

Meksikon imago turvallisena matkailumaana suomalais- ten näkökulmasta

Anna-Maria KalaitSIDis, Jonna Martikainen



Tekijä(t) Anna-Maria KalaitSIDis, Jonna Martikainen	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Meksikon imago turvallisena matkailumaana suomalaisten näkökulmasta	Sivu- ja liitesivumäärä 51 + 1
<p>Vuonna 2006 Meksikossa julistettiin huumeiden vastainen sota, jonka seurauksena Meksiko on esiintynyt kansainvälisessä mediassa melko negatiivisessa valossa. Huumesodan seurauksena yli 100 000 ihmistä on kuollut, ja väkivalta maassa on kasvanut. Tästä huolimatta Meksiko on kuitenkin erittäin monipuolinen matkailumaa, joka tarjoaa matkailijalle rantoja, aktiviteettejä sekä historiaa.</p> <p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kartoittaa millaisena suomalaiset matkailijat näkevät Meksikon, ja pitävätkö he maata turvallisena matkakohteena. Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, ja aineistoa kerättiin Webropol-kyselylomakkeen avulla. Kysely oli auki 10.–24.2.2015, ja se jaettiin Porvoon Campuksen opiskelijoille sähköpostitse sekä opinnäytetyön tekijät jakoivat kyselyn linkin Facebookissa. Tämän lisäksi kysely jaettiin Pallontallaajat.net-sivustolla.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu matkakohteen imagosta ja turvallisuudesta, sekä Meksikosta ja huumeista maassa. Opinnäytetyön tutkimusongelma oli selvittää kuinka turvallisena matkakohteena suomalaiset kokevat Meksikon, ja kuinka tietoisia suomalaiset ovat Meksikossa käytävästä huumesodasta. Lisäksi opinnäytetyössä kartoitettiin suomalaisten matkailijoiden mielikuvia Meksikosta matkailumaana, ja selvitettiin kuinka tietoisia matkailijat ovat Meksikon nykyisestä tilanteesta.</p> <p>Kyselyyn vastanneista 294:sta vastaajasta 37 oli käynyt Meksikossa, ja 257 ei ollut maassa vierailut. Vastauksista ilmeni, että molemmilla ryhmillä suosituin Meksikosta mieleen tuleva mielikuva oli ruoka- ja juomakulttuuri. Riskitekijöistä kysyttäessä molemmilla ryhmillä ryöstöt ja huumeet nousivat selvästi vahvimiksi mielikuviksi. Meksikossa käyneistä matkailijoista 70 % koki maan melko turvallisesti matkakohteeksi. Vastaavasti maassa ei-käyneistä 59 % piti Meksikoa jossain määrin turvattomana.</p>	
Asiasanat Meksiko, matkailu, turvallisuus, imago	

Sisällyys

1	Johdanto	1
2	Meksiko matkailumaana	3
2.1	Tietoa Meksikosta	3
2.2	Historia	4
2.3	Poliittinen järjestelmä	6
2.4	Suomesta Meksikoon tehtävät matkat.....	7
2.5	Meksiko mediassa	9
3	Matkakohteen imago ja turvallisuus.....	11
3.1	Matkakohteen imago.....	11
3.2	Matkakohteen brändi ja markkinointi	13
3.3	Meksikon imago matkailumaana	14
3.4	Turvallisuus.....	16
3.4.1	Meksikon turvallisuusongelmat.....	17
3.4.2	Matkailijoiden turvallisuus Meksikossa	19
4	Meksiko ja huumeet	21
4.1	Huumeiden historiaa Meksikossa.....	21
4.2	Kartellit.....	21
4.3	Meksikon huumesota	24
5	Tutkimus ja sen kulku.....	26
5.1	Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä	26
5.2	Kysely aineistonkeruumuotona	27
5.3	Tutkimuksen luotettavuus	29
6	Tutkimustulokset	34
6.1	Taustatiedot.....	34
6.2	Vastaajaryhmät	35
6.3	Mielikuvat Meksikosta	37
6.4	Riskitekijät Meksikossa	40
6.5	Media ja turvallisuus	42
6.6	Avoimet kommentit	45
7	Pohdinta.....	48
	Lähteet	52
	Liitteet.....	58
	Liite 1. Kyselylomake.....	58

1 Johdanto

Viimeisimpien vuosien aikana Meksiko on esittäytynyt mediassa lähinnä negatiivisessa valossa johtuen vuonna 2006 julistetusta huumesodasta, jonka jälkeen Meksikossa on kuollut yli 100 000 ihmistä. Tästä huolimatta Meksiko on kuitenkin erittäin suosittu ja monipuolinen matkailumaa, sillä se tarjoaa matkailijalle rantalomakohteita, historiaa sekä kattavaa ruokakulttuuria.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia kuinka huumesota ja Meksikon turvallisuus vaikuttaa matkailuun Meksikossa suomalaisten näkökulmasta. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä, ja aineistoa kerättiin kyselylomakkeella. Kyselylomake avattiin Webropolissa helmikuussa 2015 ja lähetettiin sen kautta Haaga-Helia ammattikorkeakoulun Porvoon Campuksen opiskelijoille, sekä jaettiin Pallontallajat.net-sivustolla. Lisäksi kyselylomaketta jaettiin opinnäytetyöntekijöiden omassa sosiaalisessa mediassa, Facebookissa. Kaiken kaikkiaan kyselyyn vastasi 294 henkilöä, joista suurin osa oli nuoria aikuisia eli 18–25-vuotiaita, sekä 26–35-vuotiaita.

Aihe opinnäytetyöhön valittiin kirjoittajien yhteisten kiinnostuksen kohteiden perusteella. Lisäksi toinen kirjoittajista on ollut Meksikossa opiskelijavaihdossa, ja täten saanut kuvan Meksikon nykyisestä tilanteesta. Molemmat opinnäytetyön tekijät ovat kiinnostuneita maailman yleisestä poliittisesta tilanteesta ja seuraavat aktiivisesti uutisia sekä mediaa. Tekijät kyseenalaistavat median luomia mielikuvia, ja yksi syy aiheen valinnalle oli Meksikossa käytävän huumesodan mediassa saama suuri huomio. Tekijät halusivat saada kuvan huumesodan todellisesta tilanteesta sekä sen vaikutuksesta matkailuun suomalaisesta näkökulmasta. Aiheesta ei ole tehty aikaisemmin opinnäytetyötä, joten tutkimus on ainutlaatuinen. Toimeksiantajana opinnäytetyölle toimii Meksikon-Suomen Suurlähetystö Meksikossa.

Tutkimuksen tutkimuskysymyksiä olivat muun muassa seuraavat:

- kuinka turvallisena kohteena suomalaiset kokevat Meksikon
- kuinka tietoisia suomalaiset ovat Meksikossa käytävästä huumesodasta sekä
- millaisia mielikuvia suomalaisilla on Meksikosta matkailumaana.

Yleiset turvallisuuskysymykset nostettiin kyselylomakkeessa esille, kuin myös Meksikon imago matkakohteena. Kyselylomakkeen perusteella eriteltiin kyselyyn vastanneet Meksikossa käyneisiin ja ei-käyneisiin suomalaisiin. Kyselylomakkeen kysymykset oli räätälöity molemmille ryhmille sopiviksi.

Toisessa luvussa esitellään Meksikoa valtiona sekä sen historiaa lyhyesti. Lisäksi luvussa esitellään maan poliittista järjestelmää sekä imagoa matkailumaana. Luvussa esitellään myös suomalaisia matkailijoina ja Meksikon kuvaa mediassa. Kolmas luku pitää sisällään teoreettisen viitekehyksen, joka koostuu matkakohteen imagosta, brändistä ja markkinoinnista sekä yleisesti turvallisuusseikoista ja erityisesti matkailijoiden turvallisuudesta. Luvussa neljä käsitellään Meksikon ja huumeiden välistä suhdetta, ja keskitytään huumeiden historiaan Meksikossa. Luvussa esitellään myös vuodesta 2006 lähtien käynnissä ollutta huumesotaa ja Meksikossa toimivia huumekartelleja. Viidennessä luvussa käsitellään tutkimusmenetelmää ja tutkimuksen etenemisprosessia. Lisäksi viidennessä luvussa käsitellään kyselylomaketta, sekä tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä. Luvussa selvennetään myös miten ja milloin tutkimusaineisto on hankittu, ja esitellään opinnäytetyön eri vaiheita yleisesti. Tämän jälkeen seuraa analysointiluku, jossa tutkimustulokset analysoidaan yksityiskohtaisesti läpi. Luvussa keskitytään erityisesti teoriaa tukeviin kysymyksiin mielikuvista ja riskitekijöistä. Lisäksi median ja turvallisuuden rooli nousee tärkeäksi tekijäksi luvussa. Lopuksi seuraa pohdinta, jossa opinnäytetyön tekijät kuvaavat prosessia sekä omaa oppimistaan. Lisäksi pohdinnassa analysoidaan tutkimuksen tuloksia. Opinnäytetyön lopusta löytyvät liitteinä kyselylomake sekä avoimet kommentit.

2 Meksiko matkailumaana

Tässä luvussa esitellään Meksikoa valtiona sekä matkakohteena. Lisäksi luvussa esitellään maan historiaa sekä poliittista järjestelmää. Luvussa käydään läpi myös suomalaiset matkailijoina, sekä esitellään Meksikon imagoa mediassa. Luvussa myös pohditaan median vaikutusta matkakohteen imagoon.

2.1 Tietoa Meksikosta

Meksikon yhdysvallat eli Meksiko on noin 120 miljoonan asukkaan valtio Keski-Amerikassa, ja se on myös asukasluvultaan toiseksi suurin valtio Latinalaisessa Amerikassa. Rajanaapureina Meksikolla on pohjoisessa Yhdysvallat, sekä etelässä Guatemala ja Belize. Maan pinta-ala on 1 972 550 km² ja pääkaupunki on México. Pääkaupunki on myös asukasluvultaan maan suurin kaupunki. Meksiko koostuu 31:sta osavaltiosta, joista jokaisella on autonominen asema ja oma kuvernööri, sekä liittopääkaupungista Distrito Federalista. Pääkaupunki México lisäksi suurimpia kaupunkeja on Guadalajara ja Monterrey (Ulkoasiainministeriö 2015a.) Alla olevasta kuviossa (kuvio 1) on Meksikon kartta josta näkyy myös suurimmat kaupungit.



Kuvio 1. Meksikon kartta. (CIA World Factbook 2015.)

Meksiko on ilmastoltaan monipuolinen maa ja siellä vallitseekin kolme eri ilmastotyyppiä, trooppinen sadevyöhyke, lauhkea sadevyöhyke ja kuiva vyöhyke. Meksiko on vastakoh-tien maa, sillä maasta löytyy lumihuippuisia vuoria, kuivia aavikoita sekä villiä sademet-sää. Suurimmat vuoristot ovat Sierra Madre Oriental idässä, sekä Sierra Madre Occiden-tal lännessä. Korkein huippu on 5636 metriä korkea Pico de Orizaba. Meksikon virallinen

kieli on espanja, mutta maassa puhutaan sen lisäksi yli kuuttakymmentä alkuperäiskieltä. Valuuttana käytetään Meksikon pesoa (MXN), joka jakautuu sataan centavoon. Aikavyöhyke on GMT -6h, eli aikaeroa Suomeen on sekä kesäisin että talvisin kahdeksan tuntia. (Ulkoasiainministeriö 2015a; National Geographic 2015.)

Meksikon bruttokansantuotearvio vuonna 2013 oli 1,638 biljoonaa EUR, joka oli maailman kokonaissijoituksena paikalla 11. Vuonna 2013 BKT kasvoi noin 1,2 %:lla. Meksiko on Yhdysvaltojen toiseksi suurin vientimaa, ja kolmanneksi suurin tuontimaa. Meksikolla on vapaakauppasopimus yli 50 valtion kanssa, mukaan lukien Guatemala, Honduras, Euroopan vapaakauppa-alue sekä Japani. Meksikossa viljellään esimerkiksi maissia, soijapapuja, riisiä, tupakkaa ja kahvia. Suurimmat teollisuudenalat ovat elintarviketeollisuus, kemia, raudan ja teräksen valmistus, tekstiilivalmistus sekä turismi (CIA World Factbook 2015a.)

Meksikolla on rikas kulttuurihistoria ja se on yksi maailman vierailuimpia kohteita. Noin 20 miljoonaa ulkomaista turistia vierailee Meksikossa vuosittain, ja turismin osuus bruttokansantuotteesta on noin 8 %. Meksiko tarjoaa matkailijalle vanhoja perinteitä sekä monipuolista luontoa. Yksi Meksikon vierailuimpia kaupunkeja on Tijuana, joka sijaitsee Yhdysvaltojen ja Meksikon rajalla. Tijuana etelään sijaitsevalla Baja Californian niemimaalle saapuu suuri määrä matkailijoita nauttimaan kauniista rannoista sekä hyvistä kalastusmahdollisuuksista. Jukatanin niemimaa tarjoaa matkailijalle historiallisia maya kaupunkeja, mukaan lukien maailman seitsemään ihmeeseen kuuluva Chitzen Itza. Jukatanin niemimaa on myös Karibian risteilijöiden reitillä (Boniface & Cooper 2009, 592-595.) UNWTO:n vuosittaisen matkailualan trendit raportin mukaan Meksikon matkailu kasvoi 1,4 %:lla vuonna 2013, ja maassa vieraili lähes 24 miljoonaa matkailijaa. Samana vuonna matkailijat käyttivät maassa yhteensä noin 13,8 miljoonaa USD (UNWTO Tourism Highlights 2014.)

2.2 Historia

Ensimmäinen intiaanikulttuuri, olmeekit, elivät Meksikossa aikakaudella 900 – 400 eKr. Heidän kulttuurinsa tuhouduttua maya-kulttuuri alkoi kukoistaa samoilla alueilla. Mayojeen tunnetaan kehittäneen esimerkiksi kalenterin. Noin vuonna 1200 mayojeen rinnalle tulivat atsteekit, sotaisa kansa joka lopulta tuhoutui espanjan vallankumouksen yhteydessä. 1500-luvulla espanjalaisten saapuessa Meksikosta tuli Espanjan siirtomaa yli kolmen vuosisadan ajaksi. Viimein vuonna 1810 Meksiko alkoi irrottautua espanjalaishallinnosta pappi Miguel Hidalgon johdolla. Varsinainen itsenäistyminen tapahtui 11 vuotta myöhemmin, vuonna 1821. Vaikka Meksiko oli itsenäistynyt, ei kuitenkaan suuria yhteiskunnallisia muu-

toksia tapahtunut. Maa ajautui sisällissotaan ja rajanaapurin Yhdysvaltojen kanssa oli kiireät välit. Suunta alkoi kuitenkin muuttua vuoden 1885 jälkeen, kun Benito Juárez valittiin presidentiksi. Nykyisen Meksikon historian katsotaan alkaneen vuodesta 1917. Tällöin hyväksyttiin perustuslaki, ja poliittisesti pääasemassa oli PRI-puolue, jonka tarkoituksena on ajaa nationalismia. Tähän aikaan yhteistyötä kansainvälisten yritysten kanssa vältettiin ja tulleja nostettiin. 1980-luvulla alkoi pieni alamäki öljykriisin iskiessä ja velkaannuttaessa valtion. Kymmenen vuotta myöhemmin, 1990-luvulla, Chiapasin osavaltion alkuperäisintiaanit nousivat kapinaan hallintoa vastaan, ja tilanne jatkuu edelleen ratkaisemattomana. Vuoden 2006 presidentinvaaleissa maa jakautui oikeistoon ja vasemmistoon. Oikeistolainen Felipe Calderón voitti vaalit, ja vastaavasti kuuden vuoden päästä vuonna 2012 PRI sai äänienemmistön ja Enrique Peña Nieto valittiin presidentiksi (Ulkoasiainministeriö 2015b.)

2.3 Poliittinen järjestelmä

Meksikon tasavaltaa johtaa kuuden vuoden välein demokraattisesti valittava presidentti. Nykyinen presidentti, Enrique Peña Nieto valittiin virkaan 1. joulukuuta vuonna 2012 (CIA World Factbook 2015a.) Meksikossa toimii useita eri poliittisia puolueita, joista kolme merkittävintä ovat PRI, PAN sekä PRD. Myös ”vallankumouksen puolueena” tunnettu PRI menetti pitkään jatkuneen valtansa presidenttipuolueena vuonna 2000, sen hävityssä äänestyksen kansalliselle toimintapuolueelle PAN:lle. PRI perustettiin vuonna 1929 ja usean vuosikymmenen ajan se hallitsi Meksikoa ajaen konservatiivisuutta ja radikaalia sosiaalipolitiikkaa. PRI:n hallinnon aikana korruptio kasvoi ja Meksiko koki monia ekonomisia ylä- sekä alamäkiä. Puolueen ylivoimaa pystyttiin pitämään yllä erilaisilla vaalivilpin muodoilla, keinoina käytettiin esimerkiksi tietokoneiden manipulointia vaalipaikalla, ennakkoon täytetyjä vaaliurnia sekä viimehetkellä aukeavia äänestyspaikkoja. Myös Meksikon nykyinen presidentti Enrique Peña Nieto on PRI-puolueen edustaja (Lonely Planet Mexico 2009, 60; Minkkinen 2009, 369.)

Kansallinen toimintapuolue sekä keskeinen oikeistopuolue PAN sai ensimmäisen presidentinvirkansa vuonna 2000 jolloin edustaja Vicente Fox valittiin presidentiksi. Vaaleja pidetään historiallisina, sillä ne olivat ensimmäiset vaalit vapaana vaalivilpeistä, ja kansa äänesti demokraattisesti. Kuuden vuoden hallintokautensa jälkeen PAN:in ehdokas Felipe Calderón nostettiin presidentiksi niukalla äänienemmistöllä. Calderónin kautena suuria muutoksia tapahtui, sillä sota huumekauppaa vastaan käynnistettiin virallisesti vuonna 2006 (Ulkoasiainministeriö 2015c.)

2.4 Suomesta Meksikoon tehtävät matkat

Pakettimatkoja Suomesta Meksikoon järjestetään muun muassa Tjäreborgin, Finnmatkojen ja Kilroyn toimesta. Suomesta järjestettävät matkat suuntautuvat lähinnä Jukataniin niemimaalle, joko Cancuniin tai Playa del Carmeniin. Kilroy tarjoaa myös erilaisia kiertomatkoja, sukellusmatkoja sekä surffauseriejä eri puolilla Meksikoa. Myös espanjan kieli- kurssit ovat mahdollisia. Tärkeitä yleisiä tietoja matkustettaessa maahan on, etteivät suomalaiset tarvitse viisumia Meksikoon, mikäli matkan pituus on alle 180 päivää. Passin suositellaan olevan voimassa vielä 6 kuukautta matkan jälkeen. Rokotuksista tärkeimmät ovat jäykkäkouristus-, kurkkumätä- ja hepatiitti A-rokotukset. Malarian estolääkitystä ei suositella, vaan hyttysiltä suojautuminen riittää. Dengue-kuumetta esiintyy eri puolilla Meksikoa, ja sitä vastaan ei ole rokotetta joten matkailijan tulee suojautua hyttysiltä ehkäistäkseen taudin. Aikaero Suomeen on -8 tuntia ja lentoaika Helsingistä Cancuniin on noin 12 tuntia. (CDC 2015, Finnmatkat 2015, Kilroy 2015 & Tjäreborg 2015.) Alle olevassa taulukossa (taulukko 1) näkyy kaikki suomalaiset matkanjärjestäjät, joiden kohdelistoilla Meksiko on.

Taulukko 1. Meksikoon matkoja järjestävät matkanjärjestäjät Suomessa. (Albatros matkat 2015, Aurinkomatkat 2015, Finnmatkat 2015, Kilroy 2015, Matkatoimisto Aventura 2015, Olympia kaukomatkatoimisto 2015, Suomen matkatoimisto Oy 2015, CWT Kaleva Travels 2015.)

Matkatoimistot	Acapulco	Cancun	Mexico City	Playa del Carmen	Merida	Puerto Vallarta
Albatros matkat			x		x	
Aurinkomatkat		x		x		x
Finnmatkat		x	x	x		
Kilroy	x		x	x		
Matkatoimisto Aventura		x	x	x	x	
Olympia kaukomatkatoimisto			x			
Suomen matkatoimisto Oy	x	x	x	x	x	x
CWT Kaleva Travel		x	x	x		

Yllä olevassa taulukossa (taulukko 1) näkyvät kaikki matkanjärjestäjät, jotka järjestävät matkoja Suomesta Meksikoon. Ylhäällä näkyvät kohteet ja vasemmalla puolella on listattu allekkain matkanjärjestäjät. Kohteita yhteensä on seitsemän erilaista, ja vain Suomen matkatoimisto Oy järjestää matkoja kaikkiin seitsemään kohteeseen. Kohteista Merida, Playa del Carmen ja Cancun sijaitsevat Jukataniin niemimaalla, jossa väkivaltaisuuksia, liittyen huumesotaan ja järjestäytyneeseen rikollisuuteen, on vähän. Acapulco sijaitsee

Guerreron osavaltiossa, joka on tunnettu levottomuuksista ja huumekartelleista, ja Puerto Vallarta sijaitsee Jalisco osavaltiossa. Mexico City taas on Meksikon pääkaupunki eikä se kuulu mihinkään osavaltioon. (Visit Mexico Mexico City 2012.)



Kuvio 2. Chitzen Itza. (Jonna Martikainen 2014.)

Kuviossa 2 näkyy yksi Meksikon suosituimmista nähtävyyksistä Chitzen Itza, joka sijaitsee Jukatanin niemimaalla. Se on yksi maailman seitsemästä ihmeestä, sekä UNESCON maailmanperintökohde. Se on aikoinaan ollut mayojen pyhä keskus. (UNESCO World Heritage Centre 2015.)

