

MATKAILUTUTKIMUS

Tourism forskning – Finnish Journal of Tourism Research

Suomen matkailututkimuksen seura 13: 1-2/2017

*The transnational lives
of Finnish retirees in Torrevieja*

*Sustainable planning
for space tourism*

*Tvärsektorsamarbete för att sprida
kunskap om ansvarsfullt resebeteende*

*Kirjallisuuskatsaus:
Matkailun jakamistalous
vastuullisuuden viitekehyksessä*



Matkailututkimus 13: 1-2/2017
© Suomen matkailututkimuksen seura

SISÄLLYSLUETTELO

Matkailututkimus 13: 1–2/2017

PÄÄKIRJOITUS

Jotakin täytyy aina päättää

Juulia Räikkönen

4

ARTIKKELIT

📄 The transnational lives of Finnish retirees in Torrevieja

Antti Wallin

6

📄 Sustainable planning for space tourism

Annette Toivonen

21

📄 Tvärsektorsamarbete för att sprida kunskap om ansvarsfullt resebeteende

Mia Halmén

35

KATSAUKSET

📄 Kirjallisuuskatsaus: Matkailun jakamistalous vastuullisuuden viitekehyksessä

Jouko Nuottila, Salla Jutila & Maria Hakkarainen

53

PUHEENVUOROT

Hiljaisesta suoekosysteemistä elinvoimaa matkailuun

Joonas Katajisto

71

Kansainvälisen matkailun kasvu vaikuttaa alan osaamistarpeisiin

Sanna-Mari Renfors

75

Matkailun tietoaaineistot yritysten voimavarana

Juha Riikonen

79

Viestinnällä esteettömään vieraanvaraisuuteen

– Lapin matkailun alueorganisaatioiden verkkosivujen nykytila

Sanna Kyyrä & Krista Skantz

86

Oulun yliopisto maailman parhaiden matkailututkimusta tekevien yliopistojen joukossa

Juulia Räikkönen & Jarkko Saarinen

91

VÄITÖKSET

Peace and quiet beyond the border: the trans-border mobility of Russian second home owners in Finland

Olga Hannonen

95

How to maintain naturalness in nature-based resorts?

Marja Uusitalo

100

Jotakin täytyy aina päättää

Viisaat ovat sanoneet, että viisi vuotta samassa tehtävässä on sopiva aika, ja sen jälkeen pitää ymmärtää siirtyä eteenpäin. Aloitin Matkailututkimuksen päätoimittajana vuonna 2010, joten on jo korkea aika siirtyä syrjään. Nämä lähes kahdeksan vuotta ovat pitäneet sisällään paljon työtä, mutta antaneet samalla valtavan määrän oppia akateemisesta tutkimuksesta ja julkaisu-toiminnasta. Olen siis kiitollisin mielin hoitanut tehtävää, jonka olen kokenut myös eräänlaisena henkilökohtaisena panoksenani kotimaisen tieteellisen julkaisutoiminnan edistämisessä. Varsin kansainvälisessä akateemisessa maailmassa suomen kieli jää helposti englannin jalkoihin. Suomeksi ja ruotsiksi kirjoittaminen on kuitenkin ainoa keino, jolla voimme ylläpitää korkeatasoista tieteellistä keskustelua omalla kielellämme ja kehittää tutkimusalamme käsitteistöä niin, että se hyödyttää maamme matkailutoimijoita mahdollisimman laajasti.

Suomen matkailututkimuksen seura ry:n perustaman Matkailututkimus-lehden julkaiseminen aloitettiin vuonna 2004. Sain päätoimittajan tehtävän vaiheessa, jossa lehti oli jo vaikiinnuttanut asemansa ja tuttu Suomen matkailututkijoille. Nuorena tutkijana sain haasteeksi kehittää lehteä eteenpäin. Viimeisen kahdeksan vuoden aikana julkaisimme joka vuosi kaksi numeroa, mikä on mielestäni hieno saavutus. Teimme myös pieniä parannuksia: otimme esimerkiksi käyttöön teemanumerot ja lisäsimme väitöksiä-osion lehden sisältöön. Suuret kiitokset toimituskunnalle ja erityisesti Antti Honkaselle ja Jarkko Saariselle. Apunne tuli todella tarpeeseen etenkin alkuvaiheessa, mutta myös myöhemmin, kun en syystä tai toisesta tiennyt, miten pitäisi toimia. Lupaan laittaa hyvän kiertämään.

Tunnen suurta kiitollisuutta siitä, että Matkailututkimus on meidän kaikkien oma lehtemme. Talkoohenki käsikirjoitusten arvioinnissa on ollut todella vahvaa. Lehteä myös luetaan paljon, ja olen saanut sekä kiitoksia että moitteita, kun niihin on ollut aihetta. Läpi vuosien olen aina löytänyt kaksi vertaisarvioijaa käsikirjoituksille, usein vielä kovin nopealla aikataululla. Toki kieltäviäkin vastauksia on tullut, mutta vuolaiden pahoitteluiden kera. Lisäksi arviot on tehty huolellisesti ja yksityiskohtaisesti, joskus hyvinkin kriittiseen, mutta aina kuitenkin rakentavaan sävyyn. Yhteisenä tavoitteena on ollut saada aikaan mahdollisimman laadukas julkaisu ja esitellä tutkimusta, jolla on myös käytännön relevanssia. Kiitos siitä kuuluu kaikille teille, jotka olette vuosien aikana osallistuneet Matkailututkimuksen tekemiseen – kirjoittajina, vertaisarvioijina, taittajina ja lukijoina. Erityisesti haluan kiittää vierailevia päätoimittajia, jot-

ka ovat tehneet upeaa työtä ja keventäneet työtaakkaani huomattavasti. Toivottavasti teemanumerolle löytyy tulevaisuudessakin ajankohtaisia teemoja ja innokkaita toimittajia.

Maaailma muuttuu ja julkaisutoiminta siinä mukana. Suomen matkailututkimuksen seuran hallitus on monen monta kertaa keskustellut Matkailututkimus-lehden tulevaisuudesta ja sähköisen julkaisemisen hyödyistä ja haitoista. Varmasti meistä jokainen olisi toisaalta halunnut pitää kiinni paperilehdestä, mutta lopulta sähköinen julkaiseminen koettiin ainoaksi mahdolliseksi ratkaisuksi. Jotakuinkin samaan aikaan löydettiin journal.fi-alusta, joka tarjoaa juuri sellaisen ratkaisun, jota olimme etsineet. Tästä suuri kiitos jatkavalle päätoimittajalle Outi Rantalalle ja toimitussihteerille Heli Ilolalle. Luottavaisin mielin jätän Matkailututkimuksen teidän käsiinne. Jo tämän vuoden aikana olen selvästi havainnut, että Outilla ja Helillä on paitsi osaamista myös innostusta tarttua toimeen ja viedä lehteä eteenpäin sähköisessä muodossa.

Tässä ensimmäisessä sähköisessä numerossamme on jo käytössä TSV:n vertaisarviointitunnus, ja jatkossa saamme käyttöön myös DOI-tunnisteen. Sähköinen julkaiseminen muuttaa lehden käytäntöjä monella tavoin – kerromme muutoksista tarkemmin seuran kotisivuilla ja lehden sivulla journal.fi-palvelussa.

Kiittäen ja kumartaen,
Suomen Turussa 10.11.2017

Juulia Räikkönen
Päätoimittaja



The transnational lives of Finnish retirees in Torrevieja

Antti Wallin
University of Tampere

Abstract

Decades of consumerist package tourism have encouraged Northern European retirees to engage in more self-oriented, flexible travel, and some are taking advantage of seasonal migration to the Mediterranean. This has become possible because of the accelerating material and immaterial flows that have led people to view the world as getting smaller. This article interprets the phenomenon utilizing theories of the spatial turn and qualitatively examines the empirical case of Finnish retirees in Torrevieja, Spain. For the middle-class retirees, seasonal migration can offer positive economic and lifestyle incentives. Due to the flow of images and information, it is possible to construct secure and comfortable everyday lives in a transnational setting. The Finnish community in Torrevieja has grown to such a point that its members collectively represent Finnishness in community activities and on social media, thereby strengthening the community. The Finnish community in the location and online contact with relatives decrease the significance of the spatial proximity of social relations. These relatively affluent retirees consume time and space in mobile ways that undermine the material, mental, and social significance of geographical location.

Keywords: international retirement migration, Finnish retirees, Torrevieja, time-space compression, transnational space

Introduction

Since the late 1960s, economic growth and rising consumerism have generated new ways of consuming time and space. A significant result of these processes was the development of mass tourism, and Spain has been a pioneer in producing tourist spaces in order to accumulate capital flows. Over the last 50 years, the Finnish population has slowly become accustomed to leisure travel. For those affluent workers and middle classes who are currently retiring, migrating to 'the South' to enjoy the better climate and cheaper cost of living has become an inviting option.

Torrevieja, a coastal city in southeastern Spain, is one location where a substantial community of Finnish retirees has developed.

The general purpose of this article is to analyse the cultural shift of growing mobility in the context of Finnish retirement migration. The theoretical perspective of this article is adopted from theorists of the spatial turn, whose main thrust is that time and space are socially produced (Harvey, 1990; Lefebvre, 1974/1991; Urry, 1995, 2007). Using qualitative data from interviews and observations, this article examines Finnish retirees' lives in the transnational city of Torrevieja. This article is structured as follows: first, I outline the development of mass tourism and international retirement migration, and detail how Finns feature in these phenomena. After presenting the current research discussion, I formulate the main theoretical concepts used in this article. I then outline my data and methods, and report my results by depicting the material basis of why Finns migrate to Torrevieja. After this, I analyse how the flow of information and images has changed thinking about migration. I then examine the social experience of everyday life in Torrevieja. I conclude this article with a discussion on how the increased mobility affects the experience of transnational spatial relations.

From package tourism to international retirement migration

In the 1960s, the Spanish government – along with other Mediterranean countries – started to promote foreign exchange earnings and mass tourism (Bramwell, 2004a, 2004b). The early production of mass tourism was very much the result of growing consumerism and the introduction of technical innovations such as commercial airlines. In Northern Europe, rising incomes made it possible to spend more money on holidays. In order to attract Northern European tourists, travel agencies used romantic images of resorts that did not always reflect reality (Nelson, 2005; Urry, 1990). The influx of people, capital, and information revolutionized the Mediterranean coast's local cultures, economies, and physical appearance (Bramwell, 2004a; Stanek, 2014).

Finland, a small and for a long time relatively poor nation, was late in emulating the other Northern European nations' taste for Mediterranean holidays (Jokinen & Veijola, 1990). Enabled by rapid economic growth, organized package holidays grew in Finland until the recession of the 1990s but recovering by the late 1990s. Selänniemi (1996, 2001) has argued that for mainly working-class tourists, the holiday to 'the South' was the categorization for all beach locations. Finnish tourists did not require any authentic culture, only sunshine and enjoyment, therefore the trip could have been to the 'Playa del Anywhere' (see also Urry, 1995, p. 140). Since Selänniemi conducted his fieldwork in the early to mid-1990s, package tourism has become even more common and its social distinction has lost its power. In 2014, Finnish people made almost 800,000 leisure trips with an overnight stay to Spain (Statistics Finland, 2014). Beyond package tourism, leisure travel has become so common that seasonal migration to a place of sun and enjoyment has become a potential option.

In various developed countries with an ageing population and relatively high pension levels, lifestyle migration to sunnier climes for a better way of life has increased (Benson & O'Reilly,

2009; Casado-Diaz, 2006; Hayes, 2015; Ono, 2015). Following Urry (1995, p. 129), Williams, King, Warnes, and Patterson (2000) note that 'leisure-related activities cannot be separated from the social relations in which they are embedded'. For relatively affluent Northern European retirees, migration to Southern Europe is primarily motivated by a desire to live a more satisfying life, and therefore tourism experiences function as a tool in the search for an appropriate space for retirement (Haug, Dann, & Mehmetoglu, 2007; King, Warnes, & Williams, 1998; Vincente, 2001). A growing number of retirees are already enjoying life in a better climate, so visiting friends and relatives also functions as an important portal for seasonal migration (Casado-Diaz, Casado-Diaz, & Casado-Diaz, 2014).

International retirement migration has become such a significant form of the consumption of space that in some localities it has altered the socio-demographic structure by ageing it and ethnically diversifying it (Casado-Diaz, 1999). Residential tourism boosts sales of new urbanizations (suburban housing projects) and so reinforces the growth of earlier tourism developments. Population growth and local expenditure are significant income transfers from the Nordic countries to the expatriate destinations. The European Union's free movement legislation has made the transition easier, and so the well-off retirees may calculate the costs and benefits of seasonal migration. This obviously creates political pressure, not only for the Nordic countries but for the migration destinations as well. In order to compete for these profit-making subjects, Portugal has, for example, declared a ten-year tax relief on foreign private-sector retirees. In Finland, retirement migration has raised a debate in the media regarding retirees exporting potential capital out of Finland, and so the Finnish government negotiated a new agreement to tax pensions in the country of origin.

There has been some research on Finnish expatriates living in the Costa del Sol, Spain (Karisto, 2008; Könnilä, 2014; Suikki-Honkanen, 1996). Karisto (2008) argues that as a phenomenon, international retirement migration is a glimpse of the future: it will continue to increase due to the ever-accelerating process of globalization. The currently retiring generation has lived through a period of almost constant economic growth, and many have built up substantial assets. It is therefore clear that more Finnish retirees are envisioning seasonal migration. In 2013, Spain played host to the second largest number of Finnish retirees (after Sweden), with 2,497 statutory earnings-related pensions paid there; the average monthly pension was €1,834 (Finnish Centre for Pensioners, 2015, p. 109).

The city of Torrevieja on the Costa Blanca was until the 1980s a small town with fewer than 10,000 inhabitants, but due to the aggressive promotion of second-home residential tourism, the city began to enlarge (Casado-Diaz, 1999). It is now the primary home of 100,096 inhabitants, of which half (49%) are of foreign origin (Ayuntamiento de Torrevieja, 2014a). The largest foreign nationality is British (9,501), followed by Russians (5,359) and Moroccans (3,099). Finns are the twelfth largest foreign nationality, with 990 inhabitants. This number only consists of people who have applied for residency, which means their stay in Torrevieja exceeds 183 days annually. It is estimated that the actual number of Finns residing for longer periods during the winter might be twice or three times the official figures (see Kurvinen, 2014; Könnilä, 2014). Torrevieja is also relatively elderly. One quarter (24%) of the population is over sixty-five years old,

whereas the overall rate in Spain is 18 per cent (Ayuntamiento de Torrevieja, 2014b; Eurostat, 2014). The material conditions of globalization, flexibility, and relative wealth are increasing the lifestyle mobility of retirees, and changing their experience of time and space (Benson & O'Reilly, 2009; Casado-Diaz, Kaiser, & Warnes, 2004; Cohen, Duncan, & Thulemark, 2015).

Theoretical framework

In the 1970s, the growth of consumerism and Western urbanization led the French social theorist, Henri Lefebvre (1974/1991), to examine the social production of space. He formulated a conception of space as socially produced in an ongoing dialectical triad of material, mental, and social elements (see also Simonsen, 2005). He saw that people's spatial practices take a material form, for example in urban reality or air transport, but these practices are guided by representations of space (e.g. travel brochures) (Lefebvre, 1974/1991, p. 59). In other words, the way people mentally conceive of space and its intellectually determined cultural signs steers their practices. But Lefebvre (1974/1991, p. 39) also saw a social element in the action: 'space as directly lived through its associated images and symbols [...] overlays physical space, making symbolic use of its objects'. In these representational spaces (e.g. social gatherings and social media) people can alter manifest representations through collective appropriation. Thus, Lefebvre also considered subjects to possess power in transforming space and society, not just the capitalist relations of production. His ideas enabled a conception in which space is not just a mental or material entity; it is constantly produced in a fluid and reflexive process of people's social practices.

Lefebvre's theory has nevertheless been criticized for being too vague for empirical research (Harvey, 1990, p. 219; Schmid, 2008, pp. 42–43). Building on Lefebvre's concepts, David Harvey (1990) instead highlights the fluid nature of material and immaterial flows concerning the global and local levels of social relationships. Capital, people, information, and images travel through time and space ever faster, which makes us feel that the world is getting smaller (see also Urry, 1995). Harvey (1990, p. 240) has called this phenomenon 'time-space compression'. He sees a link here to the change from Fordist to post-Fordist production. Since the mid-1970s, the production of goods and services has been under pressure to be more flexible and responsive to meet consumers' needs. Further developing these ideas, John Urry (e.g. 1995, 2007, 2010) has argued that places too are in competition and have become an important sector of economics (see also Saarinen, 2004). In Western societies, social relations are no longer so dependent on locality due to the progression of transportation and media connections. It is not only the production of concrete products that has changed from being fixed to flexible, but also services and ways of living. Thus, the increased mobility has enabled transnational lifestyles for Western citizens, meaning that social relations cross national borders (Kivisto, 2003; Larsen, Urry, & Axhausen, 2006).

The current social transformation of increased mobility is very much an emergent and chaotic process (Urry, 2010). The production of mass tourism was Fordist in its early stages, but now travel has become more flexible and individually oriented (Gale, 2009; Urry, 1995). Social relations in fixed spatial locations become less significant, since their connections in time-space

have also become more flexible (Larsen et al., 2006). In this article, I combine Lefebvre's idea of the production of space with Harvey's time-space compression and Urry's ideas of the increased mobility of capital, people, information, and images. Using this framework, I analyse Finnish retirees' transnational lifestyles in Torrevieja.

Methodology

Inspired by the increased mobility and transnational spatiality of contemporary retirees, I have gathered data for this article using a multi-sited ethnographic orientation (e.g. Marcus, 1998, pp. 17–19; Marcus, 2014). My preparation for this study began in late 2014. During the winter, I started observing Finns living in Spain via the Internet. I had some help from a Finnish researcher living in Fuengirola, who advised me to head to Torrevieja, as it was not yet researched and had grown to have a significant expatriate community of Finns. I started contacting Finnish associations there and received help in informing the people living in the region of my potential research. I found volunteers to interview from the local Finnish church, the Finnish Association of Torrevieja, and relevant Facebook groups organized by Finns. In addition, some informants took me to other informants. My field trip in Spain lasted 16 days. There were also many email conversations before and after the interviews. For this study, I recorded 14 interviews, of which one was conducted with a local tourist officer, one with a Finnish church (Torrevieja) employee, and the remainder were conducted with Finnish retirees. Of these 14 interviews, 12 were conducted in Torrevieja and two in Finland. My interviews lasted up to three hours. Besides the more formal recorded interviews, I had many informal conversations with Finns in Torrevieja; I recorded these conversations in my field diary. I also held a discussion session with local Finnish retirees at the Finnish Association's clubhouse. After the fieldwork, I followed Facebook conversations and observed the marketing of Torrevieja's apartments at the *Home Abroad* trade fair in Helsinki. I transcribed the interviews and observations, and coded them by theme using NVivo. By theming the content, I developed the main categories, which make up the following sections.

To meet Geertz's (1973) demands for 'thick description', I have followed the subject's clues while being guided by the theoretical framework and my expanding awareness during the study. The field visit was quite short, and without prior knowledge of the place, it was difficult to organize many interviews per day. In addition, the siesta and relaxed daily rhythm of the Finnish retirees had an impact. I have compensated for my small sample size with observations in the field and using social media and the statistics available. Despite these problems, the data is sufficient for 'saying something of something' (Geertz, 1973, p. 453; see also Guest, Bunce, & Johnson, 2006), in this case about Finnish retirement migration to Torrevieja. In the following sections, I deal in more detail with the material, mental, and social aspects of why Finnish retirees have come to reside in Torrevieja, and how their everyday lives in the transnational space are produced.

The material effects of the flow of people and capital

When the first Finns arrived to Torrevieja in the mid-1980s, the surrounding hills were still occupied by goats, but the construction since then has been constant. New urbanizations were

promoted aggressively to retiring Northern Europeans. The massive construction continued until the 2008 Euro crisis, which froze the market (Gonzalez Perez, 2010). Torrevieja has been a traditional second home holiday space for Madrilenians (people from Madrid). In the summer, the city's population reaches almost half a million, but at this time most of the Finns have returned to Finland. Torrevieja is an important tourist space, but in the Finnish context, it is characteristic that it is not a package tourism destination. When comparing it to the major destination for Finns in Spain – Fuengirola on the Costa del Sol – Torrevieja is more oriented to second home living. In Casado-Diaz's (1999) demographic research on Torrevieja's residential tourism, she argues that the international retirees are mainly moving to urbanizations, meaning that the city centre will depopulate in the future. Many retirees still find the city centre attractive during the winter because *[i]n the urbanizations, you don't have neighbours or help when you need it* (Man, 65 years old. Interviewed in Torrevieja 19 February 2015).

The cost of living and property prices are important factors pulling Finnish retirees to Spain. Due to the Euro crisis, the Spanish real estate market has crashed, while in Finland the prices of apartments have been relatively stable. In addition, the associated expenses of owning an apartment are much lower in Spain. My informants constantly described how bad it felt to go shopping for groceries in Finland. One informant estimated that living in Torrevieja is approximately 30 percent cheaper than in Finland. Even though the majority of Finns in Torrevieja are middle-class, they might not be that wealthy in Finland. One woman explained that she can indulge in more luxuries in Spain than would otherwise be possible in Finland. Most Finns still have a home or a summer cabin in Finland, and so the dual-life can be expensive. Nevertheless, the pension of the average Finn is good when compared to the average Spaniard. Olavi, a retired civil servant, mentioned that his pension is probably higher than the average salary in Spain.

Previously, driving from Finland to Spain was more common, but its popularity has decreased due to the introduction of low-cost air travel. Now, Finnish retirees can order flight tickets online, organize their own journey, and even own a car and a home in two different countries. In addition, housing and other services are easily available in the Finnish language. In contrast to fixed tourism, these new possibilities have been a major step in a post-Fordist direction, and also towards transnational living. The material differences between Northern Europe and Spain make it attractive to outsource one's retirement to obtain a better standard of living, and the European Union has made this process relatively easy. The flow of capital and people is now more open than perhaps ever before (Larsen et al., 2006; Urry, 2007). The economic decision to migrate to the south of Europe is not difficult for most middle-class retirees in Finland. The spatial practices of migration have become easier, but are not the only explanation. The social and mental elements also affect the retirees' transnational lifestyles.

The mental effects of the flow of information and images

The generation that is now retiring and migrating to Spain for the winter is already accustomed to travelling. The increase in wealth, commercial airlines, and the industry of package holidays made the world smaller for the post-war generations. Even though the package tourism was

organized in fixed ways, it slowly gave people the courage to travel in more self-organized ways (Haug et al., 2007; Vincente, 2001). The idealized view of Spain with its small white houses in the hills and charming fishing villages slowly crumbled away. During these holidays, the conception changed and Finnish people found something else:

Ritva: I can't remember how I used to think, except that the sun was shining. Maybe I had a more romantic picture. Like when I used to travel to the Costa del Sol, I thought it would be small white villages here and there. I didn't realize before that the whole coast was fully built for mass tourism. That could describe what I realized. But this here is just normal life. (Woman, approximately 63 years old. Interviewed in Torreveija 16 February 2015)

Slowly, over their life course, the mental barriers of geographical borders lowered for Finns. Because the Finnish community in the Costa del Sol has been growing since the 1960s, people's knowledge and confidence about surviving in a foreign culture has also grown. For a long time, the Finnish community in Fuengirola has been so strong that Suikki-Honkanen (1996) has argued that Finns live there in a Finnish bubble in which other cultural influences are unwelcome. Torreveija cannot be described in similar terms because it is much more multicultural and its Finnish community is smaller. Finnish retirees are very much aware that Torreveija is not an authentic Spanish town, nor do they expect it to be (see Urry, 1995, p. 140). Instead, it offers the opportunity to play with the cultural meanings of Finnish and Spanish space. The gaze can be altered at will from the familiar to the exciting and foreign (Jokinen & Veijola, 1990, pp. 151–152; Urry, 1990). Finnish culture online gives Finnish retirees the chance to construct their cultural environment almost entirely as they please.

Olavi: You can't feel home-sick here because you don't even notice you're in Spain. Finnish shops thrive because some people buy Juhla Mokka (a Finnish coffee brand) to prevent homesickness. Now interaction via the Internet is so easy on a daily basis. I don't miss the Finnish environment. It is the people that I miss, but I am very much in contact with them. You could think that one is alone but it would be the same in a Finnish apartment building. I would be just as alone there as I am here. Nonetheless, life feels pretty easy. (Man, 64 years old. Interviewed in Torreveija 14 February 2015)

By controlling the flow of information and images, Finnish retirees have power in producing their transnational space. Finnish newspapers are reprinted in Spain every morning, and Finnish TV and radio channels are available using a satellite dish or the Internet. In the 1980s, making a phone call from Spain to Finland was difficult and expensive. Now, new information technology is becoming ever more important for staying in touch with family and friends. Email, Skype, and Facebook have become important in maintaining connections transnationally and locally. For example, the active Facebook group [Torreveija.fi](#) has 4,285 members (as of 18 November 2016), so peer assistance on any topic asked is likely. Users are constantly asking questions about taxes, bureaucracy, and buying property, or just reposting the Finnish news. Facebook groups give people the feeling of belonging to a community – that is, a sense of not being alone. Social media has become an important information source, but it is also crucial for social interaction with friends and relatives (see Pennington-Gray & Schoroder, 2013). Tuulikki, who has lived with her partner for most of the year in Torreveija for over 13 years, received a video present from her grandchildren for her seventieth birthday:

Tuulikki: *It was titled 'Where do we remember granny?' In Finland, they probably would have come with a cake. We just would have eaten it, and then they would have left. Now the video remains... In Finland grandparents feel that they can't leave their children and grandchildren. [...] They care about us whether we are there or not.* (Woman, 70 years old. Interviewed in Torrevieja 18 February 2015)

Many of the informants reported that their children also live abroad or in other cities, which in sparsely populated Finland can be hundreds of kilometres away. The importance of spatial proximity is diminishing in the primary social network but connecting with loved ones online builds a sense of security and has made the transition abroad easier. Place is not fixed with culture; it lies within the subjects and their social relations. The old representations of space, with all the romantic clichés, have crumbled and something new has arisen – the convenient life of Finnish Spain (Benson & O'Reilly, 2009; Haug et al., 2007). A new mental space has emerged where people can formulate their own lives using both Finnish and transnational cultural signs (Larsen et al., 2006; Urry, 2007). The community and its mental space are not situated in a geographical location but rather in the social spaces where one can participate – whether through Skype, Facebook, or face-to-face interaction with other Finnish expatriates – in a transnational setting. The material and mental barriers for migration have decreased because of the increased mobility, and they have also brought about a transnational Finnish retiree community with distinct social practices.

The sociality of the transnational community

The material and mental bases for seasonal migration are inducing factors, but they become entangled with social elements (Williams et al., 2000). My informants described the various ways in which they came to spend their winters in Torrevieja. Some had bought an apartment from a real estate agent straight away. Many of them had previous experience of the Costa del Sol but felt the area to be too touristic. The most important factor described was that most people already had some social ties to the place. In addition, the Finnish community was also a securing aspect. As a result, Finns are most importantly moving to Torrevieja through a snowball effect: the growing Finnish community is strengthening itself from within (see Casado-Diaz et al., 2014). Over the years, Finnish retirees have constructed their own social network and many assisting businesses have been established. The community has enlarged to the point that Finnish retirees can cope without any other language skills. The transnational space of Torrevieja has many social networks for different nationalities, but to access these social spaces, one is required to master the relevant language and culture. Some of my participants spoke Spanish – and other languages – adequately, but the Finnish community remained the primary reference point. In addition to social media, the most important spaces for representing Finnishness in Torrevieja are the churches, the Finnish Association's clubhouse, and the Finnish cafeterias and restaurants. The Finnish Association (active since 1986) plays an important role in community building. Its clubhouse comprises a cafeteria, a library, and most importantly a constant flow of fellow Finns. A couple that I interviewed were founding members of this association.

Tauno: *It started to expand in the Finnish Association's framework and from there. Before that, we gathered in the homes of people who had bigger houses. But when it was set up, it brought people together.*

Maili: *We founded it.*

Tauno: *Here you discover new acquaintances through other acquaintances. It goes like that.*

Maili: *It's like an anchor.*

Tauno: *Yeah, you meet other Finns. If you can't get help there, somebody guides you to someone.*

Maili: *You always hear somebody asking, and the other one telling what to do. Of course, they help you.* (Couple, both 84 years old. Interviewed in Torrevieja 13 February 2015)

Maili and Tauno reported that the first intention in founding the Finnish Association was to buy a boat for the collective use of a small group of Finns. The boat was never bought, but the association grew to become very important in forming the Finnish community. Another space to represent Finnishness was the parish hall, where people gathered to socialize. These places for social gatherings are condensations of the Finnish community constructed out of the need for social belonging, and as a coping strategy to counter the anxiety of feeling alien in a foreign culture (e.g. Jeppsson Grassman & Taghizadeh Larsson, 2013). A woman aged approximately 70 years old described participating at the parish hall:

In Finland, I would not have participated in so many activities, like the art club and volunteering at the parish hall cafeteria. I used to sing in a choir but here in a foreign culture one seeks the company of those similar to oneself. One can speak Finnish. (Author's field diary, 12 February 2015)

People who participated in parish hall activities reported that it was mainly to socialize; the religious aspect was minor: 'Many might think we pray there, but we don't. We go there to hang around. It is a very social place.' (Tuulikki, a 70-year-old woman) Retirees can easily find their own type of activity and friends. These representational spaces give the participants a reference point of being and belonging. Sociality becomes the driving force, which is not created through family or work, but by peers who have internalized the same cultural meanings. Daily life in Torrevieja is strongly oriented through social activities, but nevertheless it is not a holiday. Actually, the informants were quite sensitive about people in Finland claiming that their stay in Torrevieja is an extended beach holiday. The daily routines can be quite intense as well, as Leila puts it:

Leila: *Well, we go to outdoor games four times a week, where we meet friends. Now that I'm studying Spanish on Mondays I don't quite make it four times. It takes the whole day. On Monday evening, there's also karaoke and between those, I should have time to make dinner. On Tuesdays, we play mölkky (a Finnish form of skittles) on the beach. After that, we all go for lunch. There might be as many as 10 to 40 there. It's like a social event. Then we walk the few kilometres home and it's already evening. Then we watch TV, we have a TV line¹. Sometimes we watch the Spanish news. On Wednesdays, we play petanque and there we meet different friends. On Thursdays, there's petanque in La Mata, and we walk six kilometres there. On the way is the Finnish cafeteria. There are always people there; we see friends and talk, drink coffee, and continue walking. In the evening, I make dinner and use Facebook, which takes a lot of time. I belong to several Facebook groups. On Friday, it's the farmers' market. Again, we meet friends there. Today*

1 Internet based portal for watching Finnish TV

[a Friday], I've already visited a friend in one place. It's like this – social. In between, I need to have time to clean the house, prepare food, and bake – to just do the daily chores. (Woman, 68 years old. Interviewed in Torrevieja 20 February 2015)

Leila here described an example of how active life as a retiree can be, if desired. Of course, not everyone is this busy. As one informant described, the day can involve one bigger event, otherwise everyday life is a normal retiree's life in Spain – sleeping late, taking a nap during the siesta, washing laundry, and cooking. Even though everyday life is no longer organized through social responsibilities such as work and family, the social activities – like volunteering and participating in events – take their place. By structuring the use of time and space, these routinized activities build a sense of security and community. However, some informants described activities that were exclusive by prior social status. As Leila argued: '[w]hen people are retired, you don't need useless titles.' Overall, Finns described the community as very open. Because most of the different activities are inclusive with both regular and irregular participants, it is easy for new members to join in; one feels a sense of security when one feels welcome. As Ritva puts it: 'Yes, I see it when I'm here alone. You think that it is good that you know people here. I think people here are very helpful. Nobody is left alone. This is how I feel about it.'

During the 30-year period that the Finnish community has been slowly building up in Torrevieja, it has gained such an established level that it is now strengthening even more. Because of the interaction via social media with people back in Finland, more and more people become aware of the possibilities of living a transnational life. When they visit the place for the first time, they get to know the Finnish social space of Torrevieja and its representational spaces. Through the everyday spatial practices of the Finnish community, one can feel secure within the transnational space. Now that space and time are continually being compressed, the shift between the two nations and within the Eurozone is ever more casual. Retirees are taking advantage of the globalizing world by moving to Spain, and there is no doubt that retirement-age mobility is increasing. For Finns, this movement is ever more possible and less spectacular in social, mental, and material ways.

Conclusion

In this article, I have outlined Finnish retirees' migration to Torrevieja and their everyday lives in transnational space. Lefebvre's (1974/1991) conception of space explains how the transnational community could form on the broad material, mental and social levels, but what gives more depth to this is that the 'time-space compression' – resulting from increased flows of capital, people, information, and images – is also changing the everyday lives of Finnish retirees (Harvey, 1990; Urry, 1995). The social relations in time and space are no longer so dependent on spatial proximity because these flows make the world feel smaller. For the contemporary Finnish retirees, transnational spatiality is very much a mental space with material and social effects. Thereby, the site of inquiry also exists among the people – in their social relations and communications (Marcus, 2014, pp. 399–400). The cultural shift of growing mobility has consequently increased the transnational lives of Finnish retirees in Spain, but it has been an emergent process (Urry, 2010).

Increased consumerism and the introduction of air travel enabled package tourism, which Spain was already active in through promoting mass tourism. After Finns became accustomed to these fixed tourist products, the courage to travel in more self-oriented ways grew. Finland's accession to the European Union, low-cost air travel, and Spain's lower cost of living have made the option of outsourcing retirement to a more convenient setting easier. For Finns and other Nordic people, these flows of people and capital developed into transnational secondhome consumption and retirement migration (e.g. Casado-Diaz, 1999; King et al., 1998). Since the Finnish community in Torrevieja started to form, the flow of people and capital has accelerated. As consumers, the retirees have now attained more power through representational spaces in comparison to when travel was more dependent upon the heavily romantic images controlled by the promoters of package tourism. Nowadays, Finnish retirees are very aware in reporting their experiences via the internet. For the representational practices of Finnish retirees on social media, Torrevieja does not seem like such a far-away destination. The mental proximity of social relations has thereby condensed. This erosion of geographical ties has made it possible to construct mental spaces where the Finnish retirees can adopt familiar cultural meanings to make everyday life secure. In addition, the social interaction with local fellow Finns in the representational spaces of Torrevieja – such as the church, clubhouses, and cafes – reproduces the community within the transnational setting. Now, Finnish retirees have many options for the construction of everyday life in a foreign context. Material and immaterial representational spaces function as emotional anchors – as spaces to perform Finnishness. In the post-Fordist mode of the consumption of time and space, the very mental scale of imagining ways of living is creating new possibilities for transnational retirement, thus Finnish retirees spending their winters in Spain is no longer exceptional. The compression of time-space enables the transnational lives of the Finnish retirees, and such lifestyles are likely to increase.

Even though package tourism as a fixed Fordist product might be diminishing, the agile post-Fordist flows of people, capital, information, and images are increasing (Gale, 2009; Urry, 1995). The lifestyle benefits of contemporary time-space compression currently affect the relatively affluent middle-class retirees most of all, not only because of economic reasons but also due to mental and social reasons (Benson & O'Reilly, 2009). The ability to use the full potential of flexible consumption requires skills that are cultivated primarily by middle-class lifestyles. Even though mobility is becoming easier, it is also possible that no massive revolution in retirement migration is imminent. More retirees are migrating to Spain due to the ageing population, but the emotional home continues to be Finland. When retirees get older and their physical well-being decreases, most migrate back to their country of origin, so the 'good life' in Spain is a temporary life project (Kordel 2014, p. 10). However, the current development is making material and immaterial movements more fluid, which can introduce more mutable ways of being in the world. Therefore, examining transnational lives calls for not only a multi-sited understanding (Marcus, 2014), but also for a multi-spatial orientation that is sensitive to material, mental, and social spaces (Lefebvre, 1991). For this orientation, Lefebvre's (1991) reflexive theory of the production of space can provide the tools, but it lacks the understanding of increasing mobility. Urry's (2007, 2010) sense of the importance of mobility provides clues for the future

of international retirement migration, but it needs to be updated to include the changes in the flows of information, such as social media (see Cohen et al., 2015, p. 166; Larsen et al., 2006; Pennington-Gray & Schoroder, 2013). The new ways of consuming time and space may still be changing the forms of international retirement migration, so researchers should remain alert to innovations that affect these transnational lifestyles.

