

Kehittyvien maiden haasteet kestävässä matkailussa: Tansania

Haben Woldemichael



Tekijä(t) Haben Woldemichael	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Kehittyvien maiden haasteet kestävässä matkailussa: Tansania.	Sivu- ja liitesivumäärä 48 + 3
<p>Kestävästä matkailusta on viime vuosien ajan keskusteltu todella paljon. YK julisti vuoden 2017 kestävä matkailun teemavuodeksi. Matkailu on yksi maailman nopeimmin kasvavista toimialoista, se työllistää ihmisiä merkittävästi ja se on tärkeä tulonlähde monille maille.</p> <p>Tämän opinnäytetyön tavoite on selvittää, mitkä ovat kehittyvien maiden haasteet matkailussa ja miten matkailuorganisaatiot voivat vaikuttaa niihin. Opinnäytetyön näkökulma keskittyy siihen, miten Suomessa toimivat matkailuyritykset voivat vaikuttaa kestävä matkailuun kehittyvissä maissa. Opinnäytetyön toimeksiantaja on suomalainen kaukomatkatoimisto Aventura Oy.</p> <p>Tutkimus sisältää teoreettisen viitekehyksen ja empiirisen tutkimusosuuden. Teoreettinen viitekehys muodostuu opinnäytetyön aiheeseen liittyvästä teoriasta ja kirjallisuudesta. Se käsittelee tutkimuksen kannalta olennaisimpia käsitteitä, kuten kestävä kehitys ja kestävä matkailu. Kehittyvien maiden haasteet matkailussa ja kestävä kehityksen standardeja ja kriteerejä esitellään teoriaosuudessa Tansanian matkailun lisäksi. Tutkimus suoritettiin kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla käyttäen teemahaastattelua aineistokeruutapana.</p> <p>Tutkimuksessa paljastui, että suurin haaste on matkailun hallinnoinnin puute. Kun matkailua hallinnoidaan oikein, niin matkailusta saatavat tulot jakautuvat tasaisemmin. Taloudellinen haaste matkailussa on korruptio, vähäinen paikallinen omistus, yhteistyökumppaneiden valinta ja hintojen nousu. Sosiaalisia haasteita ovat työntekijöiden huonot työolosuhteet ja kulttuurien yhteentörmäykset. Ekologisia haasteita ovat ilmastonmuutos, kuivuus, veden liikakulutus ja salametsästy.</p>	
Asiasanat Kestävä matkailu, kehittyvät maat, matkailu, Tansania	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Kestävä matkailu	3
2.1	Kestävä matkailu.....	3
2.1.1	Taloudellinen kestävyys	5
2.1.2	Sosiaalinen kestävyys	6
2.1.3	Ekologinen kestävyys	7
2.2	Kehittyvien maiden haasteet matkailussa	8
2.3	Kestävän kehityksen standardit ja kriteerit matkanjärjestäjille.....	12
3	Tansania	17
3.1	Perustietoa Tansaniasta	17
3.2	Tansania matkailumaana	19
3.2.1	Saavutettavuus	20
3.2.2	Matkailupalvelut	20
3.2.3	Vetovoimakohteet	21
4	Tutkimuksen toteutus	25
4.1	Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä	25
4.2	Teemahaastattelu	26
4.3	Tutkimuksen vaiheet	27
4.4	Tutkimuksen luotettavuus	29
5	Keskeiset tutkimustulokset	30
6	Pohdinta	41
6.1	Johtopäätökset.....	41
6.2	Oma oppiminen.....	43
	Lähteet	44
	Liitteet	50
	Liite 1. Haastattelurunko	50

1 Johdanto

Yhdistyneet Kansakunnat julisti vuoden 2017 kestävän matkailun ja kehityksen teemavuodeksi. Sen tavoite on tuoda näkyvyyttä kestävän matkailun kolmelle eri ulottuvuudelle - taloudelliselle, sosiaaliselle sekä ekologiselle kestävyydelle. Vuonna 2016 matkailuun kulutettiin 7,6 miljardia Yhdysvaltain dollaria maailmanlaajuisesti ja matkailualalla työskenteli 292 miljoonaa henkilöä, mikä vastaa yhtä kymmenestä työpaikasta maailmantaloudessa. Matkailun suosion ja vaikutuksen kasvaessa YK ajattelee matkailun vahvistavan maailmanrauhaa ja antavan ihmisille tilaisuuksia parempaan elämään. (UNWTO 2015; WTTC 2017a.) Kestävän matkailun tarkoitus on toimia kestävän kehityksen tavoitteiden mukaisesti. Yksinkertaisimmillaan sen päämäärä on maksimoida matkailun positiiviset vaikutukset sekä vähentää negatiivisia vaikutuksia. (Reilun matkailun yhdistys 2017.)

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on, matkatoimisto Aventuran toimeksiannosta, tutkia kehittyvien maiden haasteita kestävässä matkailussa keskittyen Tansaniaan. Tutkimuksen päätutkimusongelma on, mitä haasteita kehittyvät maat kohtaavat kestävässä matkailussa keskittyen Tansanian matkailuun sekä mitä matkailuyritykset voivat tehdä edesauttaakseen kestävästä matkailusta. Tämä opinnäytetyö tutkii kehittyvien maiden haasteita kestävässä matkailussa ja miten matkailuorganisaatiot kuten Aventura voivat vaikuttaa kestävässä matkailuun kehittyvissä maissa. Opinnäytetyö keskittyy Tansanian matkailuun, sillä se on monipuolinen matkailukohde ja yksi suosituimmista matkakohteista, johon toimeksiantaja Aventura järjestää matkoja. Tutkimuksen taustalla on myös kirjoittajan oma kiinnostus Afrikan kestävässä matkailuun.

Toimeksiantajana opinnäytetyöllä on kaukomatkatoimisto Aventura Oy, jossa kirjoittaja suoritti 20 viikkoa kestävässä työharjoittelunsa. Aventura Oy on suomalainen matkatoimisto, joka on toiminut 17 vuotta. Aventura on erikoistunut kaukomatkailuun ja järjestää sekä suomalaisten matkanjohtajien opastamia pienryhmämatkoja, että asiakkaiden omien toiveiden mukaisesti räätälöityjä kaukomatkoja. Aventura järjestää suomalaisen matkanjohtajan opastamia matkoja 83: een itsenäiseen valtioon maailmassa. Englanninkielellä opastettuja pienryhmämatkoja järjestetään taas kaikkialle maailmassa. Matkatoimiston tuotteisiin kuuluu opastettuja kierto- ja aktiivimatkoja kaikkialle kaukokohteisiin paitsi Eurooppaan, poikkeuksena vaellusmatkat Islantiin, Venäjälle ja Tanskan Grönlantiin. Yrityksen tarjontaan kuuluu myös safari- ja luontolomat, vaellus- ja aktiivilomat, sukellusmatkat, risteilymatkat, lukusmatkat sekä maailmanympärimatkat. (Aventura 2017.)

Työ on tutkimustyyppinen opinnäytetyö, joka toteutettiin laadullisella tutkimusmenetelmällä. Aineiston hankintamenetelmä on teemahaastattelu matkailuasiantuntijoille sekä matkailuyrittäjille. Työn tietoperusta koostuu, kestävän kehityksen ja kestävän matkailun teoriasta yleisesti ja Tansanian matkailusta. Tässä osassa määritellään ja tarkastellaan kestävän matkailun kolme eri ulottuvuutta - taloudellista, sosiaalista sekä ekologista kestävyyttä. Teoreettinen osa käsittelee myös haasteita, joita kehittyvät maat kohtaavat matkailussa taloudellisista, sosiaalisista ja ekologisista aspekteista. Toinen luku sisältää myös kestävän kehityksen standardeja ja kriteerejä, joita matkanjärjestäjien tulisi huomioida. Kolmannessa kappaleessa käsitellään Tansaniaa matkailumaana, sen matkailupalveluita, vetovoimakohteita ja saavutettavuutta Suomesta.

Työn empiirinen osa koostuu tutkimuksen toteutuksesta, tutkimusmenetelmistä sekä tutkimuksen vaiheista. Empiirisessä osassa käydään läpi myös keskeisimmät tutkimustulokset, jotka on jäsennelty teorian mukaan. Lopuksi empiiriseen osaan liittyy pohdinta, jossa kuvaillaan tutkimuksen luotettavuutta, johtopäätöksiä sekä mahdollisia kehitysehdotuksia.

2 Kestävä matkailu

Tässä luvussa käydään läpi kestävän matkailun määritelmää, sen lähtökohtaa ja mistä tämä käsite koostuu. Kaikki kestävän matkailun ulottuvuudet, taloudellinen kestävyys, sosiaalinen kestävyys ja ekologinen kestävyys ovat selitettynä luvussa. Viimeinen luku käsittelee kehittyvien maiden haasteita kestävässä matkailussa ja mitä matkailuorganisaatiot voivat tehdä sen eteen, jotta kestävä matkailu olisi onnistunut kehittyvissä maissa.

2.1 Kestävä matkailu

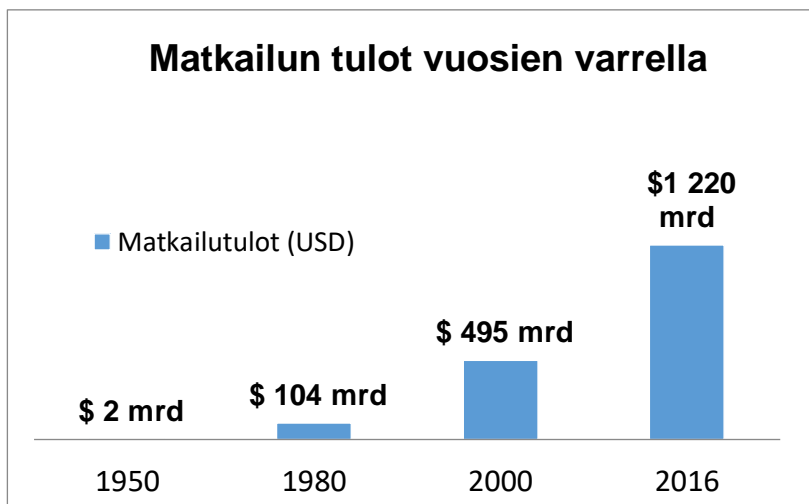
Kestävä kehitys on määritelty YK:n Brundtlandin raportissa (1987, 43) kehitykseksi, joka huomioi nykyisen sukupolven tarpeet vaarantamatta tulevien sukupolvien tarpeita. Vuonna 1997 YK painotti kestävän kehityksen kolme ominaisuutta, jotka antavat kokonaisvaltaisemman lähestymistavan - taloudellinen-, sosiaalinen- sekä ekologinen kestävyys (Spenceley 2008, 1). Vuonna 2000 YK:n jäsenvaltiot sopivat kahdeksan vuosituhattavoitetta, jotka oli määrä saavuttaa vuoteen 2015 menneessä. Näiden tavoitteiden ansiosta on pystytty edistämään miljoonien ihmisten hyvinvointia. Taloudellinen ja sosiaalinen kestävyys ovat YK:n tärkeimpiä prioriteetteja ja näiden kehityksen kannustaminen luovat maailmanlaajuisia hyvinvointia ja edistävät maailman rauhaa. Köyhyyden poistaminen ja epätasa-arvon minimoiminen ovat tärkeitä tekijöitä, jotka edesauttavat hyvinvointia. (YK-liitto 2017a.)

Vuonna 2015 YK:n jäsenvaltiot sopivat 17 uutta kestävän kehityksen tavoitteita, joilla on 169 alatavoitetta. Tämän kehitysohjelman on tarkoitus jatkaa seuraavien 15 vuoden ajan alkaen vuodesta 2016. Nämä 17 kestävän kehityksen tavoitteet voidaan kategorisoida viiteen kokonaisuuteen – rauhaan, yhteistyöhön, ihmisiin, planeettaan ja hyvinvointiin. (YK-liitto 2017a.)

Kestävä matkailu on taloudellisen kestävyuden, sosiaalisen kestävyuden ja ekologisen kestävyuden herkkä tasapaino. Kestävän matkailun termi saa alkunsa YK:n kestävän kehityksen periaatteista, joita käytiin tämän luvun alussa läpi. Tarkoitus on tukea positiivista muutosta ja välttää matkailun negatiivisia vaikutuksia. (Spenceley 2008, 1.) Matkailuelinkeinon kasvaessa, kasvavat myös sen vaikutukset kaupunkeihin, ihmisiin ja luontoon. Kuten missä tahansa muussa elinkeinossa, matkailu myös antaa ja ottaa yhteisöiltä ja matkailijoilta. Nämä vaikutukset voivat mahdollisesti olla negatiivisia, jos matkailun hallinnointi on tehty huonosti. Se asettaa paljon stressiä kaupungeille, puistoille, historiallisille kohteille, paikalliselle infrastruktuurille, paikallisille asukkaille ja heidän resursseilleen. (The World Bank Group 2017, 6.) Pitkällä aikavälillä matkailualan kasvu

tulee jatkumaan vahvana, niin kauan kuin matkailun kehitys toteutetaan kestäväällä tavalla. Kun kasvu jatkuu kestäväällä tavalla, matkailun odotetaan työllistävän yli 380 miljoonaa ihmistä vuonna 2027. Matkailun taloudellinen panos tulee lisääntymään, mikä antaa perustan luonnon, elinympäristön ja biologisen monimuotoisuuden suojelemiselle. (WTTC 2017a.)

YK:n matkailujärjestö UNWTO kuvailee kestäväää matkailua sellaiseksi matkailuksi, jonka tarkoitus on huomioida nykyiset ja tulevat taloudelliset, sosiaaliset ja ekologiset vaikutukset, huomioiden myös matkailuyrityksien ja kohdemaan tarpeita (Reilun matkailun yhdistys 2017). YK:n matkailujärjestö UNWTO:n mukaan (2017) mukaan matkailu on ollut suuressa kasvussa viimeisten kuuden vuosikymmenien aikana. Siitä on tullut maailman suurin ja nopeinten kasvava elinkeino ja on 10% maailman bruttokansantuotteesta. Tämä kasvu näkyy alla olevassa kuviossa 1. Maailman matkailun tulot ovat kasvaneet vuodesta 1950 USD 2 miljardista, vuoden 2016 USD 1 220 miljardiin Yhdysvaltain dollariin.



Kuvio 1. Matkailun tulot vuosien varrella (UNWTO 2017, 2).

Kestävän matkailun pyrkimyksenä on se, että kaikki matkailualalla työskentelevät saavat inhimilliset työlöt, oikeudenmukaista palkkaa ja ihmisarvojen mukaista kohtelua. Tämä koskee yhtä lailla myös matkailijoita. Heidän on saatava tarpeeksi tietoa matkakohteesta ja palveluista matkailuorganisaatioilta. Kestävä matkailu ei ole tarkoitettu vain tiettyntyyppisille matkailijoille tai yrityksille, vaan se on periaatteita, käytäntöjä ja tavoitteita, joita voi harjoittaa jatkuvasti. Kaiken matkailun on mahdollista olla kestäväää matkailua. Jokainen matkailija voi omilla valinnoillaan vaikuttaa tähän, mutta myös yrityksiltä, hallituksilta ja kansalaisjärjestöiltä tarvitaan myös panostusta, jotta päästään kestävään matkailun tavoitteisiin. (Reilun matkailun yhdistys 2017.)

Taulukossa 1 on lueteltu tärkeimpiä matkailun positiivisia vaikutuksia taloudellisesti, sosiaalisesti että ekologisesti. Monet näistä tekijöistä ovat kytköksissä toisiinsa. Lisääntyneiden tulonlähteiden ja parempien mahdollisuuksien takia halutaan lisää matkailijoita ja ollaan valmiita sietämään matkailun negatiiviset vaikutukset.

Taulukko 1. Kestävän matkailun positiiviset vaikutukset (Mason 2008, 45, 58, 73).

Taloudellinen vaikutus	Sosiaalinen vaikutus	Ekologinen vaikutus
Matkailutulojen edistäminen	Vähävaraisten tai teollistumattomien alueiden elvyttäminen	Tiedottaminen ympäristön/maisemakuvan/luonnonsuojelun tärkeydestä
Valtion tulojen edistäminen	Paikallisen taiteen ja perinteisen kulttuurin elpyminen	Kansallispuistojen ja suojelualueiden perustaminen ja edistäminen
Työllisyyden luominen	Paikallisen väestön sosiaalisen ja kulttuurisen elämän elvyttäminen	Historiallisten rakennusten/monumenttien säilyttäminen
Alueellisen kehityksen edistäminen	Paikallisen arkkitehtuurin uudistaminen	Perintökohteiden ja suojelualueiden säilyttämisen rahoitus
Paikallisen yrittäjyyden tukeminen	Kulttuurisesti arvokkaiden ja merkittävien alueiden suojeleminen	

Matkailualan vaikutukset eroavat muista toimialojen vaikutuksista, sillä matkailu keskittyy yhteen tiettyyn alueeseen, koska matkailun tuotanto ja kulutus tapahtuvat samassa paikassa. Joten matkailun vaikutukset suurelta osin keskittyvät kyseiselle alueelle. (Mason 2008, 38.) Matkailun vaikutusten laajuuteen vaikuttavat matkakohteen valinta, matkailun kehityksen taso, matkailijatyypit, millaisia aktiviteetteja on tarjolla, onko matkakohteessa matkailulle tarpeellista infrastruktuuria ja milloin on kohteen korkein matkustusseasonki. (Mason 2008, 39-40.)

2.1.1 Taloudellinen kestävyys

Taloudellisella kestävyydellä pääasiassa tarkoitetaan, että matkakohteen paikalliset yhteisöt saisivat tarvitsemansa taloudellisen hyödyn matkailuliiketoiminnastaan (Reilun matkailun yhdistys 2017). Monissa kehittyvissä maissa matkailu on merkittävin,

elinvoimaisin ja kestävin toimiala, sillä se tukee talouskasvua ja työllistää joko välittömästi tai välillisesti. Joissain maissa se on ainoa ulkomaan valuutan tulon lähde, jota tarvitaan, kun käydään kansainvälistä kauppaa. (UNWTO & SNV 2010.) Matkailu työllisti vuonna 2016 välittömästi ja välillisesti 292 miljoonaa ihmistä, eli yksi jokaisesta 10 työpaikasta maailmanlaajuisesti oli matkailualalla. Se on 10,2 % maailman BKT:stä. (WTTC 2017b.)