Finavian (2015) teettämän tuoreen tutkimuksen mukaan suomalaiset ovat itsevarmoja matkailijoita, joiden ostopäätöksiin vaikuttaa ennen kaikkea internetistä löytyvä tieto hotellien ja kohteiden osalta (50 %). Lisäksi suomalaiset luottavat omiin ja muiden matkailukokemuksiin (49 %). Suomalaiset matkustavat nykyään paljon, ja myös ikäihmiset ovat alkaneet kiinnostua ulkomaanmatkoista kauemmas. Joka vuosi enemmän ja enemmän yli 65-vuotiaita suomalaisia liittyy käyttämään internetiä, ja tämä lisää myös matkavarausten tekemistä ja tietojen etsintää, esimerkiksi kohteiden ja hotellien kodalla. Tärkeimpinä seikkoina matkaillessa ja matkustuskokemuksessa suomalaiset pitävät henkilökohtaista palvelua. Tutkimuksessa eriteltiin henkilökohtaisen palvelun osalta seuraavat seikat tärkeimmiksi: ystävällisyys (47 %), tietojen luotettavuus (46 %) ja yksilöllisten tarpeiden huomioon ottaminen (38 %). Lisäksi tärkeimpinä seikkoina matkaa suunniteltaessa pidettiin matkanjärjestäjien ja hotellien internetsivuja, erilaisia hintavertaus-palveluita ja arvosteluja matkakohteesta. (Finavia 2015a.)

2.5 Meksiko mediassa

Meksikon imagoa on jo vuosia varjostanut mediassa suurta huomiota saanut huumesota, jonka Meksikon presidentti julisti vuonna 2006. Tämä on tuonut Meksikoon paljon väkivaltaisuuksia, ja monet siviilit ovat joutuneet jättämään kotinsa. Huumesodassa kuolee vuosittain noin 10 000 ihmistä, ja näin ollen monet Meksikon osavaltioista ovat nykyään vaarallisia paikkoja niin itse paikallisille kuin turisteille. (Ulkoasianministeriö 2015d.)

Meksikon saama huomio mediassa juurikin huumesodan takia on huomattava. Yksi suurimmista huomiota maailmalla ja Suomessa herättäneistä tapahtumista, oli ehdottomasti 43 opiskelijan katoaminen Meksikon Guerreron osavaltion Igualan kaupungissa. Lisäksi tapaus on herättänyt suurta julkisuutta siksi että monia Igualan kaupungin virkamiehiä ja poliitikkoja on erotettu tapauksen vuoksi viroistaan. Esimerkiksi Guerreron osavaltion kuvernööri on ilmoittanut erostaan, koska häntä arvosteltiin julkisesti tapauksen satuttua rankasti. Igualan kaupungin pormestari, hänen vaimonsa ja avustajansa on pidätetty epäiltynä kytköksistä huumekartelli Guerreros Unidosin kanssa. (Kovanen 2014.)

Helsingin Sanomat uutisoi joulukuussa 2014 meksikolaisten 43:n opiskelijan katoamista-pausta massamurhana. Yhden opiskelijan ruumis oli tunnistettu, ja nyt viranomaiset epäilevät kaikkien opiskelijoiden kuolleen. Kolme huumekartelli Guerreros Unidosin jäsentä on myöntänyt tappaneensa opiskelijat ja hävittäneensä heidän ruumiinsa. Tapaus on herättänyt julkisuutta, sillä Igualan poliisin epäillään pormestarin käskystä luovuttaneen opiskelijat huumekartellille. (Helsingin Sanomat 2014.)

Korruptio Meksikossa on yleistä. Meksikossa ei myöskään makseta oikeuden tuomareille kovin suurta palkkaa, eikä valtio kykene takaamaan heidän turvallisuuttaan, mikä osaltaan johtaa siihen että rikolliset voivat uhkailla tai lahjoa itsensä vapaiksi. Tällöin oikeus ei toteudu, ja korruptiota tapahtuu. (Suomen Suurlähetystö, Mexico 2014.)

Meksikoa voi myös pitää osaltaan mediaseksikkäänä kohteena. Etenkin Yhdysvalloissa Meksikolla on erityinen asema matkailukohteena, sillä monien yhdysvaltalaisnuorten spring break-matkat suuntautuvat Meksikoon. TripAdvisor onkin listannut top 10 spring break-kohde listalleen kaksi Meksikon kohdetta; sijalla 3 on Cancun ja sijalla 8 on Cabo San Lucas. (TripAdvisor 2015.)

Matkailijoilla on tapana verrata matkakohteita toisiinsa. Mikäli matkailija on käynyt jossain Meksikon kaltaisessa matkakohteessa, hän mitä luultavimmin vertaa Meksikoa aikaisem-

paan kokemukseensa. Tämä kuitenkin saattaa aiheuttaa väärinkäsityksiä, ja vääristyneitä mielikuvia kohteesta. Lisäksi media ja televisio luovat vääristyneitä mielikuvia matkailijoille matkakohteista. Vaikka media kuinka varoittaisi Meksikon huumesodasta ja tilanteesta, matkailijan on vaikeaa ymmärtää tilanteen vakavuutta, ellei ole itse sitä kokenut. (Davin 2005, 173–174.)

3 Matkakohteen imago ja turvallisuus

Tässä luvussa käsitellään yleisesti matkakohteen imagoa sekä turvallisuuteen vaikuttavia asioita. Luvussa selvitetään mitkä asiat vaikuttavat matkakohteen imagoon, ja kuinka ne vaikuttavat matkailijoihin ja heidän mielikuviinsa sekä päätöksiin valita matkakohde.

3.1 Matkakohteen imago

Matkakohteen imago on asia, jota jokainen matkailualalla työskentelevä yritys joutuu miettimään. Teknologiassa on menty vauhdilla eteenpäin, eivätkä matkakohteet ole enää tavoittamattomissa. Tämä aiheuttaa sen, että uusia turisti- ja matkakohteita avautuu koko ajan ympäri maailmaa, ja näin ollen vanhat matkakohteet joutuvat miettimään kohteensa imagoa: kuinka pitää matkailijoiden kiinnostus yllä, kun koko ajan on uutta tarjolla. Lisäksi matkailijat ovat muuttuneet viime vuosina: nykypäivän matkailijalla on yleensä enemmän vapaa-aikaa ja paremmat tulot, mikä sallii sen että matkailija voi viettää matkakohteessa enemmän aikaa ja kuluttaa siellä enemmän rahaa. Kuitenkin matkailijat kyllästyvät helposti. Mikäli matkakohteella ei ole mitään uutta tarjota, matkailijat yleensä vaihtavat matkakohdetta. Tämän takia matkakohteen imagon päivittäminen on matkailumaalle hyvin tärkeää. (Echtner & Ritchie 2003.)

Jokaisella matkakohteella tulee nykypäivänä olla toimiva ja tehokas markkinointisuunnitelma. Suunnitelman tulee olla helposti toteutettavissa ja siinä tulee olla selkeät suuntaviivat, joita seurata. Matkakohteen imagon parantamiseen ja ylläpitämiseen käytetään strategisen tason suunnittelua, jossa huomioidaan kohteen tulevaisuus ja ulkoinen ympäristö ja sen vaihtuvuus. Tätä strategiaa harjoitetaan yleensä noin kolmen vuoden ajalla, jolloin ympäristöllä ja kohteella on aikaa kehittyä tavoitteidensa mukaisiksi. Suurimmat haasteet hyvän markkinointisuunnitelman luomiseksi tulevat juuri ulkoisen ympäristön huomioon ottamisesta. Koska matkakohde sijaitsee tietyllä alueella ja tietyssä paikassa, se ei voi muuttaa ympäristöään vaan sen pitää muuttua ympäristön mukana. (Albanese & Boedeker 2002, 11–13.)

Esimerkiksi Meksikon kohdalla ympäristötekijöiksi, jotka tulee ottaa huomioon ja ymmärtää, voi luetella ilmaston ja turvallisuuden. Tällä hetkellä Meksikon turvallisuustilanne on vaikea, eikä matkakohde yksin voi sitä hallita. Näin ollen matkakohteen on muutettava niitä mielikuvia, joita se jakaa matkailijoille, ja yritettävä vakuuttaa matkailijat siitä että kohteeseen on edelleen turvallista matkustaa. Matkakohteen imagon ylläpitäminen ja sen tutkiminen ovat tärkeitä kehiteltäessä matkakohteelle toimivaa markkinointisuunnitelmaa. Matkailu on kuitenkin asia, joka näyttäytyy jokaiselle matkailijalle eri tavalla ja jokaisella

matkailijalla on myös omat henkilökohtaiset mieltymyksensä, joten matkakohteen imagoa on vaikea määrittää. Sen vuoksi mahdollisimman tarkka määrittäminen matkakohteen hyvistä puolista on tärkeää. (Echtner & Ritchie 2003.)

Matkakohteen imagon luominen perustuu vain muutamaan mielikuvaan, jotka valitaan kaikista siitä informaatiosta mitä matkakohteesta on sillä hetkellä saatavilla. Nämä mielikuvat jaetaan yleisölle, ja näin ollen matkailijoilla on nyt valta päättää mitä he näillä jaetuilla mielikuvilla tekevät. Mielikuvien ongelmana kuitenkin on se, että kun matkailija matkustaa kohteeseen josta hänellä on vahva mielikuva jo etukäteen, voi mielikuva horjua ja muuttua kokonaan päinvastaiseksi. (Echtner & Ritchie 2003.)

Matkakohteet ovat matkailutuotteiden yhdistelmiä jotka tarjoavat kuluttajalle muokattuja palveluita. Matkakohteen on nykypäivänä erotuttava kilpailijoistaan, eli muista matkakohdeista. Vaikka matkakohteet perinteisesti luokitellaan maantieteellisen sijainnin mukaan, on nykyisin yleistynyt myös käsitys jossa matkakohde nähdään monipuolisena ja erilaisille matkailijoille suunnattuna, heidän matkaohjelmastaan, taustastaan, aikaisempien kokemusten sekä koulutustasosta riippuen. Buhalis (2000) esittelee teorian matkakohteen kuudesta A:sta jotka vaikuttavat kohteen imagoon. Kohteen imagoon vaikuttavat osatekijät ovat:

- attractions (vetovoima)
- accessibility (saavutettavuus)
- amenities (palvelut ja mukavuudet)
- available packages (matkapaketit)
- activities (aktiviteetit)
- ancillary services (täydentävät palvelut).

Mikäli matkakohteella ei ole mitään näitä tukevia tekijöitä, on matkakohteella oltava hyvin positiivinen mielikuva matkailijoiden mielessä. Matkailijat valitsevat mieluummin matkakohteen, josta heillä on positiivinen mielikuva. (Echtner & Ritchie 2003.) Matkakohteen vetovoimaan vaikuttaa esimerkiksi kohteen luonto, nähtävyydet, perintö-kohteet, kulttuuri ja historia sekä kohteessa järjestettävät tapahtumat. Saavutettavuus pitää sisällään sekä kulkuyhteydet itse kohteeseen että kulkemisen kohteessa. Kohteen helppo saavutettavuus on tärkeä tekijä kohteiden kilpailussa matkailijoista. Palveluihin ja mukavuuksiin kuuluvat kohteessa olevat majoitus- sekä ravintolapalvelut. Lisäksi kohteen imagoon vaikuttavat tarjolla olevat matkapaketit, joita kohteeseen järjestetään sekä kohteessa järjestettävät aktiviteetit, esimerkiksi urheilu, hyvinvointi tms. Viimeiseksi osatekijänä Buhalis määrittelee kohteesta löytyvien ns. täydentävien palveluiden kattavuuden. Nämä täydentävät pal-

velut pitävät sisällään muun muassa pankit, raha-automaatit, Internet-kahvilat, postit ja sairaalat. Työssä käsitellään Meksikon imagoa matkakohteena soveltaen Buhaliksen teoriaa peilaten Meksikon vetovoimaa, saavutettavuutta sekä palveluita (Buhalis 2000.)

Matkakohteen imago on kuin pelkistetty versio todellisuudesta. Mielikuvan luominen matkakohteesta on tärkeää, sillä se vaikuttaa matkailijan valintaan tehdä päätös matkakohteesta. Nykypäivänä kohteiden markkinoijilla on ongelmana useat muut eri tiedonlähteet, joista matkailijat saavat tietoa kohteesta. Tämä tekee mielikuvien luomisesta haastavampaa (Cooper & Hall 2013, 218.)

Matkakohteen nähtävyydet ja vetovoima, tapahtumat sekä kohteen helppo saavutettavuus ovat tärkeitä tekijöitä kohteen markkinoinnissa, sillä ne houkuttelevat kävijöitä sekä lisäävät kilpailullista etua verrattuna muihin kohteisiin. Kuten kaikilla muillakin aloilla, matkailualallakin on erittäin paljon kilpailua. Matkakohteet kilpailevat toisensa kanssa suuremmista määristä ulkomaisia matkailijoita. Kilpailu kohteiden välillä vaikuttaa tuotteiden ja palveluiden kehittymiseen. Yhä parempien palveluiden tarjoaminen heijastaa matkailijoiden mielikuvaan kohteesta, sillä hyvän kokemuksen saatuaan matkailija todennäköisesti palaa kohteeseen ja suosittelee sitä muille. Vastaavasti huonon kokemuksen jälkeen asiakas tuskin palaa takaisin eikä suosittele kohdetta muille (Kozak 2004, 34–36.)

3.2 Matkakohteen brändi ja markkinointi

Brändi on symboli joka kuvaa tuotteen muista erottavalla tavalla. Brändääminen on ollut huomion keskipisteenä yrityksillä, jotka pyrkivät saavuttamaan kestävän ja jatkuvan eron kilpailijoihinsa nähden. Kasvanut taloudellinen kilpailu maiden välillä on aiheuttanut tarpeen brändätä kohdetta erityisesti vientituotteiden, sijoitusten sekä matkailun kohdalla. Matkakohteen brändäys keskittyy kasvattamaan matkailijoiden määrää kohteessa. Matkakohteen brändiin globaalilla tasolla vaikuttavat maa jossa kohde sijaitsee sekä sen historia ja poliittinen tilanne. Lisäksi kontrolloimattomilla tekijöillä, kuten medially ja elokuvilla voi olla vaikutuksensa brändin luomisessa, etenkin jos kohteesta tai sen asukkaista esitetään negatiivista informaatioita (Breiter, Pizam & Wang 2011, 113–117.)

Kohteen brändi on määritelty verkostoksi, joka koostuu kohteesta itsestään sekä sen kohdemarkkinoista ja tärkeimmistä osakkaista. Tämä tarkoittaa sitä, että kohteen brändi on olemassa ainoastaan jos se pystyy vakiinnuttamaan aseman matkailijan mielessä, ei pelkästään tunnetun nimen, logon tai sloganin perusteella. Kohteen brändäyksen päämääränä on luoda yhtenäinen valikoima brändin perustekijöitä jotka samaistuvat tai erottelevat kohteen positiivisen imagon. Brändäyksellä tähdätään kohteen omanlaisen ja uniikin ima-

gon luomiseen, samalla luoden positiivisia mielikuvia kohdistetuille matkailijoille. Näin kohde saa kilpailuetua kilpailijoihinsa nähden. Kohteen imago vaikuttaa matkailijan käyttökseen sekä ennen että jälkeen vierailua kohteessa. Ensiksi se vaikuttaa matkailijoiden näkemyksiin matkakohteesta sekä valinnasta missä he viettävät lomansa. Toisaalta kohteen imagolla on suuri rooli matkailijan jo vierailtua kohteessa, sillä tällöin odotuksia ja todellisuutta voidaan vertailla. Mitä vahvempi positiivinen brändi kohteella on, sitä todennäköisemmin se houkuttelee enemmän matkailijoita kuin kilpailijansa (Tsiotsou & Goldsmith 2012, 92 - 93.)

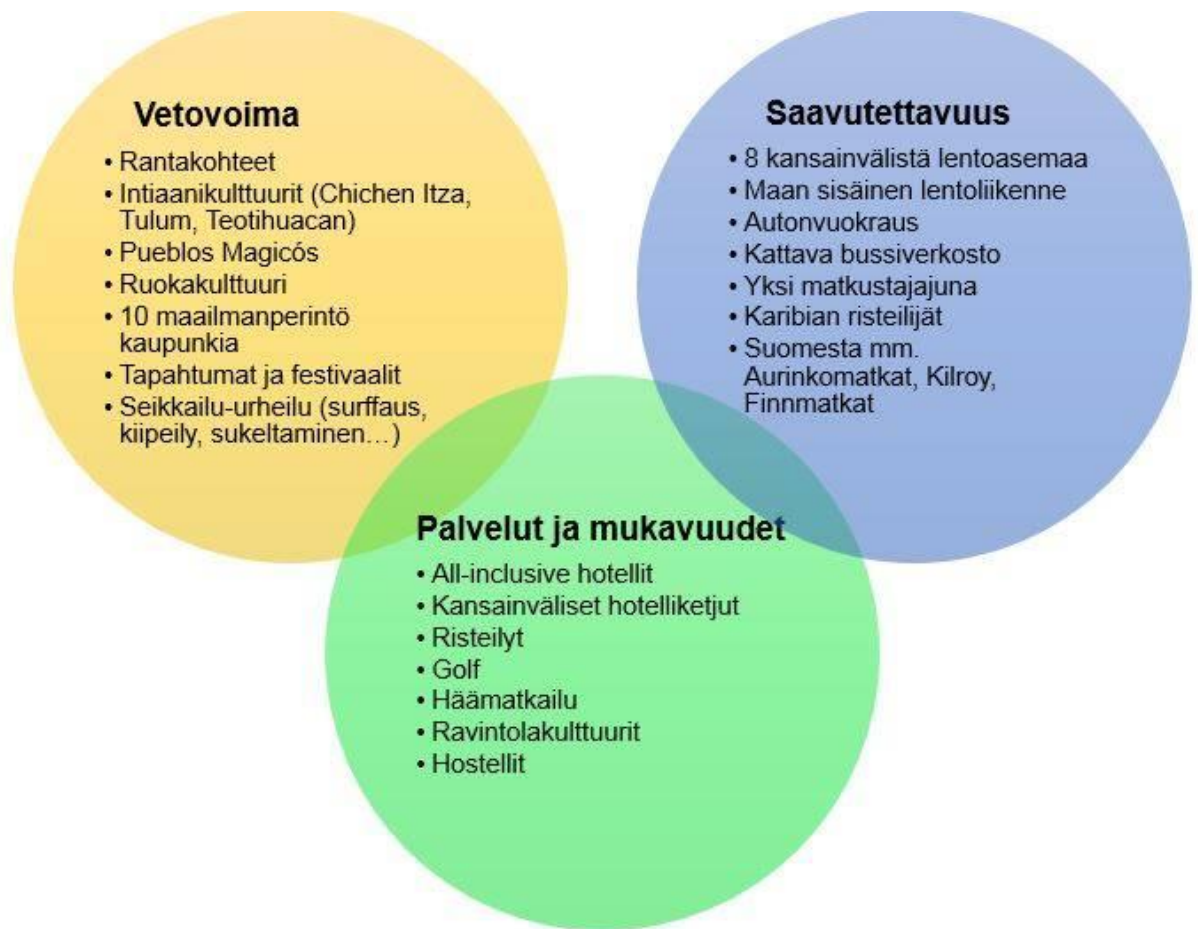
Menestyvät markkinointistrategiat vaativat maailmanlaajuisten liiketrendien tuntemusta ja ymmärrystä sekä ensisijaisten asiakkaiden arvokkuuden. Lisäksi nopea reagoiminen kilpailijoiden toimiin on tärkeää. Markkinointistrategian kuuluisi tuoda esiin yrityksen vahvuudet sekä sovittaa ne yhteen asiakkaiden laatuvaatimuksiin. Markkinointistrategian kuuluu olla joustava, jotta yritys pystyy vastaamaan asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin sekä tunnistamaan uusia markkinoita. Matkailualan yritysten tulee olla jatkuvasti tietoisia kilpailijatilanteesta sekä heidän markkinointistrategiaansa vaikuttavista tekijöistä. Kilpailullinen markkinointistrategia vaatii päätöksiä tuotemarkkinoilla, jonka alueella matkailuyritys toimii. Sijoitusten määrä sekä toiminta-alueen strategiat, jotka pitävät sisällään esimerkiksi tuotteistamisen, hinnoittelun, jakelun, segmentoinnin sekä informaatio teknologian. Strategiaa luodessa on hyvä käyttää apuna erilaisia business analyyssejä, kuten SWOT tai PESTEL analyyssejä. (Tsiotsou & Goldsmith 2012, 35–35.)

3.3 Meksikon imago matkailumaana

Matkakohteen imago on kuin pelkistetty versio todellisuudesta. Mielikuvan luominen matkakohteesta on tärkeää, sillä se vaikuttaa matkailijan valintaan tehdä päätös matkakohteesta. Nykypäivänä kohteiden markkinoijilla on ongelmana useat muut eri tiedonlähteet, joista matkailijat saavat tietoa kohteesta. Tämä tekee mielikuvien luomisesta haastavampaa (Cooper & Hall 2013, 218.)

Buhaliksen (2000) mukaan matkakohteet ovat matkailutuotteiden yhdistelmiä jotka tarjoavat kuluttajalle muokattuja palveluita. Vaikka matkakohteet perinteisesti luokitellaan maantieteellisen sijainnin mukaan, on nykyisin yleistynyt myös käsitys jossa matkakohde nähdään monipuolisena ja erilaisille matkailijoille suunnattuna, heidän matkaohjelmastaan, taustastaan, aikaisempien kokemusten sekä koulutustasosta riippuen. Monet matkakohdeet koostuvat osatekijöistä, jotka voidaan jakaa vetovoimatekijöiden, saavutettavuuden ja palveluiden mukaan. Kuviossa 3 esitellään Meksikon kolme A:ta mukaillen Buhaliksen

kuutta A:ta, jotka esitetään 3A:n muodossa (vetovoima, palvelut ja mukavuudet ja saavutettavuus).



