

Paratiisin markkinointi – matkailusta potkua kehitykseen?

CLANCY, MICHAEL (2001). *Exporting paradise. Tourism and development in Mexico*. 160 s. Pergamon, Oxford.

Yhdysvaltalaisessa Hartfordin yliopistossa työskentelevä valtiotieteilijä Michael Clancy tarkastelee matkailua tuoreesta näkökulmasta. Hän tutkii Meksikon matkailua viennin edistämisenä. Lähtökohta saattaa nostattaa lukijan vastarintaan: ”Eihän matkailu ole vientiä, sillä turismia ei viedä vaan matkailijat tuodaan!” Matkailun edistäminen prosessina kuitenkin muistuttaa teollisuuden vienninedistämisponnisteluja, ja valtion näkökulmasta sekä viennillä että turismilla pyritään samaan päämäärään: saamaan valuuttatuloja ja parantamaan työllisyyttä. Teollisuudessa tuotantomaassa rakennetaan tehtaita ja matkailussa hotelleja. Matkailu voidaan katsoa palvelujen vienniksi, vaikka tuotteen luonteesta johtuen kulutus tapahtuu tuotantomaassa. Matkailu myös aina kilpailee muun tuotannon kanssa panostuksista. Kehitysmaihin sopivaksi matkailu on nähty samasta syystä kuin ”perinteisen” teollisuuden kokoonpano. Kumpikaan ei vaadi huipputeknologiaa ja globaali kilpailu käydään halvoilla tuotantokustannuksilla eli pienillä palkoilla.

Matkailu kuitenkin eroaa muusta teollisesta tuotannosta siinä, että matkailuelinkeinossa tuote on pohjimiltaan aineeton elämys. Tämä on saanut monet matkailututkijat siirtymään paikan rakenteiden tutkimisesta mielikuvien, diskurssien ja kokemusten erittelemiseen. Lähtökohta on useimmiten matkailija, jonka uskotaan valitsevan varsin itsenäisesti erilaisten merkitysten välillä. Kuitenkin, kuten Clancy (s. 14) toteaa, ”matkailuelinkeinon syntyminen tai rakenteellinen muutos on muiden elinkeinojen tapaan yhdistelmä sekä persoonattomia globaaleja ja paikallisia rakenteita että tietoisia yritysten ja valtiollisten toimijoiden päätöksiä”. Keskittymällä pelkästään imagoihin ja diskursseihin – arvostelematta niiden tutkimisen tarpeellisuutta matkailututkimuksen kentillä – jäävät paikallisten ja globaalien rakenteellisten muutosten merkitykset näkemättä. Meksikon tapauksessa paikallisia rakenteellisia tekijöitä ovat toisaalta vaihtoehtojen puute syrjäisten alueiden kehittämisessä ja toisaalta näiden alueiden tarjoamat resurssit eli rannat

ja lämpö. Paikallisen ja globaalin rakenteellisen tekijän yhdistelmänä voidaan pitää matkailulle suotuisan poliittisen ilmapiirin syntymistä 1960-luvun lopulla, joka yhdistyi massamatkailun samanaikaiseen voimakkaaseen nousuun.

Clancyn kirja osoittaa, että Meksiko ei ollut maailman matkailujärjestö WTO:n tilastossa (*Tourism... 2001*) satumalta maailman kahdeksanneksi suosituin matkailumaa vuonna 2000. Tätä sijoitusta ei voida selittää pelkästään maan maantieteellisellä sijainnilla, vaan matkailuelinkeinon menestys on ollut valtion aktiivisten ponnistelujen tulos. Meksikon valtion matkailun edistämisen alkuna voidaan pitää vuotta 1968, jolloin valtio alkoi aktiivisesti kehittää rantalomakohteita. Sen oli kuitenkin varsin vaikea saada yksityisiä yrityksiä sijoittamaan projekteihin, minkä seurauksena Meksikon valtio joutui itse ottamaan aktiivisen roolin maan majoituselinkeinoissa. Esimerkiksi Meksikon valtion matkailun kehittämisrahasto FONATUR rakennutti hotelleja ja valtiollinen hotelliketju Nacional Hotelera vastasi niiden toiminnasta.

Eräs valtion rahoittamien projektien tuloksista on Cancúnin matkailualue, jonka kasvuvauhti matkailijoiden määrässä mitattuna on ollut miltei joka vuosi 10–20 prosenttia. On selvää, että näin suuret kasvuluvut johtivat myös monenlaisiin ongelmiin, kuten korruptioon. Myöskään matkailun aiheuttamiin sosiaalisiin ongelmiin ei juurikaan kiinnitetty huomiota. Cancúnin ja muiden massamatkailukeskusten rakentamisen seurauksena yli 60 prosenttia matkailijoista matkusti rantakohteisiin vielä vuonna 1991, joskin Meksikossakin on viimeisen vuosikymmenen aikana alettu pyrkiä matkailutuotteiden monipuolistamiseen. Toisaalta Meksikon rantakohteiden massaturismiluonteesta kertoo Clancyn mukaan se, että pelkästään Cancúniin oli vuonna 1990 enemmän hotellihuoneita kuin koko Jamaikalla.

Clancy osoittaa varsin osuvasti useamman kerran, että matkailuelinkeinon edistämisen lopputulos riippuu sekä suotuisista ulkoisista olosuhteista että valtion tietoisesta toiminnasta. Matkailun ”kehittäminen” ulkoisia olosuhteita huomioon ottamatta on mahdotonta, vaikka monet matkailun toimijat uskovat pelkän markkinoinnin ratkaisevan.

Yksityissektorin merkitys on Meksikon tapauksessa ollut tärkeä vasta parin viimeisen vuosikymmenen yksityistämisen myötä. Clancy päätyy ajallemme varsin epäortodoksisen päätelmään, jonka mukaan Meksikossa uuden elinkeinon perustamis- ja laajenemisvaiheessa markkinoiden halu ottaa riskejä ei olisi riittänyt, vaan valtion interventio oli välttämätön.

Clancy pitää Meksikon matkailuelinkeinoa menestyssekkäänä, mutta ei jätä tuomatta julki sen ongelmakohtia, kuten poliittisen epävakauden vaikutuksia. Meksikon matkailuelinkeino on lisäksi sangen erikoisessa tilanteessa, sillä se on kokenut yksityistämisen muiden elinkeinon tapaan ja sitä voidaan pitää aiempaa huomattavasti ”kapitalistisempänä”, mutta valtio on edelleen merkittävä sen kehittämisessä. Clancy ei pyri tutkimuksellaan edes väittämään, että matkailu olisi aina hyvä kehityksen edistäjä niin sanotun kolmannen maailman maissa, mutta tutkimus auttaa suhteuttamaan Meksikon matkailun kehityksen osaksi muiden samankaltaisten maiden tilannetta.

Clancyn tutkimusstrategia on selkeä. Hän esittelee ensin globaalin toimintaympäristön käsittelemilleen aiheille, joita ovat matkailualueiden kehittäminen, hotellielinkeino ja lentoliikenne. Tämän jälkeen hän tarkastelee Meksikon valtion ja yksityisen sektorin niitä toimenpiteitä, joiden hän uskoo vaikuttaneen kyseisiin matkailuelinkeinon osa-alueisiin. Pyrkimyksenä on siis verrata sekä Meksikon ulkoisia että sisäisiä tekijöitä. Vaikka yksittäistenkin toimijoiden panostuksiin kiinnittää huomiota, pääpaino on makronäkökulmassa. Valittu strategia on mielestäni onnistunut, mutta menetettynä mahdollisuutena pidän vertailujen puutetta muihin maihin. Clancy viittaa yksittäisesti muutamaan naapurimaahan, mutta tutkimusongelma olisi antanut erinomaisen tilaisuuden useampaa Väli-Amerikan maata vertailevaan tutkimukseen. Myöskään Meksikon eri matkailualueita ei

juurikaan vertailla, vaan niitä käsitellään erillään. Näin jää selvittämättä esimerkiksi se, olisiko erilainen reagointi ulkoisiin tekijöihin (kuten massamatkailun globaaliin kasvuun) johtanut yhtä myönteiseen lopputulokseen. Tällä tavoin olisi voitu lähestyä kysymystä siitä, olisiko matkailun kehittämiseksi ”Välimeren mallin” mukaisesti (eli massiivisten rantakohteiden luomiselle) ollut muita kestävämmän kehityksen paremmin takaavia, mutta taloudellisesti yhtä kannattavia vaihtoehtoja. Paratiisi on myymisen lisäksi saatava säilymään ja esimerkiksi Acapulcon maine rikkaiden kohteena alkaa olla menneisyyttä hallitsematoman kasvun seurauksena.

Clancyn omien sanojen mukaan ”tutkimuksen tarkoitus on osoittaa matkailuelinkeinon ”vienninedistämisen” merkitys Meksikon matkailussa” ja toisaalta ”dokumentoida matkailun kasvua ja muutosta elinkeinona” (s. 113). Ensimmäisessä pyrkimyksessään hän onnistuu erinomaisesti, mutta toisessa pyrkimys jää hieman pintapuoliseksi. Kun tekstisivujen määrä on vain 129, on selvää, että moni tärkeä matkailuelinkeinon lohko jää käsittelemättä. Clancyn kirja onkin parhaimmillaan käsitellessään hotellialueiden ja valtion toimenpiteiden välisiä suhteita. Kirjan lukemisella ei muutu Meksikon matkailun asiantuntijaksi, mutta teos antaa arvokasta tietoa valtion toimien merkityksestä Meksikon matkailulle. Yleistyksen jäävät lukijan vastuulle.

KIRJALLISUUS

Tourism highlights 2001 (2001). 7 s. World Tourism Organization, Madrid.

ANTTI HONKANEN
*Matkailualan verkostoyliopisto,
 Joensuun yliopisto/
 Vaasan ammattikorkeakoulu*