

Costa Rican imago ekomatkailumaana

Minna Aakko



Tekijä Minna Aakko	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Costa Rican imago ekomatkailumaana	Sivu- ja liitesivumäärä 48 + 5
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli ottaa selvää, kuinka suomalaiset kokevat ekomatkailun sekä minkälainen mielikuva Costa Ricasta on suomalaisten matkailijoiden keskuudessa. Lisäksi haluttiin selvittää, miten vastaajista ne, jotka ovat käyneet kyseisessä maassa, kokevat ekomatkailun toimivuuden. Työn toimeksiantajana on suomalainen matkailusivusto Rantapallo.</p> <p>Aihe on erityisen ajankohtainen, koska mediassa puhutaan nykypäivänä paljon ilmastonmuutoksesta ja sen vaikutuksista, mihin myös matkailuala vaikuttaa negatiivisesti omalta osaltaan. Matkailuala on alati kasvava ja suuri bisnes maailmalla. Erityisesti liikenne- ja kuljetuspalveluiden päästöt ovat yksi eniten saastuttavimmista alueista matkailualalla. Ihmisten ympäristötietoisuus on kasvanut huomasti viimeisten 50 vuoden aikana. Ilmastonmuutoksesta puhutaan paljon ja sitä myöten myös ekomatkailu on lisääntynyt.</p> <p>Viime vuosina Costa Rica on noussut paljon esille mediassa nimenomaan ekomatkailusta ja siihen liittyvistä aiheista puhuttaessa. Voidaan myös päätellä, että maan tunnettavuus on kasvussa, koska lentoyhtiöt lisäävät lentoliikennettä kyseiseen maahan sekä matkailulehdet netissä arvostelevat Costa Rican matkakohteita hyvin arvostanoin.</p> <p>Raportissa tutustutaan Costa Rican maakohtaiseen tietoon sekä sen saavutettavuuteen Suomesta. Lisäksi kerrotaan erilaisista palveluista matkailijoille sekä Costa Rican esiintyvyydestä mediassa. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys koostuu ekomatkailusta sekä matkakohteen imagosta ja sen muodostumisesta.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisen kyselyn avulla ja siihen saatiin yhteensä 115 vastausta. Kysely luotiin sähköiselle Webropol – alustalle ja vastauksia kerättiin Rantapallon sivuilla sekä sosiaalisessa mediassa. Kyselyn linkki oli auki 1.2.2016 - 15.2.2016 välisenä aikana.</p> <p>Yhteenvedon tuloksista voidaan sanoa, että tutkimukseen vastanneet suomalaiset matkailijat ymmärtävät termin ekomatkailu sekä siihen liittyvät käytännön periaatteet, mutta eivät matkustaessaan koe henkilökohtaisesti tärkeäksi näitä valintoja. Vastaajat, jotka olivat vierailleet Costa Ricassa, kokivat ekomatkailun ja siihen liittyvien aktiviteettien olleen helposti saatavilla. Lisäksi miellyttävä ilmasto ja monimuotoinen luonto nousivat vastauksista selkeästi esille. Ne, jotka eivät olleet aikaisemmin vierailleet Costa Ricassa, mieltävät maan suhteellisen turvalliseksi matkustaa, mutta eivät olleet tietoisia maan vahvasta panostuksesta luonnonsuojeluun.</p>	
Asiasanat Costa Rica, ekomatkailu, matkakohteen imago	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Costa Rica	3
2.1	Perustietoa Costa Ricasta.....	3
2.2	Talous ja elintaso	8
2.3	Saavutettavuus Suomesta	9
2.4	Palvelut matkailijoille	10
2.5	Costa Rica mediassa	12
3	Kestävä matkailu.....	15
3.1	Ekomatkailu	15
3.2	Ekomatkailijatyypit.....	18
3.3	Ilmastonmuutos, sademetsät ja matkailu.....	20
3.4	Luonnonsuojeluhankkeet Costa Ricassa.....	23
4	Matkakohteen imago	26
4.1	Imago ja markkinointi	26
4.2	Greenwashing.....	29
5	Tutkimus ja sen kulku.....	30
5.1	Tutkimusmenetelmä.....	30
5.2	Tutkimuksen kulku	31
5.3	Tutkimuksen luotettavuus.....	33
6	Tutkimustulokset	35
6.1	Vastaajien taustatiedot.....	35
6.2	Ekologiset valinnat matkailussa.....	37
6.3	Mielikuvat Costa Ricasta.....	41
7	Johtopäätökset.....	47
8	Pohdinta.....	48
	Lähteet	49
	Liitteet.....	55

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia Costa Rican imagoa ekomatkailumaana suomalaisten näkökulmasta. Kirjoittaja sai idean opinnäytetyölle omasta henkilökohtaisesta kiinnostuksesta Latinalaisen Amerikan maita ja kulttuureja kohtaan, ja lisäksi kahden viikon matkastaan Costa Ricassa keväällä 2015. Kirjoittaja on aidosti kiinnostunut perehtymään tarkemmin kestävän matkailun periaatteisiin ja ekomatkailuun. Costa Ricasta tulee mediassa paljon ilmi kestävään kehitykseen liittyviä aiheita sekä kyseisen maan tavoitteena on olla ensimmäinen hiilineutraali maa vuoteen 2020 mennessä. Tavoite on korkealla, mutta erittäin mahdollinen, koska vuonna 2015 se pystyi hyödyntämään uusiutuvia energianlähteitä jopa 99 % ajasta vuodessa.

Tässä tutkimuksessa on tarkoitus ottaa selvää, kuinka suomalaiset kokevat ekomatkailun sekä minkälainen mielikuva Costa Ricasta on suomalaisten matkailijoiden keskuudessa. Lisäksi halutaan selvittää, miten vastaajista ne, jotka ovat käyneet kyseisessä maassa, kokevat ekomatkailun toimivuuden. Aihe on erityisen ajankohtainen, koska mediassa puhutaan nykypäivänä paljon ilmastonmuutoksesta ja sen vaikutuksista, mihin myös matkailuala vaikuttaa negatiivisesti omalta osaltaan. Matkailuala on alati kasvava ja suuri bisnes maailmalla. Erityisesti liikenne- ja kuljetuspalveluiden päästöt ovat yksi eniten saastuttavimmista alueista matkailualalla. Ihmisten ympäristötietoisuus on kasvanut huimasti viimeisten 50 vuoden aikana. Ilmastonmuutoksesta puhutaan paljon ja sitä myöten myös ekomatkailu on lisääntynyt.

Viime vuosina Costa Rica on noussut paljon esille mediassa nimenomaan ekomatkailusta ja siihen liittyvistä aiheista puhuttaessa. Tämänkin puolesta tutkimus on hyvin ajankohtainen. Voidaan myös päätellä, että maan tunnettavuus on kasvussa, koska lentoyhtiöt lisäävät lentoliikennettä kyseiseen maahan sekä matkailulehdet netissä arvostelevat Costa Rican matkakohteita hyvin arvosanoin.

Ekomatkailussa pyritään ekologisilla valinnoilla pienentämään hiilijalanjälkeä matkailun osalta. Ekomatkailu on siis taloudellisesti, sosiaalisesti sekä kulttuurillisesti kestävä matkailua, joka pyrkii vähentämään matkailun tuottamia negatiivisia vaikutuksia sekä takaamaan luonnon monimuotoisuuden ja luonnonvarojen säilymisen myös tulevaisuudessa. Ekomatkailu on ikään kuin vaihtoehto massamatkailulle, ja siihen liitetään ympäristökasvatuksellisuutta ja luonnossa liikkumista.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Rantapallo matkailusivusto, jolle työn lopuksi kirjoitetaan artikkelitekstin tutkimuksen lopputuloksista. Rantapallo on yksi Suomen suosituimmista matkailumedioista ja tämä yhteistyö oli hyödyllinen etu aineistoa hankittaessa.

Tutkimusta varten tuotettiin kvantitatiivinen kysely, jonka kohderyhmänä olivat suomalaiset matkailijat. Kysely tehtiin Webropol-sivuston kautta, jotta kyselyä on helppo levittää eri kanavien kautta. Tätä kyselyä jaettiin Rantapallon sivulla artikkelin muodossa, kirjoittajan henkilökohtaisella Facebook-sivulla sekä Pallontallaajat.net matkailuaiheisella keskustelupalstalla. Varsinainen tutkimusongelma oli: Minkälainen imago Costa Ricalla on ekomat-kailumaana suomalaisten näkökulmasta? Tähän kysymykseen haettiin vastauksia muun muassa seuraavilla tarkentavilla kysymyksillä:

- Mitä mielikuvia ekomat-kailu herättää?
- Kuinka paljon suomalaiset huomioivat ekologisia periaatteita matkustaessaan?
- Minkälaisia mielikuvia suomalaisilla on Costa Ricasta, olivatpa he siellä käyneet tai eivät?

Luvussa kaksi käsitellään Costa Rican maakohtaista tietoa sekä maan poliittista ja taloudellista tilannetta. Lisäksi luvussa käsitellään Costa Rican saavutettavuutta Suomesta sekä maassa olevia erilaisia palveluita matkailijoille. Viimeinen luku käsittelee maan näkyvyyttä mediassa. Teoreettinen viitekehys jakautuu kahteen osaan: ekomat-kailuun ja matkakohteen imagoon. Ekomat-kailua on käsitelty kestävän matkailun näkökulmasta sekä esitelty ekomat-kailijatyyppejä. Lisäksi luvussa on teoriaa ilmastonmuutoksesta ja sen vaikutuksista sademetsiin sekä Costa Rican lukuisista luonnonsuojeluhankkeista. Matkakohteen imagossa puolestaan keskitytään imagon rakentumiseen sekä myös greenwashingiin eli ”viherpesuun”, kuinka eri yhtiöt käyttävät ekomerkinäköjää väärin. Luvussa viisi esitellään tutkimus ja sen kulku, jonka jälkeen luvussa kuusi analysoidaan tutkimuksesta saatuja tuloksia.

2 Costa Rica

Tässä luvussa käydään läpi Costa Rican maakohtaista tietoa sekä maan tämänhetkistä poliittista ja taloudellista tilannetta. Luvussa kerrotaan Costa Rican saavutettavuus Suomesta sekä minkälaisia majoitus- ja ravitsemuspalveluja kyseinen maa tarjoaa. Lopuksi on perehdytty vielä median antamaan kuvaan Costa Ricasta.

2.1 Perustietoa Costa Ricasta

Costa Rica sijaitsee Keski-Amerikan kannaksella, missä maa rajoittuu Karibianmereen idässä ja Tyneen valtameren lännessä. Maa on pinta-alaltaan 51 100 km² ja sen pääkaupunki on San José. Maan rajanaapurit ovat pohjoisessa Nicaragua ja etelässä Panama (kuva 1). Suurin osa maan 4,758 miljoonasta asukkaasta asuu maan ylängöllä keskuslaakson, Meseta Central, alueella, missä kaupungit ovat lähellä toisiaan ja lyhyen ajomatkojen päässä merenrannoista (The World Bank 2015). Maan virallinen kieli on espanja ja valuuttana on colón. Maan pienuudesta huolimatta sen biodiversiteetti on valtava ja Costa Rica tunnetaan ympäri maailmaa ainutlaatuisesta ja rikkaasta luonnostaan. Costa Ricasta on tullut luontoa rakastavien matkailijoiden ykköskohde, koska maailmassa ei ole toista aluetta, jossa niin pienelle alueelle mahtuu niin monta erilaista elinympäristöä. Lisäksi sinne mahtuu korkeuserojen vuoksi useita eri mikroilmastoja eli pienten alueiden paikallisilmastoja, joita kuvataan säämuuttujista lasketuilla pitkän ajan keski- ja ääriarvoilla. (Väyrynen & Väyrynen 2010)



Kuva 1. Costa Rican kartta. (Free world maps 2015)

Costa Ricaa jakaa vuoristoinen selkäranka, joka näkyy myös kartalla (kuva 1) tummempina alueina. Maata halkova vuoristo jakaa maan läntiseen ja itäiseen osaan, sekä vuoristossa sijaitsee maan korkein kohta Cerro Chirripo, joka kohoaa 3819 metrin korkeuteen. Lisäksi maa kuuluu niin sanottuun tulirenkaan alueeseen, joka kiertää Tyynen valtameren reunoilla sijaitsevia valtioita meren molemmin puolin. Maanjäristykset ovat Costa Ricassa kohtalaisen yleisiä, koska maa sijaitsee neljän eri mannerlaatan törmäyskohdassa, mitkä jatkuvalla liikkeellään aiheuttavat sekä maanjäristyksiä että tulivuorenpurkauksia. (Globalis 2015a; Väyrynen & Väyrynen 2010)

Tulivuoret ovat osa 14 500 kilometrin pituista vuorijonoa, joka kulkee Amerikan halki. Costa Ricassa on seitsemän toimivaa tulivuorta, jotka jakautuvat kolmeen eri vuorijonoon luoteesta kaakkoon: Cordillera de Guanacaste, Cordillera de Tilarán ja Cordillera Talamanca. Vaikka tulivuoret ovatkin aktiivisia, useimmat niistä ovat käyttäjäystävällisiä. Lisäksi niiden läheisyyteen on syntynyt paljon hotelleja, joissa vierailevat matkustajat pääsevät nauttimaan kuumien lähteiden kylvyistä. Maan eteläosaa hallitseva Talamancan vuoristo ulottuu aina Panamaan asti. Suurin osa näistä vuorten vehreistä metsistä on suojeltua ja kuuluu Parque Internacional La Amistadin suojelualueeseen. Kyseinen suojelualue on Costa Ri-

can suurimpia ja sieltä voikin löytää jopa kaksi kolmasosaa maan lajikirjosta. (Väyrynen & Väyrynen 2010, 18-19; Costa Rica Guide 2016c)

Costa Rican yksi ehdottomista vetovoimatekijöistä on sen luonto. Luonnon monimuotoisuus, eksoottiset eläin- ja kasvilajit sekä upeat rannat vetävät vuosittain Costa Ricaan tuhansia turisteja. The World Tourism Organization tutkimuksen mukaan matkustajaluvut ovat olleet hieman nousussa lähivuosina. Vuonna 2012 Costa Ricaan matkusti 2,34 miljoonaa matkailijaa. Vuonna 2013 luku kasvoi 2,42 miljoonaan matkailijaan, joten vuosittainen kasvu oli 3,5 prosenttia. Maahan matkusti vuonna 2014 yhä enemmän, 2,52 miljoonaa matkustajaa, jolloin vuosittainen turistien määrän kasvu oli tällöin 3,9 prosenttia. (UNWTO 2015)

Costa Rican päämatkailualueisiin kuuluu sen monet kansallispuistot, kuten Tortugueron kansallispuisto, Isla Del Cocos kansallispuisto, Monteverde, Volcán Arenalin kansallispuisto, Chirripón kansallispuisto sekä Corcovadon kansallispuisto. Viimeisimpänä mainittu on maan eteläisin ja samalla luonnon monimuotoisuudeltaan ja kooltaan suurin kansallispuisto. Volcán Arenalin kansallispuistossa on yksi maan aktiivisimmista tulivuorista. Monteverde on tyypillinen ”cloud forest” eli suoraan käännettynä pilvimetsä, joka on trooppinen ja aina vihreä sekä kostea sademetsä, missä vallitsee jatkuva tai kausittainen, pilvi tai sumu. Monteverdessä on upeat puitteet tehdä vajjeriliukua eli ns. canopy tour, kuten kuvassa 2 huomaa, missä paksu vajjeri on kytketty puiden väliin pitkällekin etäisyydelle ja sitä pitkin liu’utaan paikasta toiseen. Useat matkanjärjestäjät ja palveluntarjoajat Monteverdessä mainostavat kyseistä aktiviteettia mm. lintubongauksen ohella. Monteverden alueesta huolehtii erilaiset yhdistykset, joihin kuuluu asukkaita sekä tutkijoita. Esimerkiksi Monteverde Institute edistää ekomatkailutoimintaa alueella ja tukee paikallisia yhteisöjä. (Firestone & Mitra & Yanagihara 2008, 7; Monteverde Institute 2016)



Kuva 2. Vaijeriliuku Monteverden kansallispuistossa. (Aakko, M. 10.06.2015)

Maan vetovoimatekijöihin kuuluu myös sen laaja elinlajien sekä kasvikunnan kirjo. Useita eksoottisia lajeja elää Costa Rican luonnossa ja tuhannet turistit matkaavat luonnonpuistoihin vaeltamaan sekä oppaiden kanssa että ilman nähdäkseen näitä upeita olentoja. Esimerkiksi äärimmäisen harvinainen merinahkakilpikonna pesii Costa Rican rannikoilla vuosittain. Tyynenmeren merinahkakilpikonnat ovat tuhansien vuosien ajan pesineet Playa Granden alueella, missä järjestetään kilpikonnienkatselukierroksia. Kierrokset ovat opastettuja, niihin on rajoitettu pääsy sekä rannat ovat tarkasti vartioituja, koska pohjoisemmilta rannoilta kilpikonnat ovat hävinneet kokonaan liiallisen turismin ja muiden haittojen vuoksi. Matkailija voi nähdä uhanalaisen merinahkakilpikonnän synnyttämässä poikasta tai vilaukselta rannassa, mutta takuuta bongaukselle ei ole. Onhan kyse luonnosta ja lajeista elämässä luonnollisessa ympäristössään, eikä eläintarhasta. Lisäksi Tortugueron kansallispuisto on perustettu vuonna 1970 nimenomaan suojelemaan uhanalaisia kilpikonnia. Sitä ennen, vuonna 1959 perustettu yhdistys CCC on yhteistyössä Costa Rican valtion kanssa erikoistunut opiskelemaan ja suojelemaan kilpikonnia. Yhdistykset ja erilaiset projektit ovat onnistuneet säilyttämään kilpikonnien pesimäkannan ja jopa saamaan sen nousuun. (Firestone & Mitra & Yanagihara 2008, 9, 269-270; Tortuguero Info 2016)

Costa Ricaa ympäröi sekä idässä että lännessä meri, joten molemmilta rannikoilta löytyy toinen toistaan hienompia, trooppisia hiekkarantoja. Rannikolta voi löytää omaan matkaansa sopivaa autenttista, hiljaista ja kaunista hiekkarantaa, missä vain aaltojen kohina

ja läheisen sademetsän eläinlajien ääntely rikkovat muuten rantaa täyttävää hiljaisuutta. Tällaisia rantoja on mm. Corcovadon kansallispuistossa tai pohjoisessa Playa Conchal, joka on pieni helmi suositumman rannan varjossa ja sen tekee kuuluisaksi ranta, joka on hiekan tilalta täynnä pieniä ja suuria simpukan kuoria. Toisaalta taas vauhdikasta ja menevää yöelämää löytää myös useilta rannoilta, esimerkiksi Playa Tamarindo tai Karibianmerenpuolelisen Playa Limón, missä molemmissa matkailija voi klubeilla ja baareissa nauttia kuunloisteessa yöelämästä yön pikkutunneille saakka. Maan pieni koko mahdollistaa rannikolta toiselle matkustamisen teiden osaksi huonoista kunnoista huolimatta alle päivässä. Suhteellisten lyhyiden välimatkojen takia yhdessäkin päivässä voi kokea todella vaihtelevia aktiviteetteja sekä maisemia. Maan yleinen ilmapiiri ja elämän tapa on rento ja costaricalaiset eli "ticot" ovat hyvin ystävällisiä ja vieraanvaraisia. Costaricalaisten motto *Pura vida* (suomeksi puhdas elämä tai puhdasta elämää) viittaakin sekä luonnon puhtautteen että elämään elämää täysillä murehtimatta liikaa. (Firestone & Mitra & Yanagihara 2008, 11)

Costa Rican pääkaupunki San José sijaitsee vuoristotasangolla 1160 metriä merenpinnan yläpuolella ja siellä on yli 300 000 asukasta. Kaupungissa on paljon ravintoloita, museoita, puistoja ja ostoskeskuksia, mutta silti suurin osa vierailijoista viettää enintään pari päivää täällä ennen kuin suuntaa rannoille ja kansallispuistoihin. San José on perustettu vasta 1700-luvun loppupuolella ja sieltä puuttuu espanjalaisen kolonialistiajan arkkitehtuuri, mitä yleensä löytää Latinalaisen Amerikan muista pääkaupungeista. Kaupunkikuvaa hallitsevat betonikolossit, ostoskeskukset sekä pikaruokapaikat, mutta ihmiset tekevät siitä ystävällisen ja rennon oloisen. San José rakennettiin kahvikaupan tuomilla voitoilla ja sen ympäristössä on edelleen kahviplantaaseja, joissa pääsee maistamaan vastapaahdetuista pavuista valmistettua kahvia. Kaupungin keskeinen sijainti ja sen kattavat kuljetuspalvelut tekevät siitä ihanteellisen lähtöpisteen matkalle. Useimpien matkatoimistojen pääkonttorit sijaitsevat juuri San Joséssä, myös Costa Rican matkailuvirasto tarjoaa tietoa, karttoja ja matkareittejä turisteille. Suurkaupungista löytyy majoitusta joka lähtöön, ja sesongin aikaan joulukuusta toukokuulle hotellit ovat täynnä ja varaukset on hyvä tehdä muutama kuukausi etukäteen. Costa Rican mainostetaan olevan turvallinen matkailumaa, mutta muistutetaan silti varautumaan taskuvarkauksiin. Poliittista rauhattomuutta tai väkivaltaa maassa ei juurikaan esiinny. (Anywhere Costa Rica 2016; TripAdvisor 2016b)