Kuvio 3. Meksikon 3A:ta. (Visit Mexico 2015.)

Mexico Tourism Boardin ylläpitämä Visit México-internetsivusto tarjoaa matkailijalle runsaasti tietoa eri matkakohteista Meksikossa. Sivusto esittelee lukuisan määrän erilaisia aktiviteettejä golfista seikkailu-urheiluun, sekä vaihtoehtoja luksus- että häämatkailuun. Meksikolaista kulttuuria tuodaan vahvasti esille, erityisesti Jukatanilla kukoistanutta mayakulttuuria markkinoidaan vahvasti. Jukatan, jonka alueella sijaitsee muun muassa Cancun, Playa del Carmen sekä Tulum, onkin upeiden rantojen lisäksi erittäin kulttuurillinen kohde, sillä alueella sijaitsee lukuisia historiallisia maya-raunioita, kuten Chichen Itza, Tulum, Uxmal ja Coba. Rannikon seutu tunnetaan myös nimellä ”Riviera Maya”.

Meksikossa sijaitsee myös 64 ”Pueblo Mágico” nimikkeen saanutta kylää tai kaupunkia, joita markkinoidaan matkailijoille historiallisina ja perinteikkäinä kohteina, jotka tarjoavat kauniita luonnon nähtävyyksiä. Termi suomennettuna tarkoittaa ”lumoavaa kylää”. Tällaisia kohteita on esimerkiksi ekoturismista kiinnostuneille idyllinen Mazamitla, joka sijaitsee

Jalisco osavaltiossa, sekä samassa osavaltiossa sijaitseva Tequilan kylä, josta Meksikon kansallisjuoma tequila on lähtöisin, ja jossa suuri osa nykyisistä tequila tehtaista sijaitsee.

Meksikolla on runsaasti rantaviivaa sekä Tyynellämerellä että Atlantilla, ja maasta näin ollen löytyykin kattava määrä rantoja. Meksikon rantalomakohteet tarjoavat matkailijalle kaikkea; Karibian rannikkoa, lapsiperheille sopivia lomakohteita sekä laajan määrän erilaista vesiurheilua sukeltamisesta surffaamiseen (Visit Mexico 2015a,b,c.)

Mitä vahvempi ja helpommin määriteltävissä oleva kansallinen stereotypia maasta huokuu, sitä helpommin kohde saa huomiota myös medialta. Maat, joilla ei ole niin vahvaa imagoa, eivät saa mediassa yhtä paljon huomiota kuin vahvat kansakunnat. Voidaan esimerkiksi vertailla Meksikoa ja Chileä. Näistä kahdesta valtiosta Meksiko saa huomattavasti enemmän näkyvyyttä kansainvälisesti, ja tämä johtuu selkeästä brändistä, jota Meksiko maana esittää. Jos maalla on selkeä brändi, on se journalistille helpompi käsitellä. Mutta kuitenkin, media on vain viestin viejä, ja vahvan matkailumaan tulee olla keskittynyt tarjoamaan hyvää tuotetta, pelkkien mielikuvien luominen ei riitä (Anholt 2010, 142.)

3.4 Turvallisuus

Turvallisuus on yleisesti matkailijoille tärkeää. Turismiin ja matkustamiseen liittyy miltei aina positiivisia mielikuvia, ja tästä syystä hyvin usein riskien ennakoiminen ja turvallisuuden varmistaminen saattavat jäädä vähemmälle. Matkailijat ovat kuitenkin hyvin varovaisia kohteen suhteen: mikäli he lukevat tai näkevät uutisista pienenkin uhan leijuvan heidän valitsemansa matkakohteen yllä, saattavat he usein peruuttaa matkansa tai vaihtaa matkakohdetta. (Buhalis & Costa 2006, 19–20.)

Turvallisuusriskeiksi matkailijat kokevat kaksi asiaa, kriisit ja katastrofit. Kriisit yleisesti ottaen liittyvät ihmisten itsensä aiheuttamiin ikäviin tapahtumiin, kuten esimerkiksi Meksikon huumesota. Katastrofit taas ovat ennalta arvaamattomia tapahtumia, joihin ihminen itse ei voi vaikuttaa. Esimerkkinä tästä voi käyttää vuoden 2004 tsunamia. Nämä molemmat seikat vaikuttavat kuitenkin matkailijoihin heidän valitessaan matkakohdetta, ja ihmisten saamat mielikuvat matkakohteista vaikuttavat heidän valintoihinsa hyvinkin pitkään. Tiettyjä matkakohteita saatetaan alkaa vältellä, vaikkei siihen olisikaan hyvää syytä. (Buhalis & Costa 2006, 20–21.)

Kriisejä voi olla monenlaisia. Suurimmat kriisit, jotka voivat muuttaa matkailijoiden käsitystä matkakohteesta ja muuttaa kohteen imagoa pitkiksi ajoiksi, ovat sodat. Sodat vaikuttavat lisäksi muuhunkin matkustukseen kuin vain kohdemaan matkailuun. Sodat aiheuttavat

köyhyyttä ja tuovat esille muita ongelmia. Köyhyyden takia usein pikkurikollisuus, kuten taskuvarkaudet, lisääntyvät ja kohdistuvat entistä enemmän turisteihin. Tämä taas tuo uusia huonoja puolia maan imagoon. (Buhalis & Costa 2006, 21–22.) Tässä opinnäytetyössä käsitellään Meksikon huumesotaa turvallisuusriskinä, ja Meksikon imago matkailumaana onkin jo alkanut muuttua.

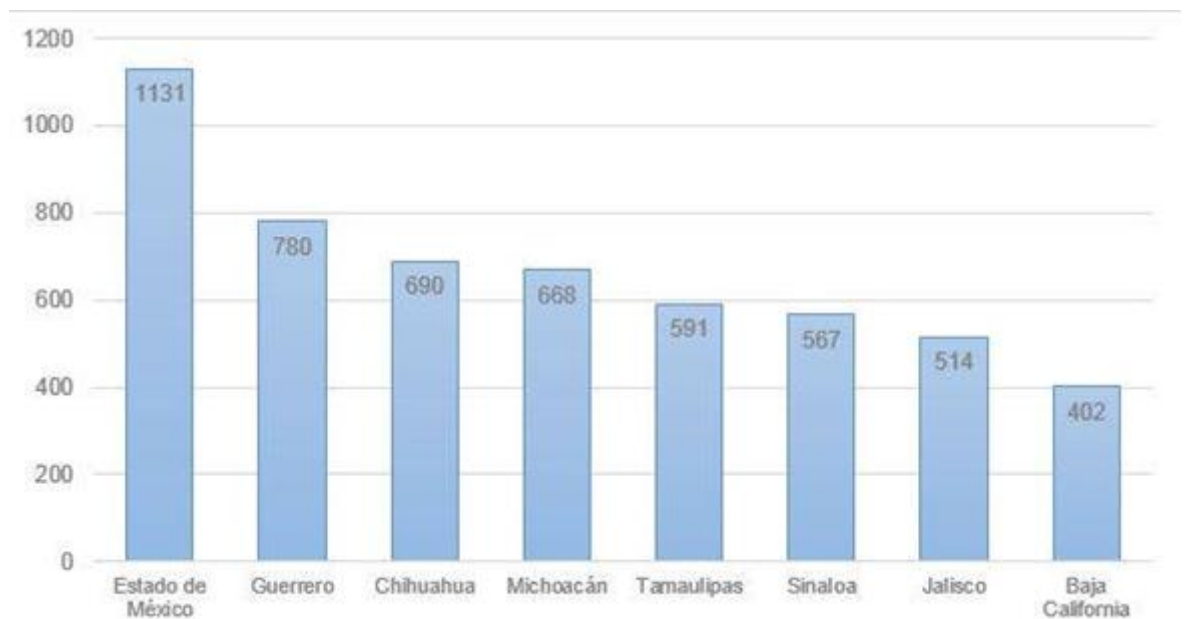
Matkailijat voivat monissa tapauksissa omalla toiminnallaan aiheuttaa vaaratilanteita ja turvallisuusriskejä sekä itsellensä että ympärillä oleville. Ennakkoon vaaralliseksi määritetyissä tai erityisen köyhissä kohteissa vieraileminen lisää riskiä joutua vaaratilanteisiin. Muita yleisiä asioita, joissa matkailijat itse ovat syyllisenä vaaratilanteelle, voivat olla esimerkiksi extreme-urheilulajien harjoittaminen, epähygieenisissä oloissa eläminen, huonossa terveydentilassa matkustaminen sekä epäkunnioittava käytös paikallisia tapoja ja kulttuureita kohtaan. Suuri osa matkailijoiden kokemista terveyst- ja turvallisuusongelmista tapahtuvat itsenäisille matkailijoille. Varkaudet, sairastumiset ja hukatut matkatavarat dominoivat matkailijoiden matkalla kokemia ongelmatilanteita. Eniten matkailijoiden kuolemaan johtavia onnettomuuksia aiheuttaa moottoriajoneuvoilla tapahtuneet onnettomuudet. Moottoriajo-neuvoilla tapahtuvien onnettomuuksien yleisyyteen vaikuttavat tuntemattomat liikennesäännöt, kulkuneuvon kunto sekä lomalla vallitseva huolettomuus, joka ajaa ihmistä riskialttiimpaan käytökseen (Wilks & Page 2003, 5; CDC 2013.)

3.4.1 Meksikon turvallisuusongelmat

Human Rights Watchin vuosittaisen raportin mukaan Meksikossa on vuodesta 2007 kadonnut yli 26 000 ihmistä. Vuoden 2013 kesäkuussa Meksikon kansallinen ihmisoikeusjärjestö työsti 2443 kadonneen henkilön tapauksia. Suurimmassa osassa katoamistapauksia poliisi ja syyttäjät epäonnistuvat tai eivät edes yritä tutkia katoamisia, vaan syyttävät uhreja ja käskävät omaisia etsimään kadonneita. Meksikossa ei ole olemassa tietojärjestelmää kadonneille tai kuolleille henkilöille, joten monen henkilön tapausta ei koskaan tutkita. Meksikon armeijaa syytetään korruptiosta ja viran väärinkäytöksistä, ja joulukuun 2006 sekä syyskuun 2013 välillä raportoitiin yli 8000 tapausta armeijan henkilöstön väärinkäytöksistä jotka rikkoivat ihmisoikeuksia. Näistä tapauksista juuri mikään ei mennyt jatkotutkintaan. Sananvapaus on Meksikossa kyseenalainen termi, sillä etenkin rikoksista raportoivia tai hallintoa moittineita journalisteja tapettiin ainakin 85 vuosien 2000 ja 2013 välillä. Tämän lisäksi useita journalisteja julistettiin kadonneeksi. Niin ikään naisiin ja tyttöihin kohdistunut väkivalta vieritetään usein uhrin syyksi, ja tästä johtuen väkivaltaa kokeneet harvoin raportoivat tapahtuneesta. Meksikon läpi kulkee vuosittain satoja tuhansia pakolaisia, joista monen kohtalona on joutua järjestäytyneen rikollisuuden tai Meksikon viran-

omaisten kynsiin. Seksuaalinen väkivalta sekä katoamiset ovat yleisiä maan läpi kulkevien pakolaisten kohdalla (Human Rights Watch 2014.)

Meksikon kansallinen tilastojen ja maantieteen instituutti, INEGI:n tekemän tutkimuksen mukaan 100 000 yli 18-vuotiasta asukasta kohden 28 244 joutui rikoksen uhriksi Meksikossa vuonna 2013. Koko asukaslukua nähden tämä vastaa noin 22,5 miljoonaa henkilöä. Rikoksien määrä lisääntyi Chiapasin, Coahuilan sekä Tlaxcalan osavaltioissa kaikissa yli 20 %:lla edellisvuoteen verrattuna. Chihuahuassa ja Tamaulipaksessa puolestaan rikollisuus väheni 15 %:lla. Guerreron ja Michoacanin osavaltioiden rikollisuustilastot pysyivät samoina. Yleisimpiä rikoksia (pois lukien tapot ja kidnappaukset) olivat varkaudet ja kiristytykset. Vuonna 2013 arvioilta 120 000 ihmistä joutui kidnappauksen uhriksi. Tutkimuksen mukaan 72,3 % meksikolaisista kokee olonsa jossain määrin turvattomaksi Meksikossa. Yhteensä vuonna 2013 raportoitiin 19 tappoa 100 000 asukasta kohden, joka tarkoittaa yhteensä 22 732 tappoa koko asukaslukua kohden. Luku tippui 12 %:lla vuoteen 2012 verrattuna. (ENVIPE 2014.) Alla olevassa kuviossa (kuvio 4) näkyy osavaltiot joissa aikavälillä tammikuu – kesäkuu 2014 tapahtui eniten tappoja.



Kuvio 4. Meksikon osavaltiot joissa eniten tappoja tammi–kesäkuussa 2014. (Justice in Mexico 2014.)

Kuvion 4 mukaan eniten tappoja alkuvuodesta 2014 tapahtui Estado de Méxicon osavaltiossa, jossa tapahtui 1131 henkirikosta. Seuraavalla sijalla Guerreron osavaltio, jossa kuitenkin tapahtui huomattavasti vähemmän henkirikoksia ensimmäisen sijan pitäjään verrattuna. Kaupunkeja joissa henkirikoksia tapahtui eniten olivat esimerkiksi Acapulco, Juárez, Tijuana sekä Culiacán (Justice in Mexico 2014a,b.)

3.4.2 Matkailijoiden turvallisuus Meksikossa

Yhdysvaltalaiset matkailijat matkustavat Meksikoon aktiivisesti. Yleensä matkan syynä on joko loma- tai työmatka, mutta myös monet opiskelijat matkustavat Meksikoon. Näitä opiskelijoiden tekemiä matkoja kutsutaan yleisesti nimellä spring break-matkat, millä siis tarkoitetaan hiihtolomaviikkoa, joka usein vietetään Meksikossa tai muualla ulkomailla. Joka päivä noin 150 000 tuhatta ihmistä ylittää Yhdysvaltojen ja Meksikon rajan, ja Meksikon valtiolla on täysi työ pitää matkailijat turvassa järjestäytyneeltä rikollisuudelta. Tähän asti suurimmat lomakohteet Meksikossa ovat pääasiassa välttyneet väkivaltaisuuksilta, ja matkailijat ovat pääsääntöisesti voineet lomailia rauhassa. Kuitenkin monet yhdysvaltalaiset matkailijat ovat joutuneet rikollisuuden uhreiksi. Murhat, kidnappaukset, tapot ja aseelliset taistelut ovat yleisimpiä rikollisuuden muotoja, joihin matkailijat ovat joutuneet. Vuonna 2013 Meksikossa kuoli raporttien mukaan 81 yhdysvaltalaista, ja vuonna 2014 vastaava luku oli 85. Nämä kuitenkin ovat vain raportoidut kuolintapaukset, nimittäin edelleen suurin osa matkailijoiden tai muiden vierasmaalaisten kuolemista jää raportoimatta. (U.S. Passport & International Travel 2014.)

Matkailijoiden on käytännössä mahdotonta välttyä minkäänlaisen rikollisuuden näkemiseltä ja kokemiselta Meksikossa. Meksikon valtio ja järjestäytyneen rikollisuuden ryhmät ja huumekartellit ottavat yhteen monissa Meksikon kaupungeissa ja osavaltioissa, joskus jopa päivittäin. Näissä yhteenotoissa kuolee usein myös sivullisia, viattomia uhreja. Myös tämäntyyppisissä yhteenotoissa kidnappaukset ovat yleisiä. Kidnappausten uhreiksi ovat joutuneet niin paikalliset kuin matkailijat, ja vuonna 2014 Yhdysvaltojen Suurlähetystöön ilmoitettiin yli 130 kidnappauksetapausta. Kidnappauksia tehdään yleensä helpon rahan toivossa, uhri esimerkiksi pakotetaan nostamaan kortilta rahaa jonka jälkeen uhri yleensä vapautetaan. Kuitenkin järjestäytyneen rikollisuuden ryhmät ovat kehitelleet ovelampia kidnappaus keinoja, joista yksi on niin kutsuttu ”virtuaalinen” kidnappaus. Tässä tapauksessa uhriin otetaan yhteyttä yleensä puhelimitse, jonka jälkeen häntä ja hänen perhettä aletaan uhkailla. Uhri pakotetaan eristäytymään perheestään, ja tekemään asioita, kuten toimittamaan rahaa, rikolliselle ryhmälle. Uhria siis pidetään otteessa väkivallan uhkalla. Viime aikoina monet matkailijat ovat kertoneet joutuneensa tämäntyyppisen kidnappauksen uhreiksi asuessaan hotelleissa Meksikossa. (U.S. Passport & International Travel General Conditions 2014.)

Suomen ulkoasianministeriö julkisti joulukuussa Maailma yllättää- nimisen karttapalvelun, jonka tarkoituksena on jakaa tietoa matkailijoilta matkailijoille. Palvelu antaa matkailijoille mahdollisuuden jakaa omia kokemuksiaan sekä lukea muiden matkailijoiden kokemuksia

kohteesta. Kartalle voi merkitä kohteita joissa matkailija on kokenut esimerkiksi turvallisuusuhkia tai yllättäviä luonnonilmiöitä. Karttapalvelussa on kuusi eri vaihtoehtoa, jonka matkailija voi merkitä käymäänsä kohteeseen. Vaihtoehdot ovat: yllättävän turvallinen paikka, yllättävän turvaton paikka, hurjat luonnonilmiöt, yllättävän kiinnostava, törmäsin kulttuurieroihin sekä tarvitsin edustuston apua. Meksikon kohdalla oli viisi merkintää kohdan ”yllättävän turvaton paikka” alla, joista neljä merkintää oli Mexico Cityn alueella, sekä yksi Tijuana Yhdysvaltojen rajalla. Huomattavasti enemmän merkintöjä oli ”yllättävän turvallinen paikka” kohdan alla, sillä näitä kohteita oli merkitty 26. Yllättävän turvallisiksi kohteiksi matkailijat ovat määritelleet esimerkiksi Mexico Cityn, Guadalajaran, Chihuahuan, Puerto Vallartan sekä useita kohteita Jukatanin niemimaalla. Yksikään matkailija ei ole merkinnyt tarvitseensa edustuston apua matkansa aikana (Lentoposti 2015;Maailma yllättää 2015.)

4 Meksiko ja huumeet

Tässä kappaleessa kerrotaan huumeiden historiasta yleisesti Meksikossa, ja selvennetään lisäksi mitä huumesodalla tarkoitetaan. Huumeita on salakuljetettu Meksikosta Yhdysvaltoihin jo monia kymmeniä vuosia, ja huumesota sellaisena kuin se nykyään tunnetaan, on Meksikon valtion yritystä taistella huumeita ja huumeiden salakuljetusta vastaan.

4.1 Huumeiden historiaa Meksikossa

Yhdysvaltojen ja Meksikon välinen huumekauppa on jatkunut jo yli 100 vuotta. Aiemmin ennen Meksikoa, Turkki tunnettiin suurena huumeiden tuottajamaana. Turkki tuotti paljon heroiniä 1920-luvulla, mutta oopiumin viljelyn kieltäminen 1970-luvulla horjutti Turkin asemaa huumemaana. (Lunde 2004, 177.)

Meksiko tunnettiin huumemaana kuitenkin jo 1960-luvulla. Tällöin Meksikon huumeparonina tunnettiin Jaime Herrera Navarez. Hän hallitsi Sierra Madren vuoristossa tuotetun heroinin jakelua. Yhdysvallat osallistui ensimmäisiä kertoja Meksikon huumekauppaan vuonna 1969, kun presidentti Nixon yritti saattaa Navarezin toiminnan päätökseen. Tämä operaatio tunnettiin nimellä Operaatio Pysäytys. Meksikon valtio ei kuitenkaan pitänyt operaatiosta, sillä se häiritsi meksikolaisia. Operaation aikana Yhdysvaltojen ja Meksikon rajaa vartioitiinkin tiukasti, ja kaikki rajan ylittävät tarkastettiin huumeiden varalta. Lopulta operaatio lopetettiin valtioiden suhteiden ylläpitämisen vuoksi. Yhdysvallat ei kuitenkaan luovuttanut, vaan operaation lopettamisen jälkeen ne tarjosivat Meksikolle miljoona dollaria jotta Meksikon valtio itse hoitaisi huumeplantaasit pois. Tämä ei kuitenkaan onnistunut, ja 1980-luvulla heroiniä tuotettiin Sierra Madren vuoristojen lisäksi jo muualla maassa. (Lunde 2004, 177.) Heroinin tuotanto yleistyi rajusti, ja 1987 Yhdysvalloissa järjestettiin mainontakampanja huumeita vastaan. Tämä ei kuitenkaan tuottanut valtion toivomaa tulosta, joten kampanja päätettiin lopettaa. (Suddath 2009.)