Taulukkoon 1 on koottu matkailun positiivisia taloudellisia vaikutuksia, jotka ovat matkailutulujen nousu, samalla valtion tulojen nousu, työllisyyden lisääntyminen ja paikallisen yrittäjyyden tukeminen. Nämä vaikutukset (Taulukko 1) voidaan mitata kansallisella tasolla, paikallisella tai alueellisella tasolla. Erityisesti kehittyvissä maissa matkailun taloudelliset vaikutukset voivat olla merkittäviä. (Mason 2008, 45, 47.)

Matkailu edistää monenlaisia taloudellisia mahdollisuuksia, jotka vaikuttavat monilla eri sektoreilla kuten viestinnässä, infrastruktuurissa, koulutuksessa, turvallisuudessa, terveydenhuollossa, maahanmuutossa, tullissa ja majoituspalveluissa. Taloudellisen kestävyuden onnistuessa, se edistää yllämainittujen lisäksi BKT:n kasvua, lisää kansainvälistä kauppaa ja investointeja sekä tukee pienituloisia talouksia. (UNWTO 2017, 7.) Näistä syistä matkailu on erittäin houkutteleva toimiala maailmassa ja erityisesti kehittyville maille, johtuen siitä, että kynnys aloittaa on alhainen ja tuloja tulee melko nopeasti. (Spenceley 2008, 6.) Taloudellinen kestävyys takaa valtion taloudellisen itsenäisyyden ja on näin riippumaton ulkomaan avusta (UNWTO 2017, 8).

Matkailun taloudellinen hyvinvointi ei välttämättä aina hyödytä paikallisia tai matkakohdetta, jos matkailuyritysten johto on kehittyneissä maissa. Usein kohteen matkailutulot vuotavat ulkomaille. (Reilun matkailun yhdistys 2017.) UNWTO:n ja SNV:n (2010) mukaan osa matkailutuloista voi hyvinkin päätyä yhteiskunnan köyhemmille ja voi varmistaa matkailutulujen tasaisen jakautumisen, kun matkailun hallinnointi on kestävä ja se on suunniteltu sen mukaisesti. Paikallisella väestöllä on suurempi mahdollisuus työllistymiseen ja taloudelliseen itsenäistymiseen pienillä paikallisten omistamilla yrityksillä (Reilun matkailun yhdistys 2017).

2.1.2 Sosiaalinen kestävyys

Sosiaalinen kestävyys tarkoittaa, että matkailijoiden ja matkakohteen väestön keskinäinen suhde perustuu kunnioitukseen. Tarkoitus on välttää paikallisväestön kulttuurin vääristämistä, kaupallistamista ja hyväksikäyttöä, mutta samalla tukea ja suojella katoavia kulttuuriperintöjä. Paikallisväestön kuuluu olla mukana matkailun harjoittamisessa sekä kaupankäynnin suunnittelussa ja päätöksenteossa. (Reilun matkailun yhdistys 2017.)

Organisaatiot vaikuttavat joko suoraan tai epäsuorasti työnantajiin, työntekijöihin, asiakkaisiin ja paikallisyhteisöön. Sosiaalisen kestävyuden tavoite on tunnistaa ja hallinnoida matkailualan myönteiset ja negatiiviset vaikutukset paikallisiin ihmisiin ja kulttuuriin. Sosiaalinen kestävyys yrittää selvittää monenlaisia sosiaalisia haasteita. Näitä ovat esimerkiksi ihmisoikeudet, työoikeudet, tasa-arvo, lasten oikeudet, alkuperäisväestöt ja koulutus. Vaikka hallituksilla on ensisijainen vastuu näistä asioista, organisaatiot voivat tehdä osansa. Vähiten, mitä organisaatiot voivat tehdä on tunnistaa heidän vaikutuksensa näihin haasteisiin ja välttää ihmisoikeuksien rikkomista. (UNGC 2017.)

UNGC (2017) uskoo, että organisaatiot voivat vaikuttaa sosiaaliseen kestävyteen. Ihmisoikeuksien kunnioituksen lisäksi matkailuorganisaatiot voivat osallistua paikallisten hyvinvointiin luomalla ihmisarvoisia työpaikkoja, tuottamalla palveluita ja tuotteita, joita paikalliset voivat myös hyödyntää. Matkailuorganisaatiot voivat tukea ja kannattaa sosiaalista kestävyttä edistäviä poliittisia käytäntöjä ja hyväntekeväisyysjärjestöjä. Lisäksi he voivat valita ensisijaisesti paikallisia yhteistyökumppaneita. Yksinkertaisuudessaan sosiaalinen kestävyys tarkoittaa matkailijoiden, matkailujärjestöjen ja paikallisyhteisön molemminpuolista kunnioitusta.

Mason (2008, 60-61) siteeraa sveitsiläistä Hunzikenia (1961), jonka mukaan matkailu on yhdistänyt ihmisiä maailman kaukaisimmista osista. Hänen mukaansa matkailu auttaa ihmisiä ymmärtämään toistensa asenteita ja uskomuksia, jotka muuten olisivat käsittämättömiä. Sen painopisteenä on ihminen eikä talous, varsinkin kehittyvissä maissa, kun matkailu on tärkein keino ylläpitää kansainvälisiä suhteita. (Mason 2008, 60-61.)

2.1.3 Ekologinen kestävyys

Ekologinen kestävyys pyrkii suojelemaan ympäristöä, jossa matkailua harjoitetaan. Luonto on yksi matkailijoiden tärkeimmistä vetovoimatekijöistä. Monien matkakohteiden suosituimmat ja tärkeimmät nähtävyydet ovat luonnonympäristöjä. Ekologisen kestävyuden tarkoituksena on suojella näitä kohteita ja samalla hyödyntää niitä matkailussa. Veden- ja energiankulutuksen sekä jätteiden vähentäminen ovat tärkeitä tekijöitä ympäristön suojelussa. Ilmastonmuutoksen hidastaminen ja kasvihuonekaasujen päästöjen minimoiminen kuuluvat ensisijaisesti ekologiseen kestävyteen. Luonnonsuojelun tukeminen on myös tärkeää. (Reilun matkailun yhdistys 2017; The World Bank Group 2017.)

Ekologisella kestävyydellä pyritään lisäämään tietoisuutta ympäristökysymyksistä, kuten yllämainituista ilmastonmuutoksesta, veden- ja energiankulutuksesta, elintarvikkeista ja

maataloudesta. Tavoitteena on luonnonvarojen ylläpito tulevalle sukupolvelle. (UNGC 2017; The World Bank Group 2017.) Ekologisen kestävyuden tavoitteena on mukauttaa ihmisen toiminta maapallon luonnonvaroihin ja sen sietokykyyn, jotta säilyttäisimme maapallon elinkelpoisena tuleville sukupolville (YK-liitto 2017b). Tärkeintä on löytää tasapaino yhteiskunnan tarpeiden ja metsien hyvinvoinnin välillä. Uusiutuvien energialähteiden käyttö ja tuotanto on elintärkeää. Nämä lähteet ovat aurinkoenergia, tuuli- ja vesivoima, maalämpö, biokaasu sekä puuperäiset polttoaineet. Nämä ovat kestäviä, sillä ne eivät vähene pitkällä aikavälillä. (Findikaattori 2017.)

Matkailun positiivisia ekologisia vaikutuksia ovat kansallispuistojen ja suojelualueiden perustaminen, rahoitus ja ylläpito. Näiden lisäksi tiedottaminen ympäristönsuojelun tärkeydestä (Taulukko 1) on merkittävä matkailun vaikutus. Matkailusta aiheutuvilla tuloilla esimerkiksi sisäänpääsymaksuilla rahoitetaan perintökohteita ja suojelualueita, joita halutaan vaalia. (Mason 2008, 73.)

2.2 Kehittyvien maiden haasteet matkailussa

Matkailu on suosittu ja tuottoisa toimiala, jolla on paljon positiivisia vaikutuksia. Kuten kestävä matkailun määritelmässä kerrotaan, yksi kestävä matkailun tavoitteista on minimoida matkailun negatiiviset vaikutukset, jotka samalla ovat kestävä matkailun haasteita. Taulukkoon 2 on koottu matkailun negatiivisia vaikutuksia, jotka ovat erityisesti näkyvissä kehittyvissä maissa infrastruktuurin puutteen takia. (UNWTO & SNV 2010.)

Taulukko 2. Kehittyvien maiden haasteet/negatiiviset vaikutukset matkailussa (Mason 2008, 46, 58, 67, 73, 75).

Taloudellinen vaikutus	Sosiaalinen vaikutus	Ekologinen vaikutus
Inflaatio	Kulttuurien kaupallistaminen ja kulttuurierot	Roskaaminen
Vaihtoehtoiskustannus (opportunity cost)	Suuret matkailijamäärät	Veden ja energian liikakulutus ja pilaantuminen
Liiallinen riippuvuus matkailusta	”Akkulturaatio” - kulttuurien sulautuminen	Ilmastonmuutos
Tulovirtojen epätasainen jakaantuminen	Rikokset - seksiturismi	Salametsästy
	Turistien matkiminen (demonstration effect) - matkailijoiden vaikutus paikallisyhteisöön	

Taulukossa 2 käsitellään matkailun suurimpia negatiivisia vaikutuksia, jotka ovat samalla matkailun haasteita kehittyvissä maissa. Nämä haasteet on jaoteltu taloudelliseen, sosiaaliseen ja ekologiseen vaikutukseen.

Vertaillen taulukkoa 1 ja taulukkoa 2, käy ilmi, että matkailussa on enemmän positiivisia vaikutuksia kuin negatiivisia vaikutuksia.

Matkailun parissa on erilaisia haasteita, jotka on huomioitava. Matkailu on aina epävarmaa, koska kysyntä vaihtelee aina sesongin mukaan. Se on myös todella herkkä taloudellisille, ympäristöllisille ja sosiopoliittisille tapahtumille, jotka vaikuttavat matkailijoiden halukkuuteen matkustaa. Sosiaaliturvan puuttuessa vähävaraisimmat, jotka ovat riippuvaisia matkailutuloista ovat erityisen alttiita äkilliselle kysynnän vähenemiselle. (UNWTO & SNV 2010.)

Taloudelliset haasteet

Matkailun suurimpia taloudellisia haasteita ovat inflaatio, vaihtoehtoiskustannus (Opportunity cost), liiallinen riippuvuus matkailusta ja tulovirtojen epätasainen jakaantuminen (Taulukko 2). Inflaatio tarkoittaa tavaroiden ja palveluiden hintojen nousua ja rahan arvon laskemista. Matkailussa se näkyy, kun maan, talojen ja elintarvikkeiden hinnat nousevat laajasti. Näiden raaka-aineiden hinnat voivat nousta, kun matkailijat vaativat lisää paikallisia palveluita matkakohteissa. (Mason 2008, 46.)

Vaihtoehtoiskustannus matkailussa tarkoittaa matkailuun turvautumista ennemmin kuin muuhun alaan. Esimerkiksi rannikkoseuduilla, jossa sisämaa on pääosin maaseutua, investoidaan matkailuun eikä viljelyyn, puutarhakasviviljelyyn tai kalastukseen. Vaihtoehtoiskustannuksessa ei ole kyse pelkästään rahan sijoittamisesta vaan myös ajan ja energian sijoittamisesta matkailuun. (Mason 2008, 46.)

Liiallinen riippuvuus matkailusta syntyy, kun matkailu nähdään ainoana vaihtoehtona maan kehitykseen. Tämä on negatiivinen vaikutus, sillä pienikin kysynnän muutos johtaa todennäköisesti suureen talouskriisiin. Tämä haaste nähdään pienissä valtioissa ja kehittyvissä maissa. (Mason 2008, 46.)

Taulukon 2 viimeinen taloudellinen haaste on matkailutulojen epätasainen jakaantuminen. Maailman matkailutuloista 90% päättyy vauraisiin teollisuusmaihin, mutta ongelmat jäävät kehittyviin maihin. Suurimpia syitä epätasaiseen tulonjakoon ovat ”matkailuyritysten omistajuuden keskittyminen, pitkät alihankintaketjut, riippuvuus tuontitavaroista ja

polttoaineesta”. Tämä lisää taloudellista epätasa-arvoa ja ei hyödytä paikallisia.

(Maailmantalous 2013.)

Sosiaaliset haasteet

Taulukossa 2 käy ilmi matkailun sosiaalisia haasteita, joita ovat kulttuurien kaupallistaminen ja kulttuurierot, suuret matkailijamäärät, akkulturaatio eli kulttuurien sulautuminen, rikokset ja turistien matkiminen (demonstration effect). Matkailijoiden halu kokea matkakohteen ”aito” kulttuuri on kyseenalaistanut matkailukokemusten aitouden. Tämä ”aitouden” kysyntä johtaa kulttuurien kaupallistamiseen. Sekä kehittyvissä maissa että kehittyneissä maissa kulttuurituotteita ja kulttuuriesityksiä on tuotettu matkailijoiden kätevään kulutukseen. Toisaalta tämä kysyntä on rohkaissut perinteisten käsityötaitojen kehittymisen ja uudistamisen. Matkailijoista aiheutuvia sosiaalisia vaikutuksia nähdään uhkana maissa, joissa on vahvoja uskonnollisia tapoja, jolloin kulttuurierot korostuvat. (Mason 2008, 58, 60.)

Matkailijamäärien nopea kasvu voi aiheuttaa ruuhkaa matkakohteissa, missä matkailu on vasta aluillaan. Tämä aiheuttaa ylimääräistä stressiä matkailijoille sekä paikallisille. Suuri matkailijamäärä rasittaa myös infrastruktuuria ja nostaa palvelujen hintoja. (Mason 2009, 60.)

Mason (2008, 59) käyttää Stephen Williamsin (1998) teoriaa akkulturaatiosta.

Akkulturaatio tapahtuu, kun kaksi kulttuuria ovat vuorovaikutuksessa toisiinsa jonkin aikaa, jolloin ne vaihtavat näkemyksiä ja tuotteita. Ajan myötä nämä kulttuurit sulautuvat toisiinsa ja niistä tulee samankaltaisia. Yleisesti niin sanotusti ”heikompi” kulttuuri omaksuu valtakulttuurin tapoja ja arvoja.

Rikollisuus ja ihmisoikeuksien loukkaukset voivat kasvaa matkailussa, jos se on hallinnoitu väärin. Yleisimmät matkailun haittapuolet ovat seksiturismi ja lapsiseksiturismi. Tutkimusten perusteella naiset ovat yleisesti matkailun aiheuttamien negatiivisten vaikutusten vaikutuksen alaisia.

Turistien matkiminen (demonstration effect) on matkailun merkittävimpiä sosio-kulttuurisia vaikutuksia, joille nuoret ovat alttiimpia kuin aikuiset. Kyseisellä termillä tarkoitetaan matkailijoiden vaikutusta paikallisväestön tapoihin, arvomaailmaan ja käyttäytymiseen. Osa paikallisväestöstä usein näkee ainoastaan matkailijoiden aineelliset omaisuudet ja kokevat myös itse tarvitsevansa näitä samoja asioita. Tämä saattaa rohkaista yhteiskunnan nuorimpia muuttamaan maaseuduilta kaupungeille tai jopa ulkomaille paremman elämän toivossa. (Mason 2008, 59.)

Ekologiset haasteet

Luonto ja ympäristö nähdään matkailun tärkeimpinä resursseina, joten matkailun ekologiset vaikutukset ovat kaikista näkyvimpiä. Matkailun ja luonnon keskinäinen suhde on monimutkainen, sillä ne ovat riippuvaisia toisistaan. Monet suojelualueet eivät olisi olemassa ilman matkailua. Viimeisen 50 vuoden aikana matkailu on aiheuttanut suuria ympäristövahinkoja massamatkailun kehittyessä. Taulukossa 2 mainitut ekologiset vaikutukset ovat roskaaminen, veden ja energian liikakulutus sekä pilaantuminen, ilmastonmuutos ja salametsästys. (Mason 2008, 73, 75.)

Jätteet ja roskaaminen ovat matkailun suurimpia ympäristörasitteita. Matkailusta syntyvä jätemäärä on suurempi kuin kohteiden sietokyky. Jätteiden vaikutus näkyy maaperässä ja ilmanlaadussa ja voi vahingoittaa ihmisiä ja eläimiä. Resurssien puutteen takia kaikissa maissa ei ole toimivaa jätehuoltoa, erityisesti kehittyvissä maissa, joten vahingot voivat olla suuria, kun kyseessä on ongelmajätteet. Kyseisissä kohteissa jätteiden haitat korostuvat. Jätteiden kierrätys ja lajittelu ovat tärkeitä tekijöitä ympäristölle. Lajittelun ansiosta kierrätettyjä jätteitä voidaan uusiokäyttää ja käyttää uusien tuotteiden raaka-aineeksi. Tärkeintä on yrittää ennaltaehkäistä jätteiden muodostumista. (Maailmantalous 2013; Turunen 2010, 8; Reilun matkailun yhdistys 2018a.)

Vesi on elintärkeä luonnonvara, josta kilpailevat ihmiset, teollisuus, maatalous, kasvit ja eläimet. Vaikka maapallon pinta-alasta kolme neljäsosaa on veden peitossa, käyttökelpoista ja saatavilla olevaa makeaa vettä on vain vajaa prosentti. Monissa maissa makeaa vettä käytetään niin nopeaan tahtiin, ettei se ehdi uusiutua, eivätkä vesivarat tällä tahdilla riitä kasvavalle väestölle. Matkailussa kulutetaan paljon vettä erityisesti golfkentillä ja uima-altaissa. Matkailijoiden vedenkulutus on moninkertainen paikallisiin nähden ja korostuu kuumissa ja kuivissa kohteissa, mikä saattaa vaikeuttaa paikallisten elinoloja. Pohjavesien ylikäyttö aiheuttaa maa-alueiden eroosioita ja aavikoitumista. Veden laadun pilaantuminen johtuu yleensä siitä, kun veteen päästetään puhdistamatonta jätevettä. Veden laadun huonontuminen haittaa kohteen elinkeinoa ja matkailun taloudellista hyötyä. (Turunen 2010, 7-8; Reilun matkailun yhdistys 2018b.)

