja saastuttaminen. Hyvänä puolena voidaan pitää sitä, että matkailu synnyttää kiinnostuksen luontoa kohtaan ja matkailusta saatuja varoja käytetään muun muassa luonnon sekä historiallisten kohteiden suojeluun. (Holden 2000, 71,97-98.)

Koska matkailu on iso elinkeino, käyttää se paljon resursseja, etenkin maan ja veden käyttö on suurta. Tämä vaikuttaa ja muuttaa elinympäristöä ja esimerkiksi kasvit ja eläimet kärsivät. Maata tarvitaan paljon esimerkiksi hotellien ja lentokenttien sekä niitä ympäröivien teiden rakentamiseen, minkä seurauksena monissa maissa hyvää viljelysmaata menee hukkaan. Etenkin pienissä saarivaltioissa tämä on ongelma ja yhä enemmän ruokatarvikkeita täytyy kuljettaa ulkomailta, koska viljelysmaata ei ole tarpeeksi tyydyttämään paikallisten tai matkailijoiden tarpeita. Hotellien vedenkäyttö on myös huolestuttavaa etenkin niissä maissa, joissa paikalliset kärsivät vesipulasta. Sama vesimäärä, joka riittäisi paikallisille maanviljelijöille kolmeksi vuodeksi, kuluu loistohotellin sadalta asiakkaalta alle kahdessa kuukaudessa. Paikallisille viljelijöille tärkeitä märkejä alueita voidaan kuivattaa hotellien tarpeisiin. Kuivilla alueilla vettä voidaan jopa kuljettaa muualta, mikä voi lisätä paikallisten tyytymättömyyttä matkailuelinkeinoa kohtaan. (Holden 2000, 71-75.)

Luonnonvarojen liikkakäyttö on yksi suurimmista matkailun aiheuttamista ympäristöongelmista, mutta myös ihmisten käytöksellä on suuri vaikutus. Niin paikalliset kuin matkailijatkin

ovat tärkeä osa matkailuelinkeinoa, ja heidän käytöksestään riippuu paljon se, kuinka suuria matkailun kielteiset vaikutukset oikeastaan ovat. Esimerkiksi villieläinten tarkkailu safareilla voi häiritä eläinten luonnollisia elinoloja, muuttaa niiden käytöstapoja ja aiheuttaa ylimääräistä stressiä. Ihmiset aiheuttavat myös meteliä. Tärkeää olisikin huolehtia, että vain tietty määrä ajoneuvoja kerääntyisi kerrallaan eläinten ympärille, eikä liian lähelle mentäisi. Vaikka oppaat ja autonkuljettajat tietävät nämä säännöt, heidän on usein vaikea kieltäytyä, jos matkailijat pyytävät lisämaksusta pääsevänsä lähelle. Myös korallipalojen myyminen matkamuistona tai niiden tuhoaminen jalkaisin ovat esimerkkejä asioista, jotka ihmiset voisivat helposti estää muuttamalla käytöstään ja asenteitaan. (Holden 2000, 72-73, 86-89.)

Kolmas merkittävä ympäristöongelma on saastuttaminen. Matkailu ei ole yksin syyllinen maapallon saasteisiin, mutta sen aiheuttamat saasteet ovat huomattavia niin paikallisella kuin maailmanlaajuisellakin tasolla. Matkailu aiheuttaa ilmansaasteiden lisäksi vesien saastumista sekä meluhaittoja ja esteettisyyden pilaantumista. Veden saastuminen on iso ongelma, sillä se ei ainoastaan luo terveyshaittoja ihmisille, mutta pilaantunut vesi on vaaraksi koralleille sekä muille eläimille ja kasveille. Välimeren ja Karibian rantakohteissa vain murto-osa mereen heitetystä jätevedestä on puhdistettua. Jätevedet aiheuttavat merien ja järvien rikastumista, mikä puolestaan lisää esimerkiksi leväkukintoja. Levien lisääntyminen ja rantojen pilaantuminen voi aiheuttaa ongelmia kohteen matkailuelinkeinolle. Moottoriurheilu, kuten vesiskootterit ja moottoriveneet edesauttavat vesien saastumista. (Holden 2000, 73, 92.)

Ilman pilaantuminen puolestaan aiheutuu lähinnä matkustamisesta kodin ja kohteen välillä. Lentäminen ja autolla ajaminen kuluttavat fossiilisia polttoaineita joista syntyy hiilidioksidiä, joka on yksi suurimmista ilmastonmuutosta edistävästä tekijöistä. Lentämien tuottaa eniten hiilidioksidiä matkustajaa kohden, kolme prosenttia koko maailman hiilidioksidista. Tämä ja muut liikenteen aiheuttamat saasteet eivät vain tuhoa ilmakehää ja edistä ilmastonmuutosta, mutta ovat haitallisia ihmisille. Ilmaa pilaavat pölyt ja saasteet, jotka johtuvat uusien kohteiden rakentamisesta tai vanhojen purkamisesta. Liikenne ja rakennustyömaat aiheuttavat myös suuren osan matkailun melusaasteesta. Melu häiritsee etenkin niitä, jotka asuvat lentokenttien läheisyydessä. Esteettisyys on puolestaan koetuksella, kun erityyppisiä hotelleja ja muita rakennuksia rakennetaan liian lähekkäin, eikä paikallisia arkkitehtuurisia tyylejä kunnioiteta. Rakennukset voivat pilata maiseman. (Holden 2000, 93-96.)

Ympäristön kantokyvyn säilymisen vuoksi ja kohteiden ympäristöystävällisyyden takaamiseksi on Kapkaupungin julistuksessa annettu muutama ohje vihreämmän matkailun puolesta. Julistuksen mukaan luonnonvaroja tulisi käyttää säästellen ja turhaa kulutusta sekä jätteiden määrää vähentää. Luonnon kantokykyä tulee kunnioittaa ja määrittellä minkälaista matkailua alue kestää ja kannattaisiko väkimäärälle luoda rajoitteita. Ympäristövaikutuksia tulee arvioida koko ajan, aina suunnittelu- ja rakennusvaiheesta lähtien ja tehdä ympäristöä vähiten

kuormittavia valintoja. Jotta näissä asioissa onnistuttaisiin, henkilökunnalle ja kaikille sidosryhmille pitäisi järjestää koulutusta ja tiedotusta ympäristöasioihin liittyen. (The Responsible Tourism Partnership 2002.)

4.3 Sosiaaliset ja kulttuuriset vaikutukset

Monia matkailijoita kiehtovat vieraat ja eksoottiset kulttuurit. Erilaiset perinteet, uskonnot, kielet ja etniset ryhmät rikastuttavat kulttuuria ja kasvattavat matkailun kysyntää. Matkailun tuottamat taloudelliset hyödyt lisäävät usein paikallisten sosiaalista hyvinvointia. Mutta matkailu voi aiheuttaa myös kielteisiä vaikutuksia paikallisiin kulttuureihin ja ihmisiin. (Nyaupane & Timothy 2009, 56.)

Sosio-kulttuuriseen vaikutusalueeseen luetaan aineettomia asioita, kuten perinteet ja tavat, musiikki, tanssi, uskonnot, koulutus ja ruokailutavat sekä aineellisia asioita kuten taide, käsityöt, ruokatuotteet ja vaatteet. Aivan kuten taloudellisilla vaikutuksilla ja ympäristövaikutuksilla, myös sosio-kulttuurisilla vaikutuksilla on myönteisiä sekä kielteisiä puolia. Matkailu voi tuhota kulttuureita, mutta toisaalta matkailu voi joissakin tapauksissa elvyttää paikallisia tapoja. Tärkeää olisi, että paikalliset pääsisivät osallistumaan matkailun suunnitteluun ja toteutukseen, jotta he saisivat äänensä kuuluville ja voisivat siten vaikuttaa alueella tapahtuviin muutoksiin. Tätä ei kuitenkaan tapahdu kovin usein, vaan yleensä päätösvalta siirtyy paikallisilta joko valtiolle tai ulkomaalaisille sijoittajille, koska paikallisilla ei ole tarpeeksi tietotaitoa suurten matkailukeskittymien johtamiseen. (Nyaupane & Timothy 2009, 56-57; Prideaux 2009, 245-247.)

Paikallisten oikeuksien laiminlyöminen on yksi suurimmista sosio-kulttuurisista vaikutuksista. Osallistumisen puutteen lisäksi on muitakin asioita, jotka voivat saada paikalliset ajattelemaan negatiivisesti matkailusta ja sen tuomasta kehityksestä. Prideaux (2009) ja Nyaupane ja Timothy (2009) listaavat kirjoissaan hyvin samankaltaisia sosio-kulttuurisia vaikutuksia. Molemmissa kirjoissa kerrotaan esimerkiksi kuinka ihmiset ovat joutuneet muuttamaan kotoaan tehdäkseen tilaa matkailun kehitykselle. Vapaaehtoisesti tämä ei ole tapahtunut vaan Nyaupanen ja Timothyn kirjassa (2009) kerrotaan jopa tapauksista Indonesiassa ja Guatemalassa, joissa armeija on uhkaillut muuttohaluttomia tai poliisi on tuhonnut taloja ja pidättänyt siirtymistä vastustelevia. Matkailun kehittymisen myötä paikallisten käyttämät alueet ovat pienentyneet joissakin kohteissa. Esimerkiksi turistien suosimille rannoille ei pääse enää harjoittamaan kalastusta tai muita sosiaalisia aktiviteettejä, mikä vaikuttaa paikallisten elämään ja jopa yhteishenkeen. Paikalliset voivat kokea tämän niin, että matkailijat valtaavat heidän kotinsa. Myös ulkopuolisten työntekijöiden palkkaaminen aiheuttaa niin sosiaalisia kuin taloudellisiakin vaikutuksia. Lisäksi kulttuurien liika tuotteistaminen on runsasta ja tapahtuu usein ilman paikallisten lupaa. Kun kulttuureita, tapoja ja seremonioita tuotteistetaan liikaa, jää-

vät paikallisten kaipaama sanoma tai henkisyys usein pois. Saattaa käydä niin, että paikallisilla ei ole sanavaltaa, millä tavalla omaa kulttuuria esitellään vieraille. Henkisillä ja uskonnollisilla paikoilla vieraileminen ja kuvaaminen saattaa myös häiritä tai loukata paikallisia. (Nyau-pane & Timothy 2009, 60-63; Prideaux 2009, 246-247.)