4.2 Kartellit

1990-luvun puolivälissä Meksikoa hallitsi kolme suurta huumekartellia: Garcia Abgeron Meksikonlahden kartelli, Juárezin kartelli Ciudad Juárezissa ja Tijuanan kartelli. Abgero oli yksi FBI:n etsityimmistä vuonna 1995, sillä hänen epäiltiin olevan yhteistyössä kolumbia-laisen Calin kartellin kanssa. Abgeron kuitenkin saatiin kiinni, ja hänet tuomittiin vuonna 1997 11 elinkautiseen. Näihin aikoihin meksikolaisia huumekartelleja alkoi olla jo niin monta, että Calin kartelli Kolumbiassa syrjäytettiin ja Meksikosta tuli pääsääntöinen huumeiden salakuljetusmaa Yhdysvaltoihin. Lisäksi kartelleista Juárezin kartellin on Amado Carillo Fuentesin johdolla väitetty tuottavan yli 200 miljoonaa dollaria viikossa huumeiden

salakuljetuksesta Kaliforniaan ja muualle Yhdysvaltojen länsirannikolle. (Lunde 2004, 177–178.)

Vuonna 2000 poliisi arvioi, että lähes puolet 15–20 kansainvälisestä huumekartellista oli meksikolaisia. Kuitenkin vuonna 2003 Meksikon valtio näytti tiukentaneen otteitaan huumeiden suhteen, ja kartellit olivat menettää otteensa Meksikon ja Yhdysvaltojen välisestä rajasta. Lisäksi kartellien johtajia saatiin kiinni: Osiel Cardenas saatiin kiinni väijytyksellä, johon huipentui Meksikon valtion puolivuotinen operaatio, jossa he olivat vakoilleet Meksikonlahden kartellia. Tijuanan kartellin johtaja Ramon Arellano kuoli 2002 poliisien ja kartellien yhteenotossa, ja hänen veljensä josta piti tulla kartellin johtaja Arellanon jälkeen, otettiin kiinni. (Lunde 2004, 177–179.)

Vuonna 2002 Yhdysvalloissa presidentti Bushin toimesta päätettiin pyrkiä alentamaan huumeiden käyttöä maassa 25 %. Tämä johti siihen että samana vuonna tehtiin ennätysmäärä pidätyksiä liittyen marihuanan käyttöön. Tehostetut poliisivoimat ja operaatio kuitenkin alensi marihuanan käyttöä vain 6 % maassa. Lisäksi huumeet yleistyvät nopeasti: mikäli yhden huumausaineen käyttö todetaan vaikeaksi, muut voivat yleistyä nopeastikin. (Suddath 2009.)

Huumesodan julistamisen jälkeen Meksikon ja Yhdysvaltojen rajavalvontaa on parannettu huomattavasti, ja tästä syystä huumekartellit ovat joutuneet kehittämään erilaisia keinoja salakuljettaa huumeita. Ensimmäisiä suuria salakuljetustunneleita oli vuonna 2003 löydetty tunneli Tijuanaasta Kalifornian Otay Mesaan, joka oli 160 metriä pitkä. Tunnelissa oli myös sähköt ja ilmastointi (Lunde. 2004. 177.) Vuoteen 2012 mennessä Meksikon ja Yhdysvaltojen väliseltä rajalta on löydetty yli 70 maanalaista tunnelia, joita on käytetty huumeidensalakuljetukseen (Suomen kuvalehti 2012.)

Alla olevassa kartassa (kuvio 5) näkyvät huumekartellien nimet ja alueet Meksikossa.

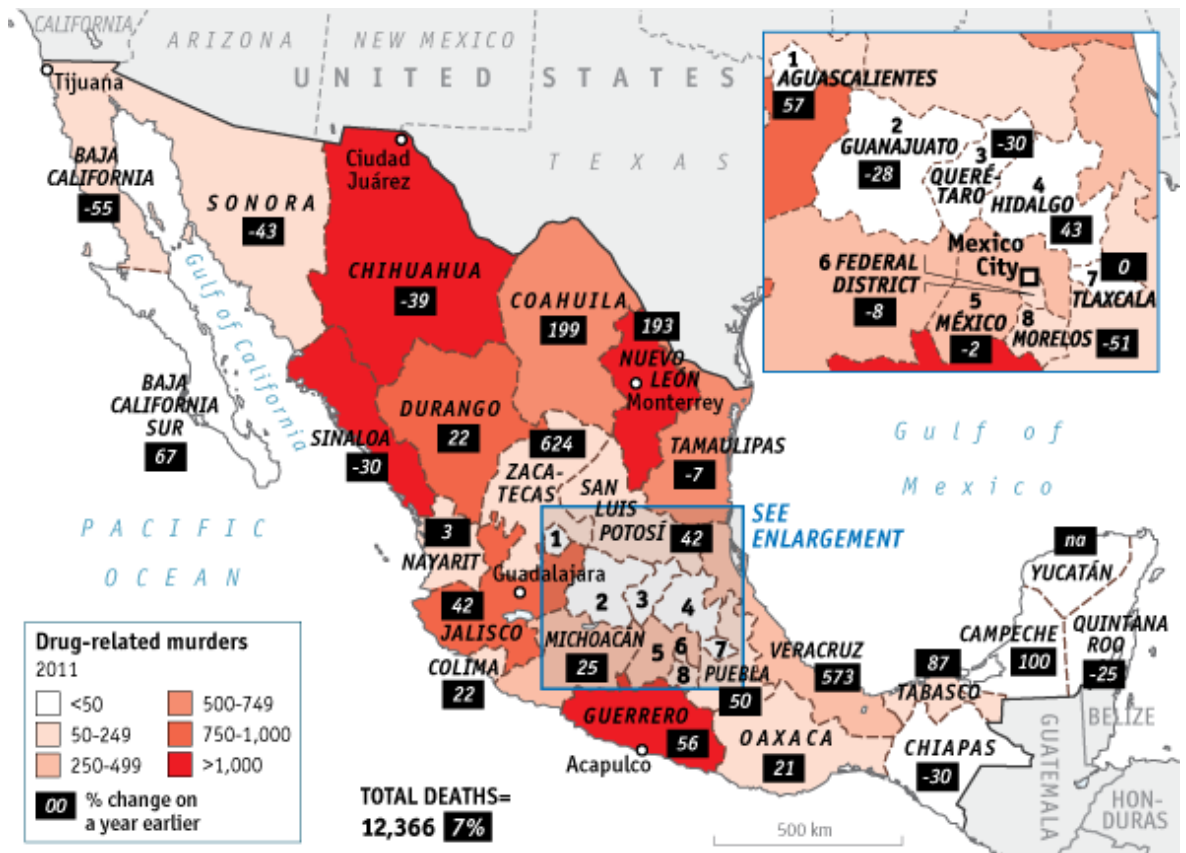


Kuvio 5. Huumekartellien alueet Meksikossa. (Mexico Drug War Fast Facts 2014.)

Kuviosta 5 voidaan päätellä että suurimmat Meksikossa toimivat huumekartellit ovat lännessä toimiva Sinaloan kartelli sekä koko itärannikon leveydellä toimiva Los Zetas. Sinaloan kartelli on vaikutusvaltaisin huumekartelli joka toimii 17 osavaltiossa Meksikossa, sekä sen lisäksi Yhdysvalloissa. Kartellilla on yhteyksiä aina Australiaan asti. Los Zetas tunnetaan väkivaltaisuudestaan, ja sitä pidetään brutaaleimpana kaikista huumekartelleista Meksikossa. Yhdysvaltain huume poliisi sekä Meksikon valtio taistelee aktiivisesti Los Zetasia vastaan, joka on johtanut useisiin väkivaltaisiin iskuihin. Nykyisin Los Zetas on levittäytynyt myös Guatemalan puolelle, jossa se on laajentanut toimintaansa lapsiprostitui-tioon sekä öljyvarkauksiin (Bender 2014.)

Suomen ulkoasiainministeriö listaa Meksikon matkustustiedotteessaan seuraavat osavaltiot turisteille vaarallisiksi Michoacanin, Guerreron, Sinaloan, Chihuahuan, Sonoran, Coahuilan, Tamaulipasin, Durangon, Nuevo Leonin, Veracruzin ja Zacatecasin. Matkustettaessa näihin osavaltioihin tulee turistien olla varuillaan. (Ulkoasiainministeriö 2014d.)

Alla olevassa kartassa (kuvio 6) näkyvät punaisella merkattuna vaarallisimmat osavaltiot Meksikossa The Economistin mukaan. Lisäksi kartassa näkyy vuoden 2011 aikana huumesodassa kuolleiden lukumäärä.



Kuvio 6. Huumesotaan liittyvät kuolemat vuonna 2011. (The Economist 2012.)

Ulkoasiainministeriöllä ja The Economistilla on suurin piirtein samat alueet merkittynä vaarallisimmiksi alueiksi Meksikossa. Samoja alueita ovat esimerkiksi Sinaloa, Guerrero, Chihuahua ja Nuevo Leon. Myös muut alueet (Coahuila, Durango ja Tamaulipas) kuviosta 6 esiintyvät ulkoasiainministeriön Meksikon matkustustiedotteessa, tosin näitä The Economist ei luetteloisi vaarallisimmiksi.

4.3 Meksikon huumesota

Vuonna 2006 joulukuussa Meksikon entinen presidentti Felipe Calderón julisti huumeiden vastaisen sodan valtion ja huumekartellien välille. Sodan tarkoituksena oli kitkeä huumeiden tuotanto ja huumekauppa pois Meksikosta, ja hillitä niiden vientiä ulkomaille. Tämä ei kuitenkaan toiminut niin kuin piti, vaan sodan julistaminen lietsoi väkivaltaa Meksikossa ja on tähän päivään mennessä myös eristänyt tiettyjä alueita vain huumekartellien käyttöön. Meksikon valtio käy edelleen sota huumeita vastaan, ja huumesodassa kuolleita on vuosittain noin 10 000. Meksikon huono juridinen järjestelmä ja korruptoituneet puolustus-

voimat ovat tehneet maasta otollisen paikan rikollisuudelle kukoistaa. Valtio on myös erot-
tanut monia poliittisesti tärkeitä henkilöitä epäiltynä korruptiosta ja yhteistyöstä huume-
kartellien kanssa. Lisäksi Meksikon valtiota on kritisoitu sodankäynnistä. Calderónin vallan
aikana armeijan on väitetty jättäneen tekemättä asioita, joilla huumekartellit olisi saatu
hajotettua. Lisäksi Calderónin kuusivuotiskauden aikana murhattujen kansalaisten määrä
kaksinkertaistui verrattuna edellisen presidentin kauteen. Vuonna 2012 presidentiksi valit-
tiin Enrique Peña Nieto, jonka tähänastisen kauden aikana on otettu kiinni monia huume-
kartellien johtajia, joista suurin saavutus on ehkä El Chapon tunnetun Joaquín Guzmánin
kiinniotto. Guzmán johti Sinaloan kartellia, joka on yksi vanhimmista ja parhaiten järjestäy-
tyneistä huumekartelleista Meksikossa. (Lee 2014.)

Huumesota ei ole niinkään koskettanut matkailijoita ja turisteja Meksikossa, sillä useimmat
turistialueet ovat pysyneet huumesodan ulottumattomissa, mutta viime aikoina tässä asi-
assa on tapahtunut käänne. Acapulco, joka on yksi Meksikon suosituimmista turistikoh-
teista, on säilynyt hyvin huumesodan ulottumattomissa vaikka se sijaitsee suhteellisen
lähellä monien kartellien reviireitä. Kuitenkin viimeisen neljän vuoden aikana Acapulcossa
on muun muassa raiskattu kuusi espanjalaista turistia sekä yhdeltä vilkkaimmalta turisti-
kadulta on löydetty viisi päätöntä ruumista. Yhdysvalloissa muun muassa Teksasin osa-
valtiossa ihmisiä on alettu varoittaa Meksikon huumesodasta ja väkivaltaisuuksista, ja
lisäksi amerikkalaisia opiskelijoita on varoitettu menemästä spring breakin viettoon Meksi-
koon. (O'Reilly 2013.)

Uusin iso uutinen Meksikon huumesotaan liittyen on 43 kadonneen opiskelijan tapaus,
joka tapahtui lokakuussa 2014 ja puhutti ihmisiä ympäri maailmaa. Tapauksessa 43 opis-
kelijaa katosi otettuaan yhteen poliisin kanssa Iqualan kaupungissa, Guerreron osavalti-
ossa. Pian katoamisten jälkeen aluetta hallitsevat huumekartellin jäsenet tunnustivat sie-
panneensa ja murhanneensa opiskelijat, mutta koska todistusaineistoa ei löytynyt, virallis-
ta lausuntoa opiskelijoiden kuolemasta ei annettu. Vasta kaksi kuukautta tapahtuneen
jälkeen kaatopaikalta löytyneiden pahasti palaneiden ruumiiden DNA teisteillä pystyttiin
varmistamaan yhden opiskelijan identiteetti. 43 opiskelijan tapaus shokeerasi koko Meksi-
koa, tuhansia protesteja järjestettiin eri puolella maata, ja presidentti Enrique Peña Nieto
sai osakseen paljon kritiikkiä (BBC 2014.)

5 Tutkimus ja sen kulku

Luvussa käsitellään tässä opinnäytetyössä käytettyä tutkimusmenetelmää ja siihen liittyviä seikkoja. Lisäksi luvussa selvennetään kyselylomakkeen käyttöä tässä opinnäytetyössä, ja käydään läpi tärkeät termit tutkimukseen liittyen. Tässä tutkimuksessa käytettiin tutkimusmenetelmänä kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Tutkimuksen ongelma oli kuinka turvallisena matkakohteena suomalaiset näkevät Meksikon.

5.1 Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus käsittelee numeroita ja lukumääriä. Kvantitatiivisen tutkimuksen juuret löytyvät luonnontieteistä, sillä näillä tieteenaloilla useat tutkimukselliset menetelmät ovat samantapaisia. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa haetaan ja vahvistetaan yleisiä syyn ja seurauksen lakeja. Tutkimuksessa on tärkeää tuntea aiemmat teoriat sekä tehdä johtopäätökset aiemmin tehdyistä tutkimuksista. Käsitteiden määrittely sekä hypoteesien esittäminen ovat myös merkityksellisiä määrällistä tutkimusta tehdessä. Hankittavan aineiston tulee soveltua määrälliseen ja numeeriseen mittaamiseen, joten tutkijan tulee laatia hyvä suunnitelma aineiston keruuta varten. Tutkittavat henkilöt valitaan ja määritellään perusjoukko, johon tulosten tulee päteä. Lopuksi tehdään päätelmät tilastollisen analysoinnin muodossa. Tuloksia kuvaillaan esimerkiksi prosenttitaulukoiden avulla. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 135–136.)

Kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä tärkeää on koehenkilöiden ja kohderyhmän tarkka valikointi, muuttujien huomioiminen, päätelmien teko ja tilastollinen analysointi. Lisäksi yleisiä piirteitä ovat esimerkiksi suurien tietomäärien kerääminen muun muassa kyselylomakkeiden kautta, ja myös tähän tutkimukseen kerätty aineisto kerättiin kyselylomakkeen kautta saatujen vastausten muodossa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 139–140.)

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä valittiin tähän opinnäytetyöhön, siksi että aiheesta haluttiin saada mahdollisimman laaja katsaus. Lisäksi määrällinen tutkimus tässä tapauksessa toimi paremmin kuin laadullinen, sillä otannan ollessa suurempi tuloksen voidaan olettaa olevan validimpi. Laadulliselle tutkimukselle ominaisissa haastatteluissa ei tutkittavasta aiheesta olisi välttämättä saanut kattavaa kuvaa. Laadullisessa tutkimuksessa haastattelijalla voi olla vaikutusta haastateltavan vastauksiin, kun taas määrällisessä tutkimuksessa vastaajat ovat anonyymejä, eivätkä he ole vuorovaikutuksessa keskenään. Lisäksi määrällisessä tutkimuksessa vastaajat mahdollisesti vastaavat todenmukaisemmin kysymyksiin. Määrällisen tutkimuksen tuloksia on yleisesti helppo analysoida kuvioilla ja taulu-

koilla. Näin tutkija pystyy havainnollistamaan lukijalle tutkimuksen tuloksia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 139–140.)

5.2 Kysely aineistonkeruumuotona

Kyselylomake on yksi kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän yleisimpiä aineistonkeruumuotoja. Kyselylomakkeen etuina voidaan pitää seuraavia asioita; kyselylomakkeella tavoitetaan suuri määrä koehenkilöitä, sen avulla voidaan kysyä monia eri asioita ja se on tehokas. Koehenkilöt voidaan valita tutkimukseen kahdella tavalla: satunnaisesti tai ei-satunnaisesti. Satunnaisesti valitut koehenkilöt lisäävät tutkimuksen luotettavuutta, joka on siis tutkimuksen kannalta parempi vaihtoehto. Tämä myös tarkoittaa sitä että vastaukset ovat tulleet tutkimukseen ilman tutkijan tai tutkittavan pyrkimystä. (Metsämuuronen 2006, 51.)

Tutkijan kohdalla kyselylomake säästää aikaa. Hyvin suunniteltu kyselylomake on myös helppo tallentaa ja analysoida siihen muotoon kun tutkija sen haluaa. Kyselylomakkeella on kuitenkin myös huonoja puolia. Näitä ovat muun muassa ettei tutkija koskaan voi tietää kuinka vakavasti vastaajat ovat kyselylomakkeen ottaneet, millaiseksi vastaajat kokivat vastausvaihtoehdot ja oliko vastaajilla aiempaa tietoa tai kokemusta käsiteltävästä aiheesta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 193–197.)

Kyselylomaketta tehtäessä tulee olla tarkka kysymysten suhteen. Kysymysten muoto on suurin virheiden aiheuttaja, sillä kysymykset voidaan käsittää monella eri tavalla. Näin ollen kysymysten tulee olla yksiselitteisiä, eikä niissä saa olla liikaa tulkinnan mahdollisuutta. (Valli 2007, 103–104.) Tämän tutkimuksen kyselylomakkeessa pyrittiin saamaan selville millaisia mielikuvia vastaajilla on Meksikosta matkailumaana, kokivatko vastaajat Meksikon turvalliseksi matkakohteeksi, ja kuinka moni vastaajista on matkustanut Meksikoon.

Aineistoa kerättiin kyselylomakkeella (kts. Liite 1), ja se lähetettiin Webropolin kautta Haa-ga-Helia ammattikorkeakoulun Porvoon Campuksen opiskelijoille, sekä jaettiin Pallontal-laajat.net-sivustolla. Tämän lisäksi opinnäytetyön tekijät jakoivat kyselylomaketta Facebookissa. Kysely avattiin ja laitettiin levitykseen sosiaalisessa mediassa 10.2.2015. Kysely jaettiin ensin sähköpostitse Porvoon Campuksen opiskelijoille. Muutaman tunnin kuluttua tästä kysely jaettiin Pallontallaajat.net-sivustolla sekä kirjoittajien Facebook-sivuilla. Jo ennen kyselyn jakamista sosiaalisessa mediassa, kyselyyn oli saatu vastauksia. Kysely oli auki tasan kaksi viikkoa, ja se suljettiin 24.2.2015. Suurin osa vastauksista saatiin kahden ensimmäisen päivän aikana, kun kysely oli avattu. Kyselyn toisen viikon aikana saatiin

vain noin 30 vastausta. Kaiken kaikkiaan kyselyyn vastasi yhteensä 294 henkilöä, ja vastanneista suurin ikäryhmä oli 18–25-vuotiaat 65,3 %:lla.

Kyselylomakkeeseen vastanneet jaettiin kahteen osaan seuraavasti; niihin jotka ovat käyneet Meksikossa ja niihin jotka eivät ole. Molemmille ryhmille oli räätälöity sopivat kysymykset. Kysymyksissä pyrittiin selvittämään vastaajien mielikuvia Meksikosta, sekä kyselyssä keskityttiin imagoon ja turvallisuuteen liittyviä kysymyksiä. Molemmilta ryhmiltä pyrittiin kuitenkin kysymään samankaltaisia kysymyksiä, jotta näitä voisi analysointivaiheessa verrata keskenään.

Kyselylomake haluttiin pitää mahdollisimman yksinkertaisena ja lyhyenä, jotta vastaajien mielenkiinto ei tyrehtyisi kesken kyselyn. Suurin osa kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä, joihin oli nopea vastata. Kaiken kaikkiaan kyselyn täyttämiseen meni testausvaiheessa aikaa noin kolme minuuttia. Kysymykset olivat selkeitä ja vastausvaihtoehdot olivat yksinkertaisia, jotta kaikki vastaajat ymmärtäisivät kysymykset samalla tavalla. Tähän pyrittiin siksi, ettei tulkinnan varaa jäisi, ja kysymyksien vastauksia voitaisiin pitää validimpina. Kysymykset haluttiin pitää pakollisina vastata, jotta vastaajat eivät jättäisi vastaamatta joihinkin kysymyksiin. Näin ollen tulos olisi ollut vaikeasti analysoitavissa. Avoimien kommenttien vastauskenttä oli ainoa kysymys, joka ei ollut pakollinen. Tätä ei haluttu laittaa pakolliseksi siksi että kysymyksen pakollisuus olisi saattanut kasvattaa arvottomien vastausten määrää.

Kyselylomake valittiin tämän tutkimuksen aineistonkeruumuodoksi, koska sillä pystyy saavuttamaan suuren määrän mahdollisia vastaajia. Kysymyksistä ei myöskään tule johdattelevia, sillä ne ovat samat kaikille, eikä tutkija itse pysty vaikuttamaan vastaajaan. Hyvin suunniteltu kyselylomake säästää tutkijan aikaa ja se on helppo analysoida. Lisäksi opinnäytetyöntekijät ovat aiemmin tehneet kyselylomakkeita Webropol-ohjelmalla, joten valinta koettiin luonnolliseksi. Myös Webropol-ohjelma koettiin helpoksi ja luotettavaksi käyttää, ja sillä saatiin kattavia analyysseja tehtyä, eikä opinnäytetyöntekijöiden tarvinnut käyttää muita ohjelmia. Opinnäytetyöntekijät olivat myös käyttäneet Webropolia aiemmissä tutkimuksissaan. Webropolissa pystyi myös analysoimaan hyvin kyselyn tuloksia. Lisäksi kyselyn linkki oli helppo lähettää ja jakaa esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, ja näin ollen kohde-ryhmä saavutettiin nopeasti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 188.)