References

- Ayuntamiento de Torrevieja [City of Torrevieja] (2014a). Estadística de Habitantes [Population Statistics]. Retrieved June 12, 2015, from <http://torrevieja.es/sal/ayuntamiento/censo/censo%20y%20estadistica/datosmes/2015-09-01;%20Distribuci%C3%B3n%20por%20nacionalidades.pdf>
- Ayuntamiento de Torrevieja [City of Torrevieja] (2014b.) Distribución por edad y sexo [Distribution by Age and Gender]. Retrieved June 12, 2015, from <http://torrevieja.es/sal/ayuntamiento/censo/censo%20y%20estadistica/datosmes/2015-09-01;%20Distribuci%C3%B3n%20por%20edad%20y%20sexo.pdf>
- Benson, M. & O'Reilly, K. (2009). Migration and the search for a better way of life: A critical exploration of lifestyle migration. *The Sociological Review*, 57, 608–625. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2009.01864.x>
- Bramwell, B. (2004a). Mass tourism, diversification and sustainability in Southern Europe's coastal regions. In B. Bramwell (Ed.), *Coastal mass tourism: Diversification and sustainable development in Southern Europe* (pp. 1–31). Clevedon: Channel View.
- Bramwell, B. (2004b). The policy context for tourism and sustainability in Southern Europe's coastal regions. In B. Bramwell (Ed.), *Coastal mass tourism: Diversification and sustainable development in Southern Europe*, (pp. 32–47). Clevedon: Channel View.
- Casado-Díaz, M. A. (1999). Socio-demographic impacts of residential tourism: A case study of Torrevieja, Spain. *International Journal of Tourism Research*, 1, 223–237. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1522-1970\(199907/08\)1:4<223::AID-JTR153>3.0.CO;2-A](https://doi.org/10.1002/(SICI)1522-1970(199907/08)1:4<223::AID-JTR153>3.0.CO;2-A)
- Casado-Díaz, M. A. (2006). Retiring to Spain: An analysis of differences among North European nationals. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 32, 1321–1339. <https://doi.org/doi:10.1080/13691830600928714>
- Casado-Díaz, M. A., Casado-Díaz, A. B., & Casado-Díaz, J. M. (2014). Linking tourism, retirement migration and social capital. *Tourism Geographies*, 16, 124–140. <https://doi.org/doi:10.1080/14616688.2013.851266>
- Casado-Díaz, M. A., Kaiser, C., & Warnes, A. M. (2004). Northern European retired residents in nine Southern European areas: Characteristics, motivations and adjustment. *Ageing & Society*, 24, 353–381. <https://doi.org/doi:10.1017/S0144686X04001898>
- Cohen, S., Duncan, T., & Thulemark, M. (2015). Lifestyle mobilities: The crossroads of travel, leisure and migration. *Mobilities*, 10, 155–172. <https://doi.org/10.1080/17450101.2013.826481>

- Eurostat (2014). Proportion of population aged 65 and over. Online database. Retrieved from <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&p-code=tps00028>
- Finnish Centre for Pensioners (2015). Pensioners and insured in Finland 2013. Helsinki: Finnish Centre for Pensions. Retrieved from http://www.etk.fi/wp-content/uploads/Pensioners_and_insured_in_finland_2013.pdf
- Gale, T. (2009). Urban beaches, virtual worlds and 'the end of tourism'. *Mobilities*, 4, 119–138. <https://doi.org/10.1080/17450100802657996>
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books.
- Gonzalez Perez, J. M. (2010). The real estate and economic crisis: An opportunity for urban return and rehabilitation policies in Spain. *Sustainability*, 2, 1571–1601.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18, 59–82. <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>
- Harvey, D. (1990). *The condition of postmodernity: An enquiry into the origins of cultural change*. Oxford: Blackwell.
- Haug, B., Dann, G. M. S., & Mehmetoglu, M. (2007). Little Norway in Spain: From tourism to migration. *Annals of Tourism Research*, 34, 202–222. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.07.011>
- Hayes, M. (2015). Moving south: The economic motives and structural context of North America's emigrants in Cuenca, Ecuador. *Mobilities*, 10, 267–284. <https://doi.org/10.1080/17450101.2013.858940>
- Jeppsson Grassman, E. & Taghizadeh Larsson, A. (2013). "Like coming home": The role of the church of Sweden for migrating senior Swedes. In A. L. Blaakilde & G. Nilsson (Eds.), *Nordic seniors on the move: Mobility and migration in later life* (pp. 127–152). (Lund Studies in Arts and Cultural Sciences, 4.) Lund University.
- Jokinen, E. & Veijola, S. (1990). *Oman elämänsä turistit* [Tourists of their own lives]. Helsinki: Valtion painatuskeskus.
- Karisto, A. (2008). *Satunmaa: Suomalaiseläkeläiset Espanjan Aurinkorannikolla*. [Wonderland: Finnish retirees in Costa del Sol, Spain]. Helsinki: SKS.
- King, R., Warnes, A. M. & Williams, A. M. (1998). International retirement migration in Europe. *International Journal of Population Geography*, 4, 91–111. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1220\(199806\)4:2<91::AID-IJPG97>3.0.CO;2-S](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1220(199806)4:2<91::AID-IJPG97>3.0.CO;2-S)
- Kivisto, P. (2003). Social spaces, transnational immigrant communities, and the politics of incorporation. *Ethnicities*, 3, 5–28. <https://doi.org/10.1177/1468796803003001786>
- Kordel, S. (2014). The production of spaces of the 'good life': The case of lifestyle migrants in Spain. *Leisure Studies*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/02614367.2014.962592>

- Kurvinen, M.-L. (2014). Torreviejassa ja sen lähialueilla asuvat suomalaiset [Finns living in Torrevieja and its surrounding areas]. Retrieved from <http://costablancasuomiseura.es/marja-liisa-kurvisen-raportti-torreviejan-alueen-suomalaisista/>
- Könnilä, P. (2014). *Sisua ja mananaa: Suomalaiset Espanjan Aurinkorannikolla* [Sisu and manana: Finns in Costa del Sol, Spain]. Turku: Siirtolaisuusinstituutti.
- Larsen, J., Urry, J., & Axhausen, K. W. (2006). Networks and tourism: Mobile social life. *Annals of Tourism Research*, 34, 244–262. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.08.002>
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. (Translated by D. Nicholson-Smith.) Oxford: Blackwell. (Original work published 1974)
- Marcus, G. E. (1998). *Ethnography through thick and thin*. Princeton University Press.
- Marcus, G. (2014). Prototyping and contemporary anthropological experiments with ethnographic method. *Journal of Cultural Economy*, 7, 399–410. <https://doi.org/10.1080/17530350.2013.858061>
- Nelson, V. (2005). Representation and images of people, place and nature in Grenada's tourism. *Geografiska Annaler, Series B, Human Geography*, 87, 131–143. <https://doi.org/10.1111/j.0435-3684.2005.00187.x>
- Ono, M. (2015). Commoditization of lifestyle migration: Japanese retirees in Malaysia. *Mobilities*, 10, 609–627. <https://doi.org/10.1080/17450101.2014.913868>
- Pennington-Gray, L. & Schoroder, A. (2013). International tourist's perceptions of safety & security: The role of social media. *Matkailututkimus*, 9(1), 7–20.
- Saarinen, J. (2004). 'Destinations in change': The transformation process of tourist destinations. *Tourist Studies*, 4, 161–179. <https://doi.org/10.1177/1468797604054381>
- Schmid, C. (2008). Henri Lefebvre's theory of the production of space: Towards a three-dimensional dialectic. In K. Goonewardena, S. Kipfer, R. Milgrom, & C. Schmid (Eds.), *Space, difference, everyday life: Reading Henri Lefebvre* (pp. 27–45). London: Routledge.
- Selänniemi, T. (1996). *Matka ikuiseseen kesään: Kulttuuriantropologinen näkökulma suomalaisten etelänmatkailuun* [The journey to eternal summer: Cultural anthropology perspective on Finnish tourism to south]. Helsinki: SKS.
- Selänniemi, T. (2001). Pale skin on Playa del Anywhere: Finnish tourists in the liminoid south. In V. L. Smith & M. Bren (Eds.), *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century* (pp. 80–92). Elmsford: Cognizant Communication.
- Simonsen, K. (2005). Bodies, sensations, space and time: The contribution from Henri Lefebvre. *Geografiska Annaler, Series B, Human Geography*, 87, 1–14. <https://doi.org/10.1111/j.0435-3684.2005.00174.x>
- Suikki-Honkanen, K. (1996). *Los Pacos: Suomalaiskylä Espanjassa* [Los Pacos: Finnish village in Spain]. Turku: University of Turku.
- Stanek, L. (2014). Introduction. In L. Stanek (Ed.), *Toward an architecture of enjoyment*, by H. Lefebvre (pp. xi–lxi). Minneapolis: University of Minnesota Press.

- Statistics Finland (2014). Finnish residents' trips abroad in 2012 to 2014. (Statistics Finland, online database, accessed October 1 2015). Retrieved from http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/px-web/en/StatFin/StatFin_lii_smat/025_smat_tau_129.px/?rxid=52d5c352-fcb3-4edo-a4e5-ae12dbb71851
- Urry, J. (1990). *The tourist gaze*. London: Sage.
- Urry, J. (1995). *Consuming places*. London: Routledge.
- Urry, J. (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity Press.
- Urry, J. (2010). Mobile sociology. *The British Journal of Sociology*, 61, 347–366. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2009.01249.x>
- Vincente, R. (2001). Tourism as a recruiting post for retirement migration. *Tourism Geographies*, 3, 52–63. <https://doi.org/10.1080/14616680010008702>
- Williams, A. M., King, R., Warnes, A., & Patterson, G. (2000). Tourism and international retirement migration: New forms of an old relationship in southern Europe. *Tourism Geographies*, 2, 28–49. <https://doi.org/10.1080/146166800363439>

Acknowledgements

This work was supported by the Finnish Cultural Foundation's Satakunta Regional Fund, the Finnish Institute of Migration, and the University of Tampere. The author wishes to thank Professors Antti Saloniemi, Maunu Häyrynen, and Satu Kalliola, the anonymous referees for their insightful comments, the editors of *Matkailututkimus*, and all the participants in this research project.

Sustainable planning for space tourism

Annette Toivonen

University of Lapland, Multidimensional Tourism Institute (MTI)

Abstract

This article concentrates on planning and development for future space tourism. It focuses on environmentally oriented sustainable ways of operating and introduces a new framework for creating a feasible sustainable future. The framework can be used as a theoretical basis in research that introduces new perspectives into a sustainable future in space tourism. Weak sustainable development planning sets the needs of mankind above all other ecosystems and space tourism appears to fall into a category envisioning optimistically all natural resource problems to have a human-based solution. The oil consumption and intensity of tourist transport are, however, set to increase due to space tourism. This kind of development is at variance with the current sustainable trends and actions practised in the tourism industry. The article discusses the need for sustainability awareness for development in the space tourism sector by pointing out some necessary elements needed for future planning processes.

Keywords: space tourism, sustainable development, planning

Introduction

New forms of organisation and production, the development in transport and mobility and the rise of information technologies have resulted in an intense time-space compression, allowing new experiences of space and time (Harvey, 1989). People on the earth are not only space travellers, but also time travellers (Bell, 1997). This metaphor reflects well on the fact that the travel industry is currently taking the next step forward towards the future.

Harvey's (1989) time-space compression involved a marked increase in the pace of economic and everyday life and a phenomenal acceleration in the movement of information and capital. This intensification is encapsulated as "capitalists are seeking to overcome the barriers of distance and quicken the circulation time of capital to sustain profits" (Mowforth & Munt, 1998, p. 27). It is often presented with crises of presentation and capital accumulation leading towards postmodernism, which helps to encapsulate the profound, slowly emerging cultural

changes. Those experienced changes are rooted in everyday life and cannot be ignored (Harvey, 1989). The middle classes in particular are no longer only significant as cultural intermediaries, but also heavily represented in political alignments concentrating on issues such as the environment and sustainable lifestyles.

For example, the trends in adventure travel have blurred the boundaries between adventurous activities and tourism (Beedie & Hudson, 2003). Mountain climbing, previously practised only by the experienced elite, now shares the same place with holidaymakers attending a guided and safety-checked experience. Space has previously been accessed only by trained astronauts and scientists, not by ordinary tourists watching the planetary movements.

Tourists' desire for unique and challenging experiences has been one of the driving forces behind the demand for public space travel, pushing for the development of a new adventure tourism sector entering a virtually untouched new space. Developing a space tourism industry is paradoxically at variance with current trends in environmental protection and sustainable development goals in the tourism industry. This article concentrates on sustainable planning and development for future space tourism and analyses, on the grounds of different sustainable development theories, the ways of operating available for space tourism to become a sustainable form of tourism in the future.

Space tourism

With the exploratory nature of man, the earth is no longer an adventurous enough place for some experienced tourists. Space tourism is a new sector of adventure tourism, which in the near future will be fast becoming a new opportunity for experiencing the unknown. If space tourism is able to reach the mass tourism phase, due to improved safety and decreased operation costs, a future space tourist will possibly only need minimal training to cope with the zero gravity, but otherwise space travel itself will become no different to current aviation.

According to Carter, Garrod, and Low (2015), space tourism is related to extraterrestrial phenomena involving a wide range of space-related travel. The typology of space tourism consists of terrestrial space tourism, atmospheric space tourism and astrotourism (Carter et al., 2015). Terrestrial space tourism involves specific space tourism sites on the earth, for example tours of the space facilities at the Kennedy Space Center (USA), and non-site-specific space tourism consisting of virtual gaming environments, space movie-related travel and eclipse tours. Atmospheric space tourism currently involves high-altitude jet flights up to 20 km with Russian MIG flights and weightless flights offered by the Zero G corporation. Astrotourism, in turn, takes place both in in-earth orbit and beyond earth orbit. According to Carter et al. (2015), terrestrial space tourism is quite well established with visits to space attractions and launch sites, while astrotourism, so far, has been restricted to a handful of wealthy elite trips to the International Space Station.

However, according to Davenport (2015), the breakthrough for starting commercial astrotourism is closer than ever before. Virgin Galactic is introducing suborbital flights up to 100 km and Space Adventures trips to the International Space Station up to 350 km. These both operate inside the in-earth orbit. Lunar and Martian voyages are not yet available, operating beyond the

earth's orbit, but Google has set a special Lunar X price award to financially encourage private companies to make the first move towards them (Google Lunar X Price, 2017).

The first space adventure tourist paid over 20 million dollars for his orbital adventure departing from Russia. However, if space tourism reaches the mass market phase the estimated cost will drop to 2,000 dollars per trip, making space tourism affordable to many travellers. Weaver (2005), however, argues that the majority of new destinations never reach the mass phase, and if the cost does not rapidly decrease, this may be the case for the space tourism industry as well. In the near future, space tourism is expected to become a multi-billion dollar business targeting engineers, scientists and entrepreneurs as well as the general public.

In 2004, newly established space tourism companies were given an extended learning period, which allowed them to develop their rockets and space vehicles without federal regulations in the USA. The Congress even hailed the passage of the Space Act preventing the Federal Aviation Administration from stunting the growth of the industry and paving the way for entrepreneurs and businesses (Davenport, 2015). In Europe, even fewer commercial space companies have been formed.

In June 2017, the Queen of England spoke about the development of spaceports in the UK. The ports could function as bases from which both the paying public could be launched into space and suborbital flights could be taken, reducing the flight time drastically between the cities of the world. The British government's commitment to becoming an attractive place for commercial space flights will eventually allow more space research to be accomplished (Rincon, 2017). The Arctic city of Kiruna in Sweden already offers a spectrum of space-related operations and competences, providing an existing hub for ground stations for launching satellites – and possibly also a base for European commercial space flight activities in the future (Spaceport Sweden, 2017).

The important question now is how this growing industry should be regulated. Could this be the start of something similar to the beginning of the aviation industry, making space travel possible even for the masses? So far it has been difficult to regulate something that has not yet been fully understood. However, according to the president of the Commercial Spaceflight Federation, Eric Stallmer (2015): "The future legislation should expand the American experiment and environment that led to only pioneer railroads, automobiles, and planes, but to turn these technological advancements into sustainable businesses" (Davenport, 2015).

Sustainable space tourism?

According to Fawkes (2009), the idea of space tourism is opposed by a large part of the sustainable development industry, because the creation of a space tourism industry is working against current sustainable tourism trends, where sustainability actions provided by different industry operators and slow-travel movements have become trendier than ever. The risks of the space tourism industry must be mitigated from the start by introducing sustainability into operations and systems and making the case that space is a vital part of sustainability.

Tourism interacts and overlaps with a range of other policy areas such as transport, regional development and environmental management. According to Dredge (2015), the policies and actions aimed at implementing sustainable space tourism should therefore be situated within a

broader policy framework of which tourism is only one component. Regulations for the tourism industry are often a combination of many sources and an effective partnership and rapport between these governmental sources will impact on the future sustainable formation of space tourism (Mowforth & Munt, 2015). Sustainable tourism suffers from a theoretical fragility, not only calling into question its universal applicability, but also leading to a specific focus on tourism resource conservation and protection. However, Sharpley (2015) claims that sustainable tourism development has failed to fulfil expectations and even acted as a barrier to development as a result of its theoretical weakness.

According to Carter et al. (2015, p. 457), similarly to adventure tourism, “space tourism presents an important philosophical challenge that can be harnessed for sustainability, forcing participants to consider their place in the universe, relationship to other beings, and especially concepts on time”. The sustainability discourse itself includes assuming objectivity towards environmental issues and the intellectualisation of travel. Sustainable development for space tourism may at first appear to be an impossible task to accomplish due to the elements commonly associated with both tourism and space travel as trendy practices in tourism concentrate on keeping nature and destinations as untouched as possible (Mowforth & Munt, 2015).

Traditionally, tourism development and tourist activities have become sustainable when a business is not only concerned about its economic success, but also considers environmental and social aspects as part of its activities. In space tourism, there are social sustainability issues present; for example, the industry has targeted the wealthy elite, the cost of the trip acting as the discriminating factor. Also, from the planning point of view, the location of the launch sites has an impact on the locals.

Nowadays it is a major business risk not to include sustainability in the business model as it can cause market perception risk, regulatory risk and social pressure risk. According to Fawkes (2009), in space tourism, the forecasts for economic revenue are \$100 billion by the year 2030 and \$1 trillion by 2060. Therefore it would be a costly miscalculation not to include sustainable planning in different aspects of space tourism, as the industry is only beginning to form itself and establish the rules of action.

Space tourism will intrude into completely new space, possibly leaving orbital debris and permanent infrastructure behind. One rocket launch uses vast quantities of natural energy and the economic cost at the current pioneering stage is enormous for all the parties involved. According to Bradbury (2010), the particles of black soot emitted by spacecraft can impact on the surface temperature of the earth and the launch of a spacecraft may leave black carbon particles that will stay in the stratosphere for 10 years. Space is already colonised by satellites and other measuring equipment providing support for daily life on earth, hence there have been negotiations regarding co-operation in taking new satellites to space by using the vehicles designed for space tourism.

Virgin Galactic, Blue Origin and SpaceX are currently the pioneers and industry leaders in commercial space tourism. Elon Musk, who is the entrepreneur behind the Tesla electric vehicle, is responsible for SpaceX, and Richard Branson, who already owns the sustainably operating Virgin transportation chain, is responsible for Virgin Galactic (Human Spaceflight, 2017). There is a large chance that they will include similar sustainable and green attitudes in their

space company operations. For example, SpaceX has already achieved the world's first reflight of an orbital class rocket in March 2017, which represented a historic milestone in rapid rocket reusability (SpaceX Updates, 2017).

Blue Origin will operate using the launch pads at the Kennedy Space Center and Cape Canaveral, using the same physical space that was once exclusively the government's domain. Their rockets have been designed so that the booster stage, which is the most expensive part of the rocket, can be recovered and reused, instead of being dropped into the ocean (Blue Origin Technology, 2017). At the governmental level, the National Aeronautical Space Agency (NASA) has already adopted a more sustainable approach to space flights in the earth's orbit by developing mitigation standards aimed at reducing orbital debris (Sustainability 101, 2017).

Tourism planning

Tourism planning is about predicting and requires some estimated perception of the future (Gunn, 1988). Gunn (1979) was one of the first to define tourism planning as a tool for destination area development. Getz (1986) classified it as predominantly a project based on solving a problem. According to Dredge and Jenkins (2011), planning and policy research has quite recently developed from the growing influence of critical research approaches and post-disciplinary perspectives focusing the attention on explaining tourism planning processes.

According to Hall (2007), there are five traditions in tourism planning: boosterism, an economic-industry-oriented approach, a physical/spatial approach, a community-oriented approach and a sustainable approach. The physical/spatial approach, where tourism acts as a division of space allocating specific activities to specific areas, and the sustainable approach, where the provision of long-lasting and secure livelihoods reduces resource depletion and environmental degradation, could in particular present suitable features for sustainable space tourism planning. This is because the sustainable approach offers tools for a sensible development of a new industry right from the beginning and the physical/spatial approach concentrates on the activities taking place in specific areas, such as building up a spaceport hub.

In the Western developed economies, the approaches to tourism planning and policy are linked to profound changes in ideological and socio-political landscapes. Governments offset their responsibilities through commercial agreements with external providers, such as corporates with financial power (Dredge & Jenkins, 2011). The discourse itself includes assuming objectivity towards environmental issues and the intellectualisation of travel.

The interdependence among humans through the protection of set values and the paradigm change in its relation to nature need to be taken into consideration (Helne & Silvasti, 2012). According to Salonen (2010), it is important to acknowledge the importance of natural politics and decision-making in evaluating their environmental, social and cultural impacts. The legislation and management plans for space tourism are just forming, thereby providing a perfect opportunity to plan the rules and practices to meet sustainable criteria.

There are existing development models for sustainable development and planning in tourism research literature. In Butler's (1980) Tourism Area Life Cycle model, the number of tourists can

be measured against the rejuvenation or decline of the destination. The steps include exploration, such as the discovery of the destination, moving on to involvement, development and consolidation of the destination. After the stagnation stage, the destination typically rejuvenates or declines.

In space tourism, the number of tourists, as measured in Butler's (1980) Tourism Area Life Cycle model, will not automatically reflect the success of "space" as there are certain limitations regarding reaching and living in the destination. Access to space can currently be accomplished by a space vessel designed for transporting a limited number of people. The success of the destination in this case is more bound to the favourable political and economic climate that enables investment in technological solutions, providing access to, and ensuring suitable living conditions in, space, than to the interest in the destination itself.

The involvement stage is bound up with the future global legislation set for space exploration. If the trends become in favour of privatising parts of space and letting private companies have access to areas previously considered a common treasury, such as building infrastructure on the surface of the moon, then the development stage of space tourism may increase rapidly. To enable the building of the infrastructure, suitable future technological discoveries are an obvious necessity, and environmentally friendly ways of operating should play an important part in this technological planning process. The current pioneering stage provides an opportunity to plan for, and focus on, controlled sustainable alternative tourism, which could at a later stage be expanded to the concept of sustainable mass space tourism.

The methods of access, cost, built infrastructure, technological solutions and safety factors all have their impact on the consolidation of space as a destination. If all the targets related to these factors are successfully met, space as a destination may even reach the stagnation stage, where the original facilities become old and run down, leading space as a destination either to rejuvenate or decline.

Saarinen (2014) questions the meaning of a decline or new cycle of rejuvenation in the development of a tourist destination, and whether it is just the result of internal practices or the outcomes of development actions. The attempt to follow the regional development discourses for space tourism creates an obvious challenge as space is a vast concept and not a traditional destination with characteristic landmark features to guide the implementation processes. However, learning from the examples of the successfully completed rejuvenation cycles in some environmentally fragile areas, such as Arctic towns, could lead to the creation of some tools that are needed for future scenario planning for the development of space tourism. Ma and Hassink (2013) similarly claim that new evolutionary perspectives on tourist destination development should focus on analysis of the changing characteristics of, and especially the underlying reasons for, destination development in a changing operational environment.

Ways of operating for sustainable tourism planning

It is essential to establish some guidelines on how to operate in an environmentally friendly manner in order to preserve the long-term health of the environment and untouched areas. According to Becken (2015), environmental assessments should always be undertaken prior to

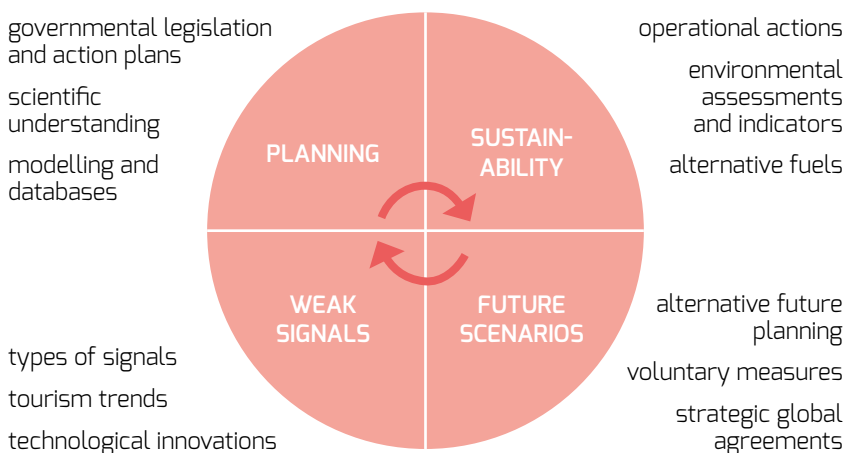
any development of tourism activities and projects. The resources of the area, including local people's considerations, should be highlighted in the framework of sustainable tourism planning to achieve satisfactory results in the development area. Absence of planning or short-term planning, which does not anticipate a sustainable future, could result in serious inefficiencies.

The knowledge gained from reflective practice and attention to ethics and values has stimulated critical theoretical developments in sustainable tourism planning. For example, the framework of Dredge and Jenkins (2007) for understanding tourism policy and planning presents a conceptual analysis of tourism planning and public policy. The framework treats the developing knowledge of tourism policy and planning as an iterative process and includes the institutional context, issues, drivers and influences, actors and agencies, and policy dialogues as essential elements in understanding policy making (Dredge & Jenkins, 2011).

Wilkinson (1997) proposed that strategic thinking should be incorporated into planning as a definition of continual processing of external and internal information and adjusting to changing situations. Sustainable planning is increasingly becoming a requirement in the tourism industry and importance is given to research designed to model a sustainable tourism future (Mojic & Susic, 2014). To enhance sustainable planning for future tourism, more research tools need to be created to assist in the future planning process. In the tourism industry, there are already existing environmentally sustainable schemes consisting of a wide range of measurements. The question is: how could these assist the future development of sustainable space tourism?

A Sustainable Future Planning Framework (Figure 1) could assist in foreseeing the likely implications of human actions and their impacts on future sustainability and in creating feasible possible futures. Similarly to other tourism planning models, it provides forward-looking planning and identifies the principal elements of sustainable development. The framework indicates that "sustainability, planning, weak signals and future scenarios" should act in synergy with each other and hence formulate the future aspects of space tourism.

Figure 1. Sustainable Future Planning Framework.



Tourism planning and policy practice can be organised into five traditions – normative, predictive, procedural, descriptive and evaluative – offering a mixture of knowledge, methods and analytical tools (Dredge & Jenkins, 2011, p. 14). The procedural tradition provides advice on how to plan and manage tourism, placing the Sustainable Future Planning Framework under this tradition, as it targets specific elements to act in synergy to achieve sustainable planning.

The Sustainable Future Planning Framework concentrates on the future sustainable planning of a futuristic subject, such as space tourism. In the framework, the “planning” involves governmental legislation and action plans, scientific understanding, as well as modelling and databases. Space tourism could be viewed as an objective or political consensus resulting from discussion among stakeholders (Rametsteiner, Pülzl, Alkan-Olsson, & Frederiksen, 2011). Tourism planning and policymaking are also a result of the ideas, actions and collaboration of diverse agencies and drawn from many disciplines including politics, economics and history (Dredge & Jenkins, 2011, p. 14).

Duval and Hall (2015) introduced a development and planning discourse for future space tourism and suggested that the critical questions in the policy implementation process should include: “Who will be in charge of enacting global policy and governance, the future agreements developed by the political and private sectors, and is there actually a mutual willingness to leave some parts of space as tourism locations completely untouched?” (Duval & Hall, 2015, p. 451).

Butler’s (1980) Tourism Area Life Cycle model of destination development elements can assist in the policy planning for space tourism as it clarifies the different stages of destination development, thereby acting as a guideline for the development process. Saarinen’s (2014) considerations on the impacts of larger global economic situations and political relations may also benefit the policy formulation; as the identity of a destination is a changing product of transformation, the postmodern values of tourists and the current sustainable goals of the tourism industry have an impact on the policy planning processes.

Space tourism and sustainable development research may seem incompatible, but they link in five different levels: operational, cultural, economic, resources and survival (Fawkes, 2009). As defined in the Evolutional Tourism Planning Theory’s disciplines, such as “caution and knowledge”, they can provide perspectives for the planning and development process of the space tourism sector (Sharpley, 2015).

“Sustainability” in the Sustainable Future Planning Framework involves operational actions, environmental assessments and indicators as well as alternative fuels. There are already existing sustainable operation examples available within the tourism industry as it is nowadays a major business risk not to include sustainability in the business model. For example, the aviation industry practises sustainable planning by concentrating the focus on a more energy-efficient fleet and voluntary carbon offsets paid both by the industry and the customer (Broderick, 2009). Many space tourism operators also recognise a travel career ladder, known as “Steps to Space”, whereby lower-order activities may develop a travel interest that may be capitalised on in future behaviour towards costlier forms of space tourism.

According to Weaver (2005), indicator-based sustainable tourism strategies are complicated due to the actual process of selecting, measuring, monitoring and evaluating a set of relevant

indicators. Future tourism, including space tourism, will contribute even more emissions and therefore there are indicator-based international agreements, such as the Kyoto Agreement (2013) and Paris Agreement (2015) on climate change, aimed at strong governmental actions to reduce these global emissions.

According to Carter et al. (2015, p. 457), there is ongoing research on alternative fuels, such as rubber-base propellants, in the space tourism industry that may lower the impact of the emissions. Becken (2015, p. 164) suggests that there is a strong need for purposeful integration with the disciplines of transportation research and engineering to develop more renewable energy technologies and fossil-fuel-free efficient transport systems. The focus should be on sustainable science and this is to be achieved by understanding the sociology and psychology of the new types of tourism behaviour. Future spaceship models could, for example, operate by using renewable fuels or solar power.

“Weak signals” in the Sustainable Future Planning Framework include the types of signals, tourism trends and technological innovations. In generative dialogue about the future, as well as adaptive planning, the continuous transformation is not focused on what already exists, but on what is emerging. According to Smyre and Richardson (2015), weak signals are emerging ideas, intentions, discoveries and innovations that are not yet trends, but have the potential to impact on local areas within three to five years. They have certain characteristics such as surprise, visionary discoveries and acceptance of the trend through learning and developing (Coffman, 1997).

Uskali’s (2005) theory of weak signals distinguished four types of weak signals, including “feeling, uncertain, almost certain and exact” signals. Recently in space tourism there have been some technical development problems in the implementation process, but those have been solved as they have appeared. As the infrastructure for space tourism has now been created, the industry has passed “the feeling and uncertain” stages and is heading towards “the almost certain” one as most of the infrastructure needed is now available for passenger usage. Weak signals therefore suggest that sustainable research and indicator forming to assist the policymaking process urgently need to take place to ensure a sustainably sensible beginning for this new tourism sector.

The space tourism industry has been developed as a reflection of current adventure tourism trends. Even though the idea of the creation of space tourism is working against the current sustainable trends, the implementation of the industry could be even more towards the transmodern eco-luxury. There are already actions practised by other tourism sectors, such as aviation, to make even a small step of the process more sustainable and environmentally friendly.

Space tourism is in the wave of current trends in technology among electric cars and innovative start-ups. The space race decades ago had already let the public benefit from different technological innovations developed for both the astronauts and the inhabitable space stations. Future space vessels may provide sessions enabling more comprehensive research to inform the design of experiments regarding the longer-term physiological changes due to space flight. These discoveries could eventually help the human species to colonise the Moon or Mars (Caplan, Winnard, & Lindsay, 2017). SpaceX has already started to develop a habitable Dragon capsule to take tourists around the Moon.

In the Sustainable Future Planning Framework, “future scenarios” involve alternative future planning, voluntary measures and strategic global agreements. According to Kahn (1965), future scenario planning is a strategic planning method that can be used to make flexible long-term plans. Pauwels and Berger (1964) defined contractual futures of impossible possibilities to be part of the planning scenarios as there could be four generic alternative futures leading to continued growth, collapse, society discipline or transformative scenarios. The future scenarios could, for example, involve sustaining values to avoid a collapse and planning for radical options, such as the development of space colonies.

In the space tourism sector, there are already some voluntary measures being taken, for example, to ensure operational-level security, as well as global agreements, such as the Paris Agreement (2016) on climate change, to be followed. However, there needs to be a further legal framework to decide on the most prominent issues, such as the definition of outer space and the demarcation of a boundary between outer space and airspace, which is currently governed by different legal regimes, but not commonly agreed upon. Space tourism will be a private sector participator in the space environment besides the previously exclusive national and military usage, causing many legal issues to be resolved quickly or alternatively voluntarily pursued. These issues include, for example, voluntary guidelines for space debris, equitable access and the use of the Geostationary Orbit commonly used by communication satellites, a mechanism for settlements of disputes and a regulated flow of technologies (Sharma, 2011).

The Sustainable Future Planning Framework will be subjected to empirical research by the author within the next few years. In a hermeneutically oriented mixed-methods research design, both qualitative and quantitative data on space tourism will be gathered and analysed. In order to provide in-depth understanding of this new phenomenon and to strengthen the theoretical framework, five space tourism professionals will be interviewed. To engage space tourism professionals in the discussion on sustainable space tourism development, a Delphi technique panel questionnaire will be completed with approximately 20 participants. Finally, a detailed quantitative questionnaire will be targeted at a wider audience of approximately a thousand people to gather data on the public opinion of space tourism. The findings will assist in formulating in-depth knowledge of this new tourism industry sector and introduce new perspectives on achieving a sustainable future in space tourism.

Conclusion

This article has explored sustainable ways of operating in relation to space tourism. The focus was on environmental sustainability, however the aspects of economic and social sustainability were also given some consideration. Forecasting the future is always uncertain, but with an active attitude the future development of this new adventure tourism sector can have a purpose-built focus. The attitude can be critical, but also adaptive by developing different scenarios and taking actions in relation to predicted consumer megatrends. As a new phenomenon often starts with almost science fiction-style idea creation followed by elite awareness, the mass will eventually follow.

For decades, aviation has been the main pollutant of the tourism industry by causing various environmental impacts, such as CO₂ emissions. The space tourism industry will increase these levels drastically if the current energy sources remain the same. Currently, to reach earth orbit, a rocket must accelerate over 20 times faster than the cruising speed of a passenger jet using energy that rockets carry in the form of propellants. The sustainable actions accomplished with other substances will simply not be enough to justify the emissions caused by space vessel launches.

There is ongoing research on alternative fuels that would have an enormous impact on the amount of emissions created by space tourism. By finding the most energy-efficient and recyclable way of operating, space tourism companies can eventually start to introduce this new way of travelling to the mass tourism market. Meanwhile the sustainable planning in space tourism should concentrate on a “cradle to grave” life design, planning the ground-based facilities with a sustainable approach and operating all functions as efficiently, in terms of energy and resources, as possible.