Sosio-kulttuuriset vaikutukset ovat paljon yhteydessä taloudellisiin ja ympäristövaikutuksiin. Kuten ympäristövaikutuksia käsittelevässä kappaleessa mainittiin, jakautuu veden käyttö usein epätasaisesti paikallisten ja matkailijoiden välillä. Tämä on ongelma etenkin kohteissa, joissa matkailu kasvaa kovaa vauhtia, mutta juomavettä on vähän tarjolla. Veden tarve alkaa jo rakennusvaiheessa ja jatkuu matkailijoiden saavuttua. Uima-altaat, golfkentät, puutarhat ja suihkut kuluttavat jatkuvasti vettä. Hotellit voivat saada erikoislupia maakaivojen poraamiseen, kun taas paikallisille lupia ei myönnetä. Tämä epäoikeudellinen vedenjako lisää tyytymättömyyttä matkailuteollisuutta kohtaan paikallisten keskuudessa. Hotellit voivat viedä veden paikallisilta, jolloin paikallisille ei aina jää tarvittavaa vesimäärää elämiseen. Ongelma korostuu kuivankauden aikaan, jolloin matkailusesonki on suurimmillaan. Vedenpuute pahentaa paikallisten oloja ja köyhyyttä entisestään. (Tourism Concern 2012cd.)

Vedenjaon lisäksi maankäyttö ja -omistus ovat kiistanalaisia asioita. Etenkin kehitysmaissa paikallisilla on harvoin omistusoikeus maihinsa. He eivät saa korvausta tai vaikutusvaltaa maihinsa matkailuyrityksiltä, jotka käyttävät heidän alueitaan. Ja kuten jo aikaisemmin on todettu, paikallisia on usein joko pyydetty tai pakotettu muuttamaan pois kotoaan kansallispuiston tai suojelualueen perustamiseksi matkailukäyttöön. Vaikka näiden alueiden perustaminen on positiivinen asia ympäristön kannalta, usein alkuperäisten asukkaiden tunteet ja oikeudet unohtuvat. Maasait Tansaniassa ja Keniassa ovat tunnettu esimerkki siitä, kuinka paikalliset ihmiset häädetään asuinsijoiltaan luonnonsuojelun ja matkailun nimissä. Alkuperäisasukkaiden häätäminen omilta asuinsijoiltaan kertoo heidän voimattomuudestaan ja vallan epätasaisesta jakautumisesta. (Honey 2008, 97-101; Mowforth & Munt 2003, 236-238.)

Matkailu luo paljon työmahdollisuuksia paikallisille, mutta aina työolosuhteet eivät ole kohdallaan. Matkailun luomat työpaikat ovat usein huonosti palkattuja, työterveyshuoltoa ei ole aina saatavissa, kehittymismahdollisuudet ovat heikot, yhdistystoiminta vähäistä ja työntekijät tekevät pitkiä ja rankkoja päiviä. Lisäksi työsuhteet ovat useimmiten kausiluonteisia, jolloin osan aikaa vuodesta, matkailusesongin ulkopuolella, alueen työttömyysluvut nousevat. Työolosuhteet riippuvat paljon kohteittain ja huomioitavaa on, että pienistä palkoista huolimatta monissa maissa matkailun avulla tienaa enemmän rahaa, kuin alueen muilla elinkeinoilla. (Ashley & Mitchell 2010, 36-39; Bramwell 2004, 12.; Charlton ym. 2008, 158.)

Työpaikkojen tuoman taloudellisen hyvinvoinnin lisäksi matkailulla on muitakin myönteisiä sosiaalisia ja kulttuurillisia vaikutuksia. Vieraiden ja paikallisten välinen kanssakäyminen

opettaa molempia osapuolia uusista kulttuureista, se voi lieventää stereotyyppioita ja luoda ystävyyssuhteita. Matkailu voi siis luoda myönteisiä mielikuvia muista kulttuureista ja opettaa kunnioittamaan niitä. Paikalliset voivat tuntea ylpeyttä omasta kulttuuristaan, koska huomavat matkailijoiden kiinnostuksen. Perinteiset tavat, seremoniat, musiikki tai käsityöt voivat elpyä, säilyä ja kukoistaa matkailun ansiosta. Lisäksi matkailukohteen parantunut infrastruktuuri ja lisääntyneet palvelut sekä investoinnit hyödyttävät vierailijoiden lisäksi paikallisiakin. Ja koska matkailu lisää kiinnostusta kohteen kulttuuriin, alueen historiallisia kohteita ja rakennuksia aletaan usein suojella. Matkailun avulla voidaan siis lisätä tietoisuutta suojeltavista kohteista. Lisäksi matkailua voi käyttää kohdemaan ongelmien esille tuomiseen. (Gawler Visitor Information Centre 2012; Mirbabayev & Shagzatova 2011.)

Kapkaupungin julistus vuodelta 2002 tarjoaa ohjeita myös kielteisten sosio-kulttuuristen vaikutusten pienentämiseen. Yksi varmasti tärkeimmistä ohjeista on se, että paikallisia yhteisöjä pitää aktiivisesti ottaa mukaan päätösten tekoon jo suunnitteluvaiheessa. Sosio-kulttuurisia vaikutuksia pitää ajatella koko ajan alusta lähtien, jotta negatiiviset vaikutukset saataisiin käännettyä positiivisiksi. Koko ajan pitää pyrkiä siihen, että paikalliset kokisivat matkailuelinkeinon positiivisena asiana ja heitä ei syrjäytettäisi kehityksen tieltä. Tämä tarkoittaa muun muassa vapaata liikkuvuutta omilla maillaan. Matkailun sivuvaikutuksena on joskus kohteen lisääntynyt prostituutio ja seksuaalisen hyväksikäyttö ja tämän vuoksi vastuullisen matkailun julistus haluaa, että kaikki matkailuelinkeinon toimijat taistelisivat tätä ilmiötä vastaan, etenkin jos hyväksikäytön uhreina ovat lapset. Julistuksessa neuvotaan, että matkailuteollisuuden tulisi edesauttaa kohteen terveydenhuoltopalveluiden ja koulujen lisääntymistä ja parantumista. Ennen kaikkea sosiaalinen hyvinvointi kohteissa paranee, kunhan kaikki toimijat arvostavat kulttuurien erilaisuutta ja tekevät kaikkensa niiden ylläpitämiseksi. (The Responsible Tourism Partnership 2002.)

5 All inclusive -matkat

All inclusive -matkojen suosio kasvaa hurjaa vauhtia. Vieraillemalla suomalaisten matkanjärjestäjien nettisivuilla voi huomata, että suurin osa niistä tarjoaa all inclusive -lomia. Sama kiinnostus on muualla maailmassa. Esimerkiksi brittiläinen matkanjärjestäjä First Choice on muuttanut kaikki matkansa all inclusiveiksi ja Thomas Cook aikoo sekin lisätä all inclusive -matkoja kymmenellä prosentilla. Lomia markkinoidaan huolettomina ja helppoina, koska kaikki kustannukset on maksettu jo etukäteen. Lomaa etsiville all inclusive kuulostaa luksukselta, johon keskivertokuluttajallakin on varaa. Mutta jotkut tutkijat ovat alkaneet kyseenalaistaa tämän suositun konseptin vastuullisuutta, etenkin paikallistalouden näkökulmasta. Muun muassa isobritannialaisella hyväntekeväisyysjärjestöllä Tourism Concernillä on meneil-

lään kampanja, jonka avulla he pyrkivät tuomaan esille all inclusive -konseptin vaikutuksia matkakohteessa. (Tourism Concern 2012b.)

Tässä kappaleessa kerrotaan tarkemmin all inclusiven vaikutuksista kohteen paikallistalouteen. Kappaleessa pohditaan muun muassa all inclusive -hotellien suurempaa työllisyystarvetta ja työntekijöiden olosuhteita. Lisäksi kerrotaan, miten nämä hotellit ja niiden sisältämät palvelut vaikuttavat paikallisiin pienyrittäjiin. Kielteisten vaikutusten jälkeen kappaleessa kerrotaan myös positiivinen esimerkki hotelliketjusta, joka pyrkii mahdollisimman laajaan yhteistyöhön paikallisten kanssa. Lopuksi kappale esittelee Tobagon saaren Karibialla ja kertoo kasvavan all inclusive -ilmiön vaikutuksista saaren talouteen.

5.1 Vaikutukset paikallistalouteen

Matkailun taloudelliset vaikutukset -kappaleessa on kerrottu, että matkailu on kasvava elinkeino ja sen avulla voidaan luoda työpaikkoja ja parhaimmassa tapauksessa vähentää kehitysmaiden köyhyyttä. Useat tutkijat kuitenkin epäilevät, että all inclusive -matkat hyödyttäisivät paikallistaloutta yhtä paljon, kuin muut matkailun muodot. Joidenkin tutkimusten mukaan all inclusive -hotellit työllistäisivät kuitenkin enemmän ihmisiä, kuin muut hotellit. Osa töistä on tosin kausiluonteisia. Huomioitavaa on myös se, että hotellin ulkopuolinen työllisyys vähenee, koska matkailijoiden ei tarvitse käyttää muita palveluja, kuten paikallisia ravintoloita. (Ashley & Mitchell 2010, 106-107.)