Costa Rican maasto on hyvin vaihtelevaa, joten ilmastokaan ei ole samanlaista maan jokaisessa osassa. Lämpötilat vaihtelevat viileistä vuoristoilmoista molempien rannikoiden jopa trooppisiin ilmastoihin. Costa Ricassa on kaksi selkeää vuodenaikaa: sadekausi ja kuiva kausi. Sadekausi kestää toukokuusta marraskuun puoliväliin asti, mutta tuohon ajanjaksoon sisältyy myös hieman kuivempi ajanjakso heinä-elokuussa. Tätä kautta kut-

sutaan myös vihreäksi kaudeksi. Sadekaudella tyypillisesti aamut alkavat aurinkoisina ja lämpiminä, mutta iltopäivällä on odotettavissa sadetta muutaman tunnin ajan. Sadekauden aikana matkustamisessa on se etu, että kohteessa on vähemmän turisteja, hinnat ovat alhaisemmat ja julkisilla kulkuvälineillä on helpompi matkustaa. Syys-lokakuun kaatosateet saavat usein joet tulvimaan, mutta kuivan kauden alkaessa marraskuussa vesistöt tasaantuvat. Toukokuuhun asti kestävä kuiva kausi tuo mukanaan toinen toistaan lämpimämpiä päiviä. Huhtikuussa matkustajaluvut ovat korkeimmillaan, joten hotellit ja rannat ovat täynnä ihmisiä. Koillistuulet puhaltavat vuoristoista viileämpää ilmaa alaspäin marras-, joului- ja tammikuussa, jolloin kuumuus muuttuu siedettävämmäksi. (Väyrynen & Väyrynen 2010; Costa Rica Info Tours 2016)

Keskuslaakson alueella on ihanteellinen ilmasto maanviljelyyn. Keskuslaaksoa rajaa pohjoisen Cordillera Centralin vulkaaniset vuorenrinteet sekä Talamancan vehreät metsät. Kuukausittainen keskilämpötila alueella on noin 23 astetta ja sadetta esiintyy kohtalaisesti ja tasaisin väliajoin. Aurinko paistaa vuoden jokaisena kuukautena. Laakson yleisin viljelykasvi on sokeriruoko ja vuoren rinteillä tuotetaan myös kahvia, mansikoita, kukkia ja maitotuotteita. (Väyrynen & Väyrynen 2010)

2.2 Talous ja elintaso

Costa Rica on rauhanomainen demokratia, jossa ei ole ollut armeijaa vuodesta 1948 lähtien. Maata johtaa nykyinen presidentti Luis Guillermo Solís Rivera. Costa Rica on Väli-Amerikan vauraimpia valtioita, mutta maassa on tullut ongelmia huumeiden kauttakuljetuksen kanssa. Huumeikaupan rahojen epäillään liikkuvan myös Costa Rican politiikassa ja tästä syystä korruptio on jonkin verran tahrinut maan mainetta. Talouslama 1990-luvulla ei koetellut maata niin pahasti kuin sen naapurivaltioita. Costa Rican talouden tärkeimmät vientituotteet ovat kahvi, banaani ja liha. Lisäksi talous perustuu myös maanviljelyn ohella vahvasti sademetsien ja kansallispuistojen houkuttelemalle turismille, sekä elektronisten laitteiden viennille. Maan pinta-alasta 20 prosenttia on luonnonsuojelualueita, mikä on eniten maailmassa. Ekoturismi on noussut 2000-luvulla suurimmaksi tulonlähteeksi ja Costa Rica haluaakin olla edelläkävijä niin rauhan edistämässä kuin ympäristön suojelussa. (Globalis 2015a; Väyrynen & Väyrynen 2010, 35)

Elintavat Costa Ricassa ovat muuttuneet yhteiskunnallisen ja taloudellisen kasvun myötä 2000-luvun alun jälkeen. Yhä enemmän naisia hakeutuu työelämään ja keskimääräinen perheiden suuruus on pienentynyt. Costaricalaisia yhä enemmän hakeutuu korkeampaan koulutukseen ja koulutus onkin ilmaista 11.koulutusasteen jälkeen. Terveystieteiden hoito on myös ilmaista kaikille kansalaisille ja maassa on korkean keskiluokan elintaso. Costa Ri-

can alueellinen lukutaito on huimat 96 % ja keskimääräinen elinikä 78 vuotta. Pitkän aikavälin investoinnit kansan terveyteen ovat tuottaneet tulosta. Sosiaalisen vakauden lisäksi Costa Rica on säättänyt suojelutoimia onnistuneesti metsien liikahakkuista vastaan, jotka vallitsivat maassa vuosikymmeniä. Maan alueesta 25 % on luonnonpuistoja ja suojeltuja alueita mikä on suurin prosenttimäärä koko maailmassa. (Anywhere Costa Rica 2015a; Firestone & Mitra & Yanagihara 2008, 20)

Costa Rica kuuluu Väli-Amerikan vapaakauppa-alueeseen, jossa toisena osapuolena on Yhdysvallat. Sopimuksen tarkoituksena on parantaa Meksikon eteläisten valtioiden sekä Väli-Amerikan valtioiden taloudellista kehitystä. Costan Rican väestöstä elää 18 % köyhyysrajan alapuolella, mikä tekee siitä korkean keskitason valtion, toisin kuin useissa muissa Latinalaisen Amerikan maissa. Costan Rican kestävä kehityksen periaatteet ovat jatkuvaa taistelua korruptoituneen politiikan, salametsästyksen ja puiden liikahakkuun kanssa. Maa on vastustanut mahdollisuuksia hyödyntää sen valtavia luonnonvaroja hyödykkeinä, kuten jalometalleja Eteläisellä Tyynellämerellä, öljyä Tyynenmeren rannikolta ja harvinaisia jalopuita sademetsistä. Sen sijaan Costa Rica on sitoutunut kehittämään uusiutuvia energianlähteitä ja maasta on kovaa vauhtia tulossa maailman ensimmäinen hiilineutraalivaltio vuoteen 2020 mennessä. Jo nyt 99 % maan energiatarpeista tulee yhdistelemällä maalämpöä, vesivoimaa sekä tuulivoimaa. (Väyrynen & Väyrynen 2010, 37-38; Anywhere Costa Rica 2015a)

2.3 Saavutettavuus Suomesta

Pakettimatkoja Suomesta Costaan järjestää muun muassa Kilroy, Kaleva Travel, Matkatoimisto Aventura, Mandala Travel sekä Helin matkat. Costaan lennetään tyyppillisesti Yhdysvaltojen kautta kahdella koneenvaihdolla ja lentoyhtiöinä toimivat esimerkiksi Iberia, American Airlines, Lufthansa tai British Airways. Costasta poistuttaessa lentoliikenteen välityksellä, jokainen matkustaja joutuu lentokentällä maksamaan maastalähtöveron, joka on 29 Amerikan dollaria tai valuuttakurssin mukaisen summan paikallista valuuttaa. Useimmat valtiot vaativat maastalähtöveron, mutta he ovat antaneet lentoyhtiöille luvan sisällyttää kyseisen maksun lentolippujen hintaan. Costa Rica teki pitkään toisin, mutta vuodesta 2014 lähtien he ovat myös antaneet joillekin lentoyhtiöille luvan sisällyttää summan lentolippujen hintaan. Suomesta matkustettaessa Costaan matkailija ei tarvitse viisumia, jos matkan pituus kestää alle 90 päivää. Passin täytyy olla kuitenkin voimassa vähintään kuusi kuukautta matkan jälkeen. Suomesta matkaavalle rokotuksia ei vaadita Costaan, mutta A-hepatiittirokotusta suositellaan. (Pacific Trade Winds 2015; Ulkoasiainministeriö 2015; THL 2016; Kaleva Travel 2015; Matkatoimisto Aventura 2015; Kilroy Travels 2015; Mandala Travel 2015; Helin matkat 2015)

Matkustusaika Costa Ricaan on pitkä, riippuen lentojen vaihdoista jopa noin 20 tuntia. Lennot sijoittuvat pääkaupunkiin San Joseen, mistä pakettimatkat yleisesti alkavat ja loppuvat. Lisäksi Costa Rica saattaa olla osana isompaa kiertomatkaa, esimerkiksi Aventura matkatoimisto tarjoaa Keski-Amerikan eteläosa- kiertomatkaa, mihin kuuluu Costa Rican lisäksi myös Panama ja Nicaragua. Kiertomatka onkin loistava idea yhdistää matkalleen kolmeen maahan tutustumisen, sillä maat ovat suhteellisen pieniä, monipuolisia ja naapurivaltioita. Useimmat matkapaketteja tarjoavista matkatoimistoista keskittyvät Costa Rican luontokohteisiin. Pääkaupunki San José lisäksi Manuel Antonion kansallispuisto, Arenal-tulivuori, Monteverde sekä muutama vaihtuva rantakohde ovat yleisimpiä kohteita, mitä pakettimatkojen reiteiltä löytää. (Matkatoimisto Aventura 2015; Kilroy Travels 2015)

2.4 Palvelut matkailijoille

Luonto- ja seikkailumatkailu ovat Costa Rican valttikortteja. Luonto tarjoaa upeat puitteet vaijeriliukuun ja lintujen bongamiseen, tulivuorien ja kuumien lähteiden kokemiseen, sekä ratsastusvaelluksiin niin sademetsissä kuin hiekkarannoilla (kuva 3). Monipuoliset rannat houkuttelevat myös surffauksesta kiinnostuneita ja surffausopetusta tarjotaan paljon. Matkailijoille onkin suunnattu paljon erilaisia palveluita, jotka liittyvät hyvin usein luontoon. Lisäksi espanjan kielikursseja on tarjolla monessa eri Costa Rican kohteessa. Pääkaupungissa San Joséssa sijaitsee suurin osa matkatoimistoista. (Visit Costa Rica 2016b)



Kuva 3. Ratsastusvaellus Corcovadon kansallispuistossa. (Aakko, M. 11.06.2015)

Majoitusvaihtoehtoja on tarjolla laidasta laitaan. Omatoimimatkailijat suosivat edullisia hostelleja, joissa yöpyminen erikokoisissa dormeissa voi maksaa jopa alle 10 euroa. Hostelleja on paljon mutta myös isompia täyden palvelun hotellikeskittymiä löytyy. Costa Rica on ns. ”reppureissaajien” suosima kohde, joten halvalla budjetilla matkustaville löytyy useita hostelleja sekä kotimajoitusmahdollisuuksia. Isompia hotelliketjuja, kuten esimerkiksi Holiday Inn ja Crowne Plaza, löytyy pääkaupungista San Josésta, Best Western ketjun hotelleja eri rantakohteista kuten Jacósta, sekä luksushotelleja löytyy jopa luonnonpuistojen läheisyydestä. Suuret hotelliketjut, erityisesti Tyynenmeren rannikolla, eivät ole paikallisten omistuksessa. Ekoystävällisiä majoituskohteita löytyy erityisen paljon, niin suurista turistikeskittymistä kuin hieman pienemmistäkin kaupungeista. Esimerkiksi Corcovadon kansallispuiston sydämessä sijaitsee majatalo Casa Pequeña, missä yöpyminen maksaa kahdelta yöltä noin 40 euroa sesongista riippuen. Majatalo toimii kestävän kehityksen mukaisesti sekä pyrkii omavaraisuuteen ruuan hankinnassa. Vesi tulee majataloon suoraan lähteestä ja kuten muuallakin Costa Ricassa, hanavettä voi juoda. Autenttisuudessaan ja sademetsän ympäröimänä majatalo on itsessään unohtumaton kokemus luonnon ympäröimänä. (TripAdvisor 2016a; Casa Pequeña 2016)

Costa Rica on suhteellisen pieni maa ja sen kattava bussiverkosto takaa helpon ja edullisen liikkumisen paikasta toiseen. Bussit ovat edullisia ja yleensä hyväkuntoisia, mutta maan pienuudesta huolimatta lyhyetkin välimatkat saattavat joskus kestää yllättävänkin kauan johtuen teiden huonosta kunnosta. Maassa ei ole junaverkostoa, mutta kuljetusvaihtoehtoja julkisen bussiliikenteen lisäksi ovat shuttle- ja minibussit, lautta- ja venekuljetukset sekä kotimaan lennot. Esimerkiksi eteläisen Corcovadon kansallispuistoon yksi ainoista keinoista päästä on venekuljetuksella läheisestä kylästä, Puerto Jiménezistä. Kuljetuksesta tai yöpymisestä kansallispuistosta täytyy sopia yleensä etukäteen. Tällä halutaan kontrolloida puistoon saapuvaa matkailijamäärää sekä mahdollista luonnolle aiheutuvaa rasitetta. Kohteesta riippuen matkailijan on hyvä ottaa selvää paras tapa matkustaa. (Costa Rica Guide 2016a; Anywhere Costa Rica 2016a)

Toisena esimerkkinä Monteverden kansallispuisto ja Arenal Volcanon luonnonsuojelualue ovat vain noin 20 kilometrin päässä toisistaan, mutta matka täytyy kulkea lähes 100 kilometriä hyvin huonoja teitä. Tähän helpotuksena useat yritykset tarjoavat ikään kuin oikoreitin järven kautta veneellä, joka saattaa sisältää myös pätjän hevosella ratsastaen tai maastopyöräillen. Oman auton vuokraaminen tuo vapauden ja joustavuuden matkailijalle tutkia maan eri osia, mutta yleisesti vuokra-autoja ei suositella matkailijoille. Costa Ricassa ajo-olosuhteet voivat olla vaaralliset, suuntaavat liikennemerkkit usein puuttuvat sekä teitä ei ole päällystetty, mistä johtuen vuoristojen pienet ja mutkaiset tiet voivat olla etenkin sadekaudella kokeneellekin kuskille haasteellisia. Yöaikaan voi olla erityisen haasteellista nähdä tienviittoja pimeässä ja costaricalaisten ystävällisyydestä huolimatta, myös ryöstöjä saattaa tapahtua joillain alueilla. (Anywhere Costa Rica 2016a; Costa Rica Guide 2016b)

Costa Rican ruokakulttuuriin on sekoittunut vuosien saatossa paljon erilaisia makuja muista maista, joista on muodostunut tyypillinen costaricalainen ruoka. Vaikutteita on saatu muista Latinalaisen Amerikan maista mutta myös Euroopasta. Suurimmista kaupungeista löytyy kansainvälisiä ravintolavaihtoehtoja joka lähtöön. Costaricalaiseen aamupalaan, lounaaseen ja illalliseen kuuluu kaikkiin kaksi tärkeää komponenttia: riisi ja mustat pavut. Näiden ympärille rakentuu yleisimmin annos kuin annos. Kalaa syödään paljon ja lisäksi tuoreita hedelmiä. Maahantuodut alkoholit voivat olla suhteellisen kallista, joten paikalliset suosivatkin paljon maassa tehtyä olutta. Kahvia juodaan maassa paljon ja tuoretta kahvia löytääkin helposti niin kaupungista kuin maaseudultakin. (Costa Rica Information 2016)

2.5 Costa Rica mediassa

Costa Rica on saanut paljon näkyvyyttä mediassa ja usein artikkelit liittyvät maan upeaan luontoon ja luonnonsuojeluhankkeisiin. Worldwatch Instituten (2015) mukaan Costa Rican

aikeena on olla ensimmäinen hiilineutraali valtio maailmassa vuoteen 2020 mennessä. Costa Rican hallitus kehittää suunnitelmia, joilla aikoo kuitata kaikki maan hiilidioksidipäästöt ja Costa Rica tähtää tähän tavoitteeseen käyttämällä budjetointia, lakeja ja kannusteita, johon sisältyy myös toimenpiteitä markkinoida lisää biopolttoaineita, hybridiautoja ja puhdasta energiaa. Toinen avaintekijä tässä kansallisessa strategiassa on ”C-Neutral” –merkintä todistamaan, että matkailu ja tietyt teollisuuden toimijat lieventävät kaikkia hiilidioksidipäästöjään. Uuden sertifiointisysteemin myötä turisteja ja yrityksiä veloitetaan vapaaehtoisella ”verolla”, jolla he voivat kompensoida hiilidioksidipäästöjään. Vero on noin 10 US dollaria tuhatta tonnia hiiltä kohti. Nämä rahat käytetään rahoittamaan luonnonsuojelua, metsittämistä ja tutkimustyötä suojelualueilla. (Worldwatch Institute 2015)

Mediassa Costa Rica esiintyy yleensä upeina luontokuvina. Lonely Planet on listannut top-10 *Best value destinations 2016*, eli matkakohteita, jotka ovat hintaluokkaansa nähden laadukkaita ja käymisen arvoisia paikkoja vuonna 2016. Costa Rica ja nimenomaan sen Karibianmeren puoleinen rannikko on listan sijalla kahdeksan. Costa Ricaa keuhitetyväksi kohteeksi, josta on tulossa erittäin suosittu matkakohde tulevina vuosina (Lonely Planet 2015).

Costa Rica on myöskin maa, joka tunnetaan itsenäisten matkajien sekä niin sanottujen reppureissaajien suosikkikohteena. The Huffington Post uutissivusto julkaisi artikkelin syyskuussa 2015 nimeltään *10 Most Popular (+Safest) Countries to Travel Solo*, jossa listattiin kymmenen suosituinta ja turvallisinta kohdetta matkustaa yksin. Costa Rica on tällä listalla sijalla seitsemän ja edustaa ainoana maana Latinalaista Amerikkaa. Muita turvallisia matkakohteita yksin matkaaville ovat esimerkiksi Islanti, Skandinavian maat, Uusi-Seelanti sekä Thaimaa. Tämä artikkeli perustuu World Justice Project organisaation tekemään vuosittaiseen tutkimukseen Rule of Law, missä on yhteensä kahdeksassa kategoriassa 44 erilaista indikaattoria, joiden perusteella tutkijat listaavat maat järjestykseen. Turvallisuus on yksi tärkeä päätekijä. (The Huffington Post 2015)

The National Geographic Traveller matkailulehti on julkaissut joulukuussa 2015 artikkelin, jossa on listattu 16 kiinnostavinta lomakohdetta ympäri maailman. Tällä listalla Costa Rica on sijoittunut toiseksi heti Iranin jälkeen. Yksi iso tekijä sijoitukseen on sivuston mukaan suoran lennot, jotka pitkän odotuksen jälkeen ovat vihdoin mahdollisia Costa Ricaan. Thompson Airways lentää nyt Iso-Britanniasta Gatwickistä Liberiaan ja vuoden 2016 huh- tikuussa British Airways aloittaa myös suorat lennot sinne. Artikkelin mukaan sademetsät, luontopolut, aktiiviset tulivuoret sekä autiot hiekkarannat ovat nostaneet englantilaisten kävijöiden vuosittaista määrää jopa 12 prosentilla. (The National Geographic Traveller 2016)

Lisäksi toinenkin artikkeli kertoo lentoliikenteen lisääntyneen Costa Ricaan. Southwest Airlines aloittaa operoimaan päivittäisen lennon Kalifornian Los Angelesista Daniel Obdier Quirósin kansainväliselle lentokentälle Liberiaan huhtikuussa 2016. Kalifornia on tärkeä matkailijoiden lähtöalue Costa Ricalle. Sen lisäksi, että Southwest Airlines valitsi Costa Rican ykköskohteekseen Keski-Amerikassa, tällä hetkellä Costa Rica tarjoaa yhteyksiä sen kansainvälisiltä lentokentiltä jopa 70 kohteeseen ympäri maapalloa. (Visit Costa Rica 2016a)

Mediasivusto Higher Perspectives (2016) julkaisi Costa Ricasta artikkelin, jossa kerrotaan maan aikeista olla ensimmäinen valtio maailmassa, joka lopettaa eläintarhojen ylläpitämisen kokonaan. Costa Rican luonnon monimuotoisuus on valtava, jopa 4 prosenttia maailman eliölajeista löytyy Costa Ricasta. Kaksi eläintarhaa joudutaan vielä pitämään auki kymmenen vuotta johtuen aikaisemmin tehdyistä sopimuksista. Tämän jälkeen he pyrkivät vapauttamaan kaikki vankeudessa pidetyt eläimet. Costa Ricassa kiellettiin äskettäin metsästyksen urheilumuotona ja costaricalaiset haluavat välittää maailmalle, että he kunnioittavat ja välittävät villieläimistä. Ympäristöministeri René Castro vahvistaa eläintarhojen sulke-misaikkeit. Tulevaisuudessa he eivät aio pitää eläimiä vankeudessa, ainoastaan pelastaakseen ja auttaakseen eläimiä. Uusia eläintarhoja ei tulla avaamaan. (Higher Perspectives 2016)

Lisäksi mediasivusto Amazyble (2016) hehkutti artikkelissaan Costa Ricaa ja heidän hienoa työtään käyttää uusiutuvaa energiaa 99 prosenttisesti vuonna 2015. Artikkelissa mainitaan, että 285 päivää vuodessa Costa Rica todellakin käytti sataprosenttisesti uusiutuvaa energiaa. Tämän pienen maan saavutukset antavat toivoa myös muulle maailmalle siirtyä pois saastuttavista energiavaroista. Costa Rican sähkötuotanto tulee suurilta osin vesivoimasta, johtuen raskaista trooppisista sateista sekä laajoista vesistöistä. Maalämpö, tuulivoima, biomassa ja aurinkoenergia ovat myös tämän vihreän kansakunnan suosiossa. Costa Rica oli jopa edellä tavoitteestaan olla täysin hiilineutraali valtio vuoteen 2021 mennessä, vaikka vuosi 2015 olikin todella kuiva. Tämä progressiivinen kehitys hyödyttää sekä ympäristöä että kansalaisia myös. Siirryttäessä hiilivapaisiin energialähteisiin energian hinnat ovat laskeneet noin 12 prosenttia. Instituutin ennustuksien mukaan hinnat jatkavat laskuaan myös tulevaisuudessa. (Amazyble 2016)

3 Kestävä matkailu

Tässä luvussa kerrotaan kestävästä matkailusta ja sen kolmesta eri ulottuvuudesta. Luvussa perehdytään ekomatkailuun käsitteenä sekä kerrotaan ekomatkailusta ilmastonmuutoksen hidastajana, sademetsien merkityksestä sekä Costa Rican lukuisista luonnonsuojeluhankkeista.