As tourism was originally seen to coexist with its environment, the research models concentrating on new resources and survival planning are able to open up new environment-based discussions in the space tourism discourse. Similarly to Butler’s (1980) Tourism Area Life Cycle model, the Sustainable Future Planning Framework, introduced in this article, can be used to assist the process of future destination development. The framework acts within the procedural tourism planning tradition of targeting “sustainability, planning, weak signals and future scenarios” to act in synergy to achieve sustainable future planning.

In the Sustainable Future Planning Framework, “planning” involves governmental legislation and action plans, scientific understanding as well as modelling and databases. “Sustainability” involves operational actions, environmental assessments and indicators as well as alternative fuels. “Weak signals” include the types of signals, tourism trends and technological innovations, and “future scenarios” involve alternative future planning, voluntary measures and strategic global agreements.

For example, weak signals emerge from the postmodern lifestyle behavioural trends or from the new technological discoveries and inform processes to adapt a different future. The infrastructure needed for the start of the commercial space tourism industry is in an ongoing development stage and at this stage it is still possible to influence the sustainable values and actions to be included at all operational levels. Over the next few years, there will be more mixed-methods research to come with a view to introducing new perspectives to achieve sustainability in space tourism and to update the elements possibly lacking from the Sustainable Future Planning Framework.

Sustainable planning for space tourism is challenging as it currently has an image as an adventure tourism activity for a small number of super-rich people, whose motivations for space travel may be far from environmentally conscious actions. There is therefore a need for critical thinking about whether space tourism will ever have the potential to become sustainable despite the possible efforts made. Would future space tourists, for example, be willing to pay more for their ticket if space tourism companies offered environmentally friendly options to support their long-term sustainable ways of operating?

Future thinking, project management skills and dealing with complexity and uncertainty are some of the major competencies required for governing sustainability. Controlled tourism development requires special organisational structures and regulations, and governance, cultures and resources influence the decisions made regarding the space tourism sector at both local and global levels.

Webber (2013) claims that space tourism represents an idealised experiment for international and domestic policy implementation, as it reflects an opportunity, to discover whether the private and public valuation of an environment can coexist and simultaneously generate some profits, such as measuring externalities, from the development of a fragile environment from the early state. To enhance sustainable planning and development, the space tourism industry should adopt a long-term perspective for short-term actions, and simultaneously consider different policy domains at multiple levels and embrace pragmatism as well as critical thinking.

References

- Becken, S. (2015). *Tourism and oil: Preparing for the challenge*. Bristol: Channel View.
- Beedie, P. & Hudson, S. (2003). Emergence of mountain-based adventure tourism. *Annals of Tourism Research*, 30, 625–643. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00043-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00043-4)
- Bell, W. (1997). *Foundations of futures studies: Human science for a new era. Vol. 1, History, purposes and knowledge*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Blue Origin Technology (2017). Inspired by the potential of space and the incredible human feats that technology enables. Retrieved from <http://www.blueorigin.com/technology>
- Bradbury, D. (2010). Space tourism – A final frontier worth exploring? *The Guardian. GSB Editorial Network*. 23.11.2010.
- Broderick, J. (2009). Voluntary carbon offsets: A contribution to sustainable tourism? In S. Gössling, C. M. Hall, & D. Weaver (Eds.), *Sustainable tourism futures: Perspectives on systems, restructuring and innovations* (pp. 169–199). New York: Routledge.
- Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer/Le Géographe Canadien*, 24, 5–12.
- Caplan, N., Winnard, A., & Lindsay, K. (2017). Here's what space tourism could do for science and health research. *The Conversation*. 22.6.2017.
- Carter, C., Garrod, B., & Low., T. (Eds.) (2015). *The encyclopedia of sustainable tourism*. CAB International.
- Coffman, B. S. (1997). Weak signal research, Part III: Sampling, uncertainty and phase shifts in weak signal evolution. *Journal of Transition Management*.
- Davenport, C. (2015). Space tourism is closer to taking off, but how should it be regulated? *Los Angeles Times. Business/Technology*. 24.11.2015.

- Dredge, D. (2015) Tourism and governance. In G. Moscardo & P. Benckendorff (Eds.), *Education for sustainability in tourism: A handbook for processes, resources and strategies* (pp. 75–90). New York: Springer Heidelberg.
- Dredge, D. & Jenkins, J. (2007). *Tourism policy and planning*. Brisbane: Wiley.
- Dredge, D. & Jenkins, J. (2011). *Stories of practice: Tourism planning and policy*. Surrey: Ashgate.
- Duval, T. & Hall, C. M. (2015). Sustainable space tourism: New destinations, new challenges. In C. M. Hall & S. Gössling (Eds.), *Routledge handbook of tourism and sustainability* (pp. 450–460). New York: Routledge.
- Fawkes, S. (2009). *Space tourism and sustainable development*. BIS European Developments in Space Tourism Conference. 29.11.2006.
- Getz, D. (1986). Models in tourism planning: Towards integration of theory and practice. *Tourism Management*, 7, 21–32. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(86\)90054-3](https://doi.org/10.1016/0261-5177(86)90054-3)
- Google Lunar X Prize (2017). Retrieved from <https://lunar.xprize.org/news>
- Gunn, C. A. (1979). Resources management for visitors. *Fish and Wildlife News*, 20 (Oct–Nov).
- Gunn, C. A. (1988). *Tourism planning* (2nd ed.). New York: Taylor & Francis.
- Hall, C. M. (2007). *Introduction to tourism in Australia* (5th ed.). Pearson: South Melbourne.
- Harvey, D. (1989). *The urban experience*. Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Helne, T. & Silvasti, T. (Eds.) (2012). *Yhteyksien kirja: Etappeja ekososiaalisen hyvinvoinnin polulla*. Tampere: Kelan tutkimusosasto.
- Human Spaceflight (2017). Retrieved from <http://www.virgingalactic.com/human-spaceflight>
- Kahn, H. (1965). *Thinking about the unthinkable*. New York: Horizon Press.
- Ma, M. & Hassink, R. (2013). An evolutionary perspective on tourism area development. *Annals of Tourism Research*, 41, 89–109. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.004>
- Mojic, J. & Susic, V. (2014). Planning models of sustainable tourism development destination. International Scientific Conference. The Financial and Real Economy: Towards Sustainable Growth. Faculty of Economics, University of Nis, 17.10.2014.
- Mowforth, M. & Munt, I. (1998). *Tourism and sustainability: New tourism in the Third World*. London: Routledge.
- Mowforth, M., & Munt, I. (2015). *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the Third World* (4th ed.). Abingdon: Routledge.
- Pauwels, L. & Berger, J. (1964). *The morning of the magicians*. New York: Harper Torchbooks.
- Rametsteiner, E., Pülzl, H., Alkan-Olsson, J., & Frederiksen, P. (2011). Sustainability indicator development – Science or political negotiation? *Ecological Indicators*, 11, 61–70. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2009.06.009>
- Rincon, P. (2017). Queen’s Speech: Plan Aims to Secure Space Sector. Retrieved from <http://www.bbc.com/news/science-environment-40354695>

- Saarinen, J. (2014). Transforming destinations: A discursive approach to tourist destinations and development. In A. Viken & B. Granås, (Eds.), *Tourism destination development: Turns and tactics* (pp. 47–62) Surrey: Ashgate.
- Salonen, A. (2010). *Kestävä kehitys globaalien ajan yhteiskunnan haasteena*. The University of Helsinki Research Centre.
- Sharma, G. D. (2011). *Space security: Indian perspective*. New Delhi: Vij Books.
- Sharpley, R. (2015). Sustainability: A barrier to tourism development? In R. Sharpley & D. J. Telfer (Eds.), *Tourism and development: Concepts and issues* (2nd ed.) (pp. 428–452). Bristol: Channel View.
- Smyre, R. & Richardson, N. (2015). *Preparing for a world that does not exist – yet: Framing a second enlightenment to create communities of the future*. UK: John Hunt Publishing.
- Spacesport Sweden – Your Next Adventure (2017). Retrieved from <http://www.spaceportsweden.com/mission/>
- SpaceX Updates: Reusability: The key to making human life multi-planetary (2017). Retrieved from <http://www.spacex.com/news/2013/03/31/reusability-key-making-human-life-multi-planetary>
- Sustainability 101 (2017). Retrieved from <https://www.nasa.gov/agency/sustainability/index.html>
- Uskali, T. (2005). Paying attention to weak signals – The key concept for innovation journalism. *Innovation Journalism*, 2(11), 3–17.
- Weaver, D. B. (2005). *Sustainable tourism: Theory and practise*. Oxford: Elsevier.
- Webber, D. (2013). Space tourism: Its history, future and importance. *Acta Astronautica*, 92, 138–143. <https://doi.org/10.1016/j.actaastro.2012.04.038>
- Wilkinson, P. F. (1997). *Tourism policy and planning: Case studies from the Commonwealth*. New York: Cognizant Communication.

Tväarsektorsamarbete för att sprida kunskap om ansvarsfullt resebeteende

Mia Halmén

Abstract

This study examines cross-sectoral cooperation within the field of tourism in order to disseminate knowledge on responsible tourist behavior. A Finnish cross-sectoral campaign “Liian paha olla- seen totta” (“Too bad to be true”), which aims to create awareness of child sex tourism, is used as an example case. The aim of this study is to find out how the partners of the case campaign, representing different sectors, experienced the partnership and whether a similar cooperation model could be useful in order to create awareness of different responsibility issues in tourism. A qualitative content analysis of secondary data and semi-structured interviews was conducted. According to the results, the cross-sectoral cooperation model used in the campaign was applicable, despite some challenges. It was requested that more continuous and comprehensive cooperation is needed in order to create awareness of responsible tourist behaviour. This study focused on cross-sectoral cooperation only in the context of disseminating knowledge, but according to the results, cross-sectoral cooperation could be used to promote responsible tourism on a wider scale.

Keywords: Cross-sectoral partnership, cross-sectoral partnership platforms, responsible tourism, child sex tourism

Introduktion

Dagens resenärer möter en hel del etiska problem som de borde ha kunskap och kapacitet att agera rätt om (Figuerola & Waitt, 2013; Kalmari & Kelola, 2009), men hur försäkras man att resenären har den kunskap som krävs för att möta dessa problem ansvarsfullt? Förenta Nationernas turismorganisation, UNWTO, poängterar att en väsentlig del inom hållbar turism är att öka resenärernas medvetenhet om hållbarhetsfrågor och att främja hållbara vanor bland dem (UNWTO, 2015). Ansvarsfull och hållbar turism har argumenterats vara på alla turismaktörernas ansvar (Goodwin, 2017; Stanford, 2006; Swarbrooke, 1999), och speciellt tvärasektorsamarbete kring hållbarhetsfrågor efterlyses (Albrecht, 2013; Bramwell & Lane, 2000), men på vems ansvar är det att sprida kunskap om ansvarsfullt resebeteende till resenärer och hur borde det

utövas? I denna undersökning ligger intresset i att undersöka ifall tvärsektorsamarbete kunde vara ett fungerande sätt att sprida kunskap om ansvarsfullt resebeteende.

Ett exempel på att tvärsektoriellt sprida kunskap om ansvarsfull turism är kampanjen *Liian paha ollakseen totta* (framöver förkortat LPOT), som har som mission att motverka sexturism som riktar sig på barnoffer genom att sprida kunskap om fenomenet. Syftet med denna undersökning är att få reda på ifall samarbetsmodellen i LPOT är fungerande för kunskapsspridning om ansvarsfullt resebeteende i en större utsträckning. För att uppnå syftet har tre forskningsfrågor formulerats:

1. Hur upplevdes samarbetsmodellen i kampanjen LPOT som kunskapsspridningsmetod?
2. Hurudant behov/intresse finns till fortsatt tvärsektorsamarbete för att sprida kunskap om ansvarsfullt resebeteende?
3. Hur borde samarbetet byggas upp för att optimera kunskapsspridningen till resenärer?

Artikeln påbörjas med att diskutera vad ansvarsfull turism innebär, hur det förhåller sig till hållbar turism, och på vems ansvar det är att främja ansvarsfull turism. Där efter diskuteras själva resenärens roll i ansvarsfull turism, och hur man genom kunskapsspridning kan påverka resenärernas beteende. Även olika teorier gällande tvärsektorsamarbete presenteras, bland annat Selsky och Parkers (2010) tvärsektorsamarbetsplattformar, vilka kommer att användas till att få en mer strukturerad förståelse av samarbetsmodellen i kampanjen LPOT, samt till att evaluera framtida samarbetsmöjligheter. För att uppnå undersökningens syfte används en kvalitativ innehållsanalys av semi-strukturerade intervjuer, där LPOT kampanjens samarbetsparter som representerar olika sektorer fungerar som informanter.

Bakgrund

Hållbar turism (*sustainable tourism*) och ansvarsfull turism (*responsible tourism*) är båda termer som används i litteratur för att beskriva turism som strävar efter en ”bättre framtid”. Termen hållbar turism bygger på definitionen av hållbar utveckling, och delas ofta i tre dimensioner: 1) ekonomisk hållbarhet 2) sociokulturell hållbarhet och 3) miljömässig hållbarhet (Edgell, 2016; Hall, 2000; Mihalic, 2014; Swarbrooke 1999; UNWTO, 2015). Det har dock argumenterats att hållbar turism saknar konkreta riktlinjer och är för teoretisk för att tillämpas i praktiken (Higgins-Desbiolles, 2010; Mihalic 2014). Utöver det anses turism i stort sett vara ohållbart (Higgins-Desbiolles, 2010; Michalic, 2014) och därmed kan hållbar turism enbart ses som ett ändamål man strävar till genom ansvarsfullt beteende (Edgell, 2016; Michalic, 2014). Ansvarsfull turism argumenteras därmed vara praktiska åtgärder som strävar efter att nå hållbarhet (Edgell, 2016; Goodwin, 2017; Michalic, 2014; Stanford, 2006). Eftersom kunskapsspridning för att motverka barnsexturism kan ses som en praktisk åtgärd för att uppnå social hållbarhet, kommer litteratur om ansvarsfull turism att tillämpas i denna undersökning. Ytterligare har *The International Center for Responsible Tourism*, som definierar ansvarsfull turism utgående från *Cape Town Declaration 2002*, skapat riktlinjer för ansvarsfull turism för att uppnå ekonomisk, miljömässig och sociokulturellt hållbarhet, och i riktlinjerna för sociokulturellt hållbarhet lyfts uttryckligen fram att man bör bekämpa sexuellt utnyttjande av människor, särskilt barn (*International Conference on Responsible Tourism in Destinations, 2002*). Skillnaden och förhållandet mellan

hållbar turism och ansvarsfull turism har trots allt inte definierats innan nyligen. Dessa termer har använts parallellt i turismundersökning en längre tid, och därför används även tidigare forskning om hållbar turism för att få en djupare förståelse om ämnet som forskas.

Eftersom turism i sig är ett tvärsektoriellt fenomen, bör även ansvarsfull turism främjas av diverse turismaktörer. Goodwin (2017) poängterar att ansvarsfull turism kräver att den privata sektorn, regeringar, lokalbefolkningen och turister, alla vidtar åtgärder för att göra turismen mer hållbar. Utöver dessa aktörer lyfter Swarbrooke (1999) fram även den ideella sektorn och media som nyckelaktörer för att uppnå hållbar turism. Trots att läroanstalter inte vanligtvis klassificeras som väsentliga turismaktörer, har turismutbildningens betydelse för ansvarsfull turism noterats i litteratur (Belhassen & Caton, 2011; Edgell 2016; Hatipoglu, Ertuna & Sasidharan, 2014; Schweinsberg, Wearing & McManus, 2013). Förutom att dessa aktörer bör alla enskilt agera ansvarsfullt, efterlyses samarbete bland olika aktörer (Graci 2013; Goodwin, 2017; Swarbrooke, 1999). Bramwell och Lane (2000) och Albrecht (2013) poängterar att uttryckligen samarbete mellan olika sektorer, det vill säga den privata sektorn, offentliga sektorn och den ideella sektorn, behövs för att uppnå hållbara resultat. Bramwell och Lane (2000) uttrycker sig för att åtgärder för att främja ansvarsfull turism inte nödvändigtvis kräver tvärsektoriellt samarbete, men det är mer sannolikt att nå hållbara resultat genom att olika sektorer samarbetar. Samarbete kring hållbar turism har undersökts redan en längre tid, men Albrecht (2013) argumenterar för att det finns behov att undersöka noggrannare hur samarbete kring hållbar turism kan fungera på ett effektivt sätt. Även undersökning uttryckligen kring tvärsektoriellt samarbete för att främja hållbarhet inom turism efterlyses (Albrecht, 2013). Eftersom kampanjen LPOT är ett tvärsektoriellt samarbetsprojekt för att bekämpa barns sexturism och därmed främja social hållbarhet, möter denna undersökning i viss mån både behovet av att studera hur samarbete för att uppnå hållbarhet inom turism kunde fungera på ett effektivt sätt, samt behovet av att studera tvärsektoriellt samarbete för att främja hållbar turism.

Resenären är en väsentlig aktör inom ansvarsfull turism (Goodwin, 2017; Stanford, 2006, Swarbrooke, 1999), men det kan vara svårt för resenären att veta hur man agerar ansvarsfullt. (Figuerola & Waitt, 2013; Kalmari & Kelola, 2009; Stanford, 2006). Stanford (2006) lyfter fram både interna och externa faktorer som påverkar huruvida resenären beter sig ansvarsfullt. De interna faktorerna är värderingar, etik, motivation, kultur och medvetande, medan de externa faktorerna är olika uppförandekoder (*codes of conduct*), besökshantering (*visitor management*), marknadsföring och kunskap. Förenta Nationernas turismorganisation, UNWTO, poängterar att en väsentlig del inom hållbar turism är att öka resenärernas medvetenhet om hållbarhetsfrågor och att främja hållbara vanor bland dem (UNWTO, 2015). Kunskapsspridning om ansvarsfull turism ligger med andra ord till stor del på turismaktörernas ansvar. Olika sätt att sprida kunskap är bland annat olika uppförandekod, genom marknadsföring och övrig kommunikation, via media (Stanford, 2006) eller social media (Gonzalo, 2013). Miller (2010) påpekar dock att information om hållbarhetsfrågor inte nödvändigtvis räcker till för att motivera resenärer till mer ansvarsfullt beteende, utan det måste finnas en känsla av att även andra resenärer, den offentliga sektorn och privata sektorn bär sitt ansvar. Syften med kampanjen LPOT är att sprida kunskap om hur man som resenär kan bekämpa barns sexturism, och budskapet är att alla aktörer som deltar i kunskapsspridningen fördömer barns sexturism ”på en gemensam front”. Detaljerna för kampanjen beskrivs i kapitlet ”Metod”.

Tvårsektorsamarbete

Det har blivit märkbart populärare med samarbete bland aktörer från olika sektorer under de senaste årtionden (Austin & Seitanidi, 2014; Barroso-Méndez, Galera-Casquet & Valero-Amaros, 2015), och ämnet har undersökts inom olika forskningsgrenar redan en längre tid (Crane & Seitanidi, 2013). Tack vare detta, finns det mångsidig kunskap om fenomenet, men även ett mångsidigt utbud av begrepp som används parallellt i litteraturen för att förklara samma fenomen med små variationer i sina särdrag. I denna artikel kommer tvårsektorsamarbete att användas som ett övergripande begrepp för att förklara samarbete där de olika parterna representerar olika sektorer. Ofta framkommer det engelska ordet "social" i samband med begrepp som definierar tvårsektorsamarbete, så som "social partnerships" (Seitanidi & Crane, 2013) eller "social alliances" (Berger, Cunningham & Drumwright, 2004, 2006). Detta må bero på att tvårsektorsamarbete har enorm potential att möta olika samhällliga problem (Barroso-Méndez et al., 2015), och används ofta för det ändamålet (Andrew & Entwistle, 2010; Bryson, Crosby & Stone, 2006). Även Selsky och Parker (2005, 2010) använder sig av ett begrepp som inkluderar ordet "social" – *Cross Sectoral Social Partnership*, CSSP – vilket definieras som tvårsektorprojekt där representanter från olika sektorer samarbetar uttryckligen för att möta ett samhälligt problem. Kampanjen LPOT är ett samarbetsprojekt som byggts upp kring ett samhälligt problem, och därför tillämpas till en stor del litteratur om CSSP för att förstå samarbetet i kampanjen.

Selsky och Parker (2010) definierar samhällliga frågor eller problem (*social issues*) som behov som uppstår i samhället, och som fått offentlig uppmärksamhet och har därför märkbar påverkan på hur samhällliga resurser mobiliseras. Samhällliga frågor är något som aktörer från alla sektorer möter och bör reagera på. Press till att reagera på samhällliga frågor kan uppstå från den allmänna opinionen eller från olika intressentgrupper (Selsky & Parker, 2010). Då det upplevs att samhällliga frågor och problem inte kan lösas av en sektor ensam, uppstår behov för tvårsektorsamarbete (Crane & Seitanidi, 2013). För att tvårsektorsamarbete kan uppstå krävs att de olika samarbetsparterna är ömsesidigt intresserade av att möta samma samhällliga problem, men intressenivån kan variera (Waddock, 1988).

Det finns olika uppläggningar till tvårsektorsamarbete: 1) privat-ideell, 2) privat-offentlig, 3) offentlig-ideell, 4) privat-ideell-offentlig (Crane & Seitanidi, 2013). Det finns även olika nivåer på tvårsektorsamarbete, som kan sammanfattas tydligt i form av Austins (2000) samarbetskontinuum (skribentens översättning av *collaboration continuum*). Kontinuumet innefattar fyra olika nivåer: I) den filantropiska, II) den transaktionella, III) den integrativa (Austin, 2000) och IV) den transformerande (Austin & Seitanidi, 2012) (figur 1). Den filantropiska nivån innefattar samarbete där enbart den ena parten beviljar resurser, ofta ekonomisk stöd i form av donationer, till den andra parten, medan den transaktionella nivån strävar efter ömsesidig beviljande av resurser och ömsesidig nytta. Den integrativa nivån var ursprungligen den högsta nivån i kontinuumet och innebär partnerskap där båda parterna har integrerat samarbetets målsättningar i sin mission och verksamhet. Senare har kontinuumet fått en fjärde nivå som innefattar samarbete på en ännu djupare nivå med avsikt att skapa samhälllig förändring (Austin & Seitanidi, 2012). I vissa fall kan samarbetsförhållanden utvecklas med tiden från en nivå till en annan (Austin, 2000).

Figur 1. Skribentens visualisering av nivåerna på Austin och Seitanidis (2012) samarbetskontinuum.

Tvärsektorsamarbete utövas för att skapa någon form av mervärde för samarbetsparterna och/eller någon annan (Austin & Seitanidi, 2014). Ofta handlar det om att möta samhällets behov, samtidigt som de olika parterna erhåller någon form av nytta av partnerskapet. Även riskdelning är en vanlig orsak att gå med i tvärsektorsamarbete (Fadeeva, 2004).

Austin och Seitanidi (2014) presenterar olika teman som definierar ett lyckat partnerskap. Det poängteras bland annat att bygga upp ett gemensamt tankesätt kring värdebildning mellan samarbetsparterna är en väsentlig del av ett lyckat partnerskap. Med andra ord är det viktigt att parterna vet vad som målsättningen med partnerskapet är och hurudant mervärde eftersträvas. Det är även väsentligt att kunna bedöma ifall målsättningarna uppnåtts. Övriga teman som definierar lyckat partnerskap är bland annat val av lämpliga samarbetsparter, relationsbildning och skapande av förtroende mellan parterna. (Austin & Seitanidi, 2014.) Barroso-Méndez et al. (2015) lyfter fram ytterligare engagemang, inläring och funktionella konflikter som element som leder till framgång inom tvärsektorsamarbete.

Det finns även en hel del utmaningar som måste tas i beaktande för att partnerskapet kan lyckas (Babiak & Thibault, 2009; Barroso-Méndez et al., 2015). Utmaningar kan framkomma redan vid planeringsskedet av tvärsektorsarbetet, eftersom de olika parterna kan ha olika erfarenheter, uppfattningar och önskemål om problemet eller partnerskapet (Warner & Sullivan, 2004). Övriga utmaningar som kan framkomma inom tvärsektorsamarbete är bland annat kommunikationsproblem, obalans i maktförhållanden (Babiak & Thibault, 2009), ojämn fördelning av kostnader och fördelar, misstro, missförståelse, opassande samarbetsparter (Berger et al., 2004) och opportunistiskt beteende (Barroso-Méndez et al., 2015). Bramwell och Lane (2000) poängterar vikten i att kritiskt evaluera partnerskap, eftersom de på grund av deras komplexa karaktär inte alltid leder till önskade resultat.

Tvärsektorsamarbetsplattformar

Selsky och Parker (2010) använder sig av tre olika plattformar för att förklara och identifiera olika modeller till tvärsektorsamarbete. Plattformarna är avsedda för att användas som praktiska redskap då man planerar tvärsektorsamarbete, men det poängteras att plattformarna även kan användas av forskaren för att få en strukturerad förståelse av tvärsektorsamarbetsprojekt. Genom att förklara existerande partnerförhållanden med hjälp av dessa plattformar, är det lättare

att planera sin framtid med de önskade villkoren och målsättningarna. De tre plattformarna är: 1) *resource-dependence platform*, 2) *social-issue platform*, 3) *societal-sector platform*. Framöver i artikeln kommer svenska motsvarigheter för dessa termer att användas, som i detta fall har översatts till: 1) resursbaserad plattform, 2) problembaserad plattform, 3) samhällsbaserad plattform. I tabell 1 presenteras och jämförs dimensioner för samtliga tvärsektorsamarbetsplattformar. Tabellen har översatts och förenklats av Selsky och Parkers motsvarighet (2010, s. 30) till att bättre möta undersökningens behov. Tabell 1 kan användas till att med hjälp av dimensionerna placera partnerskap i rätt plattform.

Tabell 1. Dimensioner för tvärsektorsamarbetsplattformar. (Översatt och modifierad version av Selsky & Parker, 2010, s. 30.)

DIMENSION	RESURSBASERAD PLATTFORM	PROBLEMBASERAD PLATTFORM	SAMHÄLLSBASERAD PLATTFORM
Huvudsakligt intresse	Eget intresse i fokus, samhällelig nytta en biprodukt	Samhälleliga problemet i fokus	Både eget intresse och intresse för samhällelig nytta
Kontextuella faktorer	Press att prestera enligt egen mission	Press att möta sitt sociala ansvar	Press att möta branschens komplexitet och turbulens
Vem definierar problemet?	Alla aktörer definierar problemet på sitt eget sätt	Problemet definieras externt	Problem definieras utgående från samhällets behov och kan ändras med tiden
Beroende	Behålla självständighet	Hanterar ömsesidigt beroende	Integrerar ömsesidigt beroende
Tidsram	Begränsad, partnerskapet upphör då egna resultaten är uppnådda	Beror på samhälleliga behov/ problemet	Långvarig och obegränsad
Sektorernas roll	Alla sektorer har sina egna bestämda roller, samarbetar för att möta egna problem	Samarbetar då sektorerna inte klarar av att uppfylla sina egna roller inom samhället	Sektorerna har inga distinkta roller, meningen är att olika sektorer samarbetar
Tidsbetoning	Förflutna	Nutid	Framtid

Metod

LPOT (*Liian paha ollakseen totta*) är en informationsspridningskampanj som har som mission att motverka sexturism som riktar sig på barnoffer genom att sprida information om fenomenet. Kampanjen påbörjades 2014, och styrs av föreningen *Reilun matkailun yhdistys* (framöver förkortat RMY) som är verksam i Finland och har som mission att främja ansvarsfull turism genom att sprida kunskap både till resenärer och inom turismindustrin. Huvudbudskapet med kampanjen LPOT är att alla turismaktörer som deltar i kunskapsspridningen fördömer barnsexturism ”på en gemensam front” och genom kampanjen vill man sprida kunskap om hur man som resenär kan vara med i kampen mot barnsexturism (*Reilun matkailun yhdistys*, 2014). Med barnsexturism anses turism som innefattar sexuellt utnyttjande av barn i destinationen man reser till. Sexuellt utnyttjande av barn sker runtom hela världen (Ecpat, 2015), och uppskattningsvis blir årligen 2-3 miljoner barn utsatta som offer för sexturister (*Reilun matkailun yhdistys*, 2014). Kampanjen finansierades av Utrikesministeriet, som beviljar ekonomiskt stöd till frivilligorganisationer, i detta fall RMY, för att sprida information om globala utvecklingsfrågor (Utrikesministeriet, 2014). I praktiken resulterade kampanjen i en informativ webbsida samt stark synlighet i både social och traditionell media. Som innehållsleverantör fungerade RMY, med hjälp av expertis från barnrättsorganisationen *Lasten Perusoikeudet*. De övriga samarbetsparterna inkluderar läroanstalter, media representanter och aktörer från den privata sektorn och den ideella sektorn. Samarbetsparterna presenteras i tabell 2. Dessa samarbetsparter deltog i informationsspridningen genom sina egna informationskanaler. Skribenten är RMYs viceordförande, och intresserad av tvärsektorsamarbete som metod för kunskapsspridning. Genom denna undersökning strävar skribenten efter att få en förståelse för hur samarbetsmodellen i kampanjen LPOT fungerade och huruvida tvärsektorsamarbete bör utövas även i framtiden för att sprida kunskap om ansvarsfullt resebeteende.

Tabell 2. Samarbetsparter i kampanjen LPOT.

SAMARBETSPARTER I KAMPANJEN LPOT	
Ideella sektorn	Reilun matkailun yhdistys (RMY, projektledare) Lasten Perusoikeudet ry Pelastakaa lapset Unicef Plan Suomen Hostellijärjestö ry Suomen matkatoimistoalan liitto SMAL
Privata sektorn	Apollo Aurinkomatkat Tjäreborg Carlson Wagonlit Travel (CWT) Eckerö Line Ab Oy Finnair Finnmatkat Napsu Viking Line Tallink Silja Oy
Offentliga sektorn	Utrikesministeriet (finansiär)
Läroanstalter	Helmi Liiketalousopisto Haaga-Helia
Media	Lumipallo Rantapallo Mondo

För att uppnå syftet har en kvalitativ innehållsanalys av sekundärdata och semi-strukturerade intervjuer genomförts. Kvalitativ innehållsanalys är en metod för att systematiskt förklara kvalitativ data, genom att reducera och kategorisera data, och lyfta fram det som är väsentligt med tanke på forskningsfrågorna (Elo & Kyngäs, 2008; Flick, 2013). Undersökningen påbörjades med att bekanta sig med sekundärdata, som i detta fall var LPOT kampanjens webbsidor. Datainsamlingen för primärdata utfördes i form av semistrukturerade intervjuer. Som informanter fungerade LPOT kampanjens samarbetsparter som representerar olika sektorer. Detta kan kallas för sampling som strävar efter maximal variation mellan olika informanter (Maximum variation sampling; Patton, 2002). För övrigt eftersträvades samplet bestå av så informationsrika informanter som möjligt (Intensity sampling; Patton, 2002), som i detta fall innebar aktivt engagemang i kampanjen LPOT. Denna samplingsmetod kräver alltid någon form av förhandskunskap (Patton, 2002), som i detta fall redan i viss mån existerade då skribenten är aktiv inom föreningen RMY. Valet av informanter diskuterades även med kampanjens projektledare. I tabell 3 presenteras de fem informanterna och detaljerna för intervjuerna. Den offentliga sektorn, som i kampanjen LPOT fungerade som finansiär, intervjuades inte, eftersom intresset låg i de aktiva samarbetsparternas upplevelser, som deltagit i själva kunskapsspridningen. Trots det diskuterades den offentliga sektorns roll med de övriga informanterna. Man kan konstatera

att man fått rikligt med information om forskningsobjektet och att samma huvudbudskap upprepades i alla fem intervjuer.

Tabell 3. Intervjuer: informanter och detaljer.

INFORMANT	SEKTOR/ ROLL	TIDPUNKT	LÄNGD (MIN)
Reilun matkailun yhdistys, projektledare för kampanjen LPOT	Ideell sektor	19.3.2015 kl.18:10	40:51:00
Apollo	Privat sektor	26.3.2015 kl.11:00	44:13:00
Rantapallo	Media	26.3.2015 kl.9:30	24:17:00
Helmi Liiketalousopisto	Läroanstalt	31.3.2015 kl.17:15	39:54:00
SMAL, Suomen matkatoimistoalan liitto ry	Ideell sektor	27.3.2015 kl.14:00	34:26:00

Frågeguiden byggdes upp med hjälp av sekundärdata och artikelns litteraturgenomgång, och är uppdelad i tre olika teman: 1) kunskapsspridning om ansvarsfull turism, 2) samarbetsmodellen i kampanjen LPOT, 2) framtiden. Eftersom två informanter visste från förut att forskaren är själv involverad i RMY:s verksamhet, upplevdes rättvist att berätta det för alla representanter. I intervjusituationen betonades dock forskarens minimala deltagande i praktiska arrangemangen för kampanjen LPOT. Särskild uppmärksamhet krävdes i intervjusituationen för att minimera värdeladdning, vilket eftersträvades genom att noggrant planera en neutral intervjuguide som styrde diskussionen under intervjun.

Analysprocessen framskred enligt Tuomi och Sarajärvis (2009) modell som innefattar åtta steg: 1) lyssna igenom och transkribera intervjuerna, 2) läs igenom transkriberingarna, 3) understräcka de relevanta uttrycken med tanke på forskningsfrågorna, 4) lista upp de relevanta uttrycken, 5) sök upp likheter och olikheter i de relevanta uttrycken, 6) kombinera de relevanta uttrycken till underkategorier, 7) koppla ihop underkategorierna till huvudkategorier, 8) kombinera huvudkategorierna till slutsatser. Alla tre forskningsfrågor behandlades skilt för sig.

Det finns inga entydiga verktyg för att analysera kvaliteten på kvalitativ undersökning (Kitto, Chesters & Grbich, 2008; Tuomi & Sarajärvi, 2009), men bland annat Halldórsson och Aastrup (2003) poängterar att inom kvalitativ undersökning borde kvalitet utvärderas genom att analysera undersökningens trovärdighet. Detta innebär att man analyserar undersökningens trovärdighet (*credibility*), pålitlighet (*dependability*), överförbarhet (*transferability*) och bekräftelse (*confirmability*) (Halldórsson & Aastrup, 2003). Med hjälp av bland annat triangulering kan man öka på trovärdighet (Wallendorf & Belk, 1989). I denna undersökning har triangulering skett både med tanke på informanterna och genom att triangulera med primärdata och sekundärdata. Väsentligt med tanke på trovärdighet är att den realitet som presenteras av informanterna motsvarar den verklighet som forskaren undersöker. I denna undersökning skickades forskningsfrågorna till informanterna i förväg, för att de skall kunna förbereda sig till intervjun

utgående från de frågor som undersökningen strävar efter att besvara. Pålitlighet kan förstärkas genom att vara transparent och genom att noggrant rapportera undersökningsprocessen. (Halldórsson & Aastrup, 2003), och det strävas efter i detta kapitel.

Resultat till kvalitativa undersökningar kan vara svåra att "överföras", det vill säga generaliseras (Halldórsson & Aastrup, 2003), vilket i viss mån är fallet även i denna undersökning. Med tanke på första frågan kan man konstatera att resultaten kan generaliseras till att gälla de samarbetsparter som aktivt deltog i kampanjen. Den andra och tredje forskningsfrågan hängde inte ihop med kampanjen LPOT, och där upplevdes att informanterna gav en bra allmän inblick i olika turismaktörers syn på tvärsektorsarbete och kunskapsspridning om ansvarsfull turism. Trots det kan man fråga sig ifall första forskningsfrågan och/eller deltagandet i kampanjen LPOT styrde informanternas syn gällande andra och tredje forskningsfrågan.