Vaikka all inclusive -hotellit työllistävätkin paljon ihmisiä, saattaa osa työntekijöistä tulla kohdemaan ulkopuolelta. Etenkin esimiesasemassa olevat tarvitsevat koulutuksen, ja kehitysmaissa voi olla pulaa osaavasta henkilöstöstä. Esimiesten ja muun henkilöstön välillä voi olla luottamuspulaa johtuen tästä, ja sen seurauksena henkilöstön vaihtuvuus voi olla tiuhaa. All inclusive voi vaikuttaa työntekijöiden tuloihin. Koska kaikki kuuluu hintaan, eikä asiakkaille ole rahaa mukanaan, työntekijöille ei jaeta tippejä. Joissakin kohteissa juomarahojen antaminen voi olla jopa kiellettyä. Monissa maissa palkat ovat pieniä ja työntekijät turvautuvat paljon tippeihin. Jos niitä ei saa antaa, joutuvat työntekijät selviämään vähemmällä. (Issa & Jayawardena 2003, 168, 170; Tourism Concern 2012b.)

Tourism Concernin teettämien tutkimusten mukaan all inclusive -hotellien työntekijöiden oikeuksia rikotaan, koska usein he eivät kuulu ammattiliittoihin, koulutus on vähäistä ja ylitöitä teetetään paljon ilman asianmukaista korvausta. Tippien vähäisyys vaikuttaa, koska usein ne ovat erittäin tärkeä tulonlähde. Monissa maissa matkailu on yksi tärkeimmistä elinkeinoista. Koska all inclusive -lomat kasvattavat suosiotaan, joutuvat monet hotellit tahtomattaan muuttamaan toimintansa vastaamaan kysyntää. Tourism Concernin mukaan tämä on aiheutta-

nut jännitteitä paikallisten päättäjien ja kansainvälisten matkanjärjestäjien välille etenkin Turkissa. (Tourism Concern 2012b.)

Kuten monet muut tutkijat, myös Tourism Concern on huolissaan all inclusive -matkojen vaikutuksista hotellien ulkopuolisille yrityksille. Heidän tutkimustensa mukaan monia ravintoloita, kuljetusyrityksiä, majataloja ja kauppoja on jo jouduttu sulkemaan paikoissa, joissa on paljon all inclusive -hotelleja. Tämän seurauksena yhä vähemmän ihmisiä valitsee all inclusive -matkasta poikkeavan majoituksen, koska kohteen palvelutarjonta on rajoittunut. Kilpailu on kovaa myös all inclusive -hotellien välillä, minkä seurauksena hinnat ovat laskeneet niin alas, että työntekijöille ei jää paljon maksettavaa. (Tourism Concern 2012b.)

Vaikka monet tutkijat kritisoivat all inclusive -matkojen vähäistä panosta paikallistalouteen, on nämä negatiiviset asiat pyritty eliminoimaan minimiin joissakin hotelleissa. Esimerkiksi Karibialla sijaitseva Sandals-hotelliketju ostaa ruoka-aineita paikallisilta maanviljelijöiltä ja paikallisilta markkinoilta. He myös järjestävät kierroksia ja vierailuja paikallisille markkinoille ja kauppoihin. Tämä lisää vieraiden ja paikallisten vuorovaikutusta ja enemmän rahaa jää paikallisille yrityksille. Hotelliketju kutsuu vähintään kerran viikossa paikallisia myyjiä hotellin alueelle tai rannalle, jotta he saavat myydä turisteille tuotteitaan. Tällä tavoin Sandals pyrkii lisäämään paikallisten osallistumista ja hyvinvointia. Nettisivuillaan he ilmoittavat myös pyrkivänsä vähentämään kohteen sosiaalisia vaikutuksia ja ympäristöpäästöjä muun muassa tarkkailemalla vedenkäyttöä, kierrättämällä ja markkinoimalla paikallisia nähtävyyksiä. (Issa & Jayawardena 2003, 168.; Sandals 2012.)

5.2 Esimerkki all inclusiven taloudellisista vaikutuksista Tobagossa

Abdool ja Carey ovat tutkineet Travel Foundationin pyynnöstä all inclusive -hotellien vaikutuksia paikallistalouteen Tobagossa. Tobagon saari sijaitsee Karibialla ja se on osa Trinidadin ja Tobagon tasavaltaa. Tobagolle matkailu on tärkeä elinkeino, kun taas suurempi ja rikkaampi saari Trinidad pärjää hyvillä öljy ja kaasu varoillaan. Tobagossa on noin 47 000 asukasta ja matkailu työllistää suoraan arviolta 5000 ihmistä. Matkailu on toiseksi suurin työllistäjä valtion jälkeen. Vuosittain Tobagoon matkustaa noin 68 000 ihmistä, joista 35 000 on all inclusive matkalla. Suurin osa näistä matkalaisista tulee Iso-Britanniasta. Hotelleja on yhteensä 18, joista yhdeksän tarjoaa all inclusivea. Näistä yhdeksästä hotellista viisi tarjoaa vain all inclusivea, ja loputkin ovat siirtymässä pelkästään all inclusive -konseptiin. Kaikki yhdeksän hotellia sijaitsevat saaren lounaisosassa. All inclusive -sektori kasvaa Tobagossa kovaa vauhtia ja kysynnän lisääntyessä myös uusien all inclusive -hotellien tarve kasvaa. (Abdool & Carey 2004, 2-5.)

Abdool ja Carey laskivat, että all inclusive -lomalaiset yllättäen jättävät enemmän rahaa paikalliseen talouteen, kuin muissa majoituksissa asuvat. Esimerkiksi englantilaiset käyttävät keskimäärin 16 puntaa päivässä erilaisiin retkiin, ulkona syömiseen, vuokra-autoihin ja ostoksiin. Suurin osa tästä rahasta ei kuitenkaan jää pysyvästi Tobagoon, eli rahaa vuotaa muualle, lähinnä Trinidadiin ja matkailijoiden kotimaihin. Yksi syy tähän on se, että vain yksi hotelleista on tobagolaisten omistama, muut hotellit kuuluvat trinidadilaisomistukseen. Tobago ei myöskään ole enää omavarainen maataloudessa, joten suurin osa elintarvikkeista kuljetetaan 35 kilometrin päästä Trinidadista tai kauempaa. Tobagolaiset pienviljelijät tarvitsisivat enemmän tukea valtiolta, jotta heidän tuotteitaan ostettaisiin hotelleihin. Tällä hetkellä Trinidadin tuotteet ovat edullisempia, laadukkaampia, heillä on laajempi valikoima ja laadun sekä toimituksen luotettavuus on parempi. Abdoolin ja Careyn tekemän kyselyn mukaan kaikkien all inclusive -hotellien johtajat olisivat valmiita panostamaan paikallisiin tuotteisiin, jos hinta vain laskisi. Yllättävää tutkimuksessa oli myös se, että paikallisten ravintoloiden kannattavuus ei laskenut huomattavasti. Etenkin hotellien vieressä sijaitsevat hieman paremmat ravintolat pärjäävät edelleen hyvin. Tämä voi johtua siitä, että jotkut hotellit myyvät tarjoushinnoilla illallisia näihin paikkoihin. Eniten all inclusive -hotelleista kärsivät pienet ja halvat paikalliset ravintolat. (Abdool & Carey 2004, 3, 5-6.)

Saaren yhdeksän all inclusive -hotellia työllistävät suoraan jopa 9,1 % saaren kokonaistyöllisyydestä. Vaikka kovimpaan sesonkiaikaan Tobagossa käy hieman enemmän matkustajia kuin muuhun aikaan vuodesta, eivät työllisyysluvut muutu paljon vuoden aikana. Sesongin aikana hotellit työllistävät suoraan 1800 henkilöä, kun taas sesongin ulkopuolella luku on 1700. Tämä johtuu siitä, että monet hotellit haluavat pitää osaavan henkilöstönsä, joten jopa 60 % työntekijöistä on pysyvä työsopimus vuoden ympäri. Tobagolaisilla on kuitenkin huono työmoraali, joten monet hotellit palkkaavat mieluummin työntekijöitä Trinidadista, jossa business-kulttuuri on aivan erilainen. Työttömyysprosentti Tobagossa on melko korkea, 22 %. (Abdool & Carey 2004, 2-3, 5.)

Vaikka paljon rahaa valuu naapurisaareen Trinidadiin elintarvikkeiden ja henkilöstön takia, on all inclusive -sektori erittäin tärkeä Tobagolle ja kasvavan kysynnän takia uusia all inclusive -hotelleja tulee varmasti lisää. Jotta paikalliset hyötyisivät matkailusta enemmän, tulisi valtiolta tutkia, tukea ja panostaa enemmän siihen, että paikallisia palveluita ja tuotteita käytettäisiin enemmän. (Abdool & Carey 2004, 6.)

Abdoolin ja Careyn (2004) tutkimuksessa keskityttiin ainoastaan all inclusiven taloudellisiin vaikutuksiin Tobagossa. Sosio-kulttuurisia ja ympäristövaikutuksia ei tule kuitenkaan unohtaa. Esimerkiksi elintarvikkeiden kuljetus saaren ulkopuolelta luo enemmän päästöjä kuin lähiruuan kuljetus saaren sisällä. Hotellien uima-altaat ja muu vedenkäyttö on runsasta eikä vedenpuhdistuksesta ole mainintaa. Työttömyys vaikuttaa ihmisiin, samoin suuret turistimäärät. Tut-

kimuksessa ei käsitelty myöskään paikallisen kulttuurin valjastamista matkailijoiden käyttöön tai kuinka paikalliset suhtautuvat matkailun kasvuun. Nämä ja monet muut asiat ovat tärkeitä, kun pohditaan onko matkailu vastuullista. Kaiken kaikkiaan all inclusive -matkojen kokonaisvaltaisista vaikutuksista kohteessa löytyy yllättävän vähän tutkimuksia.