5.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen jälkeen on hyvä pohtia oliko tutkimus reliabeli ja validi. Reliaabelius viittaa tutkimuksen luotettavuuteen. Tämä voidaan todeta esimerkiksi jos suuri osa koehenkilöistä ja vastaajista on päätenyt samaan tulokseen. Tällöin tutkimusta voidaan pitää reliabelina, koska siinä on yhdenmukaisuutta. Kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä on käytössä monia eri keinoja mitata tutkimuksen reliabeliutta, mutta teoriassa kyse on kuitenkin aina samasta: kyvystä mitata ei-sattumanvaraisia tuloksia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231.)

Toinen tutkimuksen luotettavuuteen liittyvä käsite on validius. Validiudella mitataan tutkimuksen pätevyyttä, mikä tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä mitä on tarkoituskin mitata. Kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä tutkijan on pystyttävä ymmärtämään, etteivät kaikki vastaajat välttämättä ole ymmärtäneet kysymyksiä samoin kuin tutkija. Mikäli tutkija käsittelee vastauksia ainoastaan oman ajattelumallinsa mukaan, ei tutkimustuloksia voida pitää pätevinä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231–232.)

Niin määrällisessä kuin laadullisessa tutkimuksessa voidaan käyttää tutkimuksen tarkenukseen useita eri menetelmiä. Tästä käytetään nimitystä triangulaatio, mikä tarkoittaa siis tutkimusmenetelmien yhteiskäyttöä. Triangulaatioiden on tarkoitus parantaa tutkimuksen validiutta antamalla lisää näkökulmia tutkimuskohteeseen. Ensimmäisen kerran nimitys esiintyi 1970-luvulla, kun Denzin jakoi triangulaation neljään eri kategoriaan. Tässä opinnäytetyössä käytetään kategorioista tutkijatriangulaatiota. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että raporttia tekemässä on kaksi eri tutkijaa, jolloin molemmat eivät vain kerää aineistoa, vaan myös analysoivat ja tulkitsevat tuloksia. Parhaimmillaan tutkijatriangulaatio parantaa ja antaa tutkimukseen lisää syvyyttä, ja samalla harjoittaa työntekijöiden keskinäistä kommunikointia ja yhteistyötaitoja. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 232–233.)

Jokainen tutkimuksen kanssa tekemisissä ollut tulkitsee tutkimusta eri tavalla. Tähän lasketaan tutkijat, tutkittavat ja tutkimuksen lukijat. Näin ollen jokainen näistä tulkitsee tutkimusta eri tavalla, joten tulkintaerimielisyyksiä voi syntyä. Tästä syystä tutkijan on syytä pohtia erilaisia tulkintoja tutkimuksestaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 224–225.)

Tutkimuksen luotettavuutta nostaa saatujen vastausten määrä. Kyselylomakkeessa oli valmiiden kysymysten lisäksi avoimien kommenttien kenttä, johon vastaajat saivat kirjoittaa omia kommenttejaan. Avoimien kommenttien osalta huomattiinkin, että vastaajat olivat todella keskittyneet vastaamaan kyselylomakkeen kysymyksiin, sillä avoimissa kommentteissa

teissa oli paljon mielipiteitä Meksikosta ja sen nykytilasta. Lisäksi tämä kieli siitä, että kyselyyn vastanneet olivat aidosti kiinnostuneita kyselyn aiheista. Kuitenkin avoimia kommentteja saatiin 80 kappaletta, mikä on 27 % kaikista vastaajista. Kirjoittajat kokivat että avoimia kommentteja olisi saanut olla enemmän. Avoimien kommenttien kenttä oli kuitenkin vapaavalintainen täyttää, se ei siis ollut edellytys kyselyn lähettämiseksi. Kirjoittajat eivät halunneet laittaa kenttää pakolliseksi, koska se olisi saattanut kasvattaa arvottomien kommenttien määrää.

Kyselylomakkeen koetaan mittaavan sitä mitä sen oli tarkoituskin mitata, eli se koetaan validiksi, mutta kohderyhmä olisi ollut hyvä määritellä ennalta. Kohderyhmäksi olisi mitä luultavimmin valikoitunut nuoret aikuiset, noin 18–30-vuotiaat. Tällöin tutkimuksella olisi ollut selkeä perusjoukko, ja tulokset olisivat olleet yleistettävimpiä. Nyt kun tutkimukselle ei ollut määritelty tarkkaa perusjoukkoa, pystyivät kaiken ikäiset vastaamaan tutkimuksen kyselyyn. Vastaavasti tutkimuksen nykyiseen vastaajajoukkoon olisi haluttu enemmän vastauksia vanhempiin ikäryhmiin kuuluilta, jotta nykyisestä tuloksesta olisi tullut yleistettävämpi. Vastaajista kuitenkin suurin osa oli 18–25-vuotiaita, millä oli suuri vaikutus tutkimustuloksiin. Mikäli vastaajat olisivat olleet iältään vanhempia, vastaukset olisivat saattaneet olla hyvinkin erilaisia. Näin voidaan olettaa, sillä nuorten aikuisten matkustuskäyttäytyminen on erilaista verrattuna iältään vanhempiin ihmisiin. Tutkimustuloksia ei voida myöskään yleistää kaikkiin suomalaisiin, sillä kohderyhmää ei ollut määritelty etukäteen. Vastaajien ikäjakauman jakautuminen voidaan selittää käytettyjen jakelukanavien kautta. Kyselylomake jaettiin Facebookissa, Pallontallaajat.net-sivustolla ja lisäksi se lähetettiin Porvoon Campuksen opiskelijoille. Yleisesti kirjoittajien Facebook-ystävät ovat iältään nuoria aikuisia, joten sitä kautta vastanneiden voidaan olettaa kuuluvan 18–25-vuotiaisiin. Vanhempiin ikäryhmiin kuuluvien vastaukset ovat saattaneet tulla hyvinkin eri jakelukanavien kautta, sillä sekä Facebookissa, Pallontallaajat.net-sivustolla ja Porvoon Campuksella on oletettavasti myös vanhempiin ikäryhmiin kuuluvia. Vanhempien ikäryhmien eli 36–45-vuotiaiden ja yli 45-vuotiaiden ryhmien osuus oli molemmilla ryhmillä hieman yli 5 % vastanneista.

Vastaajista osa oli kiertänyt Meksikoa enemmän, mikä toi vastauksiin uutta sisältöä siksi että kohde heidän matkansa aikana vaihtui. Tämä seikka oli tärkeä tutkimuksen kannalta, sillä Meksikossa on paljon kohteita joihin matkustamista suositellaan välttämään. Esimerkkinä tästä voidaan käyttää Playa del Carmenia ja Acapulcoa, jotka ovat molemmat suosittuja turistikohdeita, mutta joista Acapulcossa on esiintynyt paljon levottomuuksia liittyen huumesotaan. Suomalaiset matkailijat kuitenkin luottavat muiden arvioihin matkakohteesta ja he kuuntelevat ystäviensä mielipiteitä, ja perustavat näin ollen oman mielipiteensä muualta kuulemiinsa arvioihin. Voidaan olettaa että nuoret aikuiset etenkin käyvät

lukemassa arvioita matkakohteista esimerkiksi TripAdvisorin sivuilta. Nuoret aikuiset myös matkustavat enemmän, ja näin ollen voidaan olettaa että heillä on mahdollisesti lähipiirisään joku joka on käynyt kyseessä olevassa maassa. Täten heillä on ensikäden tietoa maasta ja sinne matkustamisesta.

Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa myös kyselyn jakelukanavat. Voidaan olettaa, että suurin osa kyselyyn vastanneista on Porvoon Campuksen opiskelijoita, jossa matkailuala on yksi suosituimmista linjoista. Näin voidaan olettaa siksi, ettei kyselyä oltu jaettu missään muualla ennen kuin se jaettiin Campuksen opiskelijoille. Kyselylomake jaettiin muissa jakelukanavissa vasta parin tunnin päästä, ja koska vastauksia saatiin jo ennen muiden jakelukanavien käyttöä, voidaan olettaa että vastaajat olivat mitä luultavimmin Campuksen opiskelijoita. Täten voidaan olettaa, että matkailualan opiskelijoilla on erilainen lähestymistapa kyselyyn ja siihen vastaamiseen, kuin ehkä muilla vastaajilla. Pallontallaajat.net-sivustolta on oletettavasti saatu vastauksia reppureissaajilta ja omatoimimatkoilijoilta, sillä foorumi on suosittu reppureissaajien keskuudessa. Opinnäytetyöntekijät myös jakoivat kyselyn linkin omilla Facebook-sivuillaan, jolloin voidaan olettaa että kyselyyn vastanneet tunsivat henkilökohtaisesti opinnäytetyöntekijät. Tällä voi olla vaikutusta tutkimuksen luotettavuuteen, sillä ei voida tietää vastasivatko vastaajat omasta halustaan ja mielenkiinnostaan tutkimuksen aihetta kohtaan, vai halusta auttaa kirjoittajia heidän opinnäytetyössään. Kuitenkaan ei voida yleistää, vaikka vastaajat olisivatkin vastanneet ”auttamisen ilosta”, ei voida olettaa että se olisi vaikuttanut vastausten sisältöön.

Vastaajista Meksikossa käyneillä oli selvästi positiivisempi ja turvallisempi mielikuva maasta, kuin niillä jotka eivät olleet käyneet Meksikossa. Tästä voidaan päätellä, että vastaukset molemmilla vastaajaryhmillä olivat johdonmukaisia. Kuitenkin muutamat vastaajat, jotka olivat käyneet Meksikossa, olivat kommentoineet avoimiin kommentteihin kokeneensa maan turvallisiksi, mutta kaikille alueille he eivät suositelleet matkustamista. Tästä voidaankin päätellä, etteivät median luomat mielikuvat ehkä pahimmista alueista Meksikossa olekaan niin vääriä, ja että maalaisjärjen käyttö matkustettaessa on suositeltavaa.

Meksikossa käyneillä ja ei-käyneillä oli suhteellisen samat riskitekijät, mitkä heille tulivat maasta mieleen. Molemmilla ryhmillä ryöstöt ja huumeet nousivat vahvimaksi mielikuvaksi riskitekijöistä. Kysymyksessä ei kuitenkaan ollut mahdollisuutta selvittää, millä tavoin nämä riskitekijät tulivat vastaajille mieleen. Opinnäytetyön kannalta olisikin ollut mielenkiintoista tietää, millä tavoin ryöstöt ja huumeet riskitekijöinä tulivat vahvimaksi mielikuvaksi Meksikossa käyneillä mieleen. Tästä ei käy ilmi, ovatko Meksikossa käyneet vastaajat kokeneet Meksikossa käydessään edellä mainitut riskitekijät, vai johtuuko näiden riskitekijöiden nousu vahvimaksi mielikuvaksi siitä, että medialla on vaikutusta heidän

ajatusmaailmaan. Meksikossa ei-käyneillä voidaan taas olettaa että nimenomaan medialla on vaikutusta heidän mielikuviinsa Meksikosta, ja Meksiko onkin ollut pitkään uutisotsikoissa huumesotansa takia. Näin ollen ei ole suuri yllätys, että huumeet nousivat vahvimmaksi riskitekijäksi Meksikossa ei-käyneillä.

Kyselylomake oli mietitty loppuun asti, ja se oli hiottu tarkaksi, mistä kieli se että vastaajien vastaukset kysymyksiin olivat yhdenmukaisia. Tästä voi päätellä että kysymykset oli ymmärretty oikein, ja opinnäytetyöntekijöiden haluamalla tavalla. Kuitenkin yksi kysymys oli oletettavasti ymmärretty väärin muutamaan otteeseen. Kyseessä oli kysymys jossa kysyttiin Meksikoon matkustaneilta välttivätkö he matkustamista joillekin alueille levottomuuksien vuoksi. Yksi vastaajista oli vastannut välttäneensä matkustamista Syyriaan ja Somaliaan. Tästä ei voi kuitenkaan päätellä, oliko kysymys ymmärretty väärin vai oliko vastaaja vastannut ”vitsillä”. Lisäksi yksi kyselyyn vastanneista kommentoi ymmärtäneensä myöskin kyseessä olevan kysymyksen erilailla kuin miten se oli tarkoitettu. Yhdessä kysymyksessä joka kysyttiin molemmilta ryhmiltä, kysyttiin kokivatko matkailijat Meksikon turvalliseksi matkakohteeksi, ja vastaukset jakautuivat kirjoittajien olettamalla tavalla. Kysymyksessä oli neljä vastausvaihtoehtoa, joista kaikki saivat jonkin verran vastauksia. Kuitenkaan kysymyksen vastauksista ei selviä millä tavoin vastaajat ovat kokeneet Meksikon turvattomaksi tai vastaavasti turvalliseksi. Kysymykseen olisikin voinut liittää avoimen vastauskohdan, johon vastaajat olisivat saaneet selventää vastaustaan halutessaan.

Kyselylomake saatiin valmiiksi suhteellisen nopeasti. Kun kysymykset oli saatu valmiiksi, testattiin kyselylomaketta ulkopuolisella henkilöllä jotta saataisiin parempi kuva kysymysten toimivuudesta. Ulkopuolisen henkilön kommenttien kautta kyselylomaketta muokattiin vielä kirjoittajien toimesta, jonka jälkeen se tallennettiin sellaisenaan Webropoliin ja lopulta jaettiin eri jakelukanavissa.

Reliaabeliuteen voi vaikuttaa myös että Meksikossa ei-käyneiltä on kysytty yksi kysymys, jota Meksikossa käyneiltä ei ole kysytty ollenkaan. Kysymys oli vaikuttavatko negatiiviset uutiset päätökseen matkustaa maahan. Kysymys olisi hyvin voitu kysyä myös Meksikossa käyneiltä, mutta tällä ei kuitenkaan nähdä olevan vaikutusta tutkimuksen tuloksiin.

Tutkimuksessa on käytetty monia eri kirjallisia ja internet-lähteitä. Lisäksi lähteinä on käytetty kattava määrä erilaisia virallisia tahoja sekä uutisartikkeleita lähiajoilta. Tutkimuksessa esitetyt teoriat eivät yksikään nojaa pelkästään yhteen lähteeseen, vaan jokaisessa on käytetty kattava määrä erilaisia lähteitä. Lähteet ovat kohtuullisen uusia, mutta lähteistä löytyy myös tunnettua, jokseenkin hieman vanhempaa lähdekirjallisuutta. Lähdekritiikki on

työn luotettavuuden kannalta erittäin tärkeää, ja kirjoittajan sekä lähteen ikä ja alkuperä vaikuttavat tutkimuksen luotettavuuteen (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 109.)

6 Tutkimustulokset

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksen tuloksia. Kyselylomakkeessa oli kysymykset kahdelle ryhmälle, Meksikossa käyneille ja Meksikossa ei käyneille. Tässä luvussa analysoidaan tulokset molempien ryhmien osalta, ja lopusta löytyy myös oma alalukunsa kyselylomakkeen avoimille kommenteille.

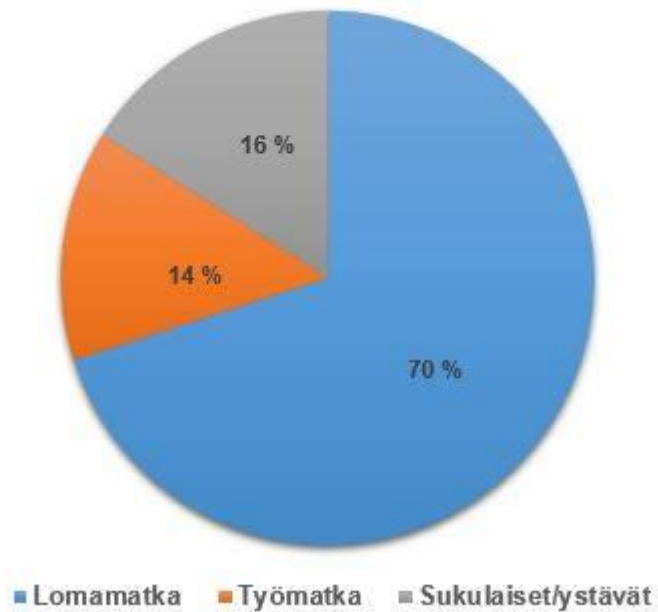
6.1 Taustatiedot

Kyselyyn vastasi yhteensä 294 vastaajaa, joista 69 % oli naisia ja 29,9 % miehiä, jonka lisäksi 1 % vastaajista ei halunnut kertoa sukupuoltaan. Kyselyyn vastanneista 192 henkilöä oli 18–25-vuotiaita. Prosentuaalisesti vastaava luku on 65,3 % vastaajista. Seuraavaksi suurin vastaajaryhmä iällisesti oli 26–35-vuotiaat, joita oli 24,1 % vastaajista. 36–45-vuotiaden ja yli 45-vuotiaden osuus oli molemmilla hieman yli 5 %. Vastaajista 12,6 % (37 vastaajaa) vastasi käyneensä Meksikossa, ja valtaosa eli 87,4 % (257 vastaajaa) ei ollut käynyt Meksikossa.

Kysely oli avattu 128 kertaa lähettämättä vastausta. Ei voida tietää miksi näin on käynyt, mutta voidaan ajatella, ettei vastaajilla ollut mielenkiintoa aihetta kohtaan, tai heillä ei ollut aikaa. Tavoitteena oli saada vähintään 100 vastausta, joten saatu vastausmäärä ylitti tavoitteen.

6.2 Vastaajaryhmät

Kaikista vastaajista 12,6 %, lukumäärällisesti 37, oli käynyt Meksikossa, ja alla olevasta kuviosta (kuvio 7) selviää heidän matkansa motiivi. Kaikista käyneistä 25 vastaajaa oli naisia, ja 12 miehiä. Kysymyksessä vaihtoehtoina olivat lomamatka, työmatka ja sukulaisten/ystävien luona vierailu.



Kuvio 7. Mikä oli matkasi motiivi? (N=37)

Kuviosta 7 näkyy, että vastaajista 70 % oli ollut Meksikossa lomamatkalla. Sukulaisten tai ystävien luona vierailleiden osuus oli 16 %, ja työ-matkalaisten osuus oli 14 %. Seuraava kysymys kyselylomakkeessa koski matkan kestoa, ja suurin osa vastaajista eli 35,1 % oli viettänyt aikaa maassa yli 21 vuorokautta. Seuraavaksi suosituin matkan pituus oli 7-14 vuorokautta, ja kolmanneksi nousi 15–21 vuorokautta kestänyt matka. Vain 5 henkilöä eli 13,5 % vastaajista vietti aikaa maassa vain alle 7 vuorokautta, joka on täsmälleen sama määrä kuin työmatkalaisten osuus vastaajista. Tästä voidaan mahdollisesti päätellä että kaikki alle 7 vuorokautta maassa viettäneistä ovat työmatkalaisia.

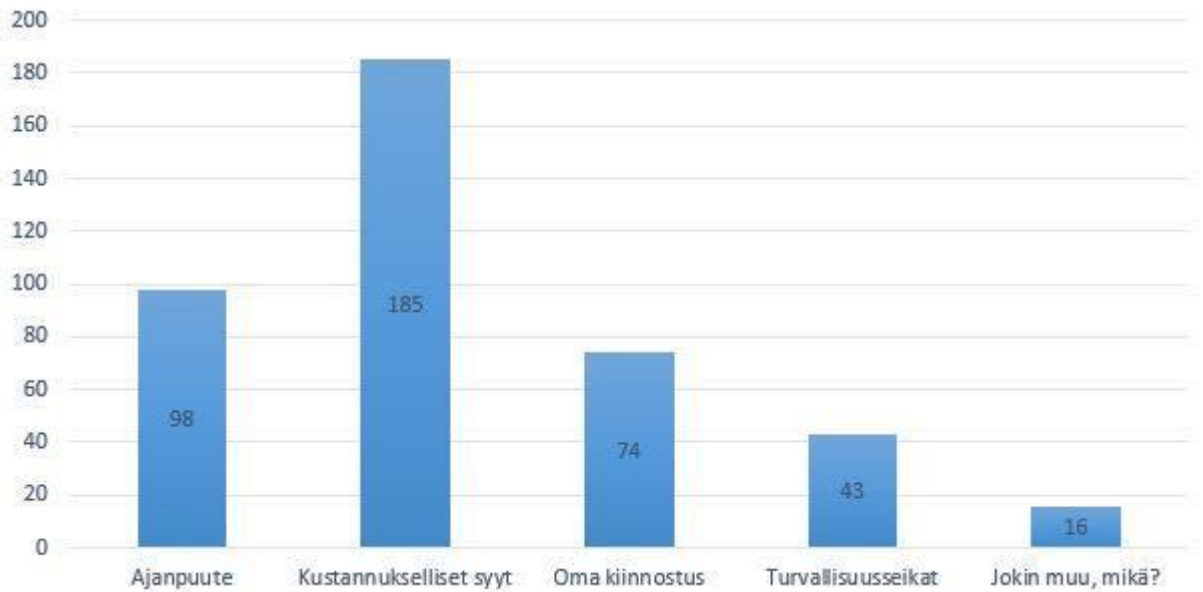
Seuraavana kysymyksenä oli mihin matkasi suuntautui, ja kysymys oli avoin, mikä tarkoittaa sitä, ettei vastausvaihtoehtoja oltu annettu. Suurin osa vastasi matkanneensa Jukataniin niemimaalle, erityisesti Cancuniin ja Playa del Carmeniin, joihin myös monet suomalaiset matkanjärjestäjät tekevät matkoja. Muita kohteita olivat myös Jukataniin niemimaalla sijaitsevat Tulum, Merida, Chichen Itzan pyramidit sekä Belizen rajalla sijaitseva Chetumal. Lisäksi yksittäisiä matkoja sijoittui muun muassa Oaxacan, Guerreron, Jaliscoon,

Chiapasin ja Chihuahuan osavaltioihin. Näistä osavaltioista ainakin Guerreron, Jalisco ja Chihuahuan alueilla on raportoitu tapahtuvan paljon väkivaltaisuuksia. Myös matkailijat pitävät samoja osavaltioita vaarallisimpina, samoin kuin myös viralliset tietolähteet, kuten esimerkiksi Ulkoasiainministeriö (2015). Tästä voidaan päätellä että tietolähteillä ja uutisilla on vaikutusta matkailijoiden mielipiteisiin. Myös pääkaupunkiin Mexico Cityyn on suuntautunut paljon matkoja. Lisäksi muutamat vastaajat olivat kierrelleet Meksikossa pidempiä ajanjaksoja.

”Olen ollut Meksikossa pitkiäkin pätkiä ja käynyt eri puolilla Meksikoa. Olen mm. ollut 4 kk Cozumelin saarella ja tehnyt sieltä matkoja (kestoltaan 2-7 päivää per kaupunki) Ciudad Juarez, Chetumal, Tulum, Cancun, Chichen Itza, Teotihuacán, Oaxaca, Guadalajara, Puerto Vallarta, Leon... Ja olen lisäksi viipynyt 2-3 kk Chihuahuan kaupungissa. Ciudad Juarezissa, Tulumissa, Cancunissa ja Chetumalissa olen ollut monta kertaa, matkat kestoltaan sinne noin 1-3 päivää kerrallaan”

Meksikossa käyneiltä kysyttiin välttivätkö he matkustamista joillekin tietyille alueille levottomuuksien takia. Vastaajista 64,9 % ei vältellyt matkustamista millekään alueelle, mutta 35,1 % vältteli joitakin alueita. Välttelyinä alueina oli mainittu erikseen Acapulco muutama kerran, Guerreron osavaltio, eteläisimmät osavaltiot ja Yhdysvaltojen rajaseutu. Yhdysvaltojen rajaseudulla toimii useita huumekartelleja, sekä siellä sijaitsee Juárezin kaupunki jossa huumesota on vaikuttanut erityisen pahasti kaupunkiin ja sen asukkaisiin. Turistikohde Acapulco sijaitsee Guerreron osavaltiossa, joka on yksi Meksikon vaarallisimmista osavaltioista. Suomalaiset ovat välttäneet matkustamista Acapulcoon. Yksi vastaaja mainitsi välttäneensä matkustamista Baja Californiaan, jossa sääolosuhteet ovat vaikuttaneet levottomuuksiin.

Alla olevassa kuviossa (kuvio 8) näkyy pylväsdiagrammina esiteltynä Meksikossa ei-käyneiden esteet maahan matkustamiselle.



Kuvio 8. Mikä on ollut esteenä matkustamisellesi? (N=257)

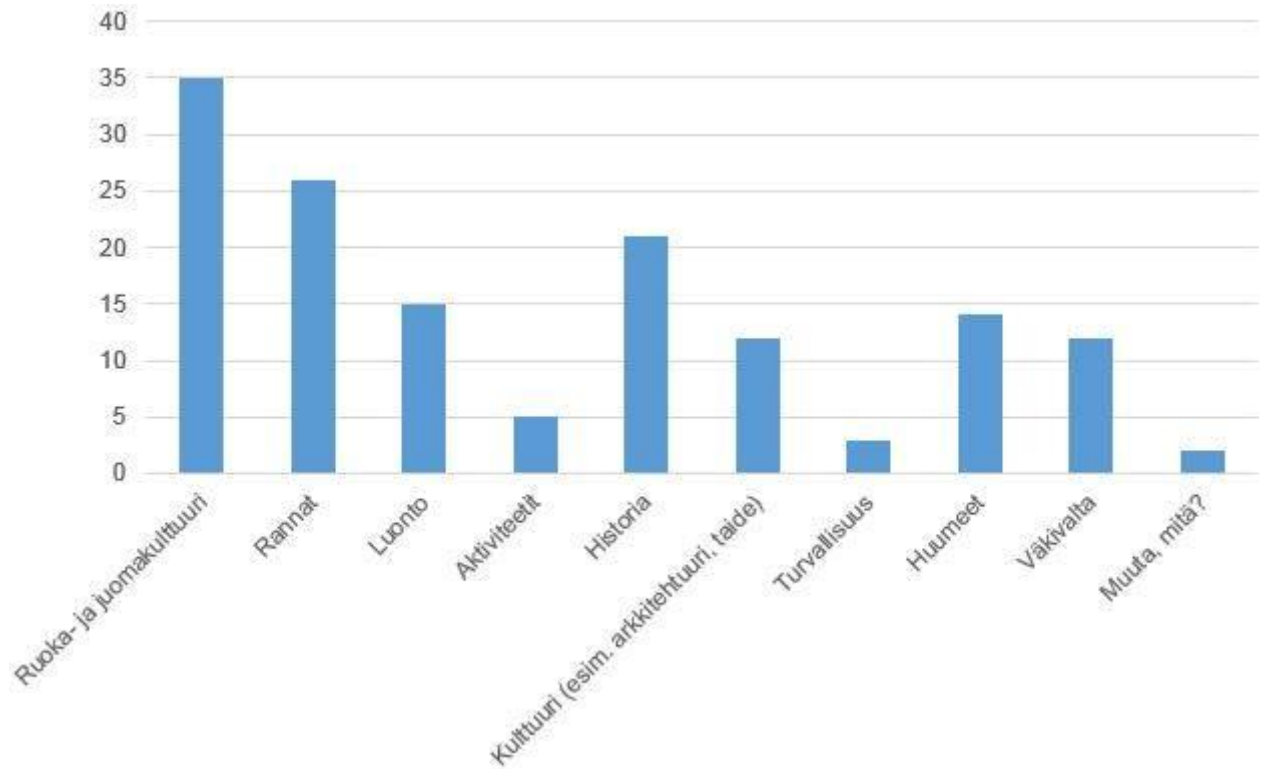
Kaikista vastaajista 257 (87,4 %) ei ollut käynyt Meksikossa, mutta kuitenkin heistä suuri osa eli 92,2 % voisi kuvitella matkustavansa Meksikoon. Kuten kuviosta 8 näkee, esteenä 71,9 %:lle vastaajista on ollut kustannukselliset syyt, mutta kuitenkin myös ajanpuute oli ollut esteenä 38,1 %:lle. Lisäksi 28,8 % vastaajista vastasi, ettei heitä kiinnosta Meksiko matkakohteena, ja turvallisuudesta oli huolissaan 16,7 % vastaajista. Jokin muu, mikä? – vastauskohdan vastauksista kielitaito nousi esteenä esille useammassa vastauksessa. Lisäksi kolme ihmistä vastasi pitkän lentomatkan olevan esteenä matkustamiselle. Kysymyksessä sai valita monta eri vaihtoehtoa, joten vaihtoehdot eivät sulje toisiaan pois. Koska suurin osa vastaajista on oletettavasti opiskelijoita ja nuoria aikuisia, kustannukselliset syyt nousevat suureksi esteeksi matkustamiselle. Lisäksi suomalaisten matkanjärjestäjien tarjoamat matkat Meksikoon ovat usein hintavia. Heistä jotka vastasivat turvallisuusseikkojen olevan este matkustamiselle, heillä myös mielikuva-kysymyksessä suurimmaksi mielikuvaksi nousivat huumeet ja väkivalta. Turvallisuuden takia maahan ei ole matkustanut vastaajista 43 henkilöä, joista 33:lla eli 76,7 %:lla huumeet olivat vahva mielikuva.

6.3 Mielikuvat Meksikosta

Kyselylomakkeen seuraava kysymys koski Meksikoon liittyviä mielikuvia, ja vaihtoehtoina kyselyssä oli muun muassa ruoka- ja juomakulttuuri, historia, turvallisuus ja huumeet. Kolmeksi suosituimmaksi vaihtoehdoksi vastaajien joukossa nousivat ruoka- ja juomakult-

tuuri, rannat ja historia. Lisäksi luonto, huumeet ja väkivalta saivat kannatusta, mikä on tärkeää opinnäytetyön aiheen kannalta.

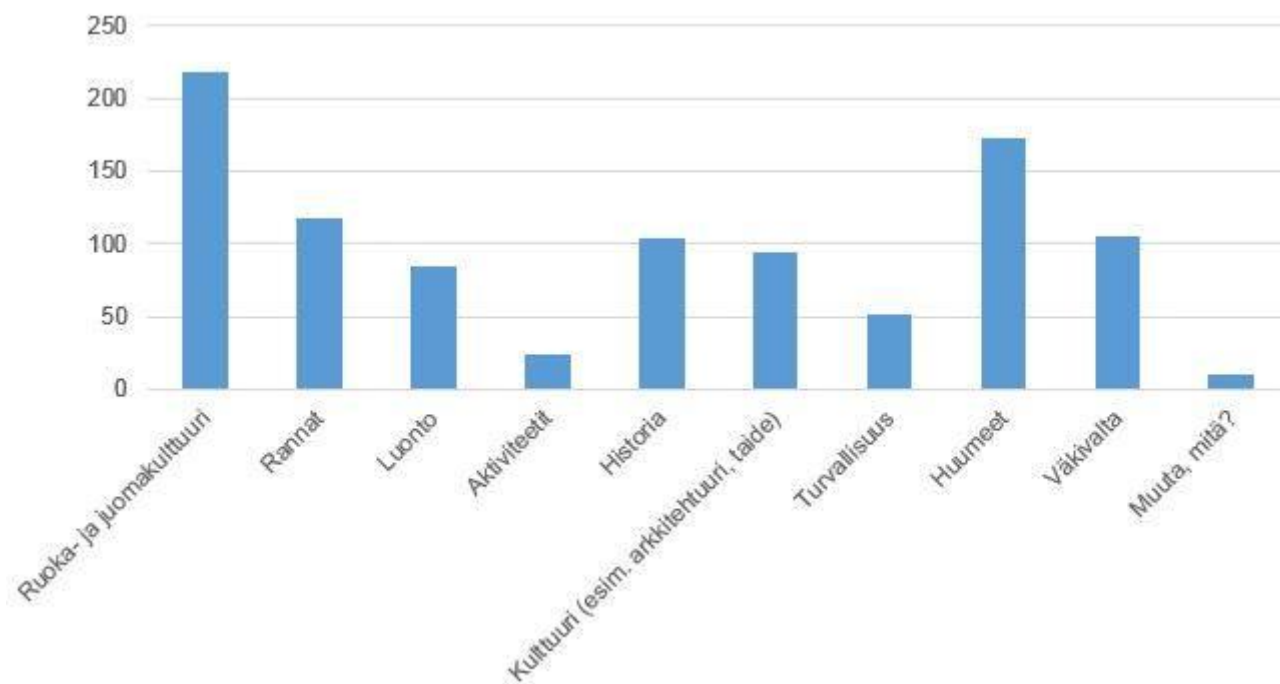
Kuviossa 9 näkyy pylväsdiagrammina Meksikossa käyneiden vastaajien vastaukset.



Kuvio 9. Mitä seuraavista mielikuvista liität Meksikoon? (N=37)

Kysymykseen vastasi 37 vastaajaa, ja kysymyksessä sai valita monta eri vaihtoehtoa. Näin ollen vaihtoehdot eivät sulje toisiaan pois. Yllä olevasta kuviosta (kuvio 9) voi nähdä, että ruoka- ja juomakulttuuri oli vahvin mielikuva vastaajien kohdalla 94,5 %. Toiseksi suosituimmaksi mielikuvaksi nousivat rannat 70,2 %, ja kolmanneksi ylsi historia 56,7 %. Muuta, mitä? -kohtaan oli saatu kaksi vastausta, jotka olivat ystävälliset henkilöt sekä maahanmuutto ja maastamuutto. Kaikki mielikuvavaihtoehdot saivat vastauksia, joten tästä voi päätellä että ihmisillä on vahva mielikuva Meksikosta.

Kuviossa 10 näkyy Meksikossa ei käyneiden mielikuvat Meksikosta. Taulukosta voidaan päätellä, että negatiiviset mielikuvat, kuten muun muassa huumeet ja väkivalta, nousevat enemmän esille tässä yhteydessä kuin Meksikossa matkustaneiden kohdalla.



Kuvio 10. Mitä seuraavista mielikuvista liität Meksikoon? (N=257)

Kuviosta 10 näkee selvästi ruoka- ja juomakulttuurin olleen vahvin mielikuva Meksikosta. Sama mielikuva nousi tärkeimmäksi myös Meksikoon matkustaneiden kohdalla. Seuraavaksi vahvin mielikuva ovat huumeet (66,9 %), mikä on saanut prosentuaalisesti huomattavasti enemmän vastauksia, kuin Meksikossa käyneiden kohdalla. Tästä voidaan päätellä että median luoma mielikuva ja uutisoidut artikkelit maasta vaikuttavat ihmisten mielipiteisiin. Meksikossa käyneiden kohdalla rannat ja historia keräsivät paljon enemmän vastauksia kuin ei käyneiden kohdalla.

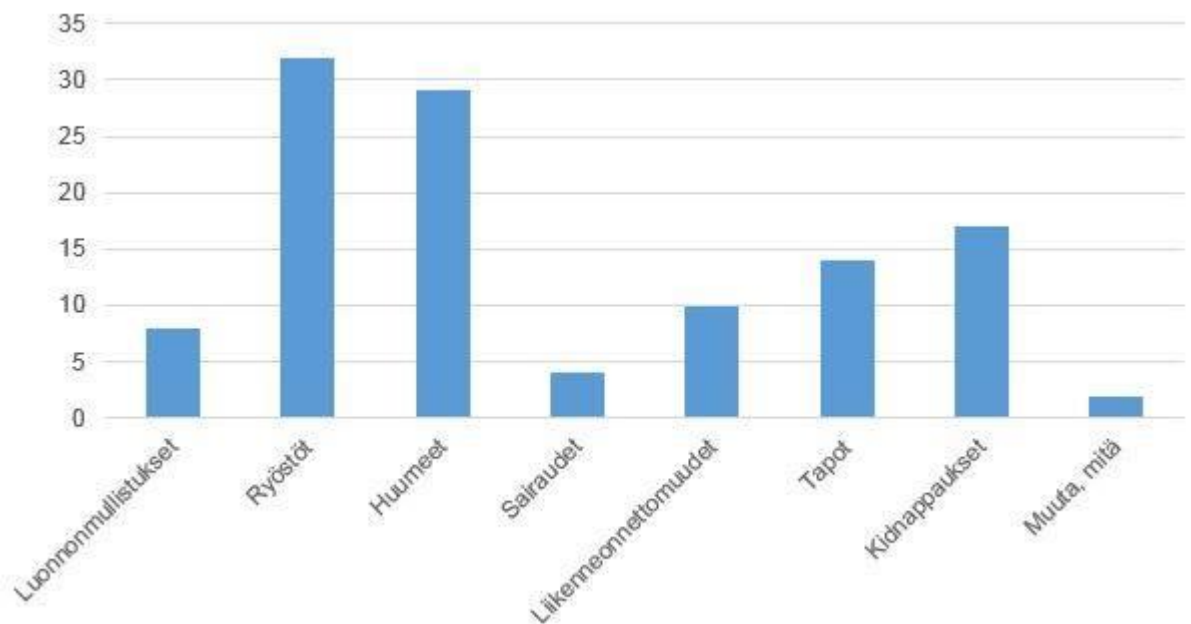
Meksikossa ei käyneiden kohdalla väkivalta, huumeet ja turvallisuus keräsivät paljon vastauksia. Yleisesti Meksikossa ei-käyneillä oli negatiivisempi mielikuva maasta, kuin siellä käyneillä vastaajilla. Kuitenkin molemmilla vastaajaryhmillä suosituiksi mielikuviksi nousivat ruoka- ja juomakulttuuri, rannat ja historia. Nämä kaikki ovat erittäin tärkeitä vetovoimatekijöitä Meksikon matkailumarkkinoinnissa, ja Mexico Tourism Board (2015) korostaa rantakohteitaan, intiaani- ja ruokakulttuuria matkailijoille. Etenkin Meksikossa käyneiden mielikuvat täsmäävät Mexico Tourism Boardin tarjontaan. Kuitenkin Meksikossa ei-käyneiden kohdalla mielikuvat eivät täsmää täysin, ja turvallisuustekijät nousivat suuremmaksi mielikuvaksi. Aktiviteetit keräsivät molemmilla ryhmillä vähän vastauksia, joten yleisesti matkailijat eivät mahdollisesti näe Meksikoa potentiaalisena aktiviteettimakohteena.

na. Silti aktiviteetit ja seikkailu-urheilu ovat merkittävä osa maan vetovoimaa, ja näin ollen yksi tärkeä vetovoimatekijä.

Vastausten vertailusta voidaan päätellä, etteivät huumeet ja väkivalta vaikuta merkittävästi matkailijoiden kokemuksiin kohteessa, sillä Meksikossa käyneiden kohdalla huumeet ja väkivalta eivät olleet suosituimpia mielikuvia Meksikosta. Meksikossa ei-käyneet saattavat muodostaa mielikuvansa maasta mediassa uutisoitujen yksittäisten negatiivisten tapausten perusteella.

6.4 Riskitekijät Meksikossa

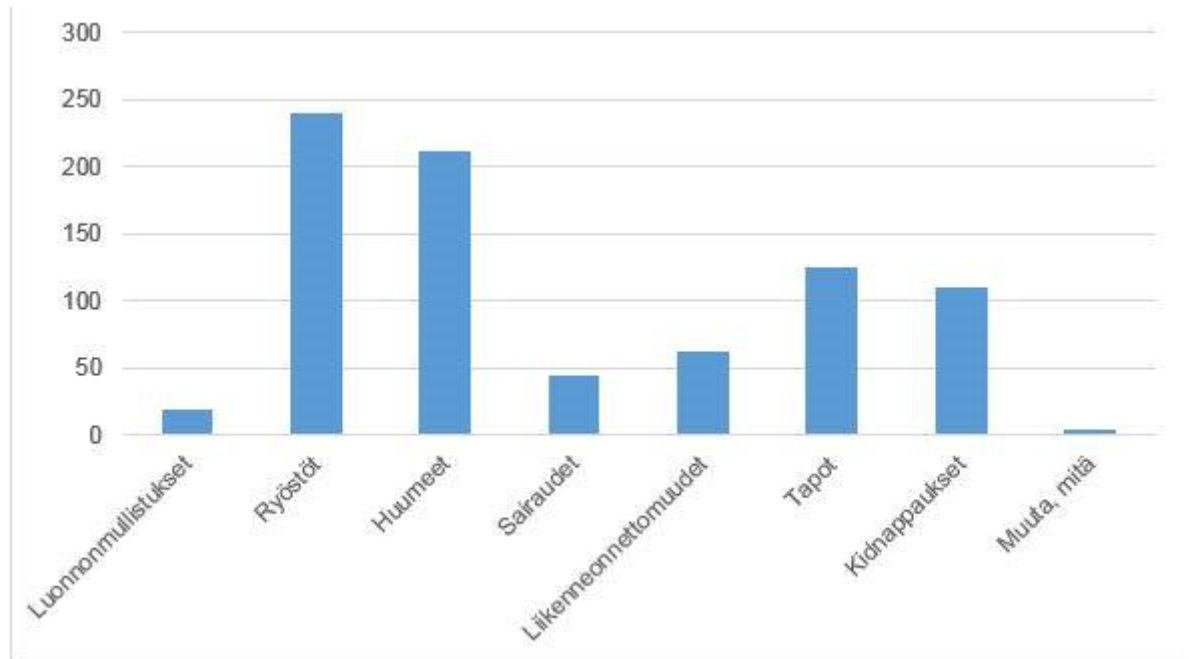
Seuraavassa kysymyksessä kartoitettiin Meksikosta mieleen tulevia riskitekijöitä. Alla olevassa kuviossa (kuvio 11) näkyy eniten kannatusta saaneet vaihtoehdot.



Kuvio 11. Mitä riskitekijöitä tulee mieleesi Meksikosta? (N=37)

Kuviosta 11 näkee, että vastaajista 86,4 % koki ryöstöt pahimmaksi riskitekijäksi, ja heti seuraavana perässä oli huumeet joita piti riskini 78,3 % vastaajista. Huomattavasti vähemmän vastauksia tuli kohtaan kidnappaukset (45,9 %), sekä tapot (37,8 %). Muuta, mitä? –kohtaan tuli kaksi vastausta, jotka olivat murhat ja viranomaisten korruptoituminen.

Alla olevassa kuviossa (kuvio 12) näkyy Meksikossa ei käyneiden mieleen tulevat riskitekijät Meksikosta.



Kuvio 12. Mitä riskitekijöitä tulee mieleesi Meksikosta? (N=257)

Myös tässä tapauksessa ryöstöt ja huumeet nousivat suurimmiksi riskitekijöiksi, aivan kuten Meksikossa käyneidenkin kohdalla. Muuta, mitä? – kohtaan vastattiin myös korruption olevan yksi riskitekijä, ja lisäksi vastauksissa mainittiin seksuaalirikokset, yleinen järjestyksen puute sekä ulkomaalaisiin kohdistuneet hyökkäykset.

Molemmilla vastaajaryhmillä neljä suurinta riskitekijää olivat ryöstöt, huumeet, tapot ja kidnappaukset. Huomattavasti eniten kannatusta saivat ryöstöt ja huumeet. Meksikon huumesota on saanut huomiota myös Suomen mediassa, ja siitä on uutisoitu paljon eri lähteissä. Suurin osa uutisoiduista tapahtumista liittyy jollain tapaa miltei aina huumeisiin ja kartellien toimintaan. Näin ollen huumeiden asema riskitekijänä ei yllätä.