Luonnonvarojen liikakulutus haittaa luonnon uusiutumista ja kestävyyskykyä. Energian kulutus matkailussa hupenee liikkumiseen, majoitustoimintaan ja mahdollisiin aktiviteetteihin. Reilun matkailun yhdistyksen mukaan matkakohteeseen lentäminen on 90% matkan ilmastovaikutuksista. Matkan ekologiseen jalanjälkeen vaikuttaa veden- ja energiankulutus. Uusiutuvien ja uusiutumattomien luonnonvarojen kulutustahti vaikuttaa

niiden riittävyteen. Uusiutuvia luonnonvaroja ovat esimerkiksi auringon säteily, eläimet ja kasvillisuus ja uusiutumattomia luonnonvaroja ovat öljy, hiili ja mineraalit. (Turunen 2010, 7; Reilun matkailun yhdistys 2018b.)

Matkailu tarkoittaa liikkumista kohteen sisällä ja kohteiden välillä, mikä usein tapahtuu jollain kulkuvälineellä, johon tarvitaan polttoainetta. Lentoliikenne tuottaa noin kaksi prosenttia maailman hiilidioksidipäästöistä, mutta sen vaikutus lämpenemiseen voi nousta kahdeksaan prosenttiin. Lentoliikenteen päästöjen vaikutukset ovat voimakkaampia kuin maanpinnalla aiheutetut päästöt, sillä ne haihtuvat suoraan ilmakehään. Yksilön ilmasto-vaikutukset voivat kaksinkertaistua jo yhdellä kaukomatkalla vuodessa. Kasvihuonekaasujen, kuten hiilidioksidin ja metaanin, korkea määrä ovat ilmastonmuutoksen aiheuttajia. Tämän takia ilmasto lämpenee, kun auringon aiheuttama ylimääräinen lämpö ei pääse haihtumaan avaruuteen kasvihuonekaasujen läpi. Lentoliikenteen lisäksi energiaa kuluu asumiseen ja ruokaan. Näiden tuottaminen vaatii energiaa, jota saadaan käyttäen fossiilisia polttoaineita. Ilmastonmuutos on matkailun suurin ekologinen haaste. (Turunen 2010, 11; Ulkoasianministeriö 2013.)

Salametsästys (Taulukko 2) tapahtuu eläinten ruumiinosien takia, joista ollaan valmiita maksamaan suuria summia rahaa. Maailman laittomasta kaupankäynnistä, salametsästys on neljänneksi suurin. Eläinten ruumiinosien uskotaan parantavan tai tuovan onnea, vaikkei ole lääketieteellistä todistusta niiden vaikutuksista. Norsunluusta tehdään esimerkiksi koriste- ja käyttöesineitä. Köyhyys vaikuttaa salametsästyksen, koska vähävaraisia paikallisia on helppo houkuttaa pienellä palkkiolla laittomaan toimintaan. Joskus syynä voi olla puute ruoasta ja eläimiä metsästetään niiden lihan takia. Tansania on vuosina 2009-2014 menettänyt 60% norsuistaan. (WWF 2017.)

Tansanian suurimpia ekologisia haasteita ovat maaperän huonontuminen ja aavikoituminen sekä koralliriuttojen tuhoutuminen, mikä uhkaa meren elinympäristöjä, villieläinten laitton metsästäminen ja kaupankäynti esimerkiksi norsun luusta. Kuivuus vaikuttaa esimerkiksi maatalouteen. (CIA 2017.) Nämä haasteet ovat yleisiä kehittyvissä maissa.

2.3 Kestävän kehityksen standardit ja kriteerit matkanjärjestäjille

Global sustainable tourism eli GTSC on maailmanlaajuinen organisaatio, joka on luonut yleisiä kestävän matkailun standardeja ja kriteerejä. Ne on järjestetty neljään pääteemaan: tehokas kestävän matkailun hallinta, paikallisväestön taloudellisten ja sosiaalisten etujen edistäminen, kulttuuriperinnön säilymisen edistäminen ja

ympäristöhaittojen vähentäminen. Niitä on tarkoitus soveltaa koko matkailualalle. (GSTC 2018.)

Taulukko 3. Kestävän matkailun ydinindikaattorit (muokattu; GSTC 2016, 3-13; Euroopan komissio 2013, 8-12).

Kohteen hallinta	
A.1 Kestävä julkinen matkailupolitiikka	Yrityksellä on kestävän matkailun strategia tai toimintasuunnitelma, jota seurataan ja josta raportoidaan. Se kattaa kestävän matkailun taloudellisia, sosiaalisia ja ekologisia Aspekteja.
A.2 Tiedotus ja viestintä	Yritys kommunikoi kestävyysperiaatteensa ja toimintansa sidosryhmille ja asiakkaille.
A.3 Asiakastyytyväisyys	Asiakastyytyväisyyttä seurataan ja mikäli epäkohtia huomataan, ryhdytään tarvittaviin toimenpiteisiin asian korjaamiseksi.
Taloudellinen vaikutus	
B.1 Työpaikkojen määrä ja laatu	Kunnollinen ja ympärivuotinen työ. Tasa-arvo työpaikalla, paikallisten palkkaaminen, minkä seurauksena heidän elämänlaatunsa edistäminen.
B.2 Toimitusketju	Etusijalle asetetaan paikalliset ja reilun kaupan tavarantoimittajat, mikäli niitä on saatavilla.
B.3 Yhteisön peruspalvelut	Yrityksen toiminta ei heikennä peruspalveluiden, kuten ruoan, veden, energian, terveydenhuollon tai kierrätyksen saatavuutta sen lähialueille.
Sosiaalinen vaikutus	
C.1 Yhteisön vaikutus	Seurataan paikallisten tyytyväisyyttä matkailun vaikutuksiin, jotta voidaan havaita ongelmat ajoissa ja voidaan mahdollisesti vaikuttaa paikallisiin päätöksiin.

C.2 Tasa-arvo	Matkailualalla työskentelevien naisten ja miesten tasa-arvo. Esteetön pääsy invalideille.
C.3 Paikallisen kulttuurin ja perinnön edistäminen ja suojeleminen	Vaalitaan ja yhdistetään perinteisen ja nykyaikaisen paikallisen kulttuurin aitoja elementtejä organisaation toimintaan, sisustukseen, ruokaan tai kauppoihin, samalla kunnioittaen paikallisyhteisöjen immateriaalioikeuksia.
Ekologinen vaikutus	
D.1 Ilmastonmuutos	Ilmastonmuutoksen minimoimiseen tähtäävien järjestöjen tai ohjelmien tukeminen.
D.2 Kiinteän jätteen käsittely, vesihuolto ja jäteveden puhdistus	Kierrätys kohteessa ja toimistolla. Jäteveden tehokas käsittely ja uusiokäyttö tai päästö luontoon turvallisesti ilman kielteisiä vaikutuksia paikalliseen väestöön ja luontoon.
D.3 Maiseman ja biologisen monimuotoisuuden suojeleminen	Tuetaan luonnonsuojelualueita, sillä ne ovat merkittävä resurssi matkailussa. Minimoidaan kaikki ekosysteemin häiriö.
D.4 Villieläinten salametsästys ja laitton kaupankäynti	Ollaan tietoisia villieläimiä koskevista laeista ja säädöksistä. Villieläimiä ei haalita, kuluteta, laiteta näytille, myydä tai vaihdeta noudattamatta paikallisia ja kansainvälisiä lakeja, jolla varmistetaan sen kestävä käyttö.

Taulukossa 3 avataan kohteen hallinnan kriteerejä, jotka auttavat mittaamaan matkakohteen kestävyttä. Kohteenhallinnassa korostetaan keskeisiä päätöksenteon ja viestinnän seikkoja. Se painottaa kestävä matkailun strategiaa, jota pitää seurata ja raportoida kattaen taloudellisia, sosiaalisia ja ekologisia seikkoja. Nämä periaatteet on syytä kertoa yhteistyökumppaneille ja asiakkaille. Asiakastyytyväisyyttä on tärkeä seurata, sillä tyytyväiset asiakkaat palaavat uudelleen matkakohteeseen, mikä edesauttaa kohteen taloudellista arvoa. Kaikkea on seurattava, raportoitava ja miettiä toimenpiteitä epäkohtien korjaamiseksi.

Yksi matkailun merkittävimmistä vaikutuksista on sen taloudellinen vaikutus ja tämän kriteerin tavoite on maksimoida paikallisen yhteisön taloudellisia ja sosiaalisia hyötyjä ja minimoida niiden negatiivisia vaikutuksia (GSTC 2016, 6). Taulukossa (3) mainitun taloudellisen arvon kriteereillä pyritään seuraamaan matkailun osuutta kohteen taloudelliseen kestävyYTEEN. (Euroopan komissio 2013, 22.) Tämä kriteeri seuraa matkailun tuottamaa työpaikkojen määrää ja laatua, toimitusketjua ja vaikutuksia yhteisön peruspalveluihin. Tarjottavan työn pitää olla kunnollinen ja ympärivuotinen. Paikallisten palkkaaminen ja työpaikan tasa-arvo edistävät paikallisten elämänlaatua kestävästi. Kohteissa toimijoiden on suosittava paikallisia ja reilun kaupan tavaran- ja palveluntoimittajia, mikäli niitä on saatavilla. Yrityksen toiminnan on vältettävä paikallisen yhteisön peruspalveluiden saatavuuden vaikeuttamista.

Taulukon (3) sosiaalisen vaikutuksen indikaattoreissa kerrotaan matkailun vaikutuksia, jotka keskittyvät matkakohteen asukkaisiin ja kulttuuriin. Sen päätavoite on edistää paikallisen kulttuuriperinnän säilymistä ja vähentää mahdollisia negatiivisia vaikutuksia. (Euroopan komissio 2013, 23; GSTC 2016, 8.) Kommunikointi paikallisen väestön kanssa on merkittävä keino seurata heidän tyytyväisyyttä, jolloin voidaan huomata matkailun sosiaalisia vaikutuksia ajoissa ja mahdollisesti ehkäistä negatiivisia vaikutuksia. Sukupuolten tasa-arvo matkailualalla työskentelevien ihmisten kesken on tärkeää, sillä matkailu tuottaa työmahdollisuuksia sekä naisille, että miehille. Tasa-arvo koskee myös invalideja ja heille esteetöntä pääsyä majoituspalveluihin ja nähtävyyksiin ja korostaa tietoisuutta kyseisen palvelun tarpeellisuudesta (Euroopan komissio 2013, 23.)

Taulukon (3) viimeisessä osassa käsitellään ympäristövaikutuksen olennaisia tekijöitä, kuten ilmastonmuutosta, erilaisten jätteiden asianmukaista käsittelyä, maiseman ja biologisen monimuotoisuuden suojelua ja villieläinten salametsästystä sekä laitonta kaupankäyntiä. Matkailuala vaikuttaa alueisiin, jotka ovat esimerkiksi herkkiä tulville ja kuivuudelle. Tietoisuuden lisääminen ja vaikutuksen lievittäminen on tärkeää. Yksi mahdollisuus osallistua ilmastonmuutoksen lievittämiseen on tukea ohjelmia ja järjestöjä, jotka yrittävät minimoida ilmastonmuutoksen vaikutuksia. Kiinteän jätteen kierrätys kohteessa ja toimistolla on merkittävää ekologisessa kestävydessä. Matkailu tuottaa paljon jätevettä, jota pitää käsitellä asianmukaisesti, sillä puhdas vesi on elämän edellytys. Luonnonsuojelualueet ja biologinen monimuotoisuus ovat merkittäviä matkailun kannalta ja kohentavat kohteen imagoa, joten näihin on investoitava. (Euroopan komissio 2013, 24-25.) Lisäksi villieläinten salametsästys ja laitton kaupankäynti ovat suuria haasteita kehittyvien maiden matkailussa, joten yritysten ja matkailijoiden tietoisuus niitä koskeviin lakeihin ja säädöksiin on tärkeää.

Näiden kriteerien tavoitteena on toimia kestävän matkailun sertifikaattien pohjana, ehdottaa realistisia ja käytännöllisiä peruskäytäntöjä kaikenkokoisille yrityksille. Lisäksi ne auttavat yrityksiä valitsemaan kestävän matkailun projekteja ja ohjelmia, jotka täyttävät näitä maailmanlaajuisia kriteerejä. Näiden kriteerien avulla voi seurata mitä yritys voi mahdollisesti vielä tehdä ja mitä jo tehdään oikein. Kriteerit ovat ohjeellisia, sillä kaikki yritykset ja matkakohteet ovat erilaisia. (GSTC 2018.) Taulukko 3:seen on kerätty ja tiivistetty GSTC:n kriteerejä, jotka ovat olennaisia matkatoimistojen ja kehittyvien maiden matkailun kannalta.

Matkailuyritykset korostavat vastuullisuuttaan sertifikaattien avulla, jotka kohottavat yrityksen imagoa ja antavat positiivista julkisuutta, josta usein syntyy myös taloudellisia hyötyjä. Nämä erilaiset sertifikaatit ja ympäristömerkit ovat osa matkailuyrityksen imagoa. Onnistunut sertifikaattijärjestelmä takaa, että merkittävät matkailuvaikutukset ovat läsnä yrityksen toiminnan suunnittelussa ja johdossa. Erilaisten ympäristömerkkien vaatimukset ja valvonta vaihtelevat, joten merkkejä on vaikea vertailla. Matkailuyritysten on tärkeää tehdä yhteistyötä sellaisten toimijoiden kanssa, joilla on asianmukaisia sertifikaatteja ja jotka noudattavat näitä kansainvälisiä kriteerejä. (Turunen 2010, 19.)

Yhdeksässä Afrikan maassa toimiva sertifiointistandardi Fair Trade Tourism on vuonna 2010 GSTC organisaation tunnustama Afrikan ensimmäinen kestävän matkailun sertifiointiohjelma. Se toimii suoraan tai yhteistyökumppaneiden kautta Etelä-Afrikassa, Mosambikissa, Madagaskarissa, Zimbabwessa, Namibiassa, Seychelleillä, Botswanassa, Tansaniassa ja Keniassa. Järjestö on voittoa tavoittelematon ja aloitti toimintansa vuonna 2003. Työntekijöiden oikeudenmukaiset työolot ja palkka, reilu toiminta, etujen ja ihmisoikeuksien tasapuolinen jako ja kulttuuriperinnön kunnioittaminen sekä ympäristösuojelu ovat järjestölle etusijalla. Järjestön tavoite on edistää kestävää matkailua lisäämällä tietoisuutta, tutkimustyön ja kannustuksen avulla. Kaikki matkailuyritykset, jotka kantavat Fair Trade Tourism sertifikaattia, tarkistetaan tietyn väliajoin puolueettomasti ja ne täyttävät GSTC:n kansainvälisiä kestävän matkailun kriteerejä. (Fair Trade Tourism 2018.)

3 Tansania

Tässä luvussa käsitellään Tansaniaa valtiona ja matkailumaana. Luvussa perehdytään ilmastoon, talouteen, väestöryhmiin, luontoon ja elämistöön. Tutustutaan Tansanian matkailuun yleisesti ja tarkastellaan sen saavutettavuutta Suomesta, matkailupalveluita ja tärkeimpiä vetovoimakohteita.

3.1 Perustietoa Tansaniasta

Tansanian yhdistynyt tasavalta on 53 miljoonan asukkaan valtio, joka sijaitsee Itä-Afrikassa Intian valtameren rannalla. Se on pinta-alaltaan Itä-Afrikan suurin valtio, noin 947 300 neliökilometriä. Tansanian naapurimaina ovat Kenia, Burundi, Uganda, Ruanda, Kongo, Sambia, Malawi ja Mosambik (Kuva 1). (CIA 2017.) Tansanian kiehtova maapinta on itäisen Afrikan ison hautavajoaman laaksojen ansiosta, jotka ovat muodostuneet mannerlaattojen jakaantumisesta. Hautavajoama alkaa Afrikan sarvesta ja ulottuu Mosambikiin asti. Itä-Afrikan hautavajoaman varrella on maailmankuulut Ngorongoron kraatteri, Tanganjikajärvi ja Afrikan korkein vuori Kilimanjaro. (Selling Tanzania 2018, 6.)



Kuva 1. Afrikka, Tansania ja naapurimaat kartalla (CIA 2017).

Tansanian sisämaa on ylätasankoa, josta noin kolmannes on savannia ja loput harvaa metsää. Sisämaa on aika hedelmätöntä, mutta rannikko ja saaret ovat reheviä. (Selling Tanzania 2018, 6.) Valtion suurimmassa kaupungissa ja talouselämän keskuksessa Dar Es Salaamissa (Kuva 1) asuu noin 5 miljoonaa ihmistä (CIA 2017). Maan pääkaupunkina toimii Dodoma (Rantapallo 2016).

Tansanian talous pohjautuu pääosin maatalouteen. Maassa on paljon kahvi-, tee-, puuvilla- ja mausteplantaaseja, jotka ovat tärkeitä vientituotteita. Lisäksi tärkeitä

luonnonvaroja ovat myös kulta, timantit ja maakaasu. Sansibarin suurin vientituote on mausteneilikka. (Selling Tanzania 2018, 6.) Maatalous on yli neljännes Tansanian BKT:stä, joka on 85 prosenttia maan viennistä ja työllistää noin 65 prosenttia työvoimasta (CIA 2017).

Tansanian alkuperäisväestöön kuuluu erilaisia afrikkalaisia heimoja, kuten Maasain etninen ryhmä. 99 % sisämaan väestöstä on afrikkalaisia, joista 95 % on bantuja ja loput 1 % ovat joko aasialaisia, eurooppalaisia tai arabeja. Sansibarin väestö koostuu arabeista, afrikkalaisista ja afrikkalaisten ja arabien sekoituksesta. (CIA 2017.) Arabit kävivät kauppaa Tansanian rannikolla noin 2 000 vuotta sitten, jonka jälkeen he asettuivat Sansibarin saarelle. Vuonna 1400-luvulla portugalilaiset saapuivat Tansaniaan, mutta vain väliaikaisesti. Omanien syrjäytettyä portugalilaiset maasta 1800-luvulla, alkoi orjakauppa kukoistaa Tansaniassa. Sansibarista tuli tärkeä kauppakaupunki Omaneille. Tansanian sisämaa siirtyi Saksan siirtomaaksi ja Sansibar jäi Iso-Britannian hallintaan 1900-luvulla. Ensimmäisen maailmansodan jälkeen Saksa joutui luovuttamaan alueensa Iso-Britannialle. Tansanian mannermaa itsenäistyi Ison-Britannian vallasta 9. joulukuuta 1961 ja Sansibar itsenäistyi pari vuotta myöhemmin. (Selling Tanzania 2018, 6.)

Maan kutsumanimi Tansania muodostui, kun mannermaa Tanganyika ja Sansibar yhdistyivät Tansanian yhtyneen tasavallan liittovaltioksi 26. huhtikuuta 1964 (Suomen suurlähetystö 2014). Maassa puhutaan arabian lisäksi monia kieliä, mutta viralliset kielet ovat suahili ja englanti. Englantia käytetään hallinnollisissa toimissa, liiketaloudessa ja korkeakouluissa. Arabiaa puhutaan usein Sansibarilla. (The World Bank 2009.) Valuuttana Tansaniassa käytetään shillinkiä (TZS) (Forex 2017). Yksi euro (EUR) oli 2760 Tansanian shillinkiä (TZS) 19.1.2018 (Xe 2018).

Tansanialla on 1 424 kilometriä pitkä rantaviiva Intian valtamerellä. Maan ilmasto vaihtelee trooppisesta rannikosta lauhkeaan vuoristoon. (CIA The World Factbook 2017.) Rannikon keskilämpötila päivisin on noin 30 celsiusastetta. Merituuli tekee ilmastosta kuitenkin miellyttävän kesäkuusta syyskuuhun asti. Sisämaassa on yleisesti kuumat päivät ja viileät yöt. Vuoristoissa on miellyttävä ilmasto tammikuusta syyskuuhun 20 celsiusasteen keskilämpötilalla. Kilimanjaro vuorella lämpötila vaihtelee. Toukokuusta elokuuhun lämpötila on noin 15 celsiusastetta ja joulukuusta maaliskuuhun se nousee noin 22 celsiusasteeseen. (Selling Tanzania 2018, 6.)

3.2 Tansania matkailumaana

Tansanian matkailuala on kasvava toimiala, jolla on suuri taloudellinen kasvupotentiaali. Tansanian ulkomaisten yöpyjien määrä on kasvanut 622 000:sta 1,1 miljoonaan, eli 90% vuosina 2006-2014. Se on Saharan eteläpuolisen Afrikan seitsemänneksi eniten vierailtu maa. (Tanzania Invest 2017.) Vuonna 2014 matkailuala työllisti välittömästi ja välillisesti yli miljoonaa henkilöä, eli 12,2% valtion kokonaistyöllisyydestä, välittömästi työskenteli 467 000 tansaniaista, eli 4,3% valtion kokonaistyöllisyydestä. Tansanian matkailun aikaansaama kokonaispanos vuonna 2014 oli 6,7 miljardia Yhdysvaltain dollaria, mikä on 14% Tansanian bruttokansantuotteesta. (WTTC 2015, 1.)

Pari vuotta myöhemmin vuonna 2016 ulkomaisia yöpyjiä oli noin 1,284 miljoonaa ja sitä edellisenä vuotena oli 1,137 miljoonaa ulkomaisia yöpyjiä, joten kasvua tapahtui 12,9%. Vuonna 2016 matkailuala tuotti 5,9 miljardia Yhdysvaltain dollaria eli 13,3% Tansanian bruttokansantuotteesta. Samana vuonna se työllisti 470 500 tansaniaista välittömästi. (Tanzania Invest 2017; WTTC 2017,1.)

Tansanian matkailu on kehittynyt rauhallisesti ja hillitysti verrattaessa sen pohjoisnaapuriin Keniaan. Yksi syy tähän on Tansanian matkapakettien korkea hinta verrattuna Keniaan, mistä johtuen matkailijamäärä on Tansaniassa vähäisempi. (Responsible travel 2018.) Toinen syy on maan afrikkalaissozialistinen historia, jolloin suurin osa matkailualan yrityksistä oli valtion hallinnassa. Vuonna 1990 valtio vapautti matkailualan ja 1992 Tanzania Tourist Board syntyi. Se herätti matkailualan Tansaniassa ja työllistää suoraan 400 000 ihmistä sekä tuottaa neljänneksen maan ulkomaanvaluutasta. Vuoteen 2012 mennessä maassa vieraili yli miljoona kansainvälistä kävijää. (Boniface & Cooper & Cooper 2016, 463.)

Tansania on monipuolinen matkakohde, jonka vahvuus on monimuotoinen villieläimistö, klassisen upea koskematon luonto, vuoristot, Sansibarin valkoiset hiekkarannat ja Afrikan kuuluisimmat kansallispuistot. Tansaniassa on seitsemän Unescon maailmanperintökohdetta, joista kuusi ovat sisämaassa ja yksi on Sansibarin saarella. Tunnetuimmat maailmanperintökohteet ovat Kilimanjaron kansallispuisto, Serengetin kansallispuisto, Ngorongoron suojelualue, Sansibarin Stonetown, Selousin riistansuojelualue, Kilwa Kisiwanin ja Songo Mnaran rauniot sekä Kondoan kalliomaalausalueet. (Rantapallo 2016; Unesco 2018a.)

3.2.1 Saavutettavuus

Tansaniaan lentää useita kansainvälisiä lentoyhtiöitä suoraan Dar es Salaamiin, Kilimanjarolle ja Sansibarille (Selling Tanzania 2018). Tansaniassa on kolme kansainvälistä lentoasemaa. Suosituin ja vilkkain niistä on Julius Nyerere Dar es Salaamin kansainvälinen lentoasema, joka on noin 15 kilometriä Dar Es Salaamin kantakaupungista. Sen lisäksi maassa on Kilimanjaron kansainvälinen lentoasema ja Sansibarin kansainvälinen lentoasema. Näille lentoasemille Suomesta lentävät KLM ja Kenyan Airways Amsterdamin kautta, Qatar Airways Dohan kautta ja Turkish Airlines Istanbulin kautta sisältäen yhden tai useamman koneen vaihdon, koska Suomesta ei ole suoria lentoja Tansaniaan. (Selling Tanzania 2018; Skyscanner 2018.)

Suomesta lennettäessä reittilentojen koneen vaihdot ovat joko Euroopassa tai Lähi-Idässä. Yhdellä välilaskulla lento Tansaniaan voi lyhimmillään olla hieman yli 13 tuntia. Lentojen hinnat vaihtelevat lentoyhtiön mukaan. Lentojen hinnassa voi kuitenkin säästää, jos valitsee reittilennot kahdella koneen vaihdolla. (Ebookers.fi 2018.) Lentojen hinnat vaihtelevat sesonkien, vuodenaikojen, lentoyhtiöiden, koneen vaihtojen määrän ja matkan pituuden mukaan. Hinnat ovat korkeimmillaan suosituimpien lomakuukausien aikana. Lentojen hinnat ovat edullisia, kun varaa lennot hyvissä ajoin, usein jo kaksi kuukautta ennen lähtöä. (Rantapallo 2018.) Matkanjärjestäjät, jotka järjestävät matkoja Suomesta Tansaniaan ovat Aventura Oy, Kilroy Travels, Olympia Kaukomatkat ja Kaleva Travel.

3.2.2 Matkailupalvelut

Tansania tarjoaa monipuolisia matkailupalveluita. Tarjolla on todella paljon majoitusvaihtoehtoja, jotka houkuttelevat erilaisia matkailijoita, yksityisistä huviloista ja Sansibarin luksus boutique-sviitistä ylellisiin telttalodgeihin ja lodgeihin. Nämä ylelliset telttalodget safareillaa tyydyttävät jokaisen matkailijan, jolla on halu nähdä todellinen Afrikka. Majoitusvaihtoehtoja on matalalle budjetille ja suurille budjeteille sopivia. (Rantapallo 2018.)

Aktiviteetteja Tansaniassa on enemmän kuin riittävästi. Safari, Kilimanjarolle kiipeäminen ja Sansibarin rannat ovat suosituimpia kokemuksia Tansaniassa matkustaville. Tansania on turvallinen matkakohde, jossa suositellaan noudattamaan yleistä varovaisuutta. Suurimmissa kaupungeissa ja turistikohteissa taskuvarkauksia on kohdattu, mutta väkivaltaisuus harvoin kohdistuu matkailijoihin. Ulkoministeriö varoittaa matkustamasta Länsi-Tansanian rajoille. (Rantapallo 2016; Ulkoministeriö 2018.)

3.2.3 Vetovoimakohteet

Villieläimet, valkoiset rannat, ystävälliset ihmiset, kiehtovat kulttuurit, Serengeti, Ngorongoro, Kilimanjaro ja Sansibarin saaristo ovat Tansanian suosituimpia vetovoimakohteita. (Tanzania Invest 2018b.) Tyypillisesti matkailijat aloittavat reissunsa Dar es Salaamista edullisten lentojen takia. Dar es Salaamista jatketaan matkaa Kilimanjaron huipulle ja siitä jatketaan kansallispuistoihin kuten Serengetin kansallispuistoon. Tansanian suurimmat nähtävyydet ja vierailukohteet sijaitsevat pohjoisosassa. (KILROY 2018.)

Tansaniassa ei voi vieraillla käymättä safarilla, joita on maassa paljon, kuuluisimmista ja suurimmista Serengetin ja Ngongoron kansallispuistoista vähemmän tunnettuun Arushan kansallispuistoon, joka on ainutlaatuinen kokemus (KILROY 2018). Tansanian pinta-alasta 25% on luonnonsuojelualuetta erilaisin rajoituksin: kansallispuistoja on 16, meripuistoja kaksi ja riistansuojelualueita 28 (Tanzania Invest 2018a).

Kilimanjaro (Kuva 2) on Afrikan korkein vuori, joka sijaitsee Koillis-Tansaniassa Kenian rajan lähellä. Kilimanjaroa ympäröivät mantereen kolme suurinta järveä: Victoriajärvi pohjoisessa, Tanganjikajärvi lännessä ja Njassajärvi lounaassa. Kilimanjaron korkein huippu on 5 896 metrin korkeudella. (CIA 2018.) Kilimanjaro sijaitsee Moshin kaupungin lähetyvillä ja Arushasta se on 128 kilometriä. Kilimanjaron lentokentältä se on noin tunnin ajomatka. Kilimanjaron kiipeily on yksi merkittävimmistä ja ikimuistoisimmista kokemuksista matkailijoille Tansaniassa.

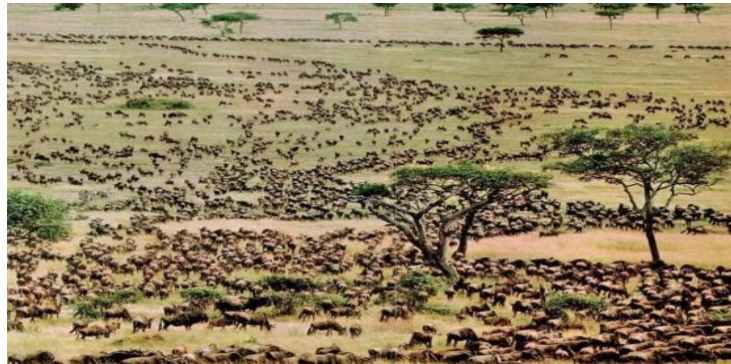


Kuva 2. Kilimanjaro (Tanzania Tourist Board 2018b).

Vuori koostuu kolmesta tulivuoresta, joista korkein huippu on Uhuru Peak. Se on suosittu kiipeilyvuori sekä ensikertalaisille, että kokeneimmille kiipeilijöille, koska tarjolla on monen tasoisia reittejä. (Tanzania Tourist Board 2018a.) Huipulle pääsy on vaativa suoritus, mutta sieltä avautuu upeat maisemat. Majoitus tapahtuu joko vuoristomajoissa tai teltoissa. (KILROY 2018.)

Serengetin kansallispuisto sijaitsee Tansanian pohjoisosassa, lähellä Kenian rajaa. Pinta-alaltaan noin 15 000 neliökilometriä (km²), se on Tansanian suurin ja kuuluisin rauhoitusalue. Se on kuuden tunnin ajomatkan tai tunnin lentomatkan päässä Arushasta. Mwanzasta pääsee myös kahden ja puolen tunnin ajomatalla. (Selling Tanzania 2018, 23.)

Serengeti on maailmankuulu sen vuosittaisesta suurten nisäkäslaumojen vaelluksesta (Kuva 3). Kaksi miljoonaa gnuantilooppia ja satoja tuhansia gabelleja ja seeproja siirtyvät alueelta toiselle etsien koskemattomia laitumia ja vettä. Luonnollisesti saalistajat seuraavat näitä ruohonsyöjiä. Tämä on yksi maailman vaikuttavimpia luontokohteista.



Kuva 3. Gnuantilooppien vaellus Serengetin kansallispuistossa (Tanzania Tourism Board 2018).

Serengetin kansallispuiston villieläinlajien kirjo on korkea ja monimuotoinen, joista ainakin neljä lajia on maailmanlaajuisesti uhattuja tai uhanalaisia. Näistä tunnetuimmat ovat musta sarvikuono, norsu, villi koira ja gepardi. Serengetin kansallispuisto tunnetaan myös sen "Big Five"-ryhmästä (Kuva 4), johon kuuluvat Afrikan viisi suurinta eläintä: leijona, norsu, leopardi, sarvikuono ja puhveli.

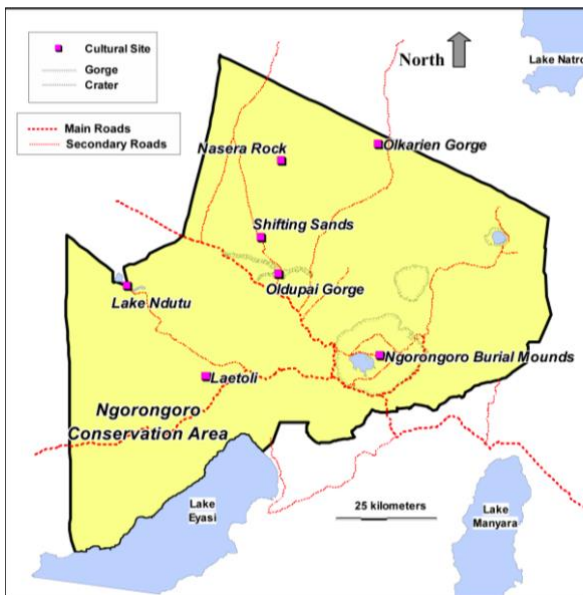


Kuva 4. "Big five" Norsu, sarvikuono, puhveli, leopardi ja leijona (Animalwised 2018).

Näitä (Kuva 4) pidettiin aikoinaan vaarallisimpina ja halutuimpina saalistajina. Näiden lisäksi kuuluisat saalistajat ovat muun muassa gepardit, hyeenat ja sakaalit. Saaliseläimiä

kansallispuistossa ovat esimerkiksi seeprat, kirahvit, Thomsonin sekä Grantin gasellit. Lintulajeja alueella on yli 500 lajia. (Unesco 2018b; Rantapallo Oy 2014.)

Ngorogoron suojelualue (Kuva 5) on Tansanian pohjoisosassa Serengetin kansallispuiston lähellä. Suojelualue perustettiin vuonna 1959 sisältäen Ngorongoro-kraatterin ja Masaai-heimon, jota harjoittaa perinteistä karjankasvatusta. Tämä Unescon maailmanperintökohde pitää sisällään noin 25 000 suurta eläintä, jotka levittäytyvät tulivuoren kraatterin ympärille Masaai-heimon parissa. Suurin osa näistä koostuu sorkka- ja kavioläimistä ja lisäksi alueella on tihein leijonapopulaatio. Kyseinen biologisesti monimuotoinen suojelualue on yhteensä 8 292 neliökilometriä savannia, vuoristoa ja metsää. (Unesco 2018c; Rantapallo 2016.)



Kuva 5. Ngorogoron suojelualue (Unesco 2018).

Kuva 6. Masaai etninen ryhmä Ngorogoron suojelualueella (Unesco 2018).

Masaai on tunnetuin etninen ryhmä (Kuva 6), joka elää Pohjois-Tansaniassa ja naapurimaa Kenian eteläosissa. Masaait, joiden määrä vaihtelee puolesta miljoonasta miljoonaan ovat levittäytyneet 160 000 neliökilometrin alueelle. Masaait ovat pääasiassa paimentolaisia, vaikka harjoittavat myös. Masaai-kulttuuri on pysynyt suurelta osin muuttumattomana ja sisältää runsaasti suullista kirjallisuutta ja lauluja, joista he ovat todella ylpeitä. Tansanian Masaait ovat pikkuhiljaa integroitumassa valtaväestön sosiaaliseen ja taloudelliseen elämään vaikka osa heistä osoittaa haluttomuutta mukautua länsimaiseen elämäntapaan. (Masaai Association 2018.)

Sansibar koostuu kahdesta trooppisesta saaresta Ungujasta ja Pembasta, jotka sijaitsevat Tansanian Intian valtameren rannikolla. Sansibarilla on runsas ja monipuolinen vedenalainen elämä, mikä on loistava sukellusretkille. Saarella on rauhallisia rantoja ja

afrikkalaista kaupunkielämää. (Rantapallo 2016.) Ungujan saarella sijaitseva Stone town oli maustekaupan keskus ja yksi Itä-Afrikan tärkeimmistä orjakaupan keskuksista, jossa edelleen heijastuu sen arabialainen, intialainen ja eurooppalainen vaikutus vuosien varrelta. Se on yksi Tansanian maailmanperintökohteista sen historian ja hyvin säilyneen kaupunkikuvan ansiosta, joka on muuttunut vähän viimeisen 200 vuoden aikana. Stone town on Sansibarin kulttuurinen sydän, joka on täynnä kiemuraisia katuja, vilkkaita basaareja, moskeijoita ja suuria rakennuksia, joita koristavat messinkikoristeiset, veistetyt puuovet. (Unesco 2018d; Selling Tanzania 2018, 45.)

4 Tutkimuksen toteutus

Tämä tutkimus toteutettiin teemahaastattelun avulla kvalitatiivisella tutkimusmenetelmällä. Tässä luvussa käydään läpi kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän ja teemahaastattelun määritelmiä, niiden käyttöä ja aineiston keruuprosessia. Samalla avataan, mitkä seikat vaikuttavat tutkimuksen luotettavuuteen ja reliabiliteettiin sekä mietitään kyseisen tutkimuksen luotettavuutta.

4.1 Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmät jaetaan usein kvantitatiiviseen eli määrälliseen tai kvalitatiiviseen eli laadulliseen tutkimusmenetelmään. Näiden kahden ero on todellisuuden erilaiset kuvaustavat. Tutkimuksen luonteesta riippuen aineistoa voi kerätä joko määrällisin tai laadullisin tutkimusmenetelmin. Määrällisellä tutkimusmenetelmällä on ominaista, että toteutussäännöt ovat standardoituja. Laadullisella tutkimusmenetelmällä taas on vaikea yleistää ja toteutussäännöt vaihtelevat. (Kananen 2013, 32.) Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä käyttää sanoja ja lauseita tuloksien kuvaamiseen, toisin kuin kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä, joka perustuu numeroihin.

Tutkimusmenetelmänä tässä opinnäytetyössä käytetään kvalitatiivista tutkimusmenetelmää eli laadullista tutkimusmenetelmää. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä syvällisemmin, toisin kuin määrällistä tutkimusmenetelmää, jossa yleistetään. Tämä tutkimusmenetelmä sopii parhaiten, kun toivotaan hyvää kuvausta ja syvällisempää näkemystä tutkittavasta ilmiöstä tai kun ilmiöstä ei ole tarpeeksi tietoa, teorioita tai tutkimusta. (Kananen 2013, 31.) Laadullinen tutkimus on kuvailevaa ja on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedonhankintaa. Se vastaa kysymyksiin miksi, millainen ja miten. (Kananen 2013, 32.) Aineistoa on tarkoitus kerätä reaaliajassa ja ihmistä käytetään tiedon keruun instrumenttina. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa luotetaan keskusteluihin, näkemyksiin ja havaintoihin enemmän kuin muihin mittausvälineisiin. Laadullisessa tutkimuksessa käytettäviä tutkimusmenetelmiä eli metodeja, tapoja joilla tutkimusaineisto on kerätty, ovat esimerkiksi teemahaastattelu, osallistuva havainnointi, ryhmähaastattelut, erilaisten dokumenttien ja tekstien analysointi. Pyritään käyttämään tutkimusmetodeja, missä tutkittavien näkökulmat ja mielipiteet pääsevät parhaiten esille. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa kohdejoukkoa ei valita satunnaisesti vaan tarkoin harkiten. Näin saadaan mahdollisimman tarkkaa ja syvällistä tietoa. (Hirsijärvi, Remes ja Sajavaara 2007, 160; Kananen 2013, 103.)

Opinnäytetyö tehtiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää käyttäen, sillä tavoitteena on ymmärtää kehittyvien maiden ja Tansanian haasteet kestävässä

matkailussa. Samalla kuvataan matkailuasiantuntijoiden kokemuksia ja näkemyksiä kestävästä matkailusta kehittyvissä maissa ja Tansaniassa. Aineisto koottiin teemahaastattelun avulla. Tällä tavalla haastateltavien omat kokemukset ja näkemykset pääsivät parhaiten näkyviin.

4.2 Teemahaastattelu

Teemahaastattelu on lomakehaastattelun eli strukturoidun haastattelun ja avoimen haastattelun välimuoto. Siinä näkyy piirteitä molemmista menetelmistä.

Teemahaastattelun kysymyksiä ei määritellä tarkkaan vaan sen sijaan käytetään ennalta mietittyjä teema-alueita. Tästä syntyy keskustelutyypinen tilanne ja haastateltavat voivat kertoa aiheesta laajemmin kuin tutkija pystyi ennakoimaan. Teemojen järjestystä voidaan säädellä tilanteen mukaan ja voidaan kulkea haastateltavan ehdoilla. Tutkijan täytyy kuitenkin keskittyä keskusteluun ja ottaa vain tarvittavat muistiinpanot. Tämä antaa enemmän mahdollisuuksia vastauksien tulkintaan toisin kuin esimerkiksi kyselyssä. (Hirsijärvi, Remes ja Sajavaara 2007, 203, 200; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 55-56.)

Kanasen (2013, 110) mukaan teemahaastattelu on laadullisen tutkimuksen tyypillisimpiä tiedon keruumenetelmiä. Teemahaastattelu voi olla yksilö- tai ryhmähaastattelu. Molemmissa tavoissa on puolensa ja haitansa. Yksilöhaastattelussa keskitytään yhteen haastateltavaan. Ryhmähaastattelua voi olla helpompi tehdä, mutta mitä enemmän on haastateltavia, niin sitä enemmän on analysoitavaa. Haastattelijan haasteena ryhmähaastattelussa on saada jokaisen haastateltavan ääni kuuluviin. (Kananen 2013, 110-111.) Haastateltavat vastaavat luontevammin ja vapaammin, kun ympärillä on enemmän ihmisiä (Grönfors 1982, 109; Hirsijärvi, Remes ja Sajavaara 2007, 205). Teemahaastattelussa ollaan tutkittavan kanssa suorassa sanallisessa vuorovaikutuksessa. Tästä on etua ja haittaa. Suurin etu on joustavuus, kun aineistoa kerätään. Siinä on mahdollista syventää saatavia tietoja, voidaan kysyä perusteluita mielipiteille ja mahdollisesti lisäkysymyksiä. (Hirsijärvi & Hurme 2000; Hirsijärvi, Remes ja Sajavaara 2007, 199-200.)

Jotta kohdennetuista teemoista saadaan paljon irti, niin aihe-alueeseen on tärkeää perehtyä huolellisesti ja on tunnettava haastateltavien tilanne. Sisältö- ja tilanneanalyysi on teemahaastattelussa keskeistä, sillä teemat valitaan tutkittavan aiheen mukaan. Tutkimuskysymykset ja haastateltavat on mietittävä tarkasti. Tutkittaviksi on valittava ihmisiä, jotka ovat kiinnostuneet aiheesta, sillä näin saadaan parhaiten aineistoa. Haastateltavat voidaan tarvittaessa tavoittaa, jos tarvitaan aineiston täydennystä.

Haastattelu vie aikaa ja lyhyestä haastattelusta saadaan yllättävän paljon aineistoa. Teemahaastattelun analysointi tapahtuu nimensä mukaan teemoittain tai tyypittelyn avulla. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 55-56; Hirsijärvi, Remes ja Sajavaara 2007, 200-201.)

4.3 Tutkimuksen vaiheet

Opinnäytetyössä on monia vaiheita ja se alkaa suunnittelulla. Alla olevassa taulukossa kuvataan tämän tutkimuksen vaiheet ja minä viikkona tehtiin mitäkin (Taulukko 4). Tämän opinnäytetyön tutkimuksessa aineistoa kerättiin teemahaastattelun avulla, joka on liitettyä (Liite 1) opinnäytetyön lopussa. Teemahaastattelut suoritettiin, joko yksilöhaastatteluna tai parihaastatteluna. Haastattelurunkoja oli kolmea eri lajia, samoilla teemoilla. Yksi haastattelurungoista kohdistettiin kaukomatkatoimisto Aventura Oy:n työntekijöille, joilla on kokemusta Tansanian matkailusta, toinen haastattelurunko suoritettiin matkailuasiantuntijoille, joilla on joko kokemusta Tansanian tai Kenian matkailusta tai kehittyvistä maista yleisesti ja kolmas haastattelurunko oli sama kuin edellä oleva, mutta se tehtiin englanniksi. Haastattelukysymykset jaettiin kolmeen teema-alueeseen, jotka ovat kestävän matkailun kolme aihealuetta; taloudellinen kestävyys, sosiaalinen kestävyys ja ekologinen kestävyys. Haastatteliija mietti valmiiksi kysymyksiä näiden teema-alueiden alle. Teemahaastattelun tavoite on luoda keskustelunomainen tilanne, mutta on fiksua valmistautua muutamalla kysymyksellä.

Taulukko 4. Opinnäytetyön työvaiheet ja aikataulu.

Viikko	Työvaiheet
Viikko 43-44	Aiheanalyysin tekeminen ja opinnäytetyön suunnittelu
Viikko 45-47	Tietoperustaan perehtyminen ja tietoperustan rakentaminen
Viikko 48-50	Tietoperustan rakentaminen ja haastattelukysymysten suunnittelu
Viikko 51-52	Tietoperustan muokkaaminen ja haastattelukysymysten muokkaaminen lopulliseen muotoon
Viikko 1-2	Tietoperustan hiominen
Viikko 3-4	Teemahaastattelut matkamessuilla ja Skypen välityksellä
Viikko 4-5	Tutkimustulosten analysoiminen ja johtopäätöksien tekeminen

Kaikki haastattelut suoritettiin tammikuun 2018 aikana. Haastatteluita tehtiin yhteensä viisi, kolme haastattelua tapahtui kasvatusten Matkamessuilla viikolla kolme eli 18.-19.1.2018, kaksi haastattelua suoritettiin Skypen välityksellä, ensimmäinen suoritettiin 19.1.2018 ja toinen puheluhaastattelu tehtiin 25.1.2018. Yksilöhaastatteluja oli neljä ja

yksi haastattelu Aventura Oy työntekijöiden kanssa tehtiin parihaastatteluna. Kaikki haastattelut etenivät haastattelurungon mukaan, keskustelusta riippuen joiltain kysyttiin lisäkysymyksiä. Joissakin keskusteluissa jätettiin joitakin kysymyksiä välistä, sillä vastaus oli jo ehtinyt tulla jo keskustelun myötä. Näin keskustelusta saatiin luonteva. Kaikilla haastateltavilla on kokemusta Tansanian matkailusta ja yhteys Suomeen, joten saatiin samalla sekä paikallinen, että länsimaalainen näkemys aiheesta. Tavoitteena oli tehdä viidestä seitsemään haastattelua, kuitenkin miniminä neljä. Tavoitteeseen päästiin. Haastatteluiden tavoitteena oli kuulla matkailuasiantuntijoiden ja matkailuyrittäjien mielipiteitä kestävästä matkailusta kehittyvissä maissa erityisesti Tansaniassa. Haastateltaviksi valittiin henkilöitä, jotka ovat olleet pitkään matkailualalla töissä ja joilla uskottiin olevan kokemusta, tietämystä ja näkemystä tutkittavasta kohteesta Tansaniasta tai kehittyvistä maista. Kaikki osallistujat ovat tehneet Aventuren kanssa jonkinlaista yhteistyötä ja ovat heidän suosittelimiaan. Osa haastateltavista asuu ulkomailla, mutta ovat olleet Tansaniassa töissä tai naapurimaissa. Osa haastateltavista asuu Suomessa, mutta on työskennellyt Tansaniassa ja käynyt monta kertaa ja osa asuu ja työskentelee tutkittavassa kohteessa Tansaniassa. Tutkimustulosten selkeyttämiseksi vastaajat numeroidaan haastattelujärjestyksen tavoin H1, H2, H3, H4, H5 ja H6 (Taulukko 5).

Taulukko 5. Haastateltavien tiedot.

Päivämäärä	Viite	Työnkuva
18.1.2018	H1	Matkanjohtaja
18.1.2018	H2 & H3	Asiakaspalvelupäällikkö & Production manager - Aventura
19.1.2018	H4	Matkailuyrittäjä Tansaniasta
19.1.2018	H5	Matkailuyrityksen operatiivinen johtaja
25.1.2018	H6	Matkanjohtaja

Haastateltavat saivat haastattelurungon sähköpostitse ennen haastattelua (Liite 1), jotta he ehtisivät pohtia kyseisiä teemoja ja miettiä valmiiksi omia kokemuksia. Haastattelut aloitettiin selvittämällä haastateltavien työnkuva ja kuinka pitkään he ovat olleet matkailualalla töissä. Alussa kysyttiin yleisiä kysymyksiä kestävästä matkailusta ja siitä edettiin teema-alueiden mukaan, joita on tietoperustassa avattu. Ensin käytiin läpi kestävä matkailun taloudellisia vaikutuksia, toiseksi sosiaalisia vaikutuksia ja kolmanneksi ekologisia vaikutuksia. Tässä keskustelussa yritettiin avata näiden teemojen alla kehittyvien maiden ja Tansanian haasteita kestävässä matkailussa, haasteiden tasapainoksi keskusteltiin myös kestävä matkailun positiivisista vaikutuksista. Samalla mietittiin, mitä matkailuorganisaatiot voisivat mahdollisesti tehdä positiivisten vaikutusten tukemiseksi ja haasteiden vähentämiseksi.

4.4 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuuden arviointi on ratkaiseva osa tieteellistä tutkimusta. Tässä osassa tarkastellaan tutkimuksen reliabiliteettia ja valideettia eli tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä. Luotettavuutta voidaan mitata ja tutkia eri tavoin. Nämä termit ovat syntyneet määrällisen tutkimuksen piirissä, joten ne usein kytketään siihen. Näitä voidaan kuitenkin soveltaa laadullisen tutkimukseen, sillä tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä on arvioitava. Tämä koskee tehtyjen haastatteluiden käsittelyn, analyysin luotettavuutta ja koko tutkimusprosessia. (Hirsijärvi, Remes ja Sajavaara 2007, 226-227.) Tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuus tarkoittaa tutkimustulosten toistettavuutta. Tällä tarkoitetaan, että tutkimus antaa johdonmukaisia tuloksia samoissa olosuhteissa. Tutkimusta voidaan pitää luotettavana esimerkiksi, jos kaksi tutkijaa päätyvät samaan tulokseen tai jos samaa henkilöä haastatellaan eri tutkimuskerralla ja saadaan sama tulos. Tutkimuksen toteutuksen tarkka selostus kaikista vaiheista parantaa tutkimuksen luotettavuutta. Tutkijan tulee esimerkiksi kertoa haastattelututkimuksen olosuhteista ja paikoista, haastatteluihin käytetty aika, mahdolliset häiriötekijät, virhetulkinnat haastatteluissa ja oma itsearviointi tilanteesta. Keskeisintä laadullisessa tutkimuksessa on luokittelu, joten lukijalle on selostettava luokittelujen perusteet. (Hirsijärvi, Remes ja Sajavaara 2007, 226-227.)

Tutkimuksen tulosta voidaan pitää luotettavana. Opinnäytetyössä kerrotaan, miten aineisto on koottu. Lisäksi tutkimusprosessin suunnitelmallinen eteneminen on myös selostettu. Haastateltavien vastaukset perustuvat heidän henkilökohtaisiin kokemuksiinsa kestävästä matkailusta kehittyvissä maissa. Haastatteluissa keskusteltiin enemmän Tansanian kestävästä matkailusta, kuin yleisesti kehittyvistä maista. Haastateltavia oli tarpeeksi tähän tutkimukseen ja heidät valittiin monipuolisesti.

Tutkimukseen valittiin kuusi haastateltavaa (Taulukko 5). Kuudesta haastateltavasta kaksi oli naisia ja loput neljä miehiä. Lähes jokainen haastateltavista on työskennellyt Tansanian matkailun parissa.

5 Keskeiset tutkimustulokset

Tässä luvussa käydään läpi teemahaastattelun vastauksia. Avataan teemahaastattelut ensin aihepiireittäin, niin kuin ne käytiin läpi tietoperustassa. Haastattelurunko (Liite 1) oli rakennettu näiden teemojen ympärille, joten vastauksetkin avataan samassa järjestyksessä. Teemahaastattelut eivät olleet identtisiä, vaan haastateltavilla oli enemmän sanottavaa jossain teema-alueessa ja jossakin taas ei niin paljon. Tavoitteena oli hoitaa haastattelut joko kasvotusten matkamessuilla Helsingissä 18.-19.1.2018 tai Skypen välityksellä kuudelta matkailunasiantuntijalta. Kaikki haastattelut (Taulukko 5) hoidettiin tammikuussa 2018 viikoilla kolme ja neljä.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mitä haasteita kehittyvät maat kohtaavat kestävässä matkailussa ja mitä matkailuorganisaatiot voivat tehdä edistääkseen kestävä matkailua. Haastattelun aikana keskusteltiin yleisesti matkailusta Tansaniassa, mitä haasteita haastateltavat ovat kohdanneet kehittyvissä maissa ja mitä heidän mielestä matkailuorganisaatiot voivat tehdä kestävä matkailun eteen. Vastauksia saatiin kahdelta Aventuran työntekijältä, kahdelta matkanjohtajalta, operatiiviselta johtajalta ja matkailuyrittäjältä (Taulukko 5). Kaikki haastattelut suoritettiin yksilöhaastatteluna, paitsi Aventuran työntekijöiden haastattelu oli parihaastattelu. Kaikki haastateltavat ovat olleet matkailualalla töissä tarpeeksi pitkään.

Haastattelun vastaukset analysoidaan näiden teema-alueiden mukaan, jotka ovat ilmenneet myös haastattelukysymyksissä. Teemat ovat kestävä matkailun kolme tasoa ja neljänneksi mietitään, mitä matkailuorganisaatiot voivat tehdä. Suurin osa haastateltavista on työskennellyt joko Tansaniassa, Keniassa tai joissakin muissa kehittyvissä maissa. Heillä on ensikäden kokemusta, miten matkakohteessa toimitaan. He ovat nähneet matkailun sekä positiivisia, että negatiivisia vaikutuksia kehittyvissä maissa. Keskustelua heräsi paljon, sillä matkailu on monimutkainen ja ristiriitainen ala. Se työllistää paljon, yhdistää ihmisiä ja vie uusiin kohteisiin ja kokemuksiin. Samalla se kuitenkin jättää aina jäljen taakseen.

Haastateltavilta kysyttiin, mitä heidän mielestään on kestävä matkailun suurimpia haasteita. Kaikki vastasivat lähes samalla tavalla, matkailuun vaikuttaa niin moni sektori ja moni tekijä, niin siitä tulee monimutkaista. Yksi haastateltavista (H1), joka on toiminut matkailualalla yli 20 vuotta, kuvaili kestävä matkailua vaikeaksi toteuttaa käytännössä, sillä se koostuu niin monesta eri palasesta.

”Kyllä se aina kuluttaa ja vie ja se ei ole kovin ekologista. Se on aika vaikea, sitä on yritetty kovasti miettiä mitä se on, tavallaan hyviä konsepteja on, mutta ne ei ole viety loppuun asti tai se on aika vaikeaa. Se on vaikeaa, kun se koostuu niin monesta palasta, niin sitä on vaikea kontrolloida, että onko kaikki eettistä ja ekologista.” H1.

Yksi suurimmista haasteista, jota haastateltava (H2) mainitsi, koski matkailun hallinnointia Afrikassa. Hän kertoi, että matkailun hallinnoinnin uupussa matkakohteessa, niin pienten yksityisten yritysten on vaikea seurata yhteistä sääntöä, kun sellaista ei ole. Tästä johtuen monet joutuvat ajamaan näitä asioita itse.

”Ja Afrikassa monissa maissa, se lähtee sieltä hallinnosta, niin tavallaan jossei se toimi niin se on vaikeaa saada yksityiset pienet toimijat ja tahot hallinnoimaan matkailua. Ja ne joutuu ajaa niitä asioita itse ja se ei suuressa mittakaavassa ole niin suuri vaikutus, jossei ne yhteiset säännöt tule ylhäältä käsin.” H2.