6 Reilu matkailu

”Reilu matkailu lähtee siitä perusolettamuksesta, että matkailun hyödyt ja haitat on mahdollista jakaa paljon nykyistä oikeudenmukaisemmin” (Avara Maailma 2011). Näin kerrotaan Avara maailman nettisivuilla. Kyseessä on entinen matkanjärjestäjä ja matkatoimisto, joka nykyisin on keskittynyt vastuullisen matkailun kehitys-, tiedotus- ja koulutustehtäviin. Yritys on yksi reilu matkailu -konseptin aktiivisista kehittäjistä. Tässä kappaleessa käsitellään tarkemmin sitä, mitä reilu matkailu on, ja miten se eroaa vastuullisesta matkailusta. Lisäksi käsitellään Reilun matkailun yhdistystä ja sen toimintaperiaatteita sekä muita vastaavia kansainvälisiä yhdistyksiä.

6.1 Reilun matkailun käsite

Termit reilu ja vastuullinen matkailu tarkoittavat pohjimmiltaan samaa, mutta Reilun matkailun yhdistyksen puheenjohtajan Julia Jäniksen mukaan reilu matkailu huomioi sellaisiakin asioita, jotka eivät saa riittävästi huomiota vastuullisen matkailun määritelmässä. Reilu matkailu keskittyy enemmän paikallisten ihmisten hyvinvointiin, kuten siihen, että paikalliset saavat reilun osuuden matkailutuloista. Myös reiluihin työoloihin ja palkkoihin kiinnitetään enemmän huomiota. Tarkoituksena on, että paikalliset hyötyisivät matkailusta mahdollisimman paljon eikä paikallinen ympäristö tai kulttuuri kärsi. Jäniksen mukaan reilua matkailua harjoittavat yritykset ottavat pitkän aikavälin vastuun toimintaympäristössään, mikä tarkoittaa muun muassa työntekijöiden jatkuvaa kouluttamista ja heidän etujensa ajamista sekä ympäristö vastuun kantamista esimerkiksi uusiutuvia energianlähteitä käyttämällä. Yritykset ottavat paikallisyhteisön huomioon ja pyrkivät tasa-arvoiseen sekä jatkuvaan vuorovaikutukseen heidän kanssaan. (Jänis 2012.)

Kaikki voivat olla reiluja matkailijoita ja kaikesta matkailusta voi tehdä reilumpaa. Monet eri järjestöt, yhdistykset ja yritykset tarjoavat nettisivuillaan käytännön ohjeita siihen, kuinka matkustaa reilummin. Myös kirjoja on kirjoitettu tästä aiheesta. Oma aktiivisuus on tärkeää ja, jos on aikeissa ostaa valmismatkan, kuten esimerkiksi all inclusive -matkan, kannattaa matkanjärjestäjältä kysyä kuinka he ovat huomioineet vastuullisuuden tuotteissaan. Jos matkustajat yhä enenemissä määrin alkavat kysellä vastuullisten matkojen perään, alkavat mat-

kanjärjestäjät jatkossa kehittämään tuotteitaan kestävämpään suuntaan vastatakseen kysyntään. (Reilun matkailun yhdistys ry 2012ef.)

6.2 Reilun matkailun yhdistys

Reilun matkailun yhdistys perustettiin vuonna 2003 herättämään keskustelua matkailun vaikutuksista ja edistämään vastuullista matkailua. Yhdistys haluaa, että reilun matkailun periaatteet tulevat tutuiksi niin matkailijoille kuin matkailualan toimijoillekin. Omilla nettisivuillaan he kuvaavat, että yhdistys on ”sosiaalisesti, taloudellisesti ja ekologisesti vastuullista matkailua edistävä kansalaisjärjestö. Toiminnan perustana ovat Reilun matkailun periaatteet. Yhdistys haluaa kannustaa ja rohkaista matkailualan ammattilaisia, yrityksiä ja matkailijoita noudattamaan näitä periaatteita omassa toiminnassaan”. He nostavat esille erilaisia teemoja ja aiheita matkailun vaikutuksista ympäristöön ja paikallisiin ihmisiin. Tarkoituksena on, että aiheet herättäisivät keskustelua matkailun eettisistä valinnoista ja niiden merkityksestä niin Suomessa kuin ulkomaillakin. Tiedottamisen lisäksi yhdistys tekee yhteistyötä muiden matkailualan yhdistysten kanssa, järjestää keskustelu- sekä koulutustilaisuuksia, tekee viranomaisille aloitteita ja tutkii ja julkaisee matkailuun liittyviä aiheita. Jäseneksi voi liittyä kuka tahansa reilun matkailun kannattaja. Jäsenenä on matkailualan ammattilaisia, yrityksiä ja opiskelijoita ja muidenkin alojen edustajia. Jäseneksi voivat liittyä kaikki aiheesta kiinnostuneet matkailijat. (Reilun matkailun yhdistys ry 2012abc.)

Reilun matkailijan ohjeet ovat yhdistyksen kehittämät toimintaohjeet, joiden mukaan matkailijan tulisi toimia matkallaan. Niitä on yhdeksän ja ne pätevät niin kotimaan- kuin ulkomaanmatkoilla. Ohjeet neuvovat hankkimaan tietoa matkakohteesta, matkustamaan huippusesongin ulkopuolella, suosimaan paikallista, minimoimaan jätettä, säästämään vettä ja energiaa, kunnioittamaan paikallista kulttuuria, suojelemaan ihmisiä, eläimiä ja luontoa, valitsemaan vastuuntuntoisen matkanjärjestäjän sekä kertomaan näkemästään ja kokemastaan. (Reilun matkailun yhdistys ry 2012f.)

Reilun matkailun yhdistyksellä on monia projekteja ja hankkeita. Se on muun muassa kouluttanut 20 kestävän matkailun lähettilästä, joiden tehtävänä on vieraila kouluissa, messuilla, koulutustilaisuuksissa ja erilaisissa tapahtumissa kertomassa matkailun vaikutuksista ja reilusta matkailusta. Kestävän matkailun lähettiläät paneutuvat etenkin kehitysmaiden ongelmiin, koska matkailu on voimakkaasti kasvava elinkeino monissa kehitysmaissa. He osaavat kertoa taloudellisten-, sosiaalisten- ja ympäristövaikutusten lisäksi matkailun vaikutuksista ihmisoi-keuksiin ja yleisiin kehityskysymyksiin, kuten naisten aseman parantaminen ja köyhyyden poistaminen. (Reilun matkailun yhdistys ry 2012d.)

Myös muualla maailmassa on Reilun matkailun yhdistyksen kaltaisia järjestöjä, joiden tarkoituksena on tuoda esille kestävän matkailun periaatteita ja matkailun aiheuttamia ja matkailuun liittyviä ongelmia. Yksi tunnetuimmista on isobritannialainen hyväntekeväisyysjärjestö Tourism Concern, jolla on kannattajia ja jäseniä ympäri maailmaa. Heidän painopisteensä on paikallisten ihmisten hyvinvoinnissa ja oikeuksissa. Tietoisuuden lisäämiseksi heillä on tiuhaan vaihtuvia kampanjoita. Kampanjat saavat aiheensa paikallisten toiveesta tehdä asioille jotain tai huolestuneiden matkailijoiden tarinoista. Vuoden 2012 aikana Tourism Concern on kampanjoinut all inclusive lisäksi muun muassa veden epätasaisesta jakautumisesta matkailuteollisuuden ja paikallisten välillä. (Tourism Concern 2012a.)

7 Tutkimussuunnitelma ja tutkimuksen toteuttaminen

Tutkimuksen tarkoitus on selvittää suomalaisten matkanjärjestäjien mielipiteitä siitä, ovatko all inclusive -matkat vastuullista matkailua. Haastattelemalla selvitetään, kuinka paljon he ovat tietoisia all inclusive varjopuolista ja kuinka he omalla toiminnallaan pyrkivät edistämään vastuullisuutta all inclusive -kohteissaan. Tutkimus selvittää myös konseptin suosion syitä ja matkanjärjestäjien aikomuksia panostaa tulevaisuudessa yhä enemmän all inclusive -matkoihin. Tutkimuksen avulla pyritään siis mielipiteiden lisäksi kartoittamaan sitä, tulevatko all inclusivet jatkossakin kasvattamaan suosiotaan Suomessa.

Aiheesta on tehty jonkin verran tutkimuksia, mutta kirjallisuutta ei juuri ole. Koska all inclusive -matkat kasvattavat suosiotaan maailmalla, on tämän tutkimuksen tekeminen olennaista, jotta tulevaisuudessa all inclusive -matkat olisivat vastuullisempia ja tieto ja ymmärrys tästä ilmiöstä kasvaisi. Matkanjärjestäjät valittiin tutkimuksen kohteeksi, koska niiden rooli on tärkeä vastuullisen matkailun edistämässä. Matkanjärjestäjien valinnat määrittävät sen, minkälaisissa kohteissa suomalaiset lomailevat. Haastattelemalla matkanjärjestäjiä halutaan heissä samalla herättää ajatuksia.

7.1 Laadullinen tutkimus

Tutkimusmenetelmänä käytän laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta, koska tarkoituksena on selittää ja ymmärtää all inclusive -ilmiötä eikä mitata sitä määrällisesti numeroiden muodossa. Lähtökohtaisesti laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus kuvaa todellista elämää ja tarkoituksena on tutkia kohdetta niin kokonaisvaltaisesti kuin mahdollista. Jokaisella ihmisellä on omat arvonsa, jotka muokkaavat tapaa, jolla ymmärrämme tutkittavaa ilmiötä. Tutkittava aineisto kootaan luonnollisissa oloissa ja ihmisten avulla eli tutkijan omilla havainnoilla ja haastatteluilla pyritään keräämään aineistoa. Laadullisessa tutkimuksessa ei testata jo olemassa olevia väittämiä tai teorioita, vaan tarkoituksena on tarkastella aineistoa monitahoises-

ti ja kenties löytää uusia tosiasioita ja teorioita, joita voidaan jatkossa tutkia määrällisesti. Laadullisessa tutkimuksessa käsitellään asioiden merkityksiä ja pyritään ymmärtämään tutkitavan kohteen ominaisuuksia ja laatua. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 156 - 157, 160.)

Haastattelu on yksi tiedonhankinnan muoto, jota käytetään laadullisessa tutkimuksessa. Haastattelun avulla tutkittavien äänet ja näkökulmat pääsevät kunnolla esille ja se on joustava tapa kerätä aineistoa. Puolistrukturoitu haastattelu on lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun välimuoto, koska näkökulma ja kysymysten aiheet ovat etukäteen valikoituja, mutta keskustelu voi vapaasti edetä ja kysymysten muotoilu voi muuttua haastattelutilanteessa. Haastattelua voi kutsua myös teemahaastatteluksi, koska haastattelun teema on valittu etukäteen ja kaikki kysymykset koskevat tätä yhtä teemaa eli vastuullista matkailua. Haastattelua tehtäessä on hyvä muistaa, että kyseessä on vuorovaikutustilanne ja kysymykset täytyy muotoilla niin, että ne eivät vaikuta vastauksiin, eikä haastateltavaa johdatella vastaamaan tietyllä tavalla. (Hirsjärvi ym. 2007, 160, 199; Ruusuvoori & Tiittula 2005, 9-12, 29, 51.) Tässä tutkimuksessa käytetään puolistrukturoitua haastattelua (Liite 1).

7.2 Tutkimuksen tekeminen ja aineiston keruu

Tutkimuksen tekeminen alkoi haastattelukysymysten pohtimisella. Ne keksittiin yhdessä Reilun matkailun yhdistyksen puheenjohtajan Julia Jäniksen kanssa. Tärkeää on, että kysymykset ovat relevantteja eli vastaavat tutkittavaan asiaan. Kysymysten muotoiluun piti myös kiinnittää huomiota, jotta niistä ei tulisi liian johdattelevia. Kysymykset luonnosteltiin kirjoitetun teorian perusteella ja lopulta kymmenistä kysymyksistä valittiin 19 osuvinta ja parasta kysymystä. Karsimalla kysymysten määrää haastattelusta ei tulisi liian pitkä. Matkanjärjestäjien kiireisen aikataulun takia haastatteluun haluttiin käyttää maksimissaan 30 minuuttia, jotta mahdollisimman moni matkanjärjestäjä pystyisi järjestämään aikaa haastattelulle. Käytännössä aikaa kului kuitenkin vain noin 15 minuuttia.

Tavoitteena oli haastatella kolmea tai neljää all inclusive tarjoavaa suomalaista matkanjärjestäjää kasvotusten. Haastatteluajkojen sopiminen osoittautui kuitenkin oletettua hankalammaksi, joten vastauksia sai myös lähettää sähköpostin välityksellä. Lopulta aineisto saatiin kasaan haastatteleamalla kahta matkanjärjestäjää kasvotusten ja yksi matkanjärjestäjä vastasi kysymyksiin sähköisesti. Kysymykset ovat melko yksiselitteisiä, joten haastattelun teko sähköisesti ei tuottanut epäselviä vastauksia. Kaikki haastateltavat ovat esimiesasemassa olevia henkilöitä. Poikkeuksena on sähköpostilla tapahtunut haastattelu, sillä siihen vastasivat ihmiset eri osastoilta ikään kuin tiimityönä, joten vastaajien asema ei ole tiedossa. Usealta osamisolueelta saadut vastaukset tuovat kuitenkin syvyyttä vastauksiin. Tutkimus tehtiin nimettömänä, eli tutkimuksessa ei tulla mainitsemaan haastateltavien nimiä eikä heidän edustamansa matkanjärjestäjän nimeä.

Kasvotusten tapahtuneet haastattelut tapahtuivat matkanjärjestäjien toimistoissa, suljetuissa tiloissa, eikä paikan päällä ollut haastattelijan lisäksi kuin yksi haastateltava. Häiriötekijöitä ei ollut ja haastatteluihin pystyttiin keskittymään kunnolla. Haastattelutilanne oli tutkijalle ensimmäinen yksintapahtuva haastattelu, ja etenkin ensimmäisen haastattelun aikana pieni jännitys oli havaittavissa, mutta se ei vaikuttanut tilanteeseen. Haastateltavat puolestaan vaikuttivat rennoilta ja vastasivat esitettyihin kysymyksiin asiantuntevasti. Tutkija pysyi valmiissa kysymyslistassa, mutta jatkokysymyksiä olisi voitu esittää enemmänkin, koska aikaa jäi.

7.3 Aineiston analyysi

Haastatteluissa kysyttiin 19 kysymystä samassa järjestyksessä (Liite 1). Ensimmäiseksi kysyttiin all inclusive -hotellien määrää. Kaikilla kolmella matkanjärjestäjällä niitä on useita. Tarkkaa lukumäärää kukaan ei pystynyt antamaan, mutta yksi kertoi niitä olevan satoja. Yhteistä kaikilla kolmella matkanjärjestäjällä on se, että aivan kaikista kohteista niitä ei löydy. Etenkin Kreikan saaret ja manner Espanja ovat alueita, joissa all inclusive ei ole niin suosittua, sillä niissä kohteissa on paljon paikallisia pienyrittäjiä. Lisäksi yksi matkanjärjestäjä perusteli tätä sillä, että all inclusive vaatii isot tilat, eli pienissä hotelleissa ei ole mahdollisuutta tähän. Turkki ja Egypti tulivat puolestaan esille melkein kaikissa haastatteluissa paikkoina, joissa all inclusivea on erittäin paljon.

Kaikki matkanjärjestäjät tarjoavat erilaisia all inclusive -paketteja. Ne voivat vaihdella aktiviteeteista erilaisiin ruokavaihtoehtoihin, riippuen hotellista. Yksi matkanjärjestäjä toteaa, että asiakkaat voivat ostaa muita paketteja vain hotellilta, sillä he myyvät ennakkoon ostetuna vain yhtä vaihtoehtoa. Yksi puolestaan tarjoaa sellaista pakettia, johon kuuluu ruoka esimerkiksi vain viitenä päivänä seitsemästä, jolloin muina päivinä ruokailut tapahtuvat hotellin ulkopuolella. Tällöin asiakkailla on mahdollisuus ruokailla muualla.

Kaikki olivat yhtä mieltä siitä, että all inclusiven kysynnän määrä on kasvanut viimeisen vuoden aikana. Yksi jopa toteaa: ”Ei se oo vaan Suomessa, vaan se on laajemminki näkyvissä, että all inclusiven suosio on kasvanut.” Tällä hän viittaa kansainväliseen all inclusive -konseptin kasvuun. Toiset kaksi matkanjärjestäjää selittävät all inclusive -matkojen kysynnän kasvua sillä, että on enemmän tarjontaaakin, enemmän all inclusivea tarjoavia hotelleja kuin ennen. Kun sitten kysyttiin, onko heillä itsellä tarkoitus lisätä all inclusive tarjontaa, vastaukset vaihtelivat hieman. Yksi sanoi, että todennäköisesti ei, sillä ”eihän se koko totuus tästä matkailusta ollenkaan oo”. Toinen puolestaan toteaa: ”Ollaan joka vuosi lisätty näitä all inclusive -paketteja”. Kolmas oli näiden kahden vastauksen välimaastossa, sillä heidän ”tavoit-

teena on saada monipuolista valikoimaa jokaiseen kohteeseen” eikä all inclusive ole ainoa hotellivalintakriteeri heille.

Kaksi sanaa tuli ilmi kaikissa haastatteluissa, kun kysyttiin syitä, minkä takia asiakkaat valitsevat all inclusive -matkan. Nämä sanat olivat ”helppous” ja ”lapsiperheet”. Kun kaikki on maksettu etukäteen, tekee se lomasta helpon. Etenkin lapsiperheet tarttuvat tähän huoletomaan vaihtoehtoon. Ja kuten yksi asian ilmaisi: ”Onhan se valtavan helppo, kun sulla on kaikki valmiiksi valittuna”. Kaksi kolmesta mainitsi ”huolettomuuden” yhdeksi markkinointikeinoksi. Lisäksi helppous, raha, laatu ja turvallisuus tulivat esille, kun kysyttiin, miten näitä lomia markkinoidaan asiakkaille. Kuinka suuri osa valitsee all inclusiven, vaihtelee kaikkien vastaajien mielestä kohteen ja ajankohdan mukaan. Esimerkiksi Turkkiin, Egyptiin tai Karibialle matkustavat valitsevat useimmiten all inclusiven, sillä hotellien lähellä ei ole muita palveluita. Kreikkaan ja Thaimaahan matkustavat puolestaan usein valitsevat toisen majoitustyyppin, koska niissä kohteissa on paljon ravintoloita ja kahviloita. Kesällä ja talvella myydään eri kohteita, siksi vaihtelua tulee. Yksi vastaajista sanoi myös, että kesällä valitaan all inclusivea enemmän, koska silloin lapsiperheet matkustavat paljon.

Monet tekijät vaikuttavat uusien hotellien valintaan. Esimerkiksi hinta-laatusuhde, palvelut, ja itse kohde vaikuttavat. Mutta ennen kaikkia sijainti ja kokonaisuus vaikuttavat hotellin valintaan kaikkien mielestä. Kukaan kolmesta matkanjärjestäjästä ei maininnut erikseen ympäristöohjelmia tai muita vastuullisuuteen viittaavia sertifikaatteja tärkeiksi valintakriteereiksi. Yksi kysymys koski all inclusive -matkojen kilpailutilannetta ja kaikki kolme olivat samaa mieltä siitä, että ei se ole sen kummempaa kuin muillakaan matkoilla. Yksi vastaajista vain totesi, että suurin kilpailu käydään siitä, kuka saa parhaat hotellit.