Till sist är det viktigt att kunna bekräfta i vilken utsträckning resultaten kan anses korrekta (Halldórsson & Aastrup, 2003; Wallendorf & Belk, 1989), det vill säga att forskarens egna uppfattningar och attityd inte påverkat resultaten. I detta fall kan man fråga sig ifall det att informanterna kände till forskarens roll i RMY bidrog till social önskvärdhet i svaren. Det finns olika sätt att förebygga dylikt beteende hos informanterna (Nancarrow, Brace & Wright, 2001), och i detta fall strävade man efter att minimera all värdeladdning genom att planera en neutral frågeguide. Ett bra sätt att få reda på ifall oärlighet framkommer är att fråga både frågor gällande informanternas åsikter och beteende (Nancarrow et al., 2001). Ett annat sätt är att använda sig av indirekt frågeteknik, som innebär att man i stället frågar hur informanten tror att någon annan skulle uppleva situationen eller bete sig i en viss situation (Nancarrow et al., 2001; Neeley & Cronley, 2004). Båda sätten har använts i intervjuerna. Genom att poängtera att intresset ligger i samarbetsmodellen, inte direkt i ansvarsfull turism eller barnsexturism, minskar ämnets känslighet, och mer ärliga svar kan förväntas förekomma. Ett ytterligare sätt att nå ärlighet bland informanterna är genom att försäkra anonymitet och behandla svaren konfidentiellt (Nancarrow et al., 2001), men detta upplevdes inte nödvändigt av någon av representanterna.

Resultat och diskussion

I detta kapitel presenteras och diskuteras resultaten. Alla tre forskningsfrågor behandlas skilt, och resultaten kopplas till den teoretiska referensramen.

Samarbetsmodellen i kampanjen LPOT som kunskapsspridningsmetod

Enligt litteratur är väldefinierade och gemensamma *målsättningar* en viktig del av lyckade partnerskap (Austin & Seitanidi, 2014; Barroso-Méndez et al., 2015). Alla informanter upplevde att kampanjen nått sina målsättningar, men det visade sig att kampanjens konkreta målsättningar, som lagts upp av RMY, inte var alldeles klara för alla informanter. Detta kan möjligen tänkas bero på kommunikationsbrist, eller på att intervjuerna utfördes cirka ett år efter att samarbetet påbörjats. Eftersom samarbetet inte krävt kontinuerligt engagemang var målsättningarna inte nödvändigtvis i färskt minne. Vikten i att kunna bedöma ifall partnerskapet har nått sina målsättningar betonas i litteratur (Austin & Seitanidi, 2014). Inför denna kampanj hade man inte lagt upp konkreta indikatorer som skulle definiera ifall samarbetet och kampanjen var lyckad,

trots att samarbetsparterna var nöjda med kampanjen. Två informanter lyfte även fram att det är omöjligt att säga ifall kampanjen haft någon inverkan i praktiken. I möjliga framtida samarbetsprojekt vore det viktigt att målsättningarna definieras mer konkret, kommuniceras noggrannare till alla samarbetsparter och evalueras i efterhand enligt väldefinierade indikatorer.

Gemensamma värden och gemensamt tankesätt kring värdebildning är viktigt inom tvärsektorsamarbete (Austin & Seitanidi, 2014; Barroso-Méndez et al., 2015). Undersökningens resultat påvisar att gemensamt tankesätt kring själva problemet barnsexturism, kunskapsspridning och värdebildning fanns i kampanjen LPOT. Alla upplevde att problemet som kampanjen behandlade var ytterst viktigt, och att kampanjens huvudsakliga målsättning är kunskapsspridning, medan kampanjen upplevdes ge mervärde för samarbetsparterna bland annat genom att förstärka deras image. Alla informanter upplevde även att kunskapsspridning om dylika problem är på hela turismbranschens ansvar. Trots att kampanjens imagenyttan noterades av alla informanter, verkade det som om alla faktiskt upplevde det endast som en biprodukt. Kampanjen LPOT har med andra ord lyckats med att skapa en samarbetsmodell där gemensamt tankesätt kring värdebildning existerar.

Val av *lämpliga samarbetsparter* (Austin & Seitanidi, 2014) och *gott förtroende* mellan dem (Austin & Seitanidi, 2014; Barroso-Méndez et al., 2015) är även viktiga indikatorer för lyckat tvärsektorsamarbete. Alla informanter upplevde att nätverket var väl uppbyggt och innefattade väsentliga samarbetsparter med tanke på kampanjens syfte. Det visade sig att de olika samarbetsparterna inte hade haft kontakt sinsemellan angående kampanjen, utan var och en hade skilt för sig haft kontakt med RMY, men det ansågs inte som ett problem. Alla upplevde ha ett bra förhållande med RMY vilket kan tänkas vara mest väsentligt inom denna kampanj då RMY styrde det hela. Representanten för RMY påpekar att ifall man hade mer resurser, kunde man ha "nätverket" starkare med de olika parterna.

I artikelns litteraturgenomgång togs även upp olika *utmaningar* gällande tvärsektorsamarbete, och av dessa utmaningar kom en del, så som brist på resurser, kommunikationsproblem, olika erfarenheter av problemet och olika önskemål för partnerskapet, fram även i kampanjen LPOT. Trots att de övriga samarbetsparterna upplevde att samarbetet fungerade problemfritt, upplevde RMY att det fanns en del brister i gällande kommunikation och engagemang. En del av kampanjens samarbetsparter deltog inte i kunskapsspridningen så som ursprungligen planerats. Orsaken till att RMY:s uppfattning om kommunikation och engagemang bland samarbetsparter skilde sig från de övriga informanterna kan förklaras med att undersökningens sampel valdes att bestå av så informationsrika informanter som möjligt, vilket i detta fall krävde aktivt engagemang i kampanjen. Därmed kan man konstatera att informanterna kanske inte representerade populationen, det vill säga alla samarbetsparter, på bästa möjliga sätt gällande engagemang. Med de samarbetsparterna som engagerade sig i kampanjen så som planerat, upplevde även RMY att samarbetet var lyckat. Enligt Barroso-Méndez et al. (2015) är engagemang en viktig indikator gällande framgång inom privat-ideell partnerskap, men i kampanjen LPOT kan man konstatera att alla samarbetsparter inte har varit likvärdigt engagerade, vilket kan tänkas påverka samarbetets framgång i viss mån.

Missförstånd och *misstro* räknas också som utmaningar inom tvärsektorsamarbete (Berger et al., 2004). I planeringsskedet av kampanjen uppstod missförstånd gällande tidigare insatser för att motverka barnsexturism. En informant poängterade att de redan en längre tid har jobbat för att motverka fenomenet, och betonade vikten i att man alltid skall komma ihåg att lyfta fram tidigare insatser och inte ta äran av det som någon annan redan gjort. Informanten poängterar dock att efter några möten insågs att LPOT och informantens tidigare insatser stöder varandra. En annan liten konflikt uppstod i början av kampanjen då en informant, som representerar en vinstdrivande aktör, erbjöd att ta hela kampanjens webbsida under sin egen webbsida och bära alla dess kostnader. Detta upplevdes inte passande av andra samarbetsparter. Berger et al. (2004) poängterar att ojämn fördelning av kostnader och fördelar även är en utmaning inom tvärsektorsamarbete, och i detta fall kunde man tänka sig att den enskilda parten skulle ha fått orättvist mycket synlighet jämfört med de andra samarbetsparterna. Barroso-Méndez et al. (2015) lyfter fram att funktionella konflikter, det vill säga konflikter eller utmaningar som man lyckas lösa på ett konstruktivt sätt, leder till framgång inom tvärsektorsamarbete. I kampanjen LPOT behandlades, enligt denna undersökning, de utmaningar som uppstod på ett konstruktivt sätt. Eftersom informanterna var nöjda med kampanjen och gärna fortsätter med tvärsektorsamarbete kan man kalla de konflikter som uppstod ”funktionella”. Den enda utmaningen som utgående från resultaten blev obehandlad var kommunikationsproblemen och brist på engagemang bland en del samarbetsparter, men där upplevde projektledaren att RMY fått en inlärning och vet därmed att i framtiden måste spelreglerna vara tydligare från första början.

På Austins (2000) samarbetskontinuum kan man argumentera att kampanjen LPOT ligger antingen på den transaktionella eller integrativa nivån. Den transaktionella nivån strävar efter ömsesidigt beviljande av resurser och ömsesidig nytta, vilket definitivt var fallet i LPOT. Alla (aktiva) parter deltog i kunskapsspridning, det vill säga beviljade ”kommunikationsresurser” och synlighet till kampanjen, och alla fick använda kampanjen i sin marknadsföring och dra imagenytta av att vara med. Den integrativa nivån innebär partnerskap där samarbetsparterna har integrerat samarbetets målsättningar i sin mission och verksamhet. Detta kan högst antagligen underskrivas i någon utsträckning av alla samarbetsparter då socialt ansvar kännetecknar i någon form åtminstone alla informanternas verksamhet. Av Selsky och Parkers (2010) tvärsektorsamarbetsplattformar skulle kampanjen placeras i den problembaserade plattformen, eftersom kampanjen var starkt byggt upp kring ett problem, det vill säga barnsexturism. Samarbetet uppstod då man insåg att problemet inte går att förebyggas enbart av en sektor, och alla aktörer upplevde ha ett socialt ansvar att vara med om att förebygga problemet. Dessa element är kännetecknande för den problembaserade plattformen. Samarbetet ledde till att de olika (aktiva) parterna blev i viss utsträckning ömsesidigt beroende av varandra men beroendeskapet är enbart förknippat med kampanjen. Trots att samarbetsparterna beviljade resurser, det vill säga synlighet, till kampanjen kan samarbetet inte förklaras med hjälp av den resursbaserade plattformen, eftersom behovet till samarbetet uppstått utanför själva samarbetsparterna och eftersom alla samarbetsparter uttrycker att motverkandet av barnsexturism är samarbetets huvudsakliga målsättning.

Behov och intresse för tvårsektorsamarbete för att sprida kunskap om ansvarsfullt resebeteende

Bramwell och Lane (2000) och Albrecht (2013) efterlyser samarbete bland olika sektorer då man eftersträvar hållbarhet inom turism. Enligt undersökningens resultat finns det både behov och intresse för tvårsektorsamarbete även i framtiden. Alla informanter instämmer även UNWTO (2015) i att kunskapsspridning spelar en viktig roll inom ansvarsfull turism, och att det finns behov av att sprida kunskap om ansvarsfullt resebeteende. Två representanter upplevde dock att även för de resenärer som har kunskap om ansvarsfullt beteende, påverkar det inte nödvändigtvis köpbeslutet, då priset upplevs vara en mer avgörande faktor. Tre informanter upplevde att det är viktigt att sprida kunskap till resenärer om ansvarsfull turism för att de skall kunna efterfråga ansvarsfulla turismprodukter av den privata sektorn. Det poängteras att behov av mer kunskap finns, men den privata sektorn måste också erbjuda ansvarsfulla produkter och därmed göra ansvarsfulla val möjliga.

Alla informanter upplever att kunskapsspridning om ansvarsfull turism är hela branschens ansvar. Speciellt den privata sektorn och ideella sektorn upplevdes ha ett stort ansvar gällande kunskapsspridning. Däremot upplevdes att den offentliga sektorn bör fungera som auktoritet och övervaka att allt går rätt till. Läroanstalternas roll lyftes upp enbart av läroanstaltsrepresentanten och medias roll enbart av medierepresentanten, vilket kan tänkas bero på att läroanstalter och medier inte direkt ses som turismaktörer. Som utmaningar inom kunskapsspridning upplevdes den ideella sektorns resursbrist, och den privata sektorns ”rädsla” att lyfta fram negativa teman och därmed bli förknippad med negativa fenomen. Båda dessa utmaningar kunde tacklas med tvårsektorsamarbete, då tvårsektorsamarbete kan användas både till att dela på resurser (Austin & Seitanidi, 2010) och för att dela på risker (Fadeeva, 2004), som i detta fall innebär riskdelning gällande negativ image.

Hur borde tvårsektorsarbetet byggas upp?

Den tredje forskningsfrågan handlade om hur tvårsektorsamarbete i framtiden borde byggas upp för att optimera kunskapsspridningen till resenärerna. Själva samarbetsmodellen, det vill säga ramar för tvårsektorsamarbete, definierades på lite olika sätt av de olika informanterna. Gemensamt med alla definitioner var att alla sektorer skall finnas med, det måste finnas en ickekommersiell aktör som styr samarbetet och att i idealfall skulle alla delta i att finansiera tvårsektorsamarbetet. Orsaken till att det önskades att en ickekommersiell aktör styr samarbetet är att ingen kommersiell aktör skulle dra orättvis ekonomisk nytta av samarbetet. Berger et al. (2004) påpekar att ojämn fördelning av kostnader och fördelar är en utmaning inom tvårsektorsamarbete, och utmaningen gällande fördelar kunde med andra ord tacklas genom att samarbetet styrs av en ickekommersiell aktör. Vad som gäller samarbetets kostnader och finansiering, upplevdes att motsvarande projektfinansiering som i kampanjen LPOT kunde användas i framtiden, eller alternativt kunde alla aktörer dela på kostnaderna. En informant föreslog att man kunde ansöka om projektfinansiering till exempel från Arbets- och näringsministeriet för att bygga upp en fungerande samarbetsmodell, men när man har fått uppbyggt någon färdig ram borde verksamheten finansiera sig själv, till exempel genom medlemsavgifter.

Utöver de aktörerna som deltog i kampanjen LPOT nämndes att tvärsektorsamarbetet kunde involvera aktörer som är ”allmänt relevanta och intresserade”. Exempel som togs upp var bland annat resebloggare och offentliga personer. Både RMY och SMAL (Suomen matkatoimistoalan liitto) diskuterades som möjliga aktörer till att styra samarbetet i framtiden; RMY tack vare dess expertis inom ansvarsfull turism och SMAL tack vare dess breda nätverk av turismaktörer som sina medlemmar. Det lyftes dock fram att SMAL inte är den enda takorganisationen inom turism i Finland, utan att olika nätverk redan existerar och ett sätt att styra samarbete kunde vara att de redan existerande takorganisationerna skulle diskutera sinsemellan och möjligen samla ihop någon styrningsgrupp. Denna kunde ansvara för informationsspridning och arrangemang av olika evenemang.

Tre informanter upplevde att tvärsektorsarbete i framtiden borde utnyttjas till att främja och sprida kunskap om ansvarsfullt resebeteende. Utöver barnsexturism föreslogs teman som djurskydd, miljöskydd eller människorättsfrågor. Dessa teman kan alla ses som samhällseliga problem, och enligt bland annat Barroso-Méndez et al. (2015), Selsky och Parker (2010), Andrew och Entwistle (2010) och Bryson et al. (2006) har tvärsektorsarbete uttryckligen potential att möta olika samhällseliga problem. En informant uttryckte sig att tvärsektorsarbete inom turismen kunde användas till många andra saker än bara kunskapsspridning. En annan informant understödde detta och poängterade att ansvarsfull turism inte borde vara någon specifik nisch inom turism utan integreras i all turismverksamhet. I intervjuerna lyftes även fram att olika samlarbetsprojekt som strävar efter ansvarsfull turism redan existerar runtom i världen, och ett alternativ kunde vara att utöva benchmarking eller samlarbeta med redan existerande projekt. Det upplevdes trots allt viktigt att information finns tillgänglig på finska och svenska i Finland.

Utgående från resultaten kan man konstatera att det inom turismbranschen finns behov och intresse till att utöva tvärsektorsarbete som kunde placeras i den samhällsbaserade plattformen av Selsky och Parkers (2010) tvärsektorsarbets-plattformar. I praktiken skulle det handla om långvarigt och obegränsat samlarbeta där de olika samlarbetsparterna blir ömsesidigt beroende av varandra i sin verksamhet. Med tanke på kunskapsskridning om ansvarsfull turism upplevdes ansvaret ligga på hela branschen, inklusive alla sektorer. Kännetecknande för den samhällsbaserade plattformen är uttryckligen att det upplevs att olika sektorer inte har distinkta roller utan att det är meningen att olika sektorer samlarbeta. Samlarbeta inom den samhällsbaserade plattformen kännetecknas även av att problemet man strävar efter att möta definieras utgående från samhällets behov och kan ändras med tiden. I denna undersökning framkom att det inom turismbranschen finns intresse att utöva tvärsektorsarbete för att möta varierande samhällseliga problem, vilket även tyder på att samlarbetet i framtiden önskas utövas inom ramarna för den samhällsbaserade plattformen. Med andra ord upplevs det inom turismbranschen finnas behov till tvärsektorsarbete som på Austins (2000) samlarbetskontinuum kunde placeras på den transformerande nivån. Samlarbeta på den transformerande nivån innebär samlarbeta med avsikt att skapa samhällselig förändring, och i undersökningen framkom tydligt en ömsesidig vilja att tillsammans jobba för en mer hållbar framtid inom turismbranschen.

Slutsatser

Samarbetsmodellen i kampanjen LPOT upplevdes som fungerande med tanke på kunskaps-spridning, och modellen kunde vara användbar även i framtiden för att öka resenärernas medvetenhet om ansvarsfullt resebeteende. Alla sektorer upplevde att det finns både intresse och behov till fortsatt tvärsektorsamarbete och att samarbete gärna skulle få vara mer kontinuerligt och omfattande. Samarbetsmodellen visade sig dock ha en del brister som bör beaktas då man planerar framtida samarbetsprojekt, eller även mer kontinuerligt samarbete. Samarbetets målsättningar och samtliga samarbetsparternas roller bör vara noggrant överenskomna i förväg, indikatorer för att evaluera samarbetet bör finnas, kostnaderna och fördelarna av tvärsektor-samarbetet bör delas jämt och samarbetet bör styras av en ickekommersiell aktör.

Utgående från undersökningens resultat föreslås att dylika kampanjer förverkligas även i framtiden. Teman som djurskydd, miljöskydd eller människorättsfrågor kunde behandlas på motsvarande sätt. Även internationellt samarbete gällande kunskapsspridning rekommenderas. Utöver det föreslås att man inom turismbranschen i Finland ytterligare skulle fokusera på att samarbeta kring ansvarsfull turism, inte enbart gällande kunskapsspridning.

Med tanke på undersökningens kvalitet bör två begränsningar noteras och därmed vidare forskning övervägas. För det första kan man ifrågasätta ifall informanterna representerade väl populationen som undersöktes, då informanterna bestod enbart av aktiva samarbetsparter. Med tanke på framtida samarbetsprojekt kunde det vara intressant att undersöka vad orsaken var till att alla samarbetsparter inte var jämnt engagerade i kunskapsspridningen. För det andra kan det tänkas finnas risk för att första forskningsfrågan har påverkat resultaten i de två sista forskningsfrågorna. Eftersom den andra och tredje forskningsfrågan behandlades i samma undersökning som kampanjen LPOT finns det en risk att kontexten kan ha styrt informanternas syn, och därför kunde behov och intresse till tvärsektorsamarbete för att sprida kunskap om ansvarsfullt resebeteende forskas vidare skilt för sig.

Referenslista

- Albrecht, J. N. (2013). Networking for sustainable tourism – Towards a research agenda. *Journal of Sustainable Tourism*, 21, 639–657. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.721788>
- Andrew, R. & Entwistle, T. (2010). Does cross-sectoral partnership deliver? An empirical exploration of public service effectiveness, efficiency, and equity. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 20, 679–701. <https://doi.org/10.1093/jopart/mup045>
- Austin, J. E. (2000). Strategic collaboration between nonprofits and business. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 29, 69–97. <https://doi.org/10.1177/0899764000291S004>
- Austin, J. E. & Seitanidi, M. M. (2012). Collaborative value creation: A review of partnering between nonprofits and businesses: Part I. Value creation spectrum and collaboration stages. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 41, 726–758. <https://doi.org/10.1177/0899764012450777>
- Austin, J. E. & Seitanidi, M. M. (2014). *Creating value in nonprofit-business collaborations*. San Francisco: Wiley.

- Babiak, K. & Thibault, L. (2009). Challenges in multiple cross-sector partnerships. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 38, 117–143. <https://doi.org/10.1177/0899764008316054>
- Barroso-Méndez, M. J., Galera-Casquet, C. & Valero-Amaros, V. (2015). Proposal of a social alliance success model from a relationship marketing perspective: A meta-analytical study of the theoretical foundations. *Business Research Quarterly*, 18, 188–203. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2014.09.002>
- Belhassen, Y. & Caton, K. (2011). On the need for critical pedagogy in tourism education. *Tourism Management*, 32, 1389–1396. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.014>
- Berger, I. E., Cunningham, P. H. & Drumwright, M. E. (2004). Social alliances: Company/non-profit collaboration. *California Management Review*, 47, 58–90. <https://doi.org/10.2307/41166287>
- Berger, I. E., Cunningham P. H. & Drumwright, M. E. (2006). Identity, identification and relationship through social alliances. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34, 128–137. <https://doi.org/10.1177/0092070305284973>
- Bramwell, B. & Lane, B. (2000). *Tourism collaboration and partnerships: Politics, practice and sustainability*. Clevedon: Channel View.
- Bryson, J. M., Crosby, B. C. & Stone, M. M. (2006). The design and implementation of cross-sector collaborations: Propositions from the literature. *Public Administration Review*, 66, 44–55. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2006.00665.x>
- Crane, A. & Seitanidi, M. M. (2013). Social partnerships and responsible business: What, why and how? I M. M. Seitanidi & A. Crane (Red.), *Social partnerships and responsible business: A research handbook* (s. 1–12). Abingdon: Routledge.
- ECPAT (2015). Mot barnsexhandel. Hämtad från <http://www.ecpat.se/barnsexturism>
- Edgell, D. L. (2016). *Managing sustainable tourism: A legacy for the future*. New York: Routledge.
- Elo, S. & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62, 107–115. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>
- Fadeeva, Z. (2004). Translation of sustainability ideas in tourism networks: Some roles of cross-sectoral networks in change towards sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 13, 175–189. [https://doi.org/10.1016/S0959-6526\(03\)00124-0](https://doi.org/10.1016/S0959-6526(03)00124-0)
- Figueroa, R. M. & Waite, G. (2013). The moral terrain of ecotourism. I T. Lewis & E. Potter (Red.), *Ethical consumption: A critical introduction* (s. 260–274). London: Routledge.
- Flick, U. (Red.) (2013). *The SAGE handbook of qualitative data analysis*. London: Sage.
- Gonzalo, F. (2013). Can Social Networks Contribute to Responsible Tourism? Hämtad från <http://www.socialmediatoday.com/content/can-social-networks-contribute-responsible-tourism>
- Goodwin, H. (2017). Harold Goodwin/Taking Responsibility for Tourism. Hämtad från <http://haroldgoodwin.info/responsible-tourism/>
- Graci, S. (2013). Collaboration and partnership development for sustainable tourism. *Tourism Geographies*, 15, 25–42. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.675513>
- Hall, C. M. (2000). *Tourism planning: Policies, processes and relationships*. Harlow: Pearson Education.

- Halldórsson, Á. & Aastrup, J. (2003). Quality criteria for qualitative inquiries in logistics. *European Journal of Operational Research*, 144, 321–332. [https://doi.org/10.1016/S0377-2217\(02\)00397-1](https://doi.org/10.1016/S0377-2217(02)00397-1)
- Hatipoglu, B., Ertuna, B. & Sasidharan, V. (2014). A referential methodology for education on sustainable tourism development. *Sustainability*, 6, 5029–5048. <https://doi.org/10.3390/su6085029>
- Higgins-Desbiolles, F. (2010). The elusiveness of sustainability in tourism: The culture-ideology of consumerism and its implications. *Tourism and Hospitality Research*, 10, 116–115. <https://doi.org/10.1057/thr.2009.31>
- International Conference on Responsible Tourism in Destinations (2002). *The Cape Town Declaration*.
- Kalmari, H. & Kelola, K. (2009). *Vastuullisen matkailijan käsikirja*. Helsingfors: Image.
- Kitto, S. C., Chesters, J. & Grbich, C. (2008). Quality in qualitative research: Criteria for authors and assessors in the submission and assessment of qualitative research articles for the Medical Journal of Australia. *Medical Journal of Australia*, 188, 243–246.
- Mihalic, T. (2014). Sustainable-responsible tourism discourse – Towards ‘responsustainable’ tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111(B), 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.062>
- Miller, G. (2010). Public understanding of sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, 37, 627–645. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.12.002>
- Nancarrow, C., Brace, I. & Wright, L. T. (2001). “Tell me lies, tell me sweet little lies”: Dealing with socially desirable responses in market research. *The Marketing Review*, 2, 55–69. <https://doi.org/10.1362/1469347012569427>
- Neeley, S. M. & Cronley, M. L. (2004). When research participants don’t tell it like it is: Pinpointing the effects of social desirability bias using self vs. indirect-questioning. *Advances in Consumer Research*, 31, 432–433.
- Patton, M.Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3. uppl.). Thousand Oaks: Sage.
- Reilun matkailun yhdistys (2014). Liian pahaa ollakseen totta. Hämtad från <http://liianpahaaollakseentotta.fi/>
- Schweinsberg, S., Wearing, S. L. & McManus, P. (2013). Exploring sustainable tourism education in business schools: The honours program. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 20, 53–60. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2013.05.003>
- Seitanidi, M. M. & Crane, A. (Red.) (2013). *Social partnerships and responsible business: A research handbook*. Abingdon: Routledge.
- Selsky J. W. & Parker B. (2005). Cross-sector partnerships to address social issues: Challenges to theory and practice. *Journal of Management*, 31, 849–873.
- Selsky J. W. & Parker B. (2010). Platforms for cross-sector social partnerships: Prospective sense-making devices for social benefit. *Journal of Business Ethics*, 94, 21–37. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0776-2>
- Stanford, D. (2006). *Responsible tourism, responsible tourists: What makes a responsible tourist in New Zealand?* Victoria University of Wellington.

- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. Wallingford: CABI.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- UNWTO (2015). Sustainable Development of Tourism. World Tourism Organization. Hämtad från <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>
- Utrikesministeriet (2014). Tuki kansalaisjärjestöjen viestintähankkeisiin ja globaalikasvatukseen. Hämtad 29.4.2015 från <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=50028>
- Waddock, S. A. (1988). Building successful social partnerships. *Sloan Management Review*, 29(4), 17–23.
- Wallendorf, M. & Belk, R. W. (1989). Assessing trustworthiness in naturalistic consumer research. *Interpretive Consumer Research*, 1989, 69–84.
- Warner, M. & Sullivan, R. (2004). *Putting partnerships to work: Strategic alliances for development between government, the private sector and civil society*. Sheffield: Greenleaf Publishing.

Kirjallisuuskatsaus: Matkailun jakamistalous vastuullisuuden viitekehyksessä

Jouko Nuottila, Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)

Salla Jutila, Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)

Maria Hakkarainen, Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)

Abstract

The growth of tourism-related activities in sharing economy, especially accommodation and mobility, started at the turn of the 2010s. Since then the growth has accelerated and strengthened every year. Expansion of the phenomenon has raised sharing economy from the role of a challenger or alternative activity into mainstream. This movement has to be taken into account in the traditional tourism business and development actions. The multidimensional phenomenon has also attracted researchers' attention in recent years. Research is done in different disciplines and studies that are published in a wide range of scientific publications. In this review, the results of a comprehensive literature review are presented. Responsibility and values play an important role in scientific discussion regarding sharing economy in tourism. Also, in order to manage and develop the tourism sharing economy in a mutually beneficial direction, it is important to be aware of and take into account the aspects of responsibility. The results of the review are analyzed and classified in the framework of five-dimensional responsibility.

Keywords: sharing economy, literature review, responsible tourism

Johdanto

Jakamiseen pohjautuvaa toimintamallia nimitetään yleisesti *jakamistaloudeksi* sekä suomeksi että englanniksi (*sharing economy*), vaikka paikoin kuvaavampaa olisi käyttää esimerkiksi termejä *alustatalous* (*platform economy*) tai *yhteisöllinen kuluttaminen* (*collaborative consumption*). Muitakin nimityksiä käytetään: *yhteisötalous*, *välitystalous*, *collaborative economy*, *peer economy*, *peer-to-peer consumption*, *access-based economy*. Termin valintaan vaikuttaa se, halutaanko painottaa kulutustapaa, toimijoita vai toimintamuotoa (Botsman, 2013). Matkailun jakamistalous

on yhtäältä vapaaehtoisuuteen perustuvaa, jolloin kyse on yhteisöllisyydestä sekä paikallisen asukkaan ja matkailijan halusta jakaa jotain keskenään (esimerkiksi Couch surfing). Toisaalta jakamistalous on saanut yhä lisääntyvässä määrin kaupallisia piirteitä (esimerkiksi Airbnb ja Uber). Jakamistalouskäsitteeseen on kohdistettu voimakastakin kritiikkiä (esim. Arnould & Rose, 2016; Belk, 2010, 2014), joka jakaantuu kahteen pääkysymykseen: voiko jakaminen olla taloutta ja miten kaupallinen toiminta voi olla jakamista (Hakkarainen & Jutila, 2017)?

Perinteinen markkinaorientoitunut talous pohjautuu omistamiseen, ostamiseen, myymiseen ja vuokraamiseen kuluttajan ja yrityksen välillä. Jakamistaloudessa kuluttaja pääsee osalliseksi tuotteista ja palveluista vertaisten kesken tapahtuvan jakamisen kautta. (Ks. esim. Bardhi & Eckhardt, 2012; Hakkarainen & Jutila, 2017.) Kun termi *jakaminen* ymmärretään laajasti toimintamuotoa kuvaavana käsitteenä eikä pelkästään maksuttomuutta edustavana kulutus-tapana, on perusteltua nimittää edellä kuvattua ilmiötä jakamistaloudeksi. Se on eräänlainen sateenvarjokäsite muille ilmiöitä kuvaaville termeille ja siksi yleisimmin käytetty.

Jakamistaloutteen sisältyy ilmiöitä, jotka ovat kiinnostavia useilla tieteenaloilla. Aihetta koskevaa tutkimusta tehdäänkin eri tieteenaloilla ja tutkimuksia julkaistaan lukuisissa tieteellisissä julkaisuissa. Matkailun jakamistalous on ilmiönä varsin tuore, joten suurin osa matkailun jakamistaloutta käsittelevistä tutkimuksista on julkaistu viime vuosina (vrt. Cheng, 2016). Matkailun lisäksi aihetta on tutkittu muun muassa kulutustutkimuksen, markkinoinnin, sosiologian, informaatiotieteiden, teknologian, johtamisen, liiketoiminta- ja organisaatiotutkimuksen, oikeustieteiden, ympäristötekniikan ja ekologian aloilla (esim. Bardi & Eckhardt, 2012; Böcker & Meelen, 2016; Gant, 2016; Jonas, 2015; Philip, Ozanne & Ballantine, 2015; Tham, 2016). Julkaisukanavat eivät ole vakiintuneita eikä myöskään tutkimuksissa käytetty terminologia ole vielä vakiintunutta. Näiden syiden vuoksi tieteenalakohtainen kirjallisuushaku esimerkiksi matkailututkimuksen kirjallisuudesta ei tavoita kaikkia matkailun jakamistaloudesta julkaistuja tieteellisiä artikkeleita ja myös hakutermien valinta edellyttää suurta huolellisuutta.

Tässä systemaattisessa kirjallisuuskatsauksessa tarkastellaan matkailun jakamistaloutta koskevaa tieteellistä keskustelua. Katsaukseen mukaan rajatun aineiston alustava analysointi osoitti, että monet artikkelista käsittelevät vastuullisuuden liittyviä teemoja ja niissä käydään paljon arvoihin pohjautuvaa keskustelua. Siksi kirjallisuuskatsauksen tuloksia päädyttiin analysoimaan viisiulotteisen vastuullisuuden viitekehyksen pohjalta. Katsauksessa eritellään, mitä vastuullisuuden liittyviä teemoja tutkimuksissa on nostettu esiin ja teemoitellaan ne vastuullisuuden osa-alueiden (poliittinen, ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen ja taloudellinen) mukaan. Jaottelun pohjalta osoitetaan myös matkailun jakamistaloutta koskevassa kirjallisuudessa vastuullisuuden näkökulmasta olevia tutkimusaukkoja.

Vastuullisen matkailun viitekehys

Aineiston alustava analyysi osoitti, että erilaiset jakamistalouden arvokeskustelut ovat tutkimusartikkeleissa näkyvästi esillä. Keskustelua käydään muun muassa jakamisen taloudellisista, sosiaalisista ja kulttuurisista hyödyistä ja haitoista, oikeudenmukaisuudesta sekä tavoitteesta tasata resurssien käyttöä. Myös jakamistalouden roolia matkailijoiden arvopohjaisten

odotusten täyttämässä ja yksilöllisten elämysten tavoittelussa pohditaan. Edellä mainittuja havaintoja tuki myös Chengin (2016) tekemä sisällönanalyysi vuoteen 2015 mennessä julkaisuista jakamistaloutta koskevista artikkeleista. Chengin analysoinnissa esiin nousivat jakamistalouksilmion ja -käsitteen hahmottaminen, jakamistalouden vaikutukset sekä kestävä kehitys. Matkailun jakamistaloutta käsittelevät artikkelit tarkastelevat Chengin (2016, s. 64–67) mukaan erityisesti jakamistalouden vaikutuksia. Chengin havainnot sekä arvojen korostuminen artikkeleissa ohjasivat kirjoittajat valitsemaan kirjallisuuskatsauksen tarkentavaksi näkökulmaksi vastuullisen matkailun viitekehysten (Veijola, Edelheim & Ilola, 2013). Viitekehys tarjoaa tavan luokitella artikkeleita jakamistalouden vaikutusten ja ilmiöön kiinnittyvien arvojen perusteella.

Vastuullinen matkailu on käsitteellisesti ja käytännössäkin lähellä kestävä matkailua, joka viittaa laajasti eri näkökulmat huomioivaan *matkailukehitykseen* (Veijola, Edelheim & Ilola, 2013). Goodwin (2012) määrittelee vastuullisen matkailun olevan paikallisesti merkittävät kysymykset tunnistavaa *matkailutoimintaa*, jonka tavoitteena on tehdä paikoista parempia ihmisille asua ja vierailua (Cape Town Declaration, 2002). Vastuullisuus siis painottaa toimintaa paikallisella tasolla kestävyuden korostaessa globaalia päämäärää (Veijola ym., 2013, s. 21–22). Mihalic (2016) on artikkelissaan esitellyt kestävyteen ja vastuullisuuteen liittyvän tieteellisen keskustelun kehitystä. Yhtä kaikki, kummassakin määritelmässä korostuvat arvot ja vaikutukset. Usein (matkailun) kestävyys jaetaan kolmeen ulottuvuuteen: ekologinen, taloudellinen ja sosiokulttuurinen. Veijola ym. (2013) erottavat vastuullista matkailua määritellään sosiaalisen ja kulttuurisen ulottuvuuden toisistaan ja lisäävät mukaan poliittisen näkökulman, jolloin voidaan puhua viisiulotteisesta vastuullisuudesta. Kirjallisuuskatsauksen analysoinnin viitekehukseksi valittiin viisiulotteisen vastuullisuuden lähestymistapa, koska se 1) korostaa toimintaa, 2) sosiaalista ja kulttuurista vastuullisuutta käsitellään artikkeleissa eri tavoilla ja 3) poliittinen ulottuvuus nousee artikkeleissa vahvasti esille.

Ekologisesti vastuullinen matkailutoiminta huomioi luonnonympäristön varmistamalla luonnon monimuotoisuuden säilymisen ja ekosysteemin toimivuuden. Sosiaalista vastuullisuutta matkailussa on eri tahojen osallistaminen matkailun suunnitteluun ja kehittämiseen, esteettömyyden huomioiminen sekä paikallisia asukkaita hyödyttävän matkailuinfrastruktuurin kehittäminen ja matkailun haittavaikutusten minimoiminen heidän elämässään. Matkailutoiminta on kulttuurisesti vastuullista, kun eri kulttuurien normeja kunnioitetaan ja paikallista kulttuuria hyödynnetään matkailussa eettisellä tavalla. Poliittisesti vastuullista matkailutoimintaa on oikeudenmukaisuus kaikkia osapuolia kohtaan matkailua koskevassa päätöksenteossa sekä matkakohdevalinnoissa. Kun matkailutoiminta on taloudellisesti vastuullista, liiketoiminta on kannattavaa myös pitkällä aikavälillä ja paikallisyhteisö hyötyy matkailusta taloudellisesti. (Goodwin, 2011; Veijola, ym. 2013.)

Tutkimuksen toteutus

Tutkimusmenetelmäksi valittiin systemaattinen kirjallisuuskatsaus (Petticrew & Roberts, 2006; Salminen, 2011), koska tavoitteena oli selvittää, miten jakamistaloutta koskeva tieteellinen keskustelu on kehittynyt ja mitä vastuullisuuteen liittyviä teemoja siinä on nostettu esiin. Koska

jakamistaloutta käsittelevien tutkimusten terminologia on vielä hajanaista eivätkä tutkimusten julkaisukanavat ole vakiintuneita, yleisesti käytetty tieteenalakohtainen kirjallisuushaku arvioitiin liian suppeaksi – se ei tavoita kaikkea jakamistalouden tieteellistä keskustelua. Siksi kirjallisuushakua oli laajennettava useille tieteenaloille. Jakamistalouden tutkimuksen monitieteelliset julkaisukanavat asettivat huomattavia haasteita myös hakutermin valinnalle.

Edellä mainittujen haasteiden voittamiseksi tutkimusmenetelmää sovellettiin erityisen järjestelmällisesti ja huolellisesti. Kirjallisuushaku kohdistettiin kahdeksaan viitetietokantaan (liite 1), jotka kattavat laajasti jakamistaloutta käsittelevien tieteenalojen julkaisukanavat (vrt. Cheng (2016), kolme tietokantaa). Hakutermin määrittämisessä käytettiin hyväksi viittä jakamistaloutta käsittelevää tieteellistä artikkelia (liite 2), joiden arvioitiin edustavan korkeaa laatua tieteenalallaan ja jotka olivat saaneet runsaasti lähdeviittauksia. Huolellisen pohdinnan tuloksena päädyttiin valitsemaan taulukossa 1 esitetyt hakutermit kirjallisuushaun suorittamista varten.

Taulukko 1. Kirjallisuushaussa käytetyt hakutermit.

HAKUTERMI	LÄHDE
access-based consumption access based consumption	Dredge & Gyimóthy, 2015
access-based economy access based economy	Dredge & Gyimóthy, 2015
collaborative consumption	Belk, 2014
collaborative economy	Martin, 2016
connected consumption	Dredge & Gyimóthy, 2015
peer-to-peer consumption p2p consumption p-2-p consumption p-to-p consumption	Dredge & Gyimóthy, 2015
peer-to-peer economy p2p economy p-2-p economy p-to-p economy	Dredge & Gyimóthy, 2015
sharing consumption	Belk, 2014
sharing economy	Belk, 2014

Kirjallisuushausta rajattiin myös pois muutama mahdollinen hakutermin. Belk (2014) nostaa esille termit *prosumption* ja *prosumer*, jotka kuvaavat kuluttajaa (*consumer*, *consumption*), joka jollain tavoin myös osallistuu palvelun tai tuotteen tuotantoon (*producer*, *production*). Näiden termien voidaan tulkita liittyvän jakamistalouden ideologiaan, jossa yksilöllä on sekä tuotantoon että kulutukseen liittyviä rooleja. Tässä tutkimuksessa arvioitiin kuitenkin, että mainitut termit eivät kiinteästi liity jakamistalouteen ilmiönä ja siksi ne jätettiin haun ulkopuolelle. Lisäksi kir-

jallisuushausta rajattiin pois Schorin ja kumppaneiden (2016) käyttämä termi *circuits of commerce* ja Dredgen ja Gyimóthyin (2015) käyttämät termit *mesh* ja *sharing society*. Ensin mainittu ei ole jakamistaloudesta yleisesti käytetty termi vaan kuvaa rajattua sosiaalista verkostoa tai piiriä, jonka sisällä vaihdantaa harjoitetaan. Jälkimmäiset ovat kylläkin jakamistaloudesta (harvoin) käytettyjä termejä, mutta ne ovat epäselviä ja monimerkityksellisiä (esim. *information sharing society*). Lisäksi päädyttiin jättämään jakamistalouden kaupallisten toimijoiden yritysnimet ja tuotenimet hakutermin ulkopuolelle. Näin vähennettiin epäoleellisia löydöksiä. Kohtalaisen varmasti voitiin olettaa, että relevanteissa artikkeleissa mainitaan yritys- tai tuotenimen lisäksi yksi valituista hakutermeistä. Hakutermejä ei myöskään haluttu kohdentaa mihinkään jakamistalouden toimialaan, kuten liikkumiseen tai majoittumiseen, vaan mukaan otettiin jakamistaloutta kuvaavia yleisiä termejä, jotka eivät sulje pois mitään toimialaa.

Kirjallisuushaut tehtiin helmikuussa 2017 ja niitä täydennettiin elokuussa 2017. Haut tuottivat yhteensä noin 900 löydöstä. Ne kaikki käytiin läpi kiinnittäen huomiota otsikkoon, avainsanoihin ja tiivistelmään. Laadullisen arvioinnin perusteella päädyttiin käyttämään seuraavia mukaanotto- ja poissulkemiskriteerejä: 1) julkaisun tulee olla vertaisarvioitu, tieteellinen lehtiartikkeli, 2) julkaisun tulee käsitellä jakamistaloutta ja matkailuun liittyvää aihepiiriä, tai julkaisun tulee käsitellä syvällisesti jakamistalouden ydinkysymyksiä, 3) jakamistalouden teknologia-alustoihin ja palveluiden algoritmeihin liittyvät, puhtaasti tekniset ja/tai teknologiaa käsittelevät julkaisut jätetään pois, ja 4) julkaisun tulee olla englanninkielinen.

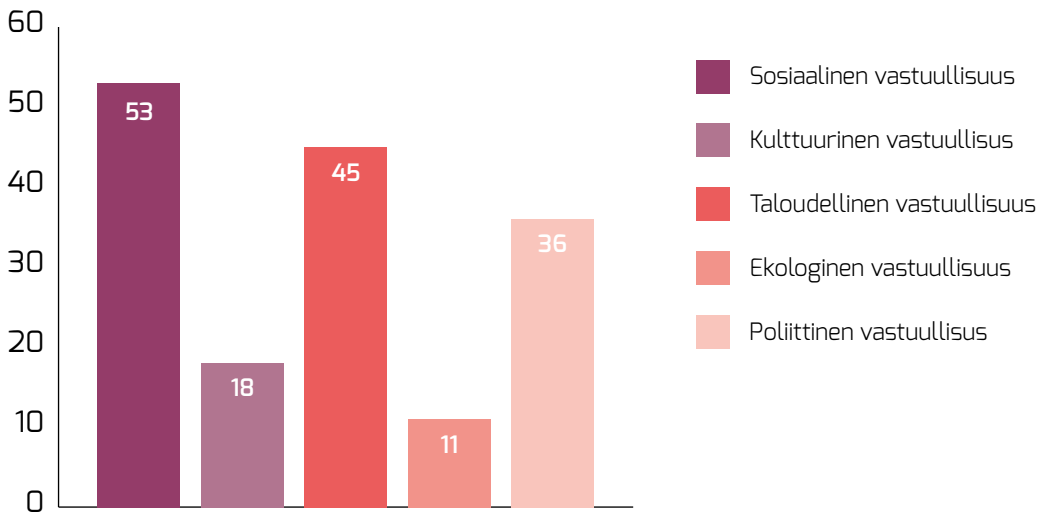
Edellä mainittujen kriteerien jälkeen jäljelle jäi 100 tieteellistä tutkimusartikkelia. Näistä 39 käsitteli jakamistaloutta matkailututkimuksen aihepiirissä, 16 jakamistaloutta matkailun aihepiiriä sivuten ja 45 jakamistalouden ydinkysymyksiä ilman matkailuun suoranaisesti liittyvää näkökulmaa. Artikkelit jaoteltiin sisältönsä perusteella edelleen sen mukaan, mitä vastuullisuuden osa-alueita ne mahdollisesti käsittelevät (kuvio 1). Yhdessä artikkelissa saattoi olla esillä myös useita vastuullisuuden teemoja. Artikkelien kokonaismäärä oli kasvanut huomattavasti vuosien 2016 ja 2017 aikana: Cheng sai vuonna 2016 julkaistussa kirjallisuuskatsauksessaan jakamistalouteen liittyvillä hakusanoilla tulokseksi kokonaisuudessaan 66 artikkelia, joista 10 liittyi matkailututkimukseen. Hänen hakunsa tosin kohdistui vain kolmeen keskeisimpään hakukanavaan tämän katsauksen kattaessa kahdeksan tietokantaa.

Vastuullisuus jakamistalouden keskusteluissa

Seuraavaksi analysoidaan kirjallisuuskatsauksen tuloksia viisiulotteisen vastuullisuuden näkökulmasta: mitä vastuullisuuteen liittyviä teemoja tutkimuskirjallisuudessa käsitellään ja miten ne jakautuvat vastuullisuuden ulottuvuuksien mukaan? Kunkin ulottuvuuden näkökulmasta pohditaan, miten jakamistalouden vaikutuksia tuodaan kirjallisuudessa esiin niin paikallisella kuin globaalilla tasolla. Pyrkimyksenä on samalla hahmottaa, miten individualismi ja yksilöllisten kokemusten tavoittelu sekä globaalit kestävyiden arvot kohtaavat matkailun jakamistaloutta koskevassa kirjallisuudessa. Monet artikkeleista olivat luokiteltavissa useaan vastuullisuuden ulottuvuuteen, eikä niitä pyritty sovittamaan vain yhteen ulottuvuuteen. Siksi samat lähteet voivat olla mukana useamman eri ulottuvuuden tarkastelussa. Sosiaalista, taloudellista ja po-

liittistä vastuullisuutta käsiteltiin artikkeleissa selvästi enemmän kuin kulttuurista ja ekologis-
ta (kuvio 1).

Kuvio 1. Vastuullisuuden eri ulottuvuuksien esiintyminen tutkituissa artikkeleissa, lkm (N=100).
(Yhdessä artikkelissa voi esiintyä useampia ulottuvuuksia.)



Matkailun poliittisuus kietoutuu kokonaisvaltaisesti matkailun ilmiöihin, ja usein *poliittista vastuullisuutta* onkin vaikea erottaa vastuullisuuden muista ulottuvuuksista (Goodwin, 2011; Veijola, ym. 2013). Viimeaikaisissa jakamistalouden tutkimuksissa poliittinen vastuullisuus saa kuitenkin näkyvän roolin. Poliittisen vastuullisuuden korostumiseen vaikuttaa jakamistalouden voimakas kasvu sekä jakamistalouden luonne moniulotteisena ilmiönä. Erojen hämärtyminen (esim. matkailija – paikallinen, omistajuus – avoin pääsy erilaisiin resursseihin) sekä yksityishenkilöiden välisen vertaistoiminnan, yrittäjämäisen työskentelyn ja yritystoiminnan lähestyminen toisiaan haastavat voimassa olevia toimintakäytäntöjä, sää-
döksiä ja sopimuksia. Totuttujen käytäntöjen haastaminen ja jopa rikkominen on johtanut jakamistalouden toimintojen kuvaamiseen markkinahäiriöiksi (Laurell & Sandström, 2016; Tham, 2016; Watanabe ym., 2017).

Jakamistalouden ilmiöt vaikuttavat sekä globaalisti että hyvin konkreettisesti kohde- ja paikkatasolla. Esimerkiksi vertaismajoitustarjonnan voimakas kasvu on johtanut paikallisten asumisolosuhteiden muutokseen, kuten vuokratason nousuun (esim. Llop, 2016). Jakamistalouden sääntelyssä nähdään olevan avoimia kysymyksiä muun muassa oikeudenmukaisuuteen (Aloni, 2016), vakuutukseen, verotukseen (Li, 2015), työntekijän oikeuksiin ja kuluttajansuojaan (Posen, 2015) liittyvissä teemoissa. Jakamistaloudella nähdään olevan potentiaalia myönteisten muutosten aikaansaamiseen, kunhan ilmiötä hallitaan oikein (Martin, 2016; McNeill, 2016; Sinclair, 2016). Monissa tutkimuksissa pohditaan jakamistalouden sääntelyyn ja hallintaan liittyviä kysymyksiä sekä paikallisella että globaalilla tasolla (Finck, 2016; Miller, 2016; Munkøe,

2017; Pfeffer-Gillett, 2015). Konkreettisimpia ehdotuksia ilmiön hallinnan kehittämiseen annetaan kohdehallinnan (Hajibaba, Karlsson & Dolnicar, 2016) ja kaupunkisuunnittelun tutkimuksissa (Bock, 2015; Llop, 2016; McNeill, 2016; Tham, 2016).

Sosiaalinen vastuullisuus nousee vahvasti esiin jo ensimmäisissä jakamistaloutta käsittelevissä artikkeleissa. 2010-luvun alkupuolella julkaistussa kirjallisuudessa sosiaalinen vastuullisuus näkyy pitkälti globaalin tason pohdintana, esimerkiksi jakamistalouden yhteisöllisyyden esiin tuomisena (Belk, 2010) ja vertailuna suhteessa omistamiseen (Bardhi & Eckhardt, 2012). Germann Molz (2013) puolestaan pohtii jakamistaloutta vaihtoehtoisen matkailun tai talouden muodon ilmentäjänä. Vuosikymmenen puoliväliin tultaessa ilmiön laajennuttua globaalisti trendiksi artikkeleissa korostuu yhä enemmän kriittisyys jakamistaloutta kohtaan. Esiin nostetaan globaaleja haasteita ja siihen mennessä vähemmälle huomiolle jääneitä sosiaalisen vastuullisuuden näkökulmia, kuten syrjintä tai epätasa-arvo jakamistaloudessa. (Dredge & Gyimóthy, 2015; Edelman, Luca & Svirsky, 2017; Malhotra & Van Alstyne, 2014)

Tuoreimmat artikkelit tuovat keskusteluun yhä moninaisempia sosiaalisen vastuullisuuden näkökulmia paikallisella tasolla ja yksilön elämässä. Monissa tutkimuksissa pohditaan jakamistalouden motivaatiotekijöitä ja esteitä kuluttajien asenteissa ja käyttäytymisessä (esim. Barnes & Mattson, 2016; Benoit, 2017; Bucher, Fieseler & Lutz, 2016). Myös vastuuseen (esim. Pfeffer-Gillett, 2016), yksityisyyteen (esim. Aivodji ym., 2016) ja luottamuksen rakentumiseen (esim. Ert, Fleischer & Magen, 2016) liittyvät kysymykset tulevat vahvasti esille. Artikkelit ilmentävät hyvin jakamistalouden laajuutta ja moninaisuutta: jakamistalouden harjoittajan asema työmarkkinoilla (esim. Redfearn, 2016), majoittajan rooli majoittumisluvan myöntäjänä tai kieltäjänä (Karlsson, Kemperman & Dolnicar, 2017) ja paikallisuuden tuotteistaminen vertaisalustoilla (van Nuenen, 2016) ovat esimerkkejä sosiaalisen vastuullisuuden kysymyksistä jakamistaloudessa. Jakamistalouden kestävyttä korostavat artikkelit ovat saaneet viime vuosina rinnalleen kriittisiä analyysejä jakamistalouden harjoittamisen motiiveista, joita ovat esimerkiksi uusiin ihmisiin tutustumiseen liittyvä viehätys ja jännitys, hauskanpito sekä raha (esim. Bucher, Fieseler & Lutz, 2016).

Jakamistalouden *taloudelliseen vastuullisuuteen* liittyvä keskustelu on monimuotoista. Sitä kuvaavat erinomaisesti seuraavat kaksi näkökulmaa. Ensinnäkin jakamistalouden esitetään tarjoavan uusia ansaintamahdollisuuksia sekä tasa-arvoistavan yksilön mahdollisuuksia osallistua markkinatalouteen (Anderson, 2014; Huefner, 2015; Lobel, 2016; Oskam & Boswijk, 2016). Toiseksi jakamistalous kuvataan hyperkapitalismin muotona, jossa voidaan toimia ilman paikallisia investointeja ja jossa yritystoiminnan vastuut ja riskit on ulkoistettu vertaispalveluja tarjoaville ja käyttäville yksityishenkilöille (Interian, 2016; Leighton, 2015; Martin, 2016; Pfeffer-Gillett, 2016). Yleisesti jakamistalous nähdään mahdollisuutena saada käyttämättömänä olevaa kapasiteettia ja resursseja kaupallisen hyödyntämisen piiriin (Munkøe, 2017; Philip ym., 2015; Palgan, Zvolška & Mont, 2016). Taloudellisten hyötyjen näkökulmasta digitaaliset palveluiden välitysalustat ovat pienentäneet kaupankäyntikuluja dramaattisesti (Lobel, 2016; Munkøe, 2017).

Taloudelliset hyödyt ovat merkittävä motivaatiotekijä niin jakamistalouden palveluiden tarjoajien kuin käyttäjien toiminnalle (Böcker & Meelen, 2016). Erityisesti majoituspalveluissa

motivaatiot ovat usein taloudellisia sekä tarjoajilla että käyttäjillä (Guttentag ym., 2017; Philip ym., 2015). Jakamistalous vaikuttaa myös palveluiden hintatasoon. Vertaismajoitusta käyttävät hakevat usein perinteisiä majoitusratkaisuja edullisempia vaihtoehtoja (Belk, 2014; Tussyadiah, 2016; Tussyadiah & Pesonen, 2016). Yksityisten majoittajien tarjonnan tulo perinteisten majoitusyriyten rinnalle muuttaa myös paikallista kilpailuasetelmaa markkinoilla. Vertaismajoitus nähdään yhtäältä mahdollisuutena hotelleille ottaa lisäkapasiteettia käyttöön joustavasti (Richard & Cleveland, 2016). Toisaalta se saattaa rajoittaa hotellihuoneiden hintojen nousua tilanteissa, joissa kysyntä selvästi ylittää tarjonnan (Hatzopoulos & Roma, 2017).

Taloudellisen vastuullisuuden näkökulmasta on tärkeää, että jakamistalouden palvelut saadaan verotuksen ja muiden lakisääteisten maksujen piiriin (Miller, 2016; Palgan ym., 2016). Myös taloudellinen vastuu ongelma- ja korvaustilanteissa on usein vielä epäselvää (Berke, 2016). Tämä liittyy laajempaan lainsäädännölliseen kysymykseen siitä, ovatko vertaispalveluita tarjoavat yksityishenkilöt itsenäisiä ammatinharjoittajia vai työntekijöitä palveluita välittävissä organisaatioissa ja kuka vastaa esimerkiksi välitettyjen autojen ja asuntojen turvallisuudesta ja laadusta (Hatzopoulos & Roma, 2017; Leighton, 2016; Pfeffer-Gillett, 2016). On kuitenkin huomioitava, että jakamistalouden piirissä on myös paljon palveluita, joita välitetään ilmaiseksi vertaistoimijoiden kesken (Palgan ym., 2016).

Kulttuurisen vastuullisuuden näkökulma kuvastaa matkailijoiden ja paikallisten välisen eron sumentumista (ks. Bock, 2015). Se nostaa myös esiin yksilön kokemuksia ja ilmiön yhteisöllisiä ulottuvuuksia. Jakamistalouden toimijoiden motiiveja ja kokemuksia käsitellään artikkeleissa osin rinnakkain sekä kuluttajakäyttäytymisen (Bardhi, Eckhardt & Arnould, 2012; Bock, 2015; Forno & Garibaldi, 2015; Möhlmann, 2015; Tussyadiah, 2016; Tussyadiah & Pesonen, 2016) että palveluntuottajien näkökulmista (Barnes & Mattsson, 2016; Harvey, Smith & Golightly, 2015; Malin & Chandler, 2016). Jakamistalouden käytäntöjen muotoutumiseen ovat vaikuttaneet niin palveluiden tarjoajia kuin käyttäjiä koskevat kulttuuriset muutokset ja kulttuurien kehittyminen (Bardhi ym., 2012; Barnes & Mattsson, 2016; Forno & Garibaldi, 2015; Germann Molz, 2013; Schor, 2016). Kuluttamisen arvojen näkökulmasta Bardhi, Eckhardt ja Arnould (2012) yhdistävät jakamistalouden nomadiseen kuluttajuuden rakentumiseen. He tulkitsevat kuluttamisen arvoiksi väliaikaisen ja paikkasidonnaisen kokemisen, aineettomuuden sekä käyttöarvon. Yhteisövaikutuksia käsitelleet de Rivera, Gordo, Cassidy ja Apestequiá (2016) nostavat esiin yhteisöjalanjäljen käsitteen ja tarkastelevat jakamistalouden yhteisöllistäviä tekijöitä ja vaikutuksia. Heidän tulostensa mukaan jakamistalouden digitaaliset yhteisöt tukevat enemmän yhteisöllisyyden rakentumista jakamistalouden käyttäjien kuin tarjoajien välille.

Ekologinen vastuullisuus ei nouse artikkeleissa kovin vahvasti esiin, vaikka resurssien säättäminen on yksi jakamistalouden alkuperäisistä taustalla vaikuttavista arvoista. Eniten ekologista näkökulmaa käsitellään jakamistalouden harjoittamisen motivaatiotekijöiden kautta, yhtenä ulottuvuutena muiden joukossa (esim. Barnes & Mattsson, 2016; Böcker & Meelen, 2016; Möhlmann, 2015). Binneringer, Ourahmoune ja Robert (2015) tuovat mukaan globaalin arvokeskustelun analysoimalla ekologisten arvojen ja ideaalien ilmenemistä yhteisöllisen kuluttamisen nettisivuilla. Keskustelua jatkavat Palgan, Zvolška ja Mont (2016) hahmottamalla kestävyuden esiin nostamista vertaismajoituksen alustoilla. Anderson (2014) pohtii jakamistalouden ekolo-

gisuutta globaalilla tasolla tutkimalla yhteiskyytien ja taksin jakamisen vaikutuksia päästöihin. Cheng (2016) puolestaan pohtii vaikutuksia yksilön ja yhteisöjen elämään analysoiden jakamistalouden (ekologisia) vaikutuksia matkakohteeseen, matkailupalveluihin ja matkailijoihin.

Tutkimusaukkoja paikantamassa

Kirjallisuuskatsauksen viitekehukseksi valittiin matkailun viisiulotteinen vastuullisuus, sillä jakamistalouteen sisältyvän matkailullisen potentiaalin lisäksi ilmiö on aiheuttanut monimuotoisia ongelmia ja haasteita. Tämä näkyy myös kirjallisuudessa jakamistalouden vaikutuksia ja arvoja pohtivana tutkimuksena (Bokyeong & Cho, 2016; Finck & Ranchordás, 2016; Frenken & Schor, 2016; Llop, 2016; Tussyadiah & Pesonen, 2016). Jakamistalouden ekologista ja kulttuurista vastuullisuutta on tutkittu vähemmän kuin muita vastuullisuuden ulottuvuuksia. Vaikka ekologinen kestävyys ja käyttämättömien resurssien hyödyntäminen ovat koko jakamistalouden alkuperäisen idean taustalla, ilmiön kehitys ja siihen liittyvät keskustelut ovat edenneet vahvasti poliittiseen, sosiaaliseen ja taloudelliseen suuntaan. Näihin ulottuvuuksiin liittyvät vastuullisuuden teemat, kuten oikeudenmukaisuus kaikkia matkailun osapuolia kohtaan ja paikallisten asukkaiden elinolojen huomioiminen, ovat tieteellisessä keskustelussa vahvasti esillä (ks. Aloni, 2016; Dredge & Gyimóthy, 2015; Martin, 2016; Posen 2015). Poliittiseen näkökulmaan liittyvä vastuullisuus matkakohdevalinnoissa ei kuitenkaan saa jakamistalouden tutkimuksessa suurta painoarvoa. Kulttuurinen vastuullisuus nousee kirjallisuudessa esille ennen kaikkea jakamistalouden yhteisöllistävien vaikutusten pohdintana (ks. Germann Molz, 2013; de Rivera ym., 2016;). Myös kulttuuristen muutosten vaikutuksia jakamistalouden kehittymiseen pohditaan, mutta eri kulttuurien kunnioittamista ja niiden eettistä hyödyntämistä jakamistaloudessa on tutkittu verrattain vähän. Jakamistalouden suhde luonnon monimuotoisuuden säilymiseen ja ekosysteemin toimivuuteen ei myöskään nouse kirjallisuudessa esiin. Jotta matkailun jakamistaloutta voidaan hallita ja kehittää kestävästi kaikkia osapuolia hyödyttävään suuntaan, kaikki vastuullisuuden näkökulmat on tärkeää tiedostaa ja ottaa huomioon.

Kirjallisuuskatsaus osoitti, että jakamistalouden vaikutukset matkailuun ovat moninaiset. Paikallisesti ja yksilön elämässä vaikutukset näkyvät muun muassa paikallisuuden korostumisena matkailussa ja paikallisten asukkaiden asumisolosuhteiden muutoksina (ks. Guttentag ym., 2017; van Nuenen, 2016). Globaalien tason kysymykset liittyvät matkailupalveluiden tuottamisen ja kuluttamisen kulttuuriseen muutokseen (ks. Gretzel ym., 2015; Guttentag ym., 2017; Huber, 2016; Lobel, 2016; Oskam & Boswijk, 2016). Esille nostetaan yhtäältä jakamistalouden mahdollistamat yksilölliset elämykset ja ansaintamahdollisuudet sekä toisaalta globaalien yhteisöllisyyden kokeminen osana jakamistaloutta (ks. Forno & Garibaldi, 2015; Germann Molz, 2013; Tussyadiah & Zach, 2016). Ilmiössä yhdistyvät osittain ristiriitaiset arvot: individualistiset pyrkimykset saada autenttisia kokemuksia tai ansaita rahaa kohtaavat kestävyden ideologian ja hyvän ideaalin. Muita artikkeleissa esiin tulleita arvoja ovat oikeudenmukaisuus, tasa-arvo ja valinnanvapaus. Etenkin hieman vanhemmissa tutkimuksissa pohditaan jakamistalouden mahdollistamia autenttisia elämyksiä ja innovatiivisia, perinteisiä käytänteitä rikkovia ansaintamalleja (ks. Bock, 2015; Forno & Garibaldi, 2015). Tuorempi tutkimus tuo keskusteluun

yhä enemmän jakamistalouden syrjiviä ja epäoikeudenmukaisia käytänteitä (ks. Dredge & Gyimóthy, 2015; Edelman ym., 2017, Karlsson ym., 2017, Malin & Chandler, 2016). Kuten edellä jo mainittiin, vähemmän huomiota tieteellisessä keskustelussa ovat saaneet jakamistalouden vaikutukset kohde- ja lähtömaiden kulttuurien kunnioittamiseen sekä jakamistalouden suhde luonnon monimuotoisuuden säilymiseen.

Jakamistalouden eri sektoreista majoitustoiminta korostuu artikkeleissa vahvasti, vaikka matkailun jakamistalouden piiriin kuuluvat myös muun muassa yksityishenkilöiden tarjoamat aktiviteetit, elämykset ja kyydit sekä muut liikkumisen palvelut, kuten autojen yhteiskäyttö sekä erilaisten kuljetusten ja julkisen liikenteen yhdistäminen matkaketjuiksi. Yhteiskunnallisessa keskustelussa vertaisten tarjoamat kyydit ja liikkumisen palvelut ovat näkyvästi esillä ja ennuste onkin, että vuonna 2020 Suomen jakamistalousmarkkinoiden kokonaisarvosta jo kolmasosa tulisi vertaisliikenteestä ja autonjaosta, kun sen osuus nykyisin on yhden prosentin luokkaa (TEM, 2017). Tutkimuksessa kyydit ovat jonkin verran esillä, mutta yksityishenkilöiden harjoittama autonvuokraus ja muut liikkumisen palvelut jäävät varsin vähälle huomiolle. Yksityishenkilöiden matkailijoille tarjoamat palvelut ja aktiviteetit ovat maailmalla nouseva trendi, jotka myös Airbnb on ottanut tarjontaansa majoituksen rinnalle. Tutkimusartikkeleissa trendi ei ainakaan toistaiseksi näy juuri lainkaan. Suomessa tämä matkailun jakamistalouden muoto ei ole levinnyt laajalle lainsäädäntömme asettamien rajoitusten vuoksi. EU-komissio on kuitenkin linjannut, että jakamistaloudella työllistymistä rajoittavaa lainsäädäntöä tulisi jäsenmaissa keventää. Toisaalta kirjallisuudessakin keskustellaan paljon siitä, miten jakamistalouden eri muotoja olisi mahdollista hallita. Jakamistalouden sääntelyn keventäminen toiminnan mahdollistamiseksi ja toisaalta jakamistalouden ongelmakohtien hallinta lainsäädännöllisesti muodostavat dilemman, joka tarjoaa monia ajankohtaisia, vähän tutkittuja näkökulmia.

Yhteenveto

Jakamistalous, niin matkailussa kuin ylipäänsä, on jatkuvasti kehittyvä ja kasvava ilmiö. Myös jakamistaloutta tarkastelevien näkökulmien ja lähestymistapojen kirjo kasvaa koko ajan uusien tutkimusten myötä. Tämä tulee hyvin esille vertailtaessa nyt tehtyä kirjallisuuskatsausta Chengin (2016) katsaukseen, jossa olivat mukana vuoteen 2015 saakka julkaistut artikkelit. Matkailun näkökulma ei ollut vielä kaksi vuotta sitten vahvasti esillä jakamistaloutta käsittelevissä artikkeleissa. Nyt matkailuun liittyvien näkökulmien määrä on huomattava. Uusi kirjallisuuskatsaus näinkin lyhyen ajan sisällä tuottaa siis huomattavan paljon uutta tietoa.

Tutkimuksen suunnitteluun paneuduttiin huolellisesti jakamistalouden moninaisen ja monitieteisen luonteen vuoksi. Tästä huolimatta tutkimuksella on useita rajoitteita. Systemaattinen kirjallisuuskatsaus rajattiin koskemaan tieteellisiä lehtiartikkeleita. Tämän vuoksi katsauksen ulkopuolelle on jäänyt lukuisia konferenssijulkaisuja, jotka vaikuttivat aiheeltaan mielenkiintoisilta mutta usein tuloksiltaan keskeneräisiltä. Tutkimuksen ulkopuolelle rajautui myös lukuisia joukko akateemisesti tasokkaita aihetta käsitteleviä kirjoja (esim. Dredge & Gyimóthy, 2017; Reisch & Thogersen, 2015). Myös hakutermin määrittely oli ongelmallista. Käytetyt hakutermit arvioitiin kuitenkin kohtalaisen onnistuneiksi. Yksittäiset hakutermit, ku-

ten ”peer-to-peer accommodation” tai ”Airbnb”, olisivat saattaneet tuottaa joitakin relevantteja lisälöydöksiä, mutta lukuisten hakutermien testaus tutkimuksen suunnittelu- ja arviointivaiheessa osoitti, että edellä esitetty riski saatiin rajattua hyvin pieneksi.

Kirjallisuuskatsaus antaa kuvan siitä, mitkä vastuullisuuden näkökulmat ovat esillä jakamistaloutta koskevassa tutkimuksessa. Se paljastaa myös puutteita tutkimuksessa. Vähälle huomiolle ovat jääneet ainakin ekologinen vastuullisuus sekä yksityisautojen vuokraus, liikkumisen palvelut ja yksityishenkilöiden tarjoamat elämykset. Uusia näkökulmia jatkuvasti kehittyvän ilmiön tutkimiseen tarvitaan koko ajan lisää. Systemaattinen kirjallisuuskatsaus tarjoaa hyvän työkalun tehdyn tutkimuksen näkökulmien hahmottamiseen. Nyt tehdyn kirjallisuuskatsauksen pohjalta olisi mielenkiintoista analysoida myös syvällisemmin, millä argumenteilla kirjallisuudessa perustellaan matkailun jakamistalouden olevan vastuullista tai vastuutonta.

Lähteet

- Aïvodji, U., Gambs, S., Huguet, M.-J. & Killijian, M.-O. (2016). Meeting points in ridesharing: A privacy-preserving approach. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 72, 239–253. <https://doi.org/10.1016/j.trc.2016.09.017>
- Aloni, E. (2016). Pluralizing the “sharing” economy. *Washington Law Review*, 91, 1397–1559.
- Anderson, D. (2014). “Not just a taxi”? For-profit ridesharing, driver strategies, and VMT. *Transportation*, 41, 1099–1117. <https://doi.org/10.1007/s11116-014-9531-8>
- Arnould, E. J. & Rose, A. S. (2016). Mutuality: Critique and substitute for Belk’s “sharing”. *Marketing Theory*, 16, 75–99. <https://doi.org/10.1177/1470593115572669>
- Bardhi, F. & Eckhardt, G. M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, 39, 881–898. <https://doi.org/10.1086/666376>
- Barnes, S. & Mattsson, J. (2016). Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study. *Technological Forecasting & Social Change*, 104, 200–211. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.01.006>
- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of Consumer Research*, 36, 715–734. <https://doi.org/10.1086/612649>
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67, 1595–1600. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>
- Benoit, S., Baker, T. L., Bolton, R. N., Gruber, T. & Kandampully, J. (2017). A triadic framework for collaborative consumption (CC): Motives, activities and resources & capabilities of actors. *Journal of Business Research*, 79, 219–227. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.05.004>
- Berke, D. (2016). Products liability in the sharing economy. *Yale Journal on Regulation*, 33, 603–653.
- Binninger, A.-S., Ourahmoune, N. & Robert, I. (2015). Collaborative consumption and sustainability: A discursive analysis of consumer representations and collaborative website narratives. *The Journal of Applied Business Research*, 31, 969–985. <https://doi.org/10.19030/jabr.v31i3.9229>

- Bock, K. (2015). The changing nature of city tourism and its possible implications for the future of cities. *European Journal of Futures Research*, 3(20), 1–8. <https://doi.org/10.1007/s40309-015-0078-5>
- Bokyeon, K. & Cho, Y.C. (2016). Investigating the impact of justice dimension and perceived value on customer satisfaction for sharing economy of accommodation. *Journal of Business & Economics Research*, 14, 153–170. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i4.9804>
- Botsman, R. (2013). The sharing economy lacks a shared definition. Fast Company. Haettu osoitteesta <https://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>
- Bucher, E., Fieseler, C. & Lutz, C. (2016). What's mine is yours (for a nominal fee) – Exploring the spectrum of utilitarian to altruistic motives for internet-mediated sharing. *Computers in Human Behavior*, 62, 316–326. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.04.002>
- Böcker, L. & Meelen, T. (2016). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovations and Societal Transitions*, 23, 28–39. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.004>
- Cape Town Declaration (2002). Cape Town declaration on responsible tourism. Haettu osoitteesta <http://www.responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/>
- Cheng, M. (2016). Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 60–70. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.06.003>
- De Rivera, J., Gordo, Á., Cassidy, P. & Apesteguía, A. (2016). A netnographic study of P2P collaborative consumption platforms' user interface and design. *Environmental Innovations and Societal Transitions*. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.003>
- Dredge, D. & Gyimóthy, S. (2015). The collaborative economy and tourism: Critical perspectives, questionable claims and silenced voices. *Tourism Recreation Research*, 40, 286–302. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1086076>
- Dredge, D. & Gyimóthy, S. (2017). *Collaborative economy and tourism: Perspectives, politics, policies and prospects*. London: Springer.
- Edelman, B., Luca, M. & Svirsky, D. (2017). Racial discrimination in the sharing economy: Evidence from a field experiment. *American Economic Journal: Applied Economics*, 9(2), 1–22. <https://doi.org/10.1257/app.20160213>
- Ert, E., Fleischer, A. & Magen, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management*, 55, 62–73. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.013>
- Finck, M. & Ranchordás, S. (2016). Sharing and the city. *Vanderbilt Journal of Transnational Law*, 49, 1299–1369.
- Forno, F. & Garibaldi, R. (2015). Sharing economy in travel and tourism: The case of home-swapping in Italy. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 16, 202–220. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2015.1013409>

- Frenken, K. & Schor, J. (2016). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3–10. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2017.01.003>
- Gant, A. C. (2016). Holiday rentals: The new gentrification battlefront. *Sociological Research Online*, 21(3), 1–9. <https://doi.org/10.5153/sro.4071>
- Germann Molz, J. (2013). Social networking technologies and the moral economy of alternative tourism: the case of couchsurfing.org. *Annals of Tourism Research*, 43, 210–230. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.001>
- Goodwin, H. (2011). *Taking responsibility for tourism*. Oxford: Goodfellow.
- Goodwin, H. (2012). *Sustainable and responsible*. International Centre for Responsible Tourism. Haettu osoitteesta https://www.youtube.com/watch?v=_UiXs9vcuaE
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C. & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behaviour*, 50, 558–563. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.043>
- Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L. & Havitz, M. (2017). Why tourists choose Airbnb: A motivation-based segmentation study. *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/0047287517696980>
- Hajibaba, H., Karlsson, L. & Dolnicar, S. (2016). Residents open their homes to tourists when disaster strikes. *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/0047287516677167>
- Hakkarainen, M. & Jutila, S. (2017). Jakamistalous matkailussa. Teoksessa J. Edenheim & H. Ilola (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s. 148–152). Rovaniemi: Lapland University Press.
- Hatzopoulos, V. & Roma, S. (2017). Caring for sharing? The collaborative economy under EU law. *Common Market Law Review*, 54, 81–128.
- Huber, A. (2016). Theorising the dynamics of collaborative consumption practices: A comparison of peer-to-peer accommodation and cohousing. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 53–69. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.12.001>
- Huefner, R. J. (2015). The sharing economy: Implications for revenue management. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 14, 296–298. <https://doi.org/10.1057/rpm.2015.18>
- Interian, J. (2016). Up in the air: Harmonizing the sharing economy through Airbnb regulations. *Boston College International and Comparative Law Review*, 39, 129–161.
- Jonas, A. (2015). Share and share dislike: The rise of Uber and Airbnb and how New York City should play nice. *Journal of Law & Policy*, 24, 204–239.
- Karlsson, L., Kemperman, A. & Dolnicar, S. (2017). May I sleep in your bed? Getting permission to book. *Annals of Tourism Research*, 62, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.10.002>
- Laurell, C. & Sandström, C. (2016). Analysing Uber in social media – Disruptive technology or institutional disruption? *International Journal of Innovation Management*, 20(5). <https://doi.org/10.1142/S1363919616400132>

- Leighton, P. (2016). Professional self-employment, new power and the sharing economy: Some cautionary tales from Uber. *Journal of Management & Organization*, 22, 859–874. <https://doi.org/10.1017/jmo.2016.30>
- Li, J. (2015). “Can sharing be taxed?” *Canadian Tax Journal*, 63, 885–904.
- Llop, N. (2016). A policy approach to the impact of tourist dwellings in condominiums and neighbourhoods in Barcelona. *Urban Research & Practice*, 10, 120–129. <https://doi.org/10.1080/17535069.2017.1250522>
- Lobel, O. (2016). *The law of platform*. Legal Studies Research Paper Series. University of San Diego, School of Law. Haettu osoitteesta <http://ssrn.com/abstract=2742380>
- Malhotra, A. & Van Alstyne, M. (2014). The dark side of the sharing economy... and hot to lighten it. *Communications of the ACM*, 57(11), 24–27. <https://doi.org/10.1145/2668893>
- Malin, B. J. & Chandler, C. (2016). Free to work anxiously: Splintering precarity among drivers for Uber and Lyft. *Communication, Culture & Critique*, 10, 382–400. <https://doi.org/10.1111/cccr.12157>
- Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism. *Ecological Economics*, 121, 149–159. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.11.027>
- McNeill, D. (2016). Governing a city of unicorns: Technology capital and the urban politics of San Francisco. *Urban Geography*, 37, 494–513. <https://doi.org/10.1080/02723638.2016.1139868>
- Mihalic, T. (2014). Sustainable-responsible tourism discourse – Towards ‘responsustainable’ tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111(B), 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.062>
- Miller, S. (2016). First principles for regulating the sharing economy. *Harvard Journal on Legislation*, 53, 147–202.
- Munkøe, M. (2017). Regulating the European sharing economy: State of play and challenges. *Intereconomics: Review of European Economic Policy*, 1, 38–44. <https://doi.org/10.1007/s10272-017-0641-3>
- Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14, 193–207. <https://doi.org/10.1002/cb.1512>
- van Nuenen, T. (2016). The production of locality on peer-to-peer platforms: The production of locality on peer-to-peer platforms. *Cogent Social Sciences*, 2. <https://doi.org/10.1080/23311886.2016.1215780>
- Oskam, J. & Boswijk, A. (2016). Airbnb: The future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures*, 2, 22–42. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2015-0048>
- Palgan, Y. V., Zvolska, L. & Mont, O. (2016). Sustainability framings of accommodation sharing. *Environmental Innovations and Societal Transitions*, 23, 70–83. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.12.002>
- Petticrew, M. & Roberts, H. (2016). *Systematic reviews in the social sciences: A practical guide*. Malden: Blackwell.

- Pfeffer-Gillet, A. (2016). When “disruption” collides with accountability: Holding ridesharing companies liable for acts of their drivers. *California Law Review*, 104, 233–268. <https://doi.org/10.15779/Z380854>
- Philip, H., Ozanne, L. & Ballantine, P. (2015). Examining temporary disposition and acquisition in peer-to-peer renting. *Journal of Marketing Management*, 31(11–12), 1310–1322. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1013490>
- Posen, H. (2015). Ridesharing in the sharing economy: Should regulators impose Uber regulations on Uber? *Iowa Law Review*, 101, 405–433.
- Redfearn, R. (2016). Sharing economy misclassification: Employees and independent contractors in transportation network companies. *Berkeley Technology Law Journal*, 31, 1022–1056.
- Reisch, L. & Thøgersen, J. (2015). *Handbook of research on sustainable consumption*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Richard, B. & Cleveland, S. (2016). The future of hotel chains: Branded marketplaces driven by the sharing economy. *Journal of Vacation Marketing*, 22, 239–248. <https://doi.org/10.1177/1356766715623827>
- Salminen, A. (2011). *Mikä kirjallisuuskatsaus? Johdatus kirjallisuuskatsauksen tyyppeihin ja hallintoteellisiin sovelluksiin*. Vaasan yliopisto. Haettu osoitteesta http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-349-3.pdf
- Santolli, B. J. (2017). Winning the battle, losing the war: European cities fight Airbnb. *George Washington International Law Review*, 49, 673–709.
- Schor, J. B., Fitzmaurice, C., Carfagna, L. B., Attwood-Charles, W. & Poteat, E. D. (2016). Paradoxes of openness and distinction in the sharing economy. *Poetics*, 54, 66–81. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2015.11.001>
- TEM (2017). *Jakamistalous Suomessa 2016: Nykytila ja kasvunäkymät*. (Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. Yritykset, 9/2017.)
- Tham, A. (2016). When Harry met Sally: Different approaches towards Uber and AirBnB – an Australian and Singapore perspective. *Information Technology and Tourism*, 16, 393–412. <https://doi.org/10.1007/s40558-016-0070-3>
- Tussyadiah, I. (2016). Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 70–80. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.03.005>
- Tussyadiah, I. & Pesonen, J. (2016). Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns. *Journal of Travel Research*, 55, 1022–1040. <https://doi.org/10.1177/0047287515608505>
- Tussyadiah, I. & Zach, F. (2016). Identifying salient attributes of peer-to-peer accommodation experience. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34, 636–652. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1209153>
- Veijola, S., Edenheim, J. & Ilola, H. (2013). Johdanto matkailun tutkimukseen. Teoksessa S. Veijola. (toim.), *Matkailututkimuksen lukukirja* (s. 16–29). Rovaniemi: LUP.

- Wang, D. & Nicolau, J. (2017). Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on **Airbnb.com**. *International Journal of Hospitality Management*, 62, 120–131. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.12.007>
- Watanabe, C., Naveed, K. & Neittaanmäki, P. (2017). Consolidated challenge to social demand for resilient platforms – Lessons from Uber’s global expansion. *Technology in Society*, 48, 33–53. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2016.10.006>

LIITE 1

Kirjallisuushaussa käytetyt viitetietokannat.

TIETOKANTA	TIETOKANNAN KUVAUS	VALITUT OSATIETOKANNAT
Scopus	Elsevierin omistama monitieteinen viittaus- ja tiivistelmätietokanta, joka kattaa yli 21 500 tieteellistä lehteä ja laajan kokoelman konferenssijulkaisuja	Koko tietokanta
Web of Science	Thomson Reutersin omistama monitieteinen viittaus- ja tiivistelmätietokanta, joka kattaa yli 12 000 tieteellistä lehteä ja laajan kokoelman konferenssijulkaisuja	Science Citation Index Expanded Social Sciences Citation Index Arts & Humanities Citation Index Conference Proceedings Citation Index Conference Proceedings Citation Index – Social Sciences & Humanities Emerging Sources Citation Index
CABI	CABI on yleishyödyllinen organisaatio, joka edistää maataloutta ja ympäristöön liittyvää tieteellistä tutkimusta ja julkaisee laajasti myös matkailuun liittyvää tutkimusta	Leisure Tourism -osatiekanta, joka keskittyy matkailututkimukseen
Ebsco	Tieto- ja kirjastopalveluja tarjoava kaupallinen yritys	Hospitality & Tourism Complete -osatiekanta, joka keskittyy matkailututkimukseen
ProQuest	Tieto- ja kirjastopalveluja tarjoava kaupallinen yritys	ABI/Inform Global -osatiekanta, joka sisältää mm. yhteiskuntatieteitä
Sage Journals	Sage Journals -kustantamon mm. yhteiskuntatieteitä sisältävä viitetietokanta	Koko tietokanta
SpringerLink	Springer-kustantamon mm. yhteiskuntatieteitä sisältävä viitetietokanta	Koko tietokanta
JSTOR	Yleishyödyllisen tieteellistä tutkimusta edistävän Ithaca Harbors -organisaation sähköinen akateeminen kirjasto	JSTOR I & IV -osatiekannat (Humanities, Social Sciences, Economics)

LIITE 2

Kirjallisuushaun hakutermin määrittelyssä hyödynnetyt artikkelit.

TEKIJÄ JA ARTIKKELI	JULKAISU JA VIITTAUSTEN MÄÄRÄ	TIETEENALA (OKM)	TIETEENALA (WOS, SCOPUS)
Belk (2014): You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online	Journal of Business Research (393)	Liiketaloustiede	Business (SSIC)* Marketing
Dredge & Gyimóthy (2015): The collaborative economy and tourism: Critical perspectives, questionable claims and silenced voices	Tourism Recreation Research (14)	Liiketaloustiede Yhteiskuntamaantiede, talousmaantiede	Ei listattu
Martin (2016): The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism	Ecological Economics (31)	Ympäristötiede Ekologia, evoluutiobiologia Kansantaloustiede Yhteiskuntamaantiede, talousmaantiede	Ecology (SCI)* Economics (SSCI) Environmental Sciences (SCI) Environmental Studies (SSCI) Economics and Econometrics Environmental Science
Schor ym. (2016): Paradoxes of openness and distinction in the sharing economy	Poetics (21)	Sosiologia Media- ja viestintätieteet Kielitieteet Kirjallisuuden tutkimus	Literature (AHCI)* Sociology (SSCI) Communication Language and Linguistics Linguistics and Language Literature and Literary Theory
Tussyadiah & Pesonen (2016): Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns	Journal of Travel Research (22)	Liiketaloustiede Yhteiskuntamaantiede, talousmaantiede Kirjallisuuden tutkimus	Hospitality, Leisure, Sport & Tourism (SSCI) Geography, Planning and Development Transportation

Hiljaisesta suoekosysteemistä elinvoimaa matkailuun

Joonas Katajisto

Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)

Soita löytyy joka puolelta Suomea. Melkein kolmasosa maamme pinta-alasta on suota (Tolonen, 1980, s. 12). Nämä vetiset alueet ovat kuitenkin jääneet mysteereiksi monelle meistä. Soita pidetään takapajuloina, minne kukaan ei koe tarpeelliseksi mennä. Tilanne on kuitenkin muuttumassa. Viime vuosina on käynnistetty hankkeita, joissa tutkitaan luonnon terveyttä parantavia voimia (ks. Hitaan ajattelun matkustavat laboratoriot; Tyrväinen, 2015). Luonnon erilaisilla ekosysteemeillä on terveyttä edistäviä voimia monessa – esimerkiksi hiljaisuuden erilaisten ominaisuuksien – muodossa.

Luonnon tuottaessa hyötyä ihmiselle millä tavalla tahansa puhutaan ekosysteemipalvelusta (Kolström, 2010, s. 20). Kolströmin (2010) mallin mukaan ekosysteemipalvelun hyödyn tuottamisessa on neljä vaihetta: luonnon aikaansaamat (1) välipalvelu ja (2) varsinainen palvelu, joista ihminen saa (3) epäsuoraa hyötyä ja (4) suoraa hyötyä. Maisemat suolla ovat esimerkki ihmisen saamasta hyödystä: luonnollinen kehitys ja muutokset ekosysteemeissä ovat tuottaneet kukoistavan ympäristön, jota ihminen voi ihailla. Suo tarjoaa jo itsessään hiljaisuuden ulottuvuuden, sillä siellä ei yleensä ole juurikaan ihmisen luomaa infrastruktuuria tai toimintaa. Suot muodostavat luontomatkailukentässä oman kohteensa, jonka potentiaalia ei ole vielä hyödynnetty tai edes löydetty. Suoalueita on markkinoitava tavalla, joka antaa ihmisille mahdollisuuden löytää tiensä sinne.

Puheenvuoroni pohjautuu pro gradu -tutkimukseeni, jossa pyrin selvittämään suon tuoteistamiseen matkailualalla liittyviä perusteita. Suon tuoteistamista matkailualalla on tutkittu aiemmin erilaisin hankkein (kuten *Elantoa suosta 1996-2000*, ks. Salo, 2012; Kuel, 2014), mutta suoympäristön tarjoamiin hiljaisuuden palveluihin ei ole kiinnitetty huomiota. Keskityin tutkimuksessani selvittämään, mikä on suoekosysteemipalvelu hiljaisuuden kontekstissa. Tutkiesani suoekosysteemin tuottamia hyötyjä käytin edellä mainittua Kolströmin (2010) nelivaiheista mallia, johon lisäsin viidenneksi vaiheeksi hyödyn siirtämisen matkailukenttään.

Tutkimukseni aineistoina käytin omia kokemuksiani suolla liikkumisesta (autoetnografinen havainnointi) sekä neljää eräkirjallisuuden teosta, joissa oli kytköksiä suoluontoon. Tein suohavaintoni syksyllä ja talvella, mikä toi hiljaisuuden ulottuvuutta esille monipuolisesti. Erä-

kirjallisuuden avulla pääsin syvemmälle suomalaiseen eräkulttuuriin. Tutkimukseni pohjalta voidaan todeta, että suolla liikkumisella on potentiaalia luontomatkailun saralla, mutta ennen kaikkea sillä on vaikutusta ihmisten hyvinvointiin. Ihmiset etsivät nykyään niin ulkomailta kuin omilta lähialueiltaakin paikkoja, missä toiset eivät vielä ole käyneet. Uusien kohteiden halutaan myös sisältävän erilaisia ulottuvuuksia. Terveydelliset seikat tuovat yhden lisäulottuvuuden retkeilyyn ja matkailuun eri luontokohteissa.

Kaikki suolla tapahtuvat aktiviteetit voidaan liittää hiljaisuuteen. Nykyään käytetään aktiviteettien sijaan termiä ”passiviteetti”. Sillä tarkoitetaan aktiviteetteja, joissa ei tarvitse muuta kuin ”olla” ja nauttia ympäröivästä luonnosta – joutumatta esimerkiksi käyttämään erilaisia välineitä (Kärkkäinen, 2017). Eläinten katselu kauniissa suoympäristössä on hyvä esimerkki passiviteetista.

Mikä sitten on hiljaisuuden ekosysteemipalvelu suoluonnossa? Tutkimukseni osoitti, että suon tarjoama hiljaisuuden ympäristö luo tunnelman, jollaista on vaikea löytää muualta. Tutkimukseni johtopäätöksissä jaoin suon tarjoamat palvelut kolmeen ryhmään: ekologiset, kulttuuriset ja hiljaisuuden ekosysteemipalvelut. Suolla voi tehdä yllättävänkin paljon asioita. Suo tarjoaa mahdollisuuden hoitaa ihmisen luontosuhdetta. Suoluontoon voi syventyä esimerkiksi tarkkailemalla eläimiä ja lintuja tai kalastamalla suojärvillä. Olosuhteet suolla eri elementteineen luovat mielenkiintoisen ympäristön. Veselementti on hallitseva, ilma on raikasta ja helppo hengittää; myös aurinko pääsee ”vapaasti” lämmittämään kulkijaa aukealla suolla. Pitkospuut ovat erottamaton osa suoluontoa. Ne ovat muodostuneet niin ihmisten mielissä kuin luonnossakin osaksi maisemaa ja mahdollistavat suolla liikkumisen, joten niiden olemassaolo ei häiritse kulkijoita eikä vahingoita suon ekosysteemiä. Pitkospuutkin kuuluvat näin ekologisten palveluiden kategoriaan. Myös mielikuvat suosta johdattelevat ajatukset pitkospuiden äärelle.

Kulttuuristen ekosysteemipalveluiden avulla suomatkailulle voidaan luoda totuudenmukaista sekä tarinallista pohjaa, jonka avulla voidaan herättää ihmisten kiinnostusta suota kohtaan. Taianomaiset maisemat kuuluvat olennaisesti mielikuviin suosta ja suomatkailusta. Mielikuvia syntyy ihmisen kehon ja ympäröivän luonnon keskinäisessä vuorovaikutuksessa, ja tähän tuo omat piirteensä myös kulkijan oma kulttuurinen tausta (Ingold, 2017). Suon virkistyskäyttö tarkoittaa monesti juuri maisemien ihailua sekä informaation vastaanottamista reitin varrella, jos reitille on pystytetty infotauluja. Muut rakennelmat, kuten laavut, erämökkit ja lintutornit, tuovat oman lisänsä suokokemukseen. Laavulla voi nauttia esimerkiksi kahvikuksasta ja samalla katsella auringon laskevan tuntureiden taa (Lapissa). Eräässä aiemmassa tutkimuksessa (Haanpää & Veijola, 2006) todettiin, että juuri kuksan ja laavun yhdistelmä maisemineen saattaa tuottaa monelle elämyksen. Uskomukset siitä, että suon silmä on vaatinut monia uhreja, saattaa pelottaa potentiaalisia suolle lähtijöitä. Asia voidaan kuitenkin kääntää toisinpäin: suon salaperäisyys ja synkän matkailun (*dark tourism*) ulottuvuus voivat lisätä matkailijoiden kiinnostusta. Synkkä matkailu viittaa esimerkiksi paikkoihin, joissa on tapahtunut murha tai rikos (Wilson, 2008, s. 9). Suolle suuntautuva retkeily ja matkailu voivat saada osansa synkän matkailun kasvusta, kunhan ne osataan tuottaa mielenkiintoisella tavalla.

Hiljaisuuden ulottuvuus suoluonnossa rakentuu suon autiudesta, äänettömyydestä ja min-kään liikkumattomuudesta. Luonnossa ja suolla on mahdollista irtautua arkielämän ”koneis-tosta”, jolloin on helpompi tuntee yhteys luontoon (Salonen, 2013). Sosiaalinen hiljaisuus raken-tuu yksin tai yhdessä muiden kanssa, ollaanpa sitten hiljaa tai jutellaan mukana olevien kanssa. Vieraat ihmiset luovat melua, kun taas tuttujen äänet eivät häiritse. Tulistelu laavulla kuvaa hil-jaisuutta syvimmillään: ympäröivä suomalaisema, äänettömyys ja auringonlasku, joiden lomassa nautitaan kuksakahvit ja katsotaan hiljaisuuteen. Suolta löytyy usein vettä jossain muodossa, millä on ihmisen mieltä rauhoittavia vaikutuksia. Vesi liitettynä hiljaisuuteen ja ärsykkeiden puuttumiseen luovat kokemuksen, joka usein kehittyy elämykseksi. Hiljaisuuden löytäminen suolta edellyttää mielenhallintaa, muiden asioiden syrjään laittamista ja antautumista juuri meneillään olevalle hetkelle. Hidas ja hiljainen eteneminen antavat kulkijalle mahdollisuuden nähdä ja kokea koskematonta luontoa, jota suolta voi löytyä, toisin kuin melkeinpä mistään muualta. Suolla voi myös kokea tunteen menneisyydessä elämisestä, sillä ihmisen kädenjäljen puuttuessa maasto on samassa tilassa kuin se on ollut satoja vuosia. Talvisaikaan arktinen ympäristö luo vieläkin etäisempiä mielikuvia suosta. Karut olosuhteet talvella tuovat esiin suon ankarinta puolta, mikä myös voi olla kiinnostavaa, esimerkiksi ulkomaalaisille. Lisäksi talvella pääsee liikkumaan keskemällä suota, paikoissa joihin ei kesällä pääse.

Kaikki edellä mainitsemani seikat puoltavat suon mahdollisuuksia toimia mielenkiintoi-sena ja puoleensavetävänä luontomatkailukohteenä. Ihmisiä kiinnostavat kohteet, jotka ovat jääneet piiloon suurilta turistivirroilta. Matkailijoita voidaan houkuttaa suolle, kun luodaan suon ympärille houkutteleva konsepti, jossa yhdistyvät suon taianomaisuus, kulttuurihistoria, maisemat, terveydelliset hyödyt sekä ympäristön hyvinvoinnin huomioonottaminen. Toisaalta suolle ei haluta suuria määriä matkailijoita, koska tällöin herkkä suoekosysteemi kärsii ja suon tuottamat hyödyt menetetään. Ihminen näkee luonnossa vain itselleen kauniita asioita, ja niitä hän tavoittelee löytävänsä. Omaan luontosuhteeseen syventymisen kautta ihminen voi löytää rauhallisen ja aution paikan mielestään sekä elää tämän paikan todeksi suoluonnossa, joka tar-joaa pysähtyneisyyden ja hiljaisuuden tilan. Myös elämyksille annetaan tällä tavoin mahdolli-suus syntyä, kun tila ja puitteet ovat normaalista ja arkipäiväisestä ympäristöstä poikkeavat.

Maassamme on erittäin paljon soita, joten on yllättävää, ettei niitä ole hyödynnetty esimer-kiksi matkailussa – tai millään muullakaan sektorilla – voimakkaammin. Kenties soiden ympä-rille kehittyä tulevaisuudessa paljonkin erilaista toimintaa. Matkailuala voisi olla edelläkävijä ja luoda kysyntää näille tuntemattomiksi jääneille ja vetisille alueille.

Tutkimukseni yhtenä tavoitteena oli luoda uusi käsite luontomatkailun kenttään. Käsitteen ”hiljaisuuden suoekosysteemipalvelu” kautta pyrin tuomaan suoluontoa näkyvämmiin esiin matkailun parissa. Tälle luontomatkailun osa-alueelle voi olettaa olevan kysyntää, varsinkin kun hyvinvointi osana matkailua on nykyisin merkittävä trendi. Hiljaisuutta on jo tuotteistettu, mutta saadaanko suoluonto ja toiminta siellä liitettävä osaksi hiljaisuuden ulottuvuuksia? Tämä kysymys odottaa vielä vastausta. Suon matkailupotentiaalia kannattaa joka tapauksessa tutkia jatkossakin, koska suo on merkittävä osa suomalaista luonnonmaisemaa ja kulttuurihistoriaa. Suo tarjoaa potentiaalisen ympäristön ja ison mahdollisuuden hiljaiselle luontomatkailulle.

Lähteet

- Haanpää, M. & Veijola, S. (toim.) (2006). *Hiljaisuuden tuotteistaminen Lapin matkailussa*. Monitie-
teinen proseminaarityö. Lapin yliopisto / LEO.
- Hitaan ajattelun matkustavat laboratoriot. TEKES-rahoitteinen hanke, 2016–2017. Lapin yliopisto.
- Ingold, T. (2017). Perception, interpretation and representation of environment. Luento osana
tohtorihjelmaa Northern cultures and natural resource politics, 23.3.2017, Rovaniemi, Lapin
yliopisto.
- Kolström, T. (2010). Mitä ekosysteemipalvelut ovat? Teoksessa J. Hiedanpää, L. Suvantola & A.
Naskali (toim.), *Hyödyllinen luonto, ekosysteemipalvelut hyvinvointimme perustana* (s. 19–32). Tam-
pere: Vastapaino.
- Kuel, A. (2014). Reliving off the swamp: A Cajun tourism community. *Geographical Review*, 104,
506–522. <https://doi.org/10.1111/j.1931-0846.2014.12040.x>
- Kärkkäinen, S. (2017). Menestystarinoita – Case Visit Rovaniemi: Kuumaa kasvua Aasiasta. Visit
Finland -seminaari, 4.5.2017, Helsinki.
- Salo, H. (2012). ”Elantoa suosta”. Suohon perustuvien elinkeinojen kehittämisohjelma Etelä-
Pohjanmaalla 1996–2000. Mitä saavutettiin? Suoseura – Katsaukset. *Suo*, 63(1), 19–26.
- Salonen, T. (2013). Luontokosketuksista luontoa tuntemaan. Teoksessa J. Valkonen & T. Salonen
(toim.), *Reittejä luontosuhteeseen* (s. 37–62). Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Tolonen, K. (1980). Suo-Suomen synty. Teoksessa P. Havas, U. Häyrinen, L. Aarnio & R. Ruuhijär-
vi (toim.), *Suomen Luonto 3: Suot* (s. 7–24). Helsinki: Kirjayhtymä.
- Tyrväinen, L. (2015). Metsän virkistyskäytön terveys- ja hyvinvointihyödyt. Teoksessa K. Salo
(toim.), *Metsä: Monikäyttö ja ekosysteemipalvelut* (s. 272–276). Helsinki: Luonnonvarakeskus.
- Wilson, J. Z. (2008). *Prison: Cultural memory and dark tourism*. Berlin: Peter Lang.

Kansainvälisen matkailun kasvu vaikuttaa alan osaamistarpeisiin

Sanna-Mari Renfors
Satakunnan ammattikorkeakoulu

Matkailualan muutos edellyttää uutta osaamista

Suomen matkailun tiekartan 2015–2025 (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2015) mukaan matkailuelinkeino on viime vuosina kasvanut ja kansainvälistynyt muita toimialoja nopeammin. Kansainvälisten matkailijoiden määrä on kaksinkertaistunut 2000-luvulla. Kansainväliset matkailijaryhmät ovat myös monimuotoistuneet ja matkailijamäärät monelta uudelta markkina-alueelta, kuten Kiinasta, ovat kasvaneet nopeasti. Visit Finlandin (2017) arvion mukaan ulkomaalaisten matkailu Suomeen kasvaa keskimäärin 4–5 prosentin vuosivauhtia. Matkailun onkin todettu voivan jatkaa kasvuaan Suomessa, mikäli kansainvälisten matkailijoiden määrä ja tämän eteen tehtävä kehitystyö jatkuu (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2015).

Matkailun kasvuun ja kilpailukykyyn vaikuttaa alalla toimivien ihmisten osaaminen (Euroopan Komissio, 2017). Kansainvälistyminen ja osittain tästä johtuvat toimintaympäristön muutokset, kuten matkailijoiden moninaistuneet odotukset ja vaatimukset, edellyttävät uuttakin osaamista (European Komissio, 2017; Zehrer & Mössenlechner, 2009). Matkailualalla työskentelevien työtehtäviin sisältyy yhä enemmän kansainvälisten matkailijoiden tarpeiden täyttämistä, mikä vaikuttaa osaamistarpeisiin.

Euroopan Komission (2016) mukaan alan osaamisvajeet ovat merkittäviä ja koulutuksen työelämärelevanssi vaihtelee suuresti. Myös Zehrer ja Mössenlechner (2009) näkevät suuren kuilun sen välillä, millaista koulutusta tarjotaan ja millaista koulutusta matkailuala tarvitsee. Erityisesti tämä liittyy tulkintaan siitä, millaista osaamista opetussuunnitelmien pitäisi tuottaa (Zehrer & Mössenlechner, 2009). Marinakou ja Gioumpasoglou (2015) toteavat, että matkailualan opetussuunnitelmien kehittämisessä tärkein näkökulma onkin niiden sopivuus alan tarpeisiin. Koska opetussuunnitelmien sisältö vaikuttaa sidosryhmiin, heidän näkökulmansa tulisi huomioida suunnitelmia kehitettäessä yhä vahvemmin (Lewis, 2006). Koulutuksen työelämävastaavuuden takaamiseksi tarvitaankin tehokkaampaa viestintää toimijoiden välillä (Wang, Ayres & Huyton, 2010).

Jotta matkailualan kasvu jatkuisi, alalla tulisi investoida ihmisiin. Suomen matkailun tiekartan 2015–2025 (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2015) toimenpiteisiin onkin sisällytetty eri koulutusasteiden tutkintoon johtavan koulutuksen työelämälähtöisyyden edistäminen siten, että koulutus on matkailun kehittämisen näkökulmasta määrällisesti oikeaa, ajantasaista, joustavaa ja merkityksellistä. Lisäksi tiekartassa nähdään tärkeäksi sellaisten toimenpiteiden edistäminen, jotka tukevat kasvavaa kansainvälisen osaamisen tarvetta – sekä tärkeimpiin kohderyhmiin liittyvää monipuolista kielitaitoa että kulttuuriosaamista.

Alan toimijoiden näkökulma kansainväliseen osaamiseen

Miten matkailualan kansainvälinen osaaminen määritellään alalla toimivien näkökulmasta ja millaista osaamista alalla tarvitaan kansainvälisen matkailun kasvaessa? Tämän selvittämiseksi haastateltiin 32 henkilöä, jotka edustivat matkailualalla toimivia organisaatioita, kuten valtakunnallisia, maakunnallisia ja paikallisia matkailun kehittäjäorganisaatioita ja -hankkeita, matkailun alueorganisaatioita, kuntia ja maakuntaliittoja sekä matkailuyrittäjiä ja yritysten henkilöstöä. Haastattelut olivat osa Interreg Cental Baltic -rahoitteista Boosted-hanketta, jonka tavoitteena on linjata kansainvälinen matkailuliiketoimintaosaaminen Suomessa, Virossa ja Latviassa. Hankkeessa tutkitaan ensin maakohtaisia osaamistarpeita, minkä jälkeen kolmen maan osaamistarpeet yhtenäistetään ja tämän pohjalta luodaan uusi kansainvälinen opetussuunnitelma osaksi hankkeeseen osallistuvien korkeakoulujen tutkintokoulutusta.

Haastateltavien mukaan tulevaisuuden haasteet matkailualalla liittyvät juuri alan ja alalla toimivien yritysten kasvuun ja kilpailukykyyn. Kansainvälisen matkailun uskotaan kasvavan ja kysynnän tiettyjä matkailun muotoja, kuten luontomatkailua, kohtaan lisääntyvän. Samalla kilpailu ihmisten ajankäytöstä globaaleilla markkinoilla kiristyy entisestään. Lähtötulevaisuuden haasteeksi koettiin näin ollen se, pystytäänkö tähän kilpailuun ja kysyntään vastaamaan ja tarjoamaan matkailijoille riittävän tasokkaita sekä kohdennettuja tuotteita ja palveluja. Jokainen kunta, seutukunta ja maakunta haluaa oman siivunsa kasvavista matkailijavirroista.

Haastatteluissa nousi vahvasti esille matkailun monimuotoistumisen edellyttämän osaamisen vahvistaminen erityisesti kansainvälisten kohderyhmien tunnistamisessa ja tavoittamisessa. Matkailuyrittäjien näkökulmasta suurin haaste on se, mistä potentiaaliset kansainväliset asiakkaat tavoittaa, millaisia matkailutuotteita he haluaisivat ostaa ja missä myyntikanavissa niitä myydään. Tähän liittyy ymmärryksen ja tiedon lisääminen erilaisista kansainvälisistä kohderyhmistä ja heidän ominaisuuksistaan. Alalla tarvittaisiin lisää myös kokonaisvaltaista myyntikanavaosaamista.

Erilaiset matkailutoimijat tarvitsevat lisää monipuolista digitalisaatioon liittyvää osaamista, jotta ne voisivat saada lisää kansainvälisiä matkailijoita. Erityisesti tulee panostaa tuotteiden ja kohteiden näkyvyyteen ja löydettävyyteen sähköisissä kanavissa. Tällä hetkellä matkailualan toimijoilta puuttuu osaamista ja aikaa perehtyä sekä hyödyntää digitaalisia myynnin ja markkinoinnin työkaluja. Kysymys siitä, pysyvätkö pienet matkailuyritykset mukana digitalisaatiossa, nostettiin useasti esille. Haastatteluissa mainittiin etenkin mobiilimaksaminen ja sosiaalisen median hyödyntäminen sekä sähköiset myyntikanavat. Myös digitaalisen liiketoiminnan kokonaisuuden ymmärtämistä korostettiin.

Lisäksi haastatteluissa tuli vahvasti esille myyntitaitojen kehittäminen. Myynnin tärkeyden ymmärtäminen ja innostunut ote myynnin kehittämiseen ontuu Suomessa. Haastateltavien mukaan tarvitaan lisää osaamista perusmyyntityöstä: asiakkaiden tuntemista, uusasiakashankintaa ja kontaktointia, tarjousten tekemistä ja tuotteiden esittelyä. Haastateltujen mukaan yritykset eivät ole riittävän valmistautuneita myyntitilanteisiin kohdatessaan potentiaalisen asiakkaan. Pienissä yrityksissä myöskään aika ei riitä myyntityön tekemiseen.

Tuotteistaminen nähtiin tärkeäksi osaamisen kehittämisen osa-alueeksi kansainvälisessä matkailussa. Matkailutuotteen todettiin olevan Suomessa kovin keskiverto, koska matkailijat ovat enimmäkseen suomalaisia. Tuotteistamista käsiteltiin haastatteluissa erilaisista näkökulmista: tuotteet tulisi sovittaa kansainvälisten kohderyhmien tarpeisiin soveltuviksi, yhteisten tuotekokonaisuuksien luomista tulisi vahvistaa ja tuotteiden tulisi olla räätälöitävissä sekä varioitavissa joustavasti erilaisiin tarpeisiin sopiviksi. Henkilökunnalta vaaditaan erikoistumista matkailualan erilaisiin tuotesisältöihin ja toisaalta monialaisuutta esimerkiksi Suomelle tyypillisten luontoresurssien sekä ruuan ja hyvinvoinnin yhdistämiseksi tuotteissa. Toisaalta todettiin, ettei kansainvälisille matkailijoille kuitenkaan ole riittävästi tarjontaa eikä Suomessa ole pystytty vastaamaan heidän odotuksiinsa tarvittavalla tavalla.

Kansainvälisen matkailun kasvu edellyttää vahvaa palveluosaamista ja kansainvälisten matkailijoiden kulttuurisidonnaisten tarpeiden huomioimista heitä palveltaessa. Myös informaation rooli korostuu markkinoitaessa matkailutuotetta ulkomaalaisille matkailijoille ja palveltaessa heitä kohteessa. He tarvitsevat tietoa esimerkiksi luonnon erityispiirteistä, ruuan raaka-aineista ja suomalaisesta tapakulttuurista sekä toimintaohjeita heille vieraisissa ympäristöissä toimimiseen. Kulttuurien tuntemukseen matkailussa liittyy näin suomalaisen kulttuurin tuntemus, koska matkailijoille tulee esitellä autenttisia oman kulttuurimme erityispiirteitä. Alalla tarvitaan myös vahvaa kielitaitoa – tarvetta on erityisesti erikoisempien kielten osaamiseen. Palvelu matkailijan omalla kielellä nähtiin haastatteluissa aidoksi asiakaslähtöisyydeksi ja matkailijan odotusten ylittämiseksi.

Myös yleistä kannattavuuteen liittyvää osaamista tulisi vahvistaa. Liiketoiminnan kannattavuutta pitäisi korostaa kaikille yrittäjiksi haluaville ja yrittäjänä toimiville. Tärkeää on kiinnittää huomiota hinnoitteluosaamiseen. Nykyisin tuotteita ja palveluja ei osata hinnoitella kannattavasti eikä kilpailukykyisesti verrattuna kilpailijamaihin. Työn hinta on Suomessa korkea ja toimintaympäristön julkiset maksut suuria. Nämäkin seikat tulisi huomioida hinnoittelussa. Lisäksi haastateltavat peräänkuuluttivat yrittäjämäistä asennetta ja yrittäjyysosaamisen lisäämistä matkailukoulutuksessa.

Haastateltavat totesivat Suomen olevan byrokraatian luvattu maa. Yrittäjän on hankala pysyä ajan tasalla siitä, millaisia lupia toimintaan tarvitaan ja millaisia pakollisia koulutuksia henkilökunnalla tulee olla (kuten hygieniapassi, anniskelupassi, työturvallisuuskortti, ensiapukurssi, turvallisuuspassi). Haastateltavia mietityttivät myös muut lait ja asetukset liittyen esimerkiksi paloturvallisuusvaatimukseen, viranomaisille tehtäviin ilmoituksiin, selosteisiin ja mainonnan rajoituksiin. Erilaisten pakollisten lupien ja koulutusten todettiin estävän rekrytointia ja hankaloittavan yritystoimintaa.

Yhteenveto

Työ- ja elinkeinoministeriön (2015) Suomen matkailun tiekartan mukaan panostukset matkailualan osaamisen kehittämiseen tuottavat upeita tuloksia vuoteen 2025 mennessä: Suomi on tällöin Pohjois-Euroopan ykköskohde. Tämän saavuttamiseksi tiekartan tavoitteet on jo osittain omaksuttu esimerkiksi ammattikorkeakoulujen opetussuunnitelmissa. Tuotteistaminen eri näkökulmista, vahva asiakaslähtöisyys liiketoiminnassa sekä kasvavassa määrin myös digitaalisuus näkyvät alan tutkintokoulutuksen opetussuunnitelmien sisällöissä. Tutkintokoulutuksen lisäksi tärkeässä roolissa osaamisen kehittämisessä ovat myös lyhyet, mikroyrityksille suunnatut intensiivikoulutukset esimerkiksi digitaalisista myynnin ja markkinoinnin työkaluista. Kehittämisen varaa on kuitenkin vielä paljon erityisesti kansainvälisen matkailun kasvun näkökulmasta. Kansainvälistymisvalmiuksien kehittäminen ja ylipäätään kansainvälisen matkailun osaaminen voitaisiin sisällyttää yhä vahvemmin osaksi koulutustarjontaa.

Lähteet

- Euroopan Komissio (2016). A New Skills Agenda for Europe. Working together to strengthen human capital, employability and competitiveness. Haettu osoitteesta <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/EN/1-2016-381-EN-F1-1.PDF>
- Euroopan Komissio (2017). Professional skills. Haettu osoitteesta https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/support-business/skills_en
- Lewis, A. (2006). Stakeholder informed tourism education: Voices from the Caribbean. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 5(2), 14–24.
- Marinakou, E. & Giousmpasoglou, C. (2015). Stakeholders' views on the development of a higher education hospitality program in Bahrain: Challenges and opportunities. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 27, 85–92. <https://doi.org/10.1080/10963758.2015.1033104>
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2015). *Yhdessä enemmän – kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun: Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015-2025*. (TEM raportteja 2/2015.) Haettu osoitteesta <https://tem.fi/documents/1410877/2735818/Matkailun+tiekartta+2015-2025.pdf/95521a94-5230-47c2-8dd7-bc7ff5bede04>
- Visit Finland (2017). Matkailu kasvaa 5 prosentin vuosivauhtia. Haettu osoitteesta <http://www.visitfinland.fi/tama-on-visit-finland/matkailu-on-kasvava-toimiala/>
- Wang, J., Ayres, H. & Huyton, J. (2010). Is tourism education meeting the needs of the tourism industry? An Australian case study. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 22(1), 8–14. <https://doi.org/10.1080/10963758.2010.10696964>
- Zehrer, A. & Mössenlechner, C. (2009). Key competencies of tourism graduates: The employers' point of view. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 9, 266–287. <https://doi.org/10.1080/15313220903445215>

Matkailun tietoaineistot yritysten voimavarana

Juha Riikonen

Mitä kotimaisia tietoaineistoja suomalaiset matkailuyritykset hyödyntävät liiketoiminnassaan ja mistä lähteistä näistä tietoja haetaan? Mihin tarkoituksiin matkailun tietoaineistoja käytetään ja miten hyödyllisinä niitä pidetään? Pohdin puheenvuorossani näitä kysymyksiä tekemäni opinnäytetyön (Riikonen, 2016) pohjalta. Tutkimuksen taustalla vaikutti Suomen matkailun tutkimuksen toimintaohjelmassa vuosille 2011–2020 (TEM, 2011, s. 7) esitetty havainto: matkailun tutkimustiedot ovat vaikeasti tulkittavissa ja löydettävissä eikä tietoja ole analysoitu toimialan kannalta hyödylliseen muotoon.

Tieto ja tietoaineistot matkailussa

Mitä tieto on? Platonin mukaan se voidaan ymmärtää hyvin perustelluksi tosi uskomukseksi (Niiniluoto, 1980, s. 138). Tiedon moninaista luonnetta kuvaavat englannin kielessä käytetyt termit. Data eli potentiaalinen informaatio on usein symboleita tai numeroita. Tutkimuksessa data jalostetaan siirrettäväksi, viestittäväksi tai välitettäväksi informaatioksi (information). Informaatiosta puolestaan muodostuu hyödynnettävissä oleva tieto (knowledge), jota tiedon arvoketjussa seuraa viisaus (wisdom), kyky soveltaa ja hyödyntää tietoa omassa toiminnassa. (Huotari, 2007.)

Matkailussa tietämys eli yleisesti hyväksytyjen, käytettävissä olevien tietojen kokonaisuus (vrt. Niiniluoto, 1996, s. 61) syntyy useiden eri tieteenalojen vuorovaikutuksessa (Benckendorff & Zehrer 2013, s. 123 – 124; ks. kuvio 1).

Kuvio 1. Matkailutietämyksen muodostuminen Tribea mukailen (Lähde: Benckendorff & Zehrer, 2013, s. 124).



Matkailututkimukset keskittyvät pääosin 1) ihmisiin, jotka liikkuvat normaalin elinympäristönsä ulkopuolelle, 2) matkailuelinkeinoon, joka pyrkii vastaamaan matkailijoiden tarpeista sekä 3) vaikutuksiin, joita matkailijoilla ja matkailulla on kohdemaan tai -alueen yhteiskunnalliseen, taloudelliseen, kulttuuriseen ja fyysiseen ympäristöön (Jafari, 1977, s. 8). Ensimmäiset tieteelliset matkailututkimukset tehtiin noin sata vuotta sitten, ja alkuvaiheessa tutkimuksia leimasi vahva taloustieteellinen painotus. Myös suomalaisessa matkailututkimuksessa taloustieteellinen näkökulma oli hallitseva. Ensimmäisen kotimaisen matkailun aluetaloudellisia vaikutuksia kartoittaneen tutkimuksen (*Turismen i Hangö*) tekivät Falenius, Grönholm ja Lehtonen vuonna 1963. Matkailun taloudellisia vaikutuksia tutkittiin niin sanotun pohjoismaisen mallin mukaisesti varsin laajasti sekä Suomessa että muissa Pohjoismaissa 1970-luvulla. (Kauppila, 2004.)

Erityisesti kansainvälisen matkailun ja matkailututkimuksen kannalta 70-luku oli merkittävä vuosikymmen. Silloin perustettiin *Tourism and Recreation Working Group*, jonka kokouksissa tarkasteltiin muun muassa matkailututkimuksia, matkailun ammattisanastoa, matkailun fyysistä ympäristöä, kansainvälisten rajojen vaikutusta matkailuun, matkailua alueellisena kehittäjänä, matkailun alueellisia malleja, matkakohteiden ja matkailuorganisaatioiden suunnitelmia sekä muutoksia suosituimmissa matkailu- ja vapaa-ajan kohteissa (Kaur, 1976, s. 41). Samalla vuosikymmenellä alettiin julkaista matkailun yhtä tärkeimmistä tieteellisistä julkaisusta *Annals of Tourism Researchia* (Xiao & Smith, 2006a, s. 495).

Matkailututkimusten ja niihin myönnettyjen tutkimusapurahojen sekä tieteellisten julkaisujen määrä kasvoi voimakkaasti 1980- ja 90-lukujen aikana (Benckendorff & Zehrer, 2013, s. 123). Nykyisin käytettävissä oleva matkailuun liittyvän tiedon määrä on valtava. Haasteena ei ole niinkään tiedon puute vaan pikemminkin relevantin tiedon löytäminen.

Matkailutoimialaan liittyvää tietoa on saatavilla monessa muodossa: väitöskirjoja ja muita tieteellisiä tutkimuksia, opinnäytetöitä, markkinatutkimuksia ja -katsauksia sekä markkina-tilanneanalysejä, ennakointi- ja trenditietoja, matkailuun liittyviä artikkeleita alan lehdissä, matkailutilastoja, toimialaraportteja, taloustietoja, yritys- ja toimipaikkatietoja, oppaita kotimaisille matkailuyrittäjille, oppikirjoja ja matkaoppaita. Esimerkiksi Euroopan tiedoneuvoston

(ECR) ohjeistuksen mukaan kaikki sen rahoittamat tutkimusaineistot on tallennettava julkisar-kistoihin ja avoimiin tietokantoihin, joten ne ovat julkisia ja vapaasti saatavilla (Tieteen tieto-tekniikan keskus, 2010, s. 112). Edellä mainittujen tietolähteiden lisäksi matkailuyritykset saa-vat tietoa muun muassa erilaisista matkailualan seminaareista, messuilta ja tapahtumista sekä verkkosovelluksista, kuten TripAdvisorista, joka kerää asiakkaiden arvioita matkakohteista ja -yrityksistä

Maailman matkailujärjestö (UNWTO) kerää kansainvälisen matkailun keskeisimpiä tilas-toja (saapuneet matkailijat, matkustustulot ja matkustusmenot), jotka löytyvät järjestön *Tou-rism Highlights* -julkaisusta ja YK:n tilastollisesta vuosikirjasta (UNWTO, 2017). Muita tärkeitä kansainvälisiä matkailutiedon tuottajia ovat OECD, WTTC (World Travel & Tourism Council), Eurostat (Statistical Office of the European Union) sekä korkeakoulut ja tutkimuslaitokset (TEM, 2011, s. 9). Matkailun kansainvälinen tilastointijärjestelmä, matkailun satelliittitilinpito, joka mittaa matkailun aikaansaamia taloudellisia ja työllisyysvaikutuksia, on erittäin merkittä-vä kansantalouden näkökulmasta (Tilastokeskus, 2017).

Suomessa Visit Finland kokoaa verkkosivuilleen tutkimuksia ja ylläpitää tilastopalvelu Ru-dolfia, joka sisältää tärkeimmät matkailutilastot. Tilastokeskuksen lisäksi muita keskeisiä koti-maisia tiedon tuottajia ovat matkailualan järjestöt MaRa (Matkailu- ja Ravintolapalvelut) ry ja SMAL (Suomen matkatoimistoalan liitto). Tärkeimmät kotimaiset matkailu- ja ravintola-alan tilastot (ks. Art Travel Consulting, 2016) ovat majoitustilastot (Tilastokeskus), suomalaisten matkailu ulkomaille (SMAL), lentoliikenteen matkustajamäärät (Finavia), kotimaan ja ulko-maiden välisen laivaliikenteen matkustajamäärät (Liikennevirasto), tax-free-myyntin määrät maittain ja paikkakunnittain (Global Blue), kongressitilastot (Finland Convention Bureau), rajanylitykset Venäjän rajalla (Rajavartiolaitos) ja venäläisille myönnettyjen viisumien määrä (Ulkoasiainministeriö). Lisäksi MaRa tuottaa kotimaisia alkoholi- ja ruokamyyntitilastoja ja Valvira anniskelutilastoja (MaRa, 2015).

Modernissa markkinataloudessa tiedon hyödyntämisestä on tullut keskeinen tuotannon-tekiä; tietojen tulee olla päivitettyjä ja vastata organisaation tiedontarpeita (Krugman, Obstfeld & Melitz, 2012, s. 172.) Tuoreen tutkimustiedon hyödyntäminen edistää uusien innovaatioiden syntymistä ja tuotekehitystyötä, mikä on erityisen tärkeää matkailuyrityksille ja matkakohteille (Cooper, 2006, s. 47; Hjalager, 2002). Tietojen tehokas hyödyntäminen edellyttää eri tietoläh-teistä saatujen tietojen yhdistelemistä keskenään. Tiedonhallinta on laaja ja moniulotteinen prosessi, johon kulminoituu suuri osa yrityksen tehtävistä (Wiig, 1997, s. 6). Tiedonhallintapro-cessissa tutkimustieto muutetaan yrityksen liiketoiminnan kannalta hyödylliseksi toimenpi-teiksi (Frechtling, 2004, s. 100).

Tiedon hyödyntäminen on kiinnostanut aiheena sekä akateemisia tutkijoita että tiedon-käyttäjiä jo pitkään (Xiao & Smith, 2006b, s. 310). Kansainvälisesti on havaittu, että akateemisia tutkimustuloksia ei ole pystytty hyödyntämään matkailualalla yhtä tehokkaasti kuin muilla toi-mialoilla (Cooper, 2006, s. 47; Jenkins, 1999; Stamboulis & Skyannis, 2003). Kuten puheenvuoro-ni alussa totesin, myös meillä Suomessa matkailun tutkimustiedot ovat vaikeasti löydettävissä eivätkä ne ole toimialan kannalta parhaassa mahdollisessa muodossa.

Suomalaiset matkailuyritykset tiedonkäyttäjinä

Kyselytutkimuksessani selvitin, miten suomalaiset matkailuyritykset hyödyntävät kotimaisia matkailun tietoaaineistoja. Keräsin tutkimusaineiston sähköisellä kyselylomakkeella (Webropol) marras-joulukuussa 2015. Lähetin kyselyn 1715 henkilölle, jotka työskentelivät matkailun eri toimialoilla (henkilöliikenteen kuljetuspalvelut, ravitsemis- ja majoitustoiminta, kylpylät, matkatoimistot ja muut varauspalvelut; opastuspalvelut, kulttuuri, viihde ja muu virkistystoiminta). Poimin vastaajat yksinkertaisella satunnaisotannalla Matkatoimittajien Killan Matkailun tärkeimmät nimet 2015 -luettelosta, Fonectan B2B-Finderista ja B2B-kohdistamiskoneesta, Suomen Maaseutumatkailuyrittäjät ry:n ja Suomen matkatoimistoalan liiton (SMAL:n) jäsenrekistereistä, **ABC.fi**-yrityshakemistosta sekä tasapuolisesti Lapin, Järvi-Suomen, rannikko- ja saaristoalueiden sekä pääkaupunkiseudun alueorganisaatioiden matkailuyritysluetteloista. Vastaaminen tapahtui sähköpostiin lähetetyn henkilökohtaisen linkin kautta.

Kyselyn lopullinen vastaajamäärä oli 188 ja vastausprosentti 11 %. Enemmistö (61 %) vastaajista toimi matkailuyrittäjänä tai matkailu- ja ravitsemisalan yrityksen toimitusjohtajana. Joka viides (20 %) työskenteli alan muissa johtotehtävissä. Loput työskentelivät myynti- ja markkinointitehtävissä (13 %) tai muissa (6 %), esimerkiksi rahoitukseen liittyvissä tehtävissä.

Tulokset osoittivat, että matkailun tietoaaineistoja hyödynnetään kotimaisten matkailuyritysten liiketoiminnassa kaiken kaikkiaan melko monipuolisesti. Kaksi kolmannelta (68 %) vastaajista kertoi hyödyntäneensä tietoaaineistoja liiketoiminnassaan. Eniten oli hyödynnetty matkailu- ja majoitustilastoja, matkailun toimialaraportteja ja matkailun toimialojen näkymiä esitteleviä katsauksia. Näissä suosituimmista lähteistä tieto on yleisluontoista; tiedot ovat helposti hyödynnettävissä ja tulkittavissa. Nämä lähteet olivat vastaajille myös tutumpia kuin muut tietoaaineistot. Kaikkein suosituimmiksi tietolähteiksi osoittautuivat Visit Finlandin, Maran ja Tilastokeskuksen verkkosivut. Uusista kotimaisista matkailun tietoaaineistoista hyödyllisimpinä pidettiin Visit Finlandin vuosittaista matkailututkimusta ja markkinakatsauksia eri kansallisuuksittain. Matkailun tietoaaineistoja hyödynnettiin muun muassa myynti- ja markkinointitehtävissä, tuotekehityksessä sekä strategisessa suunnittelussa.

Kyselyyn mukaan valittuja tuoreita matkailun tietoaaineistoja (esimerkiksi matkailuyrittäjän kansainvälistymisopasta, verkkokauppaopasta matkailuyrittäjälle, Modernit humanistit -työkirjaa tai maksullista kotimajoitustutkimusta) ei tunnettu kovinkaan hyvin. Näyttääkin siltä, että uusien tutkimusten, raporttien ja oppaiden anti ei parhaalla mahdollisella tavalla tavoita matkailuyrityksissä työskenteleviä.

Tilastoista hyödyllisimmiksi koettiin matkailijoiden rahankäyttöä Suomessa sekä yöpymisiä asuinmaittain kuvaavat tilastot. Ne molemmat löytyvät Visit Finlandin tilastopalvelu Rudolfista. Visit Finlandin laajaa tunnettuutta olisikin hyvä hyödyntää entistä enemmän, koska sitä kautta matkailuyritykset näyttäisivät eniten etsivän tietoja.

Toimialojen väliset erot tietoaaineistojen hyödyntämisessä olivat varsin ymmärrettävät ja odotetut. Ravitsemisalan yritykset hyödynsivät aktiivisimmin matkailu- ja ravintola-alan talouden tärkeimpiä tunnuslukuja, tietoja työvoiman saatavuudesta alueellisesti sekä ravintolaruokailun trenditutkimusta. Koska osaavasta työvoimasta on eniten pulaa ravitsemisalan yrityksissä, ei ole yllätys, että niille työvoiman saatavuutta koskevat tiedot ovat tärkeitä. Myös

MaRan verkkosivuja hyödynsivät aktiivisimmin ravitsemisalan yritykset. Majoitusalan yrityksetkin hyödynsivät MaRan verkkosivuja enemmän kuin matkatoimistot, matkanjärjestäjät ja varaupalvelut. Finavian ja Suomen matkatoimistoalan liiton verkkosivuja olivat puolestaan hyödyntäneet tiedonlähteenä eniten matkatoimistot ja matkanjärjestäjät.

Valtaosa (86 %) vastaajista toivoi matkailun toimialaraporttien laajuudeksi enintään 20 sivua. Tästä voidaan päätellä, että myös akateemisten tutkijoiden tulisi osata ilmaista tärkeimmät tuloksensa selkeästi, lyhyesti ja ytimekkäästi – siten, että mahdollisimman moni matkailualan käytännön toimija voi niitä hyödyntää. Tätä johtopäätöstä tukee toinen tutkimukseni havainto: suurin syy matkailun tietoaineistojen hyödyntämättä jättämiseen oli aika- ja resurssipula. Pitkien ja vaikeaselkoisten akateemisten tutkimusraporttien läpi käyminen on liian haasteellinen tehtävä varsinkin, jos tutkimusermejä ja -tuloksia ei ilmaista riittävän ymmärrettävästi.

Yli puolet vastaajista toivoi toimialaraportteihin tulevaisuusorientoitunutta tietoa: tulevaisuuden ennusteita ja tuoretta tietoa matkailutrendeistä. Tärkeänä pidettiin myös reaaliaikaista tietoa tärkeimmistä koti- ja ulkomaisista matkailijasegmenteistä sekä tuoreita matkailututkimuksia. Lisää tietoa kaivattiin seuraavista yksittäisistä aihepiireistä: liikentoyhtiöiden ja tilausliikenteen kannattavuus, aasialaisten tarpeet ja toiveet sekä maaseutumatkailuyrityksiin kohdistuvat odotukset. Uusia tilastotoiveita puolestaan olivat kansainväliset jatkolennot Helsingistä Pohjois-Suomeen sekä kokonaistilasto Suomesta lähtevistä lennoista ja ryhmämatkustustilasto.

Havaitsin tutkimusta tehdessäni, että henkilöliikenteen kuljetuspalvelujen yrityksille on tietoa saatavilla hyvin vähän. Edes matkailun toimialaraporteista ei löydy tietoa henkilöliikenteen kuljetuspalveluyritysten tueksi.

Kolmannes (32 %) kyselyyn vastanneista matkailuyritysten edustajista ei ollut hyödyntänyt mitään matkailun tietoaineistoja. He mainitsivat syiksi tähän etenkin aika- ja resurssipulan sekä sen, että tiedot eivät vastaa heidän tiedontarpeitaan tai he eivät tiedä, mistä tietolähteestä tarvittavat tiedot löytyvät. Tarvitaankin lisää vuoropuhelua tutkijoiden, muiden tiedontuottajien ja tiedonkäyttäjien välillä, jotta tiedot saadaan entistä paremmin vastaamaan eri tiedonkäyttäjryhmien tarpeita. Oman haasteensa matkailututkijoille asettaa se, että matkailuyritysten verkosto muodostuu monesta eri toimialasta, joiden tiedontarpeet poikkeavat toisistaan. Myös matkailualojen – etenkin samassa matkakohteessa toimivat – yritykset voisivat jakaa tietoa avoimemmin keskenään ja nähdä toiset yritykset yhteistyökumppaneina eikä kilpailijoina. Samaan asiaan viittaa Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu *Yhdessä enemmän – kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun* eli Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015–2025 (TEM, 2015).

Lähteet

Art Travel Consulting (2016). Tuoteryhmät. Matkailualan tilastointi. Haettu osoitteesta http://www.arttravelconsulting.com/tuoteryhmat/matkailualan_tilastointi.php

Benckendorff, P. & Zehrer, A. (2013). A network analysis of tourism research. *Annals of Tourism Research*, 43, 121–149. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.04.005>

- Cooper, C. (2006). Knowledge management and tourism. *Annals of Tourism Research*, 33, 47–64. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.04.005>
- Falenius, H., Grönholm, H. & Lehtonen, L. (1963). Turismen i Hangö. *Meddelanden från Ekonomisk-Geografiska Institutionen vid Svenska Handelshögskolan Helsingfors*, 23, 117–156.
- Frechtling, D. C. (2004). Assessment of tourism/hospitality journals' role in knowledge transfer: An exploratory study. *Journal of Travel Research*, 43, 100–107. <https://doi.org/10.1177/0047287504268230>
- Hjalager, A. (2002). Repairing innovation defectiveness in tourism. *Tourism Management*, 23, 465–474. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00013-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00013-4)
- Huotari, M.-L. (2007). Internetix. Informaatiotutkimus 1. Mitä tieto on? Haettu osoitteesta http://oppimateriaalit.internetix.fi/fi/avoimet/oviestinta/informaatiotutkimus/poi/perusteet/01_mita_tieto_on/
- Jafari J. (1977). Editor's page. *Annals of Tourism Research*, 5, 6–11.
- Jenkins, C. (1999). Tourism academics and tourism practitioners: Bringing the great divide. Teoksessa D. G. Pearce & R. W. Butler (toim.), *Contemporary issues in tourism development* (s. 52–63) London: Routledge.
- Kauppila, P. (2004) *Matkailukeskuksen kehitys ja rooli aluekehityksessä paikallistasolla: Esimerkkeinä Levi, Ruka, Saariselkä ja Ylläs*. (Nordica Geographical Publication 33:1.) Oulu.
- Kaur, J. (1976). 16U WORKING GROUP Report on International Symposia on Tourism & Recreation. *Tourism Recreation Research*, 1(1), s. 41–44.
- Krugman, P. R., Obstfeld, M. & Melitz, M. J. (2012). *International economics: Theory & policy*. Boston: Pearson.
- MaRa Ry (2015). Toimiala. Tilastoja- ja tutkimuksia. Alkoholi- ja ruokamynttilastoja. Haettu osoitteesta <https://www.mara.fi/toimiala/tilastoja-ja-tutkimuksia/ravintolat>
- Niiniluoto, I. (1980). *Johdatus tieteenfilosofiaan: Käsitteen- ja teorianmuodostus*. Helsinki: Otava.
- Niiniluoto, I. (1996). *Informaatio, tieto ja yhteiskunta: Filosofinen käsiteanalyysi*. Helsinki: Edita.
- Riikonen, J. (2016). Matkailun tietoaineistojen hyödynnettävyytystutkimus. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu, Opinnäytetyö, Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma. Haettu osoitteesta http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/110452/Riikonen_Juha_TEM_Toimialapalvelu.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Stamboulis, Y. & Skyannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24, 35–43. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00047-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00047-X)
- TEM (2011). Suomen matkailun tutkimuksen toimintaohjelma vuosille 2011–2020. Työ- ja elinkeinoministeriö.
- TEM (2015). *Yhdessä enemmän – kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun: Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015–2025*. (TEM raportteja 2/2015.) Työ- ja elinkeinoministeriö.
- Tieteen tietotekniikan keskus (2010). Tutkimusaineistot – olennaisen käsikirja päättäjille.

- Tilastokeskus (2017). Matkailutilinpito. Haettu osoitteesta <http://www.stat.fi/meta/til/matp.html>
- UNWTO (2017). *Tourism highlights: 2017 edition*. Haettu osoitteesta <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>
- Wiig, K. M. (1997). Knowledge management: An introduction and perspective. *Journal of Knowledge Management*, 1, 1, 6–14.
- Xiao, H. & Smith, S. (2006a). The making of tourism research: Insight from a social sciences journal. *Annals of Tourism Research* 33, 490–507. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.004>
- Xiao, H. & Smith, S. (2006b). Use of tourism knowledge: Research proposition. *Annals of Tourism Research*, 34, 310–331. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.09.001>

Viestinnällä esteettömään vieraanvaraisuuteen – Lapin matkailun alueorganisaatioiden verkkosivujen nykytila

Sanna Kyyrä, Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)

Krista Skantz, Lapin ammattikorkeakoulu, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)

Matkailun esteettömyys

Esteettömyydellä viitataan kaikille soveltuviin fyysisiin ja virtuaalisiin ympäristöihin ja palveluihin sekä niiden saavutettavuuteen. Lähes jokainen ihminen tarvitsee esteettä ratkaisuja jossakin elämänsä vaiheessa. Niistä hyötyvät esimerkiksi väliaikaisesti tai pysyvästi liikuntarajoitteiset, lastenvaunujen kanssa liikkuvat, näkörajoitteiset, ylipainoiset, lyhytkasvuiset, aistiherkkyksiä omaavat henkilöt, vieraassa kulttuurissa toimivat henkilöt ja toimintakyvyn rajoituksia omaavat ikäihmiset. Ihmisoikeusjulistuksen mukaan jokaisella tulee olla yhtäläinen oikeus vapaa-aikaan ja lepoon (Lovelock & Lovelock, 2013, s. 171). Matkailussa esteettömyyden huomiointi on vieraanvaraisuutta: palvelun, markkinoinnin, kohtaamisen ja saavutettavuuden tulisi toteutua laadukkaasti riippumatta matkailijan taustasta tai henkilökohtaisesta rajoitteesta, kulttuurista, sosiaalisesta vähemmistöstä, seksuaalisesta suuntautumisesta, iästä tai fyysisestä tai henkisestä erityistarpeesta (Harju-Myllyaho & Jutila, 2016; Harju-Myllyaho & Kyyrä, 2013, s. 16; Jutila & Harju-Myllyaho, 2017).

Esteettömyydessä on kyse monen eri ulottuvuuden muodostamasta kokonaisuudesta. Näitä ovat esimerkiksi fyysinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen ja viestinnällinen esteettömyys (Harju-Myllyaho & Jutila, 2016; Huovinen & Jutila, 2015; Jutila, 2013a, 2013b; Jutila & Harju-Myllyaho, 2017). Tässä puheenvuorossa tarkastellaan viestinnällisen esteettömyyden toteutumista kahden toista Lapin matkailun alueorganisaation¹ verkkosivuilla. Matkailun viestinnällinen esteettömyys viittaa selkeään, todenmukaiseen tiedonvälitykseen, jossa hyödynnetään monikanavaisuutta ja monikielisyttä ennen matkaa ja matkan aikana (Jutila 2013b, s. 121; UNWTO, 2013, s. 6). Esteettömän

1 Enontekiö-Kilpisjärvi, Levi, Meri-Lappi, Muonio-Olos-Pallas, Posio, Pyhä-Luosto, Rovaniemi, Saariselkä-Inari, Salla, Suomu-Kemijärvi, Tornionlaakso ja Ylläs.

viestinnän tavoitteena on tarjota kohteesta ja sen infrastruktuurista ja palveluista riittävän yksityiskohtaista tietoa sanoin, kuvin ja auditiivisesti, jotta matkailija voi päätellä, soveltuuko kohde hänelle (Jutila 2013b, s. 121). Koska viestinnällä voidaan vaikuttaa matkailijan päätökseen valita alue matkakohteeseen (Eichhorn, Miller, Michopoulou & Buhalis, 2008, s. 192), alueorganisaatioiden tärkeänä tehtävänä on kertoa myös matkailualueen esteettömyydestä.

Verkkosivuilta tutkittiin, miten sosiaalinen, kulttuurinen, fyysinen ja taloudellinen esteettömyys tuodaan niissä esille. Sosiaalisella esteettömyydellä viitataan tasa-arvoon, avoimuuteen, osallistamiseen ja asenteisiin (Jutila, 2013b, s. 120). Tässä puheenvuorossa sillä tarkoitetaan verkkosivujen yleistä käytettävyyttä: ovatko käyttäjät yhdenvertaisessa asemassa verkkosivuille saapuessaan, löytävätkö he sieltä omien tarpeidensa ja toiveidensa mukaisia palveluja sekä tietoa niistä (ks. Jutila, 2013a, s. 5). Kulttuurinen esteettömyys nojaa eri kulttuurien ja uskontojen tapojen tuntemiseen ja kunnioittamiseen sekä avoimeen asenteeseen vähemmistöjä ja etnisiä ryhmiä kohtaan (Harju-Myllyaho & Jutila, 2016, s. 36; Jutila, 2013a, s. 5). Fyysisellä esteettömyydellä viitataan matkailuympäristön fyysisiin tiloihin ja välineisiin sekä niiden saavutettavuudesta, turvallisuudesta ja kunnossapidosta huolehtimiseen (Huovinen & Jutila, 2015, 70). Taloudellisella esteettömyydellä tarkoitetaan palvelujen saavutettavuutta erituloisille ihmisille. Se voidaan huomioida matkailupalveluiden hinnoittelussa ja esimerkiksi siinä, että yksin matkustavat eivät joudu maksamaan korotettua hintaa (Harju-Myllyaho & Jutila, 2016, s. 36). Taloudellisen esteettömyyden analyysi ei tuottanut tähän puheenvuoroon merkittäviä tuloksia, joten sitä ei seuraavassa käsitellä.

Viestinnällinen esteettömyys käytännössä – havaintoja ja ideoita

Alueorganisaatioiden verkkosivut olivat yleisilmeeltään houkuttelevia ja matkustamiseen inspiroivia. Sivustoilla ei juurikaan käytetty sanaa ”esteetön” eikä määritetty jotakin tilaa tai palvelua erityisesti esteettömäksi. Sosiaalisen esteettömyyden näkökulmasta havainnon voidaan tulkita tukevan alueorganisaatioiden pyrkimystä luoda vieraanvarainen vastaanotto asettamalla kaikki asiakkaat yhdenvertaisesti tervetulleiksi. Esteettömiä palveluita tarvitsevia ei nimetä omaksi erityisryhmäkseen, vaan esteettömät palvelut edistävät kaikkien asiakkaiden mahdollisuuksia elämyksiin. Yksikään palvelu tai tila ei kuitenkaan voi olla kaikille asiakkaille esteetön. Sen takia on suositeltavaa panostaa palvelun ominaispiirteiden kuvaamiseen mahdollisimman totuudenmukaisesti ja selkeästi. Ainoastaan erikseen nimettyä ja todennäköisimmin asiakaslupauksen lunastavaa palvelua tai tilaa on suositeltavaa kutsua esteettömäksi (ja merkitä se esimerkiksi kuvasymbolein). Esimerkiksi inva-wc:n kyltti antaa lupauksen lakisääteisten mittojen mukaan rakennetun wc:n saatavuudesta.

Verkkosivujen käytettävyydessä oli joitakin puutteita, joihin jatkossa kannattaa kiinnittää huomiota. Sivujen värikontrasteja, kirjasinkokoa tai -tyyppiä ei voinut muuttaa. Myöskään tekstitiedostojen kuuntelumahdollisuutta tai äänitiedostojen tekstitystä (joka tukee kuulorajoitteisten asiakkaiden tiedonsaantia) ei ollut saatavilla. Pieni kirjasinkoko ja riittävien värikontrastien puuttuminen saattavat vaikeuttaa esimerkiksi näkörajoitteisen asiakkaan tutustumista sivustoon.

Kulttuurisesta esteettömyydestä – eri kulttuurien tapojen tuntemuksesta ja avoimesta asenteesta erilaisia vähemmistöryhmiä kohtaan – alueorganisaatioiden verkkosivuilla ei erikseen viestitty. Kulttuuriseen esteettömyyteen kuuluu esimerkiksi henkilökohtaisen aatteen, uskonnon tai allergian vuoksi erityisruokavalioita noudattavien asiakkaiden huomiointi. Useilla alueorganisaation sivustoilla oli kuvailtu alueen ravintolatarjontaa, mutta ravitsemispalveluita ei ollut kuvattu erityisruokavalioita noudattavien näkökulmasta. Matkailijan tuli siis selvittää kohteen ruokatarjonnan soveltuvuus omiin tarpeisiinsa vierailemalla esimerkiksi ravintoloiden kotisivuilla.

Sivustojen kuvissa ja videoissa esiintyvät henkilöt olivat yksipuolisesti länsimaisia, valkoihoisia nuoria aikuisia tai lapsia, joilla ei ollut näkyviä vammoja tai rajoitteita. Kulttuurinen esteettömyys lisääntyisi, jos kuvissa ja videoissa esiintyisi eri kulttuuri-, uskonto- ja ikäryhmiä edustavia sekä toimintakyvyltään erilaisia ihmisiä. Yksipuolinen kuvasto kyseenalaistaa matkailuelinkeinon kyvyn tarjota matkailua kaikille (Tomé, 2017). Nykyisen kaltaisen matkailumarkkinoinnin avulla elinkeino toivottaa tervetulleiksi vain tietynlaisen ulkonäön ja kykenevyyden omaavat ihmiset. Kaikilla pitäisi olla kuitenkin mahdollisuus päästä osalliseksi matkailun tarjoamista hyödyistä, kuten esimerkiksi rentoutumisesta, uuden oppimisesta ja lisääntyneestä sosiaalisuudesta.

Matkailuympäristöön liittyvien sanallisten kuvausten lisäksi alueorganisaatioiden sivustoilla tarjottiin asiakkaille mahdollisuus tutustua alueen matkailuympäristön fyysiseen esteettömyyteen Google Maps -sovellusta sekä live- ja 3D-kameroita hyödyntäen. Erityisesti kameran mahdollistama reaaliaikainen vierailu muun muassa piha-alueilla ja majoitusratkaisuissa on oivallinen keino tutustua alueen fyysiseen ympäristöön. Esimerkiksi liikuntarajoitteisille asiakkaille sisäänkäynnit ja peseytymistilojen tilaratkaisut ovat usein tärkeitä seikkoja majoitusta valittaessa. Luontopolkujen ja -reittien kohdalla useat alueorganisaatiot ohjasivat asiakkaan suoran linkin kautta Metsähallituksen ylläpitämään [luontoon.fi](https://www.luontoon.fi)-sivustolle, jossa reitit ja sen varrella olevat palvelut on kuvattu sanoin, kuvin ja esteettömyyttä kuvaavien symbolein (esim. inva-wc).

Joidenkin alueorganisaatioiden sivuilla oli hakukoneita, joilla pystyi etsimään itselleen soveltuvia tiloja tai aktiviteetteja. Esteettömien ratkaisujen löytymistä voidaan jatkossa helpottaa lisäämällä hakukriteereihin mahdollisuus valita esimerkiksi portaattomuus, induktiosilmukka tai kuvakommunikaatiokorttien olemassaolo. Siirrettävät luiskat ja apu- ja toimintavälineet (esim. suihkutuolit, laskettelukelkat) mahdollistavat palvelun mukavuuden ja elämykset monelle asiakkaalle. Jos alueen yritykset omistavat kyseisiä välineitä, voi niiden saatavuuden nostaa esille myös alueorganisaation sivuilla. Myös inva-wc-tilojen saavutettavuus on monelle asiakkaalle hyödyllinen tieto, joka voidaan esittää alueorganisaation sivulla.

Yhteenveto

Matkailun esteettömyys ymmärretään usein vain mahdollisuutena lisätä yrityksen taloudellista kasvua. Tärkeämpää olisi kuitenkin ymmärtää esteettömän matkailun merkitys kokonaisvaltaisesti: matkailu, muiden elinkeinojen joukossa, osallistuu esteettömyyden toteuttamiseen

yhteiskunnassa useasta eri näkökulmasta. Matkailun tarkoitus ei ole parantaa eikä muuttaa ketään esimerkiksi rikkaaksi, laihaksi tai pidemmäksi vaan lisätä hyvinvointia arkeen.

Tässä puheenvuorossa on esitetty esteettömyyden eri ulottuvuuksia huomioiva yleiskuvaus esteettömän viestinnän toteutumisesta Lapin matkailun alueorganisaatioiden verkkosivuilla. Puheenvuorossa pyrittiin tuomaan esille seikkoja, joista alueorganisaation kannattaa viestiä, ja tapoja, joilla esteetöntä viestintää voidaan kehittää. Yritykset voivat soveltaa tuloksia oman esteettömän viestintänsä kehittämisessä. Usein esteettömiä palveluita tarvitsevien erityistarpeita ei voi tietää ilman etukäteen saatua tietoa. Asiakkaan nimi, kansallisuus tai ulkonäkö ei kerro esimerkiksi aistirajoituksista (kuten näkeminen, kuuleminen), ruokavaliosta (kuten keliakia), kulttuurisesta taustasta (kuten halal-ruokavalio) tai seksuaalisesta suuntautumisesta (kuten sateenkaarimatkailijat) eikä niihin liittyvistä erityistarpeista. Esteetön viestintä auttaa matkailijaa valitsemaan itselleen soveltuvan palvelun, mikä lisää asiakastyytyväisyyttä sekä vähentää mielipahan ja pettymyksen todennäköisyyttä. Jokaisella matkailijalla ja alan toimijalla on mahdollisuuksia edistää esteettömän yhteiskunnan toteutumista. Toteuttaminen on usein enemmän kiinni halusta ja tiedosta kuin resursseista. Kaikki matkailijat tavoitettava esteetön viestintä on askel kohti esteetöntä vieraanvaraisuutta.

Lähteet

- Eichhorn, V., Miller, G., Michopoulou, E. & Buhalis, D. (2008). Enabling access to tourism through information schemes. *Annals of Tourism Research*, 35, 189–210. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.07.005>
- Harju-Myllyaho, A. & Jutila, S. (2016). Viewpoints on inclusion in tourism – From accessible tourism to accessible hospitality. *Matkailututkimus*, 12(2), 33–44.
- Harju-Myllyaho, A. & Kyryä, S. (2013). Megatrendit ja esteetön vieraanvaraisuus. Teoksessa S. Jutila & H. Ilola (toim.), *Matkailua kaikille? Näkökulmia matkailun ennakointiin, osa II* (s. 8–18). Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.
- Huovinen, J. & Jutila, S. (2015). Esteettömyys osana hyvinvointimatkailua. *Matkailututkimus*, 11(1), 68–78.
- Jutila, S. (2013a). Johdatus ennakoivaan esteettömyyteen. Teoksessa S. Jutila & H. Ilola (toim.), *Matkailua kaikille? Näkökulmia matkailun ennakointiin, osa II* (s. 4–7). Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.
- Jutila, S. (2013b). Matkailuympäristöjen esteettömyys. Teoksessa S. Veijola (toim.), *Matkailututkimuksen lukukirja* (s. 115–128). Rovaniemi: LUP.
- Jutila, S. & Harju-Myllyaho, A. (2017). Esteettömyys matkailussa. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s. 223–228). Rovaniemi: Lapland University Press.
- Lovelock, B. & Lovelock K. M. (2013). *Ethics of tourism: Critical and applied perspectives*. London: Routledge.

Skantz, K. (2017). Esteettömyydestä viestiminen – Lapin matkailun alueorganisaatioiden verkkosivujen nykytila. Julkaisematon hankeraportti. Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI), Ennakoinnilla esteettömään vieraanvaraisuuteen (ESVI) -hanke.

Tomé, M. (2017). Tourism and precarious social inclusion: Commitment to co-create tourism for all (Turismo e inclusão social precária: Compromisso em co-criar um turismo para todos). Keynote-puheenvuoro, INVTUR 2017 -konferenssi, Aveiro, Portugali, 19.5.2017.

UNWTO (2013). *Recommendations on accessible tourism*. World Tourism Organization. Haettu osoitteesta http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_recommendations_on_accessible_tourism.pdf

Puheenvuoro on valmistunut osana Lapin yliopiston hallinnoimaa Ennakoinnilla esteettömään vieraanvaraisuuteen -hanketta. Kiitämme hankkeen rahoittajana toimivaa Lapin liittoa / Euroopan aluekehitysrahastoa. Puheenvuoro pohjautuu hankkeessa harjoittelijana toimineen Lapin ammattikorkeakoulun restonomiopiskelija Krista Skantzin harjoittelutyönään tekemään raporttiin.

Oulun yliopisto maailman parhaiden matkailututkimusta tekevien yliopistojen joukossa

Juulia Räikkönen^a ja Jarkko Saarinen^b

^aTurun yliopisto, Talousmaantiede

^bOulun yliopisto, Maantiede

Shanghain lista

Kansainvälisissä vertailuissa maailman yliopistoja laitetaan paremmuusjärjestykseen lähinnä vertaisarvioitujen julkaisujen ja sitaattimäärien perusteella. Globaali akateeminen yhteisö seuraa vertailuja erittäin kiinnostuneena, sillä menestyvät yliopistot ja tutkimusympäristöt houkuttelevat niin opiskelijoita kuin tutkijoitakin. Yksi tunnetuimmista vertailuista on niin kutsuttu Shanghain lista (Academic Ranking of World Universities), jota on julkaistu vuodesta 2003 lähtien.

Uusimmalle Shanghain listalle 500 parhaimman yliopiston joukkoon pääsi viisi suomalaisesta yliopistosta. Parhaiten menestyi Helsingin yliopisto, joka oli sijalla 56 ja ainoana suomalaisena yliopistona sadan parhaimman joukossa. Itä-Suomen yliopisto ylsi 400 parhaimman yliopiston joukkoon (luokka 301–400) ja Aalto sekä Oulun ja Turun yliopistot olivat 500 parhaimman yliopiston joukossa (luokka 401–500). Vuodesta toiseen listan kärjessä ovat olleet amerikkalaiset yliopistot Harvardin johdolla ja kymmenen parhaimman joukkoon ovat yltäneet myös tunnetut brittiyliopistot Cambridge ja Oxford.

Vertailussa keskeisessä asemassa ovat kansainväliset tutkimusjulkaisut; niiden määrä, taso ja kerryttämät sitaatiot. Lisäksi arvioidaan yhteisjulkaisujen ja yliopiston tutkijoiden ja alumien saamien korkeiden akateemisten huomionosoitusten (esimerkiksi Nobelin ja Fieldsin palkintojen) määrää. Julkaisumenestys suhteutetaan myös yliopistojen kokoon. Tarkemmin Shanghain listan tutkimusteemoihin, indikaattoreihin ja metodiikkaan voi tutustua sivulla: <http://shanghairanking.com/Shanghairanking-Subject-Rankings/Methodology-for-ShanghaiRanking-Global-Ranking-of-Academic-Subjects-2017.html>

Maailman parhaat matkailututkimusta tekevät yliopistot

Shanghain lista vertailee yliopistoja myös tieteenaloittain tai tutkimusteemoittain. Vuonna 2017 tarkasteltiin erikseen kaikkiaan 52 tieteenalaa/tutkimusteemaa, joista matkailututkijoiden erityisenä mielenkiinnon kohteena on yhteiskuntatieteiden (Social Sciences) alla oleva matkailun ja vieraanvaraisuusalan johtaminen (Hospitality & Tourism Management), jota jatkossa kutsutaan lyhyesti matkailututkimukseksi.

Yliopistoissa tehtävää matkailututkimusta arvioidaan Web of Science (WoS) -listattujen julkaisusarjojen perusteella. Matkailututkimuksesta niitä löytyy yhteensä 47 kappaletta, ja ne käsittelevät matkailun, vapaa-ajan, vieraanvaraisuuden ja urheilun tutkimukseen erikoistuneita sarjoja. WoS-luokituksen käyttö jättää ison osan alan julkaisuista arvioinnin ulkopuolelle (muun muassa kansainväliset ja kotimaiset kirja-artikkelit ja ne tieteelliset sarjat, joilla ei ole WoS-statusta). Matkailututkimuksen ja -tutkijoiden arvioinnin yhteydessä tämä on moneen kertaan todettu ongelmalliseksi asiantilaksi (ks. Hall, 2005, 2011; Jamal, Smith & Watson, 2008). On myös huomattava, että ne matkailua käsittelevät tutkimukset, jotka on julkaistu esimerkiksi historian, maantieteen tai sosiologian tieteenalasarjoissa, jäävät matkailututkimuksen arvioinnin ulkopuolelle.

Shanghain lista nimeää 100 maailman parasta matkailututkimusta tekevää yliopistoa. Listan mukaan maailman matkailututkimuksen kärjessä on Hong Kongin teknillinen korkeakoulu (The Hong Kong Polytechnic University), joka koordinoi muun muassa Kansainvälistä Matkailuakatemiaa (the International Academy for the Study of Tourism). Kymmenen parhaan matkailututkimusta tekevän yliopiston joukkoon mahtuu lisäksi kaksi australialaista (Griffith University ja The University of Queensland), kolme amerikkalaista (Pennsylvania State University - University Park, Purdue University - West Lafayette ja Virginia Polytechnic Institute and State University) ja neljä brittiläistä yliopistoa (Loughborough University, University of Surrey, Bournemouth University ja University of Birmingham). Kokonaisuudessaan matkailututkimuksen lista löytyy sivulta: <http://shanghairanking.com/Shanghairanking-Subject-Rankings/hospitality-tourism-management.html>.

Oulun yliopiston matkailututkimus maailman parhaimmistoa

Matkailututkimuksen listalla on viisi pohjoismaista yliopistoa. Niiden joukossa on Suomesta ainoana Oulun yliopisto, joka sijoittuu Ruotsin Lundin ja Linneuksen yliopistojen tavoin sijoille 51–75. Norjan urheiluyliopisto (School of Sport Sciences) ja Göteborgin yliopisto puolestaan sijoittuvat 76–100 parhaan joukkoon maailmassa. Tiettyssä mielessä mielenkiintoiseksi Oulun yliopiston sijoittumisen tälle listalle tekee se, ettei yliopistossa ole erillistä matkailututkimuksen ja -opetuksen laitosta tai yksikköä. Kuten edellä todettiin, Shanghain lista arvioi tutkimusaloja ensisijaisesti tiettyjen julkaisukategorioiden mukaan, ei hallinnollisten yliopistorakenteiden perusteella.

Matkailun tutkimuksella on Oulun yliopistossa pitkä historia alkaen 1960-luvun talousmaantieteellisistä tutkimuksista (ks. Helle, 1968, 1970; Saarinen, 2003). Vuonna 2003 yliopistoon perustettiin maantieteen professuuri, jonka erityisalana on matkailututkimus, ja kuluville vuosikymmenellä alan väitöskirjoja on valmistunut vuosittain keskimäärin yksi. Maantieteili-

jät kantavatkin suurimman vastuun matkailututkimuksen kansainvälisistä julkaisuista Oulun yliopistossa. Keskeisimpiä tutkimusteemoja ovat matkailukehitys ja matkailun alueelliset vaikutukset, matkailun kestävyys ja vastuullisuus, matkailun ja ilmastonmuutoksen suhde, luontomatkailu ja matkailusuunnittelu. Lisäksi matkailututkimusta tehdään Oulun yliopistossa muun muassa antropologiassa ja taloustieteissä.

Oulun yliopiston korkea sijoitus Shanghain listalla on myönteinen asia koko Suomen matkailututkimukselle. Myös ruotsalaisten ja norjalaisten yliopistojen menestys tuo positiivista julkaisuutta pohjoismaiselle matkailututkimukselle. Tuoreen matkailutilaston (UNWTO, 2017) mukaan kansainvälinen matkailu Pohjoismaihin ja koko Pohjois-Eurooppaan on selvässä kasvussa. Islannin kansainvälisen matkailun kasvulukemat ovat täysin omaa luokkaansa (+39 %), mutta myös Norjaan (+12 %), Ruotsiin (+8 %) ja Suomeen (+6 %) suuntautuva matkailu kasvaa nyt huomattavasti nopeammin kuin koko maailman matkailu (+4 %). Suomen 100-vuotisjuhla-vuosi näyttää matkailunkin osalta valoisalta: vuoden ensimmäisellä puoliskolla ulkomaalaisten yöpymiset kasvoivat yli 17 % edellisen vuoden vastaavaan ajanjaksoon verrattuna (Tilastokeskus, 2017). Hallitus panostaa nyt vahvasti matkailumarkkinointiin ja erityisesti ympärivuotisuuteen, digitalisaatioon ja luontomatkailun kehittämiseen (Työ- ja elinkeinoministeriö 6.9.2017).

Matkailuelinkeinon lisäksi myös alan tutkimus ja koulutus vaatisivat panostamista. Onkin toivottavaa, että matkailun positiiviset näkymät ja konkreettiset toimenpiteet heijastuvat myös matkailututkimuksen ja -koulutuksen arvostukseen ja resursseihin. Kansainvälisessä kilpailussa menestyminen edellyttää matkailuelinkeinon jatkuvaa kehittämistä, laaja-alaista näkemystä matkailun yhteiskunnallisista kytkennöistä sekä osaavaa ja ammattitaitoista työvoimaa, josta paikoin on jo huutava pula. Matkailukoulutusta on kehitettävä kaikilla asteilla. Yliopistoilla ja ammattikorkeakouluilla on erityisen tärkeä rooli matkailun tutkimus- ja kehittämistoiminnassa.

Sadan parhaan matkailututkimusta tekevän yliopiston listalle pääseminen ja siellä pysyminen eivät suinkaan ole itsestäänselvyksiä. Tullakseen noteeratuksi korkeatasoinen kansainvälinen matkailututkimus vaatii kovaa ja pitkäjänteistä työtä sekä taloudellista panostusta niin yliopistoilta kuin muilta rahoittajilta. Toivottavasti Oulun yliopisto löytyy Shanghain listalta myös tulevana vuosina. Yhtä toivottavaa on, että tulevaisuudessa jokin toinenkin suomalainen yliopisto raivaa tiensä maailman 100 parhaimman matkailututkimusta tekevän yliopiston joukkoon.

Lähteet

- Hall, C. M. (2005). Systems of surveillance and control: Commentary on 'An analysis of institutional contributors to three major academic tourism journals: 1992–2001'. *Tourism Management*, 26, 653–656. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.05.002>
- Hall, C. M. (2011). Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. *Tourism Management*, 32, 16–27. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.07.001>
- Helle, R. (1968). *Lapin matkailututkimus*. (Lapin matkailututkimuksia I, Lapin teollisuustoimikunnan osamietintö 4/67.)

- Helle, R. (1970). Tourism in Lapland: An inventory and challenge for planners. *Oulun yliopiston maantieteen laitoksen julkaisuja*, 30, 1–64.
- Jamal, T., Smith, B. & Watson, E. (2008). Ranking, rating and scoring of tourism journals: Interdisciplinary challenges and innovations. *Tourism Management*, 29, 66–78. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.04.001>
- Saarinen, J. (2003). Tourism and recreation as subjects of research in Finnish geographical journals. *Tourism Geographies*, 5, 220–227. <https://doi.org/10.1080/1461668032000068289>
- Tilastokeskus (2017). Majoitustilasto. Suomen virallinen tilasto (SVT): Majoitustilasto [verkkopublication]. ISSN=1799-6309. Kesäkuu 2017, Liitetaulukko 2.2. Yöpymiset kaikissa majoitusliikkeissä, tammi-kesäkuu 2017. Helsinki: Tilastokeskus. Haettu osoitteesta http://www.stat.fi/til/matk/2017/06/matk_2017_06_2017-08-17_tau_004_fi.html
- Työ- ja elinkeinoministeriö (6.9.2017). Hallitus nosti matkailun kasvun jatkumisen kärjekseen. Haettu osoitteesta http://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/1410877/hallitus-nosti-matkailun-kasvun-jatkumisen-karjekseen
- UNWTO (2017). *Tourism highlights: 2017 edition*. <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419029>

Peace and quiet beyond the border: The trans-border mobility of Russian second home owners in Finland

Olga Hannonen

Graduated from: Department of Geographical and Historical Studies, University of Eastern Finland

Current position: Karelian Institute, University of Eastern Finland

Abstract

Russian second home purchases in Finland have grown rapidly since 2000, and have been the source of a contested social debate. This study represents the first investigation of Russian second home ownership in Finland. The aim is to investigate how Russian trans-border second home mobility is produced (its elements and trajectories), challenged, and what are its socio-economic and spatial outcomes at the local and regional levels. The phenomenon is approached theoretically applying the concepts of constellations of mobility and mobility regime. While these theoretical approaches have been used to address leisure mobilities that originate in the West, Russian second home ownership in Finland represents a different mobility pattern, from East to West. The findings emphasise the increasing role of the border in the production and practice, as well as in the outcomes of such mobility. This study shows that the perceived outcome of Russian ownership presented through the social debate has been detached from the actual phenomenon. The empirical part of the dissertation – four research papers – uncovers the driving factors in Russian second home mobility, its challenges, and its socio-economic and spatial outcome, which collectively help address the social debate and inform policy makers. Simultaneously, the empirical study re-interprets Western mobility approaches in relation to Russian trans-border mobility and reveals peculiarities of the East-to-West mobility trajectory.

Keywords: second homes, trans-border mobility, Russians, Finland

Second home ownership in Finland has become a popular trend among Russians since 2000. Currently, Russians comprise the biggest group of foreign second home owners in Finland. Russians purchased 4424 properties in Finland from 2000 to 2015, which is nearly twice the amount of all other foreign purchases for the same time period.

Despite the general acceptance by and welcoming attitudes of Finns towards Russian tourists and the development of border areas to satisfy their needs, Russian second home owners are treated differently. They have become a contested subject in public and parliamentary debates. Russian second home owners comprise a special category of tourists in Finland in terms of motivations, visits, community involvement and Finnish perceptions of them. Foreign owners, however, have not been studied in Finland before, and this study is the first extensive study on Russian second home ownership in Finland.

The focus of this dissertation is on trans-border second home mobility and, more precisely, on Russian second home ownership in Finland (Hannonen, 2016). The internationalisation of second home ownership and trans-border second home mobility are a growing trend in different parts of the world. The majority of studies, however, come from the West with Westerners primarily acting as customers on the international second home market. The research case of Russian second home mobility to Finland along the East-to-West continuum deviates from the established (Western) viewpoints on leisure and mobility patterns. Moreover, the increasing presence of foreign second home owners in rural areas brings a number of socio-economic and spatial changes to local communities. Thus, the aim of this work is to reveal the way that East-to-West trans-border second home mobility is produced (its elements and trajectories), challenged, and its socio-economic and spatial outcomes at the local level. Addressing these issues also reveals the basic features of East-to-West second home mobility. The production of mobility means both subjective and objective factors. Subjective or personal factors predominantly concern motivations, perceptions and personal affective reasons for trans-border property ownership; while objective ones are those external factors that affect such mobility, like legislation, border and visa regimes, connectivity between places, etc.

The study addresses the following research questions:

1. What are the motives for Russian trans-border second home mobility?
2. What is the role of the border in Russian trans-border second home mobility?
3. How does trans-border second home mobility resonate at the local community level?
4. How are Russian second homes regionally distributed and which factors influence their distributional patterns?

Each research question is addressed in an individual research paper that have formed the empirical part of the dissertation.

The study was carried out in the most popular region for Russian property purchases, the Savonlinna region and the region of South Savo in Eastern Finland. The data for the dissertation consists of three parts. The first part consisted of interviews with Russian second home owners (N=25) from the Savonlinna region in the region of South Savo in Eastern Finland. The interviews were collected during the summer and early autumn 2010. There was no selection technique for respondents as all participants, who had been reached one way or another, were interviewed. Second part consisted of questionnaires with Finnish local inhabitants (N=186) and second home owners (N=308) from the same region. The questionnaires were conducted

in summer 2010. Third part consisted of coordinates on Russian second home locations in the region of South Savo in the period 2003–2012 that were supported by other geographical databases that provided information on housing, residential areas, and terrain. The diversity of data and methods of data collection and analyses provided an excellent opportunity to study the phenomenon from different perspectives. Selected methods and collected data allowed to implement the triangulation technique to study the importance of second home location for Russian owners and collect opinions of two groups of respondents through the survey.

The empirical part of the dissertation consists of four research papers. The first paper concerns the production of trans-border second home mobilities (Lipkina, 2013). It focuses on Russian motives for second home ownership and location in Finland. The results show that the underlying motivations of second home purchase become more complex when applied to a trans-border context. Russians' motives are culturally driven, and influenced by the image of and previous experiences in Finland. Among the main motives are safety, both in term of physical safety and safety of investment, natural amenities, lower property prices and lakeshore ownership, which is restricted in Russia by law. Second home tourism is a culturally embedded practice among Russians, but the decision to purchase a second home abroad is driven by differences in cultural, political and leisure conditions between Finland and Russia. Safety is a novel motive for second home ownership that has not been reported by other studies on trans-border and international second home ownership. Moreover, Russian second homes in Finland are not significantly dependent on time and distance. Only the location of a second home from the border on the Finnish side is distance sensitive, not the overall trip from the primary residence. Ultimately, the particular location of Russian second homes in Finland is the result of offers from real estate agents.

The second paper investigates the role of the border in trans-border second home ownership (Hannonen, Tuulentie, & Pitkänen, 2015). The relationship between trans-border second home tourism and the border has not received much academic attention. The border is, however, an essential component of second home ownership abroad: it is constantly crossed on the way to and from a second home, it marks the different regulations and norms that exist on either side, and it imposes restrictions that shape mobility across it. The findings show that despite strict border regimes and border formalities, the invisible barriers (socio-cultural and linguistic differences) are perceived by Russian second home owners as the most challenging. They influence second home owners' leisure practices in Finland leading to the formation of mediator-practices to fulfil their needs. In addition to the barrier function of the border, it appears to be an opportunity for better leisure conditions, safety or lower property prices. Russian second home ownership in Finland is the result of the very presence of the border due to the opportunities that are provided and safeguarded across the border. These opportunities outweigh the barrier function of the border.

The third paper demonstrates one of the socio-economic outcomes of trans-border second home mobility from a community perspective: the level of community involvement of Russian owners, and their potential for economic impact (Lipkina & Hall, 2013). The paper brings together both sides of community inhabitants, Russians and Finns, and demonstrates their opin-

ions towards and expectations of each other. Language and cultural barriers appear to be the major obstacles for active community involvement by Russian owners. Unlike lifestyle migrants in mature destinations, Russians do not socialise with fellow nationals and generally have very limited social contacts in Finland. Russian owners, however, desire to be better integrated. While the use of basic services is manageable by Russians, the demand in specialised services leads to the formation of an unofficial personal network of help from neighbours or house builders. The economic impact of foreign owners remains below their potential due to limited knowledge about the locality. This relegates the economic contribution of foreign second home owners to their initial investment and compulsory monthly payments to the local economy. Such limited socio-economic involvement in the local community is accompanied by a low level of acceptance from the receiving community. The majority of Finnish respondents in the region do not want to have contact with Russian owners and have unfavourable views of Russian potential for community development. The study demonstrates the opposite expectations and attitudes of Finns and Russians towards each other, as well as the absence of knowledge about these contrasting attitudes.

The fourth paper studies the spatial outcome of trans-border second home ownership: the factors for property location, and the interrelation between the critical social debate on Russian property locations and the distribution of Russian properties in the region of South Savo (Hannonen, Lehtonen, & Toivakka, 2016). The results provide a wider array of factors for property distribution than those presented in public debates. The location and types of Russian recreational properties are affected by a number of factors. First, distance to and accessibility of a destination are the most important issues that directly impact the distribution of recreational properties. Thus, Russian second homes are predominantly found in the more accessible border regions of two neighbouring countries. Second, the amenities of a destination, a lakeside location in this case, is another important factor. Third, the presence of services is also a significant component in trans-border second home ownership, as owners are limited in the amount of goods they may import due to border regulations. Moreover, the particular location of a second home is often the result of offers from a real estate agent, especially in the case of a foreign property purchase. Any of these factors or a combination of them can lead to concentrations of foreign properties in particular areas. Consequently, Russian purchases have generally been dominant in the eastern part of South Savo over the last few years.

Mobility is an overarching theoretical approach in the dissertation (Urry, 2007). To better understand trans-border second home mobilities the concept of “constellations of mobility” (Cresswell, 2010) and “mobility regime” (Shamir, 2005) have been employed. Russians’ ownership in Finland is an example of an incongruous tourism pattern from the Western perspective. While juxtaposing the phenomenon in question with the existing examples from the West and applying elaborated frameworks to understand motives, borders, participation and outcome, Russian trans-border second home ownership shows a number of inconsistencies in motivations, trajectories and the very presence of the border. Thus, the theoretical approaches to mobility, which are based on case studies from the West and characterised by West-to-East flows, are reinterpreted within the new context of East-to-West mobility using the example of Russian

second home mobility to Finland. In order to enhance the understanding of East-to-West mobility, this study on Russian second home ownership in Finland approaches the phenomenon from different perspectives (owners, locals, as well as geospatial characteristics) using mixed methods (Hannonen, 2016).

The findings show that one of the characteristics of East-to-West mobility is the ability to overcome great physical, economic and cultural distances to secure desirable leisure conditions abroad. A secure investment and a safe leisure environment emphasise the importance of the border and its restrictive formalities as a guarantor of safe havens in this type of mobility flow. Simultaneously, the socio-cultural distance to the other side of the border produces a network of mediators and very limited social contacts. The empirical and theoretical parts of this dissertation represent an attempt to explain and theorise trans-border second home mobility as a new type of East-to-West leisure mobility.

References:

- Cresswell, T. (2010). Towards a politics of mobility. *Environment and Planning D: Society and Space*, 28, 17–31. <https://doi.org/10.1068/d11407>
- Hannonen, O. (2016). *Peace and quiet beyond the border: The trans-border mobility of Russian second home owners in Finland*. (Dissertations in Social Sciences and Business Studies No 118, University of Eastern Finland, Joensuu.) publications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-952-61-2099-7/urn_isbn_978-952-61-2099-7.pdf
- Hannonen, O., Lehtonen, O., & Toivakka, M. (2016). Confronting the social debate: A study of the distribution of Russian recreational properties in Eastern Finland. *Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography*, 70, 95–111. <https://doi.org/10.1080/00291951.2016.1154103>
- Hannonen, O., Tuulentie, S. & Pitkänen, K. (2015). Borders and second home tourism: Norwegian and Russian second home owners in Finnish border areas. *Journal of Borderlands Studies*, 30, 53–67. <https://doi.org/10.1080/08865655.2015.1012736>
- Lipkina, O. (2013). Motives for Russian second home ownership in Finland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 13, 299–316. <https://doi.org/10.1080/15022250.2013.863039>
- Lipkina, O. & Hall, C. M. (2013). Russian second home owners in Eastern Finland: Involvement in the local community. In M. Janoschka & H. Haas (Eds.), *Contested spatialities, lifestyle migration and residential tourism* (pp. 158–173). Abingdon: Routledge.
- Shamir, R. (2005). Without borders? Notes on globalization as a mobility regime. *Sociological Theory*, 23, 198–217. <https://doi.org/10.1111/j.0735-2751.2005.00250.x>
- Urry, J. (2007). *Mobilities*. London: Sage.

How to maintain naturalness in nature-based tourism resorts?

Marja Uusitalo
Natural Resources Institute Finland

Abstract

It is a challenge to initiate resorts' growth in nature-based tourism when undeveloped nature is the key attraction. The thesis focuses on the resorts' naturalness that is essential, especially when the resorts target summer tourists. The issue is approached through four methods of landscape research. Two of the methods generate user perception-based knowledge and the rest some ecological knowledge to be combined for deeper understanding of the effects of land use on the quality of landscapes. Geo-referred ecological data, tourists' preferences and mental maps were collected in Levi and Ylläs tourism resorts. The thesis shows that nearby nature matters to tourists in the resorts where land use has been reasonably sustainable so far. This demonstrates that infill development, i.e. land-use eco-efficiency, is a complex issue. The analysis suggests a re-evaluation of land-use strategies to promote tourists' nature experiences.

Keywords: nature-based tourism, tourism resort, land use, landscape ecology, landscape perception, nature experience, growth strategy, Lapland

How to promote tourism growth without degrading natural attractions and losing the destinations' naturalness? This is often a dilemma that tourism operators face when they are making land-use decisions to promote sustainable tourism and to protect wilderness areas around nature-based tourism resorts. Is the implementation of eco-efficient land use, which leads to infill development and affects the quality of natural landscapes, the best solution? Nowadays, resource-efficiency is integrated into community planning and smart growth of urban cities. Should this practice be adopted into resort planning too?

When nature experiences function as the major purpose of travel, tourists seek destinations where they can enjoy natural landscapes and wildlife. How would the tourists react if the outcome of the infill of the developed land is that nearby nature is pushed further away from the doorsteps of the accommodations? Can we expect that the tourists are willing to travel to

eco-efficient urban-like centers that promote sustainable tourism through increase of resource productivity of land use?

These types of questions motivated this thesis, which introduces new approaches to assess landscape quality for tourism planning. In order to solve the dilemma of the destination management, impacts of land use on landscape quality are assessed. The thesis focuses on those resorts that emphasize year-round tourism. Summer products rely even more than winter products on natural attractions. Hence, tourists' nature experiences enhanced by high environmental quality are a necessity.

The landscape quality is assessed from two aspects in the thesis: ecosystems' functioning and tourists' perceptions of landscape quality. The thesis is a multi-scientific landscape study that uses landscape architectural and landscape ecological assessments as complementary methods to explore how landscape strategies affect ecosystems' functioning. So far only a few studies have focused on how tourists perceive the spatial structure of a destination driven by land use. Furthermore, there has been hardly any discussion on compact land-use patterns, even though they may change the perceived quality of nature in built-up areas of nature-based tourism resorts. Therefore, the thesis also introduces cognitive and psychophysical paradigms of environmental psychology to practical tourism planning, which usually places a strong emphasis on expert knowledge of landscape quality.

The thesis answers the question of how nature-based tourism resorts could maintain naturalness and promote tourists' nature experiences while also building the capacity to accommodate an increasing number of visitors. It also pursues knowledge of the suitability of eco-efficient land use in the resorts. Hence, taking tourists' perceptions of compact building patterns into consideration is part of the solution. It is believed that this type of approach that combines user perception-based knowledge with ecological knowledge would better serve the land-use zoning of the resorts.

Four sub-studies were carried out in the Levi and Ylläs tourism resorts in Finnish Lapland. The case study areas were selected as being representative of the traits of the development and growth targeted by many other Nordic destinations. A bigger picture of landscape quality was created with the help of several indicators. First, land use at the high altitudes of the fell landscape, which reflects land-use impacts on ecological carrying capacity in the resorts, was studied. Second, connectivity of wildlife habitats, as well as wilderness quality of landscapes and their accessibility via summer trails were explored. The assessments of landscape structure involved landscape character zoning and Least-Cost Path (LCP) -modelling. The methods are based on multisource data and Geographical Information System (GIS) that are quite typical of landscape assessments.

The analysis of tourists' spatial perceptions of the resorts was based on the relationship between their landscape preferences and the amount of nature in different building patterns. The issue was examined through the use of a questionnaire, which involved image-edited photos of the patterns. Furthermore, the different perceptions of the environment were interpreted based on the contents and structures of the mental maps of the resort. Of particular interest were the symbols of nature areas and natural elements included in the maps, which were sketched by tourists and locals.

Based on the results, it seems that people expect to view landscapes with some wilderness qualities in nature-based tourism resorts. Wilderness quality refers to aspects of the landscape that people perceive as being affected primarily by the forces of nature. Wilderness quality is not that different from naturalness, which refers to the resort's closeness to nature. Based on the tourists' landscape preference, it is apparent that they wish to have their accommodations close to nature. Accordingly, compact districts are disliked in general. It implies that land-use eco-efficiency is a complex issue, which does not necessarily address tourists' landscape preferences.

Healthy ecosystems are related to the tourists' landscape preferences. When flows of energy and material between ecosystems are not prevented, ecosystems can maintain their basic functions and better tolerate the impacts of tourism development, which is essential in the northern latitudes where ecosystems recover from the human-induced changes very slowly. The ecological assessments showed that land use in the resorts has fostered ecological functions until now, but land-use strategies are not sufficient for promoting sustainability.

A process of dual growth was identified. While a resort increases land use in the existing built-up areas in lower altitudes, it is concurrently building new districts in higher altitudes without noticing that they function as drivers of the ecological and hydrological processes of the whole landscape ecosystem. Also the infill development evokes some concerns regarding the resilience of the ecosystems. For example, it breaks down or narrows habitats of wilderness and arctic-alpine species in the frontcountry of a resort. The diversity of nature experiences in the area where first-time visitors, seniors and families with young members are likely to spend lot of time is decreased as a result. Moreover, there is a threat that the growing numbers of tourists, particularly newcomers, start to consider nature areas less accessible when natural elements become increasingly rare in the built-up areas.

In other words, it is time to reconsider the growth strategies of nature-based tourism resorts and to make them more proactive, long-term and broad-scale. First, abundant and broad connections between ecosystems are needed in the northern latitudes to maintain resilience. In order to create as many links between ecosystems as possible, land-use planning should take place on the landscape scale. Second, high altitudes need to be protected from further construction. Additionally, regular monitoring of land use is needed in order to proactively pursue anticipated ecological and visual changes.

As follows, the thesis suggests that the growth of nature-based tourism goes hand in hand with landscape planning and green infrastructure (GI), which fosters functional connectivity of ecosystems. The GI functions to maintain the high altitudes in their natural state, to limit land-use intensification and to provide a basic structure for the trail network in the frontcountry. In other words, the growth should be based on the existing built-up areas of lower altitudes that are filled with a new infrastructure up to the limit set by the GI. Second, high landscape quality of nearby nature is enhanced by landscape ecological planning. It involves that siting of new lots is guided by an ecological greenspace design, which creates patterns of new infrastructure as small clusters just outside of existing built-up areas. The pattern leaves coherent greenspaces between new building lots to function as habitat patches, stepping stones or corridors for wild-

life. This also ensures favourable natural window views. In addition, the design provides room for natural drainage to minimize runoff and for a trail network, which is designed for year-round use and displays biodiversity and visual diversity of the area. Consequently, the expertise of landscape architects and landscape ecologists are recommended in the planning of resorts' land use.

Nearby nature in urban environments has many advocates due to its wellbeing and health benefits. Finally, the thesis suggests that the significance of nearby nature is not underestimated in nature-based tourism resorts that are surrounded by large wilderness areas or located in the vicinity of national parks. The built-up area of a resort is not just a base camp, i.e. a supplier of equipment, food, guide services and accommodation, which prepares tourists for tours and expeditions to wilderness or national park. Its nature areas should be considered as an important part of natural servicescapes that provide high quality trails to ensure nature experiences, to encourage tourists to enter into nature areas of backcountry, and to stay on trails for habitat protection.

The dissertation is available at: <https://lauda.ulapland.fi/handle/10024/62842>.