Haastateltava (H4) oli myös samaa mieltä kuin haastateltava (H2). Hän kertoi, että Tansanian hallinnossa tieto kestävästä matkailusta on vähäinen eikä matkailulle ole yhtenäistä hallinnointia. Kun yhteinen pelisääntö puuttuu, niin yksityisten toimijoiden on vaikea sitoutua kestävään matkailuun.

“It should come from the government organization, who is supporting the tourism, but they are the ones who doesn't know anything about tourism. So, if they don't understand what is sustainable tourism, then tour guides, tour operators, hotel etc. they won't follow, because you need to have proper standard and proper regulations or tourism plan. For example, our national tourism plan has expired in 2003. And now it's 2018, so 17 years we don't have tourism master plan.” H4.

Hän korostaa Tansanian matkailun hallinnoinnin päivittämistä. Kestävä matkailu ei menesty, ellei ole yhteistä toimintasuunnitelmaa, jota seurataan ja raportoidaan. Kansainvälisten organisaatioiden toimintakin vaikeutuu, kun paikallinen hallinta on heikkoa.

“The general thing about sustainable tourism is that awareness and what is sustainable, it (knowledge) is not there. So we think we are a sustainable nation, but actually we are not. Because people who work in tourism are not aware, are not educated. Almost 90% of the people who work in tourism, they know nothing about tourism, they just do the work to survive. They learn from others how to take tourist, how to do it and then as long as they make money that's how it goes. It (sustainability) doesn't matter.” H4

”No Tansaniassa yleisesti on sellaisia haasteita, no tietysti jonkin verran ehkä semmosta tietämättömyyttä asiasta tai ei välttämättä oo kaikki toimijat tämmöisestä periaatteesta perillä.”H5

Haastateltavat H4 ja H5 mainitsivat myös matkailun parissa työskentelevien ihmisten koulutuksen ja tiedon puutteesta. Harva matkailutyöntekijä tietää kestävästä matkailusta kokonaisvaltaisesti. He ovat töissä ainoastaan tulonlähteen vuoksi.

1. Taloudellinen kestävyys

Yleisten kysymysten ja taustatietojen jälkeen keskusteltiin kestävä matkailun taloudellisista haasteista. Tämä on suosituin teema-alue, sillä jokaisella oli paljon sanottavaa taloudellisista haasteista. Matkailun taloudellisia vaikutuksia on tutkittu eniten, verrattuna sosiaalisiin vaikutuksiin tai ekologisiin vaikutuksiin. Taloudelliset vaikutukset nähdään konkreettisesti, niin luonnollisesti tästä on helppo keskustella.

Jokainen haastateltava oli sitä mieltä, että matkailu työllistää Tansanian paikallisia hyvin ja tuo taloudellisia etuja. Eräs haastateltavista (H2) sanoi, että Tansaniassa on yrityksiä, joissa on paikallista omistusta, että ulkomaalaista omistusta. Hän myös mainitsi, että tärkeintä on seurata, miten yritystä hoidetaan, kuin sen omistusta.

”Minun mielestä, ei pitäisi miettiä sitä kuka sen yrityksen omistaa vaan pitää miettiä, sitä miten se firma on hoidettu. Sillä työntekijät ovat 100% tai 99% paikallista väestöä, voi seurata, että kuinka pitkiä työsuhteita heillä on ja millaisia palkkauksia niillä on. Jos siellä joka vuosi työntekijät vaihtuvat ja ovet käy, niin selkeästi se on jo merkki siitä, yrityksestä kuin yrityksestä, että kaikki asiat eivät ole niin hyvin hoidossa. Ja kun usein kysytään safarioppailta, että kauan olet ollut täällä firmalla töissä, niin usein sanotaan, että noin 20 vuotta. Yleensä se on merkki, siitä että ei ole ihan niin huonosti asiat kuin kuvittelisi.”H2.

Kun puhuttiin taloudellisen kestävyden haasteista, niin monen haastateltavan kanssa keskusteltiin korruptiosta ja taloudellisesta epätasa-arvosta. Heidän mielestään Tansaniassa on korruptiota ja se hankaloittaa matkailun positiivisia vaikutuksia. Kaikki toiminta ei ole niin avointa ja moni asia on ostettavissa. Yksi haastateltavista (H3) sanoi, että monet toimijat Tansaniassa yrittävät esimerkiksi luistaa luonnonpuistojen maksuista maksimoidakseen voittonsa. Tämä tarkoittaa, että he esimerkiksi saattavat oikoa virallisilta pääsyteiltä kansallispuistoissa, jottei maksuja tarvitsisi maksaa. Haastateltavien mielestä tämä johtuu matkailuhallinnan puutteesta. He sanovat, että monissa Afrikan maissa asiat lähtevät liikkeelle valtiosta ja mikäli hallinto ei aseta kestävä kehitystä tavoitteekseen tai aseta minkäänlaisia säädöksiä ja sääntöjä matkailun suhteen, niin

monet yksityiset toimijat ja tahot joutuvat ajamaan näitä asioita itse. Suuressa mittakaavassa se ei vaikuta suuresti, ellei säännöt tule ylhäältä käsin. Toinen haastateltava, joka toimii matkailuyrittäjänä Tansaniassa (H4), myös mainitsi tämän epäkohdan. Hän sanoi, että monet yritykset menevät, mistä aita on matalin. Ja ne yritykset, jotka yrittävät toimia kansainvälisten kestävän matkailun ohjeiden mukaan jäävät alakynteen. Kaikilla ei ole samoja sääntöjä, jonka takia yhteistyön tekeminen on erittäin hankalaa. Haastateltava H6 puhui myös Tansanian korruptiosta ja kuinka kaikesta voi maksaa. Hänen mukaan Tansanian yhteiskunta ei ole niin avointa kuin länsimaissa.

Haastateltavien kanssa keskusteltiin myös paikallisten työllistämisestä ja yhteistyökumppaneista. Haastateltavat pyrkivät ostamaan palveluita eettisiltä paikallisilta toimijoilta, mikäli mahdollista. Haastateltavan (H1) mielestä paikalliset toimijat eivät välttämättä pysty tekemään samanlaista tuotantoa kuten länsimaissa. Se on haaste, sillä matkanjärjestäjillä on vastuu tuottaa asiakkaille luvattuja palveluita. Hänen mukaan matkanjärjestäjänä pitää miettiä, että palveluita tuotetaan niin sanotun länsimaalaisen ajattelun avulla.

”Minä olen aika paljon tuottanut matkoja ja olen pyrkinyt siihen, että ne olisi paikallisia. Paikalliset ei välttämättä pysty tekemään sitä tuotantoa samalla lailla kuin me ajatellaan. Se iso gäppi tässä on, että jos paikallinen matkanjärjestäjä tuottaisi sitä palvelua minkä me tarvitaan, ja meillä on taas oma vastuu täällä, kuluttajansuojalait ja muut, minkä takia me joudutaan hoitaa se matka niin kuin me luvattiin. Meillä loppuu ne matkan tekemiset siihen, jos ei voida tuottaa sitä palvelua mitä luvattiin asiakkaille. Tämä molemminpuolinen ymmärrys tarkoittaa sitä, että minunkin on pitänyt miettiä, monesti matkanjärjestäjänä, että siellä on jotain niin sanotusti länsimaista ajattelua” H1.

Haastateltava H1 antoi myös hyvän esimerkin tilanteesta, jossa toimija on länsimaalainen ja samalla paikallinen. Hän kertoi Aventuran ja Kiboslopesin yhteistyöstä, jossa omistaja on itävaltalainen, joka on asunut kauan Keniassa ja hyvin integroitunut. Tällaisten yhteistyökumppaneiden kanssa on helppo toimia, sillä heillä on länsimaalaista ajattelua ja pystyvät tuottamaan kohdennettuja palveluita. Samalla pidetään huolta, että matkoista tuotetut tulot jäävät kohdemaan käyttöön, eikä veroparatiiseihin.

”Hyvänä esimerkkinä on Aventuran ja Kiboslopesin yhteistyö, jossa omistaja on itävaltalainen, joka on asunut koko aikuisikänsä Keniassa ja hänellä on kenialainen vaimo ja lapset. Ja eettinen puoli on tarkistettu, että siellä on rakennettu sairaaloita vapaaehtoisesti aikoinaan ja hän on insinööri koulutukseltaan. Eli tällaisia, jos löytyy, semmoisia niinku jotka elää siellä maassa ja näkevät että raha menee sinne maahan ja ne maksut, mitä maksetaan matkoista ei

mene veroparatiiseihin vaan ne menevät sinne kohdemaahan, niin näin on parempi mahdollisuus niin rahat pysyvät siellä kohdemaassa.” H1.

Haastateltavan (H5) kanssa keskusteltiin myös yhteistyökumppaneiden valinnasta ja hän mainitsi, että he toimivat yksityishenkilöiden kanssa eli ei ole varsinaista matkailualan yritystä tai kumppania. Heidän yrityksensä Duara travels tuottaa kotimajoituspalveluita paikallisen kontaktin avulla. Tämä on yksinkertainen konsepti ilman välikäsiä ja matkailijat pääsevät kokemaan paikallisten elämää. Heillä on tiettyjä vaatimuksia, jotta yhteishenkilöiden kanssa voidaan kommunikoida. Näille majoittajille tietenkin maksetaan korvaus, mutta se ei ole niin suuri, että sitä tehtäisiin pelkästään rahan takia. Heiltä vaaditaan innostusta ja halua tuoda uutta tulovirtaa ja matkailijoita kylälle. Taloudelliseksi haasteiksi hän kertoi, että kaikilla majoittajilla ei ole pankkitiliä, mutta he yrittävät maksaa majoittajille mahdollisimman suoraan välttääkseen korruption riskiä. Hän huomautti, että korruption riski kaikessa matkailutoiminnassa on olemassa, erityisesti kehittyvissä maissa.

”Mehän toimitaan yksityishenkilöiden kanssa, että ei ole varsinaisia matkailualan yrityksiä /kumppaneita. Ollaan kaikki meidän kumppanit käyty tapaamassa. Ja meidän malli toimii niin että meillä on se duara kontakti jokaisessa kylässä, joka pyörittää sitä bookaussysteemiä siellä. No meidän kriteerit on, että pitää puhua enkkua, että on valmius kommunikoida sähköpostilla, whastapilla ja sosiaalisessa mediassa. Eli tavallaan vaatimukset eivät ole kauheen korkeat, mutta tärkein on aidosti innostunut tästä meidän ideasta ja semmoinen halu tuoda tavallaan sille kylälle uutta tuloa ja uusia ihmisiä kokemaan sitä elämää siellä. Se kontakti saa tästä palkkion ja se ei ole niin valtava, että en usko, että kukaan sitä ihan täysin rahan perässä sitä tee. Ja se onkin tavallaan se ajatuskin, ettei sitä tehtäis rahan perässä. Että ne ovat semmoisia ihmisiä, jotka aidosti niinku tykkää tästä ideasta ja haluaa tukea sitä.” H5.

”Yksi haaste on esim. Pankkitili pitää olla meidän yhteistyökumppaneilla, ei ihan kaikilla perheillä sitä ole. Yritetään kuitenkin maksaa perheelle suoraan, koska kaikki välikädet lisää korruptionriskiä. Mut ylipäättään kyllä korruption riski on tosi suuri ihan kaikessa matkailutoiminnassa, mitä kehitysmaissa tehdään, että on meilläkin niitä riskejä.”H5.

Haastateltavat H2 ja H3 sanoivat, että he pyrkivät ostamaan palveluita eettisiltä toimijoilta. Erityisesti aktiviteetteja kuten safaria ja Kilimanjaron vaellusta miettiessä, he pitävät eettisiä toimijoita tärkeinä. He mainitsivat, että kaikki Kilimanjaron vaelluksen ja safarin tuottajat, joiden kanssa tehdään yhteistyötä, ovat KPAP:n eli Kilimanjaro Porters Assistance projects ja TANAPA:n eli Tanzanian national parks authority jäseniä.

”Meidän priorisointi on se että ostetaan sellaisia palveluita sellaisilta toimijoilta, jotka toimivat eettisten periaatteiden mukaisesti. Esimerkiksi aktiviteetit 90 pros. Ihmiset haluavat kiivetä Kilimanjarolle, silloin pitää huolta, että toimijat palkkaavat henkilökunnan ja maksavat

reilun palkan ja yleisesti kirjoittaa yhteisiä pelisääntöjä, jotka on todettu hyväksi. Meidän nykyinen yhteistyökumppani on KPAP jäseniä. Vahva sellanen ja kehittää sitä toimintaa, tämän toiminnan tarkoitus on taata reilun palkan ja reilut työolosuhteet kaikille kantajille, jotka lähtevät kumminkin työskentelemään turisteille oppaiksi ja kantajiksi. Se on tärkeää ja me vaikutetaan sillä, että ostetaan palveluita sellaisilta toimijoilta, jotka hoitavat reilusti sen homman. Safareita ajatellen pitää olla sellainen toimija joka toimii myös reilun periaatteen mukaisesti, TANAPA tanzanian national parks authority, on yksi isoimmista toimijoita, valtion olla työskentelevä, paikallinen metsänhallitus. Se pitää huolta luonnonpuistoista ja kansallispuistoista ja organisoiki kaikki sellaiset projektit, mitä tehdään, esimerkiksi niiden vuosittaiseen siivoamiseen. Silloin pidetään huolta, että TANAPA, jotka määräävät luonnonpuistojen maksut ja pidetään huolta, että paikalliset toimijat maksavat ne sen mukaisesti.” H2.

Hintojen nousu on yksi taloudellisista haasteista, sanoo haastateltava H4. Tämä näkyy erityisesti Sansibarilla, koska kaikki tuodaan saarille muualta, jonka takia hinnat nousevat. Esimerkiksi mangon hinta nousi 0,50 sentistä kolmeen euroon, joka on paljon.

“Economic wise it is making the country to be more expensive, because we are getting more stuff from other places because we are an island, Zanzibar. So almost everything is imported. - So, mango which we used to buy for 500 shilling, which is 0,50 cent, now you buy mango for more than 3 euro, so the life goes up also.” H4.

2. Sosiaalinen kestävyys

Haastattelijoiden mielestä matkailulla on paljon sosiaalista vaikutusta Tansaniassa. Matkailu työllistää erilaisia ihmisiä erilaisin koulutuksin. Pienikin työ matkailun parissa auttaa ihmisiä itsenäistymään, tuntemaan ihmisarvon ja oppimaan uutta ammattitaitoa. Haastateltava H6 kertoi, että safari työllistää paljon ihmisiä. Esimerkiksi safareilla käytettyjä Jeep-autoja pestään erikseen paikallisten työllistämiseksi. Riippuen työstä niin palkka on yleensä parempi matkailun parissa, sillä peruspalkan lisäksi työntekijät voivat mahdollisesti saada tippiä. Haastateltavan H3 mukaan, Kilimanjaron vaellus työllistää myös paljon, sillä vaellukseen lähtee mukaan paikallisia kantajia ja oppaita. Osa näitä työntekijöistä on Kilimanjaron juurella asuvia paikallisia, jotka todella tarvitsevat tulonlähdeä.

Haastateltava H5 kertoi, että tärkein positiivinen sosiaalinen vaikutus on paikallisten elinolosuhteiden paraneminen. Kun tulotaso nousee niin, perheiden on esimerkiksi helpompaa sijoittaa lasten koulutukseen tai omaan kotiin. Haastateltava kertoi, että he tukevat muitakin paikallisia lahjoittamalla johonkin kylän yhteiseen toimintaan. Hän myös mainitsi, että paikalliset kokevat itsenäisyyttä, kokevat ammatillista kehitystä ja omistajuutta kyseiseen projektiin.

”Tulotason nousu, johtaa usein parempiin elämisolosuhteisiin ja niin kuin lasten koulutukseen, toivottavasti. Meillä esimerkiksi on otettu 10 % ja lahjoitettu johonkin yhteiseen toimintaan, yhteiseen kyläpakiin tai naistenryhmään tai muuta mikä vaatii tukea. Ja mitä on itse nähnyt, niin eräässä perheessä esimerkiksi on laitettu uudet ikkunat tai jotai täällästä konkreettista, sillä rahalla, mitä ne on tienannut. Sit yksi mielenkiintoinen juttu niin meidän kontaktihenkilöt, niin niistä näkee niinku monesta huomaa niinku sellasta tiettyä omistajuutta tästä projektista ja semmoista ammatillista kehitystä jollain tavalla.” H5.

Eräs haastateltava (H3) kertoi henkilökohtaisen kokemuksen, kun hän toimi matkaoppaana Kilimanjaron vaelluksen aikana. Hän kertoi, että kaksi kantajista olivat sairastuneet. Heiltä kyseltiin oireita ja annettiin lääkettä paikallisen oppaan kanssa, mutta heidän olonsa oli edelleen sama. He joutuivat toisena päivänä jo lähtemään pois vuorelta. Loppujen lopuksi kantajille maksettiin täydet KPAP:n eli Kilimanjaro Porters Assistance Project:n suosittelemat tipit peruspalkan lisäksi. Näin pidettiin huolta, että palkkaa maksetaan sairaspäiviltäkin, mikä on erittäin positiivinen asia.

Yhdellä haastateltavalla (H2) oli myös hyvä huomio, että mikä on positiivinen vaikutus kenelle ja kenelle ei. Jotkut länsimaalaiset matkailijat matkustavat Tansaniaan ja valittavat, että oli todella ”turistinen kohde”. Todellisuudessa, kun paikallisilta kysytään, miten he kokevat asian, niin usein he ovat iloisia asiakkaiden paljoudesta. Sansibarilla ei käynyt ketään 10-20 vuotta sitten, ainoastaan satunnaisia matkailijoita. Ja täällöin Tansanian elintaso ei ollut kovin korkea, joten paikalliset ovat aika tyytyväisiä, kun nykyään asiakkaita on paljon.

”Ja aina voidaan kyseenalaista, että mikä on positiivista ja mikä ei. Mutta tuo on tavallaan mielenkiintoinen kysymys, koska jotkut länsimaalaiset joskus menevät ja sanoo, että se oli ihan pilalla se kohde, kun se oli niin turistinen. Mutta todellisuudessa, kun kysyy paikalliselta, miten sä koet tämän, niin he sanovat, että tosi kivaa, että tänne tulee niin paljon ihmisiä nykyään, meillä oli ihan surkeasti asiat 10 vuotta sitten, kun ei täällä käynyt ketään. Tansaniassa, suurimmat jutut ovat Kilimanjaro, Safari ja Sansibar. Ja Sansibar on ehkä ainoa, johon tulee isoja määriä matkailijoita, niin siinä totta kai, siinä tulee kestävän matkailun kannalta ongelmat, siinä kohtaa kyseeseen, kun puhutaan tuollaisesta suhteellisen pienestä saaresta.” H2.

Haastateltavan (H2) mielestä työntekijöiden työolosuhteiden selvittäminen on tärkeää. Hän antoi esimerkin koskien safarioppaiden majapaikkoja. Hän kysyi suoraan safarioppailta, että missä majoittuvat yöksi, kun he ovat saattaneet asiakkaat omille telttalodgeilleen. Kun selvisi, että heidän majapaikat olivat surkeita ja teltoissa oli reikiä, niin Aventura otti yhteyttä heidän yhteistyökumppaneihin ja kieltäytyivät käyttämästä tätä hotellia. Haastateltava huomautti myös, että tämä on matkanjärjestäjän vastuulla selvittää

työntekijöiden reiluja työolosuhteet, sillä asiakkaat eivät näe mitä kulissien takana tapahtuu.

”Asiakkaat majoittuu niihin hienoihin telttalodgeihin, kun oppaat jättää siihen hotellille ja sanoo että hyvää yötä ja nähdään aamu kuudelta, kun mennään auringonnoususafarille. Ja mä kysyn, että no mihin sä menet majoittumaan yöksi, kun nään että teltoja on vain asiakkaille, mutta missä ne oppaiden teltat on. Niin, missä on parhaat oppaiden majapaikat, ja kun hän sanoi että siellä on todella surkeat oppaiden majapaikat. Niin ei me enää käytetty tätä lodgea. Ja otimme yhteyttä meidän yhteistyökumppaneihin, että eihän tossa ole mitään järkeä. Ei me haluta oppaita laittaa reikäiseen teltaan, missä vesikin tule sisään. Tai jossai riippumatossa. Ja samalla matkailijat eivät tiedäkään mitä kulissien takana tapahtuu. Että tavallaan nämä ovat meidän vastuulla, just selvittää näitä.” H2.

Haastateltava (H4) huomautti myös, että paikalliset eivät käy Sansibarilla rannalla enää, kun ne ovat täynnä turisteja bikineissä. Suurin osa Sansibarin väestöstä on islaminuskoisia ja yleensä pukeutuvat vaatimattomasti, joten tämä näky on heille vierasta. Hän myös kertoi, että osa matkailijoista on kylissäkin bikineissä.

“People are not spending time on the beach more because, there are more people naked on the beach, so this is a social impact and some people will go to the beach and take clothes off and lie there on the beach in bikinis. So people are on the beach and doing whatever they want, also they will see people on the village with only bikinis walking, so there is these kind of social issues.” H4.

3. Ekologinen kestävyys

Kun haastattelijoiden kanssa keskusteltiin matkailun ekologisista vaikutuksista ja kestävydestä, niin keskustelua tuli paljon. Osa negatiivisia vaikutuksia, mutta suurin osa positiivisia vaikutuksia. Kehittyvissä maissa ekologiseen kestävyteen panostetaan paljon enemmän kuin esimerkiksi sosiaaliseen kestävyteen. Tämä johtuu siitä, sillä monet matkailunähtävyydet ja UNESCO-perintökohteet ovat joko kansallispuistoja tai muita luontokohteita.

Haastateltavien H2 ja H3 mielestä suurin ympäristöllinen vaikutus näkyy Sansibarin saarella, sillä matkailijoiden määrä on noussut paljon lyhyessä ajassa. Jätteiden keruu ja kierrätys näyttävät olevan suurimpia haasteita. Veden liikakulutus ja kuivuus esimerkiksi Ngorongoron puistossa on suurin haaste. Veden kulutukseen vaikuttavat paikalliset ja matkailijoiden määrä.

”Sansibariin on varmasti vaikuttanut, siellä on tapahtunut paljon muutoksia niin pienessä ajassa. Ja varmasti paljon ongelmia jätteiden keruun kanssa. Luonnonpuistoissa esim. Ngorongoron puistossa esimerkiksi kuivuus on ollut ongelma. Ja kun on paljon matkailijoita niin lodget käyttävät paljon vettä ja juomavettä. Ja se on totta kai aina joltain pois. Tähän vaikuttaa aika paljon ilmastonlämpeneminen ja ynnä muuta. Perusroskaaminen ja muoviroska ovat ongelma. Totta kai myös paikallinen elämä vaikuttaa. Kenia esim. kielsi muovipussit, mutta nämä ovat yksittäisiä pieniä juttuja isossa maailmassa. Koko muovin tuottaminen pitäisi lopettaa, että asia ratkeaa. Matkailijatkin huomaavat nämä muutokset. Ei ole kiva lähteä safarille tai vaelluksille, jos näet vain roskaa.” H2.

Haastateltavien (H5 & H6) mukaan salametsästys on suurimpia ekologisia haasteita Tansaniassa ja yleisesti kehittyvissä maissa. Eläimiä tapetaan niiden sarvien takia, esimerkiksi Afrikan sarvikuonon sarvea pidetään syövän parantajana, joten siitä ollaan valmiita maksamaan todella paljon.

”Salametsästys on viimeisten 10 vuoden aikana ollut nousussa. –Eläimet nähdään resursseina, eikä osata ajatella, että matkailu tuo vaurautta kiitos eläinten ja luonnon. Matkailun myötä ei tarvitsisi salametsästä. – Salametsästys ei tuo rahaa luonnonsuojelualueille.” H6.

Yksi haastateltavista (H4) kertoi, että metsäalueet pienenevät ja joet kuivuvat, kun kaikkialle rakennetaan uusia rakennuksia. Samaa mieltä oli myös haastateltava H6. Hän mainitsi samalla, että koralliriutat kuolevat, kun matkailijoita on rannoilla liikaa ja he seisovat korallien päällä, mikä samalla tappaa sen.

“Environmental wise, everywhere has been built now, so like we have less forest, we have less river, because everything is being affected by more people. The corals, if you go for a swim, when I was going for snorkeling before, it was much beautiful, now when you go for swimming now, the coral is already grey, they are dead because we have more people going. And these people don't understand so they stand on the coral which is killing them. So, next day there's nobody to see it. So, these kind of environmental we should have been taking care of.” H4.

4. Mitä organisaatiot voivat tehdä kestävän matkailua edistämiseksi?

Lopuksi haastateltavilta kyseltiin, mitä matkailuorganisaatiot voivat tehdä kestävän matkailun edistämiseksi kehittyvissä maissa ja kaikki antoivat hyviä esimerkkejä. Haastateltava H5 kertoi, että matkailuorganisaatiot voivat tehdä aika paljon kestävän matkailun eteen, vaikka matkailu välillä on ristiriitaista. Hänen mukaansa, matkailuorganisaatiot voivat valita omia näkökulmia, joihin keskittyä. Esimerkiksi lahjoittamalla jokaisesta lentolipusta jonkun verran lentoteknologian tutkimukseen tai

muuhun vastaavaan. Voi päättää keskittykö sosiaalisiin haasteisiin tai ympäristöllisiin haasteisiin.

”Tosi paljon, mun mielestä matkailu on siitä tosi haastava ala niinkun kestävyuden kannalta, et siinä on paljon ristiriitoja ihan jo siksi että usein matkailu vaatii lentoliikennettä ja lentoliikenne on tällä hetkellä tavallaan pahimmasta päästä mitä ihminen voi valinnassaan tehdä ilmaston kannalta. Sen takii se on tosi ristiriitaista, koska ne tavallaan ilmaston näkökannalta, jos vaikka yksityisautoilee vuoden Suomessa, ja käy kerran Thaimaassa niin sen lentomatkan päästöt ovat suuremmat kuin sen autoilun. Eli ne ovat ihan överit mittasuhteissa.

Voi valita omia näkökulmia, mun mielestä se ois hienoa jos matkailuyritykset enemmän niinku tukisi just tällästä lentovapaata liikennettä että muita keinojakin on matkustaa ja sitten osallistua päästötalkoiisiin esimerkiksi maksaa päästövero tavallaan lahjoittaa jokaisesta lentolipusta jonkun tietyn määrän johon vaikka lentoteknologioiden tutkimukseen tai jotain vastaavaa. Niitä on sitten paljon, voi aina päättää, että tekeekö sosiaalisia päätöksiä vaiko taloudellisia tai ympäristönäkökulman mukaan.” H5.

Haastateltavat (H1 ja H3) kertoivat, että tärkein asia, mitä organisaatiot voivat tehdä, on tiedottaa asiakkaita ja paikallista väestöä. Esimerkiksi ennen Kilimanjaron vaellukselle menemistä, asiakkaita neuvotaan keräämään omia roskia vaelluksen aikana. Paikallista väestöä voi ohjeistaa, miten yrityksen taloutta hoidetaan ja miten se voisi parhaiten toimia, jotta kaikki osapuolet hyötyvät. Hänen mukaan yrityksen talouden hoito ei ole niin yksinkertaista, kun tulot kasvavat nopeasti lyhyessä ajassa.

”Mihin voidaan Suomessa vaikuttaa myös on ennekuin me kerätään meidän asiakasporukka täältä, ne maksaa meille sen mitä ne nyt maksaa niin me voidaan myös heitä informoida siitä, että esim. Vaelluksilla ei jätetä sinne mitään, kannetaan omia roskiksia, ei jätetä siellä roskia mihinkään, vaikka siellä olisi jonkin sortin fasiliteetit. Käytetään ihan myös luonnossa hajoavia kaikkia pesuaineita ja muita mitä ihmiset vaelluksella yleensä käyttää.” H3.

”Matkailuorganisaatiot aika pitkälti ohjeistaa ja informoi. Niillä ei ole kapasiteettia, eikä mahdollisuutta siihen, että ne voisi sille tasolle, että pitäisi kädestä ohjaamalla. Jos olisi mahdollista niin matkailuorganisaatiot voivat paikallisella tasolla ohjeistaa ja opastaa bisneksenteosta ja toiminnasta täällä. Koska matkanjärjestäminen ja matkatoimistona toimiminen paikan päällä, ei ole ainoastaan se, että matka onnistuu, se on myöskin sitten talouden hoitoa, bisnestä miten se oma talous toimii. Siihen on aika helppoa lähteä, kun huomaa, että rahaa tulee ikkunoista ja ovista, mutta on myös niitä maksuja ja

balanssinlöytäminen, joka on myöskin länsimainen ongelma, että firma menee nurin sen takia, että omistajat eivät hallitse sitä taloutta.” H1.

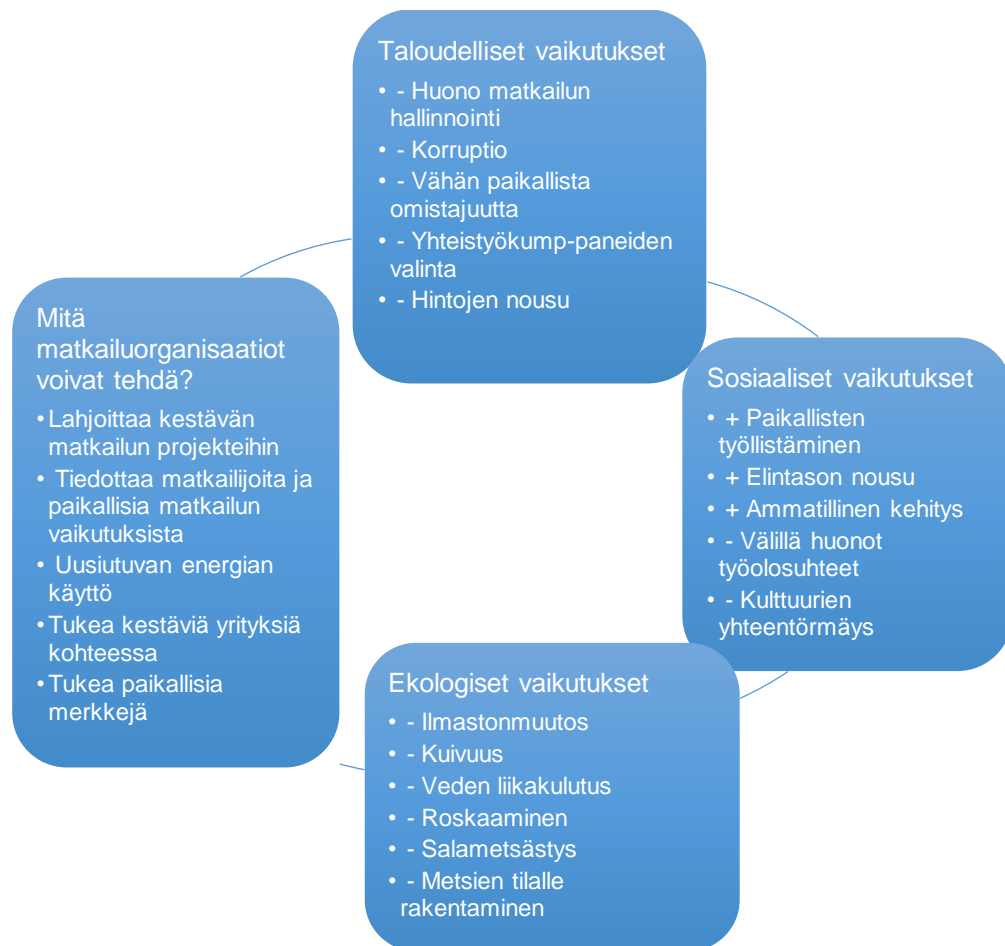
Haastateltava H6 ehdotti, että hotellien pitäisi alkaa käyttää aurinkopaneeleja generaattoreiden sijaan, jolloin se tekisi hyvää ympäristölle. Majoituspaikkojen pitäisi kuluttaa paikallisia merkkejä ja tuotteita kansainvälisten merkkien sijasta. Hän kertoi myös, että uima-altaat lodgeissa on järjetöntä, kun koko maanosassa vallitsee kuivuus.

6 Pohdinta

Pohdinnassa tarkastellaan merkittäviä tutkimustuloksia ja johtopäätöksiä, jotka ilmenivät teemahaastatteluissa matkailuasiantuntijoiden kanssa. Tässä osiossa voidaan myös miettiä, jos aihetta pitäisi tutkia lisää. Pohdintaosion lopuksi arvioidaan oma työ, sen onnistuminen ja oma oppiminen opinnäytetyöprosessista.

6.1 Johtopäätökset

Kehittyvillä mailla ja erityisesti Tansaniassa on taloudellisia, sosiaalisia ja ekologisia haasteita kestävässä matkailussa (Kuvio 2). Kestävä matkailu on ristiriitainen konsepti, sillä matkailu kuluttaa joka tapauksessa varsinkin, kun kyseessä on kaukokohteet. Matkailulla on kuitenkin niin paljon positiivisia taloudellisia, sosiaalisia ja ekologisia vaikutuksia.



Kuvio 2. Tutkimustulokset.

Kaikkien haastateltavien mukaan suurimpia haasteita kestävässä matkailussa Tansaniassa on matkailun hallinnoinnin puute. Näin ollen pienten toimijoiden on vaikea sitoutua kestäväan matkailuun, kun ei ole yhteisiä sääntöjä. Monet toimijat joutuvat ajamaan asiansa itse.

Taloudellisia haasteita, joita kävi ilmi tutkimustuloksissa (Kuvio 2), oli korruptio, paikallisen omistajuuden puute, yhteistyökumppaneiden valinta ja hintojen nousu. Korruptio on yleistä kehittyvissä maissa, jossa on paljon taloudellista epätasa-arvoa, erityisesti matkailualalla. Osa vastaajista piti paikallisten työllistämistä tärkeämpänä kuin yritysten omistajuutta. Kaikki vastaajat olivat samaa mieltä yhteistyökumppaneiden valinnan suhteen, heidän pitää toimia kaikin puolin eettisesti. Yksi haastateltava mainitsi päivittäistavaroiden hintojen nousua Sansibarilla.

Matkailulla on paljon positiivista sosiaalista vaikutusta ja negatiivista vaikutusta. Positiivisena vaikutuksena haastateltavat pitivät paikallisten työllistämistä, elintason nousua ja ammatillista kehitystä. Nämä vaikutukset vahvistuvat, kun työllistetään paikallisia mahdollisimman paljon. Elintason noustessa, perheillä on mahdollisuus sijoittaa lasten koulutukseen ja mahdollisesti korjata omaa kotiaan. Haasteina pidettiin joissakin tapauksissa huonoja työolosuhteita ja kulttuurien yhteentörmäyksiä. Tutkimustuloksissa kävi ilmi, että osa safarioppaista majoittuvat huonoissa työolosuhteissa. Kulttuurien yhteentörmäys tapahtuu, kun matkailijat ovat esimerkiksi liian vähäisissä vaatteissa kylissä ja rannoilla yhteiskunnassa, jossa suurin osa on islaminuskoisia.

Ekologisia haasteita ovat ilmastonmuutos, kuivuus, veden liikakulutus, roskaaminen, salametsästys ja uusien rakennusten rakentaminen metsien tilalle. Tutkimustulosten mukaan ilmastonlämpeneminen vaikuttaa matkakohteen kuivuuteen ja hotelleissa käytetään paljon vettä. Lisäksi muoviroska on suuri ongelma, kun sitä ei kierrätetä oikein. Kehittyvissä maissa villieläinten salametsästys on myös suuri ongelma, sillä salametsästyksestä maksetaan suuria summia vähävaraisille paikallisille, eivätkä suojelualueet hyödy tästä.

Haasteltavien mielestä matkailuorganisaatiot voivat tehdä paljon kestäväen matkailun edistämiseksi (Kuvio 2). Heillä on mahdollisuus lahjoittaa tai tukea joko taloudellisia, sosiaalisia tai ekologisia аспектеja matkailusta. Yksi tapa on esimerkiksi lahjoittaa jokaisesta lentolipusta jonkin verran lentoteknologian kehityksen hyväksi. Tärkeintä, mitä matkailuorganisaatiot voivat tehdä on tiedottaa matkailijoita ja paikallista väestöä matkailun vaikutuksista. Paikallista yrittäjyyttä voi tukea esimerkiksi neuvomalla, miten yrityksen taloutta hoidetaan, jotta kaikki osapuolet hyötyisivät ja kohteeseen jäisi tulovirtoja matkailusta. Lisäksi ehdotettiin, että hotellit siirtyisivät käyttämään aurinkopaneeleja, vähentäisivät uima-altaita lodgeissa ja käyttäisivät paikallisia merkkejä ja tuotteita kansainvälisten merkkien sijasta.

Monien yllämainittujen haasteiden syynä on köyhyys. Jotta sitä vähennettäisi merkittävästi olisi tärkeää miettiä ratkaisuja globaalisti. Yksityissektorissa toimivia yrityksiä, sijoittajia ja pienyrityksiä on tuettava ja kannustettava osallistumaan kestäväan matkailuun. Yksityissektorin lisäksi hallitusten osallistumista tarvitaan. Matkailun hallinnointi on merkittävin tekijä kestävässä matkailussa. Kun matkailu hallinnoidaan oikein, niin matkailun vauraus jakautuu tasaisemmin.

6.2 Oma oppiminen

Mielestäni koko opinnäytetyöprosessi oli mielenkiintoinen, haastava, mutta kuitenkin onnistunut. Mielestäni tutkimus meni hyvin. Aihe valittiin sen ajankohtaisuuden, sen mielenkiinnon ja toimeksiantajan takia. Teemahaastatteluiden aikana tutkimusongelmiin saatiin hyviä vastauksia, mihin olen tyytyväinen. Tämä opinnäytetyöprosessini opetti itsenäiseen työskentelyyn ja laajemman tutkimusprojektin suorittamiseen. En ole aikaisemmin kirjoittanut näin laajaa tekstikokonaisuutta itsenäisesti, joten se oli hankalaa välillä. Opin kuitenkin luottamaan itseeni ja taitoihini prosessin aikana.

Haasteita oli prosessin aikana jonkin verran. Aikataulusta kiinnipitäminen oli vaikeaa kirjoittamisprosessin aikana. Suoritin vielä kahta viimeistä kurssia syksyllä 2017 ja olin samalla töissä noin kaksi kertaa viikossa, joten aikaa oli todella hankala hallita. Kuitenkin yksi kurseista, jota kävin syksyn aikana, käsitteli samaa aihetta kuin opinnäytetyöni, joten ajoitus oli osuva. Sain kurssilta vihjeitä lähteiden keräämiseen, joka voi olla vaikeaa joskus. Tämän ansiosta lähdekriittisyys oli kohdallaan. Luentojen aikana pääsin pureutumaan lisää kestäväan matkailuun ja osasin aloittaa teoreettisen viitekehyksen kirjoittamisen. Mielestäni oli fiksua käydä samaa aihetta käsittelevä kurssi kirjoittamisprosessin aikana, mutta kaikki aika olisi pitänyt sijoittaa ainoastaan opinnäytetyöhön. Joskus tämä ei ole mahdollista, mutta samalla oppii vastuullisuuden ja ajanhallinnan tärkeyden.

Lähteet

Animalwised 2018. The Big Five Game Animals of Africa.

Luettavissa: <https://www.animalwised.com/the-big-five-game-animals-of-africa-404.html>

Luettu: 1.2.2018.

Aventura Oy 2017. Aventura-esittely. Luettavissa: <http://www.aventura.fi/aventura-esittely>.

Luettu:17.11.2017.

Boniface, B., Cooper, C. & Cooper, R. 2016. Worldwide Destinations: The geography of travel and tourism. Routledge. Abington & New York.

Bricker, K.S., Black, R. & Cottrell, S. 2013. Sustainable Tourism & The Millenium Development Goals. Effecting Positive Change. Jones & Barlett Learning, LLC, an Ascend Learning Company. Burlington, MA.

CIA 2017. The World Factbook: Africa: Tanzania.

Luettavissa: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/tz.html>. Luettu: 2.1.2018.

Ebookers 2018. Lennot. Luettavissa: <https://www.ebookers.fi/>. Luettu: 2.1.2018.

Euroopan komissio 2013. Euroopan matkailun indikaattorijärjestelmä. Työkalupaketti: kestävät matkakohteet. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/01/ETIS-opas.pdf>. Luettu: 3.1.2018.

Euroopan unioni 2013. Euroopan matkailun indikaattorijärjestelmä. Työkalupaketti: kestävät matkakohteet helmikuu 2013. Euroopan unionin julkaisutoimisto. Luxemburg. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/01/ETIS-opas.pdf>. Luettu: 20.1.2018.

Fair Trade Tourism 2018. About Us. Luettavissa: <http://www.fairtrade.travel/About-Us/>. Luettu: 10.2.2018.

Findikaattori 2017. Uusiutuvat energialähteet. Päivitetty: 8.12.2017. Luettavissa: <http://findikaattori.fi/fi/89> Luettu: 8.1.2018.

Forex 2017. Tansania. Luettavissa: <https://www.forex.fi/Matka/Matkakohteet/?c=176>.
Luettu: 22.12.2017.

GSTC 2016. Global Sustainable Tourism Council. GSTC Tour Operator Criteria Suggested Performance Indicators. Luettavissa: https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/2015/11/GSTC-Tour-Operator_Industry_Criteria_with_tour_operator_indicators_21-Dec-2016_Final.pdf. Luettu: 20.1.2018.

Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja Kirjoita. Tammi. Helsinki.

Kananen, J. 2013. Design Research as Thesis Research: a practical guide to thesis research. JAMK University of Applied Sciences 2013. Jyväskylä.

KILROY 2018. Tansania. Luettavissa:
<https://travels.kilroy.fi/matkakohteet/afrikka/tansania>. Luettu: 8.1.2018.

Maailmantalous 2013. Matkailu, talous ja ympäristö. Luettavissa:
<http://maailmantalous.net/fi/artikkeli/matkailu-talous-ja-ymparisto>. Luettu: 10.2.2018.

Maasai Association 2018. The Maasai people. Luettavissa: <http://www.maasai-association.org/maasai.html>. Luettu: 10.2.2018.

Mason, P. 2008. Tourism impacts, planning and management. Elsevier Ltd. Butterworth-Heinemann. Oxford.

Rantapallo 2016. Tansania kutsuu rannalle ja safarille. Teksti: Jenna Lehkonen, Anu Vaheristo. Luettavissa: <http://www.rantapallo.fi>. Päivitetty: 1.3.2016. Luettu: 28.11.2017.

Rantapallo 2018. Valitse edullinen lentoajankohta. Luettavissa:
<http://www.rantapallo.fi/lennot/> Luettu: 8.1.2018.

Reilun matkailun yhdistys 2017. Mitä on reilu matkailu? Luettavissa:
<http://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/mita-on-reilu-matkailu/>. Luettu: 17.11.2017.

Reilun matkailun yhdistys 2018a. Minimoi jätteet. Luettavissa:
<http://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/minimoi-jatteet/>. Luettu: 10.2.2018.

Reilun matkailun yhdistys 2018b. Säästä energiaa ja vettä. Luettavissa:
<http://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/saasta-energiaa-ja-vetta/>. Luettu:
10.2.2018.

Responsible travel 2018. Tanzania Travel Guide.
Luettavissa: <https://www.responsibletravel.com/holidays/tanzania/travel-guide>. Luettu:
31.1.2018.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - menetelmä-
opetuksen tietovaranto [pdf-verkkajulkaisu]. Yhteiskuntatieteellinen
tietoarkisto. Tampere. Luettavissa:
http://www.fsd.uta.fi/fi/julkaisut/motv_pdf/KvaliMOTV.pdf. Luettu: 30.1.2018.

Selling Tanzania 2018. Tanzania: The land of Kilimanjaro, Zanzibar & The Serengeti.
Derek Houston, Houston Travel Marketing Services. Etelä-Afrikka.

Skyscanner 2018. Lentokentät: Tansania. Luettavissa:
<https://www.skyscanner.fi/lentokentat/tz/lentokentat-missa-tansania.html>. Luettu:
8.1.2018.

Spenceley, A. 2008. Responsible Tourism. Critical Issues for Conservation and
Development. Earthscan. London & Sterling, VA.

Suomen Suurlähetystö 2014. Maatiedosto Tansania. Päivitetty 15.7.2014.
Luettavissa:
<http://www.finland.or.tz/public/default.aspx?nodeid=42155&contentlan=1&culture=fi-FI>.
Luettu: 5.1.2018.

Tanzania Invest 2017. Tanzania Tourist Arrivals Increase by 12.9% in 2016 to Reach 1,28
M. Luettavissa: <https://www.tanzaniainvest.com/tourism/tourist-arrivals-reach-2016>.
Luettu: 6.2.2018.

Tanzania Invest 2018a. Tanzania Tourism. Luettavissa:
<https://www.tanzaniainvest.com/tourism>. Luettu: 6.2.2018.

Tanzania Invest 2018b. Tanzania Tourism Sector Report 2015: Record Of Arrivals In
2014. Luettavissa: <https://www.tanzaniainvest.com/tourism/tanzania-tourism-sector-report>.
Luettu: 6.2.2018.

Tanzania Tourist Board 2018a. Mount Kilimanjaro National Park.
Luettavissa: <http://tanzaniatourism.go.tz/en/destination/mount-kilimanjaro-national-park>.
Luettu: 1.2.2018.

Tanzania Tourist Board 2018b. Kilimanjaro picture. Luettavissa:
<http://tanzaniatourism.go.tz/en/photos/galleries>. Luettu: 1.2.2018.

The World Bank 2009. Tanzania Country Brief. The International Bank for Reconstruction and Development/ The World Bank. Washington DC.

The World Bank Group 2017. Tourism for Development. 20 Reasons Sustainable Tourism Counts for Development. Luettavissa:
<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/28388/119954-WP-PUBLIC-SustainableTourismDevelopment.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Luettu: 1.12.2017.

Turunen, A. 2010. Kestävän matkailun infopaketti. Luettavissa:
<http://www.smal.fi/loader.aspx?id=2989a1e4-a78f-4e3a-981f-2663b4398e07>. Helsinki Declaration, SMAL. Luettu: 10.2.2018.

Ulkoasianministeriö 2013. Mistä Päästöjä tulee?
<http://global.finland.fi/public/default.aspx?contentid=163959>. Luettu:1.2.2018.

Ulkoministeriö 2018. Tansania: matkustustiedote. Luettavissa:
<http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=341208&nodeid=15735&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 1.2.2018.

Unesco 2018a. United Republic of Tanzania. Luettavissa:
<http://whc.unesco.org/en/statesparties/tz>. Luettu: 19.1.2018.

Unesco 2018b. Serengeti National Park. Luettavissa: <http://whc.unesco.org/en/list/156>.
Luettu: 19.1.2018.

Unesco 2018c. Ngorongoro Conservation Area. Luettavissa:
<http://whc.unesco.org/en/list/39>. Luettu: 19.1.2018.

Unesco 2018d. Stone Town of Zanzibar. Luettavissa: <http://whc.unesco.org/en/list/173/>.
Luettu: 10.2.2018.

UNGC 2017. Do business in ways that benefit society and protect people: Social Sustainability. Luettavissa: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/our-work/social>. Luettu: 28.11.2017.

UNWTO 2015. United Nations declares 2017 as the International Year of Sustainable Tourism for Development. Luettavissa: <http://media.unwto.org/press-release/2015-12-07/united-nations-declares-2017-international-year-sustainable-tourism-develop>. Luettu: 17.11.2017.

UNWTO & SNV 2010. Tourism and Poverty Alleviation. Luettavissa: <http://step.unwto.org/content/tourism-and-poverty-alleviation-1>. Luettu: 3.1.2018.

WTTC 2015. Travel & Tourism Economic impact 2015: Tanzania. World Travel & Tourism Council. London. 2015. Luettavissa: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/tanzania2015.pdf>. Luettu: 10.2.2018.

WTTC 2017a. World Travel and Tourism Council: Travel & Tourism Economic Impact 2017 Tanzania. World Travel & Tourism Council. London. 2017. Luettavissa: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/tanzania2017.pdf>. Luettu: 10.2.2018.

WTTC 2017b. World Travel and Tourism Council: Travel & Tourism Economic Impact 2017 World. World Travel & Tourism Council. London 2017. Luettavissa: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>. Luettu: 10.2.2018.

WWF 2017. Usein kysyttyä salametsästyksestä. Luettavissa: <https://wwf.fi/salametsastys/Usein-kysyttya-salametsastyksesta-2314.a>. Luettu: 1.2.2018.

Xe 2018. XE Currency Converter: EUR to TZS. Luettavissa: <http://www.xe.com/currencyconverter/convert/?Amount=1&From=EUR&To=TZS>. Luettu 19.1.2018.

YK-liitto 2017a. YK-Yhdistyneet kansakunnat. Luettavissa: <http://www.ykliitto.fi/yk70v/yk>. Luettu: 20.11.2017.

YK-liitto 2017b. Ekologinen kestävä kehitys. Luettavissa:
<http://www.ykliitto.fi/yk70v/ekologinen>. Luettu: 10.2.2018.

Liitteet

Liite 1. Haastattelurunko

A. Haastattelurunko Aventuralaisille:

Mikä on työnkuvasi? Kuinka pitkään olet ollut töissä matkailualalla ja Aventuralla? Millainen on Aventuran matkailutarjonta Tansaniaan tällä hetkellä? Minkä tyyppisiä matkoja on tarjolla??

Mitä mielestäsi matkailuorganisaatiot voivat tehdä kestävän matkailun eteen?

Mitkä näet suurimmiksi haasteiksi Tansanian kestävässä matkailussa nykyään?

Mitä otat huomioon, kun suunnittelet matkakokonaisuutta Aventuralla? Vaikuttaako kohteen/hotellin ja aktiviteetin kestävyys matkakokonaisuutta suunniteltaessa?

Ovatko lentoyhtiöiden uudet reitit tai kohteen uudet hotellit ratkaisevia kohdevalinnoissa?

Onko matkailu aiheuttanut positiivisia vaikutuksia Tansaniassa? Jos on niin millaisia?

Taloudellinen kestävyys

Miten matkailu tukee paikallisia Tansaniassa?

Onko Aventuralla paikallisia yhteistyökumppaneita vai omia työntekijöitä Tansaniassa?

Miten yhteistyökumppanit valitaan? Onko medialla vaikutusta yhteistyökumppaneiden valinnassa?

Mitkä ovat haasteet Tansaniassa, kun mietitään taloudellista kestävyyttä?

Sosiaalinen kestävyys

Miten matkailuorganisaatiot voivat vaikuttaa paikallisten ihmisten elämän laatuun positiivisesti?

Miten Aventura voi vaikuttaa paikallisväestöön Tansaniassa sosiaalisen kestävyuden näkökulmasta?

Tekeekö Aventura yhteistyötä hyväntekeväisyysjärjestöjen kanssa liittyen sosiaaliseen kestävyYTEEN? Jos tekee niin millaisten?

Mitkä ovat haasteet Tansaniassa, kun puhutaan sosiaalisesta kestävyYdestä?

Ekologinen kestävyys

Onko matkailu mielestäsi rasittanut Tansanian luontoa? Jos on, niin miten?

Tekeekö Aventura yhteistyötä hyväntekeväisyysjärjestöjen kanssa liittyen ekologiseen kestävyYTEEN?

Oletko huomannut muutoksia Tansanian safareissa, jotka olisivat aiheutuneet matkailusta? Jos olet, niin millaisia?

Mitkä ovat haasteet Tansaniassa, kun puhutaan ekologisesta matkailusta?

B. Haastattelurunko muille matkailuasiantuntijoille:

1. Mikä on työnkuvasi? Kuinka pitkään olet ollut töissä matkailualalla?
2. Millainen on matkailutarjonta Tansaniaan tällä hetkellä?
3. Pidätkö kestäväää matkailua mielessä työssäsi? Jos pidät, niin miten?
4. Mitä mielestäsi matkailuorganisaatiot voivat tehdä kestäväan matkailun eteen?
5. Mitkä näet suurimmiksi haasteiksi Tansanian kestävässä matkailussa nykyään?
6. Onko matkailu aiheuttanut positiivisia vaikutuksia Tansaniassa? Jos on niin millaisia?

Taloudellinen kestävyys

7. Miten matkailu tukee paikallisia Tansaniassa?
8. Onko sinulla paikallisia yhteistyökumppaneita?
9. Miten valitset yhteistyökumppanit? Onko mediallya vaikutusta yhteistyökumppaneiden valinnassa?
10. Mitkä ovat haasteet Tansaniassa, kun mietitään taloudellista kestävyyttä?

Sosiaalinen kestävyys

11. Miten matkailuorganisaatiot voivat vaikuttaa paikallisten ihmisten elämän laatuun positiivisesti?
12. Miten matkailuorganisaatiot voivat vaikuttaa paikallisväestöön Tansaniassa sosiaalisen kestävyuden näkökulmasta?
13. Teetkö yhteistyötä hyväntekeväisyysjärjestöjen kanssa liittyen sosiaaliseen kestävyteen?
14. Mitkä ovat haasteet Tansaniassa, kun puhutaan sosiaalisesta kestävydestä?

Ekologinen kestävyys

15. Onko matkailu mielestäsi rasittanut Tansanian luontoa? Jos on, niin miten?
16. Oletko huomannut muutoksia Tansanian safareissa, jotka olisivat aiheutuneet matkailusta? Jos olet, niin millaisia?
17. Teetkö yhteistyötä hyväntekeväisyysjärjestöjen kanssa liittyen ekologiseen kestävyteen?
18. Mitkä ovat haasteet Tansaniassa, kun puhutaan ekologisesta matkailusta?

C. Interview questions for tourism professionals:

General:

1. What is your job description? How long have you been working in tourism industry?
2. How is the tourism supply to Tanzania at the moment?
3. Do you think about sustainable tourism in your daily work? If you do, how?
4. What do you think tourism organizations can do for sustainable tourism?

5. What are the biggest challenges for sustainable tourism in Tanzania today?
6. Has tourism affected Tanzania positively? How?

Economic sustainability

7. How does tourism affect the locals in Tanzania positively?
8. Do you work with local partners?
9. How do you choose your local partners? Does the media influence the choice of partners?
10. What are some of the challenges in Tanzania when we consider economic sustainability?

Social sustainability

11. How can tourism organizations influence the quality of lives of the locals in Tanzania positively?
13. Do you work with charities in Tanzania who are concerned about social issues?
14. What are some of the challenges in Tanzania when we consider social sustainability?

Environmental sustainability

15. Do you think that tourism has strained Tanzania's nature/wildlife? If so, how?
16. Have you noticed any changes in the Tanzanian safaris, which would have been caused by tourism? If so, what kind?
17. What are some of the challenges in Tanzania when we consider environmental sustainability?