Kun kysyttiin, työllistävätkö all inclusive -hotellit enemmän henkilökuntaa kuin muut hotellit, vastaukset hieman jakaantuivat. Kahden matkanjärjestäjän mielestä kyllä, sillä ”hotelleissa on yleensä enemmän ravintoloita ja ne ovat auki pidempään kuin muissa hotelleissa”. Yksi vastaajista oli sitä mieltä, että ei työllistä, mutta voisivat työllistää enemmänkin. Kun kysyttiin, onko suomalaisia paljon töissä näissä hotelleissa, kaksi vastaajista kertoi, että suomenkielisiä oppaita on kohteissa, koska asiakkaat pitävät siitä, että omalla kielellä voi asioida. Etenkin lastenkerhoissa ja muissa asiakaspalvelutehtävissä pidetään jonkin verran suomalaisia ”ihan vain asiakaspalvelun takaamiseksi”. Yksi vastaajista ei osannut sanoa tähän kysymyseen mitään.

Kaikilla kolmella matkanjärjestäjällä on kohteissaan sekä paikallisten omistuksessa olevia että kansainvälisessä omistuksessa olevia hotelleja. Kukaan ei osannut sanoa, onko toisia enemmän kuin toisia. Kaikki myös kertoivat käyttävänsä kohteissa paikallisia palveluita, kuten oppaita ja kuljetusfirmoja. Yksi toteaa, että ”ostamme kaikki palvelut paikalliselta yhteistyökump-

panilta, joten suuri osa työntekijöistä on paikallisia”. Yksi puolestaan kertoo, että ”raaka-aineethan koitetaan saada mahdollisimman läheltä sitä kohdetta”.

Kaikki kolme haastateltavaa matkanjärjestäjää kertovat antavansa jonkinlaista koulutusta vastuullisesta toiminnasta henkilökunnalleen. Vastuullisuusasiat ovat esimerkiksi yksi aihe opaskoulutuksessa. Yksi matkanjärjestäjä kertoo erikseen, että heillä on hotellien sopimuksissa kirjattuna, että esimerkiksi maan omia lakeja tulee noudattaa toiminnassa. Erikseen on maininta lapsiseksiturismin kitkemiseksi. Hänen mukaansa heillä on ”tietyt pelisäännöt, mitä pitää noudattaa”. Kun kysyttiin kohteen henkilökunnan tyytyväisyydestä esimerkiksi palkkaukseen tai päivien pituuteen, kaksi vastaajaa kertoi, että heillä ei ole tietoa asiasta. Toinen totesi, että se on hotellien asia, ”ei meidän vastuulla”. Yksi matkanjärjestäjä kertoi kuitenkin, että henkilöstötutkimukset osoittavat tyytyväisyyttä. Monissa kohteissa on totuttu siihen, että kesällä tienataan melkein koko vuoden tienestit, jolloin luonnollisesti tehdään myös enemmän töitä.

Yksi kysymys kuului, että miten all inclusive -hotellit vaikuttavat turistien asioimiseen paikallisissa ravintoloissa. Kaikki vastaajat olivat yhtä mieltä siitä, että ne vähentävät paikallisten asioimista hotellin ulkopuolella. Tätä perusteltiin sillä, että all inclusive -hotellien palvelutarjonta on niin laaja, että tarvetta asioimiseen hotellien ulkopuolella ei ole. Lisäksi asiakkaat kokevat, että kaikesta on maksettu etukäteen, joten ei ole kannattavaa lähteä hotellin ulkopuolelle esimerkiksi illalliselle. Yksi vastaajista kertoo näkevänsä tämän kehityksen huonona, koska ”sehän lamaannuttaisi sitte kaikki ravintolat ja kuppilat ja kahvilat”. Hänen mielestään kohteissa tulisi olla kaikenlaisia hotelleja, ei vain all inclusive -hotelleja, jotta paikalliset palvelut säilyvät. ”Ei ne kaikki hotellit voi olla, eikä oo hyväkään”, hän pohtii all inclusive hotellien määrää suhteessa muihin hotelleihin.

Kaksi viimeistä kysymystä tuottivat eniten keskustelua ja pisimmät vastaukset. Kysymyksessä numero 18 piti antaa vastaväite sille, että all inclusive matkailu ei ole vastuullista matkailua. Kaksi vastaajista oli sitä mieltä, että asia on kaksitahoinen ja kaikella on puolensa. ”Suuret hotelli-resortit osaltaan voivat estää paikallisen yritystoiminnan kehittymisen ja onnistumisen.” ”Kysyä voi myös, minne all inclusive toiminnasta saadut tuotot kohdentuvat.” Mutta puolustaakseen all inclusivea, matkanjärjestäjät huomauttivat, että asiat eivät ole niin mustavalkoisia. Suuret hotellit työllistävät paljon ja all inclusive toiminta voi olla joissakin kohteissa se ainoa tulonlähde, ”jolloin pienempienkin tuottojen kohdentuminen sen kautta paikallisille ihmisille voi olla parempi vaihtoehto kuin olla kokonaan ilman all inclusive -resortien tuomia tuottoja”. Ja vaikka hotelliketjut ovatkin usein kansainvälisiä, niin niiden rakentaminen on valtava investointi kohteelle. Lisäksi matkanjärjestäjät tietävät, että hotelleissa noudatetaan kohdemaan lakeja, samaa ei voi sanoa hotellien ulkopuolisista ravintoloista. Tämä kysymys aiheutti paljon mielenkiintoisia vastauksia, ja on yllättävää huomata, kuinka hyvin

matkanjärjestäjät ovat tietoisia all inclusivien negatiivisesta kuvasta ja negatiivisista puolista. Kolmas matkanjärjestäjä oli myös hyvin tietoinen näistä haitoista ja antoiikin vastaväitteeksi vain sen, että se on helppo tapa etenkin lapsiperheille matkustaa.

Viimeinen kysymys koski Tourism Concernin kampanjaa all inclusivien kielteisistä sosiaalisista vaikutuksista kohteessa. Matkanjärjestäjiltä kysyttiin, miten he omalla toiminnallaan pyrkivät estämään näitä haitallisia vaikutuksia. Kaksi vastasivat, että rajoittamalla all inclusive tarjontaa, eli he pyrkivät tarjoamaan monipuolisia majoitusvaihtoehtoja. Yksi puolestaan painotti hotellisopimusten vastuullisuutta ja oman esimerkin kautta toimimista sekä paikallisen työvoiman ja raaka-aineiden käyttöä. Lisäksi yksi vastaaja kertoi, että kannattavan liiketoiminnan avulla he voivat tukea kohteiden pieniä ja keskisuuria hankkeita.

7.4 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida esimerkiksi tutkimuksen reliabiliudella ja validiudella. Tutkimusta voidaan pitää reliabelina eli luotettavana, jos samat tulokset saadaan kahteen eri kertaan eri henkilöiden tekeminä. Tulokset eivät siten ole sattumanvaraisia, vaan tutkimus voidaan toistaa useasti samoin tuloksin. Tutkimuksen validius eli pätevyys puolestaan tarkoittaa sitä, että tutkimusmenetelmä mittaa juuri sitä, mitä on tarkoituskin. Tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että haastateltavat ovat ymmärtäneet kysymykset. (Hirsjärvi ym. 2007, 226-227.)

Laadullisessa tutkimuksessa näitä mittaustapoja on hieman hankalampi soveltaa, sillä esimerkiksi teemahaastattelut ovat ainutlaatuisia tilanteita, eikä täysin samanlaisia haastatteluja synny. Mutta tutkija voi arvioida tutkimuksen luotettavuutta esimerkiksi kertomalla yksityiskohtaisesti haastattelutilanteista, mahdollisista häiriötekijöistä ja virhetulkinnoista. Tarkka selostus tutkimuksen toteuttamisesta lisää tutkimuksen luotettavuutta. Lisäksi tulosten tulokinnassa täytyy olla tarkka ja tähän auttavat esimerkiksi suorat sitaatit haastateltavilta. (Hirsjärvi ym. 2007, 227-228.)

Tämä tutkimus täyttää luotettavuuden kriteerit, koska tutkimuksen toteuttaminen on selitetty tarkasti. Kysymykset ovat myös hyvin yksiselitteisiä, joten niihin osattiin vastata hyvin. Jos samat kysymykset esitettäisiin samoille henkilöille uudestaan, vastaukset olisivat todennäköisesti samanlaisia. Sanatarkasti haastattelua ei tietenkään voi toistaa, mutta vastausten tyyli pysyisi samana.

8 Tulokset ja johtopäätökset

Tutkimuskysymys kuului, että onko all inclusive vastuullista matkailua. Tähän haettiin kolmen suomalaisen matkanjärjestäjän mielipidettä. Haastattelujen perusteella voidaan todeta, että matkanjärjestäjät tunnustavat all inclusive -matkojen varjopuolet, mutta ovat sitä mieltä, ettei tämä ole matkailun negatiivisin osa. ”Kaikella on puolensa”, ilmaisee yksi matkanjärjestäjä. Toinenkin sanoo, että kaikesta löytyy negatiivisia puolia ja että all inclusive ei ole se pahin asia matkailussa. Kuten kysymyksen 18 vastaukset asian hyvin ilmaisivat, on kyseessä kaksitahoinen asia, johon matkanjärjestäjilläkään ei ole antaa suoraa, musta-valkoista vastausta. All inclusive -matkoilla on hyviä ominaisuuksia, kuten suurempi työllistäminen, suuret investoinnit, hotellien lainmukaiset työsopimukset ja kohteen ympäristö- ja kulttuurihankkeiden rahoittaminen. Mutta toisaalta, rahaa vuotaa kohteen ulkopuolelle, sillä kansainvälisiä ketjuja on paljon, ja paikalliset pienyrittäjät kärsivät, koska ihmiset jäävät hotelleihin ruokailemaan. Tämän tutkimuksen mukaan voidaan päätellä, että vastuullisuus riippuu matkakohteesta ja hotellista. Tällöin ei voida yleistää all inclusive -konseptin vastuullisuutta tai vastuuttomuutta, vaan hotellien ja matkanjärjestäjien vastuullisuus laitetaan puntariin.

Tutkimuksen tarkoitus oli myös selvittää aikovatko suomalaiset matkanjärjestäjät lisätä all inclusive -tarjontaansa. Yksi matkanjärjestäjä sanoi, kyllä, toinen ei sanonut suoraan, vaan puhui monipuolisesta kasvusta, ja kolmas sanoi, että eivät aio. Hän sanoi: ”Mä en niinku alan ammattilaisena näe ollenkaan sitä kehitystä hyvänä”. Näistä eriyvistä vastauksista voidaan päätellä, että jokainen matkanjärjestäjä toimii omaksi parhaakseen näkemällä tavalla. Esimerkiksi matkanjärjestäjä, jonka all inclusive -matkat tulevat jatkossakin lisääntymään, kertoi, että asiakkaiden ostoskäyttäytyminen on muuttunut ja he tarjoavat sitä, mitä kuluttajat haluavat ostaa. Tässäkin asiassa kuluttajilla on sananvaltaa. ”Se on tämän päivän trendejä, mitä sit tulee huomenna”, pohti yksi matkanjärjestäjä ja kertoi, että esimerkiksi Ruotsissa oltaisiin jo luopumassa all inclusive -konseptista.

Tuloksista voidaan päätellä, että all inclusive ei ole matkanjärjestäjien mielestä se vastuullisin tapa matkustaa, mutta ei myöskään se pahin asia. Matkanjärjestäjien omalla toiminnalla, omalla esimerkillä ja omilla hotellisopimuksilla on merkitystä siihen, kuinka vastuullisia lomiamia suomalaisille tarjotaan. Kuluttajalla on vaikutusvaltaa, sillä matkanjärjestäjät pyrkivät tarjoamaan sellaisia lomiamia, joille on kysyntää. Haastattelujen perusteella voidaan vetää myös johtopäätöksiä siitä, että all inclusive -matkojen kysyntä kasvaa ja niitä tullaan todennäköisesti tarjoamaan entistä enemmän. Vaikka yksi vastaajista olikin eri mieltä tästä, niin kaksi muuta olivat selkeästi innokkaampia lisäämään all inclusive -tarjontaansa. Kukaan ei kuitenkaan maininnut, että olisi siirtymässä pelkästään all inclusive -konseptiin.

Haastatteluissa tulivat näkyvimmin esille all inclusivien taloudelliset vaikutukset, tosin monet kysymyksistä viittasivatkin suoraan talouteen. Ympäristövaikutuksista ei oikeastaan tullut puhuttua ollenkaan, vaikka nekin olivat osa vastuullisuuteen liittyviä kysymyksiä. Tässä kohtaa vastaajien ajatukset varmaan pyörivät vain jo puhuttujen talousasioiden äärellä. Kahdella näistä kolmesta matkanjärjestäjästä löytyy nettisivuillaan tietoa vastuullisesta matkailusta ja myös ympäristöasiat on niissä huomioitu. Uskon, että ympäristöasioista on tullut jo niin yleinen puheenaihe, että tällä kertaa se aihe väistyi taloudellisten ja sosiaalisten vaikutusten pohtimiselta.

Tulokset eivät ole täysin yksiselitteisiä, aivan kuten osasinkin odottaa. Kaikki matkanjärjestäjät myönsivät, että all inclusivien yksi varjopuolista on se, että hotellien ulkopuoliset palvelut kärsivät. Tämän lisäksi rahavirtojen valuminen ulkomaille huoletti vastaajia jonkin verran. Sen sijaan työolojen kurjuudesta matkanjärjestäjillä ei ollut juurikaan tietoa, sillä se on useimmiten hotellien omalla vastuulla. Nämä ovat kenties ne kolme asiaa, jotka huolettavat all inclusivea kritisoivia eniten ja näihin tutkimuksessa yritettiin saada vastauksia.

Jotta tutkimuskysymykseen saataisiin tarkempi vastaus, voisi seuraava tutkimus keskittyä tietyn kohteen all inclusive -hotellien tutkimiseen. Kun tarpeeksi monta kohdetta on tutkittu, ollaan lähempänä vastausta. Jatkotutkimusehdotuksena olisikin eri kohteiden all inclusive -hotellien tutkiminen. Tämä tutkimus voisi pitää sisällään esimerkiksi työntekijöiden tyytyväisyyskyselyn, hotellien omistussuhteen, eli onko paikallisomisteisia vai kansainvälisessä omistuksessa olevia hotelleja enemmän ja lisäksi sen, noudatetaanko hotelleissa määrättyjä sopimuksia. Asiakkaiden ostokäyttäytymistä hotellien ulkopuolella voisi myös tutkia. Tukittavaa tietoa on paljon enemmänkin, ja näistä saisi useampia pieniä tutkimuksia tai yhden suuren tutkimuksen aikaiseksi. Tämä opinnäytetyö keskittyi tutkimaan ainoastaan all inclusivien vastuullisuutta maalla eli all inclusive -risteilyiden vastuullisuutta ei tutkittu. Etenkin Karibialla näitä risteilyitä esiintyy paljon, joten tästäkin saisi seuraavan tutkimusaiheen.

9 Yhteenveto ja opinnäytetyöprosessin arviointi

All inclusive -matkat ovat herättäneet paljon keskustelua niiden vastuullisuudesta. Osa kritisoijista lyttää matkat täysin väittäen, että yhtään rahaa ei jää kohteeseen, paikallisten oikeuksia sorretaan ja työntekijöiden olot ovat kurjat. Toisaalta osa on sitä mieltä, että all inclusive -kohteet voivat olla yhtä vastuullisia kuin mikä tahansa vastuullinen kohde, kunhan vain niitä johdetaan hyvin. Tämä tarkoittaa, että paikallisille jätetään enemmän matkailutuloja, energiankulutusta vähennetään, paikalliset otetaan mukaan matkailun suunnitteluun ja kaikille tarjotaan hyvät työolot. (Responsibletravel.com 2012; Totem 2011.)

Haastatellut matkanjärjestäjät olivat myös kahden vaiheilla siitä, ovatko all inclusive -matkat vastuullista matkailua. Tässä tutkimuksessa haastateltiin ainoastaan kolmea suomalaista matkanjärjestäjää. All inclusivea tarjoavia matkanjärjestäjiä on Suomessa ainakin kuusi ja koko maailmassa varmasti satoja, ellei tuhansia. Otanta on siis hyvin pieni, joten tämän tutkimuksen tulokset ovat suuntaa-antavia eli tuloksia ei voida pitää absoluuttisena totuutena. Mutta ne antavat esimerkin siitä, miten yksittäiset matkanjärjestäjät ajattelevat all inclusivesta.

Kokonaisuudessaan tutkimus onnistui hyvin, vaikka yksiselitteistä vastausta all inclusiven vastuullisuudelle ei pystytty antamaan. Tämä kuvastaa hyvin matkailuelinkeinon laajuutta ja sitä, kuinka monet seikat vaikuttavat kohteen vastuullisuuteen. Tutkimuksen avulla saatiin kuitenkin selville, että suomalaiset matkanjärjestäjät ovat tietoisia all inclusiven varjopuolista ja suhtautuvat niihin ammattitaidolla. Loppupeleissä vastuullisuus on kuitenkin yksittäisten ihmisten vastuulla. Matkailijat voivat valinnoillaan ja käytöksellään vaikuttaa. Samoin työntekijät, johtajat ja päättäjät omilla valinnoillaan ja teoillaan ovat osaltaan vaikuttamassa siihen, kuinka taloudellisesti, ekologisesti ja sosio-kulttuurillisesti vastuullista matkailu on tulevaisuudessa.

Opinnäytetyöprosessi sujui yllättävän kivuttomasti, koska olin varannut siihen tarpeeksi aikaa. Teoriaosuuden kirjoittamisen aloitin kesällä ja tutkimuksen suoritin syksyllä. Ainoastaan haastattelujen saaminen oli yllättävän hankalaa, koska esimiehiä ei saanut kiinni puhelimitse, eivätkä he vastanneet sähköposteihin. Poikkeuksen teki yksi matkanjärjestäjä, joka vastasi heti ensimmäiseen sähköpostiin ja haastattelu aika saatiin sovittua nopeasti. Kahdelle muulle matkanjärjestäjälle sain lähettää useamman pyynnön ennen vastausta. Neljäs haastattelu oli myös järjestymässä, mutta valitettavasti haastateltava sairastui, eikä haastattelua ehditty toteuttamaan. Jos tutkimus tehtäisiin uudestaan, olisin yhteydessä matkanjärjestäjiin hieman aikaisemmin, jotta kiirettä ei syntyisi.

Vaikka opiskelujen aikana olemme tehneet paljon raportteja, opin tämän prosessin aikana lisää akateemisesta kirjoittamisesta. Etenkin lähteiden merkitys korostui ja tutkimuksen tekemisestä opin paljon uutta. Teorian kirjoittaminen oli työlästä, mutta samalla palkitsevaa. Olen aina ollut kiinnostunut vastuullisesta matkailusta, joten aiheen tutkiminen oli hyvä oppimisprosessi, jossa opiskeluaikoina opittu tieto saatiin tiivistettyä yhteen työhön. All inclusive oli aiheena alusta asti mielenkiintoinen, mutta haastava, koska kirjallisuutta siitä ei löydy. Mutta artikkeleita ja muutamia tutkimuksia onneksi löytyi, joiden avulla sain kerättyä tietoa. Motivaatiota ja ajankohtaisuutta lisäsi myös samoihin aikoihin ilmestynyt Tourism Concernin kampanja all inclusiven vastuullisuudesta. Kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen prosessin kulkuun ja siihen, että opin valtavasti uusia asioita matkailun vastuullisuudesta ja itsestäni tutkijana.

Lähteet

Kirjalliset lähteet

Abdool, A. & Carey, B. 2004. Making All-Inclusives More Inclusive - A Research Project on the Economic Impact of the All-inclusive Hotel Sector in Tobago. The Travel Foundation.

Ashley, C. & Mitchell, J. 2010. Tourism and Poverty Reduction - Pathways to Prosperity. London: Earthscan.

Becken, S. & Hay, J.E. 2007. Tourism and Climate Change - Risks and Opportunities. Climate Change, Economies and Society. Clevedon: Channel View Publications.

Bramwell, B. 2004. Coastal Mass Tourism - Diversification and Sustainable Development in Southern Europe. Aspects of Tourism. Clevedon: Channel View Publications.

Charlton, C., Mowforth, M. & Munt, I. 2008. Tourism and Responsibility - Perspectives from Latin America and the Caribbean. United Kingdom: Routledge.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13., osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Honey, M. 2008. Ecotourism and Sustainable Development - Who Owns Paradise? Second Edition. USA: Island Press.

Ineson, E.M. 2005. Current Issues in International Tourism Development. United Kingdom: Business Education Publishers.

Lanza, A., Markandya, A. & Pigliaru, F. 2005. The Economics of Tourism and Sustainable Development. The Fondazione Eni Enrico Mattei Series on Economics and the Environment. Gloucester: Edward Elgar Publishing.

Mowforth, M. & Munt, I. 2003. Tourism and Sustainability - Development and New Tourism in the Third World. Second Edition. United Kingdom: Routledge.

Nyaupane, G.P. & Timothy, D.J. 2009. Cultural Heritage and Tourism in the Developing World - a Regional Perspective. Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility. USA: Routledge.

Prideaux, B. 2009. Resort Destinations - Evolution, Management and Development. United Kingdom: Elsevier.

Puczkó, L. & Rátz, T. 2002. The Impacts of Tourism - An Introduction. Hämeenlinna: Häme Polytechnic

Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. 2005. Haastattelu - tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere: Vastapaino.

Sähköiset lähteet

Anderson, W. 2010. Determinants of all-inclusive travel expenditure. *Tourism Review* 3/2010, 4-15. Viitattu 6.6.2012.

<http://www.emeraldinsight.com.nelli.laurea.fi/journals.htm?issn=1660-5373&volume=65&issue=3&articleid=1881968&show=html&PHPSESSID=0bsu55kuj3pmopqol3s7quurg0>

Anderson, W., Juaneda, C. & Sastre, F. 2009. Influences of pro- all-inclusive travel decisions. *Tourism Review* 2/2009, 4-18. Viitattu 6.6.2012.

<http://www.emeraldinsight.com.nelli.laurea.fi/journals.htm?issn=1660-5373&volume=64&issue=2&articleid=1796085&show=html&PHPSESSID=0bsu55kuj3pmopqol3s7quurg0>

Apollo, 2012. All Inclusive -hotellit. Viitattu 6.6.2012.

<http://www.apollomatkat.fi/fi/tarjoukset/all-inclusive/pages/all-inclusive-hotellit.aspx>

Avara Maaailma, 2011. Reilu matkailu - Onko sitä? Viitattu 11.10.2012.

http://www.avaramaailma.fi/index_reilu.html

First Choice UK, 2012. All Inclusive Holidays. Viitattu 6.6.2012.

<http://www.firstchoice.co.uk/sun-holidays/all-inclusive-holidays/>

Gawler Visitor Information Centre, 2012. The Social and Cultural Impacts of Tourism. Viitattu 20.6.2012.

http://www.gawler.sa.gov.au/webdata/resources/files/5_Gawler_Impacts_Tourism.PDF

Harcombe, D. 1999. The Economic Impacts of Tourism. Viitattu 5.6.2012.

http://www.journal.au.edu/abac_journal/may99/article3_f.html

Holden, A. 2000. Environment and Tourism. USA: Routledge. Viitattu 12.6.2012.

<http://site.ebrary.com.nelli.laurea.fi/lib/laurea/docDetail.action?adv.x=1&d=all&f00=all&f01=&f02=&hitsPerPage=500&p00=environmental+impacts+of+tourism&p01=&p02=&page=1&id=2002440>

Issa, J.J. & Jayawardena, C. 2003. The "all-inclusive" concept in the Caribbean. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 3/2003, 167-171. Viitattu 6.6.2012.

<http://www.emeraldinsight.com.nelli.laurea.fi/journals.htm?issn=0959-6119&volume=15&issue=3&articleid=867473&show=html&PHPSESSID=0bsu55kuj3pmopqol3s7quurg0>

Mirbabayev, B. & Shagzatova, M. 2011. The Economic and Social Impact of Tourism. Viitattu 20.6.2012.

[http://www.grips.ac.jp/alumni/UzbekistanTourism\(2\).pdf](http://www.grips.ac.jp/alumni/UzbekistanTourism(2).pdf)

Reilun matkailun yhdistys ry, 2012a. Kannatusjäsenyys. Viitattu 28.6.2012.

http://wordpress.reilumatkailu.fi/?page_id=620

Reilun matkailun yhdistys ry, 2012b. Liity jäseneksi. Viitattu 28.6.2012.

http://wordpress.reilumatkailu.fi/?page_id=83

Reilun matkailun yhdistys ry, 2012c. Miksi Reilun matkailun yhdistys? Viitattu 28.6.2012.

http://wordpress.reilumatkailu.fi/?page_id=1019

Reilun matkailun yhdistys ry, 2012d. Projektit ja hankkeet. Viitattu 29.6.2012.

http://wordpress.reilumatkailu.fi/?page_id=555

Reilun matkailun yhdistys ry, 2012e. Reilun matkailun kysymyslista. Viitattu 17.10.2012.

<http://wordpress.reilumatkailu.fi/?p=861>

Reilun matkailun yhdistys ry, 2012f. Reilun matkailijan ohjeet. Viitattu 28.6.2012.

http://wordpress.reilumatkailu.fi/?page_id=35

Responsibletravel.com, 2012. Should all inclusive holidays be banned? Viitattu 12.10.2012.
<http://www.responsibletravel.com/copy/should-all-inclusive-holidays-be-banned>

Sandals, 2012. Sandals Earth Guard. Viitattu 7.6.2012.
<http://www.sandals.com/difference/eco-friendly-resorts.cfm>

The Responsible Tourism Partnership, 2002. The Cape Town Declaration. Viitattu 8.7.2012.
<http://www.responsibletourismpartnership.org/CapeTown.html>

Totem, 2011. Can all inclusions be sustainable? Masterclass answers question. Viitattu 12.10.2012.
<http://www.totemtourism.com/1/post/2011/5/can-all-inclusives-be-sustainable-masterclass-answers-question.html>

Tourism Concern, 2012a. About us. Viitattu 11.7.2012.
<http://www.tourismconcern.org.uk/about-us.html>

Tourism Concern, 2012b. All-inclusive holidays - Excluding local people in tourist destinations. Viitattu 6.6.2012.
<http://www.tourismconcern.org.uk/all-inclusive-holidays---excluding-local-people.html>

Tourism Concern, 2012c. Tourism: A Thirsty Business. Viitattu 25.6.2012.
<http://www.tourismconcern.org.uk/water-abuse.html>

Tourism Concern, 2012d. Water Equity in Tourism. Viitattu 25.6.2012.
<http://www.tourismconcern.org.uk/water-equity.html>

WTM, 2012. Get involved. Viitattu 10.7.2012.
<http://www.wtmwrtd.com/page.cfm/Link=177/t=m/goSection=3>

UNWTO, 2001. Global Code of Ethics for Tourism - For Responsible Tourism. Viitattu 10.7.2012.
http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Codigo_Etico_Ing.pdf

UNWTO, 2010. Tourism and the Millennium Development Goals. Viitattu 10.7.2012.
<http://www.unwto.org/tourism&mdgsezine/>

UNWTO, 2012. Why Tourism? Tourism - an Economic and Social Phenomenon. Viitattu 4.6.2012.
<http://www2.unwto.org/en/content/why-tourism>

Julkaisemattomat lähteet

Jänis, J. 2012. Reilun matkailun yhdistyksen puheenjohtaja. Sähköpostihaastattelu. 20.8.2012.

Liitteet

Liite 1 Haastattelukysymykset	37
-------------------------------------	----

Liite 1 Haastattelukysymykset

1. Montako all inclusivea tarjoavaa hotellia teillä on yhteensä?
2. Onko teillä eritasoisia all inclusive paketteja?
3. Onko all inclusive matkojen kysyntä kasvanut viimeisen vuoden aikana? Kuinka paljon?
4. Tarjotaanko kaikissa kohteissanne all inclusivea?
5. Minkä takia asiakkaat valitsevat all inclusive -matkan?
6. Kuinka suuri osa asiakkaistanne valitsee all inclusiven?
7. Onko suunnitelmissanne lisätä all inclusive tarjontaa?
8. Millä tavoin markkinoitte all inclusivea asiakkaillenne?
9. Minkälaisena koette all inclusive -matkojen kilpailutilanteen?
10. Mitkä seikat vaikuttavat uusien hotellien valintaan?
11. Työllistävätkö all inclusive hotellit enemmän henkilökuntaa kuin muut?
12. Ovatko kohteidenne hotellit enemmän paikallisten vai kansainvälisten yritysten omistuksessa?
13. Käytättekö kohteissa paikallisia palveluita, kuten oppaita tai kuljetusfirmoja?
14. Työskenteleekö all inclusive -hotelleissanne paljon suomalaisia?
15. Miten all inclusive -hotellit vaikuttavat turistien asioimiseen paikallisissa ravintoloissa?
16. Annetaanko kohteen henkilökunnalle (oppaat, muu henkilökunta) koulutusta vastuullisesta toiminnasta?
17. Onko teillä tietoa, onko hotellien henkilökunta tyytyväisiä, esim. päivien pituuteen ja palkkoihin?
18. Oletteko lukeneet julkaisuja, joiden mukaan all inclusive ei ole vastuullista matkailua? Minkälaisen vastaväitteen antaisitte heille?
19. Tourism Concernilla on kampanja all inclusiven negatiivisista sosiaalisista vaikutuksista. (paikallinen pienyrittäjyys kärsii, työolot kurjat, tippien puute, ulkomaiset hotellit, rahaa ei jää kohteeseen, paikallisten ja turistien vieraantuminen jne) Millä tavoin te pyritte välttämään tällaisia vaikutuksia?