Vähiten vastauksia saivat luonnonmullistukset ja sairaudet. Meksikossa ei ole ollut isoja luonnonmullistuksia, jotka olisivat koskettaneet suomalaisia matkailijoita. Myöskään suuria sairausepidemioita ei ole viime aikoina ollut. Lisäksi media uutisoi tällä hetkellä suurimmaksi osaksi vain huumesodasta ja siihen liittyvistä ongelmista, joten Suomessa muut Meksikoon liittyvät riskitekijät eivät pääse otsikoihin.

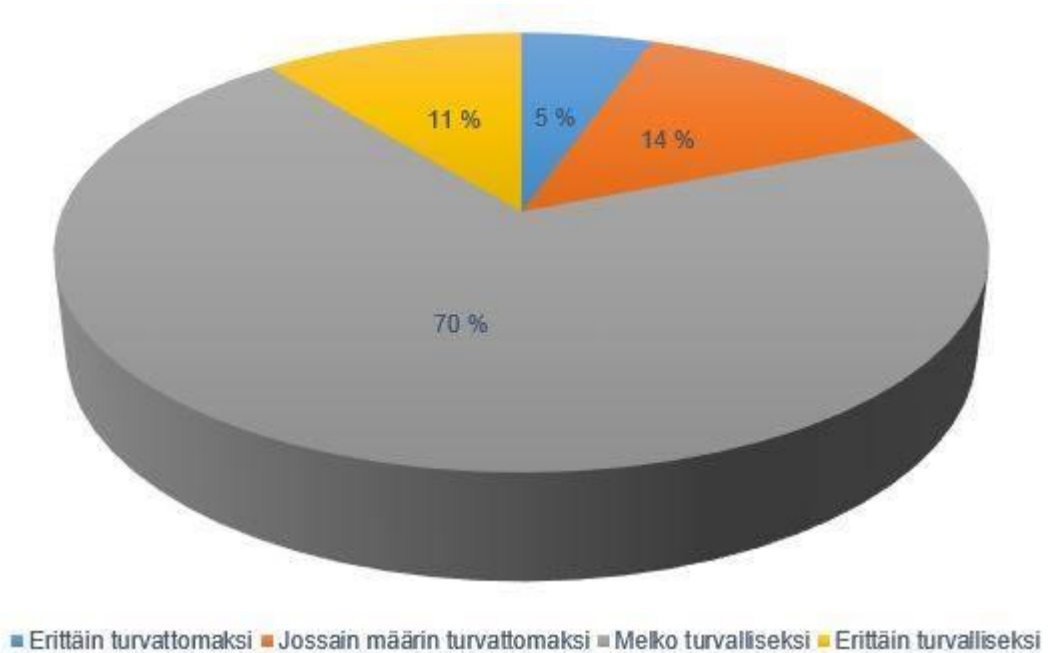
6.5 Media ja turvallisuus

Tässä opinnäytetyössä käytettiin Meksikossa käytävää huumesotaa esimerkkinä riskiteki-
jöistä, joita matkailijoille tulee Meksikosta mieleen. Kyselylomakkeessa kysyttiin vastaajilta
olivatko he tietoisia huumesodasta, ja tässä tutkimuksessa vastanneista suurin osa Mek-
sikossa käyneistä 86,4 % olivat tietoisia huumesodasta. Ero ei kuitenkaan ollut suuri ver-
rattuna ei-käyneiden vastaajien kohdalla: 84 % vastaajista olivat tietoisia huumesodasta.

Vastaajilta kysyttiin mistä lähteistä he olivat saaneet tietoa huumesodasta, ja Meksikossa
käyneiden osalta suurimmaksi tietolähteeksi nousivat uutiset 81 %:lla. Kysymyksessä
kuitenkin sai valita monta vaihtoehtoa, jolloin vastausvaihtoehdot eivät sulje toisiaan pois.
Seuraavaksi suurimmaksi tietolähteeksi nousivat dokumentit ja asiaohjelmat 48,6 %:lla.
Myös ulkoministeriön tiedotteet ja sosiaalinen media (esim. Facebook, Twitter, blogit) oli-
vat toimineet tietolähteenä noin 24 %:lle vastaajista. Erikseen mainittuna olivat vielä mek-
sikolaiset tutut tai ystävät.

Meksikossa ei-käyneet olivat löytäneet tietoa kutakuinkin samoista tietolähteistä, ja heillä-
kin suurin tietolähde olivat uutiset 73,1 %:lla. Seuraavaksi suosituimmaksi tietolähteeksi
nousivat myös dokumentit ja asiaohjelmat 45,5 %:lla. Meksikossa ei-käyneiden kohdalla
kuitenkin sosiaalinen media nousi huomattavasti suuremmaksi tietolähteeksi kuin ulkomi-
nisteriön tiedotteet 28,7 %:lla. Vain 6,2 % ei-käyneistä vastasi saaneensa tietoa ulkomi-
nisteriön tiedotteesta. Tästä voi päätellä että ulkoministeriön tiedotteet ovat suuremmassa
roolissa maahan matkustaneiden kuin maassa ei käyneiden kohdalla. Avoimissa vastauk-
sissa myös Meksikossa ei-käyneet olivat kuulleet huumesodasta ystäviltaan tai tuttavil-
taan. Lisäksi yksi vastaaja kertoi läheisensä kuolleen väkivaltaisuuksissa Meksikossa.

Kysyttäessä koitko Meksikon turvalliseksi matkakohteeksi, Meksikossa käyneet olivat vastanneet kokeneensa Meksikon melko turvalliseksi kohteeksi (70 %). Vastaajista 5,4, % koki Meksikon täysin turvattomaksi kohteeksi. Alle olevasta kuviosta (kuvio 13) näkyy vastausvaihtoehtojen jakautuminen.



Kuvio 13. Koitko Meksikon turvalliseksi matkakohteeksi? (N=37)

Kuviosta 13 näkyy että suurin osa Meksikossa käyneistä piti kohdetta melko turvallisena. Erittäin turvallisenä kohteena Meksikoa piti kuitenkin vain 11 % vastaajista. Myös osa vastaajista koki kohteen jossain määrin turvattomaksi tai erittäin turvattomaksi. Erittäin turvattomaksi maan koki kaksi vastaajaa.

Kuviossa 14 näkyy Meksikossa ei käyneiden vastaukset Koetko Meksikon turvalliseksi matkakohteeksi? -kysymykseen.



Kuvio 14. Koetko Meksikon turvalliseksi matkakohteeksi? (N=257)

Kuviosta 14 selviää että Meksikossa ei käyneistä lähes 60 % pitää maata jossain määrin turvattomana matkakohteena. Melko turvalliseksi kohteen koki 36 % vastanneista. Verrattuna Meksikossa käyneisiin, joista 11 % piti maata erittäin turvallisena, vain 2 % Meksikossa ei käyneistä pitää kohdetta erittäin turvallisena. Meksikossa ei-käyneet pitivät yleisesti kohdetta paljon turvattomampana. Tästä voidaan päätellä että median luomat mielikuvat vaikuttavat ihmisten mielipiteisiin kohteesta. Suomalaiset matkailijat luottavat internetistä lukemiinsa arvoihin tai ystäviensä kokemuksiin matkakohteesta. Sosiaalinen media vaikuttaa kohteessa ei käyneiden mielipiteisiin huomattavasti enemmän kuin arvostetut tietolähteet, kuten esimerkiksi ulkoministeriön tiedotteet. Kysymyksestä ei ilmene syitä, joiden perusteella vastaajat ovat vastanneet. Tuloksesta ei siis selviä, millä perusteella jotkin vastaajat pitivät maata turvattomana.

Meksikossa ei-käyneiltä kysyttiin vaikuttavatko negatiiviset uutiset päätökseen matkustaa maahan. Vastaajista 64,6 % sanoi negatiivisten uutisten vaikuttavan jonkin verran päätökseen matkustaa. Negatiivisilla uutisilla ei ollut vaikutusta 15,6 %:lle vastaajista, mutta kuitenkin 12,5 % negatiiviset uutiset vaikuttavat paljon päätökseen. Ratkaisevasti negatiiviset uutiset vaikuttavat 7,4 %:lla vastanneista.

Kyselylomakkeen kysymyksessä koitko Meksikossa käytävän huumesodan vaikuttavan matkasi sisältöön, olivat vastaajien mielipiteet jakautuneet vain kahteen vaihtoehtoon. Vastaajista 54 % koki, ettei huumesota ole vaikuttanut lainkaan heidän matkansa sisältöön, kun taas 46 %:lla huumesodan koettiin vaikuttavan jonkin verran. Vaihtoehdot vaikuttavat paljon ja vaikuttavat ratkaisevasti eivät saaneet vastauksia ollenkaan, josta voidaan päätellä, ettei huumesota ole vaikuttanut yhdenkään vastaajan matkaan merkittävästi. Kysymys ei kuitenkaan kerro millä tavoin huumesota on vaikuttanut matkailijoiden matkan sisältöön, eikä siitä selviä minne päin Meksikoa matkailijoiden matkat ovat suuntautuneet. Tästä voidaan päätellä, etteivät kaikkien matkailijoiden matkat ole välttämättä suuntautuneet huumesodalle altistuneille alueille. Aiemmin mainitussa kysymyksessä vastaajilta kysyttiin minne päin Meksikoa heidän matkansa oli suuntautunut, ja suurimman osan matkat olivat suuntautuneet Jukatanin niemimaalle, missä huumesota ei juurikaan ole vaikuttanut. Vain yksittäisiä matkailijoita vastasi käyneensä muualla Meksikossa.

6.6 Avoimet kommentit

Avoimiin kommentteihin tuli yhteensä 80 vastausta, joista moni oli asiapitoisia. Kappa-leessä mainitut suorat lainaukset avoimista kommenteista valittiin siksi, että ne olivat asiapitoisia ja sisältörikkaita. Näissä suorissa lainauksissa vastaajat olivat selkeästi miettineet kyselyn teemaa ja aiheita, ja tästä voidaankin päätellä, että vastaajat olivat kiinnostuneita kyselystä, ja usealla vastaajalla oli selkeä mielipide aiheesta. Moni vastaajista oli maininnut kommentissaan Meksikon kiinnostavan heitä matkakohteena, ja monessa kommentissa oli myös mainintoja turvallisuudesta. Turvallisuus oli myös yksi kyselylomakkeen vaihtoehtoista kysyttäessä mielikuvia Meksikosta, mutta se ei saanut juuri ollenkaan vastauksia. Vastaavasti huumeet ja väkivalta nousivat molempien vastaajaryhmien kohdalla paljon suuremmiksi mielikuviksi. Kuitenkin vain muutama oli kuitenkin kommentoinut jättävänsä matkustamatta maahan turvallisuuden puutteen takia. Moni oli myös kommentoinut, ettei matkustaisi kaikkiiin paikkoihin ilman suunnittelua, vaan pysyttelisi mieluummin turistien suosimalla alueilla. Alla olevasta suorasta lainauksesta voidaan päätellä, että suunnittelemalla matkaa etukäteen pystyy välttämään turhat riskit.

”En matkustaisi joka paikkaan Meksikossa, vaan selvittäisin riskialueita etukäteen. Koen että kaikki seudut eivät ole yhtä turvallisia. Myös omalla toiminnalla ja pienellä järjenkäytöllä voi vaikuttaa merkittävästi omaan turvallisuuteen.”

Moni vastaajista oli kommentoinut Meksikon ruoka- ja juomakulttuuria, mikä oli myös mielikuvia kysyttäessä vahvin mielikuva joka vastaajille tuli mieleen. Tacot, burritot ja tequila oli mainittu kommenteissa useaan otteeseen. Ruoka- ja juomakulttuuri on myös mainittuna yhtenä Meksikon suurimpana vetovoimatekijänä Visit Mexicon (2015) mukaan. Lisäksi

yksi vastaaja oli kommentoinut ennakkoluulojen romuttuneen täysin käytyään maassa. Moni vastaaja osoitti mielenkiintoa matkustaa maahan, mutta ilmoitti syyksi avoimissa kommenteissa kustannukselliset seikat.

”Olen monesti miettinyt Meksikoon matkustamista, mutta toistaiseksi suurimmaksi esteeksi on muodostunut kustannukset. Opiskelijana kun budjetti on rajallinen, on helpompi matkustaa Aasiaan jonne lennot ovat sopivina ajankohtina huomattavasti halvemmat. Toki tämäkin on täysin riippuvainen sesongista, mutta käytännössä halvempaa on lentää itään kuin länteen.”

Meksikon huumesota mainitaan kommenteissa useaan otteeseen, kuitenkin eri sävyissä. Yksi vastaajista mainitsi, ettei huumeista ja ihmisryöstöistä ole turisteille haittaa, ellei tahallisesti matkusta pahamaineisille alueille. Mainittuna kommentissa oli Ciudad Juárezin kaupunki, joka on yksi vaarallisimmista kaupungeista Meksikossa ja kuulu huumekartellistaan. Moni matkailija oli tietoinen huumesodasta, mutta mainitsi alueella olevan merkitystä turvallisuuden kannalta. Yksi vastaajista mainitsi haaveilleensa jo pitkään Acapulcoon matkustamisesta, mutta piti sitä tällä hetkellä mahdottomana huumesodan takia. Alla olevasta suorasta lainauksesta pystyy hyvin päättelemään, että huumesotaa pidetään jokseenkin median turhaan lietsomana ilmiönä, ja etteivät kaikki matkailijat usko huumesodan olevan niin paha todellisuudessa. Medialla on suuri vaikutus ihmisten mielipiteisiin ja matkakohteen imagoa on vaikea pitää yllä, sillä ihmiset saavat tietoa useasta eri tietolähteestä kuten Cooper & Hall (2009) ovat tutkineet. Toisaalta Davinin (2005) teorian mukaan matkailijan on vaikea käsittää matkakohteen todellista turvallisuuden tilaa, ellei tämä ole itse sitä kokenut. Kuitenkin kuten alla olevassa suorassa lainauksessa käy ilmi, terveen maalaisjärjen käyttö on suotavaa eikä kaikille alueille suositella matkustamista. Lisäksi taas median luoma mielikuva voi aiheuttaa täysin päinvastaisen reaktion, kuten toisesta alla olevasta suorasta lainauksesta voi huomata. Siinä missä osa välttelee pahimmille alueille matkustamista, osa taas ei uskalla lähteä matkustamaan yksin tai ei uskalla matkustaa muutoin kuin pakettimatkan ostamalla.

”Uskon, että Meksikossa käytävä ”huumesota” on median lietsoma ilmiö. Todellisuus ei mielestäni ole juuri se mitä tilastot ja uutiset antavat ymmärtää. Riski toki on keskimääräisistä suurempi kuin muissa maissa, mutta uskon sen olevan hyvin alueellista. Tiettyjä alueita on syytä välttää ja olla tietoinen riskeistä sinne matkustettaessa. Ryöstöt ja muut rikokset toki ovat aina kasvava riski suurkaupungeissa ja syrjäseuduilla, mutta terve järki ja hyvä valmistautuminen ehkäisee suurimmat riskit. Turistialueet kuten Karibian rannikko on varsin turvallinen matkakohde.”

”En uskaltaisi lähteä Meksikoon yksin, muualle kuin ehkä johonkin erittäin turistiseen rantakohteeseen pakettimatalle, vaikka Playa del Carmeniin.”

Avoimista kommenteista saatiin paljon lisäarvoa tutkimukselle, ja niitä oli paljon. Opinnäytetyöntekijöiden oma ajatusmaailma ja ajatukset Meksikosta kohtasivat monien avoimien kommenttien kanssa. Esimerkiksi kommentti jossa mainittiin matkansuunnittelun tärkeydestä, peilasi hyvin kirjoittajien omia ajatuksia aiheesta. Oli hienoa että avoimiin kommentteihin saatiin vastauksia, sillä niistä myös ilmeni uusia näkökulmia tutkimukseen liittyen, joita ei olisi voinut tulkita pelkästään määriteltyjen kysymysten perusteella.

7 Pohdinta

Kyselyyn saatiin kattava määrä vastauksia, joten analysoitavaa materiaalia oli paljon. Tutkimuksen kannalta oli hyvä että vastauksia tuli paljon, ja ne olivat monipuolisia. Etukäteen tutkimuksen tekijät olettivat että suuri osa vastaajista ei ole käynyt Meksikossa, mikä piti-kin paikkansa, mutta myös Meksikossa käyneitä vastaajia oli riittävästi. Tämä teki tutkimuksen tuloksesta kattavamman. Suuri osa Meksikossa käyneistä vastasi olleensa lomamatkalla, ja kohteiksi oli ilmoitettu samoja kohteita kuin joihin suomalaiset matkanjärjestäjät järjestävät matkoja. Kuitenkin muutamat vastaajat olivat avoimissa kommenteissa ilmoittaneet olleensa kiertomatalla Meksikossa, mikä antoi analyysiin lisäarvoa.

Kyselyn tuloksia tulkittaessa, ilmeni että Meksikossa käyneillä on yleisesti positiivisempi mielikuva maasta kuin Meksikossa ei käyneillä. Tästä voidaan päätellä että media ja uutiset vaikuttavat ihmisten mielikuviin kohteista. Kyselyyn vastanneiden ihmisten mielikuvat Meksikosta täsmäsivät Mexico Tourism Boardin (2015) tarjoamiin mielikuviin. Sekä Meksikossa käyneillä että ei käyneillä suosituiksi mielikuviksi tutkimuksessa nousivat Meksikon ruoka- ja juomakulttuuri, historia sekä rannat. Vastaavasti vähemmän vastauksia saaneita mielikuvia olivat esimerkiksi aktiviteetit, luonto ja turvallisuus. Aktiviteetit mielikuvana ovat kuitenkin ristiriidassa, sillä Mexico Tourism Board (2015) markkinoi Meksikoa aktiviteettikohteena. Markkinoituja aktiviteetteja ovat muun muassa surffaus, kiipeily ja sukeltaminen. Suomalaisista matkanjärjestäjistä lähinnä ainoastaan Kilroy tarjoaa aktiviteettilomia Meksikoon, kun taas muut matkanjärjestäjät tarjoavat lähinnä rantalomia. Kyselyn tulosten perusteella vastaajat eivät kokeneet Meksikoa aktiviteettikohteena, ja tämä voi johtua siitä että maata markkinoidaan Suomessa lähinnä rantalomakohteena. Kuten yhdessä avoimessa kommentissa ilmeni, on suomalaisilla halvempaa matkustaa itään kuin länteen, joten Aasian kohteet voivat monessa tapauksessa mennä edelle valitessa matkakohdetta. Mielikuvana turvallisuus oli saanut erittäin vähän vastauksia molemmilla ryhmillä, mikä on tutkimuksen kannalta ristiriidassa. Huumeet ja väkivalta taas olivat saaneet paljon enemmän vastauksia, kuin turvallisuus. Olisi voinut luulla että turvallisuus, huumeet ja väkivalta mielikuvina olisivat saaneet tasaisemmin kannatusta. Kirjoittajien mielestä huumeet ja väkivalta esiintyvät sanoina huomattavasti enemmän mediassa kuin sana turvallisuus, mistä voi johtua että turvallisuus jäi mielikuvana pienemmäksi. Lisäksi turvallisuus on kirjoittajien mielestä laajempi käsite, ja ehkä paikoin vaikea hahmottaa.

Avoimessa kysymyskohdassa jossa kysyttiin vastaajien matkakohdetta, vastaajista iso osa oli käynyt samoissa kohteissa joihin myös suomalaiset matkanjärjestäjät järjestävät matkoja. Cancun ja Playa del Carmen olivat suosittuja vaihtoehtoja. Lisäksi yksittäiset vastaajat mainitsivat tehneensä matkoja eri puolille Meksikoa, mukaan lukien Mexico Ci-

tyyn ja Guerreron osavaltioon, jossa sijaitsee muun muassa suosittu turistikohde Acapulco. Suomalaisista matkanjärjestäjistä SMT ja Kilroy järjestävät matkoja Acapulcoon. Viime vuosien aikana Acapulco on kuitenkin joutunut osaksi huumesotaa, ja myös turistit ovat joutuneet osaksi väkivaltaisuuksia. Verrattuna esimerkiksi Jukatanin niemimaalla sijaitseviin kohteisiin (Cancun, Playa del Carmen), Acapulcoa voidaan pitää vaarallisimpana kohteena. Suomen Ulkoasiainministeriö (2015) varoittaa Meksikon matkustustiedotteessaan välttämään matkustamista tietyille alueille. Näihin alueisiin kuuluvat muun muassa Guerreron, Sinaloan, Chihuahuan osavaltiot, sekä kuuluisat rajakaupungit kuten Ciudad Juarez ja Tijuana. Avoimissa kommentteissa moni oli maininnut välttelevänsä matkustamista tietyille alueille Meksikossa, ja osa alueista oli samoja mitä Ulkoasiainministeriö (2015) oli matkustustiedotteessaan listannut.

Tutkimustuloksia läpi käydessä ilmeni että kysymyksessä mitä riskitekijöitä tulee mieleesi Meksikosta, vastaukset molemmilla ryhmillä olivat samankaltaisia. Molemmat ryhmät, sekä Meksikossa käyneet että ei käyneet, mainitsivat suurimmaksi riskitekijäksi ryöstöt. Huomattavasti suurimmat riskitekijät molemmilla ryhmillä olivat ryöstöjen lisäksi huumeet. Molemmilla ryhmillä neljä suurinta riskitekijää olivat ryöstöt, huumeet, tapot ja kidnappaukset, kuitenkin hieman eri järjestyksessä. Tästä voidaan päätellä että media on voinut vaikuttaa molemmilla ryhmillä mielikuviin riskitekijöistä, mutta kuitenkin Meksikossa käyneet eivät kokeneet huumesodan vaikuttaneen matkansa sisältöön. Tästä ei kuitenkaan voida suoraan sanoa, etteivätkö Meksikossa käyneet olisivat nähneet huumesotaan liittyviä tapauksia (huumekauppaa, ryöstöjä, taskuvarkauksia yms.). Davinin (2005) mukaan media ja televisio luovat vääristyneitä mielikuvia matkailijoille, ja mikäli matkailijalla ei ole vertailupohjaa kyseessä olevalle matkakohteelle, on matkailijan helpompi uskoa median luomia mielikuvia. Kuitenkin Meksikon kohdalla tilanne on hyvin vakava, sillä väkivaltaisuuksia on kohdistunut myös turisteihin. Vaikka alueet, joihin matkailijat yleensä suuntaavat, ovat pääosin turvallisia, tulee matkailijoiden olla tietoisia riskeistä, ja välttää matkustamista tietyille alueille.

Buhalis & Costa (2006) mainitsevat matkailijoiden kokemiksi turvallisuusriskeiksi kriisit ja katastrofit. Heidän mukaansa kriisit ovat yleensä ihmisten itsensä aiheuttamia ikäviä tapahtumia, kuten esimerkiksi sodat. Vastaajat kokivat suurimmiksi mielikuviksi ryöstöt sekä huumeet, jotka molemmat ovat selvästi yhteydessä huumesotaan, jota Buhaloksen & Costan (2006) mukaan voidaan pitää kriisinä. Vastaavasti esimerkiksi luonnonmullistukset ja sairaudet eivät olleet saaneet paljoa kannatusta, jolloin Meksikoa ei voida pitää varsinaisena katastrofialueena. Vähemmälle kannatukselle riskitekijöistä jäivät molemmilla ryhmillä luonnonmullistukset sekä sairaudet. Kuitenkaan Meksikosta ei ole viime aikoina uutisoitu juuri vakavista sairaus-epidemoista, tai suurista luonnonmullistuksista. Meksikossa ei

ole sattunut suomalaisia läheisesti koskettavia katastrofeja, kuten verrattuna esimerkiksi Kaakkois-Aasian tsunami, joten luonnonmullistukset eivät mahdollisesti tästä johtuen ole suuri riskitekijä.

Breiterin, Pizamin ja Wangin (2011) mukaan maan poliittisella tilanteella on suuri merkitys kohteen brändiin maailmanlaajuisella tasolla. Lisäksi negatiivisella informaatiolla joka esitetään median kautta, on vaikutusta matkakohteen brändin luomisessa. Meksikon kohdalla brändin ylläpitäminen tällä hetkellä saattaa olla haastavaa, sillä huumesodasta uutisoidaan paljon mediassa, joka vaikuttaa matkailijoiden päätöksiin kohdetta valittaessa.

Vastaavaa tutkimusta aiheesta ei ole aikaisemmin tehty, joten on vaikea pohjata tutkimustuloksia mihinkään toiseen tutkimukseen. Mahdolliselle jatkotutkimukselle aiheesta koetaan olevan tarvetta, jotta aiheesta saataisiin vielä kattavampi kuva ja käsitys. Jatkotutkimuksessa voisi tutkia suomalaisia matkailijoita vielä laajemmin, jotta tutkimukseen saataisiin mukaan eri ikäryhmiä enemmän, ja että erilaisille näkemyksillä saataisiin enemmän sijaa. Tutkimuksesta katsotaan olevan hyötyä matkailualalle, koska matkailijoiden turvallisuus on jatkuva kehityksen kohde alalla, ja aiheesta on uutisoitu viime aikoina paljon. Tästä syystä opinnäytetyön koetaan olevan tärkeä, sillä se käsittelee tärkeitä ja ajankohtaisia turvallisuusseikkoja Meksikossa.

Opinnäytetyön tekijät päättivät syksyllä 2014 tekevänsä työn yhdessä. Aihe valikoitui myöhemmin yhteisten mielenkiinnonkohteiden kautta. Työ päätettiin aloittaa keväällä 2015 ja tavoitteeksi asetettiin saada työ valmiiksi toukokuun 2015 alkuun mennessä.

Opinnäytetyön tekijät aloittivat kirjoittamaan teoriaa jo ennen ensimmäistä seminaariaan, mikä loi hieman epävarmuutta teorian sisältöä sekä koko aloittamista ajatellen. Kuitenkin kun työ saatiin alkuun ja sille saatiin selkeä suunta, työn tekeminen on sujunut vaivattomasti. Koska aihe kiinnosti molempia työn tekijöitä paljon, mielenkiinto työtä kohtaan on säilynyt koko prosessin ajan. Työ on edennyt tasaista vauhtia eikä suuria vastoinkäymisiä ole koettu. Suurin ongelma prosessin aikana on ollut työn tekijöiden yhteisten aikataulujen sovittaminen. Aikataulut on kuitenkin saatu sovitettua ja työtä on tehty noin muutamana päivänä viikossa. Lisäksi kirjoittajat kokivat tutkimuksen luotettavuuden pohdinnan hankalaksi. Lisäksi työn loppuvaiheessa kirjoittajat kokivat tekstin luomisen haastavammaksi, sillä työn kanssa oli vietetty aikaa jo useampi kuukausi. Opinnäytetyö seminaareista on ollut suuri hyöty työtä tehdessä, ja muilta seminaareihin osallistuneilta henkilöiltä saatu palaute on auttanut kehittämään opinnäytetyötä.

Opinnäytetyö koettiin prosessina mielenkiintoiseksi ja erittäin opettavaiseksi. Kiinnostus aihetta kohtaan kasvoi prosessin aikana, ja tutkimus selvensi monia eri seikkoja aiheeseen liittyen. Kiinnostus Meksikon matkailua kohtaan kasvoi entuudestaan. Opinnäytetyöstä toivotaan myös olevan hyötyä toimeksiantajalle, Meksikon-Suomen Suurlähetystölle. Opinnäytetyön toivotaan myös herättävän keskustelua ja mielenkiintoa suomalaisten matkailijoiden keskuudessa, ja siitä toivotaan olevan hyötyä matkailualan opiskelijoille yleisesti. Opinnäytetyön halutaan myös parantavan Meksikon tunnettavuutta kaikille opinnäytetyön lukijoille. Opinnäytetyön tekijät ovat tyytyväisiä lopputulokseen, ja opinnäytetyöstä koetaan olevan hyötyä tulevaisuutta ajatellen.

Lähteet

Albanese, P. & Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. Edita Publishing Oy.

Albatros matkat 2015. Meksiko. Luettavissa: <http://www.albatros-travel.fi/matkakohteet/vali-amerikka/meksiko>. Luettu: 29.3.2015.

Anholt, S. 2010. Places: identity, image & reputation. Palgrave Macmillan. Basingstoke.

Ballesteros, M. & Roehler, D. & Sleet, A. 2013. Injuries & safety. Luettavissa: <http://wwwnc.cdc.gov/travel/yellowbook/2014/chapter-2-the-pre-travel-consultation/injuries-and-safety>. Luettu: 24.2.2015.

BBC 2014. Mexico gang members admit killing missing students. Luettavissa: <http://www.bbc.com/news/world-latin-america-29963387>. Luettu: 18.2.2015.

Bender, J. 2014. Business Insider. Nearly eight years into the drug war, these are Mexico's 7 most notorious cartels. Luettavissa: <http://www.businessinsider.com/mexicos-7-most-notorious-drug-cartels-2014-10?IR=T>. Luettu: 18.2.2015.

Boniface, B. & Cooper, C. 2009. Worldwide destinations. 5th edition. Butterworth-Heinemann.

Breiter, D. & Pizam, A. & Wang, Y. 2011. Destination marketing and theories. CABI Publishing.

Buhallis, D. 2015. Marketing the competitive destination of the future. Luettavissa: <http://epubs.surrey.ac.uk/1087/1/fulltext.pdf>. Luettu: 3.2.2015.

Buhalis, D. & Costa, C. 2006. Tourism management dynamics trends, management and tools. Elsevier Ltd.

CDC 2015. Centers for disease control and prevention. Luettavissa: <http://wwwnc.cdc.gov/travel/yellowbook/2014/chapter-4-select-destinations/mexico>. Luettu: 24.3.2015.

CIA World Factbook 2015a. The World Factbook – México. Luettavissa:
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/mx.html>. Luettu:
19.1.2015.

CNN 2014. Mexico Drug War Fast Facts. Luettavissa:
<http://edition.cnn.com/2013/09/02/world/americas/mexico-drug-war-fast-facts/>. Luettu:
22.1.2015.

Cooper, C. & Hall, M. 2013. Contemporary tourism. Goodfellow publishers. Woodeaton.

CWT Kaleva Travels 2015. Meksiko. Luettavissa:
<http://www.kalevatravel.fi/matkapaketit/vali-ja-etela-amerikka/meksiko?gclid=CMjXul-ozcQCFQf4wgod6FIAsg>. Luettu: 29.3.2015.

Davin, S. 2005. Tourists and television viewers. Edited by Crouch, Jackson & Thompson. Routledge.

Echtner, C. & Ritchie, J.R. 2003. The Meaning and measurement of destination image. PDF. Luettavissa: http://www-pulic.jcu.edu.au/events/idc/groups/public/documents/journal_article/jcudev_012855~5.pdf. Luettu: 24.2.2015.

Envipe 2014. Encuesta nacional de victimación y percepción sobre seguridad pública. Luettavissa:
<http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Boletines/Boletin/Comunicados/Especiales/2014/septiembre/comunica11.pdf>. Luettu: 3.3.2015.

Finavia 2015. Suomalaiset ovat itsevarmoja matkailijoita. Luettavissa:
<https://www.finavia.fi/fi/tiedottaminen/ajankohtaista/2015/messukeskus-suomalaiset-ovat-itsevarmoja-matkailijoita/>. Luettu: 29.1.2015.

Finnmatkat 2015. Meksiko. Luettavissa: http://www.finnmatkat.fi/lomakohde/meksiko/g-000081_8/?gclid=CjwKEAiAlvilBRC5ueCzkpXb4kgSJADxop1BJq8rsceV8gvLrX0Ne94pl_ewV4yQib6q6A5jpuUmshoCHIfw_wcB. Luettu: 20.1.2015

Helsingin Sanomat 2014. Yhden Meksikossa kadonneen opiskelijan ruumis tunnistettu – massamurhaa epäillään. Luettavissa: <http://www.hs.fi/ulkomaat/a1417920356481>. Luettu: 18.4.2015.

Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Kariston Kirjapaino Oy, Hämeenlinna.

Human Rights Watch 2014. Mexico. Luettavissa: <http://www.hrw.org/world-report/2014/country-chapters/mexico?page=3>. Luettu: 3.3.2015.

Justice in Mexico 2014a. News monitos. Luettavissa: https://justiceinmexico.files.wordpress.com/2014/07/2014_july_news_monitor.pdf. Luettu: 3.3.2015.

Justice in Mexico 2014b. Drug violence in Mexico. Luettavissa: <https://justiceinmexico.files.wordpress.com/2014/07/dvm-2014-final.pdf>. Luettu: 3.3.2015.

Kilroy Finland 2015. Meksiko. Luettavissa: <http://travels.kilroy.fi/matkakohteet/pohjois-amerikka/meksiko/seikkailumatkat>. Luettu: 20.1.2015.

Kovanen, I. 2014. Meksikossa pidätetty kymmeniä poliiseja ja virkamiehiä 43:n opiskelijan katoamisen takia. Helsingin Sanomat. Luettavissa: <http://www.hs.fi/ulkomaat/a1414121545808>. Luettu: 24.2.2015.

Kozak, M. 2004. Destination benchmarking – Concepts, practises and operations. CABI Publishig. Wallingford.

Lee, B. 2014. Council on foreign relations. Mexico's drug war. Luettavissa: <http://www.cfr.org/mexico/mexicos-drug-war/p13689>. Luettu: 10.2.2015.

Lentoposti 2015. Matkailu avartaa ja maailma yllättää – Ulkoministeriö jakaa tietoa kohteista. Luettavissa: http://www.lentoposti.fi/uutiset/matkailu_avartaa_ja_maailma_yllattaa_ulkoministerio_jakaa_tietoa_kohteista. Luettu: 10.3.2015.

Lonely Planet. Lonely Planet Mexico 11th Edition. Lonely Planet Publications.

Lunde, P. 2004. Järjestäytynyt rikollisuus. Gummerus.

Maailma yllättää 2015. Maailma yllättää. Luettavissa: <https://maptionnaire.com/fi/312/>. Luettu: 10.3.2015.

Martikainen, J. 2014. Chitzen Itza.

Matkatoimisto Aventura 2015. Meksikon Combo-matka. Luettavissa:
<http://aventura.fi/combo-meksiko>. Luettu: 29.3.2015.

Metsämuuronen, J. 2008. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä 2. International Methelp Oy.

Minkkinen, P. 2009. Meksikon 1900-luku. Kaktus.

Morrison, T. 2012. Luettavissa: <http://www.greenewave.com/hell-on-earth-mexican-drug-war-yields-49-headless-bodies/>. Luettu: 22.1.2015.

National Geographic 2015. Mexico. Luettavissa:
<http://travel.nationalgeographic.com/travel/countries/mexico-guide/>. Luettu: 22.3.2015.

Olympia kaukomatkatoimisto 2015. Meksiko ja Kuuba. Luettavissa:
<https://www.olympia.fi/matka/meksiko-ja-kuuba-2015>. Luettu: 29.3.2015.

O'Reilly, M. 2013. Drug War Invades Resort Towns as Some Struggle, Others Survive. Luettavissa: <http://latino.foxnews.com/latino/news/2013/03/13/drug-war-invades-resort-towns-as-some-struggle-while-others-survive/>. Luettu: 10.2.2015.

Suddath, C. 2009. The War on Drugs. Time magazine. Luettavissa:
<http://content.time.com/time/world/article/0,8599,1887488,00.html>. Luettu: 24.2.2015.

Suomen kuvalehti 2012. Näin huumeet kulkevat huomaamattomasti Meksikosta Yhdysvaltoihin – rajan ali. Luettavissa: <http://suomenkuvalehti.fi/jutut/ulkomaat/nain-huumeet-kulkevat-huomaamatta-meksikosta-yhdysvaltoihin-rajaa-ali/>. Luettu: 21.1.2015.

Suomen Matkatoimisto 2015. SMT Liikematkat. Luettavissa: <https://www.smt.fi/etusivu>. Luettu: 29.3.2015.

Suomen Suurlähetystö, Mexico. 2014. Yhteiskunta, kulttuuri ja media. Luettavissa:
<http://www.finlandia.org.mx/public/default.aspx?nodeid=47084&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 24.2.2015.

The Economist 2012. Mexican Drug War. Luettavissa:

<http://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2012/11/mexican-drug-war>. Luettu: 21.1.2015.

Tjäreborg 2015. Meksiko. Luettavissa: <http://www.tjareborg.fi/meksiko>. Luettu: 20.1.2015

TripAdvisor. Best Spring Break Destinations. Luettavissa:

http://travel.usnews.com/Rankings/Best_Spring_Break_Destinations/. Luettu: 29.1.2015.

Tsiotsou, R. & Goldsmith, R. 2012. Strategic Marketing in Tourism Services. Emerald Insights.

Ulkoasiainministeriö 2015. Meksiko: Matkustustiedote. Luettavissa:

<http://www.formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=99523&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 22.1.2015.

Ulkoasiainministeriö 2015a. Maatiedosto Meksiko. Luettavissa:

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=40978&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 19.1.2015.

Ulkoasiainministeriö 2015b. Historia. Luettavissa:

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=40977&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 19.1.2015.

Ulkoasiainministeriö 2015c. Poliittinen järjestelmä. Luettavissa:

<http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=17815&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 20.1.2015.

Ulkoasiainministeriö 2015d. Meksiko: Matkustustiedote. Luettavissa:

<http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentId=99523&nodeId=15145&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 29.1.2015.

UNESCO World Heritage Centre 2015. Chitzen Itza. Luettavissa:

<http://whc.unesco.org/en/list/483>. Luettu: 18.4.2015.

UNWTO 2014. UNTWO Tourism highlights edition 2014. Luettavissa:

http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf. Luettu: 24.3.2015.

U.S. Passport & International Travel U.S. Department of State – Bureau of Consular Affairs 2014. Luettavissa:
<http://travel.state.gov/content/passports/english/alertswarnings/mexico-travel-warning.html>. Luettu: 3.3.2015.

Valli, R. 2010. Ikkunoita tutkimusmetodeihin. 1, Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. PS-Kustannus, Jyväskylä.

Visit Mexico 2012. Mexico City. Luettavissa: <http://www.visitmexico.com/en/mexico-city>.
Luettu: 3.3.2015.

Wilks, J. & Page, J.S. 2003. Managing tourist health and safety in the New Millennium. Pergamon.

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Tämä kysely on osa Haaga-Helia ammattikorkeakoulun matkailualan opiskelijoiden tekemää opinnäytetyötä. Kyselyn tarkoituksena on selvittää Meksikon imagoa sekä turvallisuutta matkailumaana suomalaisten näkökulmasta.

Kyselyyn vastaaminen kestää noin 3 minuuttia. Vastaukset käsitellään nimettöminä ja luottamuksella. Valmis opinnäytetyö sekä kyselystä saatavat vastaukset julkaistaan theseus.fi - palvelussa.

Vastauksenne ovat kallisarvoisia tutkimusta tehdessä. Kiitämme jo valmiiksi vastauksestanne!

Restonomiopiskelijat

Anna-Maria Kalaisidis

Jonna Martikainen

Matkailun koulutusohjelma

Haaga-Helia Ammattikorkeakoulu, Porvoo Campus

Sukupuoli* :

- Mies
- Nainen
- En halua kertoa

Ikä*:

- alle 18v
- 19-25v
- 26-35v
- 36-45v
- yli 45v

Oletko matkustanut Meksikoon?*

- Kyllä
- En

Kyllä vastanneet:

Mikä oli matkasi motiivi?*

- lomamatka
- työmatka
- sukulaiset/ystävät

Mihin päin Meksikoa matkasi suuntautui?*

Kuinka kauan matkasi kesti?*

- alle 7 vrk
- 7 - 14 vrk
- 15 - 21 vrk
- yli 21 vrk

Mitä seuraavista mielikuvista liität Meksikoon? *

Valitse neljä tärkeintä mielikuvaa

- ruoka- ja juomakulttuuri
- rannat
- luonto
- aktiviteetit
- historia
- kulttuuri (esim. arkkitehtuuri, taide)
- turvallisuus
- huumeet
- väkivalta
- muuta, mitä?

Mitä riskitekijöitä tulee mieleesi Meksikosta?*

Voit valita useita vastausvaihtoehtoja

- luonnonmullistukset
- ryöstöt
- huumeet
- sairaudet
- liikenneonnettomuudet
- tapot
- kidnappaukset
- muuta, mitä?

Olitko tietoinen Meksikossa käytävästä huumesodasta?*

- kyllä
- ei

Mistä lähteistä olit saanut tietoa huumesodasta?*

- uutiset
- sosiaalinen media (esim. Facebook, Twitter, blogit)
- dokumentit ja asiaohjelmat
- ulkoministeriön tiedotteet
- muualta, mistä?
- en ollut tietoinen

Koitko Meksikon turvalliseksi matkakohteeksi?*

- erittäin turvattomaksi
- jossain määrin turvattomaksi
- melko turvalliseksi
- erittäin turvalliseksi

Vältitkö matkustamista jollekin tietylle alueelle levottomuuksien vuoksi?*

- en
- kyllä, minne?

Koitko Meksikossa käytävän huumesodan vaikuttavan matkasi sisältöön?*

- ei vaikuta lainkaan
- vaikuttaa jonkin verran
- vaikuttaa paljon
- vaikuttaa ratkaisevasti

Ei vastanneet:

Mikä on ollut esteenä matkustamisellesi?*

- ajanpuute
- kustannukselliset syyt
- oma kiinnostus
- turvallisuus seikat
- muuta, mitä?

Voisitko ajatella matkustavasi Meksikoon?*

- kyllä
- en

Mitä seuraavista mielikuvista liität Meksikoon? *

Valitse neljä tärkeintä mielikuvaa

- ruoka- ja juomakulttuuri
- rannat
- luonto
- aktiviteetit
- historia
- kulttuuri (esim. arkkitehtuuri, taide)
- turvallisuus
- huumeet
- väkivalta
- muuta, mitä?

Koetko Meksikon turvalliseksi matkakohteeksi?*

- erittäin turvattomaksi
- jossain määrin turvattomaksi
- melko turvalliseksi
- erittäin turvalliseksi

Mitä riskitekijöitä tulee mieleesi Meksikosta?*

Voit valita useita vastausvaihtoehtoja

- luonnonmullistukset
- ryöstöt
- huumeet
- sairaudet
- liikenneonnettomuudet
- tapot
- kidnappaukset
- muuta, mitä?

Oletko tietoinen Meksikossa käytävästä huumesodasta?*

- kyllä
- ei

Mistä lähteistä olit saanut tietoa huumesodasta?*

- uutiset
- sosiaalinen media (esim. Facebook, Twitter, blogit)
- dokumentit ja asiaohjelmat
- ulkoministeriön tiedotteet
- muualta, mistä?
- en ollut tietoinen

Vaikuttavatko negatiiviset uutiset päätökseesi matkustaa maahan?*

- ei vaikuta lainkaan
- vaikuttaa jonkin verran
- vaikuttaa paljon
- vaikuttaa ratkaisevasti

Yhteinen kysymys:

Muita kommentteja Meksikoon liityen: