

## Thaimaan matkailun kestävyys

Meiju Koskinen

<b>Tekijä</b> Meiju Koskinen	
<b>Koulutusohjelma</b> Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohto	
<b>Opinnäytetyön otsikko</b> Thaimaan matkailun kestävyys	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 33 + 3
<p>Thaimaahan on keskittynyt massamatkailua jo 1980-luvulta lähtien ja viime vuosina suosio on jatkanut kasvuaan entistä kiihtyväämpää tahtia. Tällä on ollut niin positiivisia kuin negatiivisia vaikutuksia alueen kulttuuriin, arvoihin ja identiteettiin. Matkailun on kritisoitu muun muassa laskeneen kohteiden autenttisuuden tuntua sekä lisänneen rikollisuutta. Myös paikallisväestön on koettu jäävään ahtaalle isojen kansainvälisten ketjujen hallitessa kohteita. Toisaalta matkailun mahdollistaman taloudellisen hyödyn on havaittu kannustavan paikallisyhteisöjä säilyttämään ja suojelemaan kulttuuriaan. Matkailun on myös todettu kasvattavan ymmärrystä eri kulttuureja kohtaan ja edistävän rauhaa.</p> <p>Matkailun nopea kasvu ja sen aiheuttamat negatiiviset vaikutukset ovat herättäneet kritiikkiä ja massamatkailun rinnalle on muodostunut uusia vaihtoehtoisia matkailumuotoja. Kestävästä matkailusta on tullut yksi matkailun ajankohtaisimmista trendeistä. Kestävällä matkailulla tarkoitetaan yksinkertaisimmillaan matkailua, jossa sen positiiviset vaikutukset maksimoidaan ja negatiiviset minimoidaan. Kestävä matkailu ottaa huomioon niin ekologiset, taloudelliset kuin sosiokulttuuriset vaikutukset.</p> <p>Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, miten sosiokulttuurisesti kestävä matkailu on Thaimaassa. Työssä selvitetään matkailun vaikutuksia kohdealueella sekä matkailijoiden asenteita kestävä matkailun periaatteita kohtaan ja heidän henkilökohtaisia kokemuksiaan aiheesta. Tämä työ pyrkii antamaan kattavan kokonaiskuvan suomalaisten Thaimaanmatkaajien arvoista ja käsityksistä Thaimaasta lomakohteena. Työssä käydään läpi niin matkailun aiheuttamia ongelmia kuin sen mahdollistamia positiivisia vaikutuksia.</p> <p>Tutkimus toteutettiin keväällä 2017 kvantitatiivisena kyselylomaketutkimuksena. Tutkimuksen kohderyhmänä olivat suomalaiset Thaimaan-matkailijat. Kysely julkaistiin sosiaalista mediaa hyödyntämällä Facebookin eri matkailuryhmissä. Tutkimukseen vastasi yhteensä 251 henkilöä.</p> <p>Tutkimustulokset osoittivat, että kestävä matkailun periaatteet kiinnostavat suomalaisia matkailijoita varsin paljon ja käsite olikin lähes kaikille tuttu. Noin puolet vastaajista koki matkustavansa edes jossain määrin vastuullisesti. Suurin osa halusi matkallaan tukea paikallisia toimijoita ja pyrki kunnioittamaan paikallista kulttuuria käytöksellään. Kuitenkin tiedon saannin vastuullisesta toiminnasta koettiin olevan haasteellista. Moni koki kestävyuden olevan enemmänkin markkinointikeino kuin joukko konkreettisia tekoja kestävyuden puolesta.</p> <p>Tilastojen perusteella Thaimaan matkailijamäärät kasvavat vuosi vuodelta. Matkailu on yksi maan tärkeimmistä tulonlähteistä ja työllistäjistä. Jotta matkailu alueella voidaan mahdollistaa myös tulevaisuudessa, on sen tapahduttava kestävällä pohjalla. Paikallisyhteisöjä tulee tukea ja eri tahojen välistä yhteistyötä on tiivistettävä. Toimintaan on saatava läpinäkyvyyttä ja tietotusta lisättävä. Mitä useampi kuluttaja osaa matkallaan vaatia kestäviä toimintaperiaatteita, sitä enemmän niitä myös tarjotaan.</p>	
<b>Asiasanat</b> Thaimaa, kestävä matkailu, kestävyys, kulttuuri	

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Kestävä matkailu.....	3
2.1	Ekologinen kestävyys.....	5
2.2	Taloudellinen kestävyys .....	6
3	Matkailun sosiokulttuuriset vaikutukset.....	8
3.1	Negatiiviset vaikutukset.....	9
3.1.1	Autenttisuuden katoaminen .....	9
3.1.2	Kulttuurien yhteentörmäys.....	11
3.1.3	Fyysisten vaikutusten aiheuttama sosiaalinen paine .....	13
3.1.4	Rikollisuus ja prostituutio.....	13
3.2	Positiiviset vaikutukset .....	15
4	Kestävän matkailun ohjeistukset .....	17
4.1	Tiedonhankinta .....	17
4.2	Paikallisen kulttuurin kunnioittaminen.....	18
4.3	Paikallisyhteisön tukeminen .....	19
5	Tutkimuksen toteutus .....	20
5.1	Tutkimusmenetelmä.....	20
5.2	Kyselylomakkeen laatiminen .....	21
6	Tutkimustulokset .....	23
6.1	Kestävä matkailu.....	23
6.2	Autenttisuus .....	24
6.3	Kulttuurien kohtaaminen .....	26
6.4	Prostituutio ja rikollisuus.....	27
7	Pohdinta.....	28
7.1	Johtopäätökset ja kehittämissuhteet.....	30
7.2	Validiteetti ja reliabiliteetti.....	31
7.3	Opinnäytetyöprosessin arviointi .....	32
	Lähteet .....	34
	Liitteet.....	40

# 1 Johdanto

WEF:n (2017, 9) julkaiseman niin kutsutun TTCI-indeksin mukaan Thaimaa on maailman 34. matkailijaystävällisin maa. Matkailu lähti nousuun erityisesti 1980-luvulla voimakkaan talouskasvun myötä. Tästä lähtien alueen matkailu on kasvanut kiihtyvää tahtia muutamaa notkahdusta lukuun ottamatta. (Hall & Page 2000, 129–131.) UNWTO (2017) arvioi Thaimaan saapuvien matkailijoiden määrän olleen vuonna 2016 jopa 32,6 miljoonaa. Thaimaa sijoittui matkailijamäärissä maailman kymmenenneksi (UNWTO 2017). Vuonna 2016 matkailusektori muodosti suoraan 9,2 prosenttia eli 36,7 miljardia dollaria koko maan bruttokansantuotteesta ja työllisti noin 6,1 prosenttia (WTTC 2017, 1).

Runsaat matkailijamäärät ovat tuoneet mukanaan lukuisia ongelmia ja vaikuttaneet merkittävästi alueen kehitykseen. Nopeasti kasvava matkailu on herättänyt yhä enemmän kritiikkiä ja massamatkailun rinnalle on syntynyt vaihtoehtoisia muotoja. Kestävästä matkailusta on tullut yksi matkailun ajankohtaisimmista trendeistä ja moni matkailija kiinnittää entistä enemmän huomiota matkansa vastuullisuuteen. YK on asettanut vuoden 2017 kestävä matkailun kehittämisen teemavuodeksi (UNWTO 2015).

Kulttuuri on yksi tärkeimpiä matkailun vetovoimatekijöitä. Matkailu kuitenkin altistaa usein herkän kohdemaan länsimaisille vaikutuksille ja riskinä on kohteen arvokkaan kulttuuriperinnön muokkautumien ja pahimmassa tapauksessa jopa häviäminen.

Tutkimuksen avulla haluan selvittää miten sosiokulttuurisesti kestävä matkailu on Thaimaassa. Selvitän matkailun vaikutuksia kohdealueella sekä matkailijoiden asenteita kestävä matkailun periaatteita kohtaan ja heidän henkilökohtaisia kokemuksiaan aiheesta. Tämä työ pyrkii antamaan kattavan kokonaiskuvan suomalaisten Thaimaan-matkaajien arvoista ja käsityksistä Thaimaasta lomakohteena. Työssä selvitän niin matkailun aiheuttamia ongelmia kuin sen mahdollistamia positiivisia vaikutuksia. Käyn myös läpi kestävä matkailijan ohjeistuksia.

Tutkimuksen pääongelma:

- Miten sosiokulttuurisesti kestävä matkailu on Thaimaassa?

Tutkimuksen alaongelmat:

- Mitä sosiokulttuurisia vaikutuksia matkailulla on Thaimaassa?
- Minkälaiseksi suomalaiset matkailijat kokevat kohteen sosiokulttuurisen kestävyuden?
- Miten suomalaiset suhtautuvat kestävä matkailun periaatteisiin?
- Minkälaisia kestäviä valintoja suomalaiset matkailijat tekevät kohteessa?

Työ rajataan kolmesta näkökulmasta. Maantieteellisesti tutkimus käsittelee yleisesti koko Thaimaata matkakohteena. Kestävyyden näkökulmasta työssä käsitellään kestävyyttä vain sen sosiokulttuuristen vaikutusten kannalta. Selvitän siis matkailun vaikutuksia kohdealueen kulttuuriin, arvoihin ja identiteettiin. Matkailun ekologisia ja taloudellisia vaikutuksia on tutkittu jo useampaan otteeseen ja erityisesti tietoisuus luonnon merkityksestä matkailussa kasvanut. Halusin valita aiheeseen tämän näkökulman, koska matkailun sosiokulttuuriset vaikutukset eivät tunnu vielä olevan yhtä näkyvästi esillä. Lisäksi rajaan tutkimukseni vain suomalaisiin matkailijoihin.

Työn tavoitteena on antaa tietoa matkailun aiheuttamista ongelmista Thaimaassa ja toisaalta myös sen tarjoamista mahdollisuuksista. Matkailu on Thaimaassa yksi tärkeimmistä tulonlähteistä ja työllistäjistä. Mitä useampi kuluttaja tiedostaa omat vaikutusmahdollisuutensa ja osaa vaatia palveluntarjoajilta vastuullisia toimintatapoja, sitä useampi yritys pyrkii toiminnassaan noudattamaan kestäviä periaatteita.

## 2 Kestävä matkailu

Matkailu on yksi maailman suurimmista teollisuudenaloista (UNWTOa). Vuonna 2016 koko maailmassa ulkomaanmatkoja tehtiin arviolta 1,24 miljardia, mikä on 3,9 prosenttia enemmän kuin edellisvuonna ja määrän on arvioitu nousevat jopa 1,8 miljardiin vuoteen 2030 mennessä. (UNWTO 2017, 6; UNWTO 2011.) Vahvinta oli kasvu Aasian ja Tyynenmeren alueella. Alueen matkailijamäärät kasvoivat jopa 8,6 prosenttia, mikä on lähes 3 prosenttia enemmän kuin vuonna 2015. Kaakkois-Aasian kohteista Thaimaan matkailu kasvoi eniten, 9 prosenttia. (UNWTO 2017, 17.)

Varallisuuden kasvun myötä matkailu tulee lisääntymään (Howarth HTL 2015, 3). Pakettimatkailun helppous ja yhä laajemman kuluttajaryhmän mahdollisuus matkustaa on ollut osana tähän kehitykseen. Kasvavan matkailun herättämä kritiikki on kuitenkin luonut masamatkailun rinnalle uusia matkailumuotoja. Matkailua on verrattu jopa kolonialismiin ja imperialismiin, jossa länsimailla on valta-asema kehitysmaihin verrattuna. Köyhät maat ovat riippuvaisia matkailun tuomista tuloista, joista suurin tulee teollistuneista maista. Omistus ja valta kohde-alueiden infrastruktuurista ovat vahvasti keskittyneet länsimaille, minkä on esitetty olevan yksi syy kohteiden alikehittyneisyydelle. (Mowforth & Munt 2009, 52–54.)

Kasvava kritiikki tätä epätasa-arvoa kohtaan on osaltaan edistänyt uusien matkailumuotojen syntymisen, joita on kutsuttu muun muassa ”hyväksyttäväksi”, ”vaihtoehtoiseksi”, ”vastuulliseksi” ja ”kestäväksi”. Näiden vaihtoehtoisten matkailumuotojen on esitetty olevan yksi keino minimoida matkailun haittoja ja tasa-arvoistaa köyhien ja rikkaiden maiden välisiä suhteita. (Mowforth & Munt 2009, 81, 94.)

YK on julistanut vuoden 2017 kansainväliseksi kestävä matkailun kehittämisen teemavuodeksi (UNWTO 2015). Matkailu onkin noussut yhdeksi matkailun megatrendeistä (Howarth HTL 2015, 3). Kuitenkin vain 22 prosenttia suomalaisista kertoo matkailun vastuullisuuden vaikuttavan matkapäätökseen, vaikka sitä toivotaan matkailupalveluilta (Visit Finland 2016).

Käsitteenä kestävä matkailu on monimuotoinen. Se rinnastetaan usein käsitteisiin reilu matkailu, vastuullinen matkailu ja ekoturismi. Kaikkien näiden käsitteiden merkitys on pohjimmiltaan sama, vaikka ne painottavatkin eri asioita. Kun käsite ekoturismi korostaa selkeästi luonnon ja ympäristön merkitystä matkailussa, reilu matkailu ottaa matkailun eri osa-alueet huomioon laaja-alaisemmin. Yhtä selkeää määritelmää, joka olisi kaikkien tahojen hyväksymä, on kuitenkin vaikea luoda. (Mero 2009, 10–13.) Myös Mowforth & Munt

(2009, 20) painottavat, ettei kestävydestä ole yhtä oikeaa määritelmää vaan sitä tulkitaan eri tavoin eri tahojen välillä. Monikansallisen suuryrityksen käsite kestävydestä eroaa todennäköisesti merkittävästi pienen paikallisyhteisön ajatuksista. Kestävydestä on tullut ideologinen termi, jota käytetään niin liiketoiminnassa kuin politiikassa – usein myös tarkoituksettomasti. Kestävyyden on myös kritisoitu olevan vain hyväksyttävämpi keino toteuttaa nykypäivän kulutusvillitystä. (Mowforth & Munt 2009, 20, 83, 100–101.)

Yksinkertaisimmillaan kestäväällä matkailulla tarkoitetaan matkailua, jossa sen positiiviset vaikutukset maksimoidaan ja negatiiviset minimoidaan (Reilun matkailun yhdistys a). Kestävä matkailu on matkailua, joka huomioi sen nykyiset ja tulevat vaikutukset samalla huomioiden matkailijoiden, matkailualan, ympäristön ja kohdeyhteisöjen tarpeet. Kestävän matkailun periaatteet voidaan jakaa kolmeen ulottuvuuteen: ekologiseen, taloudelliseen ja sosiokulttuuriseen kestävyteen. Ne ovat kokonaisuus ja pitkällä tähtäimellä on tärkeää, että kaikki osa-alueet ovat tasapainossa keskenään, jotta voidaan puhua kestävästä toiminnasta. Ongelmat yhdellä osa-alueella heijastuvat myös muihin osa-alueisiin. (UNWTO 2016.)

Myös useasti maailmaa kiertäneet Tuomas Milonoff ja Riku Rantala (2013, 176) myöntävät, ettei matkailu ole ekoteko vaan todellinen ekoilija pysyy kotonaan. Omilla valinnoillaan kuluttaja voi kuitenkin vaikuttaa matkansa vastuullisuuteen. On hyvä muistaa, että kestävä matkailu voi olla kaiken tyyppinen matkailu, myös pakettimatkailu. (Reilun matkailun yhdistys a.) Kestävyyden periaatteet ikään kuin ohjaavat toiminnan suuntaa eivätkä muodosta mitään tiettyjä matkailutuotteita tai ehdasta kehystä toiminnalle. Massamatkailuakin voi siis näin toteuttaa kestävin periaattein. Massamatkailun yksi hyvä puoli on, että isoja ryhmiä on helpompi hallita ja näin ohjata kestäviin valintoihin. (Borg, Kivi & Partti 2002, 94–95.)

Pienimuotoista matkailua pidetään yleisen käsityksen mukaan vastuullisempänä ja sillä koetaan olevan vähemmän negatiivisia vaikutuksia. Harrison (83) suhtautuu kriittisesti tähän väittämään, koska rajaa pienimuotoisen ja ison volyymin matkailun välillä voi olla vaikea vetää. Pienimuotoiset yritykset mielletään usein paikallisiksi ja niillä koetaan olevan vähemmän negatiivisia vaikutuksia. Toisaalta myös kansainvälinen yritys voi olla pieni. Lisäksi, vaikka paikallisomisteissa pienissä yrityksissä raha ohjautuu suurempaa tietä paikallisille, isommilla yrityksillä on usein paremmat palkat ja koulutusmahdollisuudet. (Harrison, 83.) Butler (90–93) korostaa myös, ettei pienimuotoinen matkailu, jossa matkailijamäärät ovat vähäisiä, välttämättä ole kohteelle taloudellisesti kannattavaa ja näin kestävä. On huomioitava, että minkä tahansa volyymin matkailu, joka ylittää kohteen tarjoamat kapasiteetit, myös pienimuotoinen, on haitallista. Massamatkailuakin voi siis olla kestävä,

kunhan kohteen ympäristölliset, fyysiset, sosiaaliset ja taloudelliset kapasiteetit riittävät ylläpitämään sitä. Butler (90–93) huomauttaa, että usein ympäristöltään ja kulttuuriltaan herkätkohteet eivät kestä suuria matkailijamääriä, mutta kapasiteeteiltaan riittävät kohteet voivat nauttia hyvinkin suurista matkailijamääristä ja näin tarjota yhteisölle korkeat taloudelliset hyödyt vähillä ympäristöllisillä ja sosiaalisilla vaikutuksilla. (Butler, 90–93.)

Verkostoituminen ja eri sidosryhmien välinen yhteistyö on yksi tärkeimpiä edellytyksiä kestäväälle toiminnalle (Borg, Kivi & Partti 2002, 99). YK on asettanut vuonna 2015 Agenda 2030-ohjelman, jonka tarkoituksena on edistää ja toteuttaa kestävä kehityksen periaatteita aina vuoteen 2030 asti (Suomen YK-liitto). Vuonna 2016 myös Kaakkois-Aasian yhteistyöjärjestö ASEAN:n jäsenmaat sitoutuivat noudattamaan Agenda 2030 pohjalta uutta strategiaa, joka pyrkii muun muassa edistämään alueiden matkailun kestävä kehitystä ja yhteistyötä entistä paremmin (ASEAN 2016). Vaikka yritysten, hallitusten ja erilaisten kansalaisjärjestöjen roolit ovat merkittäviä kestävä matkailun suunnittelussa ja toteuttamisessa, on hyvä muistaa, että myös yksittäisen matkailijan teot merkitsevät. (Reilun matkailun yhdistys a.) Yksittäisen matkailijan vaikutusmahdollisuuksia käydään tarkemmin läpi luvussa 4.

Raja kestävä ja ei-kestävä matkailun välillä voi olla vaikea vetää. Usein eettisiin kysymyksiin ei olekaan yksiselitteistä vastausta vaan mielipiteitä on monia. (Kalmari & Kelola 2009, 8.) Jokaisella on oma käsityksensä kestävydestä, joka muovautuu heidän omien tarkoituseriensä, kokemuksiensa ja uskomuksiensa pohjilta. Kestävyden käsitteen kritisoidaan usein olevan vaikeaselitteinen. Tärkeää on ymmärtää, että kestävyys on jatkuva prosessi, joka muuttuu ajan mukana, kuten arvomme ja mielipiteemme, eikä siis ole sinänsä saavutettavissa oleva määränpää. On hyväksyttävä, että se mitä pidämme nyt oikeana, voi tulevaisuudessa olla toisin. (Bramwell, 45–48.)

## **2.1 Ekologinen kestävyys**

Matkailun on todettu olevan osasy syy ilmastonmuutokseen ja ympäristöongelmiin. Koko maailman hiilidioksidipäästöistä 5 prosenttia on matkailun aiheuttamia, josta jopa 75 prosenttia muodostuu kuljetuksista, erityisesti lentoliikenteestä. (UNWTOb).

Ainutlaatuinen luonto on monelle kohteelle tärkeä vetovoimatekijä, mutta monet huraat ekosysteemit kuten sademetsät, kosteikot ja koralliriutat ovat vahingoittuneet suurien matkailumäärien myötä. Arviolta jopa 20 prosenttia koko maailman koralliriutoista on tuhoutunut viimeisen 20 vuoden aikana. Matkailu lisää myös kuivuutta ja aavikoituminen uhkaa



monia suosittuja lomakohteita. Muun muassa golfkentät, vesipuistot ja hotellit uima-  
altaineen kuluttavat kohteiden vesivaroja. (Kalmari & Kelola 2009, 7, 27–34.)

Kestävän matkailun periaatteisiin kuuluu, että ympäristö pyritään säilyttämään kaikessa  
toiminnassa mahdollisimman vahingoittumattomana. Veden- ja energiankulutuksen mini-  
moimisella ja luonnonsuojelutyön tukemisella matkailusta saadaan kestävämpää. (Reilun  
matkailun yhdistys a.)

Matkailijoista taloudellisesti riippuvat paikalliset ovat havahtuneet matkailun aiheuttamiin  
ympäristöongelmiin ja monissa kohteissa luonnonsuojelutyöstä on tullut tärkeää (Kalmari  
& Kelola 2009, 30). Vuonna 2010 Thaimaan havaittiin jo hiljalleen elpyvän suurten matkai-  
lijamäärien aiheuttamista ongelmista, kun massamatkailun rinnalle syntyi ekomatkailua,  
jonka tarkoitus on suojella ja tukea luontoa (Suomen Ulkoasiainministeriö 2010). Kesällä  
2016 Thaimaan viranomaiset kuitenkin ilmoittivat joutuvansa sulkemaan 10 sukelluskoh-  
detta ja Koh Tachain saaren, jonka luonto ja meri olivat pahoin rasittuneet suurten matkai-  
lijamäärien takia (Guardian 2016a).

## **2.2 Taloudellinen kestävyys**

Koko maailman bruttokansantuotteesta matkailuelinkeinon osuus on jopa 10,2 prosenttia.  
(WEF 2017, 3). Vuonna 2016 Thaimaan matkailusektori muodosti suoraan 9,2 prosenttia  
eli 36,7 miljardia dollaria koko maan bruttokansantuotteesta ja työllisti noin 6,1 prosenttia.  
Tämä tarkoittaa noin 2 313 500 työpaikkaa. Vuoteen 2027 mennessä luvun on odotettu  
nousevan jopa neljään miljoonaan. (WTTC 2017, 1.)

Kuitenkin jo 1970-luvun eri tutkimuksissa selvisi, ettei matkailu onnistunut tarjoamaan ke-  
hitysmaille mahdollisuutta suureen taloudelliseen kasvuun. Matkailutulot tuntuivat valuvan  
maiden ulkopuolelle, sillä länsimaalainen omistus ja kontrolli kohdemaiden matkailumark-  
kinoilla olivat suuria. Kapitalismin leviäminen maailmalla on tiukentanut köyhien maiden  
taloudellista riippuvuutta länsimaihin entisestään ja matkailuelinkeino on ollut yksi tärkeä  
tekijä tässä prosessissa. Taloudellisesti kehittyneiden maiden on helpompi lähestyä vaih-  
toehtoisia matkailumarkkinoita, kun taas köyhemmillä mailla ei ole tähän juurikaan mah-  
dollisuuksia. Maailmanlaajuiset muutokset esimerkiksi turvallisuustilanteessa koskettavat  
myös köyhempiä, taloudellisesti matkailusta riippuvaisia maita herkemmin. Länsimaat  
hyötyvät matkailusta edelleen selvästi eniten. (Mowforth & Munt 2009, 14–18, 52.)

Jotta voidaan sanoa, että matkailu on taloudellisesti kestävä, matkailukohteen yhteisön  
tulee itse hyötyä matkailusta taloudellisesti (Reilun matkailun yhdistys a). Mitä isompi osa

matkailutuloista jää kohteeseen, sitä enemmän paikalliset hyötyvät matkailusta. On arvioitu, että jopa 70 prosenttia matkailutuloista jää rikkaisiin länsimaihin, sillä lennot, vakuutukset ja matkat ostetaan länsimaisilta yrityksiltä. (Kalmari & Kelola 2009, 7, 83.) Van del Abbeele (1980, teoksessa Mowforth & Munt 2009, 54) on verrannut matkailua jopa imperialismiin, joka on muuttanut kehitysmaat vain hyödykkeeksi rikkaille matkailijoille. Toisaalta, vaikka eritoten kehittyviin maihin suuntautuvassa matkailussa on havaittu kolonialismin piirteitä, ovat maat poliittisesti itsenäisiä ja usein itse toivottavat matkailijat tervetulleiksi taloudellisten voittojen toivossa (Mathieson & Wall, 2006, 241).

### 3 Matkailun sosiokulttuuriset vaikutukset

Sosiokulttuurisesti kestävä matkailu ottaa huomioon paikalliset perinteet ja kulttuurit. Se perustuu molemminpuoleiseen kunnioitukseen matkailijoiden ja kohdeyhteisön välillä. Paikallisväestöä ja heidän kulttuuriaan pyritään suojelemaan, ei hyväksikäyttämään. Tärkeää on, että paikallisyhteisö on itse mukana matkailuelinkeinon harjoittamisessa ja matkailu hyödyttää heitä. (Reilun matkailun yhdistys a.)

Usein paikallisten mahdollisuudet osallistua matkailun suunniteluun ja päätöksentekoon ovat kuitenkin pienet. Tämän on arveltu olevan yksi syy vääristyneeseen valta-asetelmaan länsimaiden ja köyhien kohteiden välillä. Kuten mitä tahansa kestävyuden aspektia, myös ”paikallisten osallistamista toimintaan” on hyödynnetty matkailumarkkinoinnissa runsaasti, jopa tarkoituksettomasti. Käytännössä yhteistyö on kuitenkin monimutkaista toteuttaa, vaikka apuun on kehitelty lukuisia tekniikoita, kuten kyselytutkimuksia, haastatteluja ja työpajoja paikallisväestölle. Ongelmana on, että arvion toteuttaa usein jokin asiantuntijataho paikallisväestön ulkopuolelta ja valta ratkaista ilmenneet ongelmat on myös tällä taholla. Vaikka paikallisten yhteistyön vahvistaminen on pohjimmiltaan hyvä asia, eriarvoisen valta-asema herättää kritiikkiä ja vaikeuttaa yhteistyön toteutumista. (Mowforth & Munt 2009, 267.)

Ongelmana ovat myös kohteeseen oman hallituksen ja paikallisväestön eriävät intressit ja kokemukset. Hallituksella on valta päättää, mihin suuntaan se maan matkailua kehittää. Se voi toiminnallaan keskittyä markkinoimaan pieniä paikallisomisteisia yrityksiä tai toisaalta vahvistaa multikansallisten hotelliketjujen asemaa. Vääristyneet valta-asetelmat ja eriarvoisuus hallituksen, matkailijoiden ja paikallisten välillä heijastuvat ongelmiin kohdealueella. Vastaavasti tasa-arvon on esitetty tuovan helpotusta ongelmiin. (Mowforth & Munt 2009, 267.)

Matkailun sosiokulttuuriset vaikutukset ilmenevät yhteisön arvojen, perinteiden, käytöksen ja yhteiskuntarakenteen muutoksissa. Usein vaikutukset nähdään lähinnä negatiivisina, mutta matkailulla on positiivisiakin vaikutuksia. On tosin muistettava, että samat vaikutukset voidaan kokea sekä negatiivisina, että positiivisina riippuen kenen kannalta asiaa tarkastellaan. (UNEPa.)

### 3.1 Negatiiviset vaikutukset

YK:n ympäristöjärjestö UNEP on listannut sivuillaan matkailun negatiivisia sosiokulttuurisia vaikutuksia. Näitä ovat muun muassa paikallisen identiteetin ja arvojen muutos tai häviäminen, kaupallistuminen, kulttuurien yhteentörmäys, fyysisten muutosten aiheuttama sosiaalinen paine sekä muut eettiset ongelmat, kuten rikollisuuden kasvu, prostituutio ja lapsityövoima. (UNEPb.)

#### 3.1.1 Autenttisuuden katoaminen

Paikallisen identiteetin ja arvojen muuttumiseen liittyy olennaisesti kulttuurin autenttisuuden katoaminen, kun paikallinen kulttuuri pyrkii sopeutumaan matkailijoiden vaatimuksiin. Kulttuurille perinteiset ruoat, taide ja käsityöt muuttavat muotoaan miellyttääkseen paremmin niitä ostavia matkailijoita. Samoin voi käydä myös paikallisille rituaaleille, riiteille ja juhlille kaupallistumisen myötä. Matkailijoiden vähäinen tieto ja kiinnostus paikallista kulttuuria kohtaan johtavat usein ”lavastettuun autenttisuuteen”, kun tärkeää on vain pieni pintapuolinen kurkistus paikalliseen elämään. (UNEPb.)

Monet matkakohteet alkavat muistuttaa toisiaan ja paikallinen kulttuuri sekoittuu muihin kulttuureihin. Thaimaan suosituista kohteista löytyy suomalaisia iltapäivälehtiä, ruotsalaisia ravintoloita ja samoja matkamuistoja kuin mistä tahansa muualta. (Dielemans 2008, 218.) Thaimaassa paikallisten juhlien ohelle on myös syntynyt lähinnä länsimaalaisten suosiossa oleva täydenkuunjuhla. Tällöin lukuisat matkailijat kokoontuvat Thaimaan rannoille juhlimaan läpi yön. Matkareportteri Dielemansin (2008, 84) haastattelemien paikallisten mukaan matkailijat eivät koe samaa Thaimaata kuin he:

”Eihän tämä ole mikään thaimaalainen juhla. Jos me juhlimme jotain, emme tee sitä näin. Minusta on älytöntä olla pää aivan sekaisin, mutta te pidätte siitä.” Te sanoo, että tähän tottuu. Hän ei pidä tätä edes minään juhlana. Tämä on vain yksi keino ansaita rahaa. ”Okei, me olemme Thaimaassa. Mutta mitään näkemästäsi ei ole tehty thaimaalaisia varten. Se on tehty teille.” (Dielemans 2008, 84.)

Monien kriitikkojen mukaan matkailu erityisesti köyhissä maissa onkin johtanut kulttuurien kaupallistumiseen ja länsimaiseen materialistiseen elämäntapaan. Erityisesti ongelma koskee maita, joissa matkailuelinkeinon valta on suuri. (Mowforth & Munt 2009, 260.)

Suurta huomiota ovat saaneet vierailut alkuperäiskansojen luokse, joista yksi kritiikkiä herättänyt esimerkki on kayan -heimon luokse suuntautuvat matkat. Kayan -heimon jäsenet ovat pakolaisia Myanmarista. Heimo on tunnettu naisista, joiden kaulat on venytetty

pitkiksi lapsesta asti pidettävien pronssirenkaiden avulla. Renkaita lisätään vähitellen kaulaan yhteensä jopa parikymmentä, mikä johtaa solisluun painumisen alas niin, että vaikuttaa siltä kuin kaula olisi pitkä. Heimon jäseniä ei päästetä varsinaisille pakolaisleireille vaan he elävät Pohjois-Thaimaassa leireillä, joihin myös turistit pääsevät vierailemaan maksua vastaan. Heimot ovat vailla kansalaisyhteisöjä ja YK:n pakolaisjärjestön mukaan Thaimaan hallitus haluaa pitää heidät maassa turistien houkuttelemiseksi. Thaimaan hallituksen mukaan heimon jäsenet ovat talouspakolaisia eivätkä täytä pakolaismääritelmän virallisia kriteereitä. (Yle 2008.)

Toimittaja Amit Paaley kertoo reportaasissaan (2009) vierailunsa kayan -heimon luokse olleen vaikea järjestää, koska alueen useat matkanjärjestäjät kieltäytyivät eettisistä syistä viemästä matkailijoita alueelle. Kohteessa kukaan kylän naisista ei oikeastaan osannut sanoa, miksi he pitivät renkaita kaulassaan – eräs arveli sen ehkä olevan osaksi esitystä matkailijoita varten. Toisaalta, naiset eivät tuntuneet kokevan sitä fyysisesti haitalliseksi. Kyläläiset kertoivat saapuneensa aikoinaan perheineen kylään erään alueen heimoja hallinoinvan miehen tuomana. Osa kyläläisistä kertoi saavansa jonkin verran rahaa palkkioksi. Naisilla ei ole lupaa lähteä kylästä, vaan kaikki tarvittava tuodaan heille päivittäin. Lähtöyrityksestä seuraisi soitto maahanmuuttoviranomaisille ja mahdollinen pidätys. Naiset kertovat saavansa lähteä takaisin Myanmariin rahaa vastaan, mutta haluavat mieluummin asua turvassa kylässä, vaikka toivoisivatkin saavansa enemmän vapauksia. (Paaley 2009.)

Alkuperäiskansojen luona vierailu ei ole koskaan ollut yhtä suosittua ja helppoa kuin nyt (Mack). Dielemans (2008, 48) arvelee, että alkuperäiskansoja hyödynnetään matkailussa, koska matkailijat ovat valmiita maksamaan nähdäkseen paikallista, aitoa elämää. Matkailumarkkinoinnissa retkiä kuvaillaan kestäviksi ja kansoja ja heidän elinolojaan ”lähes koskemattomiksi” ja ”primitiivisiksi”, joilla viitataan retkien autenttisuuteen. Tosiasiassa matkailulla on kuitenkin iso vaikutus yhteisöihin, etenkin, jos ne eivät ole olleet nyky maailman kanssa paljoa tekemisissä. Matkailu pakottaa muuttamaan paikallisten perinteiden, kuten seremonioiden ja käsityöiden luonnetta vastaamaan matkailijoiden odotuksia. Tämä johtaa lavastettuun autenttisuuteen. (Mowforth & Munt 2009, 263–265.)

Paaley (2009) kritisoi alkuperäiskulttuurien luokse suunnattujen vierailujen aitoutta. Pa-laung -heimon luokse tehdyllä matkalla eräs kyläläinen ei suostunut käyttämään perinteistä asua sen epäkäytännöllisyyden takia, mikä aiheutti kylässä pelkoa matkailijoiden menettämisestä. Matkailijat haluavat nähdä heimot alkuperäisissä asuissaan ja kyläläisten tulee taipua tahtoon, koska he ovat riippuvaisia näistä matkailijoiden tuomista tuloista. (Paaley 2009.) Usein matkailutulot valuvat yhteisöjen ulkopuolisille välikäsille, mikä voi

johtaa lähes pakko-orjuuteen verrattaviin oloihin. Alkuperäiskansojen ja heimojen luokse suuntautuvaa matkailua on verrattu jopa eläintarhoihin, jossa kansat koetaan yhtenä nähtävyyksistä, ei ihmisinä. Tämä asetelma lisää entisestään kansojen voimattomuutta. (Mowforth & Munt 2009, 263–265.)

Matkakohteelta haetaan koskemattomuutta. Ristiriita piilee kuitenkin siinä, että koskemattoman kohteen koetaan menettävän nopeasti arvonsa matkailijavirtojen myötä. Loppuun kulutetut kohteet, jotka eivät enää tarjoa autenttisuuden tuntua, vaihtuvat uusiin. Tämä koskemattomuuden etsintä asettaa paineita paikallisille. Jotta matkailijat saavat kokea jotain aitoa, paikallisten tulee sitä heille tarjota. Matkailijoita varten pukeutuminen ja järjestetyt esitykset ovat olennainen osa tätä. (Dielemans 2008, 81–82, 92.) Dielemans (2008, 81–82, 92) kärjistääkkin, että matkailijat eivät niinkään osta paikallista kulttuuria ja perinteitä vaan heidän köyhyyttään, ja köyhänä heidän tulee tämän takia pysyäkin. Myös Mowforth & Munt (2009, 27) korostavat matkailijoiden, etenkin länsimaisten, valtaa – he määrittelevät oikean ja väärän. Koskemattomat alkuperäiskulttuurit ovat se mitä matkailijat hakevat, kun taas thaimaalaiset vuoristoheimot kuuntelemassa radiota koetaan vääränä (Mowforth & Munt 2009, 27).

Tätä halua nähdä alkuperäiskulttuurit ”aitoina”, ”kestävinä” ja ”yhtä luonnon kanssa” on kutsuttu myös nykypäivän orientalismiksi (Hutnyk 1996, teoksessa Mowforth & Munt 2009, 76) Muut kulttuurit nähdään kaikkena sellaisena, mitä meidän kulttuurimme ei ole – rikkaina, merkityksellisinä ja autenttisina. Yksi selitys jatkuvaan autenttisuuden etsintään voi siis piillä tyytymättömyydessä moderniin elämäntyyliin. Autenttisuus yhdistetään usein kestävyteen. Koska alkuperäiskulttuurien koetaan olevan uhattuina ja alttiita kapitalismille ja länsimaisille arvoille, autenttisuuden etsintä koetaan kulttuurien suojeluna ja kestävytenä. (Mowforth & Munt 2009, 76–78.)

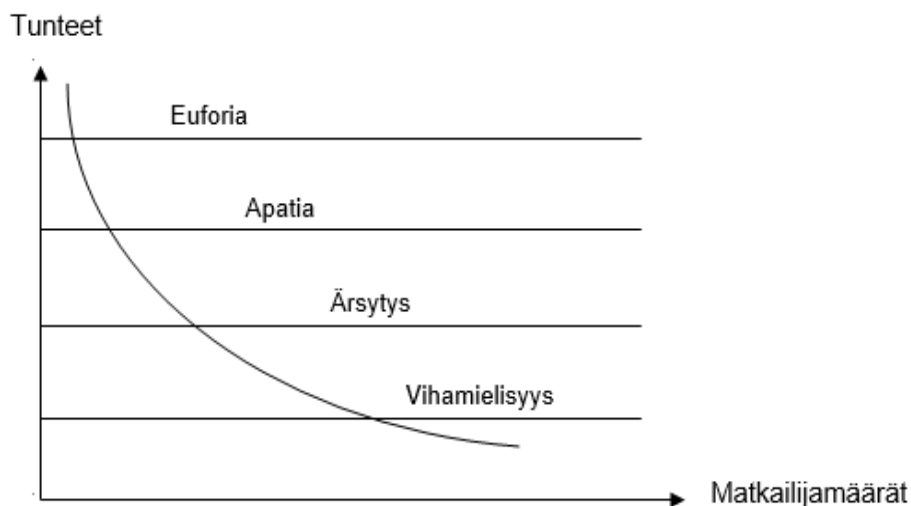
### **3.1.2 Kulttuurien yhteentörmäys**

Matkailu mahdollistaa eri kulttuurien kohtaamiset. Erot arvoissa, tavoissa, uskonnossa ja kielessä voivat kuitenkin aiheuttaa yhteentörmäyksiä paikallisten ja matkailijoiden keskuudessa. Matkailijoiden välinpitämättömyys paikallisia tapoja ja arvoja kohtaan voi aiheuttaa tyytymättömyyttä ja turhautumista paikallisissa. (UNEPb.) Lomalla matkailijat saattavat myös käyttäytyä eri tavalla ja eri arvojen mukaisesti kuin kotona ja aiheuttaa siten kitkaa matkailijoiden ja paikallisten välillä (Dielemans 2008, 219).

Köyhien paikallisten ja vauraiden matkailijoiden kohtaamiset lisäävät eriarvoisuutta matkailijoiden ja paikallisten välillä. (UNEPb.) Thaimaan Phuketissa osa paikallisista kokee

alueen kallistuneen matkailun myötä. Matkailijoille elämä Thaimaassa on halpaa, mutta paikallisilla ei ole enää varaa syödä ulkona. Erään haastatellun paikallisen mukaan varakkaiden matkailijoiden jatkuva tinkiminen jo edullisista hinnoista koetaan turhauttavana. Suuri osa matkailijoista ei edes tiedä maasta mitään vaan he tuntuvat tulevan lomalle halpojen hintojen, rantojen ja seksin perässä. (Dielemans 2008, 163.)

Doxeyn teorian (1976) mukaan matkailun kasvun ja paikallisväestön asenteiden muutoksen välillä on yhteys (Kuvio 2.). Kun kohteessa ei ole juurikaan matkailutoimintaa, matkailijat koetaan kiinnostavina ja tervetulleina (euforia). Matkailun kasvun myötä paikalliset muuttuvat pikkuhiljaa välinpitämättömiksi matkailijoita kohtaan (apatia). Kun matkailun kehitys saavuttaa kyllästymispisteen ja sen odotetaan vielä kasvavan, paikallisten huoli hintojen nousua, rikollisuutta ja matkailijoiden käyttäytymistä kohtaan kasvaa ja johtaa lopulta ärsyntyneeseen. Lopulta matkailijat nähdään vain harmina ja paikallisväestö suhtautuu heihin jopa vihamielisesti. Matkailijoita syytetään yhteiskunnan vääryyksistä ja heiltä riistäminen koetaan täten hyväksyttävänä. (Reisinger 2009, 221.)



Kuvio 2. Doxeyn teoria (Reisinger 2009, 221).

Niin kauan kun matkailijamäärät pysyvät kriittisen tason alapuolella ja kohde hyötyy matkailusta taloudellisesti, matkailijat toivotetaan usein tervetulleiksi paikallisten puolelta. Rajan ylittyttyä ongelmat lisääntyvät. Mitä suurempi kulttuurinen ja taloudellinen ero kohde- ja lähtömailla on, sitä isommat sosiaaliset vaikutukset matkailulla on. Erityisen herkkiä vaikutuksille ovat pienet ja eristäytyneet yhteisöt. Vuorovaikutusvaikeuksiin vaikuttaa usein koulutuksen ja ymmärryksen puute niin matkailijoiden kuin paikallisten puolelta. (Mathieson & Wall 2006, 233–234.)

### 3.1.3 Fyysisten vaikutusten aiheuttama sosiaalinen paine

Matkailun ja paikallisväestön kilpailu katoavista luonnonvaroista, maankäyttö, roskaaminen ja muu ympäristön vahingoittaminen aiheuttavat konflikteja (UNEPb). Monet alkuperäisväestöt ovat joutuneet väistymään matkailun tieltä. Esimerkiksi kalastuselinkeinoon harjoittajat joutuvat siirtymään pois rannikoilta hotellien alta ja pienet yrittäjät kilpailemaan kansainvälisten ketjujen kanssa. Paikallisväestö häviää taistelussa lähes aina, kun matkailun mahdollistamat taloudelliset hyödyt merkitsevät heidän tarpeitaan enemmän. (Tourism Concern 2014.)

Thaimaassa vuoden 2004 tsunamin jälkeen rannikoilla asuneet paikalliset joutuivat siirtymään tuhoutuneilta alueilta sisämaahan. Jälleenrakennuksen alettua yhteisöt eivät kuitenkaan päässeet takaisin rannikolle vaan alueet valjastettiin matkailun käyttöön. Monet yhteisöt ajautuivat konflikteihin maanomistuskiihosten vuoksi, koska esimerkiksi entiset kalastusyhteisöt olivat riippuvaisia elinkeinostaan rannikoilla. (Scheper 2006, 34.)

Uudelleensijoittaminen voi olla myös ekoturismiprojektien seurausta (Tourism Concern 2014). Suurin osa maailman 6 000 kansallispuistosta ja 100 suojelualueesta on luotu alkuperäiskansojen maille. Luonnonsuojelun varjolla hallitukset ajavat alkuperäiskansoja alueiltaan tehdäkseen tilaa matkailulle ja teollisuudelle. Monissa paikoissa on jo huomattu, että luonnonsuojeluhankkeet eivät ole tehneet toivottua tulosta vaan esimerkiksi eläinkannat ovat jatkaneet laskuaan ja alkuperäiskansat on ajettu mailtaan turhaan. Thaimaassa tuhannet etniset hmong- ja karen -vuoristokansaryhmät ovat menettäneet maansa luonnonsuojelualueiden takia. Kansoja on nimitetty ”laittomiksi asukkaiksi” ja heitä on syytetty muun muassa luonnonvarojen heikentymisestä. (Guardian 2016b.)

### 3.1.4 Rikollisuus ja prostituutio

Rikollisuusaste nousee usein matkailun kasvun myötä, kun matkailijoiden rahat ja arvoesineet houkuttelevat paikalle rikollisia. Varkaudet, huumekauppa ja uhkapelaaminen kiristävät ilmapiiriä. (UNEPb.) Erityisesti matkailun sesonkiaikoina rikollisuuden on havaittu kasvavan suurten matkailijamäärien myötä. Kohteeseen tällä on monimuotoisia vaikutuksia. Kohteet joutuvat käyttämään rahaa lisääntyneeseen lainvalvontaan, ne kärsivät usein taloudellista tappiota vandalismin ja murtojen takia, yleinen ilmapiiri on kiristynyt ja lisääntynyt lainvalvonta saattaa jopa lisätä turvattomuuden tuntua. (Mathieson & Wall 2006, 247–248.) TTCI-indeksissä Thaimaa sijoittui turvallisuuden osilta joukon hännille sijalle 118. Raportissa arvioitiin kaiken kaikkiaan 136 maan tilannetta. (WEF 2017, 35)



Köyhyys ja vaikeat olosuhteet ajavat prostituutioon. Vaikka matkailu ei yksin ole tähän syytä, se mahdollistaa sen. (UNEPb). Thaimaassa prostituutio on ollut laitonta jo 1960-luvulta lähtien, mutta viranomaisten on syytetty sulkeneensa silmänsä asialta. Ihmiskaupasta ja alaikäisiin kohdistuvasta seksikaupasta huolestuneen Thaimaan matkailuministeri Kobkarn Wattanavrangkulin tavoitteena on puhdistaa maan maine ja hän ilmoitti kesällä 2016 sulkevansa maan seksiturismilta. Ilmoitusta seurasi useita ratsioita. (Marszal, 2016.) Käytännössä prostituutio on kuitenkin yhä avointa. Erään näkemyksen mukaan viranomaiset puuttuvat katuprostituoitujen toimintaan tyttöbaareissa työskenteleviä herkemmin ja tämä on herättänyt epäilyksiä korruptiosta. Viranomaiset hyötyvät prostituutiosta rahallisesti, eivätkä siksi pyri estämään baarien toimintaa. (Mäkeläinen 2017.)

YK:n yhteisen AIDS-ohjelman UNAIDS:n (2014) tekemän arvion mukaan seksityöläisten määrä Thaimaassa on yli 120 000. Näistä naisista arviolta 3 prosentilla on diagnosoitu hiv ja miehistä 12 prosentilla. Seksityöläiset kohtaavat työssään usein väkivaltaa ja syrjintää. Myös viranomaisten suojeleminen ja terveydenhuolto on puutteellista. Nämä lisäävät entisestään hiv-alttiutta. (UNAIDS 2014, 66, 189.)

Yksi tuottoisimmista kansainvälisen rikollisuuden muodoista on ihmiskauppa. Ihmiskaupan uhrin joutuvat usein elämään orjuudessa ja heidät pakotetaan esimerkiksi prostituutioon. Pakkotyön uhrin ovat niin miehiä, naisia kuin lapsiakin. On arvioitu, että lähes 21 miljoonaa ihmistä maailmassa on pakkotyön uhreja, joista noin 4,5 miljoonaa seksikaupan uhreja. Suurin osa seksikaupan uhreista, 98 %, on naisia. (ILO.) Prostituutioon pakotetut kokevat usein henkistä ja fyysistä väkivaltaa. Rahat ohjautuvat rikollisjärjestöille. (Kalmari & Kelola 2009, 107–111.) Myös monet kadulla kerjäävistä lapsista ovat ihmiskaupan uhreja tai kuuluvat jengeihin. Lapset ovat pakotettuja kerjäämään rahaa jengien tai ihmiskaupparinkien johtajien tarjoamaa asumusta ja suojelesta vastaan. (Reilun matkailun yhdistys f.)

Arviolta jopa 20 % seksikaupan uhreista on lapsia (ILO.) Lapset on lähes aina pakotettu, huijattu tai kaapattu seksityöhön. Joskus vanhemmat jopa myyvät lapsensa rahan toivossaan. Seksikaupan uhreiksi joutuneiden lasten henkinen ja fyysinen terveys on vaakalaudalla ja esimerkiksi ei-toivotut raskaudet ja sukupuolitautilien leviäminen ovat yleisiä ongelmia. Ihmiskauppaa edistävät muun muassa puutteellinen lainsäädäntö ja sen valvonta sekä köyhät olosuhteet. Lapsia seksualisoiva mainonta, elektronisen median kasvu ja matkailu lisäävät myös seksikaupan kysyntää. (Unicef.)

Thaimaassa lapsiprostituutio on suuri ongelma – maan hallituksen, kansalaisjärjestöjen ja yliopistotutkijoiden vuoden 2007 arvion mukaan jopa 60 000 alle 18-vuotiaasta on mukana prostituutiossa. Ongelma on erityisen suuri Pattayalla, Patongissa ja Phuketissa sekä

Chiang Main vuoristoheimojen keskuudessa. Pohjois-Thaimaan alueen lapsiprostituoiduista suurin osa on pakotettu työhön voidakseen auttaa perheitään taloudellisesti. Viime vuosina yhä useampi nuori tyttö on prostituutiossa mukana myös muista syistä, kuten maksaaksensa koulutuksensa. Perinteisen prostituution rinnalle on kehittynyt myös uudenlaisia muotoja. Yhä useampi käyttää seksiä vaihdon välineenä, saadakseen ilmaisia illallisia, matkoja ja kalliita luksushyödykkeitä. (Ecpat 2011, 9–10.)

Matkalla vastuu ja moraali unohtuvat. Seksien ostamisen koetaan olevan hyväksyttävää ulkomailla ja kulttuuriin kuuluvaksi. Myös rasismi ajaa seksuaaliseen hyväksikäyttöön. Prostituutio on laittomuudestaan huolimatta monessa kohteessa näkyvää. Esimerkiksi Thaimaan turistikohteissa tarjolla on lukuisia erilaisia go-go klubeja, tyttöbaareja ja bordelleja seksipalveluiden ostoon. Matkailijoille on myös tarjolla erilaisia paketteja, joihin seksipalveluiden lisäksi kuuluu opastettuja kierroksia. Ostaja ei välttämättä koe toimintaansa alistavana, koska suhde ei vaikuta pelkältä seksisuhteelta. Prostituutio saatetaan kokea myös sen suuren tarjonnan vuoksi arkipäiväiseksi ja siksi hyväksyttäväksi. (Kalmari & Kelola 2009, 107–111.)

### **3.2 Positiiviset vaikutukset**

Matkailun positiivisista vaikutuksista kerrotaan harvoin lukuun ottamatta matkailumainontaa ja -markkinointia (Mathieson & Wall 2006, 239). Parhaimmillaan matkailu toimii rauhan ja turvallisuuden edistäjänä, lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta ja luo työpaikkoja sekä palveluita (UNEPc). Esimerkiksi Thaimaassa matkailu työllistää suoraan yli 2,3 miljoonaa ihmistä. Luvun odotetaan kasvavan yli 4 miljoonaan vuoteen 2027 mennessä. (WTTC 2017, 1.)

Matkailu kasvattaa ja tuo ymmärrystä eri kulttuureja kohtaan. Kohtaamiset paikallisten ja matkailijoiden välillä voivat vähentää ennakkoluuloja ja lisätä yhteenkuuluvuuden tunnetta. Ymmärrys muita kulttuureja kohtaan voi näin vähentää selkkauksia ja edistää rauhaa. (UNEPc.) Matkailijoiden ymmärrys paikallisia tapoja ja kulttuuria kohtaan kasvaa ja vastaavasti myös kohdemaan paikallisväestö, jolla ei välttämättä ole samanlaisia mahdollisuuksia matkustaa, voi tutustua matkailun myötä uusiin kulttuureihin. (SMAL.)

Yhteisön vahvistuminen ja kansallisympäyden kohoaminen ovat myös matkailun edesauttamia vaikutuksia. Paikalliset tapahtumat ja juhlat elävöityvät matkailijoiden osoittaman kiinnostuksen ulkopuolelta. (UNEPc.) Paikallisväestöä motivoivat taloudelliset intressit. Koska paikalliset ovat riippuvaisia matkailun tuomista tuloista, pyrkivät he myös suojelemaan ja elvyttämään kulttuuriaan. Näin matkailu voi mahdollistaa kulttuurin perinteiden

säilymisen. Erityisesti pienissä yhteisöissä on tärkeää, että alueella riittää töitä, jotta myös alueen kulttuuri voi säilyä. Mikäli töitä on tarjolla liian vähän, paikalliset muuttavat isompiin kaupunkeihin ja riskinä on pienten paikallisyhteisöjen kutistuminen ja jopa katoaminen. (Guyette 2013, 225–227.)

## 4 Kestävän matkailun ohjeistukset

Vaikka matkailu on osallisena lukuisiin eettisiin ongelmiin, voi se mahdollistaa paljon hyvää. Tärkeää on muistaa, että niin paketti- kuin omatoimimatkat voivat olla kestäviä. Kestävä matkailu ei ole yksi matkailutyyppeistä vaan joukko matkalla tehtyjä vastuullisia valintoja. (Kalmari, H & Kelola, K. 2009, 8, 54.) Tiedonhankinta, kulttuurin kunnioittaminen ja paikallisyhteisön tukeminen ovat keinoja tukea kohdealueen kestävästä kehityksestä. Esimerkiksi Reilun matkailun yhdistys tarjoaa vinkkejä vastuulliseen matkailuun.

### 4.1 Tiedonhankinta

Tärkeä osa matkustamista on tiedonhankinta. Kohteen kulttuurista, historiasta ja tavoista on hyvä ottaa selvää jo ennen matkaa. Mitä enemmän kohteesta tietää, sitä enemmän siitä saa myös irti. (GSTC.)

Internetistä tietoa voi etsiä esimerkiksi blogeista, keskustelupalstoilta ja erilaisilta matkailusivustoilta. Seuraamalla paikallisia uutisia pysyy hyvin selvillä alueen nykytilanteesta ja ajankohtaisista asioista. Myös keskustelemalla muiden alueella matkanneiden tai asuvien henkilöiden kanssa saa arvokasta tietoa kohteesta. (Reilun matkailun yhdistys b.) On hyvä muistaa lähdekritiikki. Kaikki, mitä esimerkiksi internetin keskustelupalstoilla puhutaan, ei ole totta vaan osa saattaa pyrkiä toiminnallaan markkinoimaan omia palveluitaan. (Reilun matkailun yhdistys c.)

Matkaoppaat antavat laajan käsityksen muun muassa kohteen historiasta, luonnonoloista, kielestä ja sosiaalisista ja poliittisista oloista. Kaunokirjallisuus voi myös olla yksi hyvä keino syventyä paikallisen kulttuurin luonteeseen ja mentaliteettiin. (Reilun matkailun yhdistys b.)

On hyvä tutustua etukäteen paikallisiin ohjelmapalveluyrityksiin. Pakettimatkailijan tulee myös kiinnittää huomiota matkanjärjestäjän vastuullisuuteen. Vastuuntuntoinen matkanjärjestäjä kertoo kohteen kulttuurista ja ympäristöstä, sekä pyrkii omalla toiminnallaan osoittamaan, miten se tukee paikallisyhteisöjä ja minimoi matkailun mahdollisia haittoja. Matkanjärjestäjällä on myös oltava kirjalliset toimintaohjeet siitä, miten matkailija voi itse vähentää kohteen kuormitusta. (Reilun matkailun yhdistys d.)

Tiedonhankinta on hyvää ennakkointia. Mikäli kohteesta selviää jotain arveluttavaa tiedonhankinnan yhteydessä, voi matkailija vielä etsiä vaihtoehtoisen kohteen/palvelun. Vastavasti on myös tärkeää muistaa jakaa itse tietoa kohteesta, sillä tiedon jakaminen kannus-

taa myös muita vastuulliseen toimintaan. Monet matkailijat saattavat olla kiinnostuneita kestävästä valinnoista, mutta tiedonsaanti on vaikeaa. Positiivinen palaute jonkin tahon vastuullisesta toiminnasta voi parhaimmillaan lisätä sen suosiota ja näin osaltaan edistää kestävästä matkailusta. Kasvava kysyntä kestäviä vaihtoehtoja kohtaan lisää niiden tarjontaa, kun paikalliset toimijat ja matkanjärjestäjät pyrkivät vastaamaan kuluttajien toiveisiin. Aktiivinen palautteenanto onkin erittäin tärkeää. palveluntarjoajien intressi puuttua mahdollisiin epäkohtiin kasvaa, mitä enemmän niistä saadaan asiakkailta palautetta. (Reilun matkailun yhdistys c.)

## **4.2 Paikallisen kulttuurin kunnioittaminen**

Paikallisen kulttuurin tunteminen on edellytys kulttuurin kunnioittamiselle ja vastuulliselle matkailulle. Kun tuntee paikallisen kulttuurin tavat ja käytänteet, on pienempi mahdollisuus tulla loukanneeksi ketään. Tämä voi syventää paikallisten ja matkailijoiden vuorovaikutussuhdetta ja kulttuurin tuntevaa ja sitä kunnioittavaa matkailijaa kohdellaankin usein paremmin. (Reilun matkailun yhdistys e.)

Tavat ja uskomukset vaihtelevat maittain. Matkailijan tulee osoittaa kiinnostusta ja kunnioitusta paikallista kulttuuria kohtaan. Avoin, ennakkoluuloton asenne on tärkeää. Itselleen vieraita tapoja ei tule tuomita, mutta omista eettisistä normeista voi kuitenkin pitää kiinni. Matkalla on hyvä ottaa huomioon muutamia käytänteitä. Esimerkiksi valokuvata tulisi vain luvalla, tinkiä vain mikäli se on osa kulttuuria ja pukeutua niin kuin se on kulttuurille ominaista. Uskonto on monissa kulttuureissa tärkeässä asemassa ja esimerkiksi uskonnollisissa rakennuksissa on pukeuduttava peittävämmiin. (Reilun matkailun yhdistys e.)

Ihmisoikeuksia tulee noudattaa myös ulkomailla. Vastuullinen matkailija ei tue prostituutiota. (Reilun matkailun yhdistys e.) Matkailija voi tukea prostituution vastaista toimintaa esimerkiksi tukemalla toimijoita, jotka ovat sitoutuneet eettisiin koodistoihin, joiden on tarkoitus ehkäistä lapsiseksiturismia. Erilaiset sertifikaatit kertovat, että yritys on sitoutunut lapsiseksin vastaiseen työhön. (Reilun matkailun yhdistys f.) Esimerkiksi The Code -järjestön jäsenyys varmistaa, että yritys, kuten hotelli, on saanut koulutuksen ja sitoutunut lapsiseksin vastaiseen työhön (The Code). Kaikki havainnot rikollisesta toiminnasta tulee ilmoittaa välittömästi viranomaisille tai vähintäänkin omalle matkanjärjestäjälle (Reilun matkailun yhdistys f).

### 4.3 Paikallisyhteisön tukeminen

Matkalla tulisi aina pyrkiä jättämään suurin osa matkan arvosta kohteeseen, koska valitettavan suuri osa käytetyistä rahoista valuu kohteen ulkopuolelle. Mitä suuremmin maksaa matkastaan kohteessa paikallisille, sitä suuremmin paikalliset hyötyvät matkasta taloudellisesti. Ei siis kannata varata ja maksaa kaikkea valmiiksi kotimaassa. Kohdetta voi tukea taloudellisesti parhaiten ostamalla paikallisia tuotteita ja palveluita, esimerkiksi suosimalla paikallisia ravintoloita, hotelleja, liikenneyhteyksiä ja opaspalveluita sekä ostamalla matkamuistoiksi paikallista taidetta, käsitöitä, ruokaa ja juomaa. (Reilun matkailun yhdistys g.) Pakkotyövoimalla tuotettuja tuotteita voi kuitenkin olla vaikea tunnistaa. Käsityöt kannattaakin ostaa suoraan tekijöiltä tai hyväntekeväisyysjärjestöiltä. Reilun kaupan tuotteita ostamalla voi varmistaa, että osa tuotosta käytetään työntekijöiden aseman parantamiseen. (Kalmari & Kelola 2009, 126.)

Isojen monikansallisten hotelliketjujen sijaan majoituksessa kannattaa suosia paikallismusteisia majoitusliikkeitä (Reilun matkailun yhdistys g). Etenkin köyhissä maissa tasokkaimmat hotellit palkkaavat usein ulkomaista työvoimaa, kun taas pienet paikalliset hotellit työllistävät varmemmin paikallisia. Työolosuhteet vaihtelevat kuitenkin hotellittain, joten hyvä varmistaa etukäteen, miten hotellissa huolehditaan työntekijän oikeuksista. (Kalmari & Kelola 2009, 83–85.) Hotellilla tulisi olla toimintaperiaatteet kirjallisesti saatavilla (GSTC).

Kadulla kerjääville lapsille ei kannata antaa rahaa. Mitä enemmän lapsi saa kadulla rahaa, sitä enemmän hän alkaa pitää tuntemattomia ihmisiä harmittomina, mikä altistaa lähemmään vieraiden ja mahdollisesti vaarallisten aikuisten mukaan. Usein raha ei myöskään ohjaudu lapselle suoraan vaan kulkeutuu rikollis- ja ihmiskaupparingeille. Köyhiä lapsia voi auttaa parhaiten luotettavien lastensuojelujärjestöjen kautta. (Reilun kaupan yhdistys f.)

## 5 Tutkimuksen toteutus

Tutkimuksen tarkoituksena on kartoittaa suomalaisten Thaimaan-matkailijoiden asenteita matkailun kestävyttä kohtaan sekä heidän arvojaan ja mielipiteitään. Tutkimus pyrkii myös selvittämään, minkälaisia valintoja he matkallaan lopulta tekivät.

Tutkimuksen pääongelma:

- Miten sosiokulttuurisesti kestävä matkailu on Thaimaassa?

Tutkimuksen alaongelmat:

- Mitä sosiokulttuurisia vaikutuksia matkailulla on Thaimaassa?
- Minkälaiseksi suomalaiset matkailijat kokevat kohteen sosiokulttuurisen kestävyuden?
- Miten suomalaiset suhtautuvat kestävän matkailun periaatteisiin?
- Minkälaisia kestäviä valintoja suomalaiset matkailijat tekevät kohteessa?

### 5.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimustyyppit voidaan jaotella kvalitatiivisiin ja kvantitatiivisiin. Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus pyrkii ymmärtämään ja tutkimaan kohdetta kokonaisvaltaisesti. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkija luottaa pääosin omiin havaintoihinsa ja keskusteluihin tutkittavien kanssa ja pyrkii tuomaan tutkittavien näkökulmat esille. Kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen avulla voidaan tutkia jo jotain olemassa olevaa teoriaa tai hypoteesia. Tutkimustuloksista tehdään päätelmiä tilastollisen analysoinnin perusteella. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 140, 164.)

Perinteisiä kvantitatiivisia tutkimustyyppinä ovat kokeellinen tutkimus sekä survey-tutkimus. Survey-tutkimuksen eri muotoja ovat strukturoidut kyselyt, haastattelut ja havainnointi, joissa aineistoa kerätään standardoidusti. Kaikki kysymykset esitetään siis samalla tavalla kaikille vastaajille. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 191, 193.)

Tämän työn tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista kyselytutkimusta. Kyselylomakkeella voidaan kerätä tietoa vastaajien arvoista, asenteista, käyttäytymisestä ja mielipiteistä. Kyselymenetelmä on tehokas, koska kysely voidaan lähettää suurellekin joukolle ja siinä voidaan käsitellä useampia asioita. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 195–197.)

Valitsin tutkimusmenetelmäksi kyselytutkimuksen, koska haluan selvittää laajalta joukolta matkailijoita heidän arvojaan, kokemuksiaan ja suhtautumistaan matkailun kestävyttä

kohtaan. Tutkimuksen avulla haluan selvittää, miten matkailijat ovat kokeneet matkailun kestävyuden toteutumisen kohdealueella, miten he itse suhtautuvat matkailun vastuullisuuteen ja minkälaisia kestäviä valintoja he ovat matkoillaan tehneet.

Tutkimus toteutettiin Webropol-kyselynä. Webropol on sähköinen kysely- ja raportointityökalu, jonka avulla voidaan kerätä ja analysoida tietoa. Kysely julkaistiin Facebook -ryhmissä Kaakkois-Aasia NYT, FB matkailijat ja Thaimaan ystävät. Sähköisen kyselyn avulla on mahdollista tavoittaa helpommin laaja kohderyhmä, kuin paperisella lomakkeella.

Kyselyn perusjoukkona ovat suomalaiset Thaimaan-matkailijat. Haluan luoda kattavan kokonaiskuvan aiheesta enkä siis pyri tutkimaan minkään tietyn vastaajaryhmän näkemyksiä vaan tavoittelin vastaajia laajalta ikähaarukalta ja molemmista sukupuolista.

## **5.2 Kyselylomakkeen laatiminen**

Kyselylomakkeen tulisi näyttää helposti täytettävältä ja sen tulisi koostua selkeistä spesifeistä kysymyksistä. Selkeästi rajatut kysymykset ovat helpommin tulkittavissa ja näin välttään myös mahdollisilta kaksoismerkityksiltä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 202–203.) Pyrin esittämään kaikki kysymykset näiden periaatteiden pohjalta ja lomakkeen saatteessa kerron myös selkeästi työn aiheen ja tavoitteet välttääkseni väärinkäsityksiä.

Laatimani kyselylomake koostuu pääosin asteikkoihin perustuvista kysymystyypeistä. Lomakkeessa on esitetty väittämiä eri aihepiireistä, joihin vastaaja vastaa omien mielipiteidensä mukaan. Käytin lomakkeessa 5-portaista Likertin asteikkoa, jossa 1 = täysin eri mieltä ja 5 = täysin samaa mieltä. Koin, että likertin asteikko on tämän tyyppisessä tutkimuksessa paras ratkaisu, koska tutkin nimenomaan vastaajien asenteita ja arvoja.

Kysymykset on ryhmitelty selkeästi eri aihepiirien mukaan, jotka jaottelin tämän työn tietoperustaa mukailleen. Lomake koostuu 31 väittämästä, jotka käsittelevät yleisesti kestävästä matkailusta, autenttisuutta, kulttuurien kohtaamista sekä prostituutiota ja rikollisuutta.

Lomakkeen alussa kysytään vastaajien demografisia tietoja sekä heidän edellisellä matkallaan käyttämää matkailumuotoa. En varsinaisesti pyri selvittämään näiden muuttujien vaikutuksia vastauksiin, mutta mikäli vastauksista nousee selkeästi esiin selkeitä eroavaisuuksia eri ryhmien välillä, otan sen huomioon analysoidessani vastauksia. Tehdyistä ristiintaulukoinneista ei ole tekstissä saatavilla erikseen taulukoita.



Ennen julkaisua lomake testattiin muutamalla koehenkilöllä eli tehtiin niin sanottu pilottitutkimus, jotta mahdolliset epäselvyydet voitiin vielä korjata ja kyselylle pystyttiin luomaan arvioitu vastausaika. Lopullinen kyselylomake on nähtävillä liitteessä 1.

Kysely toteutettiin keväällä 2017. Kysely julkaistiin Facebook-ryhmissä ylläpitäjien luvalla, jossa se oli avoinna vastaajille viikon verran.

## 6 Tutkimustulokset

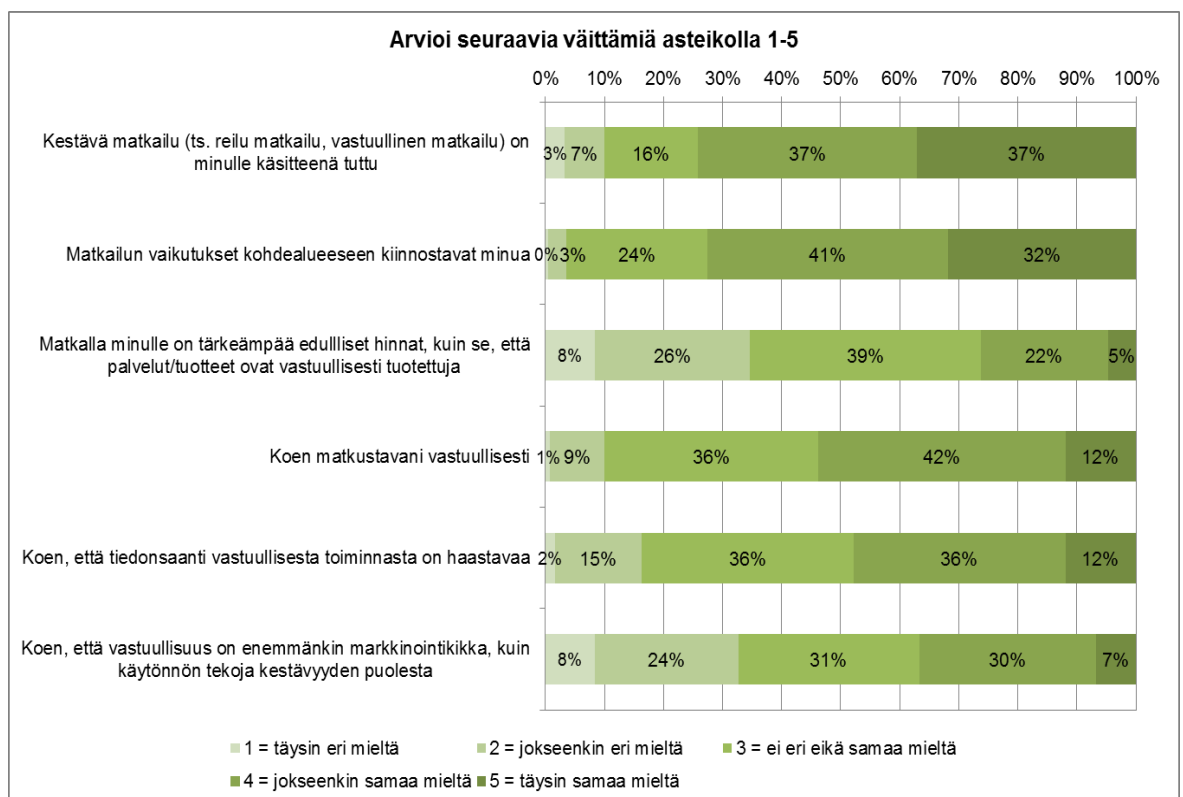
Kyselyyn vastasi yhteensä 251 henkilöä. Kyselyn vastauksia analysoitiin Webropolin raporttien ja Excel -taulukko työkalun avulla.

Vastaajista selkeä enemmistö, lähes 65 prosenttia oli naisia. Vastaajien ikähaarukka oli laaja ja sijoittui pääosin 20–65 ikävuoden välille. Suurin osa, yli 76 prosenttia, oli edellisellä matkallaan omatoimimatalla.

### 6.1 Kestävä matkailu

Suurimalle osalle, 74 prosentille vastaajista, kestävän matkailun käsite on tuttu ( $ka=3,98$ ) ja lähes yhtä montaa, 73 prosenttia, kiinnostui matkailun vaikutukset kohdealueeseen ( $ka=4$ ). Vain 3 prosenttia vastaajista ei ollut juurikaan tai lainkaan kiinnostuneita matkailun vaikutuksista. 27 prosenttia vastaajista koki, että edulliset hinnat olivat vastuullisesti tuotettuja palveluita/tuotteita tärkeämpi kriteeri ja vastaavasti 34 prosenttia koki vastuullisesti tuottamisen olevan tärkeämpi kriteeri ( $ka=2,88$ ). Tämä kysymys jakoi hieman vastaajia ja moni, 39 prosenttia, olikin vastannut näiden väliltä. (Taulukko 1.)

Taulukko 1. Kestävä matkailu



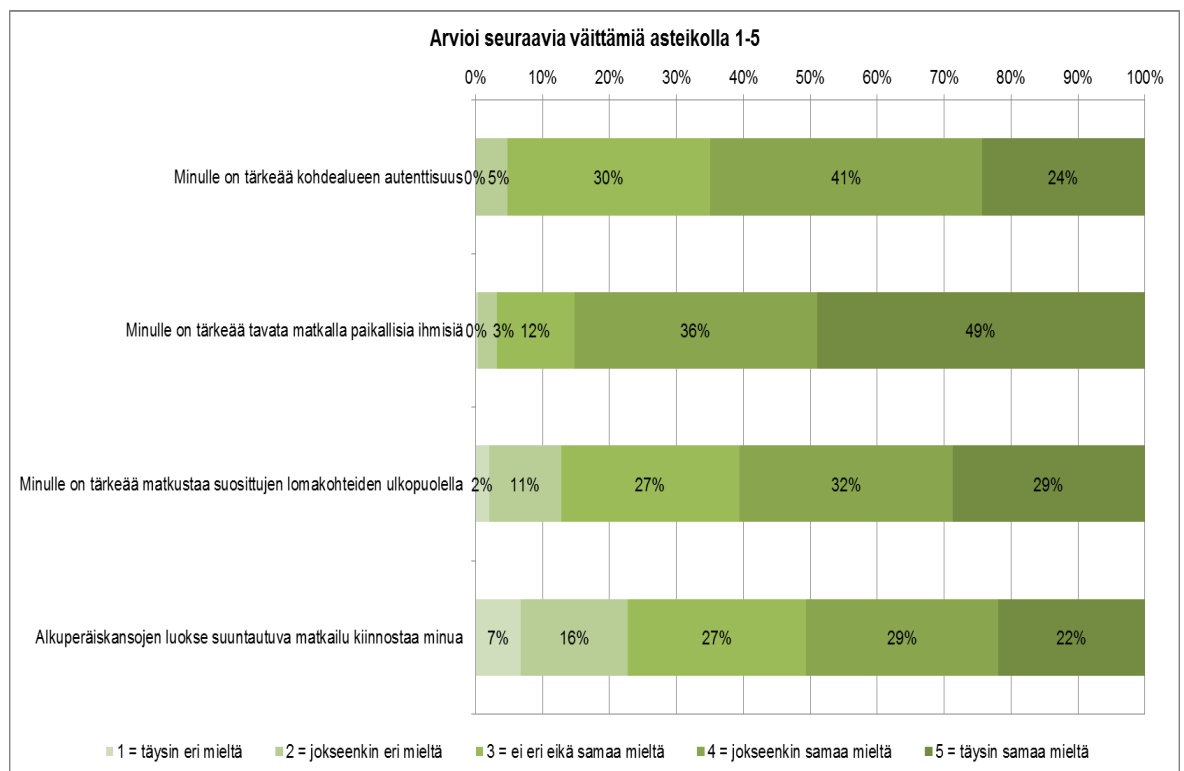
Hieman yli puolet, 54 prosenttia, koki matkustavansa edes jossain määrin vastuullisesti ja vain alle 1 prosentti oli täysin eri mieltä väittämän kanssa (ka=3,55). Liki puolet, 48 prosenttia, oli sitä mieltä, että tiedonsaanti vastuullisesta toiminnasta on haastavaa. 37 prosenttia matkailijoista koki, että vastuullisuus on enemmänkin markkinointikikka, kuin käytännön tekoja kestävyuden puolesta, kun taas 32 prosenttia oli eri mieltä väittämän kanssa (ka=3,02). Tämä kysymys jakoi myös vastaajia, ja 31 prosenttia, olikin vastannut näiden väliltä. (Taulukko 1.)

Tutkimuksesta nousi myös esille, että kestävän matkailun käsite oli naisille (ka=4,12) miehiä (ka=3,72) tutumpi. Matkailun vaikutukset kiinnostivat myös naisia hieman miehiä enemmän. Muilla taustekijöillä ei ollut tässä merkittävää vaikutusta vastaustuloksiin.

## 6.2 Autenttisuus

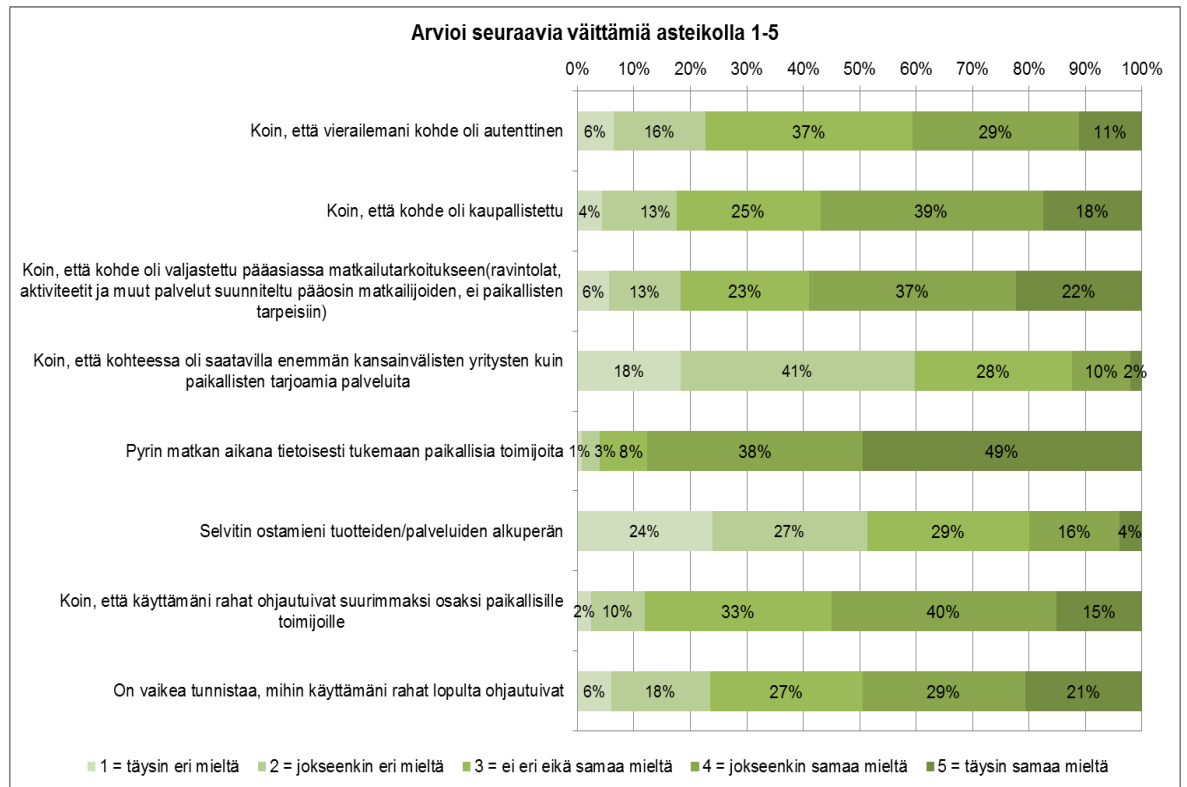
65 prosenttia vastaajista pitää tärkeänä kohdealueen autenttisuutta (ka=3,84). Kukaan vastaajista ei ollut täysin eri mieltä väittämän kanssa ja vain 5 prosenttia oli jokseenkin eri mieltä. Suurin osa, 85 prosenttia, piti tärkeänä tavata matkalla paikallisia ihmisiä (ka=4,31). 61 prosentille vastaajista oli myös tärkeää matkustaa suosittujen lomakohteiden ulkopuolella (ka=3,75) ja 51 prosenttia kiinnosti alkuperäiskansojen luokse suuntautuva matkailu (ka=3,43). (Taulukko 2.)

Taulukko 2. Asenteet autenttisuutta kohtaan



Vastaajista 40 prosenttia koki, että varsinainen kohde oli autenttinen (ka=3,23). Hieman yli puolet, 57 prosenttia, koki, että kohde oli kaupallistettu (ka=3,53) ja lähes yhtä moni, 59 prosenttia, koki, että kohde oli valjastettu pääasiassa matkailutarkoitukseen (ka=3,57). Ravintoloiden, aktiviteettien ja muiden palveluiden koettiin siis olevan suunniteltu pääosin matkailijoiden, ei paikallisten tarpeisiin sopiviksi. (Taulukko 3.)

Taulukko 3. Kokemukset autenttisuudesta

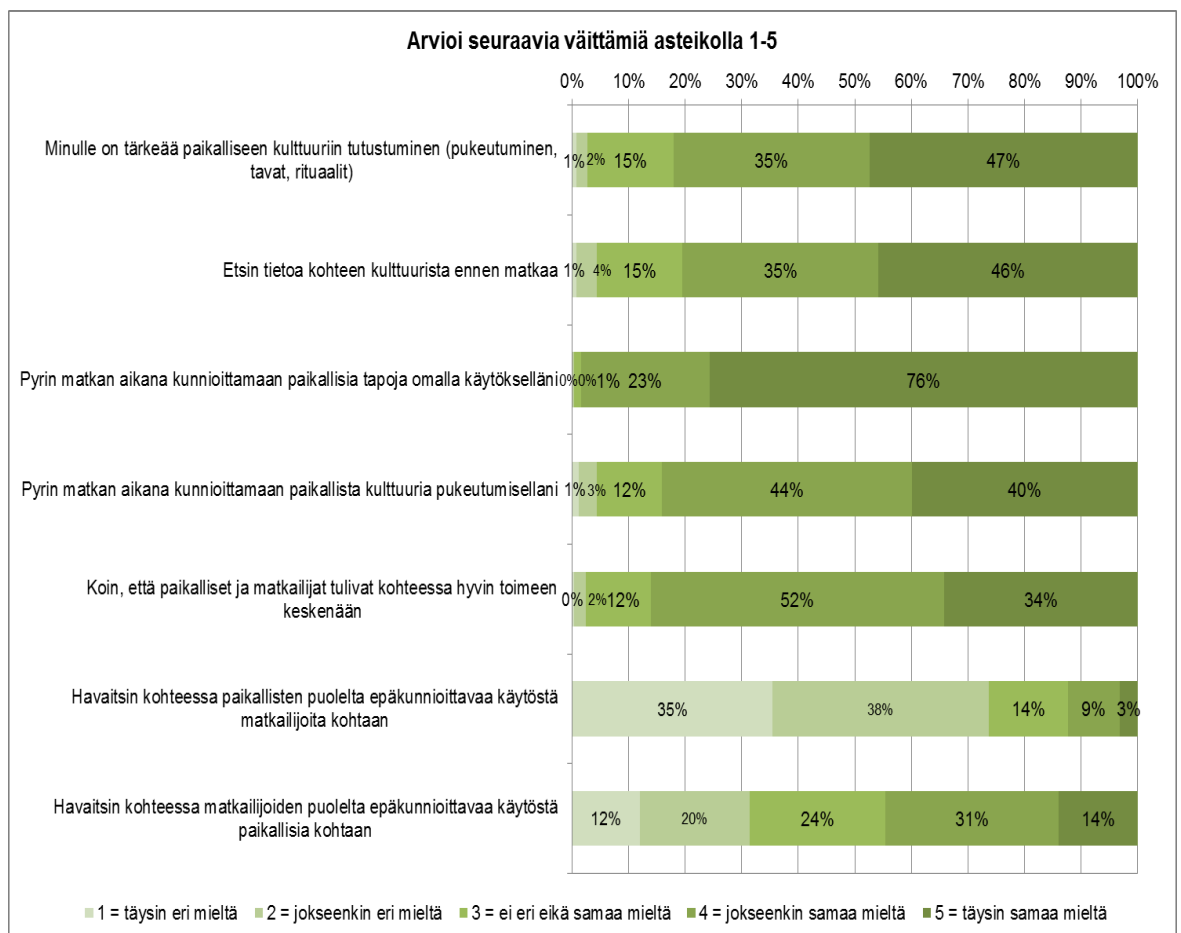


Vastaajista 12 prosenttia koki, että kohteessa oli saatavilla enemmän kansainvälisten kuin paikallisten yritysten tarjoamia palveluita (ka=2,36). 59 prosenttia oli eri meiltä väittämän kanssa ja kolmasosa, 28 prosenttia, ei osannut sanoa. Selvä enemmistö, jopa 87 prosenttia, vastaajista pyrki tietoisesti tukemaan paikallisia toimijoita (ka=4,32). Kuitenkin vain 20 prosenttia selvitti ostamiensa tuotteiden/palveluiden alkuperän (ka=2,49). Yli puolet, 55 prosenttia, koki, että käytetyt rahat ohjautuivat suurimmaksi osaksi paikallisille toimijoille (ka=3,56). Vastaajista 49 prosenttia oli kuitenkin sitä mieltä, että on vaikea tunnistaa, mihin käytetyt rahat lopulta ohjautuivat (ka=3,41). (Taulukko 3.)

### 6.3 Kulttuurien kohtaaminen

Selkeä enemmistö vastaajista, 82 prosenttia, piti edes jokseenkin tärkeänä paikalliseen kulttuuriin tutustumista (ka=4,26) ja lähes yhtä moni, 81 prosenttia, etsi tietoa kohteen kulttuurista ennen matkaa (ka=4,21). Miltei kaikki, 99 prosenttia vastaajista, pyrki matkan-  
sa aikana kunnioittamaan paikallisia tapoja omalla käytöksellään (ka=4,74). Pukeutumisellaan paikallista kulttuuria pyrki kunnioittamaan hieman pienempi ryhmä, 84 prosenttia vastaajista (ka=4,18). Vastaajista 86 prosenttia koki, että paikalliset ja matkailijat tulivat kohteessa hyvin toimeen keskenään (ka=4,18). 12 prosenttia havaitsi kohteessa paikallisten puolelta epäkunnioittavaa käytöstä matkailijoita kohtaan (ka=2,06), kun taas jopa 45 prosenttia havaitsi matkailijoiden puolelta epäkunnioittavaa käytöstä paikallisia kohtaan (ka=3,15). (Taulukko 4.)

Taulukko 4. Kulttuurien kohtaaminen



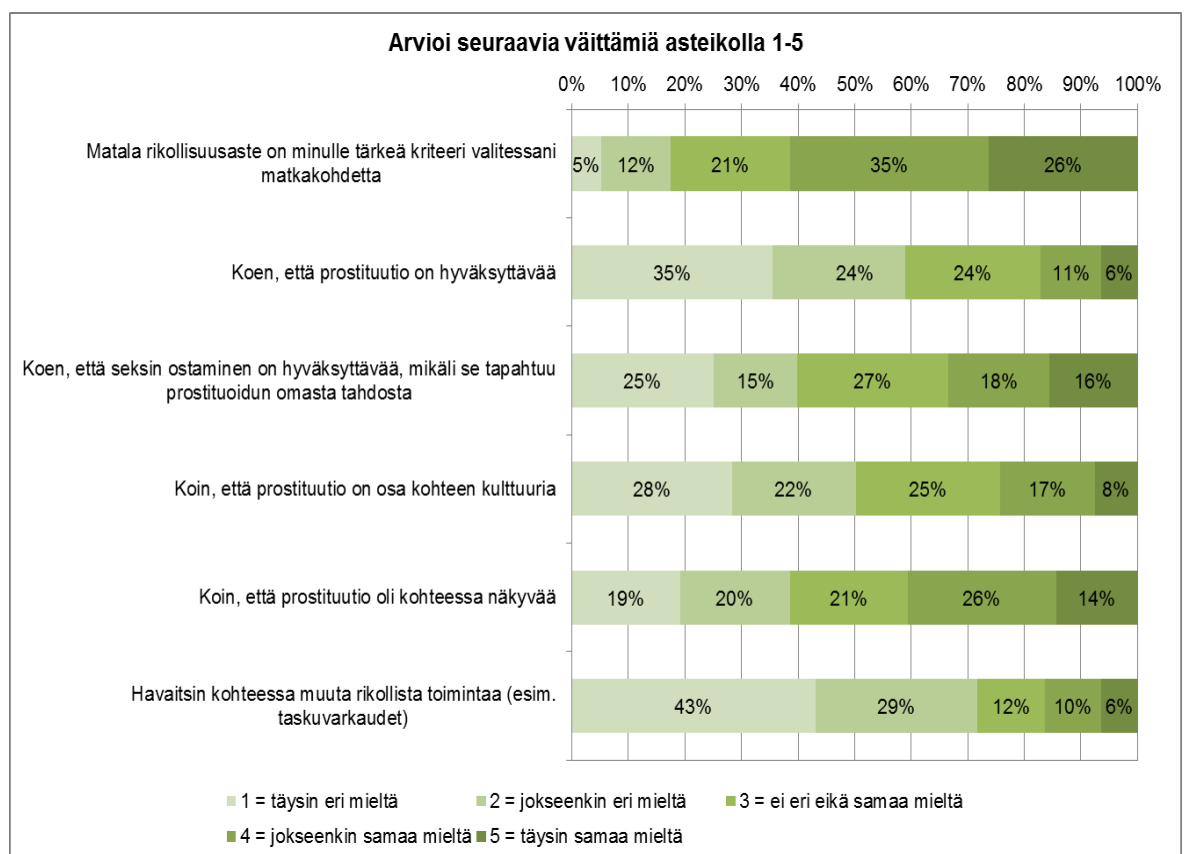
Omatoimimatkailijoita kiinnosti kulttuuriin tutustuminen valmismatkalaisia enemmän – omatoimimatkailijoista 86 prosenttia ilmoitti olevansa kiinnostunut kulttuuriin tutustumisesta, kun taas valmismatkalaisilla vastaava luku oli 69 prosenttia. Pukeutumisellaan paikallista kulttuuria kunnioittavista selkeä enemmistö oli naisia. Naisista 88 prosenttia ilmoitti

pyrkivänsä kunnioittamaan kulttuuria pukeutumisellaan, kun taas miehillä vastaava luku oli vain 39 prosenttia.

#### 6.4 Prostituutio ja rikollisuus

61 prosentille matkailijoista matala rikollisuusaste on tärkeä kriteeri kohdetta valittaessa (ka=3,65). Tämä tuntui olevan tärkeää etenkin vanhemmille yli 36 vuotiaille matkaajille ja valmismatkalaisille. Vastaajista 17 prosenttia piti prostituutiota hyväksyttävänä (ka=2,29) ja 34 prosenttia piti sitä hyväksyttävänä, mikäli se tapahtuu prostituoidun omasta tahdosta (ka=2,84) Neljäsosa, 25 prosenttia, koki, että prostituutio on osa kohteen kulttuuria ja 40 prosenttia koki, että prostituutio oli kohteessa näkyvää (ka=2,97). Vastaajista 16 prosenttia havaitsi kohteessa muuta rikollista toimintaa, kuten taskuvarkauksia (ka=2,08). (Taulukko 5.)

Taulukko 5. Prostituutio ja rikollisuus



Prostituution hyväksyvistä vastaajista suurin osa oli miehiä. Kaikista miesvastaajista jopa 55 prosenttia piti prostituutiota hyväksyttävänä, mikäli se tapahtuu prostituoidun omasta tahdosta. Vain 16 prosenttia miehistä oli eri mieltä väittämän kanssa.

## 7 Pohdinta

Tämän työn tarkoituksena oli tutkia, miten sosiokulttuurisesti kestävä matkailu on Thaimaassa. Tutkimuksen avulla pyrittiin selvittämään, miten suomalaiset matkailijat suhtautuvat matkailun kestävyteen, minkälaisia arvoja ja kokemuksia heillä on sekä mitä valintoja he ovat matkoillaan tehneet.

Tuloksista kävi ilmi, että kestävä matkailun käsite ja vastuullisuus on suomalaisille Thaimaan-matkailijoille varsin tuttu ja ehkä tärkeäkin aihe. Kuten työn tietoperustassakin todettiin, kestävyys on yksi matkailualan nousevista trendeistä. Kuitenkin lähes puolet vastaajista koki tiedonsaannin vastuullisesta toiminnasta haasteelliseksi ja moni koki tämän vain markkinointikeinoksi. Mowforth ja Munt painottavatkin, että kestävyden käsite eroaa eri tahojen välillä. Kestävydestä on tullut ideologinen termi, jota käytetään usein tarkoituksettomasti.

Vaikka suurin osa vastaajista piti tärkeänä kohdealueen autenttisuutta, alle puolet koki varsinaisen kohteen autenttiseksi. Moni kokikin kohteen kaupallistetuksi, ja että kohde oli valjastettu pääosin matkailutarkoitukseen. Suuri osa vastaajista ilmaisi kiinnostuksestaan matkustaa suosittujen matkailukeskittymien ulkopuolella ja alkuperäiskulttuurien luokse suuntautuva matkailu kiinnosti myös monia. Luvussa 3.1.1 pohditaan, että matkakohteilta haetaan usein koskemattomuutta. Autenttisuuden tunnun koetaan kuitenkin nopeasti katoavan matkailijavirtojen myötä ja matkailun on kritisoitu johtavan kulttuurien kaupallistumiseen. Erityisesti ongelma koskee maita, joissa matkailuelinkeinon valta on suuri, kuten Thaimaata.

Vain pieni osa vastaajista oli kuitenkin sitä mieltä, että kohteessa olisi pääosin kansainvälisten yritysten tarjoamia palveluita. Toisaalta jopa kolmasosa ei ollut eri eikä samaa mieltä ja tämä voikin kertoa siitä, että on ehkä haastavaa tunnistaa minkälainen omistajapohja yrityksillä on eikä se välttämättä näy ulospäin matkailijoille. Luvussa 3 käsitellään paikallisten osallisuutta matkailutoimintaan. Yksi kestävyden periaatteista on, että paikalliset ovat mukana matkailuelinkeinon harjoittamisessa. Mowforth ja Munt toteavat kuitenkin, että tätäkin kestävyden aspektia hyödynnetään usein tarkoituksettomasti matkailumarkkinoinnissa. Voi siis olla vaikea sanoa, mikä paikallisten osuus matkailutoiminnassa todella on.

Rahan käytön suhteen vastaukset olivat hieman ristiriidassa keskenään. Jopa 87 prosenttia pyrki kestävä matkailun periaatteiden mukaisesti tietoisesti tukemaan paikallisia toimi-

joita ja puolet koki, että rahat ohjautuivat paikallisille toimijoille. Kuitenkin vain viidesosa todella selvitti ostamiensa tuotteiden ja palveluiden alkuperän. On siis vaikea sanoa, miten käytetyt rahat lopulta jakautuvat kohteessa ja moni vastaajista oli myös tätä mieltä. Voi olla, että tietoa tästä on vaikeasti saatavilla, ja vaikka moni haluaisikin lomallaan tukea paikallisia, ei heillä ole tästä syystä mahdollisuuksia selvittää tarkemmin tuotteiden ja palveluiden alkuperää.

Kaiken kaikkiaan vastaajat tuntuivatkin pääosin kunnioittavan paikallista kulttuuria varsin hyvin. Suurin osa piti tärkeänä paikalliseen kulttuuriin tutustumista ja moni etsikin tietoa kohteen kulttuurista ennen matkaa. Lähes kaikki pyrkivät myös kunnioittamaan paikallisia tapoja käytöksellään. Luvussa 3.2 todetaan, että yksi matkailun positiivisista puolista on, että se tuo ymmärrystä eri kulttuureja kohtaan ja lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta. Suurin osa kokikin, että paikalliset ja matkailijat tulivat kohteessa hyvin toimeen keskenään. Kuitenkin useampi vastaajista koki, että mahdolliset selkkaukset olivat enemmän matkailijoiden kuin paikallisten aiheuttamia. Dielemans pohtii, että lomalla matkailijat saattavat käyttäytyä eri arvojen mukaisesti kuin kotona ja aiheuttaa siten käytöksellään selkkauksia.

Yllättävän moni, noin kolmasosa vastaajista, koki, että prostituutio on hyväksyttävää, mikäli se tapahtuu prostituoidun omasta tahdosta. Erityisesti miesvastaajista suuri osa hyväksyi prostituution. Moni myös koki prostituution olevan osa kohteen kulttuuria ja sen olevan kohteessa näkyvää. Luvussa 3.1.4 pohdittiinkin, että prostituution näkyvyyden takia saatetaan se kokea arkipäiväiseksi ja kulttuuriin kuuluvaksi. Vain suhteellisen pieni osa kohtasi kohteessa muuta rikollista toimintaa. Suurimalle osalle matkailijoista matala rikollisuusaste on tärkeä kriteeri kohdetta valittaessa, vaikka esimerkiksi TTCI-indeksin perusteella Thaimaa sijoittui turvallisuuden osilta joukon hännille.

Vastaajien taustatekijöillä ei ollut suurta vaikutusta tuloksiin. Kuten tietoperustassa aiemmin pohdittiin, kestävä matkailija voi olla valmis- tai omatoimimatkailija. Näiden matkailijaryhmien välillä ei tässä tutkimuksessa havaittu selkeitä eroja. Omatoimimatkailijat olivat hieman kiinnostuneempia paikalliseen kulttuuriin tutustumisesta ja matkailukeskittymien ulkopuolelle suuntautuvista matkoista, mutta muutoin molemmat vastaajaryhmät vastasivat melko yhdenmukaisesti asenteista, arvoista ja kokemuksista kysyttäessä. Iän suhteen vastauksissa ei ollut havaittavissa merkittäviä eroja. Naisia kiinnosti kestävä matkailu hieman miehiä enemmän ja he pyrkivät myös teoillaan kunnioittamaan paikallista kulttuuria miehiä paremmin. Prostituutio koettiin miesvastaajien puolelta selvästi hyväksyttävämmäksi.



## 7.1 Johtopäätökset ja kehittämisehdotukset

Kaiken kaikkiaan kyselyyn vastanneet suomalaiset Thaimaan-matkailijat tuntuivat olevan tietoisia ja ennen kaikkea kiinnostuneita kestävän matkailun periaatteista. Tiedon saannin ja sen oikeellisuuden varmistamisen koettiin kuitenkin olevan hankalaa. Tätä voisikin kehittää yleisesti alalla eri tahojen toimesta. Esimerkiksi matkatoimistot voisivat selvittää ja tuoda avoimemmin esille, miten kohteessa toteutuvat kestävyden periaatteet ja miten matkailijat itse voivat vaikuttaa tähän. Epäselvää tuntui olevan erityisesti omistuksen jakautuminen kohteessa. On vaikeaa tunnistaa, mitkä yritykset ovat todella paikallisomisteisia ja miten raha lopulta jakautuu. Toimintaan tarvitaan enemmän läpinäkyvyyttä. Kohteiden markkinoinnissa paikallisten osuutta matkailutoiminnassa olisi hyvä tuoda enemmän esille.

Ensisijaisesti on luonnollisesti varmistettava, että paikallisilla on mahdollisuus olla osana kohteen matkailutoiminnan kehittämistyössä. Yhteistyön on sanottu olevan yksi tärkeimmistä edellytyksistä kestäväälle toiminnalle. Nähtäväksi jää, miten esimerkiksi ASEAN:n jäsenmaiden liittyminen Agenda 2030-ohjelmaan vaikuttaa kohteiden kestävän matkailutoiminnan kehittymiseen.

Tätä työtä tehdessä esille nousi matkailun positiivisten vaikutusten vähäisyys. Vaikka matkailu vaikuttaa kulttuuriin myös positiivisesti, kuten edistää kulttuurin säilymistä ja lisää suvaitsevaisuutta, konkreettisia esimerkkejä ja tutkimuksia näistä on saatavilla hyvin niukasti verrattuna negatiivisiin vaikutuksiin. Tätä voisi olla kiinnostavaa tutkia jatkossa enemmän.

Tämän työn avulla yksittäiset matkailijat voivat saada vinkkejä kestäväan matkailuun ja suhtautua kriittisemmin matkailun aiheuttamiin ongelmiin. Työ on herättänyt kiinnostusta blogipiireissä ja tämä onkin yksi keino tuoda työn tuotoksia näkyvämmiin esille. Myös muut tahot, kuten eri kansalaisjärjestöt ja matkatoimistot hyötyvät työn tuloksista ja voivat pyrkiä kehittämään toimintaansa näiden pohjalta. Mitä enemmän matkailijoiden vaatimus kestävää toimintaa kohtaan tulee esille, sitä paremmin yritykset myös tarjoavat sitä.

## 7.2 Validiteetti ja reliabiliteetti

Kaikissa tutkimuksissa on pyrittävä arvioimaan tulosten luotettavuutta. Reliaabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta eli tutkimuksen kykyä antaa tasalaatuisia, ei-sattumanvaraisia tuloksia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 231.) Tutkimukseen vastasi 251 henkilöä ja vastaukset olivat tavoitteeni mukaisesti laajalta ikähaarukalta. Tätä voidaan pitää hyvänä määränä ja tuloksista voitiinkin näin johtaa suhteellisen luotettavia päätelmiä. Kaiken kaikkiaan tutkimustulokset vastasivat hyvin tietoperustassa esiin tulleita aiempia tutkimuksia. Kun tietoperustassa käsiteltiin enemmän yleisellä tasolla matkailun vaikutuksia kohdealueella, tutkimuksessa selvitettiin matkailijoiden kokemuksia ja asenteita tätä kohtaan. Tietoperustaa ja tutkimustuloksia yhdistämällä voitiin tehdä johtopäätöksiä aiheesta.

Validiudella eli pätevyydellä tarkoitetaan tutkimukseen valitun tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä mitä on tarkoituskin (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 231). Vastauksissa on siis otettava huomioon väärinkäsitysten mahdollisuus. Suunnittelin kyselylomakkeen rakenteen mahdollisimman selkeäksi ja pyrin esittämään väittämät yksinkertaisesti sekä välttämään monimerkityksellisiä käsitteitä. Ihmiset saattavat kuitenkin arvottaa eri käsitteitä eri tavoin. Esimerkiksi käsite autenttisuus saatetaan ymmärtää eri tavoin. Toisille autenttinen kokemus, voi toiselle olla epäaito.

Vaikka suuri osa vastaajista tiesi kestävä matkailun käsitteen, tutkimuksesta ei kuitenkaan käynyt selkeästi esille, mitä ihmiset todellisuudessa ymmärsivät sen tarkoittavan. Ihmiset saattoivat esimerkiksi mieltää enemmän ekologisuuden kuin sosiokulttuurisen puolen kestävyys kuuluvalle. Tutkimuksessa käsiteltiin kuitenkin vain sosiokulttuurista puolta ja tämä kerrottiin myös selkeästi tutkimuksen saatteessa väärinkäsitysten minimoimiseksi.

Tässä työssä käsiteltiin Thaimaata yleisesti kohteena. Tämä oli yksi haasteista tutkimuksen toteutuksessa, koska Thaimaa on alueena laaja ja monimuotoinen. Siellä on niin paljon kulutettuja massamatkailukohteita kuin tuntemattomampiakin kohteita. Voi olla, että etenkin useassa kohteessa Thaimaassa matkanneilla on ollut haastavaa pyrkiä arvioimaan yleisesti Thaimaan matkailun tilannetta, koska he ovat saattaneet matkata hyvinkin erityyppisissä kohteissa. Tämän perusteella voi siis olla vaikea tehdä yleistyksiä Thaimaan matkailusta.

Tutkimuksessa käsiteltiin myös yksipuolisesti vain suomalaisten matkailijoiden näkemystä aiheesta. Kyseessä ei siis ole ehdoton totuus kohteen matkailutilanteesta vaan vain suo-

malaisten näkemys asiasta. Lisäksi, koska vastaajia tavoiteltiin vain Facebook -ryhmien kautta, kaikki vastaajista olivat Facebookin käyttäjiä ja muut mahdolliset perusjoukkoon kuuluvat rajautuivat näin ollen tutkimuksesta pois.

Käytetty kyselylomake koostui lähes ainoastaan samaa mieltä / eri mieltä -väittämistä. Tällaisessa asennemittauksessa riskinä on sosiaalinen suotavuus. Tällä tarkoitetaan sitä, että vastaajilla on taipumus vastata sen mukaan, mitä he ajattelevat odotettavan eli mikä on heidän käsityksensä mukaan yleisesti suotava vastaus. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 203.)

### **7.3 Opinnäytetyöprosessin arviointi**

Tämän työn olen aloittanut opinnäytetyöseminaarissa keväällä 2016. Varsinaisen kirjoittamisprosessin aloitin kuitenkin vasta kesällä 2016 tietoperustan kokoamisella. Syksy oli minulle aikataulullisesti haastavaa aikaa, jonka takia työn varsinaisen tutkimusosuuden aloittaminen viivästyi ja kyseisen osuuden aloitin vasta keväällä 2017.

Työn tekeminen on ollut opettavainen prosessi niin aiheeltaan kuin työskentelymenetelmältään. Erityisiä haasteita työssä minulle olivat aiheen selkeä rajaaminen ja tutkimusongelmien asettaminen ja aikataulussa pysyminen. Toisaalta henkilökohtainen kiinnostukseksi aiheeseen oli vahva, mikä toimi hyvänä motivaation lähteenä läpi työn.

Työn ensimmäisenä haasteena oli aiheen rajaus ja tutkimusongelmien asettaminen. Koska kestävä matkailu kiinnosti minua yleisesti, tuntui vaikealta rajata aiheeseen vain yksi näkökulma. Olen kuitenkin erittäin tyytyväinen, että valitsin työhön juuri sosiokulttuurisen näkökulman, koska tämä kestävyys ulottuvuus ei ollut minulle entuudestaan kovin tuttu ja näin ollen hyödyin työstä myös itse enemmän. Alun perin rajasin aiheen maantieteellisesti liian laajaksi, minkä huomasin vasta melko myöhäisessä vaiheessa opinnäytetyöprosessia. Tämä aiheutti ongelmia aikataulussa pitäytymisessä. Tutkimusongelman määrittely ei myöskään työn alussa ollut niin selkeää kuin olin kuvitellut. Tämän merkityksen huomasinkin varsin pian, sillä työn rakenteen muodostaminen tuntui haasteelliselta ja jouduin tekemään jonkin verran muutoksia työhön tämän johdosta.

Lähteiden haun koin myös erityisesti alkuvaiheessa haasteelliseksi. Hainkin tähän ongelmaan apua muun muassa kirjaston henkilökunnalta ja tämän jälkeen tuntui, että työn työstäminen lähti sujumaan vaivattomammin ja työstä kehittyi myös sisällöltään merkityksellisempi luotettavien lähteiden myötä. Pyrin myös luomaan lähteiden välistä keskustelua,

mikä oli minulle yksi tärkeistä oivalluksistani. Olisin kuitenkin toivonut käsitteleväni aihetta hieman syvällisemmin ja tuovani työhön enemmän erilaisia lähteitä, mikä ei kuitenkaan aikataulullisesti enää ollut mahdollista. Olen kuitenkin tyytyväinen oman opiskelutaktiikkani kehittymiseen. Kirjoittaminen on minulle ollut aina sujuvaa, mutta näin ison kokonaisuuden hallitseminen on ollut minulle uutta.

Koska työlläni ei ollut toimeksiantajaa, huolestutti minua etenkin alkuvaiheessa työn merkityksellisyys. Vaikka luonnollisesti koin, että aihe oli itselleni henkilökohtaisesti tärkeä, oli olennaista, että työ on myös alalle hyödyllinen. Tutkimusvaiheessa työni herätti kuitenkin jonkin verran kiinnostusta blogipiireissä ja uskon, että tämä voi olla yksi keino saada aiheelle näkyvyyttä sekä lisätä tietoisuutta ja voin näin olla osallisena kestävän matkailun edistämisessä.

Kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen valitsemaani aiheeseen ja asettamiini tutkimusongelmiin. Vaikka työn varrella tehtiin muutoksia, mikä luonnollisesti työllisti ja vaikeutti prosessia, ei se vaikuttanut merkittävästi lopputulokseen. Tutkimuksen tavoitteet saavutettiin ja tuloksista pystyi tekemään johtopäätöksiä.

Työ opetti minua hallitsemaan kokonaisuuksia. Kun tutkimusongelma ja työn rajaus ovat selkeitä myös aikataulu pitää todennäköisemmin ja työn kirjoittaminen on sujuvampaa. Kiinnostukseni kestävää matkailua kohtaan vahvistui entisestään ja tähän suuntaan haluan myös ammatillisesti lähteä kehittämään itseäni. Olen työn varrella oppinut tarkastelemaan asioita eri näkökulmista ja suhtautumaan niihin myös kriittisemmin. Eettisiin kysymyksiin kun ei ole yksiselitteistä vastausta.

## Lähteet

ASEAN 2016. Statement on Promoting Sustainable Development. Luettavissa: <http://asean.org/storage/2016/09/Final-ASEAN-Plus-Three-Leaders%E2%80%99-Statement-on-Promoting-Sustainable-Development-Final.pdf>. Luettu: 15.11.2016.

Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi: Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. WSOY. Helsinki.

Bramwell, B. Critical and Normative Responses to Sustainable Tourism. Teoksessa Singh, T. (toim.). Critical Debates in Tourism, s. 44-48. Channel View Publications. Bristol.

Butler, R. Small is Beautiful but Size can be Important. Teoksessa Singh, T. (toim.). Critical Debates in Tourism, s. 90-93. Channel View Publications. Bristol.