3.1 Ekomatkailu

Matkailu käsitteenä tarkoittaa henkilön matkustamista tavallisen työ- ja elinympäristönsä ulkopuolelle, tarkoituksenaan oleskella siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan vuoden ajan vapaa-ajanvieton, liikematkan tai muun tarkoituksen merkeissä (Tilastokeskus 2015). Matkailussa puhutaan nykypäivänä myös paljon kestävästä kehityksestä, mikä on maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta. Kestävän kehityksen päämääränä on turvata nykyisille sekä tuleville uusille sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. Ensimmäisen kerran kestävä kehityksen aiheita käsiteltiin YK:n Brundtlandin komissiossa 1987, mistä sai alkunsa prosessi, joka on edennyt vuorovaikutteisesti eteenpäin niin valtioissa, kunnissa kuin kansainvälisissä yhteyksissäkin. (Ympäristöministeriö 2015)

Kestävä matkailu on sellaista matkailua, joka on taloudellisesti kannattavaa sekä suojelee ympäristöä ja paikalliskulttuureita. Matkailun kestävyydellä on kolme näkökulmaa, jotka ovat taloudellinen, sosio-kulttuurinen sekä ympäristöllinen näkökulma. Taloudellinen kestävyys tarkoittaa, että matkakohteen yhteisö hyötyy matkailuliiketoiminnasta taloudellisesti, eivätkä matkailutulot painotu isoihin kansainvälisiin ketjuihin, joiden päätoimistot ovat yleensä kaukana kohdealueelta. Paikallisten omistamat yritykset omaavat enemmän potentiaalia kohteen väestön työllistämiseen ja matkailun hyötyjen tasaiseen jakautumiseen. Lisäksi taloudelliset vaikutukset voivat vaikuttaa myös alueen köyhyyden vähentymiseen, joten kestävä talous on samalla sosiaalisen kestävyuden perusta. Kun talous on kestävällä pohjalla, kohteen on helpompi kohdata vastaan tulevia haasteita esimerkiksi väestön ikääntymisestä aiheutuvia kasvavia sosiaaliturva- ja terveystalouden menoja. (Reilun matkailun yhdistys 2015; Ympäristöministeriö 2015)

Sosio-kulttuurisella kestävyydellä tarkoitetaan matkailijoiden ja kohdeyhteisön suhdetta, joka perustuu monipuoliseen kunnioitukseen. Sosiaalisesti kestävä matkailuun kuuluu, että paikallisyhteisö on mukana matkailun harjoittamisessa sekä liiketoiminnassa että päätöksenteossa ja suunnittelussa. Matkailu ei vahingoita kohdealueen kulttuuria tai hyväksikäytä paikallisväestöä. Päämääränä on taata hyvinvoinnin edellytysten siirtyminen su-

kupolvelta toiselle, koska kansalaisten perus hyvinvointi on yksi tärkeä edellytys ekologisen kestävyysedistämiseksi. (Reilun matkailun yhdistys 2015; Ympäristöministeriö 2015)

Ympäristöllinen kestävyys pyrkii hyödyntämään matkailussa erilaisia luonnonympäristöjä ja -resursseja vahingoittamatta niitä. Parhaiten tämä toteutuu, kun matkaan sisältyy jotain luonnonsuojeluun tähtäävää toimintaa. Lisäksi kestävä matkailu pyrkii minimoimaan kasvihuonekaasujen päästöjä, jotka edistävät ilmastonmuutosta. Tässä yhteydessä voidaan puhua myös ekologisesta kestävydestä, missä on hyvin keskeisessä asemassa kansainvälinen yhteistyö kansallisten toimien lisäksi. Perusehtona on, että biologinen monimuotoisuus ja ekosysteemien toimivuus säilyy, sekä pidemmällä aikavälillä ihmisen taloudellinen ja aineellinen toiminta sopeutuu luonnon kestäväksi. (Reilun matkailun yhdistys 2015; Ympäristöministeriö 2015)

Kestävään matkailuun kuuluu myös osa-alueena matkailualalla toimivien työntekijöiden ihmisarvoinen kohtelu, oikeudenmukainen palkkaus sekä asianmukaiset työolot. Matkailijat on otettava myös huomioon ja reilu kohtelu heitä kohtaan esimerkiksi oikeanlaisen tiedottamisen kautta kuuluu kestävään matkailuun. Heidän on saatava riittävä ja todellista tietoa matkailuyrityksiltä esimerkiksi koskien ostettavia matkailupalveluita tai mahdollista matkakohdetta. Matkailun kestävyys voidaan kuvailla jatkuvana prosessina, joka vaatii kestävyystavoitteiden saavuttamiseen panostusta yksittäisten matkailijoiden lisäksi myös yrityksiltä, hallituksilta sekä kansalaisjärjestöiltä. (Reilun matkailun yhdistys 2015)

Ekomatkailu on yksi kestävä matkailun alalaji. Ekomatkailun tärkeä elementti on luonto tai luonnossa liikkuminen, mikä on matkan pääasiallinen syy. Ympäristökasvatuksellisuus kuuluu myös olennaisena osana ekomatkailuun, mikä käytännössä tarkoittaa, että matkailija saa tietoa ja opetusta luonto- ja kulttuurinähtävyyksistä. Opetus voi tapahtua eri muodoissa, esimerkiksi opastauluina tai opastettuina kierroksina. Ekomatkailun tavoitteena on vähentää matkailun negatiivisia vaikutuksia luontoon ja tukea luonnonalueiden ylläpitoa tuottamalla taloudellista hyötyä paikallisille yhteisöille ja järjestöille. Pitkäaikaisilla ratkaisuilla ekomatkailu kannustaa säilyttämään ja ylläpitämään luonnon monimuotoisuutta sekä ylläpitämään luonto- ja kulttuuriperintöjä. (UNWTO 2002; TIES 2015)

Ekomatkaaja eroaa tavallisesta matkaajasta niin, että ekomatkaajan keskeinen aikomus on halu oppia luonnosta sekä vierailla rauhaisilla luonnonalueilla. Lisäksi ekomatkailu voidaan käsittää vaihtoehtona massaturismille, joka on ympäristöä kuormittavaa matkailua, missä suurempi joukko ihmisiä matkustaa yleensä pakettimatkoille tiettyyn kohteeseen, eikä kohde välttämättä pysty pidemmällä aikavälillä säilyttämään taloudellista, sosio-

kulttuurista ja ympäristöllistä vakauttaan. Ekomatkailun suosio on kasvanut, koska matkailu on saanut kasvavien ympäristöongelmien takia erilaisia ekologisia painotuksia. Luonto on matkailulle tärkeä voimavara, siksi matkailun negatiivisten ympäristövaikutusten huomioiminen ja minimointi on välttämätöntä. (Higham 2007, 24)

Ekomatkailusta on puhuttu jo 1960-luvulta alkaen sekä matkailun tutkijat hyväksyivät ekomatkailun konseptin viralliseksi 1980-luvulla. Näinä aikoina matkailu oli yleisesti ottaen yleensä hidasta ja riippuvaista paikallisista yhteisöistä. Asiantuntijoiden mukaan, matkailu on yksi maailman nopeimmin kasvavista aloista, joka kasvaa jopa 6 % vuodessa. Kehityksen myötä 1990-luvulla ekomatkailu oli teoreettisesti nopeimmin kasvava segmentti matkailualalla, mutta ehkä vaikeimpia toteuttaa käytännössä. Omatoimiset matkajat eli ns. reppureissaajat löysivät budjettimatkinsa ekomatkailussa halpalentoyhtiöiden tulon, parantuneiden matkailun toimintaympäristöjen sekä eksoottisten, kaukaisten matkakohteiden paremman profiloinnin kautta. Toisaalta taas hallinnon puuttuminen ja luvattujen tulojen toteutumattomuus ovat olleet ongelmia ekomatkailun kehityksessä. Lisäksi kommunikoinnin vähäisyys ekomatkailualan sidosryhmien välillä on vaikuttanut siihen, että ekomatkailu on käsitetty enemmänkin ihanteena kuin todellisuutena. Nykypäivän suurin haaste ekomatkailun kehityksessä onkin saada käännettyä ekomatkailun määritelmä asiankuuluviksi ja hyödyllisiksi suuntaviivoiksi ja kriteereiksi. Tämä on haaste siksi, että kaikki ekomatkailun kohteet ja ympäristöt ovat jokainen eri tavalla yksilöllisiä ja omaavat erilaiset haasteet ja mahdollisuudet kehittämisessä. (Higham 2007, 24-25; Firestone & Mitra & Yanagihara 2008, 419)

Reilun matkailun yhdistys on koonnut ohjeita vastuulliseen matkailuun. Hankkimalla ja jakamalla tietoa matkakohteesta, matkailija osaa varautua paremmin kulttuurieroihin. Esimerkiksi Latinalaisen Amerikan maissa valtaosana ihmiset puhuvat espanjaa, eikä englannin kielen taito ole niin hyvä monilla alueilla. On siis hyvä osata ainakin muutama sana espanjaa kaiken varalta. Lisäksi tipin jättäminen ravintoloissa ja useissa muissakin palveluissa on enemmän sääntö kuin poikkeus, mikä voi olla suomalaiselle matkustajalle erikoista. Matkustamalla huippusesongin ulkopuolella ympäristö kuormittuu vähemmän, kun matkailijoita käy tasaisempaan virtaan. Usein myös palveluiden laatu kohteessa on parempaa sekä paikallisten sosiaalinen ympäristö ja elinympäristö eivät kärsi niin radikaalisti kuin mitä huippusesonkien aikana mahdollisesti. Matalan sesongin aikana on liikkeellä vähemmän turisteja, joten majoitusliikkeet ja ravintolat laskevat jonkin verran hintojaan sen lisäksi että välttyy jonottamiselta ja ruuhkilta. Huippusesonkien ajankohta on riippuvainen kohteen vetovoimatekijöistä, matkailijoiden lomattomuuksista sekä kausivaihteluista. Esimerkiksi Costa Ricaan matkustetaan eniten kuivalla kaudella, kun taas matala sesonki on sadekaudella toukokuusta marraskuuhun, jolloin matkustaessa saattaa kaikki-

na päivinä sataa muutaman tunnin ajan vettä iltapäivisin, sekä joitakin nähtävyyksiä ja kohteita saatetaan pitää suljettuna sinä aikana. Siltikin matala sesonki voi antaa paremmat mahdollisuudet tutustua paikalliseen kulttuuriin, ympäristöön ja ihmisiin. (Reilun matkailun yhdistys 2015)

Suosimalla paikallista ja välttämällä monikansallisia hotelleja ja ravintoloita reilu matkailija tukee paikallisten toimintaa. Costa Ricassa uusi kuluttajamarkkina on ollut selkeä iso muutos kasvaneen turismin myötä, missä paikalliset myyvät kotoperäisiä käsitöitä ja taidetta turisteille. Kun matkailija ostaa tuotteen suoraan sen paikalliselta tekijältä, hän varmasti tukee yhteisöjen perinteitä ja niiden säilyvyyttä sekä tuo tulonlähdettä ilman välittäjiä. (Firestone & Mitra & Yanagihara 2008, 421)

Veden- ja energiankulutus kohteessa vaikuttaa suuresti ekologiseen jalanjälkeen matkalla. Suomalaiset ovat jotakuinkin tottuneet veden runsauteen, mutta monissa maissa veden saanti ihmisten käyttöön, peltojen kasteluun ja karjan juomaksi ei ole samanlainen itsestäänselvyys. Turistien vedenkäyttö on moninkertaista paikallisasukkaisiin verrattuna, joten vedenkäyttöön matkalla kannattaa kiinnittää huomiota, esimerkiksi käyttämällä suihkua kylvyn sijaan eikä valuta juoksevaa vettä turhaan. Energiansäästöön voi vaikuttaa monella eri tavalla. Juna on ekotehokkain matkustusmuoto, mutta Costa Rican tapauksessa junamatkustus on harvinaista. Suomesta Costa Ricaan on pitkä lentomatka, joten matkustamalla harvemmin mutta viipymällä kerralla pidempään vähentää omalta osaltaan lentoliikenteestä johtuvaa hiilijalanjälkeä. Kohteessa kannattaa valita ekomekkarit tai vettä säästävä hotelli, missä myös usein voi säästää vettä ja energiaa vaihtamalla pyyhkeitä ja liinavaatteita harvemmin. Matkan aikana voi valita matkustusmuodokseen täyden auton, unohtamatta patikointia ja pyöräilyä. Costa Ricassa järjestetäänkin paljon patikointiretkiä luontoon. (Reilun matkailun yhdistys 2015)

3.2 Ekomatkailijatyyppit

Ekomatkailijat eli ekoturistit voidaan jakaa kolmeen eri tyyppiin, joiden tavoitteet ja motivaatiot ovat eri tavoin painottuneita. Ekomatkailukohde saattaa olla siis yleiskohde tai erikoistunut palvelemaan vain yhtä tiettyä ekomatkailijasegmenttiä. Karski (rough) ekoturisti on nuori tai keski-ikäinen, joka matkustaa yksin tai pienessä ryhmässä. Hän on itsenäinen ja liikkuu halvalla budjetilla suorittaen urheilu- ja seikkailuaktiiviteetteja. Toinen ekomatkailijasegmentti on mukavuudenhaluinen ja pehmeä (smooth) ekoturisti, joka on keski-ikäinen tai vanhempi, matkustaa ryhmissä valmismatkoilla sekä käyttää kalliita palveluja. Yleisesti käyttää luonto- ja safarityyppisiä aktiiviteettipalveluja. Kolmas tyyppi on erikoistunut (specialist) ekoturisti, joka voi olla nuori tai vanha, mutta yksilöllinen ja itsenäinen mat-

kailija. Saattaa hyödyntää asiantuntijoita suunnitellessaan matkaansa sekä toimii keski- tai kalliilla budjetilla. Matkan tavoitteena voi olla tieteellinen tutkimus tai yksilöllinen harrastus. (Vuoristo 2003, 407)

”Pehmeän ekoturistin” kysyntä on joissain määrin tyydytettävissä yleisen luontomatkailun tarjonnalla, mutta karskin ja erikoistuneen ekomatkailijan tarpeita varten vaaditaan jo lajityypillisiä ekomatkailupalveluita. Avaintekijöitä ekomatkailun tuotannossa ovat kohdealueen ulkopuoliset matkanjärjestäjät, jotka suunnittelevat matkareitit ja markkinoivat matkoja suoraan asiakkailleen. Osa niistä on yksityisiä liikeyrityksiä, osa tuottoa tavoittelemattomia yhdistyksiä, jotka järjestävät erikoismatkoja jäsenilleen. Todellisesta ekomatkailusta voidaan puhua, kun hankkeiden takana ovat suojelu- ja tutkimusprojekteja järjestävät tahot, jotka toimivat aktiivisesti kestävän kehityksen vaatimien tavoitteiden toteuttamiseksi oman toimintansa kautta. Erityisesti voittoa tavoittelemattomat yhdistykset on sanottu kuuluvat ekomatkailun ”johtoryhmään”, koska toisaalta pahimpaan matkanjärjestäjien tyyppiin kuuluvat ne, jotka myyvät luontoa, mutta eivät ole tietoisia toimintansa vaikutuksista luontoon tai eivät välitä siitä. Kehitysmaiden olosuhteissa ei siis ole mitenkään yhdentekevää, kenen vastuulla erilaisten ekomatkailuhankkeiden toteuttaminen on. Lisäksi on tärkeää saada ekomatkailukohteen ympäristön asukkaat osallistumaan työhön ja luoda toimeentuloa heille, jotta ekoturismi olisi paikallisesti edullista. (Vuoristo 2003, 408)

Costa Rica kuuluu neotrooppiseen eläinmaantieteelliseen suuralueeseen, missä maan lajisto poikkeaa suuresti tärkeimmän markkina-alueen eli matkailijoiden lähtöalueen, Yhdysvaltojen, eläimistöä ja luonnosta. Niinpä Costan Rican luontoretket houkuttelevat amerikkalaisia luontomatkailijoita tulemaan ja kokemaan luonnon läheisyyden sekä bongaamaan ainutlaatuisia lajeja, kuten laiskiaisia, leguaaneja tai tukaaneja. Costan Rican lähtötilanne ekomatkailuun perustuukin siis erikoistuminen valikoivaan ympäristömatkailuun massaturismin sijasta. Esimerkiksi myös englantilaisille on jo 1990-luvun alusta lähtien markkinoitu ”vihreitä lomaa ympäristöystävällisille matkailijoille”, ja ulkomaalaisten matkailijoiden lukumäärän voimakas kasvu viittaa siihen, että luontomatkailun aktiivinen edistäminen on tuottanut tulosta eikä vielä toistaiseksi tarvitse pelätä luonnon kestokyvyn ylittymistä. Tämä kuitenkin vaatii, että ekomatkailualueita ja muita luontokohteita kehitetään ja suojellaan kysynnän edellyttämässä tahdissa. Samalla on kyettävä huolehtimaan luontomatkailun jalkoihin mahdollisesti jäävästä paikallisväestöstä, jonka perinteiset elinkeinot saattavat vaarantua. (Vuoristo 2003, 409)

3.3 Ilmastonmuutos, sademetsät ja matkailu

Ilmakehämme toimii kuin kasvihuone. Ilmakehässä olevat kaasut päästävät läpi auringon säteet, mutta estävät osaa lämmöstä karkaamasta takaisin avaruuteen ja tämä ilmiö mahdollistaa elämän maapallolla. Tämä kasvihuoneilmiö on vallinnut aina mutta puhuttaessa ilmastonmuutoksesta viitataan yleensä ihmisen aikaansaamaan ilmastonmuutokseen, mikä on äkillinen ja voimakas niin että luonnolla on vaikeuksia sopeutua muutoksiin. Ihmisen toiminnan seurauksena lämmön karkaamista estävät kaasut lisääntyvät ilmakehässä jatkuvasti, koska tuotamme valtavia määriä kasvihuonekaasuja, kuten hiilidioksidia (Co²). Suurin osa ilmakehään joutuvasta hiilidioksidista on peräisin fossiilisten polttoainien käytöstä, kuten öljystä ja kivihiiilestä. Ekomatkailu saastuttaa luontoa muiden matkailumuotojen tavoin, erityisesti lentäminen matkakohteisiin aiheuttaa kasvihuonekaasupäästöjä, joten luonnon- ja eläinten suojelun puolesta olisi hyvä vaihtaa matkustusmuoto vähemmän saastuttavampaan vaihtoehtoon, kuten esimerkiksi junaan. (WWF 2015)

Ilmastonmuutoksen negatiivisena seurauksena ilmasto lämpenee ja ääri-ilmiöt kuten tulvat, myrskyt ja metsäpalot yleistyvät. Maapallon keskilämpötila voi kohota jopa noin 4 astetta vuoteen 2100 mennessä, mikä vaikuttaa moniin alueisiin äärimmäisellä tavalla. Ilmaston lämpenemisellä tiedetään olevan erittäin haitallisia vaikutuksia rannikon luonnonvarojen, luonnon monimuotoisuuden ja ekosysteemien (sekä merellä että maalla) säilyvyyteen, jotka kaikki edellä mainitut ovat olennainen osa ekomatkailua. Esimerkiksi ilmaston lämpenemisen seuraukset näkyvät voimakkaimmin arktisella alueella, joka lämpenee noin kaksi kertaa niin nopeasti kuin maapallo keskimäärin. Jäätiköt sulavat hälyttävän nopeasti ja tästä seuraa merenpinnan nousua, joka taas voi johtaa rannikon kosteikkojen häviämiseen ja vähentää luonnon monimuotoisuutta, sekä tulvat lisäävät rannikoiden eroosiota. Kaikki tämä voi johtaa myös erilaisten lajien häviämiseen, joten moni asia on yhteydessä toisiinsa. Ekomatkailu on kaikista haavoittuvaisin alue ilmastonmuutoksen vaikutuksille matkailualalla. Luonnon monimuotoisuudella eli biodiversiteetillä voi olla myös tärkeä symbolinen merkitys kohteelle, esimerkiksi Ruotsin hirvi, Australian kenguru ja Afrikan leijona. Maiden ja maanosien ainutlaatuisuus sekä myyttinen voima kärsii olennaisesti jos kyseiset, niille tyypilliset lajit häviäisivät. (WWF 2015; Higham 2007, 72-76)

Costa Rican pinta-alasta 46,8 % on metsää ja noin kaksi kolmesta sademetsästä Costa Ricassa ovat suojeltuja. Sademetsä on ikivihreä, trooppinen metsä, missä sataa yli 2 000 millimetriä vuodessa. Puusto on tiheää ja runsasta, mutta aluskasvillisuus on niukkaa valon puutteen vuoksi. Costa Rican yksi suojelualuista käsittää yhtäjaksoisesti yli 60 kilometriä, mihin mahtuu yhdeksän erilaista ekologista vyöhykettä merenpinnasta sademetsän korkeimpien puiden huipulle. Sademetsä voidaan jakaa neljään eri kerrokseen missä val-

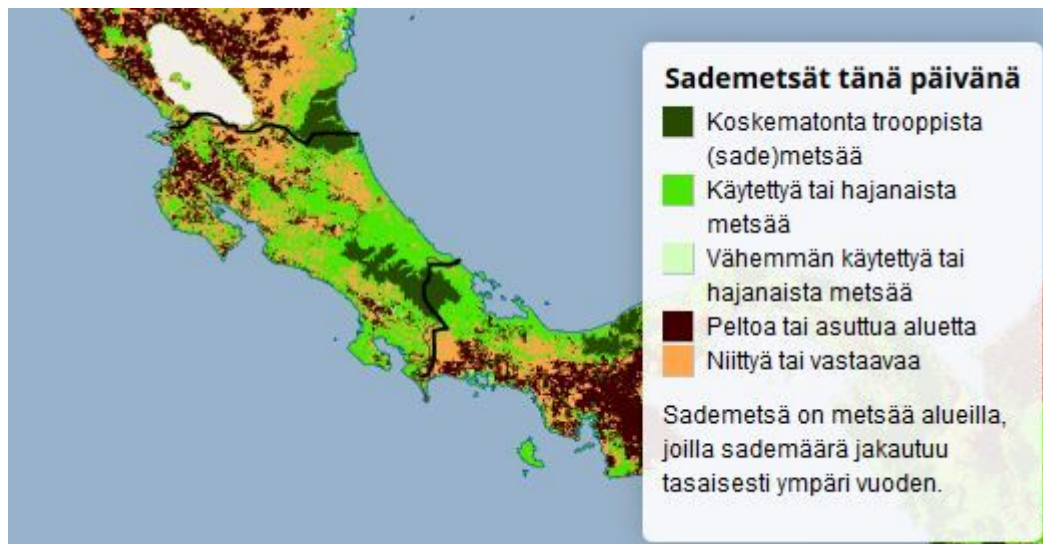
litsevat erilaiset eläin- ja kasvilajit: kenttäkerros, keskikerros, latvuseros ja ylin latvuseros. Sademetsän kasveilla on loistavat puitteet nopeaan kasvuun, koska sademetsä on kostea ja tasaisen lämmin. Lisäksi hiilidioksidia on riittämiin ja latvuksissa sekä aukkopai-koissa myös auringonvaloa. Sademetsiä kutsutaan ”maapallon keuhkoiksi”, koska kasvit sitovat itseensä hiilidioksidia kasvaessaan ja saman prosessin kautta päästävät ilmaan happea. (Mongabay 2015; WWF 2009)

Ilmastonmuutoksen lisäksi sademetsien suurin uhka on ihmisen tuottamat vahingot metsil-le. Sademetsien liikahakkuu on ollut suuri ongelma vuosisatojen ajan, kun puita on hakat-tu mm. maatalouden ja viljelypeltojen takia pois tieltä. Sademetsien raivauksen huono puoli on myös se, että maa köyhtyy viljelykelvottomaksi usein jo muutamassa vuodessa ja sen jälkeen viljelijä joutuu raivaamaan jälleen lisää sademetsää uutta peltoa varten. Li-säksi väestön lisääntyminen ja asutuksen rakentaminen on ollut syynä puiden raivauksel-le. Kuten kuvat kertovat (kuva 4 ja kuva 5) sademetsien määrä Costa Ricassa on selvästi vähentynyt. Metsien tuhoutuminen nopeuttaa ilmastonmuutosta. (Globalis 2015b)



Kuva 4. Sademetsät Costan Rican alueella ennen ihmisen vaikutusta. (Globalis 2015b)

Ennen ihmisen vaikutusta suurin osa Costan Rican pinta-alasta oli trooppista sademetsää sekä jonkin verran trooppista kuivaa metsää. 1990-luvun alussa Costa Rica oli yksi pa-himmista metsien kaatajista Latinalaisessa Amerikassa, johtuen hallinnon puutteesta kos-kien liikahakkuita. Kuten kuva 4 näyttää, maa oli joskus noin 99 prosenttia metsien peitos-sa, mutta metsiä alettiin kaataa erityisesti maataloutta (kahvi ja banaani) sekä karjan lai-dunmaita varten. Kuvassa 5 voi selvästi nähdä metsien määrän vähentyneen maan pinta-alasta. Koskematon trooppista sademetsää on enää reilusti alle puolet entiseen mää-rään verrattuna ja lisäksi on tullut paljon vähemmän käytettyä tai hajanaista metsää, niit-tyä, peltoa ja asuttua aluetta. Asutus on lisääntynyt erityisesti pohjoisessa, etelässä on säilynyt enemmän metsää. (Globalis 2015b)



Kuva 5. Sademetsät Costa Rican alueella vuonna 2005. (Globalis 2015b)

Huolimatta lukuisista luonnonsuojeluhankkeista, Costa Rica taistelee tänä päivänä yhä laitonta puidenhakkuuta vastaan suojelluilla alueilla. Sademetsien tuhoamisen perimmäinen syy on raha ja rahan puute. Kuitenkin Costa Rican suosio ekomatkoilukohteena tekee sen luonnonpuistoista ennemminkin tulonlähteen kuin kulun, joten viimeiset hallitukset ovat käyttäneet puistojen varoja talousarvioiden puutteisiin, eikä niinkään säilyttämään suojelualueita. Korruptio on edelleen pieni ongelma Cost Ricassa, joskaan ei niin paljon kuin sen naapurimaissa. (Mongabay 2015)

The Rainforest Alliance on vuonna 1987 perustettu kansainvälinen organisaatio, joka on tuottoa tavoittelematon ja toimii luonnon monimuotoisuuden säilyttämiseksi ja kestävien elinolojen varmistamiseksi. Organisaation strategiaan sisältyy koulutusta ja sertifiointia edistämään terveitä ekosysteemejä ja yhteisöjä. Organisaatio työskentelee viljelijöiden, maanomistajien sekä matkailuyrittäjien kanssa yhteistyössä. Maa- tai metsätalouden yritys voi saavuttaa Rainforest Alliancen sertifiointin tarkastelun alla, missä sen on täytettävä tiukat vaatimukset joiden tarkoituksena on suojella ekosysteemejä, turvata paikallisten yhteisöjen hyvinvointia sekä parantaa niiden tuottavuutta. Rainforest Alliancen tunnuksena on sammakkomerkki, joka on tae sille, että tuote on valmistettu ympäristöystävällisesti ja kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti. Tunnuksen alla myydään mm. teetä, kahvia, kaakaota ja banaaneja, jotka ovat kaikki alkuperäisiä sademetsästä saatavia tuotteita. (Rainforest Alliance 2015a)

Myös matkailualan toimijat voivat ansaita Rainforest Alliancen sammakkomerkin osoittamalla, että he minimoivat ekologista jalanjälkeään sekä tukevat työntekijöiden, paikallisten kulttuurien ja ympäröivien yhteisöjen välistä yhteistyötä. Yksi esimerkki on Costa Rican

pääkaupungissa toimiva matkanjärjestäjä ACTUAR organisaatio, joka on perustettu vuonna 2001 maanviljelijöiden, naisten yhdistysten ja alkuperäiskansojen ryhmien toimesta. He yhdistävät perinteisen ekomatkailun maaseutumatkailun kohteisiin, missä matkailijat pääsevät kokemaan Costa Rican kestävästä maataloudesta sekä luonnonsuojelua. ACTUAR matkanjärjestäjän asiakkaat tukevat näin omalla panoksellaan paikallisten ja alkuperäiskansojen yhteisöjen kestävästä tulonlähteen kehitystä. ACTUAR on kasvanut (Rainforest Alliance 2015b)

3.4 Luonnonsuojeluhankkeet Costa Ricassa

Costa Rican luonto on suurin syy maahan matkustamiseen lämmön ja hiekkarantojen ohella. Turistien tuomilla varoilla pyritään tukemaan luonnon kestävästä käyttöä ja suojelua. Costa Ricassa on 186 suojelualuetta, minkä joukossa on 32 kansallispuistoa, lukuisia biologisia suojelualueita tutkijoiden käytössä sekä monia yksityisiä puistoja, reservaatteja ja kosteikkoja. Tunnetuimpia kansallispuistoja ovat muun muassa Manuel Antonion kansallispuisto, Braulio Carrilon kansallispuisto sekä Tortugueron kansallispuisto vesieläimien suojeluun. Maan pinta-alasta on suojeltuna suurempi osuus kuin minkään muun valtion alueesta ja siellä elää jopa viisi prosenttia maailman kasvi- ja eläinlajeista. (Väyrynen & Väyrynen 2010, 38-39)

Costa Rican virallinen matkailusivusto sekä matkaoppaat kannustavat matkustajaa kunnioittamaan ekomatkailun periaatteita matkustaessaan kyseisessä maassa ja molemmat ovatkin listanneet vinkkejä tämän toteuttamiseen. Matkailija voi omalta osaltaan suojella luontoa ja vähentää matkailun tuomaa kuormitusta hyvin yksinkertaisillakin tavoilla, kuten juomalla hanavettä ja täyttämällä juomapullonsa eri pisteillä aina kun mahdollista eikä ostamalla aina uutta muovipulloa vettä. Costa Ricassa yleisesti ottaen hanaveden juominen on mahdollista. Yleinen kierrättäminen ja roskien kerääminen edistää luonnon puhtautta myös esteettiseltä kannalta. Sademetsissä liikuttaessa matkailijan on tärkeää pysyä merkatuilla reiteillä, ettei luontoon kohdistuva ihmisen aiheuttama eroosio pahenna herkästi rasittuvaa luontoa. Kasveja ei saa vahingoittaa sekä villieläimiä tulisi aina tarkkailla tietyn etäisyyden päästä, eikä villieläimiä saa ruokkia. Sama pätee myös merten ja vesieläinten sekä –kasvien suojeluun. Omien tietojen sekä kokemusten jakaminen muille matkailijoille sekä yleinen maalaisjärki ovat yleisesti ottaen hyviä peruskeinoja vastuulliseen matkailuun, olipa sitten missä tahansa maailmaa. (Firestone & Mitra & Yanagihara 2008, 419)

Costa Rican tärkeä vetovoimatekijä on sen ”trooppiseksi paratiisiksi” kuvailtu luonto, mutta samaan aikaan turismi aiheuttaa luonnon ekosysteemeille yhä suurenevaa stressiä. Joidenkin yritysten toimintaa on ollut hankalaa valvoa, esimerkiksi hotelliketjut jotka pyrkivät rakentamaan hotellejaan aivan rantojen läheisyyteen. Costa Rican yhteiskunnan perusrakenne ei ole riittävä suurien jätemäärien ja jätevesien käsittelyyn, mikä tuottaa omia ongelmia. Maassa on kiistelty siitä, pitäisikö siellä suosia vain pieniä hotelleja vai sallitaanko myös suurien lomakyläiden synty. Valtio on määritellyt sertifikaatin CTS, jonka myöntämistä valvovat ympäristöministeriö sekä Costa Rican yliopisto. *The Certification for Sustainable Tourism* eli CTS on lahjomaton luokitusjärjestelmä, jonka mukaan hotelleille annetaan yhdestä viiteen puulehteä sen mukaan, kuinka ekologisesti kestävällä perustalla niiden toiminta on (CST 2014). Viiden lehden, eli parhaan luokituksen, paikkoja on vain muutamia. Tämän lisäksi Costa Rican valtio tukee maaseutumatkailua, joka saa paikallisväestön hankkimaan elantonsa matkailusta ja turismista ja tukee luonnon säilyttämistä sen tuhoamisen sijaan. (Väyrynen & Väyrynen 2010, 39)

CTS-sertifikaatin päätarkoitus on tehdä kestävästä matkailusta käytännönläheistä ja toiminnallista, säilyttäen maan kilpailukykyyn matkailualalla ja samalla hyödyntää paremmin sosiaalisia ja luonnon resursseja. Costa Rican matkailusivusto määrittelee sataprosenttisesti vastuullisen matkailun niin, että se on matkailua, joka on tehokasta resurssien käyttöä. Tämä näkyy esimerkiksi tehokkaassa energian- ja vedenkulutuksessa, missä voidaan nähdä huomattavia säästöjä sekä vähentyneitä päästöjä. Tällaisilla säästöillä voi olla suora yhteys yrityksen parempaan kilpailukykyyn, parempaan tarjottavaan tuotteeseen ja sitä kautta parempaan asiakastyytyvyyteen. Lisäksi se on matkailua, joka on sitoutunut yhteisöön ja sen tarpeisiin, etsien omistautumista ja ratkaisuja ympäristöä varten. Vastuullinen matkailu on myös sertifikaatti kaikille matkailualan yrityksille, joiden täytyy olla omistautuneita huolehtimaan omalta osaltaan suojelutoimintaa ja käsitellä luontoon liittyviä riskejä asianmukaisesti. (Visit Costa Rica 2015b)

Costa Rican eri viranomaiset perustivat 1990-luvun lopulla ohjelman Programa Bandera Azul Ecológica eli Ekologisen sinisen lipun ohjelma, jonka parissa työskentelevät myös lukuisat muut eri tahot (Bandera Azul Ecológica 2016). Näitä ovat Costa Rican turismi-instituutti (Instituto Costarricense de Turismo, ICT), Kansalliset vesi- ja viemärintipalvelut (AyA), Terveysministeriö (MS), Ympäristöministeriö (MINAE), Opetusministeriö (ME) ja Kansallinen turistikamari (CANATUR). Nämä organisaatiot halusivat yhdessä estää matkailusta ja turismista johtuvan rantojen saastumisen ja paikallisväestön terveyden vaaran. Sinisen lipun ohjelma auttaa Costa Rican yhteisöjä hallitsemaan resurssejaan ympäristökasvatuksen ja -koulutuksen, kattavan terveydenhuollon sekä kunnollisen jätteenhuollon avulla. (Väyrynen & Väyrynen 2010, 39; Anywhere Costa Rica 2015b)

Sininen lippu myönnetään vuosittain niille yhteisöille, jotka ovat saavuttaneet vähintään 90 % ohjelman vaatimista ekologisista tavoitteista. Lippuja myönnetään eri kategorioille, kuten metsille, kaupungeille sekä rannoille. Costa Rican kauniista rannoista monet kymmenet ovat jo saavuttaneet Sinisen lipun sertifikaatin. Kyseinen ohjelma tarjoaa kannusteita hotelleille, paikallisille matkailujärjestöille ja rannikoiden yhteisöille toimimaan yhdessä ja suojelemaan Costa Rican rantoja. Yhteisöt tekevät paljon työtä säilyttääkseen rannat parhaassa mahdollisessa kunnossa kestäväää matkailua varten. (Väyrynen & Väyrynen 2010, 39; Visit Costa Rica 2015a)

Lisäksi PES-ohjelma (The Payments for Environmental Services) kuuluu Costa Rican luonnonsuojeluohjelmiin. PES-ohjelman kautta maan hallitus tarjoaa suoria maksuja maanomistajille, jotka omaksuvat metsähallinnon ympäristöystävälliset toimenpiteet ja näin ollen ylläpitävät metsien terveyttä. Maksut menevät ekologiin toimenpiteisiin, jotta maanomistajien maat pysyvät puhtaina. Motiivina on puhtaan veden säilyttäminen, kasvihuonekaasupäästöjen vähentäminen, luonnon monimuotoisuuden säilyttäminen sekä virkistysalueiden tarjoaminen ekomatkailulle. Lisäksi kansallinen komissio (The National Emergency Commission) tukee omalla tavallaan kestäväää kehitystä maassa. Kyseisen komission tehtävänä on ehkäistä riskejä sekä varautua hätätilanteisiin. Se kasvattaa tietoisuutta katastrofien riskeistä, rahoittaa katastrofivalmiusohjelmia sekä tarjoaa koulutusta riskinhallinnan eri aihealueilla ympäri maata. Komissio auttaa Costa Rican yhteisöjä luomaan strategisia suunnitelmia vähentämään ihmisen aiheuttamia vahinkoja, joten komissio omalla tavallaan edistää kestäväää kehitystä ja tulevaisuutta. (PES 2011; Anywhere Costa Rica 2015b)

4 Matkakohteen imago

Imago ja sen rakentaminen ovat olleet keskeisessä asemassa yritysten ja organisaatioiden markkinointitoiminnassa jo 1980-luvulta lähtien. Imagon merkityksellisyys on tiedostettu liikkeenjohdossa yhä laajemmin ja sen työstäminen ei ole vain mainoskampanjointia vaan kaikkien liiketoimintaratkaisujen vaikutusten seurausta. Näin ollen imago on noussut liiketoiminnan strategiseksi menestystekijäksi (Rope 2000, 175). Tässä luvussa kerrotaan matkakohteen imagosta, miten se määräytyy ja miten sitä markkinoidaan. Kolme ekomat-kailijatyyppeä on esitelty yhdessä kappaleessa. Lisäksi luvussa kerrotaan matkailumarkkinoinnin yhteydessä puhutusta ”viherpesusta” eli greenwashingista.

4.1 Imago ja markkinointi

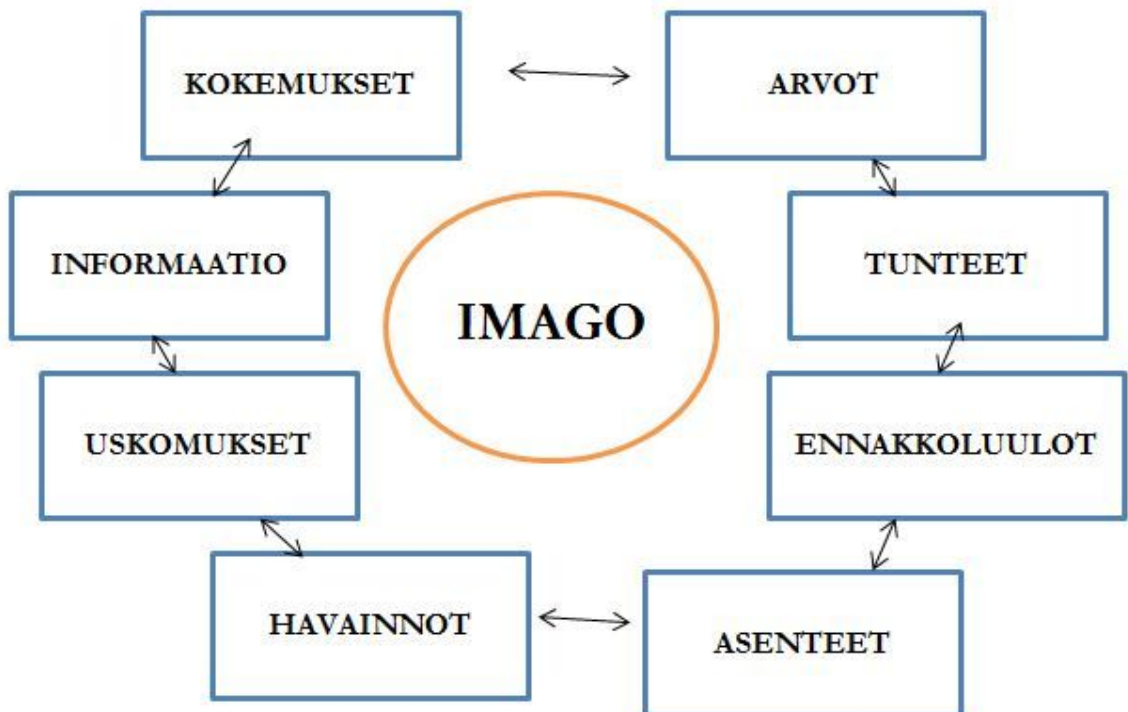
Sana imago on johdettu englanninkielen sanasta ”image”, joka tarkoittaa kuvaa. Imagosta puhuttaessa se siis tarkoittaa kuvaa metaforisena käsitteenä, joka antaa ymmärtää, että ymmärryksemme on kuin visuaalinen kuva ulkoisesta todellisuudesta. Käsite on syntynyt 1950-luvulla Yhdysvalloissa, missä visuaalisen markkinoinnin kautta alettiin tehdä mielikuvia ja ”brändätä” tuotteita. Televisiomainonnan uskomaton puhuttelukyky alkoi olla paljon vahvempi markkinointikeino kuin pelkkä kirjallinen vakuuttelu. Mielikuvista ja brändeistä rakentuu loppupeleissä imago. Mielikuvan muodostumiseen tarvitaan yksinkertaisesti kaksi osapuolta: se, josta kuva tai käsitys muodostetaan ja se, jolle kuva muodostuu. (Karvonen 1999, 36-38)

Organisaation kansainvälinen, kansallinen tai paikallinen imago edustaa arvoja, joita asiakkaat, potentiaaliset asiakkaat, menetetyt asiakkaat sekä muut mahdolliset ihmisryhmät liittävät organisaatioon. Mielipiteet voivat vaihdella, mutta organisaatiosta on kuitenkin vallalla jonkinlainen yleiskuva, joka voi olla joko selkeä ja tunnettu yhdelle ryhmälle ja epäselvä ja tuntematon toiselle ryhmälle. Imago ja mielikuvat ohjaavat suurta osaa päätöksistämme ja esimerkiksi matkakohdetta valitessa usein niitä käytetään helpottamaan omaa päätöksentekoa. Valitsemme helpommin ne matkakohteet, joista olemme kuulleet aikaisemmin ja jotka positiivisilla mielikuvilla tukevat omia ajatuksiamme ja toiveitamme. (Grönroos 2001, 385-387)

Suotuisa ja tunnettu imago on voimavara mille tahansa yritykselle, koska imago voi vaikuttaa monin eri tavoin asiakkaiden käsityksiin yrityksen tai organisaation viestinnästä ja toiminnasta. Kun puhutaan yrityksistä tai organisaatioista, imago viestii odotuksista ulkoisten markkinointikampanjoiden kanssa. Näitä ovat esimerkiksi mainonta, henkilökohtainen myyntityö ja suusanallinen viestintä. Yrityksen, jolla on myönteinen imago, on helpompi viestiä tehokkaasti, koska asiakkaat ovat silloin vastaanottavaisempia myönteiselle vies-

tinnälle. Näin ollen kielteisellä imagolla on juuri päinvastainen vaikutus. Hyvä imago on toisaalta myös suodatin, joka auttaa tilapäisten ongelmien sattuessa. Esimerkiksi yrityksen tai organisaation pienet ongelmat, tekniseen tai toiminnalliseen laatuun liittyvät ongelmat annetaan helposti anteeksi. Jos ongelmia kuitenkin sattuu usein, ”suojan” vaikutus lakkaa ja imago muuttuu huonompaan suuntaan. (Grönroos 2001, 387)

Imagon muodostumiseen ihmisen mielessä vaikuttaa monet psykologiset tekijät (kuvio 1) kuten esimerkiksi asiakkaiden edelliset kokemukset ja odotukset. Jos imago ei ole asiakkaille kovin selkeä, se muotoutuu vasta heidän kokemustensa mukaan, koska koettu palvelun laatu muuttaa imagoa. Se joko vahvistuu tai päinvastoin menee huonompaan suuntaan. Lisäksi imagon sisäinen vaikutus yrityksessä vaikuttaa myös ulospäin. Mitä epäselvempi imago on, sitä enemmän se vaikuttaa työntekijöiden asenteisiin organisaatiota kohtaan työnantajana, ja tällä voi olla kielteinen vaikutus työsuorituksiin. Selkeä ja myönteinen imago viestittää arvoista ja houkuttelee myös paremmin työntekijöitä. Liiketoiminnassa mielikuvan rakentamisen voidaan katsoa olevan tietoista työtä, jolla pyritään aikaansaamaan yritykselle keskeisten henkilöiden keskuudessa yrityksestä sellainen mielikuva, että sen avulla yritys menestyy. (Grönroos 2001, 388; Rope 2000, 176)



Kuvio 1. Imagon psykologiset vaikuttajat (Rope 2000, 178)

Kuvio 1 havainnollistaa kahdeksan eri tekijää, jotka vaikuttavat imagon muodostumiseen. Arvomaailma antaa perustan kaikkien asioiden tarkastelulle ja tulkitsemiselle, mikä muotoutuu perhe- ja kulttuuritaustasta. Ekomatkatkohteet vetoavat yleensä ekomatkailijoiden arvoihin suuresti, koska eettiset ja ekologiset arvot ovat tämän tyyppisille matkailijoille hyvin tärkeitä. Tunteet ja ennakkoluulot vaikuttavat paljon mielikuvaan ja siten myös ostopäätökseen. Ne suuntaavat ihmisen kiinnostuksen sekä esimerkiksi ennakkoluulot maata kohtaan leimaavat kyseisestä maasta tulevan tuotteen. Kaikista näistä edellä mainituista muodostuvat asenteet ja nämä asenteelliset käsitykset vaikuttavat siihen, mitä viestejä ihminen suostuu hyväksymään ja omaksumaan. Positiivisena koetut asiat otetaan helpommin vastaan kuin negatiiviset. Ihmisen uskomukset vaikuttavat siihen, miten ihminen pyrkii valikoimaan kaikki havainnot omia käsityksiään tukevasti. Yrityksien tai organisaatioiden lähettämä informaatio tulkitaan vastaanottajan mielikuvien mukaan lähettäjistä. Subjektiiivisen käsityksen suodattamana jokainen ihminen tulkitsee omien kokemustensa perusteella, joten mielikuva voi vaihdella suurestikin eri henkilöiden välillä. (Rope 2000, 178-179)

Matkakohde on fyysinen paikka, jonka imagon rakentumiseen vaikuttavat useat eri tekijät. Siitä, kun matkailija saapuu matkakohteeseen ja siihen asti, kun hän lähtee kohteesta, hänen kokemukseensa laadusta vaikuttaa monta eri tekijää, palvelua ja kokemusta. Matkailijat kohtaavat vierailunsa aikana julkisen ja yksityisen sektorin toimijoita, kokevat yhteisön vuorovaikutuksen, paikallisten vieraanvaraisuuden sekä fyysisen ympäristön. Matkakohde koostuu siis matkailutuotteista, kuten matkailukohteen nähtävyyksistä. Matkailukohdeesta puhuttaessa voidaan tarkoittaa koko maata, matkailualueita, kaupunkia tai yhtä tiettyä kaupunginosaa. Matkakohteen imagon rakentamisessa tulevat ilmi myös työntö- ja vetovoimatekijät, jotka motivoivat ihmisiä lähtemään tiettyyn kohteeseen. Matkailussa markkinoinniksi kutsutaan yleisesti myös myynnin edistämistä. Nykyaikainen markkinointi painottaa markkinoille pääsyn sijaan markkinoilla pysymistä eli jo olemassa olevien asiakassuhteiden ylläpitämistä ja kehittämistä. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 34; Wang & Pizam & Breiter 2011, 44-45)

Vastuullinen toimintatapa on matkailuyrityksille edellytys kilpailukykyiseen toimintaan. Matkailupalveluissa yhä tärkeämpiä asioita matkailijoille ovat mm. vesi- ja energiatehokkuus, jätehuolto, paikallisten tuotteiden ja palveluiden käyttö, paikallinen työllistäminen, kulttuuriperinnön vaaliminen ja paikallisen väestön huomioiminen. Erilaiset indikaattorit ja sertifikaatit osoittavat matkailuyritysten ekologisuuden. (Visit Finland 2015)

Matkakohde tai matkailuyrityksen kestävyyttä voi olla hankala mitata. Tätä varten on kehitetty erilaisia ympäristösertifikaatteja, jotka ovat osoitus yrityksen onnistuneesta työstä

ympäristön hyväksi. Sertifikaattien on tarkoitus tuoda esiin ekologisesti kestäviä yrityksiä ja samalla luoda tavoitteita ja ohjenuoria kestävän toiminnan toteuttamiseksi. Toisaalta ympäristömerkit ovat myös yrityksille markkinaetu, erityisesti kun nykypäivän mediassa puhutaan paljon ilmastonmuutoksen vauhdikkaasta etenemisestä ja ekologisuus on polttava puheenaihe. Eri sertifikaateilla voi olla kuitenkin hyvinkin eritasoisia kriteerejä, eikä merkin saaminen välttämättä tarkoita ensiluokkaista ympäristötoimintaa. Tämän vuoksi on hyvä tarkistaa merkin saamisperusteet ja niiden valvonta, esimerkiksi suomalaisella Joutsenmerkillä on tiukat kriteerit, mutta matkailualalla on myös satoja sertifikaatteja, joiden kriteereiksi riittää pelkkä pyrkimys ympäristöystävälliseen toimintaan. Tunnetuimmat ja luotetuimmat sertifikaatit ovat maksullisia ja lisäksi ne vaativat jatkuvaa työtä ja laadun ylläpitoa myös merkin saamisen jälkeen. (Visit Finland 2015)

4.2 Greenwashing

Greenwashing termistä voidaan puhua silloin, kun esimerkiksi yritys markkinoi toimintaansa ekologisena väärin tai valheellisin perustein. Tämä voi esiintyä niin, että asiakkaalle mainostetaan jonkin tuotteen hyödyistä harhaanjohtavin perustein ja perusteettomin väittein. Greenwashingilla halutaan saada yritys näyttämään vihreältä, ekologiselta ja ympäristön huomioonottavalla. Jopa monet suuret energiayhtiöt, maailman suurimpia päästöjenaiheuttajia, ovat yrittäneet uudelleenmarkkinoida itseään ympäristöystävällisinä. (Energiateollisuus 2016)

Yrityksen yhteiskuntavastuu on termi, jonka yhteydessä puhutaan usein greenwashingista. Yhteiskuntavastuu merkitsee siis yritysten vastuuta toimia kestävän kehityksen mukaisesti. Jotta yritys vastuuta voitaisiin mitata ja valvoa, niitä varten on luotu lukuisia kansainvälisiä standardeja. Yhtenä esimerkkinä Social Accountability International –järjestön SA 8000 –standardi sisältää säädöksiä työajoista, palkoista, terveydestä ja turvallisuudesta. Yleisesti yhteiskuntavastuu voidaan määritellä kolmeen osaan: taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöllinen vastuu, joiden tulee olla tasapainossa keskenään. Joissain tapauksissa matkailualalla puhutaan myös kulttuurisesta vastuusta. Maine muodostuu tekojen ja viestinnän yhteisvaikutuksesta ja luonnollisesti hyvä maine vetää puoleensa hyviä työntekijöitä, asiakkaita, rahoittajia ja sidosryhmiä. Yhteiskuntavastuu on yrityksen maineeseen ja menestymiseen vaikuttava kilpailutekijä, ja usein ympäristövastuuta saatetaan käyttää väärin hyväksi markkinoinnissa, kun haetaan ”vihreämpää” mainetta. (Energiateollisuus 2016)

5 Tutkimus ja sen kulku

Tässä luvussa kerrotaan tutkimuksen kulusta ja tutkimusmenetelmästä tarkemmin. Tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää ja tämän aineiston keruusta on myös lisää. Luvun lopussa pohditaan tutkimuksen luotettavuutta.

5.1 Tutkimusmenetelmä

Tämä tutkimus on niin sanottu survey-tutkimus, jossa kerätään tietoa standardoidussa muodossa tietyltä joukolta ihmisiä. Yleisesti ottaen aineistoa kerätään strukturoidulla haastattelulla tai kyselylomakkeella ja kerätyn aineiston avulla pyritään kuvailemaan, vertailemaan ja selittämään ilmiöitä (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2007, 130). Tällä tutkimuksella pyritään kartoittamaan suomalaisten matkailijoiden mielikuvia Costa Ricasta ekomatkailumaana.

Kvantitatiivisessa lähestymistavassa korostetaan syyn ja seurauksen lakeja. Aineiston keruun suunnitelmissa on tärkeää, että havaintoaineisto soveltuu määrälliseen, numeeriseen mittaamiseen. Lähtötilanteeseen kuuluu yleensä käsitteiden määrittely ja tutkimusta varten määritellään selkeä perusjoukko, johon tulosten tulee päteä. Aineistonkeruu perustuu siis määrälliseen mittaamiseen, josta on helppo muuntaa muuttujat taulukkomuotoon sekä tilastollisesti käsiteltävään muotoon. Tämän jälkeen päätelmien teko perustuu havaintoaineiston tilastolliseen analysointiin, muun muassa tulosten kuvailuun prosenttilukoiden avulla. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2007, 134-136)

Tähän opinnäytetyöhön valittiin kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä, koska aiheesta haluttiin saada mahdollisimman laaja otanta. Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimusmenetelmä ei tässä tapauksessa olisi ollut tarpeeksi luotettava, koska laadullisella tutkimuksella valitaan kohdejoukko tarkoituksenmukaisesti, ei satunnaisotoksen menetelmää käyttäen. Tässä tapauksessa perusjoukkona ovat suomalaiset matkailijat ja vastauksia tarvitaan mahdollisimman paljon, jotta lopputuloksen voidaan sanoa olevan luotettava ja perusteellinen. Määrällisessä tutkimuksessa vastaajat ovat anonyymejä, kun taas laadullisessa tutkimuksessa haastattelijalla voi olla vaikutus haastateltavan vastauksiin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa keskitytään vastausten laatuun. Tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedon hankintaa, missä pyrkimyksenä on pikemminkin löytää tai paljastaa tosiasioita kuin todentaa jo olemassa olevaa tietoa. Lisäksi laadulliset tutkimusmenetelmät ovat erilaiset. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2007, 156-160)

Perussääntönä on, että mitä tarkemmin otoksen avulla saatujen tulosten halutaan vastaavan perusjoukon eli vastaajien lukuja, sitä suurempi otos on otettava. Lisäksi tavoitteena on saada tulokseksi yleistettäviä päätelmiä, joten perusjoukoksi on hyvä valita suurempi joukko ilman liian tarkkoja rajauksia. Koehenkilöt voidaan valita tutkimukseen joko satunnaisesti tai ei-satunnaisesti. Satunnaisesti valitut koehenkilöt ovat tutkimuksen kannalta parempi vaihtoehto, koska se lisää tutkimuksen luotettavuutta. Tähän liittyy myös se oletus, että vastaukset ovat tulleet tutkimukseen ilman tutkijan tai tutkittavan pyrkimystä. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2007, 174-175)

Survey-tutkimuksessa yleisin metodi on kysely, missä käytetään standardoituja kysymyksiä. Standardoitus tarkoittaa tässä tapauksessa sitä, että kysymykset on aseteltu kaikille vastaajille täsmälleen samalla tavalla. Tutkimusta suunniteltaessa on tärkeää huomioida, mitkä kysymykset tulisi olla strukturoituja ja milloin koehenkilöiden vapaammat vastaukset ovat hyödyllisempiä. Strukturoidut kysymykset ja niiden vastausvaihtoehdot on rakennettu etukäteen tarkasti, eli tulkinnoille ei ole vapausasteita. Tällaisia kysymyksiä ja vastauksia on helppo ja nopea analysoida numeerisesti, mutta heikkoutena voidaan kokea lomakkeen jäykkyys ja konservatiivisuus. Strukturoidulla lomakkeella tehty tutkimus ei koskaan voi tuoda mitään uusia asioita esille, vaan ainoastaan jakautuman muoto voi muuttua. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2007, 188-189; Tilastokeskus 2016a)

Kyselytutkimuksen etuna pidetään sitä, että sen avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto. Menetelmä on tehokas, koska se säästää tutkijan aikaa ja vaivannäköä sekä kysely on helppo tallentaa ja analysoida tietokoneen avulla. Tällä tavoin kerätyn tiedon käsitteilyyn on kehitetty tilastolliset analyysitavat ja raportointimuodot, joten tutkijan ei tarvitse itse kehittää uusia aineiston analyysitapoja. Kyselytutkimukseen liittyy myös heikkouksia, kuten pinnallisuus ja teoreettinen vaatimattomuus. Lisäksi ei voida olla varmoja, miten vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen eli ovatko vastaukset rehellisiä ja huolella täytettyjä. Vastausvaihtoehdot eivät välttämättä täsmää vastaajien näkökulmiin ja näitä väärinymmärryksiä on vaikea kontrolloida. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2007, 188-190)

5.2 Tutkimuksen kulku

Opinnäytetyötä varten toteutettu kysely tehtiin Webropol -verkkotyökalun avulla. Opinnäytetyön toimeksiantaja matkailusivusto Rantapallo julkaisi artikkelin ja linkin kyselyyn heidän sivuillaan, mitä kautta kerättiin myös vastauksia. Rantapallo on suomalainen matkailusivusto, mistä löytyy matkavinkkejä ja tietoa erilaisista matkakohteista. Lisäksi Rantapallon sivuilta löytyy matkailualan tuoreimmat uutiset sekä monipuoliset matkahaut. Kohdeyhmän kannalta toimeksiantaja oli erittäin osuva, koska vastauksia halutaan nimenomaan

suomalaisilta matkailijoilta, jotka voitiin saavuttaa Rantapallon mediasivuston kautta. Lisäksi kyselyn linkkiä jaettiin opinnäytetyön tekijän Facebook-sivulla sekä Pallontallaajat.net keskustelupalstalla. Pallontallaajat.net keskustelupalstalla käydään aktiivista keskustelua suomalaisten matkailijoiden kesken eri aihealueittain sekä maittain.

Kysely avattiin maanantaina 1.2.2016 ja sitä jaettiin heti tutkimuksen tekijän Facebook-sivulla. Rantapallo julkaisi kyselystä artikkelin sivuillaan keskiviikkona 3.2.2016. Artikkelin yhteydessä oli tekijän itse ottama kuva Costa Ricasta ratsastusvaellukselta. Kuvalla haluttiin saada lukijoiden mielenkiinto heräteltyä vastaamaan kyselyyn. Rantapallo lupasi järjestää mukaan myös kirja-arvonnin, joka arvottaisiin kaikkien vastanneiden kesken. Palkinnon myötä houkuteltiin edelleen lisää vastaajia. Ensimmäisen viikon aikana kyselyyn saatiin vastauksia noin 80. Kyselyn linkki jaettiin sunnuntaina 7.2.2016 myös Pallontallaajat.net keskustelupalstalla, minkä kautta toivottiin lisää vastauksia. Facebookissa kyselystä muistutettiin toisella viikolla 8.2.2016. Kysely suljettiin maanantaina 15.2.2016 kello 12 päivällä, jolloin kysely oli ollut auki yhteensä kaksi viikkoa. Loppujen lopuksi kyselyyn vastasi yhteensä 115 henkilöä.

Lomakkeen (liite 1) alussa kysyttiin kaikilta vastaajilta kolme peruskysymystä; ikä, sukupuoli sekä siviilisääty. Näiden kysymysten avulla haluttiin kartoittaa ja ryhmitellä vastaajien mielipiteitä, vaikuttaako esimerkiksi ikä mielipiteisiin Costa Ricasta tai vaihtelee sukupuolien väliset mieltymykset ja ajatukset ekomatkailusta. Lisäksi siviilisääty selvittämällä saataisiin mahdollisesti selville, matkustaako Costa Ricaan enemmän perheelliset vai naimattomat. Kaikki kysymykset olivat pakollisia vastaajille, jotta välttäisiin tyhjiltä vastauksilta.

Peruskysymysten jälkeen haluttiin selvittää kolmen eri kysymyksen avulla mielipiteitä liittyen ekomatkailuun. Vastaajilta kysyttiin vaikuttaako matkakohteen valintaan kohteen ekologisuus. Vastausvaihtoehdot olivat asteikolla ”ei koskaan”, ”melko harvoin”, ”melko usein” ja ”aina”. Kysymys oli yleisluontoinen eikä varsinaisesti liittynyt vielä ekomatkailuun. Seuraavassa kysymyksessä vastaajaa kehoitettiin valitsemaan eri väittämistä neljä eniten täsmäävää vaihtoehtoa, jotka hänen mielestään kuuluvat ekomatkailuun. Vaihtoehtoihin oli listattu kymmenen kohtaa, joista neljä olivat teoreettisesti oikein eli luonnossa liikkuminen, ympäristökasvatuksellisuus, matkailua, jonka taloudelliset hyödyt ohjautuvat suoraan paikallisille ja joka ei vaaranna luonnon monimuotoisuutta. Loput vaihtoehdot olivat yleisluontoisia mielikuvia, mutta yksikään ei ollut niin sanotusti väärä vastaus. Tässä haluttiin saada kartoitusta mitä mielikuvia ekomatkailu herättää, sekä positiivisia että negatiivisia.

Ensimmäisen sivun lopussa kysyttiin vielä, kuinka tärkeänä vastaaja pitää ekomatkailuun liittyviä asioita yleisesti matkustaessaan ulkomailla. Tämän vastauksen jälkeen kyselyn seuraavat sivut jakautuivat sen mukaan, oliko vastaaja vierailut Costa Ricassa vai ei.

Kyselyn viimeinen kysymys esitettiin molemmille vastaajaryhmille hieman eri muodossa. Niiltä, jotka eivät olleet vierailleet Costa Ricassa, kysyttiin mielikuvia Costa Ricasta vain heidän nykyisen tietämyksensä perusteella, kun taas niiltä, jotka olivat maassa aiemmin vierailleet, kysyttiin mielikuvia ja mielipiteitä Costa Ricasta heidän matkakokemuksensa perusteella. Molemmille vastaajaryhmille esitettiin samat vastausvaihtoehdot, joiden perusteella pystyttäisiin ehkä tarkastelemaan, miten mielikuvat muuttuvat kokemuksen perusteella. Kysymyksissä, joissa haluttiin vastauksia erilaisten asteikoiden perusteella, tietoisesti esitettiin aina neljä vaihtoehtoa. Kutakuinkin niin, että ääripäät olivat täysin eri mieltä tai täysin samaa mieltä, ja kaksi niiden välistä liittyen enemmän jompaankumpaan. Viidettä vastausvaihtoehtoa eli niin sanottua neutraalia vastausta ei haluttu keskimmäiseksi, jotta välttyttäisiin ”en tiedä” vastauksilta.

5.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen jälkeen on hyvä arvioida tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä. Tutkimuksen reliabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta eli tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Luotettavuutta voidaan mitata eri tavoin, esimerkiksi jos kaksi arvioijaa päätyy samanlaiseen tulokseen tai jos samaa henkilöä tutkittaessa eri tutkimuskerroilla saadaan sama tulos, voidaan tulokset todeta reliabeleiksi. Reliabiliteetti ilmaisee siis miten luotettavasti ja toistettavasti käytetty mittari mittaa haluttua ilmiötä. (KvaliMOTV 2016; Tilastokeskus 2016b)

Validius eli pätevyys on toinen termi joka liittyy vahvasti arvioitaessa luotettavuutta. Validiteetissa on kyse siitä, kuinka pätevä tutkimus on, kuinka perusteellisesti se on tehty sekä ovatko saadut tulokset ja tehdyt päätelmät ”oikeita”. Validiteetti ilmaisee, miten hyvin tutkimuksessa käytetty menetelmä mittaa juuri sitä ilmiötä, mitä on tarkoituskin mitata. (KvaliMOTV 2016; Tilastokeskus 2016c)

Tämän tutkimuksen validiteetti onnistui siinä, että tutkittavan kohteen mielikuvaa ja imagoa saatiin selvitettyä oikealta kohderyhmältä eli suomalaisilta matkailijoilta. Kuitenkin luotettavuutta olisi parantanut laajempi katsaus vastauksia, koska kuitenkin kohderyhmä on todella suuri ottaen huomioon että vastauksia saatiin yhteensä 115. Lisäksi kaikkia mahdollisia ikäryhmiä ei tavoitettu, esimerkiksi vastaajista ei ollut yksikään yli 65-vuotias. Kyselyn avulla haluttiin myös selvittää mitä mielikuvia ekomatkailu herättää sekä kuinka

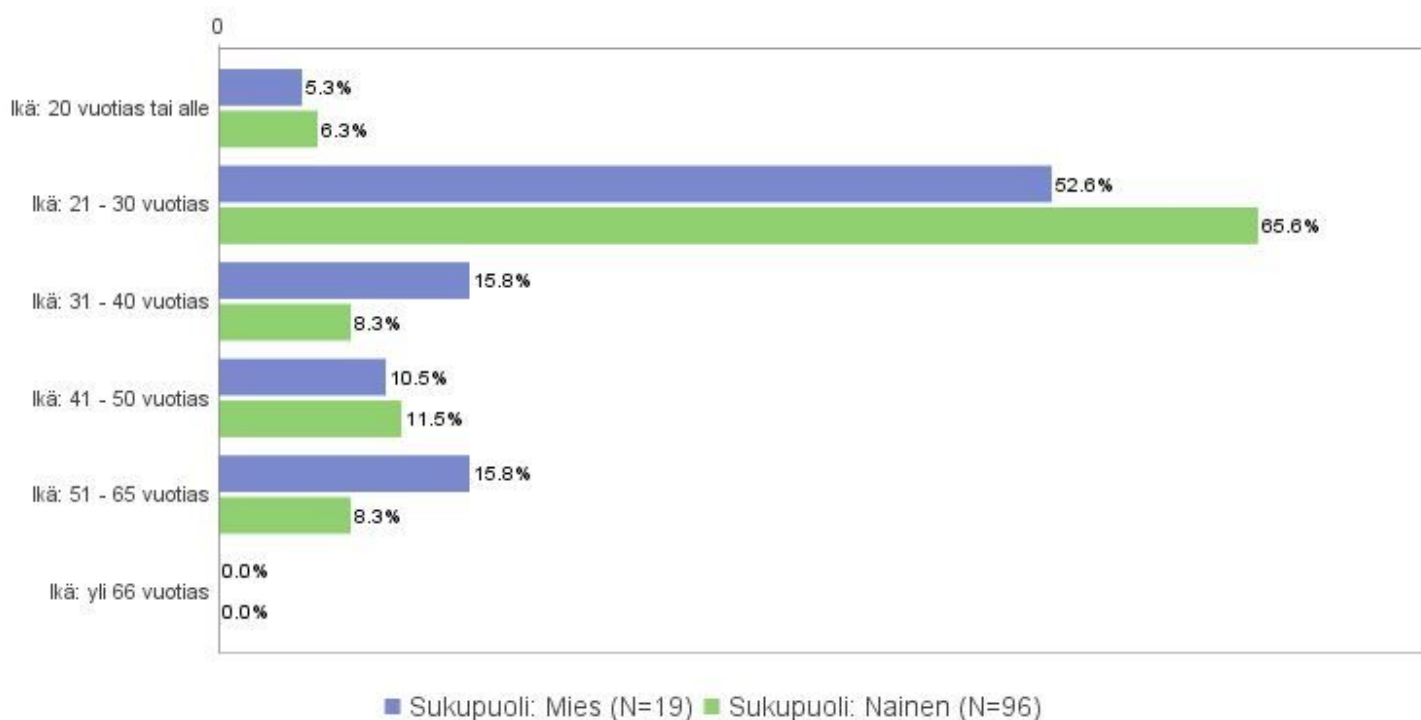
paljon suomalaiset huomioivat ekologisia periaatteita matkustaessaan, joihin saatiinkin hyvin vastauksia. Oletettavasti jokainen vastaaja valitsi vastauksensa rehellisesti eikä kysymykset olleet johdattelevia.

6 Tutkimustulokset

Tässä luvussa perehdytään kyselystä saatuihin tuloksiin. Aluksi käydään läpi vastaajien taustatiedot, sitten ekologiset valinnat matkailussa sekä lopuksi mielikuvat Costa Ricasta molempien vastaajaryhmien välillä. Tuloksia on hahmoteltu erilaisten kuvioiden ja taulukoiden avulla.

6.1 Vastaajien taustatiedot

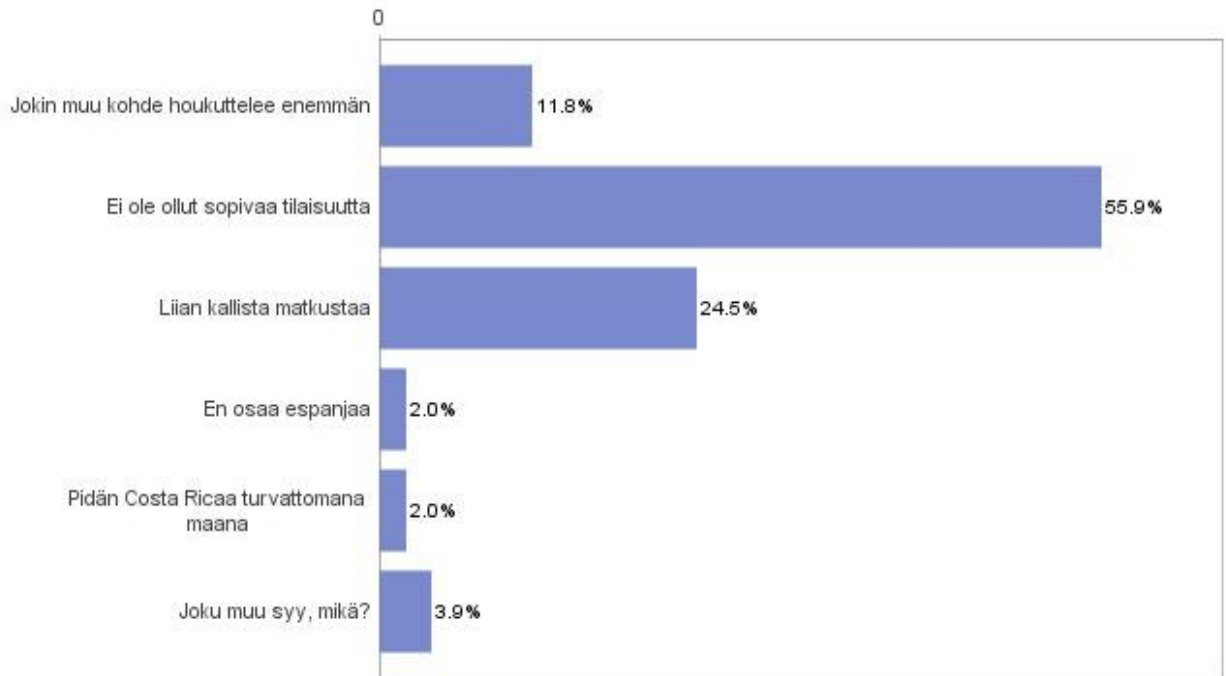
Tämän tutkimuksen otos oli 115 henkilöä, mikä on vähän verrattuna siihen, että tutkimuksen kohderyhmänä olivat kaikki suomalaiset matkailijat. Kuitenkin yli sadan vastauksen tutkimuksissa voidaan saada jo jonkinlainen käsitys siitä, mitä mieltä ihmiset ovat asiasta. Tutkimuksen luotettavuutta vähentää hieman myös se, että vastaajista vain 19 oli miehiä ja loput 96 naisia, mikä voidaan nähdä myös kuviossa 2. Iän puolesta vastaajat olivat suurimmalta osin 21 – 30 vuotiaita. Suurin vastaajaryhmä oli 21 – 30 vuotiaat naiset (65,6 %) ja yli 66 vuotiaita ei ollut yksikään vastaajista.



Kuvio 2 . Vastaajien ikäjakauma sukupuolen perusteella. (N=115)

Toisessa kysymyksessä selvitettiin vastaajien siviilisäätystä. Vastaajista suurin osa eli noin puolet oli parisuhteessa, avo- tai avioliitossa (49,57 %). Naimattomia oli 33,04 % sekä perheellisiä oli 17,39 %.

Seitsemannen kysymyksen jälkeen vastaajat jaettiin kahteen eri ryhmään sen mukaan, olivatko he käyneet Costa Ricassa aiemmin vai eivät. Selkeä enemmistö, jopa 89 % vastaajista ei ole maassa vierailut, jonka syytä voidaan nähdä kuviossa 3.



Kuvio 3. Syyt, miksi vastaajat eivät ole matkustaneet Costa Ricaan. (N=102)

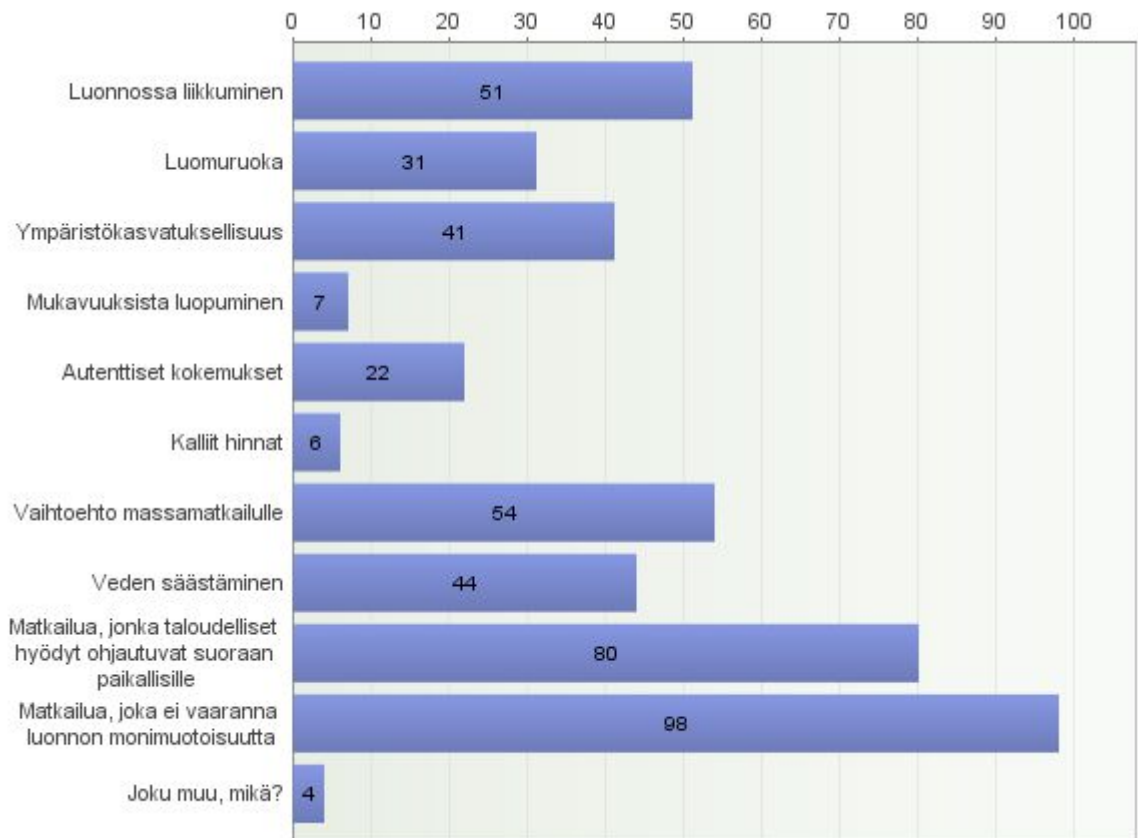
102 vastaajasta 55,9 % prosenttia vastasi, ettei ole matkustanut Costa Ricaan, koska ei ole ollut sopivaa tilaisuutta (kuvio 3). Tämän perusteella mielenkiintoa siis ehkä olisi kyseiseen maahan matkustaa tai sitten toisaalta Costa Rica ei ole suomalaisille mieluisin matkakohde. Tätä on vaikea tulkita, ja vastausvaihtoehdot olisi ehkä voinut asetella eri tavalla. Toiseksi eniten vastauksia 24,5 % sai kohta ”liian kallista matkustaa”. Lennot Suomesta Costa Ricaan ovat suhteellisen kalliita johtuen pitkästä välimatkasta. 11,8 % vastaajista koki jonkin muun kohteen houkuttelevan enemmän, eikä siksi ole Costa Ricassa vierailut. Lisäksi tämän vaihtoehdon ovat voineet valita ne, jotka eivät välttämättä tiedä kyseisestä maasta mitään, esimerkiksi sen sijaintia, koska vaihtoehdoissa ei ollut kohtaa näille tapauksille. Costa Ricaa ei tämän perusteella pidetä turvattomana maana eikä espanjan kielen osaaminen ole esteenä matkustamiselle. Avoimeen kohtaan mainittiin kolme kertaa Cost Rican olevan liian pitkän lentomatkan ja etäisyyden päässä sekä yksi vastaajista kommentoi ”ei ole tullut mieleen”. Tämä vastaus voitaisiin ehkä myös yhdistää kohtaan ”jokin muu kohde houkuttelee enemmän”.

Vastaajista 13 (11,3 %) oli vierailut Costa Ricassa aiemmin. Luku on pieni verrattuna koko kohderyhmään, joka oli suomalaiset matkailijat. Heiltä kartoitettiin matkan syytä ja heistä 11 henkilöä oli vierailut maassa vapaa-ajan matkalla ja kaksi vastaajaa olivat kommentoineet kohtaan ”joku muu, mikä? olleensa Costa Ricassa häämatkalla. ”Työmatka” tai ”sukulaisten ja ystävien tapaaminen” saivat molemmat nolla vastausta. Seuraavaksi heiltä kysyttiin, varasivatko he matkansa itsenäisesti vai matkanjärjestäjän kautta. Selvisi, että suurin osa eli 77% vastaajaryhmästä varasi matkansa itsenäisesti. Loput 23% olivat varanneet matkanjärjestäjän kautta ja heille esitettiin tarkentava kysymys, mikä matkanjärjestäjä oli ollut kyseessä. Kilroyn kautta matkansa oli varannut kaksi vastaajaa sekä Aurinkomatkojen kautta yksi vastaaja. Matkanjärjestäjää kysyttiin lähinnä siksi, koska listatut matkanjärjestäjät (Kilroy, Kaleva Travel, Matkatoimisto Aventura, Mandala Travel, Helin matkat) järjestävät kaikki pakettimatkoja Costa Ricaan.

6.2 Ekologiset valinnat matkailussa

Kaikilta vastaajilta kysyttiin heidän mielikuviaan liittyen ekomatkailuun (kysymykset 4, 5 ja 6). Kysymyksessä 4 (liite 1) kysyttiin ensin, vaikuttaako vastaajien matkakohteen valintaan kohteen ekologisuus. Selkeä enemmistö 63,5 % vastaajista oli sitä mieltä, että heihin vaikuttaa melko harvoin matkakohteen ekologisuus. Vain pieni osa (19,1 %) vastasi matkakohteen ekologisuuden vaikuttavan melko usein, mutta yksikään vastaajista ei valitse matkakohdettaan aina sen mukaan, kuinka ekologinen se on. Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että 63,5 prosenttia suomalaisista ei koe ekomatkailua kovin tärkeänä, huolimatta ekomatkailun yleistymisestä maailmalla. Syynä voi olla yleisesti ottaen tietämättömyys sekä ekomatkailun positiivisista että negatiivisista vaikutuksista.

Kysymyksessä 5 kysyttiin ”Mitä seuraavista kuuluu mielestäsi ekomatkailuun?” ja alle esitettiin eri vaihtoehtoja, joista jokainen vastaaja valitsi omasta mielestään neljä eniten täsmävää vaihtoehtoa. Kuviossa 4 on havainnollistettu vastaukset. Vastausvaihtoehtoista neljä olivat teoreettisesti oikein, joilla ekomatkailua määritellään. Nämä vastaukset olivat: luonnossa liikkuminen, ympäristökasvatuksellisuus, sekä matkailu, jonka taloudelliset hyödyt ohjautuvat suoraan paikallisille ja matkailu, joka ei vaaranna luonnon monimuotoisuutta. Väärää vastausta kysymykseen ei kuitenkaan ollut, sillä loputkin vastausvaihtoehdot ovat väittämiä ja mielikuvia, joita yleisesti liitetään ekomatkailuun.



Kuvio 4. Vastaajien mielikuvia liittyen ekomatkailuun. (N= 115)

Kuviosta 4 voidaan huomata, että kaksi eniten vastauksia saaneita vastausvaihtoehtoja olivat matkailu, jonka taloudelliset hyödyt ohjautuvat suoraan paikallisille (80 vastausta) sekä matkailu, joka ei vaaranna luonnon monimuotoisuutta (98 vastausta). Vastausten lukumäärästä päätellen melkein kaikki 115 vastaajasta valitsivat yhdeksi vaihtoehdoksi jommankumman vastauksista. ”Vaihtoehto massamatkailulle” valittiin jopa 54 kertaa ja ”luonnossa liikkuminen” 51 kertaa.

Ympäristökasvatuksellisuus valittiin 41 kertaa ja veden säästäminen 44 kertaa.

Ympäristökasvatuksellisuus liittyy olennaisena osana ekomatkailuun, joka tarkoittaa siis tiedottamista ympäristöön ja luontoon liittyvistä asioista. Tämä voi näkyä esimerkiksi luontopoluilla infotauluina lajeista, joita läheisyydessä voi esiintyä. Luomuruoka valittiin yllättävän useasti, 31 kertaa. Lisäksi viimeiseen vaihtoehtoon sai halutessaan kommentoida oman vaihtoehdonsa, joita tuli yhteensä neljä kappaletta. Yksi vastaaja oli valinnut tämän vaihtoehdon, mutta jättänyt kirjoittamatta vastauksensa, kun taas kolme muuta olivat vastanneet ”joku muu, mikä?” kohtaan ”ympäristöystävällisyys”, ”hiilijalanjälki” sekä ”kohde, jonne voi matkustaa jollain muulla tavalla kuin lentämällä,

esim. junalla tai laivalla”. Selkeästi vähiten ekomatkailuun liitettiin kalliita hintoja (6 vastausta) tai mukavuuksista luopumista (7 vastausta).

Kysymyksessä 6 haluttiin selvittää vastaajalta ”Kuinka tärkeänä pidät seuraavia asioita matkustaessasi ulkomailla?”, jossa oli esitelty kahdeksan eri kohtaa ja jokainen kohta täytyi arvostella asteikolla 1-4 niin, että 1 tarkoitti ”ei lainkaan tärkeä”, 2 ”jossain määrin tärkeä”, 3 ”hyvin tärkeä” ja 4 ”ratkaisevan tärkeä”. Taulukossa 1 on havainnollistettu vastaukset prosenttilukuina.

Taulukko 1. Ekologisten valintojen merkitys ulkomailla matkustaessa. (N=115)

	Ei lainkaan tärkeä	Jossain määrin tärkeä	Hyvin tärkeä	Ratkaisevan tärkeä
Ekomatkailun periaatteet	17 %	63 %	15 %	4 %
Ekomerkitty hotelli	29 %	57 %	13 %	2 %
Veden- ja energiankulutuksen vähentäminen	15 %	37 %	42 %	6 %
Jätteiden kierrätys	7 %	26 %	53 %	14 %
Julkisen liikenteen suosiminen	3 %	31 %	44 %	22 %
Perehtyminen matkakohteeseen ennen matkaa	2 %	4 %	43 %	50 %
Huippusesongin ulkopuolella matkustaminen	13 %	46 %	24 %	17 %
Paikallisesti tehdyt tuotteet	1 %	28 %	46 %	25 %

Tässä kysymyksessä haluttiin selvittää, kuinka tärkeänä vastaajat kokevat ekomatkailuun liittyviä asioita matkustaessaan ulkomailla. Yleisesti ottaen ekomatkailun periaatteet kokivat 63 % vastaajista (73 henkilöä) ”jossain määrin tärkeänä” ja 15% vastaajista (17 henkilöä) ”hyvin tärkeänä”. 17 % vastaajista oli sitä mieltä, että ekomatkailun periaatteet eivät ole heille lainkaan tärkeitä, kun taas 4 % vastaajista koki niiden olevan ratkaisevan tärkeitä. Tästä voidaan päätellä, että suomalaiset miettivät jonkin verran ekologisia valintojaan matkustaessaan, mutta selkeästi eivät tee kaikkia valintojaan vedoten aina ekologiseen vaihtoehtoon. Vastaukset jakoutuivat melkein samaan tapaan kohdassa ”ekomerkitty hotelli”. Suurin osa (57 %) koki tämän jossain määrin tärkeänä ja vain 2 % ratkaisevan tärkeänä. Voidaan siis päätellä, että ekomerkitty hotelli on matkailijoille mukava etu, mutta he eivät etsi pelkästään ekomerkittyjä hotelleja matkalleen.

Veden- ja energiankulutuksen vähentäminen jakautui suurimmaksi osin vastauksiin ”hyvin tärkeä” 42 %, ja ”jossain määrin tärkeä” 37 %. 15 %vastaajista oli sitä mieltä, että veden- ja energiankulutuksen vähentäminen ja sen huomioiminen matkustaessa ei ole lainkaan tärkeää. Tähän voi liittyä ajatus, että lomalla ollessa voi tehdä mitä vain, koska se ei ole juuri itseltä pois. Kotioloissa saatetaan ehkä säästää, mutta lomalla ei tarvitse. 53%

vastaajista koki jätteen kierrätyksen hyvin tärkeäksi matkustaessaan ja 26 % vastasi sen olevan jossain määrin tärkeää. Vastaajat selkeästi suosivat julkista liikennettä enemmän, kuin yksityistä kuljetusta tai omaa autoa. Vastaajista 22% piti julkista liikennettä ratkaisevan tärkeänä tekijänä matkustaessa, 44% hyvin tärkeänä ja 31% jossain määrin tärkeänä.

Perehtyminen matkakohteeseen ennen matkaa oli ratkaisevan tärkeää 50% vastaajista. Lisäksi 44% vastasi perehtymisen olevan hyvin tärkeää. Perehtyminen matkakohteeseen liittyy reilun matkailun periaatteisiin, mitä kautta opitaan tuntemaan matkakohteen tapoja, kulttuuria, kieltä ja mahdollisia sääntöjä ja rajoitteita. Perehtyminen kohteeseen kunnioittaa paikallisia sekä usein helpottaa matkailjaa sopeutumaan kohteeseen, varsinkin jos se eroaa paljon kotiolosuhteista. Kuitenkin tässä kohtaa vastaajat ovat voineet käsittää kysymyksen niin, että perehtyminen kohteeseen tarkoittaa pelkästään matkan suunnittelua, kuten hotellin ja ravintoloiden valintaa etukäteen tai aktiviteettitarjontaa kohteessa. Ei voida siis varmaksi sanoa, kuinka moni vastaajista kokee perehtymisen kohteeseen reilun matkailun näkökulmasta.

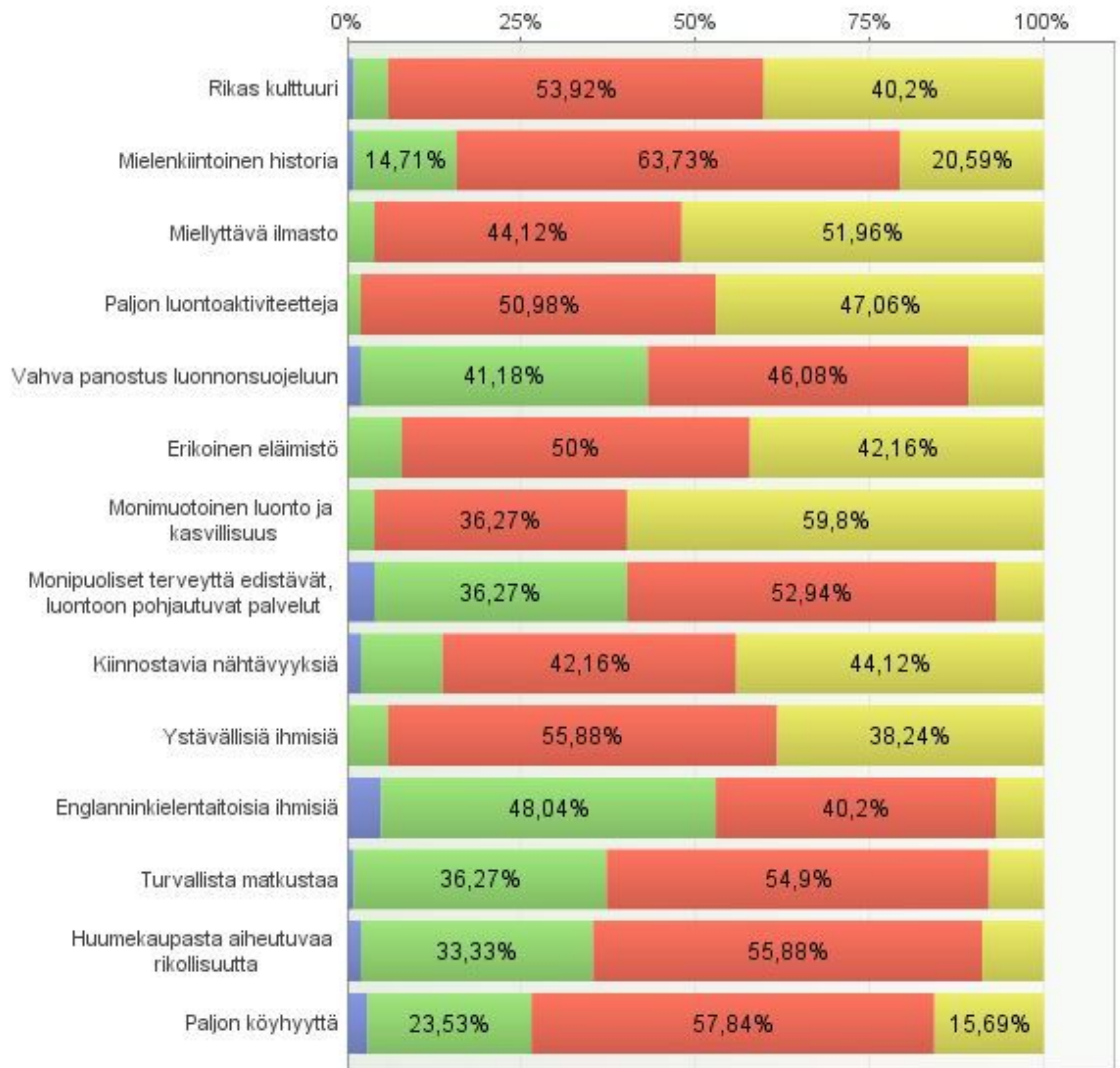
Huippusesongin ulkopuolella matkustaminen oli 53 vastaajan (46%) mielestä vain jossain määrin tärkeää. 13% vastaajista ei pidä tätä väitettä ollenkaan tärkeänä. Tässä kohtaa vastaajat eivät miettiessään matkakohdetta välttämättä tiedä, milloin kohteen huippusesonki on tai mitä hyötyä on matkustaa kohteeseen sesongin ulkopuolella. Huippusesonkia voidaan ajatella juuri vetoavana tekijänä, jonka vuoksi matkalle lähdetään. Huippusesongin ulkopuolella matkustaminen voi olla myös joillekin poistyöntävä tekijä, esimerkiksi Costa Rican sadekaudella sataa paljon ja joitain turistikohteita voi olla suljettuna, mutta toisaalta on myös omat etunsa. Hintataso on usein halvempi ja palvelut eivät ole ruuhkaisia. Kuitenkin 28% vastasi huippusesongin ulkopuolella matkustamisen olevan hyvin tärkeää ja 17% piti sitä ratkaisevan tärkeänä. Paikallisesti tehdyt tuotteet olivat hyvin tärkeä asia 46% vastaajista.

Kysymyksen 10 kautta ”Kumpi väittämistä täsmää valintoihisi matkasi aikana paremmin?” haluttiin kartoittaa matkailijoiden ekologisia valintoja kohteessa. Tämä kysymys esitettiin vain niille matkailijoille, jotka olivat jo aiemmin vierailleet Costa Ricassa. Kysymyksessä tarkasteltiin kahden väittämän välillä, kumpi väittämistä vastasi heidän valintojaan matkan aikana paremmin. Useassa kohdassa matkailijat olivat valinneet ekologisemman vaihtoehdon. 85% vastaajista suosi julkista liikennettä matkallaan ja majoittui paikallisessa yrityksessä. Jopa 100% vastaajista matkusti huippusesongin ulkopuolella. Kuitenkin vastaajista 62% prosenttia oli valinnut yhdessä kohtaa enemmän luontoa kuormittavan vaihtoehdon, eli juonut enemmän pullotettua vettä matkallaan, vaikka kohteessa

pystyisikin täyttämään vesipulloaan hanavedellä. Paikalliseen kulttuuriin ennen matkaa oli perehtynyt selkeä enemmistö eli 69% vastanneista.

6.3 Mielikuvat Costa Ricasta

Molemmilta vastaajaryhmiltä kysyttiin erilaisen väittämien avulla mielikuvia Costa Ricasta kokemuksen tai pelkän nykyisen mielikuvan perusteella. Vastaajille esitettiin 14 väittämää, jotka heidän piti arvioida seuraavanlaisella asteikolla: 1 ”täysin eri mieltä”, 2 ”jokseenkin eri mieltä”, 3 ”jokseenkin samaa mieltä” ja 4 ”täysin samaa mieltä”. Eli mitä lähempänä vastaus oli numeroa 4, sitä paremmin väittämät vastasivat henkilöiden mielikuvia. Costa Ricassa aiemmin vierailleiden vastaajaryhmä oli selkeästi pienempi (13 vastaajaa) kuin niiden, jotka maassa eivät ole aikaisemmin vierailleet (102 vastaajaa) ja jotka vastasivat vain nykyisen mielikuvansa perusteella. Seuraavassa kuviossa 5 on esitelty Costa Ricassa ei-käyneiden mielikuvia kyseisestä maasta tämänhetkiseen tietoonsta pohjautuen.

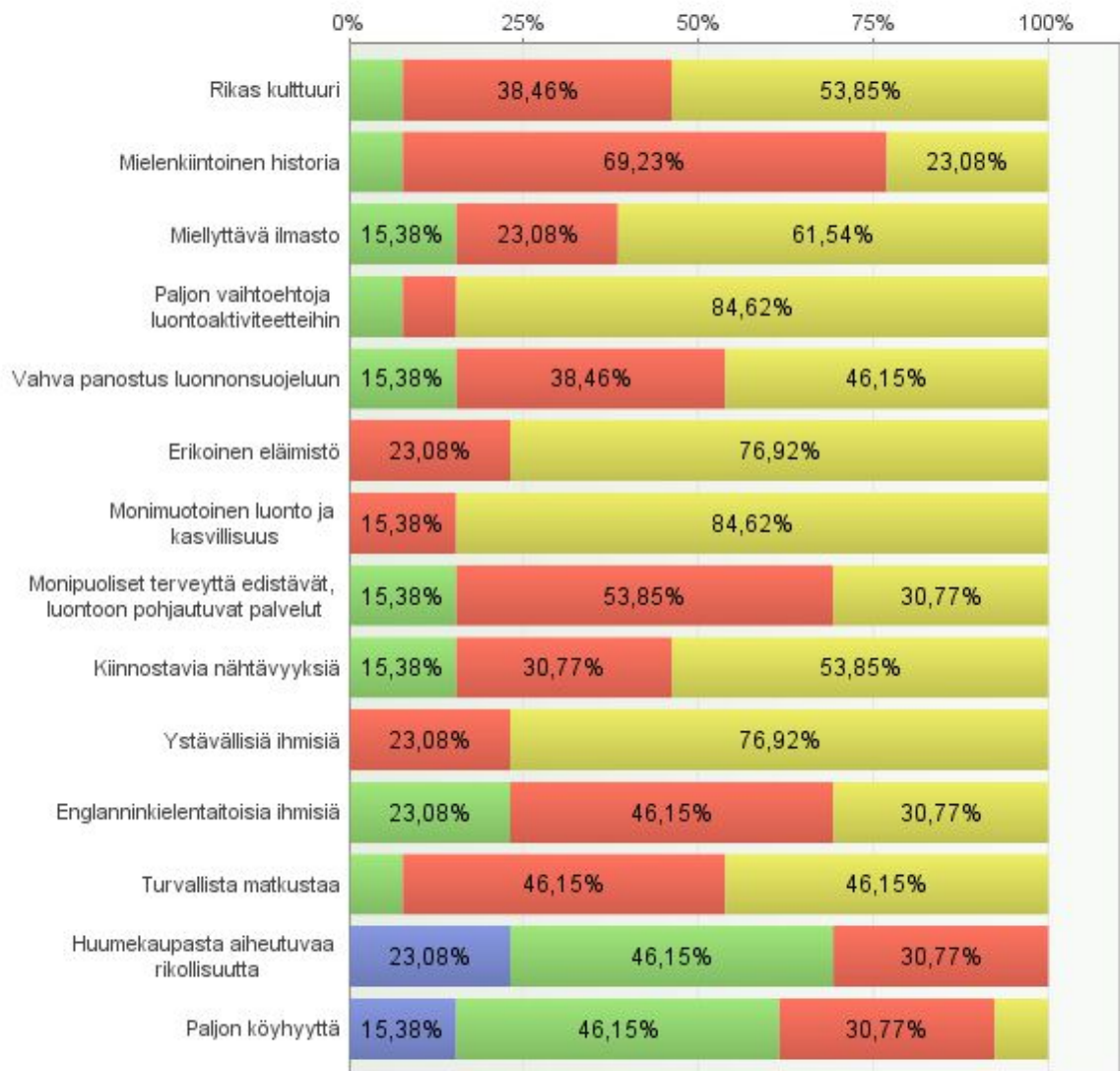


■ Täysin eri mieltä ■ Jokseenkin eri mieltä ■ Jokseenkin samaa mieltä ■ Täysin samaa mieltä

Kuvio 5. Costa Ricassa ei-käyneiden mielikuvia maasta. (N=102)

Costa Ricassa ei-käyneet vastasivat pelkän nykyisen tietämyksen tai mielikuvan perusteella väittämiin. Kuviosta voidaan nähdä, että melkein jokaisessa kohdassa enemmistö on ollut ”jokseenkin samaa mieltä”, myöskin ”täysin eri mieltä” vastauksia on useassa kohdassa (kuvio 5). Noin puolet vastaajista (53,92%) totesi maassa olevan rikas kulttuuri, mikä vastaa melkein samaa lukua toisen vastaajaryhmän kanssa. Mielenkiintoinen historia on enemmistön mielestä jokseenkin totta.

Seuraavassa kuviossa 6 on esitelty Costa Ricassa käyneiden mielikuvia maasta kokemuksensa perusteella.



■ Täysin eri mieltä ■ Jokseenkin eri mieltä ■ Jokseenkin samaa mieltä ■ Täysin samaa mieltä

Kuvio 6. Costa Ricassa vierailleiden mielikuvia maasta kokemuksen perusteella. (N=13)

Kuviosta 6 voidaan havaita, että Costa Ricassa vierailleet arvioivat väittämiä kokemuksensa perusteella hyvin paljon olevansa täysin samaa mieltä. Vastaaajista 53,85% mieltää Costa Ricassa olevan rikas kulttuuri ja kiinnostavia nähtävyyksiä. Suurin osa vastaaajista (84,62%) vastasi olevansa täysin samaa mieltä luontoaiheisten väittämien kanssa. Vastauksen perusteella Costa Ricassa on siis paljon vaihtoehtoja luontoaktiiviteetteihin sekä yleisesti luonto ja kasvillisuus on monimuotoista. Lisäksi 76,92% vastasi olevansa täysin samaa mieltä, että maassa on erikoinen eläimistö. Costa Rican ainutlaatuinen ja erikoinen luonto onkin usein yksi motivaatiotekijä maahan lähdeessä. Vastaaajat ovat jokseenkin samaa mieltä (69,23 % vastanneista), että Costa Ricalla on mielenkiintoista historiaa.

Yli puolet vastaajista 61,54 % on sitä mieltä, että maassa on miellyttävä ilmasto. Toinen puolisko vastaajista (kuvio 5) jakoi mielipiteensä tämän väittämän suhteen kahtia, eli olivat jokseenkin samaa mieltä tai jokseenkin eri mieltä. Ilmastokysymykseen vaikuttaa tietenkin se, minä vuodenaikana he ovat maahan matkanneet. Sadekaudella maassa sataa usein paljon ja rankasti muutaman tunnin ajan päivästä, mutta poutaisiakin hetkiä on. Lisäksi vuoristossa ja rannalla ilmasto vaihtelee viileästä ilmasta todella polttavan kuumaan aurinkoon.

46,15 % henkilöä vastasi Costa Ricassa olevan vahva panostus luonnonsuojeluun. Costa Ricassa on meneillään suuria hankkeita ekomatkailun suhteen, joiden asioita ajavat sekä valtio että yksityinen sektori myös. 38,46% oli vain jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa, joten tämän perusteella voidaan ehkä sanoa, että parannettavaakin luonnonsuojelussa olisi. ”Ystävällisiä ihmisiä” kohdassa vastaukset olivat suurin osa 76,92% täysin samaa mieltä ja loput 23,08% jokseenkin samaa mieltä. Tämän perusteella costaricalaiset mielletään selkeästi ystävällisiksi ihmisiksi. Englanninkielentaitoisia ihmisiä maasta löytyy jonkin verran, väittää 46,15% vastanneista. Maan yksi tärkeä talouden tukipilari on matkailusta saatavat tulot, joten tätäkin ajatellen englanninkielen osaamisprosentti on pelkästään kasvussa, jotta kielitaito ei olisi maahan tulevilla matkailijoilla esteenä. Voidaan myös todeta, että Costa Ricassa on turvallista matkustaa, koska suurin osa vastaajista vastasi olevansa väittämän kanssa täysin samaa mieltä (46,15%) tai jokseenkin samaa mieltä (46,15%). Costa Rica onkin luokiteltu yhdeksi Latinalaisen Amerikan turvallisimmiksi maiksi matkustaa.

Ainoastaan kahdessa viimeisessä kohdassa saatiin myös vastauksia, jotka olivat täysin eri mieltä väittämän kanssa. Näiden väittämien ”huumeakaupasta aiheutuvaa rikollisuutta” sekä ”paljon köyhyyttä” kohdalla mielipiteet jakoutuivat kolmen vaihtoehdon välille. 23,08% vastanneista ei koe Costa Ricassa olevan huumeakaupasta aiheutuvaa rikollisuutta eikä 15,38% vastaajista allekirjoita väitettä, että maassa esiintyisi paljon köyhyyttä. Enemmistö molempien väittämien kohdalla (46,15%) olevansa kuitenkin jokseenkin samaa mieltä aiheista. On myös huomioitavaa, että taas molempien väittämien kohdalla saman verran vastanneista (30,77%) on jokseenkin samaa mieltä väittämien kanssa, joten vastaukset eivät poissulje toisiaan.

Taulukossa 2 on havainnollisesttu prosenttilukuina sekä Costa Ricassa käyneiden että ei-käyneiden mielipiteitä eri väittämistä, ovatko he samaa mieltä vai eivät. Taulukosta voidaan vertailla vastauksia ja eroavaisuuksia näiden kahden vastaajaryhmän välillä.

Taulukko 2. Vastaajaryhmien mielikuvat Costa Ricasta.

	Costa Ricassa käyneet (N=13)		Costa Ricassa ei- käyneet (N=102)	
	Samaa mieltä (%)	Eri mieltä (%)	Samaa mieltä (%)	Eri mieltä (%)
Rikas kulttuuri	92 %	8 %	94 %	6 %
Mielenkiintoinen historia	92 %	8 %	84 %	16 %
Miellyttävä ilmasto	85 %	15 %	96 %	4 %
Paljon vaihtoehtoja luontoaktiviteetteihin	92 %	8 %	98 %	2 %
Vahva panostus luonnonsuojeluun	85 %	15 %	57 %	43 %
Erikoinen eläimistö	100 %	0 %	92 %	8 %
Monimuotoinen luonto ja kasvillisuus	100 %	0 %	96 %	4 %
Monipuoliset terveyttä edistävät, luontoon pohjautuvat palvelut	85 %	15 %	60 %	40 %
Kiinnostavia nähtävyyksiä	85 %	15 %	86 %	14 %
Ystävällisiä ihmisiä	100 %	0 %	94 %	6 %
Englanninkielentaitoisia ihmisiä	77 %	23 %	47 %	53 %
Turvallista matkustaa	92 %	8 %	63 %	37 %
Huumekaupasta aiheutuvaa rikollisuutta	31 %	69 %	65 %	35 %
Paljon köyhyyttä	38 %	62 %	74 %	25 %

Yhtäläisyyksiä voidaan nähdä väittämien kohdalla, joiden mukaan Costa Ricassa on rikas kulttuuri, mielenkiintoinen historia, miellyttävä ilmasto, ystävällisiä ihmisiä sekä paljon vaihtoehtoja luontoaktiviteetteihin (taulukko 2). Lisäksi erikoinen eläimistö sekä monimuotoinen luonto ja kasvillisuus olivat enemmistön vastausten perusteella totta molempien vastaajaryhmien puolesta. Vahva panostus luonnonsuojeluun oli maassa käyneiden mielestä totta (85%), kun taas maassa ei-käyneistä 57 % oli samaa mieltä tässä tapauksessa. Costa Rica todellakin panostaa luonnonsuojeluun, jonka voi nähdä selvästi maassa matkustaessaan. Ne, jotka eivät ole maassa vierailleet tai eivät tunne Costa Ricaa, eivät välttämättä tiedä lukuisista luonnonsuojeluprojekteista, joita maassa harjoitetaan.

Eniten eroavaisuuksia vastauksissa voidaan nähdä neljän viimeisen väittämän kohdalla (taulukko 2). Costa Ricassa käyneistä 77 % vastaajista oli sitä mieltä, että maassa on englanninkielentaitoisia ihmisiä sekä 92 % vastasi maassa olevan turvallista matkustaa. Maassa ei-käyneistä hieman yli puolet (53%) vastasi olevansa eri mieltä väittämän kanssa, että maassa on englanninkielentaitoisia ihmisiä, mutta kuitenkin 63% mielsi maan

turvalliseksi matkustaa, vaikka eivät ole siellä käyneet. Erityisesti väittämän ”huumekaupasta aiheutuvaa rikollisuutta” kohdalla vastaukset vaihtelivat vastaajaryhmien välillä. Vain 31% maassa käyneistä totesi maassa olevan rikollisuutta, kun taas maassa ei-käyneistä jopa 65% vastasi olevansa väittämän kanssa samaa mieltä. Kokemuksen perusteella vastaajat mieltävät olevansa siis hieman eri mieltä, että huumekaupan rikollisuudet eivät näy maassa, kun taas mielikuvan perusteella vastanneet mieltävät väittämät jokseenkin todeksi. Voi olla, että maan tunnettuus ei ole suomalaisten keskuudessa suuri ja ehkä ajatellaan, että Costa Rica on vain pieni pala Latinalaista Amerikkaa, missä englanninkielentaito ei ole suuri ja ehkä nämä maat eivät ole yhtä kehittyneitä ja turvallisia kuin länsimaiset valtiot. Turvallisuus on kuitenkin monen tekijän summa.

Yhteenvedona tuloksista voidaan sanoa, että tutkimukseen vastanneet suomalaiset matkailijat ymmärtävät termin ekomatkailu sekä siihen liittyvät käytännön periaatteet, mutta eivät matkustaessaan koe henkilökohtaisesti tärkeäksi näitä valintoja. Mielikuvat Costa Ricasta vaihtelivat vastaajaryhmien välillä. Vastaajat, jotka olivat vierailleet Costa Ricassa, kokivat ekomatkailun ja siihen liittyvät aktiviteetit helposti olevan saatavilla kyseisessä maassa. Lisäksi miellyttävä ilmasto ja monimuotoinen luonto nousivat vastauksista selkeästi esille. Ne, jotka eivät olleet aikaisemmin vierailleet Costa Ricassa, mieltävät maan suhteellisen turvalliseksi matkustaa, mutta eivät olleet tietoisia maan vahvasta panostuksesta luonnonsuojeluun.

7 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia kyselyn avulla Costa Rican imagoa ekomatkailumaana suomalaisten matkailijoiden näkökulmasta. Kyselyyn vastasi yhteensä 115 vastaajaa, mikä on suhteellisen vähän, mutta vastauksista voidaan kuitenkin päätellä suuntaa antavia johtopäätöksiä. Vastausten perusteella suomalaiset ymmärtävät ekomatkailun periaatteet teoriassa, mutta eivät välttämättä koe niitä tärkeiksi matkustaessaan. Esimerkiksi hotellia valitessaan ekomerkitetty hotelli on positiivinen lisä, mutta ei prioriteetti.

Ekomatkaaja eroaa tavallisesta matkaajasta niin, että ekomatkaajan keskeinen aikomus on halu oppia luonnosta sekä vierailla luonnonalueilla. Lisäksi ekomatkailu voidaan käsitellä vaihtoehtona massaturismille, eli karkeasti sanottuna ekomatkaaja matkustaa mieluummin matalan sesongin aikaan. Kyselyyn vastanneista noin puolet (46 %) piti jossain määrin tärkeänä huippusesongin ulkopuolella matkustamista.

Costa Ricassa ei-käyneiden mielikuvat maasta olivat väittämien kanssa useimmiten jokseenkin eri mieltä tai jokseenkin samaa mieltä. Vastauksista kävi ilmi, että suomalaiset, jotka eivät ole maassa vierailleet, eivät ehkä ole kovin tietoisia Costa Rican ekomatkailuhankkeista tai sen monipuolisesta ja rikkaasta luonnosta. Heidän näkökulmastaan Costa Rican imago ekomatkailumaana rakentuu mahdollisesti vain median pohjalta.

Costa Rica ei ole suomalaisille välttämättä kovin tuttu lomakohde, mikä voidaan päätellä myös vastaajien jakaumasta. Vain pieni osa (13 vastaajaa) oli aiemmin vieraillut maassa.

8 Pohdinta

Opinnäytetyön kirjoittaminen ja toteuttaminen on ollut opettavainen projekti. Alussa olin aivan hukassa aiheeni kanssa ja lähdin miettimään todella vaikeaa tutkimusta. Onneksi kuitenkin päädyin tähän aiheeseen, koska suorastaan nautin kirjoittamisesta Costa Ricasta. Aikaisempi onnistunut matka maassa motivoi kirjoittamaan, kun oli tavallaan nähnyt ja kokenut asioita itse. Minulle myös ekologisuus monessa muodossaan on sydäntä lähellä, joten aiheesta kirjoittaminen oli suorastaan loogista. Olin tyytyväinen, että sain Rantapallo matkailusivuston toimeksiantajakseni. Tämä myös omalta osaltaan motivoi tekemään hyvää työtä. En tavannut kuitenkaan toimeksiantajaani kertaakaan kasvotusten, vaan tieto kulki sähköpostien välityksellä.

Selkeämpi aikataulutus olisi varmasti helpottanut työn valmistusta, eivätkä hommat olisi kasaantuneet niin paljon loppua kohden. Käytin ensimmäiset kuukaudet vain aiheen miettimiseen ja rajaamiseen, enkä aluksi ollut päättänyt mitään selkeää päivämäärää, milloin työ olisi valmis. Loppuvaiheessa tutkimuksen valmistumisessa tuli hieman kiire, koska sain yllättäen työharjoittelupaikan ulkomailta ja halusin saada työn valmiiksi ennen sitä. Työn valmistuminen venyikin hieman työharjoittelun takia, mutta sain kuitenkin suhteellisen kivuttomasti opinnäytetyön valmiiksi. Jos itsellä tuli tunne, että olen ihan hakoteillä, ohjaajan tuki ja selkeät ohjeet auttoivat paljon ja työnsivät aina oikeaan suuntaan.

Lisäksi projekti kasvatti ammatillisessa mielessä. Opin Costa Ricasta paljon, kuinka se on yksi ekomatkailun pioneerimaa useilla luonnonsuojeluhankkeillaan sekä sen näkyvyys mediassa on mielestäni pelkästään positiivista. Ekomatkailun teoria on erittäin laaja ja termiä määrittelee yhä useammat tutkijat eri lailla, kuitenkin säilyttäen aina sen peruspiirteet. On hienoa nähdä, miten ekomatkailu on ehkä yleistymässä vaihtoehtona massamatkailulle, mikä taas vähentää matkailun negatiivisia vaikutuksia ilmastonmuutokseen. Webropol-kyselyalustaa olin jo käyttänyt kerran aiemmin, mutta opin käyttämään sitä työvälineenä paremmin. Lähdemateriaalia työhön löytyi helposti Porvoo Campuksen kirjastosta sekä internetistä. Moni internetlähteistä oli englanninkielisiä.

Nyt kun työni on valmis, joitain asioita olisin ehkä tehnyt toisin. Olisin tehnyt kyselyni aiemmin valmiiksi ja ehkä pitänyt sitä auki pidemmän aikaa, jotta olisin saanut enemmän vastauksia ja kasvattanut työn luotettavuutta. Lisäksi joitain kysymyksiä olisin voinut muotoilla eri tavalla. Tämän huomasin tuloksia analysoidessani. Kuitenkin loppupeleissä olen tyytyväinen tuottamaani kyselyyn ja yleisesti ottaen työhöni.

Lähteet

Amazyble 2016. Costa Rica Achieved 99% Renewable Energy In 2015. Luettavissa: <http://amazyble.com/green-tech/costa-rica-achieved-99-renewable-energy-in-2015/>. Luettu: 11.2.2016

Anywhere Costa Rica 2015a. Travel Guide. Luettavissa: <http://www.anywherecostarica.com/travel-guide>. Luettu: 24.11.2015

Anywhere Costa Rica 2015b. Sustainability. Luettavissa: <http://www.anywherecostarica.com/sustainable>. Luettu: 30.11.2015

Anywhere Costa Rica 2016a. Transportation. Luettavissa: <http://www.anywherecostarica.com/transportation>. Luettu: 25.1.2016

Anywhere Costa Rica 2016b. San José. Luettavissa: <http://www.anywherecostarica.com/destinations/san-jose>. Luettu: 26.1.2016

Bandera Azul Ecológica 2016. Programa Bandera Azul Ecológica. Luettavissa: <http://banderaazulecologica.org/>. Luettu: 19.3.2016

Casa Pequeña 2016. Ecoturismo en Costa Rica. Luettavissa: http://www.casapequenacr.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=4. Luettu: 25.1.2016

Costa Rica Guide 2016a. Corcovado National Park. Luettavissa: <http://costa-rica-guide.com/nature/national-parks/corcovado/>. Luettu: 25.1.2016

Costa Rica Guide 2016b. Choosing transportation. Luettavissa: <http://costa-rica-guide.com/travel/transportation/choosing/>. Luettu: 25.1.2016

Costa Rica Guide 2016c. La Amistad International Peace Park. Luettavissa: <http://costa-rica-guide.com/nature/national-parks/la-amistad/>. Luettu: 25.1.2016

Costa Rica Info Tours 2016. Travel Tips. Luettavissa: <http://www.costaricainfotours.com/travel-tips/>. Luettu: 25.1.2016

Costa Rica Information 2016. Costa Rican Food. Luettavissa: <http://costarica-information.com/about-costa-rica/food>. Luettu: 11.2.2016

CST 2014. Turismo Sostenible CST: Certificación para la Sostenibilidad Turística en Costa Rica. Luettavissa: <http://www.turismo-sostenible.co.cr/>. Luettu: 19.3.2016

Energiäteollisuus 2016. Yritysten yhteiskuntavastuu. Luettavissa: <http://energia.fi/energia-ja-ymparisto/ymparisto-ja-kestava-kehitys/yritysten-yhteiskuntavastuu>. Luettu: 21.1.2016

Firestone, M.D., Mitra, G. & Yanagihara, W. 2008. Lonely Planet – Costa Rica. 8. uudistettu painos. Lonely Planet Publications Ltd.

Globalis 2015a. Costa Rica. Luettavissa: <http://www.globalis.fi/Maat/Costa-Rica>. Luettu: 11.11.2015

Globalis 2015b. Maailmankartta. Luettavissa: <http://www.globalis.fi/Maailmankartta>. Luettu: 15.12.2015

Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. 2. painos. WSOY. Helsinki.

Helin matkat 2015. Costa Rica. Luettavissa: <http://www.helinmatkat.fi/amerikat/costa-rica/>. Luettu: 15.12.2015

Higham, J. 2007. Critical issues in ecotourism. Elsevier Ltd. Great Britain.

Higher Perspectives 2016. Costa Rica is shutting down all zoos and freeing every animal in captivity. Luettavissa: <http://www.higherperspectives.com/costa-rica-is-shutting-down-all-zoos-and-freeing-every-animal-in-capti-1429975510.html>. Luettu: 11.2.2016

Hirsijärvi, S & Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. osin uudistettu painos. Otavan kirjapaino Oy. Keuruu.

Kaleva Travel 2015. Costa Rica. Luettavissa: <http://www.kalevatravel.fi/matkapaketit/valija-etela-amerikka/costa-rica>. Luettu: 15.12.2015

Karvonen, E. 1999. Elämää mielikuvayhteiskunnassa – imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Tammer-paino. Tampere.

Kilroy Travel 2015. Costa Rica. Luettavissa: <http://travels.kilroy.fi/matkakohteet/vali-amerikka/costa-rica>. Luettu: 15.12.2015

KvaliMOTV 2016. Validiteetti ja reliabiliteetti. Luettavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3_1.html. Luettu: 19.3.2016

Lonely Planet 2015. Best value destinations 2016. Luettavissa: <http://www.lonelyplanet.com/travel-tips-and-articles/best-value-destinations-for-2016>. Luettu: 18.11.2015

Mandala Travel 2015. Costa Rica. Luettavissa: <http://mandalatravel.fi/matka/costa-rican-kiertomatka>. Luettu: 15.12.2015

Mongabay 2015. Costa Rica environmental profile. Luettavissa: <http://rainforests.mongabay.com/20costarica.htm>. Luettu: 15.12.2015

Monteverde Institute 2016. Luettavissa: <http://www.monteverde-institute.org/>. Luettu: 25.1.2016

Matkatoimisto Aventura 2015. Costa Rica. Luettavissa: <http://www.aventura.fi/costa-rica>. Luettu: 15.12.2015

Pacific Trade Winds 2015. Costa Rica Airport Departure Tax. Luettavissa: <http://www.entercostarica.com/travel-guide/airport-departure-tax>. Luettu; 17.11.2015

PES 2011. Payment for Environmental Services. Luettavissa: http://www.cifor.org/pes/_ref/home/index.htm. Luettu: 19.3.2016

Puustinen, A. & Rouhiainen U-M. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Edita Prima Oy. Helsinki.

Rainforest Alliance 2015a. Luettavissa: <http://www.rainforest-alliance.org/about>. Luettu: 15.12.2015

Rainforest Alliance 2015b. ACTUAR Rural adventures. Luettavissa: <http://www.rainforest-alliance.org/travel/actuar>. Luettu: 15.12.2015

Reilun matkailun yhdistys 2015. Reilun matkailijan ohjeet. Luettavissa:
<http://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/>. Luettu: 4.11.2015

Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Otavan kirjapaino Oy, Helsinki.

The National Geographic Traveller. The Cool List: 16 for 2016. Luettavissa:
<http://www.natgeotraveller.co.uk/smart-travel/features/the-2016-cool-list/>. Luettu:
13.1.2016

The Huffington Post 2015. 10 Most Popular (+ Safest) Countries To Travel Solo. Luettavissa: http://www.huffingtonpost.com/brit-co-/10-most-popular--safest-c_b_8155508.html.
Luettu: 18.11.2015

The World Bank 2015. Data: Costa Rica. Luettavissa:
<http://data.worldbank.org/country/costa-rica>. Luettu: 10.11.2015

THL 2016. Matkailijan terveystapas. Luettavissa:
http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/ktl.mat?p_selaus=25407#s37. Luettu:
27.4.2016

TIES, The International Ecotourism Society 2015. Luettavissa:
<http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>. Luettu: 4.11.2015

Tilastokeskus 2015. Luettavissa: <http://www.stat.fi/meta/kas/matkailu.html>. Luettu:
4.11.2015

Tilastokeskus 2016a. Strukturoitu haastattelu. Luettavissa:
<https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/04/01/>. Luettu: 4.2.2016

Tilastokeskus 2016b. Reliabiliteetti. Luettavissa:
<http://www.stat.fi/meta/kas/reliabiliteetti.html>. Luettu 10.4.2016

Tilastokeskus 2016c. Validiteetti. Luettavissa: <http://www.stat.fi/meta/kas/validiteetti.html>.
Luettu: 10.4.2016

Tortuguero Info 2016. Luettavissa:
http://www.tortugueroinfo.com/usa/sea_turtles_tortuguero.htm. Luettu: 25.1.2016

TripAdvisor 2016a. Luettavissa: https://www.tripadvisor.fi/Hotels-g291982-Costa_Rica-Hotels.html. Luettu: 25.1.2016

TripAdvisor 2016b. San José, Costa Rica. Luettavissa: https://www.tripadvisor.fi/Tourism-g309293-San_Jose_San_Jose_Metro_Province_of_San_Jose-Vacations.html. Luettu: 26.1.2016

Ulkoasiainministeriö 2015. Costa Rica: matkustustiedote. Luettavissa: <http://www.formin.fi/public/default.aspx?contentid=68713&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 17.11.2015.

UNWTO 2002. Luettavissa: <http://sdt.unwto.org/en/content/ecotourism-and-protected-areas>. Luettu: 4.11.2015

UNWTO 2015. Tourism Highlights – 2015 Edition. Luettavissa: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>. Luettu: 23.11.2015

Visit Costa Rica 2015a. Blue Flag Ecological Program. Luettavissa: <http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/mapas/areasurf.asp?tab=0>. Luettu: 23.11.2015

Visit Costa Rica 2015b. Sustainability. Luettavissa: <http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/sostenibilidad.asp?tab=0>. Luettu: 24.11.2015

Visit Costa Rica 2016a. News and articles. Luettavissa: <http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/novedades.asp>. Luettu: 13.1.2016

Visit Costa Rica 2016b. Ecotourism activities. Luettavissa: <http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/ecoturismo.asp>. Luettu: 11.2.2016

Visit Finland 2015. Kestävä kehitys matkailu yrityksessä – sertifiointeja. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/kestava-kehitys-matkailu yrityksessa/sertifiointeja/>. Luettu: 25.2.2016

Vuoristo, K-V. 2003. Matkailun maailma – kansainvälisen matkailun maantiede. 1. Painos. Werner Söderström Osakeyhtiö. Helsinki.

Väyrynen, M. A. & Väyrynen, T. 2010. Costa Rica ja Panama. Suomalainen matkaopas Oy. Helsinki.

Wang, Y. & Pizam, A. & Breiter, D. 2011. Destination Marketing and Management. Cabi.
Luettavissa: <http://ezproxy.haaga-helia.fi:2077/lib/haagahelia/detail.action?docID=10500307>. Luettu: 19.3.2016

Worldwatch Institute 2015. Costa Rica aims to become first "carbon neutral" country. Luettavissa: <http://www.worldwatch.org/node/4958>. Luettu: 15.12.2015

WWF 2009. Sademetsä kotonasi – kuluta harkiten. WWF:n julkaisuja 2009. Painotalo Miktor. Helsinki. Luettavissa: <https://wwf.fi/mediabank/1033.pdf>. Luettu: 15.12.2015

WWF 2015. Ilmastonmuutos. Luettavissa: <http://wwf.fi/uhat/ilmastonmuutos/>. Luettu: 28.11.2015

Ympäristöministeriö 2015. Mitä on kestävä kehitys? Luettavissa: http://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Kestava_kehitys/Mita_on_kestava_kehitys#Ekologinen%20kest%C3%A4vyy s. Luettu: 17.11.2015

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake



Costa Rican imago ekomatkailumaana suomalaisten matkailijoiden näkökulmasta

Tämän kyselyn on toteuttanut matkailualan opiskelija Haaga-Helia ammattikorkeakoulusta osana opinnäytetyötä. Kyselyn tarkoituksena on selvittää Costa Rican imagoa ekomatkailumaana suomalaisten matkailijoiden näkökulmasta. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii suomalainen matkailusivusto Rantapallo, joka jakaa sivuillaan matkavinkkejä ja toa erilaisista matkakohteista. Lisäksi Rantapallon sivuilta löytyy alan tuoreimmat uutiset sekä monipuoliset matkahaut. Kaikkien kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan kirjapaketti!

Kyselyyn vastaaminen kestää alle 5 minuuttia ja vastaukset käsitellään luottamuksellisesti. Vastaustanne arvostetaan kovasti, kiitos jo etukäteen!

1. Sukupuoli *

- Mies Nainen

2. Ikä *

- 20 vuotias tai alle
 21 - 30 vuotias
 31 - 40 vuotias
 41 - 50 vuotias
 51 - 65 vuotias
 yli 66 vuotias

3. Siviilisäätty *

- Naimaton
 Parisuhteessa, avo- tai avioliitossa
 Perheellinen

4. Vaikuttaako matkakohteesi valintaan kohteen ekologisuus? *

- Ei koskaan
- Melko harvoin
- Melko usein
- Aina

5. Mitä seuraavista kuuluu mielestäsi **ekomatkailuun**? *

Valitse mielestäsi **neljä** eniten täsmäävää vaihtoehtoa.

- Luonnossa liikkuminen
- Luomuruoka
- Ympäristökasvatuksellisuus
- Mukavuuksista luopuminen
- Autenttiset kokemukset
- Kalliit hinnat
- Vaihtoehto massamatkailulle
- Veden säästäminen
- Matkailua, jonka taloudelliset hyödyt ohjautuvat suoraan paikallisille
- Matkailua, joka ei vaaranna luonnon monimuotoisuutta
- Joku muu, mikä?

6. Kuinka tärkeänä pidät seuraavia asioita matkustaessasi ulkomailla? *

	Ei lainkaan tärkeä	Jossain määrin tärkeä	Hyvin tärkeä	Ratkaisevan tärkeä
Ekomatkailun periaatteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ekomerkitty hotelli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veden- ja energiankulutuksen vähentäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jätteiden kierrätys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Julkisen liikenteen suosiminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perehtyminen matkakohteeseen ennen matkaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huippusesongin ulkopuolella matkusta- minen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Paikallisesti tehdyt tuotteet

7. Oletko vierailut Costa Ricassa? *

Kyllä En

25% valmiina

8. Mikä oli matkasi syy? *

- Työmatka
 Vapaa-ajan matka
 Sukulaisten tai ystävien tapaaminen
 Joku muu, mikä?

9. Varasitko matkasi matkanjärjestäjän kautta vai itsenäisesti? *

- Kilroy
 Kaleva Travel
 Matkatoimisto Aventura
 Mandala Travel
 Helin matkat
Joku muu, mikä?

10. Kumpi väittämistä täsmää valintoihisi matkasi aikana paremmin? *

- Käytin yksityistä kuljetusta Käytin julkista liikennettä
Lähdin spontaanisti matkalle Perehdyin paikalliseen kulttuuriin ennen matkaa
Matkustin huippusesongin aikaan Matkustin huippusesongin ulkopuolella
Majoituin kansainvälisessä yrityksessä Majoituin paikallisessa yrityksessä
Join pullotettua vettä Täytin vesipulloani hanavedellä

11. Missä määrin seuraavat väitteet vastaavat kokemustasi Costa Ricassa? *

Mielestäni Costa Ricassa on...

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä
Rikas kulttuuri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielenkiintoinen historia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miellyttävä ilmasto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paljon vaihtoehtoja luontoaktiviteetteihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vahva panostus luonnonsuojeluun	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erikoinen eläimistö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monimuotoinen luonto ja kasvillisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monipuoliset terveyttä edistävät, luontoon pohjautuvat palvelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kiinnostavia nähtävyyksiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ystävällisiä ihmisiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Englanninkielentaitoisia ihmisiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turvallista matkustaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huumekaupasta aiheutuvaa rikollisuutta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paljon köyhyyttä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. En ole matkustanut Costa Ricaan, koska: *

- Jokin muu kohde houkuttelee enemmän
- Ei ole ollut sopivaa tilaisuutta
- Liian kallista matkustaa

- En osaa espanjaa
 - Pidän Costa Ricaa turvattomana maana
 - Joku muu syy, mikä?
-

13. Missä määrin seuraavat väitteet vastaavat mielikuvaasi Costa Ricasta? *

Minulla on mielikuva, että Costa Ricassa on...

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä
Rikas kulttuuri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielenkiintoinen historia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miellyttävä ilmasto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paljon luontoaktiviteetteja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vahva panostus luonnonsuojeluun	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erikoinen eläimistö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monimuotoinen luonto ja kasvillisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monipuoliset terveyttä edistävät, luontoon pohjautuvat palvelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kiinnostavia nähtävyyksiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ystävällisiä ihmisiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Englanninkielentaitoisia ihmisiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turvallista matkustaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huumekaupasta aiheutuvaa rikollisuutta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paljon köyhyyttä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

75% valmiina

14. Täytä tähän yhteystietosi kirjepaketin arvontaa varten. Voittajalle ilmoitetaan henkilökohtaisesti. Mikäli et halua osallistua arvontaan, tallenna vastauksesi painamalla Lähetä.

Etunimi _____

Sukunimi _____

Matkapuhelin _____

Sähköposti _____