The Code. About us. Luettavissa: <http://www.thecode.org/about/>. Luettu: 11.8.2016.

Dielemans, J. 2008. Tervetuloa paratiisiin - reportaasi turismiteollisuudesta. Like Kustannus Oy. Helsinki.

Ecpat 2011. Global monitoring status of action against commercial sexual exploitation of children Thailand. ECPAT International. Bangkok. Luettavissa: [http://www.ecpat.org/wp-content/uploads/legacy/a4a\\_v2\\_eap\\_thailand\\_1.pdf](http://www.ecpat.org/wp-content/uploads/legacy/a4a_v2_eap_thailand_1.pdf). Luettu: 3.5.2017.

GSTC. Global Sustainable Council. Responsible travel tips. Luettavissa: <https://www.gstcouncil.org/en/resource-center/responsible-travel-tips.html>. Luettu: 25.9.2016.

Guardian 2016a. Thailand closes dive sites over coral bleaching crisis. Luettavissa: <https://www.theguardian.com/environment/2016/may/26/thailand-closes-dive-sites-over-coral-bleaching-crisis>. Luettu: 1.9.2016.

Guardian 2016b. The tribes paying the brutal price of conservation. Luettavissa: <https://www.theguardian.com/global-development/2016/aug/28/exiles-human-cost-of-conservation-indigenous-peoples-eco-tourism>. Luettu: 27.10.2016.

Guyette, S. 2013. Sustainable Cultural Tourism: small scale solutions. BearPath press. Santa Fe.

Hall, C. & Page, S. 2000. *Tourism in South and Southeast Asia*. Butterworth-Heinemann. Oxford.

Harrison, D. *Tourism: Is Small Beautiful?* Teoksessa Singh, T. (toim.). *Critical Debates in Tourism*, s. 90-93. Channel View Publications. Bristol.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. *Tutki & kirjoita*. Tammi. Helsinki.

Howarth HTL 2015. *Tourism Megatrends*. Luettavissa:

<http://horwathhtl.com/files/2015/12/Tourism-Mega-Trends1.pdf>. Luettu: 22.9.2016.

ILO. International Labour Organization. *Statistics and indicators on forced labour and trafficking*. Luettavissa: <http://www.ilo.org/global/topics/forced-labour/policy-areas/statistics/lang--en/index.htm>. Luettu: 12.8.2016.

Kalmari, H. & Kelola, K. 2009. *Vastuullisen matkailijan käsikirja*. Image Kustannus Oy. Helsinki.

Mero, M. 2009. *Ekomatkailun historiaa*. Teoksessa Kalmari, H. & Kelola, K. *Vastuullisen matkailijan käsikirja*, s. 10–13. Image Kustannus Oy. Helsinki.

Mack, C. *Can tribal cultures benefit from tourism?* Luettavissa:

<http://www.responsibletravel.com/copy/can-tribal-cultures-benefit-from-tourism>. Luettu: 10.11.2016.

Marszal, A 2016. 'Thailand is closed to sex tourism' says country's first female minister.

Luettavissa: <http://www.telegraph.co.uk/news/2016/07/17/thailand-is-closed-to-sex-tourism-says-countrys-first-female-tou/>. Luettu: 27.4.2017.

Mathieson, A. & Wall, G. 2006. *Tourism change, impacts and opportunities*. Pearson Education Limited. Essex.

Milonoff, T. & Rantala, R. 2013. *Madventures – Uusi kansainvälisen seikkailijan opas*. WSOY. Helsinki.

Mowforth, M. & Munt, I. 2009. *Tourism and Sustainability*. Routledge. New York.

Mäkeläinen, M. 2017. Seksiturismi vain osa Thaimaan prostituutiota – Perinteellä on syvät kotimaiset juuret. Luettavissa: <http://yle.fi/uutiset/3-9470020>. Luettu: 11.5.2017.

Paaley, A. 2009. Tribal Women Attract Tourists in Thailand Amid Concerns About Exploitation. Luettavissa: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2009/08/21/AR2009082101701.html>. Luettu: 21.4.2017.

Reilun matkailun yhdistys a. Mitä on reilu matkailu? Luettavissa: <http://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/mita-on-reilu-matkailu/>. Luettu: 30.7.2016.

Reilun matkailun yhdistys b. Hanki tietoa matkakohteesta. Luettavissa: <http://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/hanki-tietoa-matkakohteesta/>. Luettu: 12.4.2017.

Reilun matkailun yhdistys c. Kerro näkemästäsi ja kokemastasi. Luettavissa: <http://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/kerro-nakemastasi-ja-kokemastasi/>. Luettu 12.4.2017.

Reilun matkailun yhdistys d. Valitse vastuuntuntoinen matkanjärjestäjä. Luettavissa: <http://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/valitse-vastuuntuntoinen-matkanjarjestaja/>. Luettu: 12.4.2017.

Reilun matkailun yhdistys e. Kunnioita paikallista kulttuuria. Luettavissa: <http://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/kunnioita-paikallista-kulttuuria/>. Luettu: 12.4.2017.

Reilun matkailun yhdistys f. Ohjeet matkailijalle. Luettavissa: <http://liianpahaaollakseentotta.fi/ohjeet-matkailijalle/>. Luettu 12.4.2017.

Reilun matkailun yhdistys g. Suosi paikallista. Luettavissa: <http://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/suosi-paikallista/>. Luettu: 12.4.2017.

Reisinger, Y. 2009. International Tourism: Cultures and Behavior. Luettavissa: <http://mudrac.ffzg.hr/~dpolsek/sociologija%20turizma/yvette%20reisinger%20culture%20and%20tourism.pdf>. Luettu: 28.10.2016.

Scheper, E. 2006. Impact of the tsunami response on local and national capacities. Thailand Country Report. Alnap. London. Luettavissa:  
[https://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjJ7YnIncTOAhXBIpoKHVMIBnEQFghFMAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.alnap.org%2Fpool%2Ffiles%2Fcapacities-thailand.pdf&usg=AFQjCNHjoCQ5Qaeoby\\_Zmo4QodH0R6MCTQ](https://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjJ7YnIncTOAhXBIpoKHVMIBnEQFghFMAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.alnap.org%2Fpool%2Ffiles%2Fcapacities-thailand.pdf&usg=AFQjCNHjoCQ5Qaeoby_Zmo4QodH0R6MCTQ). Luettu: 15.8.2016.

SMAL. Suomen Matkatoimistoalan liitto ry. Helsinki Declaration. Luettavissa:  
<http://www.smal.fi/loader.aspx?id=2989a1e4-a78f-4e3a-981f-2663b4398e07>. Luettu: 21.4.2017

Suomen ulkoasiainministeriö 2010. Thaimaan matkailu vihertyy vähitellen. Luettavissa:  
<http://www.finland.or.th/public/default.aspx?contentid=186579&contentlan=1&culture=fi-fi>. Luettu: 6.6.2016.

Suomen YK-liitto. Kestävän kehityksen tavoitteet - Agenda 2030. Luettavissa:  
<http://www.ykliitto.fi/yk70v/yk/kehitys/post-2015>. Luettu: 22.10.2016.

Tourism Concern 2014. Displacement caused by tourism. Luettavissa:  
<https://www.tourismconcern.org.uk/displacement-caused-by-tourism/>. Luettu: 15.8.2016.

UNAIDS 2014. The Gap report. Luettavissa:  
[http://files.unaids.org/en/media/unaids/contentassets/documents/unaidspublication/2014/UNAIDS\\_Gap\\_report\\_en.pdf](http://files.unaids.org/en/media/unaids/contentassets/documents/unaidspublication/2014/UNAIDS_Gap_report_en.pdf). Luettu: 4.11.2017.

UNEPa. United Nations Environment Programme. Socio-Cultural Impacts. Luettavissa:  
<http://www.unep.org/resourceefficiency/Business/SectoralActivities/Tourism/FactsandFigures/aboutTourism/ImpactsOfTourism/Socio-CulturalImpacts/tabid/78780/Default.asp>. Luettu: 12.8.2016.

UNEPb. Negative Socio-Cultural Impacts From Tourism. Luettavissa:  
<http://www.unep.org/resourceefficiency/Business/SectoralActivities/Tourism/FactsandFigures/aboutTourism/ImpactsOfTourism/Socio-CulturalImpacts/NegativeSocio-CulturalImpactsFromTourism/tabid/78781/Default.aspx>. Luettu: 8.8.2016.

UNEPc. Tourism and Socio-Cultural Conservation. Luettavissa:  
<http://www.unep.org/resourceefficiency/Business/SectoralActivities/Tourism/FactsandFigures/aboutTourism/ImpactsOfTourism/Socio-CulturalImpacts/TourismandSocio-CulturalConservation/tabid/78782/Default.aspx>



resaboutTourism/ImpactsofTourism/Socio-CulturallImpacts/TourismandSocio-CulturalConservation/tabid/78782/Default.aspx. Luettu: 8.8.2016.

Unicef. Lapset seksikaupan uhreina. Luettavissa: <https://www.unicef.fi/unicef/tyomme-paakohteet/suojelu/lapset-seksikaupan-uhreina/>. Luettu: 4.8.2016.

UNWTOa. Why tourism? Luettavissa: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>. Luettu: 14.8.2016.

UNWTOb. World Tourism Organization. FAQ Climate change and tourism. Luettavissa: <http://sdt.unwto.org/content/faq-climate-change-and-tourism>. Luettu 15.11.2016.

UNWTO 2011. International tourists to hit 1.8 billion by 2030. Luettavissa: <http://media.unwto.org/en/press-release/2011-10-11/international-tourists-hit-18-billion-2030>. Luettu: 14.8.2016.

UNWTO 2015. United Nations declares 2017 as the year of sustainable tourism development. Luettavissa: <http://media.unwto.org/press-release/2015-12-07/united-nations-declares-2017-international-year-sustainable-tourism-develop>. Luettu: 16.5.2017.

UNWTO 2016. Sustainable Development of Tourism. Luettavissa: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>. Luettu: 29.7.2016.

UNWTO 2017. World Tourism Barometer. Luettavissa: [file:///C:/Users/Meiju/Downloads/UNWTOBarometri2017%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Meiju/Downloads/UNWTOBarometri2017%20(2).pdf). Luettu: 1.4.2017.

Visit Finland 2016. Kestävä kehitys matkailuyrityksessä. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/kestava-kehitys-matkailuyrityksessa/>. Luettu: 28.7.2016.

WEF 2017. World Economic Forum. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Luettavissa: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2017\\_web\\_0401.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf). Luettu: 17.5.2017.

WTTC 2017. World Travel and Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact Thailand. Luettavissa: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/thailand2017.pdf>. Luettu: 17.5.2017.

Yle 2008. Thaimaa ei halua päästää pitkäkaulanaisia maasta. Luettavissa:  
<http://yle.fi/uutiset/3-5820916>. Luettu: 21.4.2017.

## Liitteet

### Liite 1. Kyselytutkimuslomake

#### Thaimaan matkailun kestävyys

Tämä kysely on toteutettu osana Haaga-Helian ammattikorkeakoulussa suoritettavaa opinnäytetyötä. Tutkimuksen tarkoituksena on kartoittaa suomalaisten Thaimaan-matkaajien asenteita ja kokemuksia alueen matkailun kestävyyttä kohtaan. Kyselyyn vastaaminen vie aikaa noin 5 minuuttia. Kaikki vastaukset käsitellään anonyymisti ja luottamuksellisesti.

#### 1. Sukupuoli \*

- Mies  
 Nainen

#### 2. Ikä \*

- alle 20  
 20–25  
 26–35  
 36–45  
 46–55  
 56–65  
 yli 65

#### 3. Edellisellä matkallani käyttämäni matkailumuoto \*

- Valmismatka  
*Valmismatkalla tarkoitetaan matkatoimiston kokoamaa pakettia, joka sisältää vähintään kaksi osaa, esim. kuljetukset + majoitus*
- Omatoimimatka  
*Omatoimimatkalla tarkoitetaan matkailijan itsekseen järjestämää matkaa, jossa kuljetukset, majoitus ja retket on varattu erikseen*

Kestävä matkailu

#### 4. Arvioi seuraavia väittämiä asteikolla 1-5 \*

(1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

- |                                                                                          | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Kestävä matkailu (ts. reilu matkailu, vastuullinen matkailu) on minulle käsitteenä tuttu | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Matkailun vaikutukset kohdealueeseen kiinnostavat minua                                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

- |                                                                                                                 |                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Matkalla minulle on tärkeämpää edulliset hinnat, kuin se, että palvelut/tuotteet ovat vastuullisesti tuotettuja | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> |
| Koen matkustavani vastuullisesti                                                                                | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> |
| Koen, että tiedonsaanti vastuullisesta toiminnasta on haastavaa                                                 | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> |
| Koen, että vastuullisuus on enemmänkin markkinointikikka, kuin käytännön tekoja kestävyuden puolesta            | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> |

#### Autenttisuus

#### 5. Arvioi seuraavia väittämiä asteikolla 1-5 \*

(1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

- |                                                                                                                                                                              | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Minulle on tärkeää kohdealueen autenttisuus                                                                                                                                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Minulle on tärkeää tavata matkalla paikallisia ihmisiä                                                                                                                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Minulle on tärkeää matkustaa suosittujen lomakohteiden ulkopuolella                                                                                                          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Alkuperäiskansojen luokse suuntautuva matkailu kiinnostaa minua                                                                                                              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Koin, että vierailmani kohde oli autenttinen                                                                                                                                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Koin, että kohde oli kaupallistettu                                                                                                                                          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Koin, että kohde oli valjastettu pääasiassa matkailutarkoitukseen (ravintolat, aktiviteetit ja muut palvelut suunniteltu pääosin matkailijoiden, ei paikallisten tarpeisiin) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Koin, että kohteessa oli saatavilla enemmän kansainvälisten yritysten kuin paikallisten tarjoamia palveluita                                                                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pyrin matkan aikana tietoisesti tukemaan paikallisia toimijoita                                                                                                              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Selvitin ostamieni tuotteiden/palveluiden alkuperän                                                                                                                          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Koin, että käyttämäni rahat ohjautuivat suurimmaksi osaksi paikallisille toimijoille                                                                                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| On vaikea tunnistaa, mihin käyttämäni rahat lopulta ohjautuivat                                                                                                              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

#### Kulttuurien kohtaaminen

#### 6. Arvioi seuraavia väittämiä asteikolla 1-5 \*

(1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

- |                                                                                           | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Minulle on tärkeää paikalliseen kulttuuriin tutustuminen (pukeutuminen, tavat, rituaalit) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Etsin tietoa kohteen kulttuurista ennen matkaa                                            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pyrin matkan aikana kunnioittamaan paikallisia tapoja omalla käytökselläni                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

- Pyrin matkan aikana kunnioittamaan paikallista kulttuuria pukeutumisellani
- Koin, että paikalliset ja matkailijat tulivat kohteessa hyvin toimeen keskenään
- Havaitsin kohteessa paikallisten puolelta epäkunnioittavaa käytöstä matkailijoita kohtaan
- Havaitsin kohteessa matkailijoiden puolelta epäkunnioittavaa käytöstä paikallisia kohtaan

### **Prostituutio ja rikollisuus**

7. Arvioi seuraavia väittämiä asteikolla 1-5 \*

(1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

- |                                                                                                | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Matala rikollisuusaste on minulle tärkeä kriteeri valitessani matkakohdetta                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Koen, että prostituutio on hyväksyttävää                                                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Koen, että seksin ostaminen on hyväksyttävää, mikäli se tapahtuu prostituoidun omasta tahdosta | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Koin, että prostituutio on osa kohteen kulttuuria                                              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Koin, että prostituutio oli kohteessa näkyvää                                                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Havaitsin kohteessa muuta rikollista toimintaa (esim. taskuvarkaudet)                          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |