



BCR3100
Bachelor i Reiselivs- og Hotelledelse
Bacheloroppgave Våren 2014
Innleveringsdato: 2. juni 2014

Kandidatnummer:
982505
982783
982510

Sapa – en bærekraftig destinasjon?

*“Denne bacheloroppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Markedshøyskolen.
Markedshøyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater,
konklusjoner eller anbefalinger.”*

Foto: Kandidat 982505

Forord

Denne oppgaven er skrevet som et avsluttende studie i både reiselivs- og hotelledelse. Vi ble tipset om et sted som heter Sapa i Vietnam av en bekjent, og etter mye undersøkelser om stedet og omgivelsene rundt, ble dette brått en stor interesse for oss. Vi har hatt mye undervisning om bærekraftige turistdestinasjoner og vet at fokuset er stort i Norge, så vi synes det var spennende å se hvordan dette var i et utviklingsland som Vietnam. En av oss er vietnamesisk i tillegg, og dette er også en av årsakene til hvorfor vi har valgt å dra til Vietnam for å ta alle intervjuene lokalt. Det ble en tur vi aldri kommer til å glemme, hvor vi fikk observert, undersøkt og hatt dialog med ulike spennende folk i Sapa, Hanoi og Ho Chi Minh, i tillegg til at vi fikk oppleve hvor variert og flott landet er. Alle bildene som er brukt i oppgaven er personlige og tatt av oss fra turen til Sapa.

Vi vil takke alle flotte mennesker vi møtte på vår reise som tok seg tid til en prat med oss, selv på kort varsel. Vi vil også takke Topas Ecolodge som ga oss et fantastisk opphold i Sapa, og ikke minst sekretæren som hjalp oss med togturen fra Hanoi til Sapa, og var tilgjengelig på telefon selv midt i natten når voldsomme forsinkelser førte til et lettere bekymret reisefølge. En takk til Mr. Young Nguyen som hjalp oss med å komme i kontakt med aktuelle intervjuobjekter. Vi vil også rette en stor takk til den vietnamesiske familien i Ho Chi Minh som endret hele boløsningen sin for å ha oss på besøk. Og sist, men ikke minst - en stor takk til vår veileder Joyce McHenry for alle gode tips og tilbakemeldinger underveis, uten deg hadde vi ikke fått gjennomført turen vår til Vietnam!

Ellers har det vært tre utrolig lærerike år på Markedshøyskolen, og vi vil dermed takke alle medstudenter som har vært med på å gjøre disse årene til tre latterfylte og uforglemmelige år!

God lesning!

982505, 982783, 982510

Innholdsfortegnelse

1.0 Innledning	1
2.0 Sammendrag	2
3.0 Problemområde	3
3.1 Problemstilling	3
3.2 Antagelser.....	3
3.2.1 <i>Begrunnelse for antagelse 1</i>	4
3.2.2 <i>Begrunnelse for antagelse 2</i>	4
3.2.3 <i>Begrunnelse for antagelse 3</i>	5
3.2.4 <i>Begrunnelse for antagelse 4</i>	6
3.3 Avgrensninger	6
4.0 Teori og begrepsavklaringer	8
4.1 Bærekraftig reiseliv	8
4.1.1 <i>Tre fokusområder innenfor bærekraftighet</i>	9
4.1.2 <i>Det miljømessige aspektet</i>	11
4.1.3 <i>Det økonomiske aspektet</i>	11
4.1.4 <i>Det sosiale aspektet</i>	11
4.1.5 <i>Komponenter innenfor bærekraftig reiseliv</i>	12
4.2 Lokalsamfunn.....	13
4.2.1 <i>Etnisk minoritetsbefolkning</i>	13
4.3 Autentisitet	14
4.3.1 <i>To betydninger ved autentisitet</i>	14
4.3.2 <i>Staged authenticity</i>	15
4.4 Alternativ turisme.....	15
4.5 Geoturisme	16
4.6 Corporate Social Responsibility	16
4.6.1 <i>Etikk og utfordringer</i>	17
4.7 Konkurransedyktighet	17
4.8 Minoritetsbefolkning og turistenes påvirkning	18
5.0 Presentasjon av Vietnam og Sapa	19
5.1 Vietnam	19
5.1.1 <i>Turisme i Vietnam</i>	19
5.1.2 <i>Vietnam og bærekraftig fokus</i>	19
5.1.3 <i>Korrupsjon</i>	20

5.2 Sapa	20
5.2.1 <i>Turisme i Sapa</i>	21
5.2.2 <i>Etnisk minoritetsbefolkning i Sapa</i>	22
6.0 Metode.....	23
6.1 Formål med undersøkelsen.....	23
6.2 Valg av forskningsdesign	23
6.2.1 <i>Casedesign</i>	24
6.2.2 <i>Etnografisk design</i>	24
6.3 Valg av datainnsamlingsmetode.....	24
6.3.1 <i>Dybdeintervju</i>	24
6.3.2 <i>Observasjon</i>	25
6.4 Utvalgsstrategi og størrelse	25
6.4.1 <i>Informantene</i>	26
6.5 Utforming av intervjuguide.....	27
6.6 Transkribering av intervjuene	28
6.7 Observasjonsundersøkelser	29
6.8 Reliabilitet og validitet.....	29
6.9 Etikk	30
7.0 Analyse og tolkning av datamaterialet.....	31
7.1 Analyse.....	31
7.1.1 <i>Analyse av antagelse 1</i>	31
7.1.2 <i>Analyse av antagelse 2</i>	32
7.1.3 <i>Analyse av antagelse 3</i>	34
7.1.4 <i>Analyse av antagelse 4</i>	36
8.0 Resultat	37
8.1 Funn 1: Politisk vilje og korrupsjon	37
8.2 Funn 2: Samarbeid innad i destinasjonen.....	38
8.3 Funn 3: Riktig type turisme.....	39
9.0 Konklusjon	43
10.0 Litteraturliste	47

Figur 1.0: Symbiose i bærekraftig reiseliv.....	9
Figur 2.0: En skildring av bærekraft med det økonomiske, politiske og sosiale aspekt.....	10
Figur 3.0: Kart over toglinjen	20

Vedlegg

Vedlegg I: Intervjuguider

Vedlegg II: Transkripsjon av et intervju

1.0 Innledning

En vekst i innenlandsturisme de neste 20 årene er forventet å bli stor, spesielt i landene i den tredje verden, på lik linje er veksten i intraregional turisme innenfor Asia og Afrika (WTO, 1998). Integrering av minoriteter som en del av denne utviklingen er en utfordring av enorm størrelse som asiatiske samfunn står ovenfor. Å være en minoritet har ulike betydninger og implikasjoner i henhold til ulike sammenhenger og lokasjoner, og derfor er ordet “minoritet” problematisk, flytende og vanskelig å definere. Av hensyn til den nasjonale enhet og økonomisk vekst, overser ofte regjeringen minoriteter, bortsett fra når en særegen kultur tilbyr turisme muligheter for nasjonale symboler (Cao, 2009).

Asiatiske land har opplevd noen av de raskeste vekstene i økonomien i verden siden andre verdenskrig. Turismeutviklingen det siste århundret i hele verden har vist at økonomisk vekst ikke kan opprettholdes uten å ta hensyn til den sosiale og politiske utviklingen av sårbare bestander, inkludert større anerkjennelse av minoriteters rettigheter (Cao, 2009: 14).

Bakgrunn for denne oppgaven er at Vietnam i seg selv er et spennende land som er i stadig utvikling (Den Norske Ambassaden). De tilbyr mange flotte og varierte reisemål, samt er på vei til å bli et land som stiller sterkt økonomisk. Interessen for å se hvordan landet ivaretar den lokale, etniske minoritetsbefolkningen i nord-Vietnam til tross for turismeutviklingen i landet er da stor for oss, og dette er i all hovedsak bakgrunnen til denne oppgaven.

Det har blitt forsket på ulike minoritetsgrupper i andre asiatiske land, inkludert Sapa. Det har blitt gjort enkelte identiske funn hos de ulike minoritetsgruppene, men interessen var stor da det ikke har blitt funnet direkte teori og forskning gjort på selve Sapa, altså ikke på lik linje som det tidligere har blitt gjort hos eksempelvis tibetanere i Kina. På bakgrunn av at det ikke finnes like mye informasjon om Sapa, så ble vi nysgjerrige på akkurat dette stedet og hva det har å by på.

2.0 Sammendrag

Vi har valgt en deduktiv metode på hele oppgaven, altså vi gikk fra å finne teori til å teste det ut empirisk. Oppgaven startet med å finne relevant teori, deretter informanter, for så å utarbeide en intervjuguide til hver enkel informant. Strukturen på oppgaven er følgende:

1. Problemområde
2. Teori
3. Metode og analyse
4. Funn
5. Resultat
6. Konklusjon

Først og fremst vil det nå forklares hva problemområdet til denne oppgaven er, inkludert problemstilling og antagelser gjort i forkant av intervjuene. Deretter vil det bli presentert hvilke begreper og ulike teoretiske standpunkt som vil være mest relevant for denne oppgaven. Senere vil det også bli presentert metodebruk, intervjuguide samt hvilke informanter som har stilt opp. Videre kommer analysedelen hvor datamaterialet som er samlet inn blir analysert med ståsted og utgangspunkt i de antagelser som tidligere har blitt tatt. Det vil også påpekes noen enkelte funn, samt forslag til videre forskning. Til slutt kommer konklusjonen.

3.0 Problemområde

Bærekraftig utvikling og bærekraftig reiseliv er, som nevnt innledningsvis, en trend som er betenkt at de fleste destinasjoner verden over vil gradvis følge. Dette på bakgrunn av antagelser om at turister nå til dags og turister i fremtiden kommer til å bli mer bevisst på det autentiske, bedrifters samfunnsansvar og deres etiske handlinger, samt konsekvenser rundt det å faktisk reise. Per dags dato er det flere og flere bedrifter som jobber mot å bli miljømerket, for å skille seg ut blant sine konkurrenter (eksempelvis Svanemerke, ISO14001 etc.).

3.1 Problemstilling

Problemstillingen til denne oppgaven er som følger:

“Hvordan kan et etnisk minoritetsbefolket sted som Sapa utvikle seg til å bli en bærekraftig destinasjon, med utgangspunkt i det sosiale aspektet?”

3.2 Antagelser

I forkant av intervjuprosessen med valgte informanter, basert på relevant teori, så har det blitt utarbeidet totalt fire antagelser. Disse antagelsene er et virkemiddel for å belyse viktige sider ved problemstillingen. Videre vil det komme begrunnelse for hvorfor disse antagelsene blir sett på som relevante opp mot problemstillingen.

Antagelse 1: Turister som reiser til Sapa er de som gjerne søker etter det autentiske, både hos lokalbefolkningen og i naturområdene/omgivelsene rundt.

Antagelse 2: For høy grad av korrupsjon i Vietnam hindrer Sapa som destinasjon i å nå målet om bærekraftighet.

Antagelse 3: For høy grad av turisme i Sapa over lengre tid kan gi negative konsekvenser for minoritetsbefolkningen, kulturarven, deres lokale identitet samt omgivelsene rundt.

Antagelse 4: Uten fokus på langsiktighet vil Sapa tape seg som destinasjon og miste autentisiteten i destinasjonen.

3.2.1 Begrunnelse for antagelse 1

En turist vil si en som reiser for å oppleve noe annet enn det som er hverdagslig for vedkommende (Albuquerque og McElroy, 1995). Det er med andre ord som MacCannell (1976) foreslår, at turister oftest er motivert av ønsket om å flykte fra deres daglige gjøremål, og ikke nødvendigvis behovet for å bli involvert i andre samfunn.

Sharpley (2008) poengterer også at autentisitet må betraktes fra standpunktet til hver enkel individuelle turist, og dette inkluderer deres forhåpninger, deres opplevelser og deres sosiokulturelle miljø hjemme (2008: 8-8).

3.2.2 Begrunnelse for antagelse 2

Innovasjon Norge omtaler problemene rundt korrupsjon og lovanvendelse i artikkelen “Rammebetingelser og investeringer i Vietnam”: “Vietnams politiske system og kultur kan i visse situasjoner by på utfordringer for næringslivet. Det er for eksempel ikke alltid et like klart skille mellom offentlig og privat sektor. Dette medfører blant annet at en vellykket etablering i Vietnam ofte fordrer en utstrakt forpleining også av forholdet til offentlige myndigheter, særlig med lokale myndigheter i området bedriften velger å etablere seg. Næringslivet kan således i Vietnam fremstå som komplekst og i stor grad politisk styrt. Utenlandske selskap som etablerer seg i Vietnam møter til dels store utfordringer med hensyn til omstendelige og tidkrevende administrative prosedyrer. Vietnamesisk lovverk vedrørende næringsvirksomhet er relativt godt utviklet, men ofte ikke fulgt opp med retningslinjer for implementering. Lovanvendelsen kan derfor bli både subjektiv og lite forutsigbar. Lovgivningsprosessene er i liten grad transparente og man ser tidkrevende administrative prosesser samt ukoordinert og tilfeldig implementering mellom ulike myndighetsorganer. Også på miljøsidene er det utakt mellom lovprosesser og implementering, og til dels manglende håndheving” (Innovasjon Norge).

3.2.3 Begrunnelse for antagelse 3

Turisme er mottakelige for å ta skylden for negative endringer rett og slett fordi det er en såpass synlig industri (Crick 1989, sitert i Brunt og Courtney, 1999: 7). Miljøskader kan skyldes en kombinasjon av faktorer, inkludert overbefolkning, dårlig ressursparing og upassende jordbrukspraksis, snarere enn å være utelukkende tilskrevet reiselivsutvikling (Hall og Page, 1999: 134).

Fokus på negative virkninger av reiselivsutvikling har fått noen til å avvise tanken om at turisme kan være en bidragsyter for utvikling. Det er spesielt upassende å avvise alle forestillinger om turisme som en strategi for utvikling, når det har blitt identifisert av lokalsamfunnet som et mulig middel for å forbedre deres velvære (Scheyvens, 2003).

WTO antyder at det er stort potensiale for vekst også utover sine projeksjoner for 2020, grunnet at dette bare vil innebære at syv prosent av verdens befolkning reiser internasjonalt (WTO, 1998: 3). Det må vurderes om slike nivåer av vekst i turisme faktisk burde bli oppmuntret. Wheeller (1997) argumenterer for at en reduksjon i volumet av turisme er nødvendig, da han merker seg negative sosiale og miljømessige konsekvenser av turisme.

Et annet problem med å identifisere turisme som en strategi for utvikling av lokalsamfunn, er at lokalsamfunn vanligvis mangler informasjon, ressurser og makt i forhold til andre aktører i reiselivsprosessen. Dermed er de sårbare for utnyttning, og det må gis forståelse for at problematikken med klasse, kjønn og etnisitet må bli vurdert når det planlegges for turismeutvikling i en destinasjon. (McLaren, 1998: 9).

I praksis så mangler mange lokalsamfunn kompetanse, erfaring eller nettverk for å kunne drive turisme, og de foretrekker å arbeide i partnerskap med andre aktører. I tillegg, på bakgrunn av negative erfaringer med utenforstående i fortiden, så er noen lokalsamfunn skeptiske til det å håndtere direkte med turister, og reiselivsnæringen kan undergrave sin kulturelle integritet og følelsen av selvtillit. Dermed foretrekker de å være involvert direkte i turisme på generell basis, for å sørge for at deres integritet vedlikeholdes (Scheyvens, 2003: 10).

Videre defineres et annet problem som oppstår i arbeidet med å planlegge og gjennomføre bærekraftige turismeprogrammer; det er et uklart skille mellom bærekraftig turisme og hva Hardy og Beeton (2001) refererer til som "vedlikeholdsvennlig turisme". De hevder at vedlikeholdsvennlig turisme foreligger når status quo blir forvaltet, og rett og slett det å håndtere bekymringer knyttet til kortsiktige trender og effekter snarere enn å løse de underliggende fundamentale forhold for bærekraftighet. De hevder at den sanne sammenhengen mellom vedlikeholdsvennlig og bærekraftig turisme er en forståelse av hva en destinasjons interessenter oppfatter bærekraftig turisme til å være. Deretter fortsetter de å begrunne sine argumenter logisk ved å hevde behovet for å formelt måle utsikten over store interessentgrupper (vertsbefolkningen, turist, gjest, turismeorganisasjoner, turoperatører) og naturmiljøet, med hensikt i å oppnå balansert turisme (Ritchie og Crouch, 2003: 35).

3.2.4 Begrunnelse for antagelse 4

Langsiktighet er en av hovedfaktorene under utviklingen av en bærekraftig destinasjon, da dette innebærer at de kommende generasjonene skal kunne ha samme mulighet til å benytte seg av de samme ressursene som er tilgjengelig per dags dato. Spesielt fra turismeperspektivet vil konseptet rundt konkurransevne gi liten mening om det lånes fra fremtiden uten å ta hensyn til hva som kan skje fremover, siden suksess og fremgang er bygd over et lengre perspektiv. En destinasjon som, for å skape kortsiktig profitt, tillater utnyttelse og ødeleggelse av de naturlige ressurser destinasjonen er avhengig av for å trekke turister, vil ødelegge for fremtiden (Ritchie og Crouch, 2003: 33).

3.3 Avgrensninger

For å kunne avdekke problemstillingen, så må det først avklares hva som må til for at en destinasjon skal kunne nå målet om bærekraftighet, og eventuelt om dette er et mål i utgangspunktet. Siden bærekraft inneholder tre hoveddimensjoner/aspekter, er det i denne oppgaven valgt å avgrense og fokusere på kun ett aspekt av tre; nemlig det sosiale aspektet. Årsaken til denne avgrensningen er at alle aspektene i seg selv er veldig omfattende, så derfor går denne oppgaven i dybden på kun ett av de. Det vil også gis en generell forklaring på hva de ulike aspektene innebærer.

En annen avgrensning som har blitt gjort i oppgaven, er at den fokuserer på ett spesifikt område i Vietnam - nemlig det etnisk minoritetsbefolkede stedet som heter Sapa, i nord-Vietnam. Denne avgrensningen er nødvendig da det er tidkrevende og altfor omfattende å forske på et større område, og grunnet tidsbegrensning til oppgaven ble denne avgrensningen sett på som nødvendig.

I tillegg har det også blitt avgrenset til forskningsartikler relatert til etnisk minoritetsbefolkning i asiatiske land, og ikke i alle andre land verden rundt. Dette for å sikre at funnene som har blitt gjort i de respektive artiklene, kan sammenlignes med oppgaven så langt det lar seg gjøre.

4.0 Teori og begrepsavklaringer

Siden det per dags dato finnes mange forskjellige definisjoner innenfor turisme av ulike forskere, så blir dette nå forklart i oppgaven hvilke som blir brukt av hvem, slik at det ikke oppstår misforståelser videre i oppgaven. Videre trekkes det frem annen relevant teori som de ulike forskerne har kommet frem til, på de aktuelle begrepene nedenfor.

4.1 Bærekraftig reiseliv

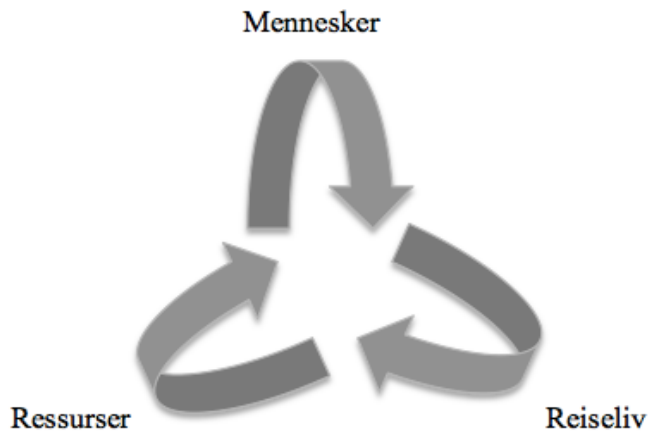
Det finnes et mangfold av definisjoner på bærekraftig turisme, og diskusjonen rundt hvilken som er den rette er stor. Det er derfor i denne oppgaven begrenset til utvalgte definisjoner som sees å være mest relevant for oppgaven. Eber (1992) foreslår følgende definisjon:

“Sustainable tourism is tourism and associated infrastructure that: both now and in the future operate within *natural capacities* for the regeneration and future productivity of *natural resources*; recognize the contribution that people and communities, customs and lifestyles, make to the tourism experience; accept that these people must have an equitable share in the economic benefits of local people and communities in the host areas.”

Travis (1980) fremmer et forslag på en definisjon tilnærmet bærekraftig reiseliv, og denne lyder som følger:

“[Bærekraftig reiseliv vil tilsi] å ta handlinger som sikrer den langsiktige vedlikehold av turistressurser (naturlige eller menneskeskapte) er god økonomi, og det kan bety langsiktig økonomisk avkastning etter deres bruk.”

Langsiktig og fremtidsorientert tankegang er en grunnfaktor når det kommer til bærekraftig turisme og reiseliv. Bærekraftig reiseliv innebærer at det er symbiose mellom faktorene mennesker, ressurser og reiseliv. Symbiose vil tilsi at det er sameksistens mellom disse faktorene.



Figur 1.0: Symbiose i bærekraftig reiseliv (Wall og Mathieson, 2006)

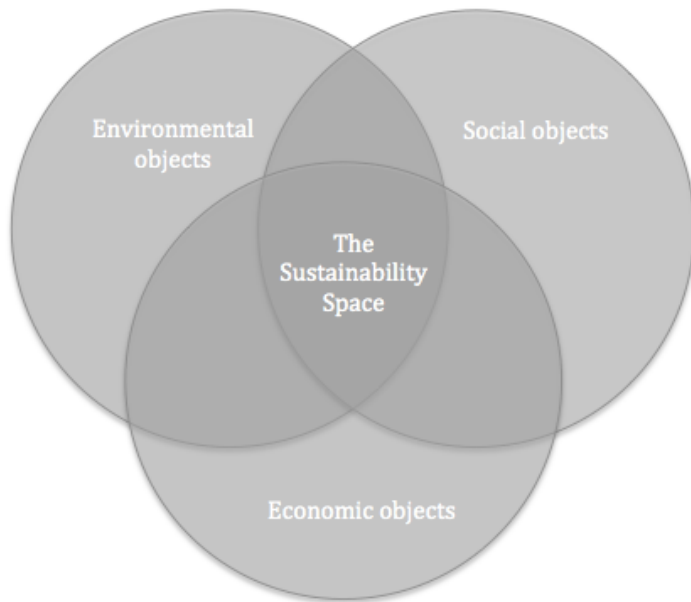
4.1.1 Tre fokusområder innenfor bærekraftighet

Det finnes tre fokusområder innenfor bærekraftighet, og disse er definert til å være:

Det miljømessige aspektet
Det økonomiske aspektet
Det sosiokulturelle aspektet

For at en destinasjon skal oppnå målet om bærekraftighet, så forutsetter det at de tre dimensjonene overlapper hverandre. På den måten vil det være mulig å oppnå synergi. Ritchie og Crouch (2003) tar også for seg enda et aspekt i bærekraftighet, i tillegg til de tre som tidligere er nevnt, og det er det politiske aspektet. Smith (2011) har valgt å utelukke dette aspektet i sin rapport om “Environment, Development and Sustainability”, mens Ritchie og Crouch (2003: 47) har valgt å definere dette som et område innenfor bærekraft; de argumenterer for at hvis en destinasjons reiselivsstrategi er økonomisk, miljømessig og sosiokulturelt bærekraftig, så vil den

også mest sannsynlig være politisk akseptabel. Oppgaven tar utgangspunkt i Smith sin tolkning av bærekraftmodellen, og dermed er ikke det politiske aspektet definert som et punkt i modellen nedenfor.



Figur 2.0: En skildring av bærekraft som en plass hvor miljømessige, sosiale og økonomiske målsettinger sammenfaller. (Smith 2011)

For at en destinasjon skal kunne oppnå målet om bærekraftighet *uten* å være avhengige av hjelp utenfra, må utviklingen gi lokalsamfunn kapasitet til å, på en rettferdig måte, forhandle frem de kontinuerlige, og uunngåelige, sosiale og politiske transformasjoner som oppstår innenfor rammen av bærekraftig menneskelig utvikling (Cao, 2009).

I følge Sharpley (2008) så kan bærekraftig turisme brukes som et verktøy for økonomisk utvikling blant fattigere samfunn på følgende måter, med bakgrunn i det sosiale aspektet, som igjen kan øke deres livsstil og levestandard:

1. Bringe turister til destinasjonen vil hjelpe lokalbefolkningen med et potensielt marked for flere varer og tjenester
2. Gi muligheter for at småskala til uformelle sektorarbeidere kan få en inntekt
3. Plassere en verdi på natur- og kulturressurser
4. Bringe økonomiske muligheter til eksterne og/eller marginale områder
5. Gi muligheter for involvering av økonomisk marginaliserte grupper, for eksempel etnisk minoritetsbefolkning

4.1.2 Det miljømessige aspektet

Det miljømessige aspektet innenfor bærekraft vil tilsi at reiselivsnæringen har en viktig rolle i enhver destinasjon, ikke bare i form av å sikre at all reiselivsutvikling minimerer skade på økologi, men kanskje enda viktigere ved å gi en økonomisk stimulans som oppfordrer bevaring og beskyttelse (Ritchie og Crouch, 2003: 44-45).

Det finnes ingen ensbetydende formel for hvordan de negative og positive miljøkonsekvensene ved turisme skal løses. Derfor må hver destinasjon utvikle sin egen strategi for bærekraftig turisme rettet mot dens egne økologiske begrensninger (Ritchie og Crouch, 2003: 45).

4.1.3 Det økonomiske aspektet

Dette aspektet inneholder utvikling, mangfold, gjensidig økonomisk avhengighet, samt import og eksportmengde og kostnadene tilknyttet til reiselivet (Wall og Mathieson, 2006: 36). Turisme må bidra til å støtte en destinasjon til å bli levedyktig økonomisk sett, og en "sunn" økonomi muliggjør et land, en region eller en by til å kunne utføre tiltak som kan forbedre livskvaliteten til innbyggerne innenfor det definerte området (Ritchie og Crouch, 2003: 46).

4.1.4 Det sosiale aspektet

Det sosiale aspektet vil tilsi det aspektet ved reiseliv som omfatter lokalbefolkningen i det spesifikke området/destinasjonen. Dette er alt fra levestandard, livsstil, religion m.m. Er disse faktorene optimalisert, så vil det tilsi at det sosiale aspektet er "dekket". For at det skal være

dekket i et samfunn, så finnes det fem aspekter ved menneskelig velvære som må være oppfylt, i følge Smith (2011):

1. Basis-materialistiske ønsker for et godt liv
2. Helse
3. Gode sosiale relasjoner
4. Sikkerhet
5. Handlings- og valgfrihet

Et typisk og sentralt element i turistenes motivasjon til å reise, er at de ønsker å se, oppleve og lære noe om destinasjonens sosiokulturelle mønster. Til tross for det faktum at kulturen som turistene opplever er ofte noe kunstig eller lite autentisk, så vil tilstedeværelse og innflytelse av den enkelte turist skape konsekvenser på vertens samfunn og hans kultur (Ritchie og Crouch, 2003). Disse konsekvensene vil enten være midlertidig eller permanent, negative eller positive, små eller betydelige. Konsekvensene er størst når den kulturelle distansen mellom vertens kultur og gjestens kultur er betydelig stor.

En strategi for turismeutviklingen hos en destinasjon må anvende sosiokulturelle konsekvenser, for å kunne nå målet om bærekraftighet (Craik, 1995). Dette burde være reflektert på destinasjonens visjoner og mål som innkapsler de verdier, idealer og drømmer for lokalsamfunnet som bidrar til en følelse av tilhørighet.

Det antas at det sosiokulturelle aspektet av en destinasjon kan overstyre alle andre dimensjoner i å bestemme sin appell. Hadde det ikke vært for det faktum at lokalbefolkningens trivsel, lønnsomhet og miljømessig bærekraft også må tas i betraktning, kan de sosiokulturelle styrkene til en destinasjon være den dominerende faktor for konkurranseevnen (Ritchie og Crouch, 2003: 48).

4.1.5 Komponenter innenfor bærekraftig reiseliv

Gjeldende paradigme av bærekraftig reiselivsutvikling er basert på prinsippene av Ritchie og Crouch (2003: 34) om at denne typen utvikling bør:

1. Møte behov og ønsker av den lokale vertssamfunnet i form av økt levestandard og livskvalitet;
2. Tilfredsstille kravene fra turister og reiselivsnæringen og fortsetter å tiltrekke seg dem for å møte det første mål; og
3. Ivareta miljøressursgrunnlaget for turisme, som omfatter naturlige, bygget og kulturelle komponenter, for å oppnå begge de foregående målene

4.2 Lokalsamfunn

Et lokalsamfunn er sosialt konstruert av de menneskene som identifiserer seg selv som en del av en gruppe og assosieres med spesifikke trosretninger, persepsjoner og avhandlinger, innad i en definert region i et land (Anderson, 1991). Sharpley (2008: 10-5) nevner også hva Ap (1992) mener om konsekvenser ved turisme: “Oppfatninger og holdninger hos lokalbefolkningen mot konsekvensene av turisme vil sannsynligvis være en viktig planleggingsfaktor for en vellykket utvikling, markedsføring og drift av eksisterende og fremtidig turismeprogrammer og prosjekter” (Ap, 1992).

Det finnes ulike dybder i turismen som lokalsamfunn er involvert i, fra indirekte involvering, for eksempel å “lease” penger fra en turoperatør som bringer turister til et etnisk minoritetsbefolket område, til samfunnsbaserte opplevelser/attraksjoner (Scheyvens, 2003).

4.2.1 Etnisk minoritetsbefolkning

Begrepet minoritet er benyttet for å beskrive populasjoner som er vanskeligstilte numerisk, sosialt eller politisk. De mest åpenbare minoriteter er stammefolk, etniske og religiøse grupper (Cao, 2009).

Minoritetsgrupper har en tendens til å okkupere mindre fordelaktige geografiske områder, på bakgrunn av deres tradisjonelle livsstil og historisk konkurranse med de fleste. Det vil tilsi at de i større grad opplever mer begrensninger, men det betyr ikke automatisk at minoritetene blir nektet muligheter for forbedring og økonomisk utvikling. Mens underutvikling forekommer i alle

samfunn, så er det mer vanlig i etniske minoritetsområder. I enkelte tilfeller er det et resultat av statlig integreringspolitikk som mangler følsomhet for lokale behov og realiteter (Cao, 2009).

Etniske minoriteter, på lik linje med urbefolkninger, har til tider hatt null kontroll over reiselivsutvikling overhodet. Derimot har veldedige organisasjoner, aksjonsgrupper og andre politiske organisasjoner prøvd å sikre at konsultasjon og involvering er maksimert (Smith, 2009: 109). Cao (2009) nevner også at minoritetsgrupper, spesielt etniske minoriteter, har sjeldent fått sjansen til å representere seg selv eller deres interesser tilstrekkelig.

4.3 Autentisitet

Autentisitet betyr ekthet. Timothy og Boyd (2003) nevner at autentisitet er assosiert med å portrettere fortiden på en nøyaktig måte. Autentisitet er sentral i turismen da produktene som blir utstilt til turister ofte er gjenskapelse av en regions fortid i form av både bygget landskap og kulturlandskap. Assosiasjonen som arv har med historie og det bygde landskapet, vil dermed føre til bekymring over hvor autentisk en representasjon av fortiden kan være (Timothy og Boyd, 2003: 237).

4.3.1 To betydninger ved autentisitet

I følge Sharpley (2008, 8-4) så har autentisitet i turismesammenheng to ulike betydninger:

1. Autentisitet er *en kvalitet* ved et objekt (en ting, et måltid, en festival, en bygning) som har noe å gjøre med produksjonen av objektet eller et kulturelt grunnlag som oppfattes som førmoderne eller tradisjonelt
2. Autentisitet er *en sosialt konstruert oppfatning* av samfunn, destinasjoner og kulturer, reiseformer og turismeopplevelser som oppfattes som førmoderne eller tradisjonelle

Mange turister søker det som er ”urørt” (eksempelvis uberørte omgivelser), og/eller det ”eksotiske” (eksempelvis stammefolk i etniske klær). Både omgivelsene og menneskene er særlig sårbare for å bli utnyttet” (Albuquerque og McElroy, 1995). Sharpley definerer autentisitet på den

måten at det er en kvalitet som er oppfattet å være godt forankret i pre-moderne liv, en kvalitet på kulturelle produkter produsert før den moderne, vestlige verdens påvirkning. Ting kan med andre ord bare være ekte hvis de har blitt skapt *uten* hjelp av moderne materialer, verktøy eller maskiner. Dermed har alt, inkludert samfunnet, som har blitt tilpasset, påvirket, forandret eller forurenset av den moderne, vestlige verden mistet sin autenticitet (2008, 8-3).

Det er altså her autenticitet utvikler seg til å en måte som kan beskrive tilstanden til et samfunn. Hvis et lokalsamfunn har blitt påvirket av den moderne, vestlige verden på den måten Sharpley beskriver det, så vil det med andre ord si at tradisjonelle land eller samfunn, altså de i mindre utviklede deler av verden, vil være mer autentisk.

4.3.2 Staged authenticity

”Staged authenticity”, som betyr iscenesatt autenticitet, vil si at det en turist opplever som autentisk, ikke nødvendigvis er så autentisk som vedkommende tror. Dette fordi lokalbefolkningen til en viss grad kun viser det som de tillater turisten å se. Lokalbefolkningen kan med andre ord lede turisten til å tro at noe er autentisk, uten at det nødvendigvis er det (Sharpley, 2008, 8-10).

4.4 Alternativ turisme

Alternativ turisme er i praksis reflektert på prinsippene som bærekraftig utvikling baserer seg på. Alternative turister er gjerne de som søker autentiske opplevelser. Denne formen for turisme indikerer en ny type som er sosial og miljømessig, snarere enn profitt-drevet, og som søker å minimere skade på folk og miljøer i målområdet. Alternativ turisme forsøker også angivelig å utvikle mer meningsfulle relasjoner mellom "verten" og "gjesten" (Eadington og Smith 1992: 3, 11). Teorien om alternativ utvikling erkjenner at utvikling er en kompleks prosess som er knyttet til miljømessige, kulturelle og sosiale faktorer, så vel som mer tradisjonelle økonomiske faktorer (Sharpley, 2008: 9-18).

Det er foreslått at alternative turister er å foretrekke fremfor masseturisme¹ fordi de vedtar en bestemt metode for å reise som er mer følsom for lokale mennesker og miljøer (Loker-Murphy og Pearce 1995, sitert i Macleod 1998: 12).

4.5 Geoturisme

Utvikling i geoturisme fremmer bruken av egen kunnskap, materiale og arbeid. Bruk av lokal kompetanse og arbeidskraft er økonomisk gunstig for samfunnet og skaper en sterkere multiplikatoreffekt. Det motsatte vil være å importere arbeidskraft og kompetanse, noe som ikke er økonomisk gunstig for samfunnet på bakgrunn av at lokalsamfunnet blir frarøvet arbeidsmuligheter. Ved å vektlegge den lokale livsstilen, verdier og den økonomiske velferden til lokalsamfunnet, så fremmer geoturisme lokal identitet, stolthet og selvbragd. Ved å styrke fellesskapet gjennom lokal deltakelse, skaper også geoturisme en mulighet for selvgenererende turisme - i motsetning til kapitalistisk kontroll av masseturisme (Khan, 1997: 990).

Det er et faktum at lokalsamfunn sjeldent initierer reiselivsutvikling uten innspill fra en ekstern kilde, som for eksempel en lokal ikke-statlig organisasjon som fremmer bærekraftig livsgrunnlag, en NGO eller en privat reiselivsoperatør (Topas).

4.6 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (heretter forkortet CSR) betyr samfunnsansvar. Mysen (2014) mener at bedrifter ikke bare bør, men også vil ha nytte av å ta hensyn til hvilke konsekvenser bruk og forbruk av bedriftens produkter har på sikt for generasjoner som kommer etter (ref. langsiktighet), samt hva kundene etterspør i dag. Det blir videre presisert at samfunnsansvar betyr at individer, bedrifter og organisasjoner må klare å dekke nåværende behov og etterspørsel uten at mulighetene blir mindre for kommende generasjoners mulighet til å dekke sine behov (Brundtlandrapporten, 1989 sitert i Mysen, 2014). Dette kan også gjenspeiles i begrepet om bærekraftig reiseliv.

¹ Masseturisme: En stor gruppe turister som besøker et bestemt sted på samme tid.

Mysen trekker også frem Hult (2011) sin markedsorienterte definisjon av bedriftens samfunnsansvar, som utpeker flere essensielle punkter innenfor bærekraft:

”En organisasjon oppnår et markedsbasert og bærekraftig samfunnsansvar i den grad organisasjonen samtidig vurderer og balanserer behov og ønsker hos kunder, med hva andre interessenter har av behov og ønsker som dreier seg om *økonomiske, miljømessige* og *sosiale* dimensjoner.”

Vår regjering legger til grunn en forståelse av samfunnsansvar som innebærer at bedrifter integrerer sosiale og miljømessige hensyn i sin daglige drift, og i forhold til sine interessenter. Samfunnsansvar innebærer hva bedriftene gjør på en frivillig basis utover å overholde eksisterende lover og regler i det landet man opererer (Utenriksdepartementet, 2009: 7).

4.6.1 Etikk og utfordringer

Etikk er et fundamentalt aspekt ved bærekraft, selv om det ikke alltid er gjort tydelig (O'Connor, 2007). Samfunnsansvar og etikk går hånd i hånd; samfunnsansvar er etiske valg en bedrift tar, og det er ikke lovpåbudt. Å handle etisk riktig er et uttrykk som ofte er brukt, men vanskelig å definere. Det som en kultur ser på som etisk riktig kan av en annen være det totalt motsatte. Utfordringen her vil være å finne samsvar i et samfunn som Sapa, som er kombinert av minoritetsbefolkning, innflyttere og turister.

4.7 Konkurransedyktighet

En destinasjons konkurransefortrinn er knyttet til dens evne til å bruke de ressursene som er tilgjengelig på en effektiv måte på lang sikt (Ritchie og Crouch, 2003: 23). Med andre ord, en destinasjon som har en visjon om at turisme over lang sikt kan være lønnsomt bør; dele visjonen med alle interessentene; forstå visjonens styrker og svakheter; utvikle en hensiktsmessig markedsstrategi og; implementere dette på en suksessfull måte. Dette kan være med på å gjøre destinasjonen mer konkurransedyktig enn en som aldri har forstått hvilken rolle turisme spiller i sin økonomiske og sosiale utvikling, nevner Ritchie og Crouch (2003).

4.8 Minoritetsbefolkning og turistenes påvirkning

Det bør tas hensyn til lokalbefolkningen i landene i den tredje verden om både sine bekymringer om turisme og hva de håper å oppnå gjennom turisme, før det nøye blir vurdert om det er et hensiktsmessig middel for å etterfølge turisme, og egnede typer turisme, noe som enkelt vil møte behovene og ønskene til lokalsamfunnene (Scheyvens 2003: 7).

5.0 Presentasjon av Vietnam og Sapa

5.1 Vietnam

Vietnam ligger sør-øst i Asia og grenser til Kina, Laos og Kambodsja. Landet er litt større enn Norge i areal, og har 91 519 289 innbyggere. Vietnam har tidligere vært blant annet en fransk koloni, og ble først i 1976 samlet i en selvstendig stat, Den Sosialistiske Republikken Vietnam. Over halvparten av arbeidskraften er sysselsatt i jordbruk, i tillegg er fiskeri og produksjon av ulike produkter inntektskilder, sammen med turisme. Siden 1990 har landet hatt en sterk økonomisk vekst (Store Norske leksikon). Vietnam oppnådde status som middelinntekstland i 2010, men det er fortsatt betydelig fattigdom blant etniske minoriteter ute i distriktene (Innovasjon Norge).

5.1.1 Turisme i Vietnam

Ankomsttallene for utenlandske turister har økt raskt etter at landet siden 1986 har utviklet seg som turistdestinasjon og innført lettelser i reiserestriksjoner. Hovedandelen utenlandske turister kommer fra andre land i Asia og USA. Innenlandsturismen har også økt sterk på grunn av den raske økonomiske veksten i landet (Store Norske Leksikon).

5.1.2 Vietnam og bærekraftig fokus

Landet er sterkt preget av forurensing. De to største byene, Hanoi og Ho Chi Minh, er blant verdens mest forurensete byer, og bruk av moderne renseteknologi er ikke særlig utbredt (Innovasjon Norge). I 2003 ble Ministry of Environment and Natural Resources etablert med ansvaret for å utarbeide rammeverk og verktøy for å håndtere miljøoppfølging. Interessen for miljøsatsing har økt og landet viser forsøk på å bevege seg i retning av en mer bærekraftig utvikling. Det er derimot utakt mellom lovprosesser og implementering, og til dels manglende håndheving (Innovasjon Norge). Menneskerettighetssituasjon i Vietnam er forbedret på visse områder de siste 10-15 årene, både som følge av den generelle åpningen av landet og den økonomiske reformprosessen. Problemstillinger knyttet til økonomiske og sosiale rettigheter kan diskuteres relativt åpent, men når det gjelder politiske og sivile rettigheter er bildet utfordrende, og det er tegn på at det strammes inn på dette området. Norge har siden 2003 hatt en aktiv menneskerettighetsdialog med Vietnam der slike spørsmål drøftes (Innovasjon Norge).

5.1.3 Korrupsjon

Korrupsjon er et stort problem i Vietnam. Landet ligger på 112 plass av 182 land på Transparency Internationals oversikt (Innovasjon Norge). I 2009 ble et nasjonalt lovverk mot korrupsjon innført, men viljen til å overholde dette lovverket mangler.

5.2 Sapa

Sapa er en fjellandsby 1600 m over havet, 350 km nord-vest for Hanoi. Byen Sapa er hovedbyen i distriktet i Lao Cai-provinsen. Hele distriktet er omkranset av fjellkjeden Hoang Lien Son, som inkluderer Fan Si Pan, Vietnams høyeste fjell (Vietnam Travel & Living Guide). Klimaet er mer behagelig enn lenger sør i Vietnam, og preget av sesongvariasjoner; subtropisk klima om sommeren og kaldere vintre med mulighet for snø (Tours in Vietnam).

Sapa kom først på det vietnamesiske kartet på 1880-tallet. Den første permanente bosetningen var fransk og ankom i 1909, og ved 1920 begynte utbyggingen å ta form (Vietnam Travel & Living Guide). Jernbanen mellom Hanoi og Lao Cai ble fullført rundt denne tiden og Sapa ble sett på som sommerbyen i nord.



Figur 3.0: Kart over toglinjen fra Hanoi til Lao Cai (<http://www.catbavietnam.com/Hanoi-Sapa-Halong-Bay-CatBa-Island-Tour.html>).

På 1940-tallet utviklet franskmennene Sapa til å bli et ideelt sted for hvile og konstitusjon med fasiliteter som vannstasjoner, guvenørkontor, kull departement, asfalterte veier og mer enn 200 villaer med en europeisk stil i sentrum av byen. Dette har gitt byen et europeisk utseende (Easy Tour). I dag er Sapa en populær feriedestinasjon, både blant lokale og utenlandske turister. Sapa har en total befolkning på 52 899, hvor en stor andel er etnisk minoritetsbefolkning (Vietnam Living & Travel Guide).

5.2.1 Turisme i Sapa

Sapa har de senere årene hatt en stor økning i turisme, og sees på som en av de mest attraktive turistdestinasjonene i landet (Vietnam Travel & Living Guide). Sapa er kjent for sine mange trekking-turer i fjellområdet, omgitt av fantastisk natur og naturlig etnisk minoritetsbefolkning. Det blir betraktet som den mest typiske etniske turisme destinasjonen i Vietnam.



Foto: Topas Ecolodge i Sapa

Kommersialiseringen i Sapa begynte for alvor tidlig på 00-tallet. Selv om utviklingen har vært stor de siste årene er fortsatt Sapa relativt underutviklet sammenlignet med andre små turistbyer i Vietnam. Den økende turistindustrien har spilt en omstridt rolle i området. Myndighetene i regionen har jobbet for å utvikle kapasiteter for de lokale. Resultatene har vært varierte og det er fortsatt store utfordringer for lokalbefolkningen, men fler og fler av fordelene ved tusime blir nå delt (Footprint Vietnam).

5.2.2 Etnisk minoritetsbefolkning i Sapa

Som tidligere nevnt, er minoritetsbefolkningen en stor del av befolkningen i Sapa. De bor ikke i sentrum av byen men i landsbyer i områdene rundt i Sapa distriktet. Minoritetsbefolkningen er delt inn i ulike grupper hvor noen av hovedgruppene er Hmong, Dao, Yao, Tay, Zay og Xa Pho (Vietnam Living & Travel Guide). Hver gruppe har egne klesdrakter, livsstil, tradisjoner og dialekter (Tours in Vietnam). Selv om turismen utvikler seg fort i Sapa, lever fortsatt mange av minoritetsfolkene veldig enkle liv. De lever av landbruk og produksjon av håndverk som smykker og klær, som de selger på de lokale markedene (Easy Tours).



Foto: Etniske minoritetsbarn i Sapa som forsøker å selge hjemmelagede produkter til turister.

6.0 Metode

Det finnes to ulike metoder å forske på; enten kvalitativ eller kvantitativ metode.

I dette studiet er det benyttet kvalitativ metode. Hensikten med kvalitativ design er å utforske og beskrive mennesker og deres erfaringer med, og forståelsen av, et fenomen (Johannessen, Kristoffersen og Tufte, 2010: 99). I forhold til denne oppgaven vil et kvalitativt design være å foretrekke da problemstillingen kan tolkes intensivt, det vil si at den er uklar, beskrivende og ikke-generaliserende. Vi har lite kunnskap om problemstilling fra før av og ønsker å få et dypere innblikk og mer kunnskap rundt tema rettet mot et spesifikt område. Bruk av kvalitativ metode gir også en mulighet til å benytte seg av tilegnet kunnskap underveis og endre de oppfatninger som var utgangspunkt i begynnelsen.

6.1 Formål med undersøkelsen

Formålet med den kvalitative undersøkelsen er å innhente informasjon om hvordan situasjonen i Sapa er per i dag og hvilke muligheter informantene ser for Sapa i fremtiden. Informasjonen som har blitt hentet inn vil, sammen med tidligere beskrevet teori samt antagelser, benyttes for å besvare problemstillingen.

6.2 Valg av forskningsdesign

Valg av forskningsdesign er med på å bestemme de regler og prosedyrer som følges for å innhente den informasjon som kreves for å kunne svare på problemstillingen (Askheim og Grenness, 2008: 65). Å designe vil si å kunne planlegge. Et kvalitativt design gir mer rom for fleksibilitet enn ett kvantitativt design. Det finnes flere undertyper i kvalitativt design (2008: 68). Under valg av forskningsdesign er det viktig å ha klart for seg hva undersøkelsen skal fokusere på, hvem som kan være aktuelle å undersøke, hvor og hvordan undersøkelsen skal gjennomføres (2008: 76). På grunnlag av disse forutsetningene er det i dette studiet benyttet et casestudie med en etnografisk design tilnærming.

6.2.1 Casedesign

Casedesign kjennetegnes ved et undersøkelsesopplegg som er rettet mot å innhente mye informasjon fra få enheter eller caser, og avgrenses til undersøkelser hvor fenomenet studeres i sin naturlige sammenheng (Askheim og Grenness, 2008: 70). I dette studiet er det et “intrinsic case study” som studeres da det er en gruppe individer med bestemte kjennetegn som blir studert. Casedesign kan gjennomføres ved bruk av observasjon eller åpne intervjuer. I dette studiet er formålet med casestudiet å innhente mye informasjon om et avgrenset case, som er hvordan den etniske befolkningen kan inkluderes til å bidra med utvikling av Sapa til en bærekraftig turistdestinasjon.

6.2.2 Etnografisk design

Et etnografisk design kan defineres som vitenskapen bak kulturell beskrivelse (Berg, 2009: 191) og innebærer et studie av individer innenfor et definert sosialt system (Askheim og Grenness, 2008: 73). Innenfor etnografisk design kan det utføres dybdeintervjuer og/eller observasjoner. Dette innebærer at forskeren oppholder seg i feltet sammen med de som studeres. Sluttproduktet skal i størst mulig grad være et helhetlig kulturelt portrett av gruppen som blir undersøkt (2008: 73). I dette studiet vil det sosiale systemet som blir forsket på være den etniske befolkningen i Sapa.

6.3 Valg av datainnsamlingsmetode

I tillegg til innsamlet teori er det benyttet dybdeintervju og observasjonsundersøkelser for å samle inn kvalitativ data til denne oppgaven. Ved å kombinere disse to datainnsamlingsmetodene har det blitt gitt ett dypere inntrykk i forhold til problemstillingen.

6.3.1 Dybdeintervju

Dybdeintervju er benyttet for å kunne gi informantene større frihet under intervjuet, og for å gi et dypere og mer personlig perspektiv til tematikken i oppgaven. Intervjuene er gjennomført semistrukturert, som vil si at det er skrevet en overordnet intervjuguide som utgangspunkt for spørsmålene, men selve intervjuet er tilpasset svar og kommentarer fra informantene (Johannessen, Kristoffersen og Tufte, 2010: 137).

Først startet vi med å finne relevant teori som kunne bidra med å avdekke problemstillingen. Deretter fant vi informantene våre, men på bakgrunn av tidspress og tilgjengelighet, samt usikkerhet rundt hvem informantene er og om de kunne stille opp, så ble intervjuguiden vår først utformet *etter* at intervjuene ble bekreftet, slik at spørsmålene som ble stilt var rettet direkte mot informantene og deres standpunkt. På den måten fikk vi størst utbytte av intervjuene. Dette tillot oss også å endre på mange av hovedpunktene som vi i utgangspunktet hadde tenkt til å spørre om, samt at vi fikk legge til en del andre tilleggs spørsmål som i utgangspunktet heller ikke hadde blitt bearbeidet. Intervjuguiden er med andre ord ulik for alle informantene for å kunne hente ut mest mulig relevant informasjon, men flere spørsmål er gjengående hos alle informanter. Intervjuguiden er med andre ord kartlagt og tilrettelagt hvert enkelt intervjuobjekt, ut i fra deres utgangspunkt, ståsted og situasjon. Dette for å kunne avdekke flere temaer samt få ulike perspektiver fra respektive på det sosiale aspektet i sin helhet, og ikke minst situasjonen i Sapa per dags dato.

6.3.2 Observasjon

I tillegg til dybdeintervjuene har det blitt gjort observasjoner i Sapa, både når det gjelder observasjoner av den etniske minoritetsbefolkningen og av ulike bedrifter som har etablert seg i Sapa. Observasjonsundersøkelser benyttes for å registrere atferd og handlingsmønster blant mennesker (Askheim og Grenness 2008, 106).

6.4 Utvalgsstrategi og størrelse

Som tidligere nevnt er det viktig å vite i forkant hvem som kan være aktuelle å undersøke, og som kan bidra til at oppgaven oppnår høyst mulig grad av reliabilitet og validitet (dette vil bli utdypet i et senere punkt). I forhold til dette studiet er det trukket frem to relevante grupper; mennesker med erfaring og kjennskap til Sapa, med fokus på minoritetsbefolkning og bærekraftig utvikling, og mennesker med erfaring og kjennskap til turisme og bærekraftig utvikling i Vietnam generelt. I forkant av reisen til Sapa ble tre relevante informanter kontakter, som igjen førte til videre kontakt med andre informanter. Dette førte til en intervjugruppe på totalt syv objekter, hvorav fire av disse var knyttet til Sapa og de resterende tre til turisme generelt i Vietnam. Intervjuene ble utført i ulike settinger som informantene selv foreslo.

6.4.1 Informantene

På forhånd ble det gjort undersøkelser om ulike informanter som kunne bidra til å gi en bredere forståelse på problemstillingen som har blitt satt. Siden alle intervjuene ble tatt lokalt i Vietnam (dette inkluderer Sapa, Hanoi og Ho Chi Minh), så var det desto viktigere at informantene kunne bidra med tilstrekkelig informasjon som kunne brukes i denne oppgaven til å belyse ulike punkter. Det skal nå gis en liten oppsummering på hvem informantene er, og hva de arbeider med. Videre under analysedelen i oppgaven vil det bli brukt nr på informantene når det snakkes om hvem som har opplyst om hva.

Informant 1: Den Norske Ambassaden i Hanoi

Den Norske Ambassaden i Hanoi var dessverre ikke tilgjengelig, men det ble gjennomført ett intervju med hans sekretær som ga innsikt i hvordan det er å etablere en ny bedrift i Vietnam generelt. Informanten ga også en bredere forståelse for hva vietnamesiske myndigheter kan bidra med ved oppstart, samt hvilke lover og reglementer som må følges i denne prosessen.

Informant 2: Topas Travel, Sapa

Topas Travel er en dansk turoperatør som startet sin virksomhet i Sapa på 1990-tallet. Spørsmål stilt til denne informanten gjaldt utfordringer og problemer som de opplevde ved oppstart av bedriften deres i Sapa samt organiserte turer (trekking, hiking etc.), og hvilke utfordringer og muligheter de ser for fremtiden.

Informant 3: Topas Ecolodge, Sapa

Dette stedet er driftet av Topas Travel, og lokalisert ca. 20 min fra Sapa sentrum. Igjen dreide spørsmålene seg om hvilke utfordringer og problemer de støtte på, både når det gjelder lokalbefolkningen og samfunnet generelt, samt utfordringer og muligheter for fremtiden.

Informant 4: Sapa O'Chau, Sapa

Dette er en frivillighetsorganisasjon drevet av og for lokale etniske minoritetsgrupper i Sapa. Informanten som stilte opp for denne organisasjonen ga innsikt i problemene ved at etniske grupper ikke blir prioritert av vietnamesiske myndigheter når det kommer til jobb og utdanning.

Sapa O'Chau kjemper for rettighetene deres, og har gjennom sin tid etter oppstart møtt på utfordringer når det gjelder økonomisk støtte, anerkjennelse m.m.

Informant 5: Saigon Tourist, Ho Chi Minh

Saigon Tourist er en av Vietnams aller største turoperatører som selger innenlands pakkereiser i tillegg til andre asiatiske land som Kambodsja, Japan, Singapore m.m. Informanten fra dette selskapet har selv tidligere vært turguide i Sapa, og innehar mye informasjon om stedets utvikling fra da til dags dato.

Informant 6: Innovation Norway, Hanoi

Innovasjon Norge har et langt og godt samarbeid med Vietnam. En av hovedoppgavene deres i Vietnam er å samarbeide og hjelpe norske bedrifter med å etablere seg i landet. De arbeider for å foreslå og etablere langsiktige bærekraftige løsninger for bedrifter som etablerer seg og hjelper de knytte nettverk med vietnamesiske bedrifter. I tillegg arbeider de med import og eksport mellom Norge og Vietnam. De tilbyr også hjelp til vietnamesiske bedrifter som ønsker å etablere seg i Norge.

Informant 7: The Hill Station, Sapa

The Hill Station er en restaurant i Sapa og ble startet opp av to skandinavere (norsk og dansk). I tillegg har de en butikk hvor de selger lokale varer som mat, suvenirer og smykker laget av befolkningen i Sapa. Informanten som ble intervjuet, forteller om hovedutfordringene ved å få lov til å starte en virksomhet i Sapa, samt hvilke hindringer de møtte på hos myndighetene.

6.5 Utforming av intervjuguide

Etter å ha gjort undersøkelser om hvilke temaer som allerede har blitt avdekket og skrevet teori på, samt ulike temaer som har blitt forsket på tidligere, er det trukket ut ulike punkter som vil være av relevanse for å kunne besvare problemstilling. Dette i form av om informantene kunne bekrefte eller avkrefte teorien, eventuelt bidra til en bredere forståelse av teorien som allerede har blitt skrevet.

Intervjuguiden er, som tidligere nevnt, tilpasset hvert enkelt intervjuobjekt. Dette grunnet at de fleste av intervjuobjektene hadde ulike utgangspunkt. Årsaken til hvorfor det ikke er én felles intervjuguide, er i all hovedsak for å kunne tilpasse intervjuene etter kompetansen til informantene.

Grundige undersøkelser ble gjort i forkant av hvert intervju for å kunne tilpasse intervjuet på best mulig måte, slik at riktig informasjon ble hentet fra de ulike intervjuobjektene. Dette ble sett på som mest hensiktsmessige løsning for å kunne innhente mest mulig informasjon som ville ha en innvirkning på besvarelse av problemstillingen i denne oppgaven. Tatt dette i betraktning, er det likevel noen felles kjernesporsmål som er innarbeidet i intervjuguidene, som omhandler generelt om bærekraft og Sapa som destinasjon.

6.6 Transkribering av intervjuene

Å transkribere betyr å transformere, skifte fra en form til en annen. En transkribering er oversettelse av intervjuene fra talespråk til skriftspråk, der konstruksjonene underveis krever en rekke vurderinger og beslutninger (Brinkmann og Kvale, 2009: 186-187). Grunnet at det blir oversatt fra tale til skriftspråk vil mye av essensen forsvinne i oversettelsen, som kroppsspråk og toneleie. Transkripsjonen blir da en svekket gjengivelse av intervjuet. Fordelen med å transkribere tale til skrift er at det vil være lettere å få oversikt over materialet, som er til fordel for analysen (Brinkmann og Kvale, 2009: 188). Under intervjuene til denne oppgaven ble det brukt lydopptaker som et hjelpemiddel under intervjuene, slik at fokus kunne holdes rettet mot intervjuobjektet. Dette med unntak av to intervjuer hvor intervjuobjektene ikke ønsket lydopptak, der ble egne notater benyttet under transkriberingen. Ved bruk av lydopptaker vil transkriberingen være enklere da man kan lytte opptil flere ganger og fange opp endringer i tonefall og pauser (Brinkmann og Kvale, 2009:187). Ved å kun benytte egne notater er transkriberingen basert på disse sammen med egen hukommelse og kan til tider være mangelfull. Intervjuene i denne oppgaven er transkribert over til en forholdsvis muntlig tekst, hvor teksten er forsøkt skrevet slik de sier den. Visse av intervjuene er oversatt fra engelsk til norsk, men underveis i prosessen ble dette endret da viktig informasjon i noen av intervjuene ville forsvinne i oversettelsen. Disse ble da beholdt på engelsk og de delene som vil være relevante i resultatet er oversatt når de er trukket inn der.

6.7 Observasjonsundersøkelser

I dette studiet har et besøk til Sapa gitt mulighet for å se minoritetsbefolkningen i sitt naturlige habitat. Under oppholdet ble det tatt notater og gjort observasjoner av hvordan minoritetsbefolkningen er tilpasset samfunnet, og hvordan hverdagen i Sapa virker generelt. Oppholdet i Sapa var av så kort varighet at det kan ikke kalles en fullverdig observasjonsundersøkelse, da dette gjerne skal foregå over lenger tid (Askheim og Grenness 2008: 107), men har gitt et inntrykk av levevilkår og utviklingsmuligheter.

6.8 Reliabilitet og validitet

I kvalitativ forskning preges forskningen av forskerens egne erfaringer og holdninger (Askheim og Grenness 2008). Dette gir derfor mindre mulighet for etterprøvbare enn ved kvantitativ forskning, men kan kompenseres for ved å ta med så detaljert informasjon som mulig. Dette kan gi et bedre innblikk i selve fenomenet for å skape bredere forståelse av fenomenet som undersøkes (Askheim og Grenness 2008:147). Erfaringsgrunnet til forskeren og egen tolkning vil gjøre at samme resultater kanskje ikke vil kunne komme fram i lignende oppgaver (Johannessen, Tufte og Christoffersen, 2010).

For at et kvalitativt studie skal være valid må metoden vise at den undersøker det den skal undersøke (Brinkmann og Kvale 2009:251). Dette kan igjen deles opp i intern validitet og ekstern validitet. Med intern validitet menes i hvilken grad resultatene er gyldig for det utvalget og det fenomenet som er undersøkt (Johannessen, Tufte og Christofferen 2010:69). I forhold til dette studiet er utvalget valgt på grunnlag av kjennskap til både Sapa og Vietnam generelt. Grunnet tidsbegrensning under oppholdet i Vietnam kunne mulighetene for flere informanter vært tilstede, men i forhold til dette har informantene som stilte opp valid informasjon og kjennskap til fenomenet som forskes på. Ekstern validitet tolkes som i hvilken grad resultatet kan overføres til andre utvalg og situasjoner (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2010:69). Mye av teorien er basert på situasjoner i Asia generelt, og problemet rundt bærekraft og påvirkning på minoritetsbefolkningen kan også dukke opp andre steder i verden. På grunnlag av dette kan mye av informasjonen i dette studiet benyttes i lignende situasjoner på andre steder i verden.

Totalt sett kan informasjonen innhentet fra både dybdeintervju og observasjon fremstå som valide og reliable. Et problem under selve gjennomføringen som kom frem var språkforståelse. Følelsen av manglende engelsk kunnskaper var til stede under noen av intervjuene og at viktig kunnskap forsvant. Likevel er mye relevant og nyttig informasjon hentet ut. I tillegg kommer behovet om videre og dypere forskning frem og anbefalinger til dette vil komme frem senere i studiet.

6.9 Etikk

Etiske problemer i intervjuforskningen oppstår spesielt på grunn av de komplekse forholdene som er forbundet med å utforske menneskers privatliv (Brinkmann og Kvale, 2009: 80). Forskningen må derfor underordne seg etiske prinsipper og juridiske retningslinjer (Johannessen, Tufto og Christoffersen, 2010). I forkant av hvert intervju ble intervjuobjektene informert om formålet med oppgaven og mulighet for komplett anonymitet om dette var ønsket. Med unntak av to objekter som ikke ønsket båndopptak, var det ingen problemer med dette hos intervjuobjektene. De stilte seg generelt meget positive til undersøkelsen.

7.0 Analyse og tolkning av datamaterialet

I analysen er intervjuene analysert og tolket opp mot tidligere nevnte antagelser, og vil til slutt sammenfattes i en helhet opp mot problemstillingen.

7.1 Analyse

7.1.1 Analyse av antagelse 1

“Turister som reiser til Sapa søker etter det autentiske, både hos lokalbefolkningen og i naturområdene/omgivelsene rundt”.

Informant 3 nevner at når turismen kommer til en destinasjon som Sapa, blir den først bygd opp, men etterhvert blir den også slitt ned. Dette kan være i form av skade på omgivelsene, lokalbefolkningen og at destinasjonen ikke fremstår like autentisk lenger (ref. punktet om ”Autentisitet”). Dette kan, som informant 3 påpeker, medføre at turistene opplever Sapa som altfor turistifisert og nedslitt. Minoritetene kan fortsatt være ekte, men besøkende har en følelse av at det er for mange turister. Klarer ikke destinasjonen da i tillegg å generere presset på turiststrømmen, så kan dette medføre økologiske fotspor på destinasjonen. Store virksomheter, også Topas, begynner å se etter nye steder de kan ha opplevelsesbaserte turer til, og nye overnattingsmuligheter – men at turistene fortsatt skal få oppleve det autentiske som tidligere. Turister ønsker unike opplevelser (Albuquerque & McElroy 1995), så derfor flytter også turistene seg til nye destinasjoner så fort de føler at destinasjonen ikke tilbyr autentisitet i den grad de i utgangspunktet hadde forventet. Informant 5 påpeker at flere og flere som reiser til Sapa er på jakt etter “opplevelsen”. De ønsker ansvarlig turisme i form av å bo på et sted, nyte hva stedet har å tilby, prøve å hjelpe det lokale samfunnet og videre “betale på stedet”, altså betale for sitt ansvar. Turistene er ikke interesserte i å ta bussen lenger, de ønsker å gå fra landsby til landsby. De ønsker å bære maten sin selv, fordi de ikke er interesserte i “high quality service” (tjenester med høy grad av kvalitet) som man kan få ved å bo på et fem-stjernes hotell. Turistene ønsker eksempelvis å sitte ved et hus med utsikt over en elv, de ønsker å nyte naturen, omgivelsene og menneskene. Etterhvert har flere turoperatører fulgt etter denne stilen og dermed gjort trekking og hiking populært.

Guidene i Sapa er dyktige og vet at det er mer gunstig å sette seg ned, lytte til lokalbefolkningens historie, tradisjon og kultur i stedet for å få turistopplevelsen ”servert”. Sapa ønsker i all hovedsak å holde fokus på dette for å ikke bli en turistmaskin, påpeker informant 3. Scheyvens (2003: 7) nevner at vi bør lytte til lokalbefolkningen i land under utvikling om både deres bekymringer om turisme og hva de håper å oppnå gjennom turisme, før vi vurderer nøye om det er et hensiktsmessig middel for å vurdere turisme, og egnede typer turisme, noe som vil enkelt møte behovene og ønskene til lokalsamfunnene.

Informant 4 påpeker at det er mye mer vietnamesiske, kinesiske og reisende fra sør-øst Asia som kommer til Sapa, men at vedkommende ikke har så stor interesse i hva som blir solgt i form av kulturelle opplevelsesturer. En turist fra vesten som kommer til Sapa er mer interessert i trekking turer, homestays og det å besøke landsbyene, altså det de mener er autentisk, mens en asiatisk turist er ikke like interessert i dette fordi de mest sannsynlig er født i en landsby og har familie der fremdeles. Den asiatiske turisten kommer med andre ord til Sapa for å oppleve klimaet og skjønnheten i landskapet. Informant 7 nevner derimot at Sapa i fremtiden vil bli en asiatisk turistdestinasjon, og det rettes mer fokus på disse turistene. Det asiatiske markedet tenker ikke så mye på autentisitet, mens vestlige turisten har et mer utradisjonelt reisemønster og er på jakt etter unike reiser. Informant 5 sier at minoritetsbefolkningen blir påvirket av de besøkende, altså turistene.

7.1.2 Analyse av antagelse 2

”For høy grad av korrupsjon i Vietnam hindrer Sapa som destinasjon i å nå målet om bærekraftighet.”

Som nevnt av Innovasjon Norge i begrunnelsen bak antagelse 2 ligger det utfordringer bak det å etablere seg i næringslivet i Vietnam. Og selv om landet arbeider seg fremover er det fortsatt avstander fra endringer og forbedringer i lovverket til det å faktisk implementere og gjennomføre disse endringene. Dette blir bekreftet av informant 3 som kommenterer det at regler eksisterer men de blir ikke fulgt, og at vietnamesiske myndigheter er eksperter på å omgå regler. Videre nevner informanten at bestikkelser er mye brukt; ”Når kontrollører kommer kan litt penger i lommen på denne personen løse alle problemer som kan oppstå”. Et eksempel som trekkes frem

er en bom inn til nasjonalparken i fjellet. Alle turister som besøker nasjonalparken skal betale for å passere denne bommen, og disse pengene skal gå til utvikling av parken. Men som informanten sier, disse pengene går aldri til parken, de går til private politikere og lignende. I tillegg er det dyrt å drifte bedriften lovlig. Informant 3 kommenterer at deres bedrift, som er en av de få i Sapa som driftes 100% lovlig, da havner 15-20% dyrere enn konkurrentene på grunn av skatter og avgifter de er lovpålagt. Dette gjør konkurransen enda hardere og de må trekke turister med andre strategier enn pris. Men de ønsker likevel å fortsette og drifte sin bedrift lovlig da dette blant annet er til støtte for de ansatte, i form av helseforsikringer etc. I tillegg får bedriften støtte fra danske bedrifter, noe som gjør at de må følge regelverket ekstra nøye.

Det å etablere seg som bedrift blir også omtalt som en vanskelig og krevende prosess, spesielt for utenlandske selskaper. Informant 4 fremhever dette problemet; det er både vanskelig å drifte en organisasjon uten de rette papirene og det er vanskelig å finne ut hva de rette papirene er. Og når man først finner ut hva som må til er det en tidskrevende prosess å få alt på det rette. Informant 7 trekker her frem at det tok dem syv år med papirarbeider fra planleggingen av et hotell begynte til det var mulig å starte opp driften.

Disse utfordringene kan sees på som en hindring for destinasjonen å utvikle seg til å bli en bærekraftig destinasjon. Informant 6 trekker frem at den vietnamesiske regjeringen nok er klar over behovet for å utvikle bærekraftighet i Vietnam, spesielt i turismesektoren, men at det er en klar mangel på kompetanse. Informant 3 sier følgende: ”Det er vietnamesere og regjeringen som kontrollerer hele utviklingen av et område. Jeg kan ikke som privat virksomhet endre utviklingen av en destinasjon. Jeg kan endre hos min virksomhet og litt i området rundt. Men utviklingen av hele området er det myndighetene som må kontrollere. Og myndighetene nå, de vet ikke noe om turisme, men de vet noe om hvordan de får penger i egen lomme. Og for vietnamesere nå så er det mer interessant å få kinesere og vietnamesere til Sapa. De er ikke like interesserte i bærekraftighet som de er i penger til dem selv”.

Her kommer det tydelig frem at en holdningsendring i regjeringen må til for å kunne utvikle en bærekraftig destinasjon. Som nevnt i teorien kan det trekkes inn ett fjerde aspekt til figuren om bærekraftighets tre fokusområder, det politiske aspektet (Crouch og Ritchie 2003). Uten politisk

vilje og innsats vil ikke en gjennomføring være mulig og, som informant 3 påpeker, enkeltpersoner kan ikke endre nok alene. Som vedkommende også foreslår, for å få en endring i det politiske systemet i landet må press fra utenforstående land komme. Om store land som England og USA legger press på regjeringen vil en endring bli nødvendig. I tillegg trekker informant 3 frem press fra folket. Det er mange vietnamesere som begynner å bevege seg ut av fattigdom og over i middelklassen. Mer penger og utdanning gjør folk ofte mer kritiske ovenfor samfunnet de lever i. Om det da i fremtiden vil komme press nedenfra samtidig som det kommer press utenfra ser informant 3 for seg at endringer kan skje. Informant 7 kan bekrefte denne teorien da press fra den danske ambassaden førte til raskere bearbeidelse i deres søknadsprosess. Sapa O'Chau er en bedrift som arbeider mot utdanning av minoritetsbefolkningen, for å gi de bedre muligheter og levevilkår. Men som informant 4 nevner så er dette en tidkrevende og langtekkelig prosess, som krever mye støtte fra både stat og private organisasjoner. Å drive en privat utdanningsinstitusjon er også en utfordring, da utdanningssystemet i Vietnam er veldig kontroversielt. Informant 4 forteller at de er veldig nøye med å legge opp ett utdanningsløp som er så tilpasset regelverket som overhode mulig.

Her kommer det frem en tydelig svakhet for at det sosiale aspektet skal oppfylles, spesielt rettet mot minoritetsbefolkningens sikkerhet og handlings- og valgfrihet, som Smith (2011) trekker frem som to av aspektene som må være dekket for at menneskelig velvære skal være optimalisert. Dette viser at det sosiale aspektet ved en destinasjon, skal være oppfylt.

7.1.3 Analyse av antagelse 3

”For høy grad av turisme i Sapa kan gi negative konsekvenser for minoritetsbefolkningen, kulturarven, deres lokale identitet samt omgivelsene rundt.”

Som nevnt i begrunnelse for antagelse 3 blir ofte turisme sett på som en syndebukk for negative endringer rett og slett fordi det er en såpass synlig industri (Crick 1989, sitert i Brunt og Courtney 1999, 7), selv om dette kan skyldes flere årsaker. Men at turisme har en påvirkning er tydelig. Informant 3 nevner at når bedriften først ankom Sapa var det en liten, romantisk by. Etter en voldsom vekst i byen på grunn av økt turisme er byen i ferd med å bære et preg av slitasje, og romantikken har forsvunnet. De opplever det også som vanskeligere å få turister til Sapa fordi

byen blir opplevd som turistifisert og nedslitt. Informant 7 nevner også at selv om byen har blitt mer moderne og fått forbedret infrastruktur som en følge av utviklingen, så gavner dette i hovedsak turistene, og ikke lokalbefolkningen.

Informant 5 trekker frem problemet med migrasjon. På grunn av stor tilstrømming av turisme i byen forlater minoritetsbefolkningen landsbyen og flytter inn til byen. En konsekvens av dette kan ofte være at de da forlater sin kultur, og endrer levestil for å tilpasse seg bylivet. På grunn av dette kan viktig historisk arv og tradisjon forsvinne. Minoritetsbefolkningen ønsker ikke å bli sett på som en lavere rase, noe som kan oppleves i dag. De ønsker også ett liv med gode økonomiske forutsetninger og levevilkår. utfordringen her blir å gi de dette uten at deres autentisitet forsvinner. Her er et samarbeid mellom reiselivsbedriftene som etablerer seg og de lokale essensielt. Den gylne mellomvei må finnes. Som informant 4 nevner så påvirker turismen minoritetsbefolkningen positivt, men kun om et bærekraftig fokus er til stede. Turisme skaper arbeidsplasser men disse må tilegnes minoritetene. Informant 4 og deres bedrift arbeider mot å utdanne minoritetsbarna slik at de kan tilegne seg disse arbeidsplassene, men har stort fokus i undervisningen på kulturarv og stolthet til egne tradisjoner.

I tillegg fører en økt turisme til at minoritetene ser flere muligheter i livet. Som nevnt av informant 5 ser nå flere av minoritetene hvilke muligheter de faktisk har i livet, både til utdanning og livsstil. Det er viktig at disse sosiokulturelle konsekvensene er nøye vurdert under utarbeidelsen av en bærekraftig reiselivsdestinasjon. Som Ritchie og Crouch (2003) bekrefter, så kan turistenes tilstedeværelse og innflytelse skape konsekvenser for destinasjonens samfunn og kultur. En konsekvens av dette i Sapa er de store endringene i byen som informant 3 trekker frem. Det som blir en utfordring er å snu trenden fra den negative retningen informantene opplever i dag, til noe positivt.

En negativ retning Sapa går mot i dag, nevnt av flere informanter, er type turister som reiser til Sapa. Som tidligere nevnt så er det en stor økning i turister fra det asiatiske markedet. Disse er ikke interessert i lokalbefolkningen og deres autentisitet, men klima og selve byferien. Det ideelle ønsket for en destinasjon som Sapa er å tiltrekke seg turister som er interessert i det minoritetsbefolkningen og omgivelsene har å by på, altså geoturister og alternative turister.

7.1.4 Analyse av antagelse 4

”Uten fokus på langsiktighet vil Sapa tape seg som destinasjon og miste autentisiteten i destinasjonen.”

Langsiktighet blir trukket frem som en av hovedfaktorene under utviklingen av en bærekraftig destinasjon. Hele konseptet med bærekraft er basert på langsiktighet. Derfor kommer jo viktigheten frem allerede her om destinasjonen ønsker et fokus på bærekraft. Informant 1 kan informerer om at Vietnam er med i FNs prosjekt om bærekraftig utviklingen, selv om, som tidligere nevnt i antagelse 2, denne prosessen forsinkes innad i landet grunnet korrupsjonsproblemene. Her kan det foreslåtte fjerde aspektet ved bærekraft, det politiske aspektet, trekkes inn som viktig igjen. Det vil være vanskelig å få en destinasjon som Sapa til å bli bærekraftig på langsiktig perspektiv, uten en regjering som støtter dette.

I tillegg må interessen være til stede hos minoritetsbefolkningen. I bekreftelse av antagelse 3 blir utdanning nevnt og det å implementere minoritetene inn i utviklingen av Sapa. Men informant 4 kan også nevne at det kan være vanskeligheter mellom foreldre og barn i minoritetsfamilier. Foreldrene ser ikke nyttheten av en utdanning, og barna blir holdt hjemme for å hjelpe til på gården fremfor å prioritere en skolegang. Dette kan sees på som et stort hinder for videre utviklingen av minoritetsbefolkningen, og gjør det vanskelig å implementere de i utviklingen da de ikke vil inneha den nødvendige kompetansen. Som også nevnt i forrige antagelse fører den økte turismen til at minoriteten ser muligheten for et bedre liv. Om dette ikke kombineres mot en stolthet til egen kultur vil det være en risiko for at denne kulturarven kan, i verste fall, forsvinne og hele destinasjonen Sapa vil miste sin fordel innenfor konkurransemarkedet.

For å kunne utvikle seg til å bli en bærekraftig destinasjon i et langsiktig perspektiv er samarbeid mellom bedrifter i Sapa et viktig moment. Informantene med holdepunkt og bedrifter i Sapa ble gjennomgående stilt spørsmålet om dette var på plass men her var det tydelige mangler. Ingen av de kunne konkret fremheve at de hadde noen store samarbeidspartnere, forutenom informant 4 som nevnte at de mottok litt støtte fra noen bedrifter. De hevdet et ønske om det og at dette var et godt forslag da det ble lagt frem for de, men unnskyldninger som tidsmangel og kostnader var gjennomgående.

8.0 Resultat

Ved å knytte funn gjort i intervjuprosessen opp mot antagelser satt for å belyse problemstillingen, kommer vi frem til ett resultat som vil besvare problemstillingen; “Hvordan kan et etnisk minoritetsbefolket sted som Sapa utvikle seg til å bli en bærekraftig destinasjon, med utgangspunkt i det sosiale aspektet?”

8.1 Funn 1: Politisk vilje og korrupsjon

Et konkret funn gjort som et resultat av teori forankret i tema og analyse av intervjubesvarelsen er bekreftelse av antagelse 2; ” For høy grad av korrupsjon i Vietnam hindrer Sapa som destinasjon i å nå målet om bærekraftighet”. Antagelsen er basert på artikkel av Innovasjon Norge som omtaler rammebetingelser og investeringer i Vietnam. Her blir det blant annet trukket frem at landet ligger på 112 plass av 182 land på Transparency Internationals oversikt og at det i 2009 ble et nasjonalt lovverk mot korrupsjon innført, men viljen til å innføre dette lovverket mangler (Innovasjon Norge). Antagelsen blir bekreftet av informantene, da flere av de trekker frem lovverket som en hindring under etablering og gjennomføring av bedriftene deres. Også direkte korrupsjon finner sted flere steder i Sapa. En konsekvens av dette er at midler som opprinnelig er ment for å gagne minoritetsbefolkningen, og destinasjonen som en helhet, heller havner hos enkeltpersoner. Også for bedriftene skaper dette store problemer, da de som drifter lovlig har vesentlig høyere kostnader enn de som drifter ulovlig. Dette fører til at de ser seg nødt til å ta høyere pris for deres tjenester, og de sliter med å konkurrere mot andre i forhold til pris.

For at Sapa skal kunne bli en bærekraftig destinasjon er dette en problemstilling som må løses. Ritchie og Crouch (2003) trekker frem det politiske aspektet ved bærekraft og behovet for at dette må inkluderes som ett fjerde aspekt i Smiths (2011) modell om bærekraftig reiseliv. Dette ser vi på som veldig relevant da det vil være umulig for en destinasjon i et land som Vietnam å kunne utvikle seg til å bli en bærekraftig turistdestinasjon uten støtte fra regjeringen. Informant 3 trekker frem et behov for press ovenfra, fra utenforstående land, og nedenfra, fra folket. Om regjeringen blir presset fra begge kanter vil det kunne føre til en endring i hvordan politiske systemer fungerer i dag.

Vårt forslag til løsning på dette problemet er følgende:

Dette er en utfordrende problemstilling, hvor det er komplisert å komme med noe direkte forslag til løsning. Vi støtter informant 3 sitt forslag om behovet for press fra utenforstående land. En holdningsendring innad i landet må også frem. Regjeringen må arbeide konsekvent mot å fjerne korrupsjonsproblematikken, slik at ressursene vil havne der de faktisk er ment.

8.2 Funn 2: Samarbeid innad i destinasjonen

Ritchie og Crouch (2003) sier at en destinasjon som har en visjon om at turisme over lang sikt kan være lønnsomt bør; dele visjonen med alle interessentene; forstå visjonens styrker og svakheter; utvikle en hensiktsmessig markedsstrategi og; implementere dette på en suksessfull måte. Dette kan være med på å gjøre destinasjonen mer konkurransedyktig enn en som aldri har forstått hvilken rolle turisme spiller i sin økonomiske og sosiale utvikling. Vi kan derfor ta utgangspunkt i antagelse 4: “Uten fokus på langsiktighet vil Sapa tape seg som destinasjon og miste autentisiteten i destinasjonen.” og vise til funnet om at samarbeid mellom bedriftene i Sapa vil være et viktig moment for å kunne utvikles til en bærekraftig destinasjon i et langsiktig perspektiv. For å nå målet om å bli en bærekraftig destinasjon vil det være nødvendig at bedriftene samarbeider innad i destinasjonen, men også åpner for et tydeligere samarbeid med minoritetsbefolkningen slik at også de kan tjene på reiselivsnæringen.

Vi stilte informantene spørsmål om samarbeidet mellom bedriftene innad i destinasjonen, men ingen av de kunne oppgi informasjon om noe samarbeid eller eventuelle samarbeidspartnere, forutenom informant 4 som nevnte at de får litt støtte fra enkelte bedrifter. Tidsmangel og kostnader var begrunnelse på hvorfor informantene med deres bedrifter ikke samarbeider innad i destinasjonen per dags dato. Dette viser tydelig forbedringspotensiale for destinasjonen i forhold til å kunne utvikle Sapa til å bli en bærekraftig destinasjon i et langsiktig perspektiv. Likevel er det verdt å merke seg at informantene uttalte et ønske om samarbeid innad i destinasjonen og at de mente dette var et godt forslag da det ble nevnt for de.

Vårt forslag til løsning på dette problemet er følgende:

Sapa må anskaffe seg en felles visjon for å kunne bli en bærekraftig destinasjon. Det vil være viktig at denne visjonen inkluderer alle interessentene innad i destinasjonen, med andre ord må

også interessentene være definert. Videre vil det være nødvendig å utvikle en markedsstrategi og deretter implementere denne på en suksessfull måte i samsvar med visjonen. Med jevnlig mellomrom bør bedriftene vurdere målene de har satt seg for å bli en bærekraftig destinasjon. Dette for å kvalitetssikre hva som går bra og dårlig, slik at de kan revurdere satte mål og eventuelt utarbeide nye mål til hver vurdering. En felles visjon og markedsstrategi vil være med på å gjøre Sapa mer konkurransedyktig og kan brukes som retningslinje for å nå destinasjonenes økonomiske mål, og samtidig oppnå hensiktsmessig sosial utvikling. Samarbeidet mellom bedriftene kan bidra til å støtte destinasjonen til å bli levedyktig økonomisk sett. En ”sunn” økonomi muliggjør et land, en region eller en by til å kunne utføre tiltak som kan forbedre livskvaliteten til innbyggerne innenfor det definerte området (Ritchie og Crouch, 2003; 46).

Ut i fra oppgitt informasjon fra informantene fikk vi en forståelse for at bedriftene hver for seg bruker mye tid og penger på å utdanne og opplære minoritetsbefolkningen slik at de får forventet kompetanse og kan tilegne seg aktuelle arbeidsplasser; resepsjonist, servitør, vaskehjelp, turguide, etc. Samtidig som det er gunstig med variasjon og alternativer innad i en destinasjon, oppdaget vi at bedriftene i Sapa er tilbydere av liknende “tjenester”; for eksempel hotell, restaurant, hiking og trekking-turer. Dette gjør bedriftene til tydelige konkurrenter, fremfor å heller konkretisere sine tilbud og spesialisere seg innen sitt felt. Dette vil gi bedriftene mulighet til å samarbeide innad i destinasjonen og dermed kunne få utbytte av hverandre. I tillegg burde det legges vekt på å inkludere lokalbefolkningens opinioner i den fremtidige reiselivsutviklingen og inkorporere minoritetens verdier, idealer og drømmer som kan bidra til en følelse av tilhørighet.

8.3 Funn 3: Riktig type turisme

Reiselivets fremtid er paradoksalt; fordi turistene ødelegger de samme ressurser de har reist for å nyte. De negative sosiale konsekvensene kan man redusere i stor grad ved å utvikle destinasjoner saktere og mindre massivt, gi lokalbefolkningen anledning til å tilpasse seg og turismen tid og rom til å tilpasse seg lokalsamfunnet.

Wall og Mathieson (2006: 33) definerer bæreevne og pressgenerering til en destinasjon på følgende måte: “Bærekraft og områdets tålegrenser defineres av det maksimale antall mennesker

som kan benytte seg av området, uten en uakseptabel endring i det fysiske miljøet, samt den sosiale, kulturelle og økonomiske struktur. Det må heller ikke være en uakseptabel nedgang i kvaliteten og den turistiske opplevelsen.” Minimering av økologiske fotspor er nødvendig da det ikke skal ramme nestegenerasjons turister som ønsker å besøke Sapa. Per dags dato er det, etter observasjon, mange godt bygget resorter på stedet, og hvis utviklingen skal skje i like fort grad som det har gjort de siste årene, må myndighetene i Vietnam se seg nødt til å vurdere ulike tiltak som kan minimere slitasje på besøksstedet. Det må også bli gjort en vurdering på hvilke turistgrupper som hovedsakelig er ønsket, hvilke som skal fokuseres på, samt antall turister per år som er optimalt. Bærekraft innebærer nemlig ikke kun antall turister i sin helhet, men også hvilke typer turister. Det må med andre ord gjøres en vurdering på hvilke turistgrupper og hva slags turisme Sapa ønsker å drive, for at de skal kunne oppnå målet om en bærekraftig destinasjon.

I første antagelse blir det uttalt at “Turister som reiser til Sapa søker etter det autentiske, både hos lokalbefolkningen og i naturområdene/omgivelsene rundt”. Som selv observert under besøk i Sapa så er det en idyllisk fjellandsby med vakker natur og, spesielt områdene utenfor byen, bærer stort preg av minoritetsbefolkningen. Overalt ser man minoritetskvinnene i deres fargerike drakter. Nettsider og turistinformasjon om Sapa gjenspeiler dette førsteinntrykket (eksempelvis Footprint Vietnam), men ved et nøyere blikk og bekreftelse fra informantene kommer det frem at det store turistinntrykket i Sapa har ført til slitasje. Byen begynner å bli turistifisert, og turister på jakt etter unike opplevelser forflytter seg til nye destinasjoner. Sapa har en stor vekst av turister fra det asiatiske markedet, som ikke er opptatt av lokalbefolkningen og deres tradisjoner, da de har det samme i sine hjemland. Det ble i tillegg observert store turbusser ved de største resortene i Sapa, mens den største kontrasten som ble observert var mangfoldet av etniske damer som satt på en sidegate og lagde tepper og klær som de kunne selge til turistene, inklusiv oss.



Foto: Etnisk minoritetsdamer i Sapa

Videre vil vi påpeke, ut i fra tidligere utsagn, at spesielt asiatiske turister (som er en av de største turistgruppene i Sapa) foretrekker en rolig ferie og reiser for å oppleve klima. De er ikke interessert i hiking og trekking, altså aktiviteter som kjennetegner Sapa. Dette gjør at bedriftene som tilbyr denne type tjenester ser etter nye destinasjoner å etablere sin bedrift i, fremfor å utvikle sitt tilbud i Sapa. Her kommer det frem at Sapa begynner å tape ett av sine konkurransefortrinn, og at turistene og bedrifter i området har et inntrykk av at Sapa begynner å miste sin autenticitet og tiltrekningskraft. En krysning mellom alternativ og geoturisme, samt minking i masseturisme vil vi tolke som det optimale for Sapas fremtid, og dermed blir dette ett av våre funn. Dette kan igjen begrunnes med at alternative turister, som tidligere nevnt, søker å minimere skade på folk og miljøer i området de besøker. De ønsker også å utvikle relasjoner med verten, samt at de bestemt reiser på en måte som er mer følsom for lokalbefolkningen. I tillegg fremmer geoturister lokal identitet og stolthet hos vertssamfunnet. En minking i masseturisme

kan argumenteres for at de, over en lengre periode, kan sette økologiske fotspor i Sapa (eksempelvis store turistbusser med mange asiatiske turister). Det er dermed viktig at den fremtidige reiselivsstrategien for Sapa inkluderer dens bærekraftige tåleevnen som et viktig punkt og definerer *hvor* mye Sapa tåler, og konsekvensen av å ikke ta hensyn til nettopp dette.

I tillegg vil vi påpeke den lokale identiteten, som er påvirket av turisme gjennom formidling av forventninger. Dette synet bygger på premisset om at turister er opptatt av søken etter det autentiske eller "det uberørte, det naturlige, det som foreløpig er uberørt av modernitet" (Cohen 1988: 374, sitert i Yang, 2013) Observasjoner på stedet og gjennom intervju kan bekrefte at den lokale identiteten er i ferd med å "forsvinne", eller kan forsvinne i løpet av kort tid hvis turismeutviklingen i Sapa blir *for* stor, og ikke bremses ned. Dette kan argumenteres for i form av at minoritetsbefolkningen tar etter turistene, og ser mulighetene for et bedre liv et annet sted, ergo kontrasten mellom vert og gjest er altfor merkbar. Dette kan igjen reflekteres i det Wheeler (1996) argumenterer for; at negative sosiale og miljømessige konsekvenser kan være en følge av turisme, og at en reduksjon i volumet av turisme er da nødvendig. Bekymringen blant mange forskere er at lokalbefolkningen i hver enkel destinasjon kan miste deres kulturelle identitet som et resultat av turisme (Yang, 2013).

Alle destinasjoner som har satt seg klare mål, burde vurderes med jevnlike mellomrom, for eksempel tre til fem år. Dette for å kvalitetssikre hva som går bra og eventuelle feil, slik at det utviklingsstrategien kan utbedres til hver vurdering.

Vårt forslag til løsning av dette problemet er følgende:

Ved at myndighetene i Vietnam vurderer viktigheten av å sette opp en direkte reiselivsstrategi rettet mot Sapa, samarbeider tett med lokalbefolkningen, kartlegger styrker, svakheter, muligheter og trusler innad i destinasjonen med fokus på lokalbefolkningen, så vil de også kunne se hvilke type turister (eller hva slags turisme) som skaper en positiv effekt. På den måten er det mulig å forutse hvilke områder i Sapa som er mest eksponert for økologiske fotspor, og hvordan man kan unngå dette i fremtiden. Hovedformålet med reiselivsplanlegging er å sikre at turister har muligheter til å få gledesfylte og tilfredsstillende opplevelser, samt tilby måter å forbedre livssituasjonen for beboerne på destinasjoner.

9.0 Konklusjon

Som tidligere nevnt så trekker Ashely (2000) og Macleod (1998) frem, med bakgrunn i det sosiale aspektet, fem punkter for hvordan bærekraftig turisme kan brukes som et verktøy for økonomisk utvikling blant fattigere samfunn for å øke levestandard. Ved å knytte funnene opp mot disse fem punktene får vi et bilde over situasjonen i Sapa i dag og hvor det ligger forbedringspotensiale:

1. Å bringe turister til destinasjonen vil hjelpe lokalbefolkningen med et potensielt marked for flere varer og tjenester.

Turisme skaper arbeidsplasser og muligheter for lokalbefolkningen, så lenge de blir inkludert. Som tidligere nevnt kan lokalbefolkningens oppfatninger og holdninger mot turisme være en viktig en viktig planleggingsfaktor for en destinasjon. Som Ritchie og Crouch (2003) sier så må turisme bidra til å støtte en destinasjon til å bli levedyktig økonomisk sett, og en “sunn” økonomi muliggjør et land, en region eller en by til å kunne utføre tiltak som kan forbedre livskvaliteten til innbyggerne innenfor det definerte området. For Sapa vil løsningen være å konkretisere hvilke typer turister som er ønsket, og som kan bidra til at lokalbefolkningen blir inkludert i reiselivsutviklingen på en positiv måte som gagnar de og øker deres levestandard.

2. Gi muligheter for at småskala til uformelle sektorarbeidere kan få en inntekt.

Mulighetene her er i dag små i Sapa. Behovet for arbeidskraft er tilstede, men arbeidskraften er ofte importert. Minoritetsbefolkningen blir nedprioritert, ofte på grunn av mangel på kompetanse. Her må bedriftene ta samfunnsansvar og vise at de handler på en etisk og forsvarlig måte overfor lokalsamfunnet, og heller skaffer arbeidskraft og kunnskap lokalt fremfor å importere. Flere av bedriften utdanner sine egne ansatte. Men dette er både tid og ressurskrevende. Et samarbeid på tvers av ulike bedrifter vil her være en anbefaling, hvor da en bedrift/institusjon har ansvar for å sørge for tilpasset utdanning og opplæring tilpasset til bedriftenes behov.

3. Plassere en verdi på natur- og kulturressurser.

Som definisjonen av Travis (1980) sier, så handler bærekraftig reiseliv om å sikre langsiktig vedlikehold av naturlige og menneskeskapte turistressurser. En av hovedattraksjonene i Sapa er

stedets natur og utseende. Hvis det ikke blir gjort en verdivurdering på lokalsamfunnets natur- og kulturressurser, så vil det tilsa at disse ressursene kan bli ødelagt i fremtiden, dersom de ikke forvaltes og behandles på rett måte. Det finnes ingen ensbetydende formel for hvordan man skal løse de negative og positive miljøkonsekvensene ved turisme. Derfor må hver destinasjon utvikle sin egen strategi for bærekraftig turisme rettet mot dens egne økologiske begrensninger (Ritchie og Crouch, 2003: 45). I Sapa kommer det frem at en klar plan for destinasjonen er mangelfull, derfor er heller ingen plan for hvordan vedlikeholde natur- og kulturressurser komplett. Dette må utvikles og følges for å sikre at disse ressursene også vil være tilgjengelige for kommende turister og lokalbefolkning.

4. Bringe økonomiske muligheter til eksterne og/eller marginale områder.

Som tidligere nevnt, har minoritetsbefolkningen en tendens til å etablere seg i mindre fordelaktige geografiske områder. På grunnlag av dette kan de oppleve mer begrensninger, og underutvikling er mer vanlig i slike områder. Økonomiske muligheter for lokalsamfunnet i marginale områder, vil kunne bedre deres levestandard. Turisme til en destinasjon kan skape store økonomiske muligheter for et minoritetsfolk. Men de må inkluderes i prosessen og planleggingen ved destinasjonen. Her fremkommer det store svakheter; etniske minoriteter har tidligere sjelden hatt noen innvirkning eller kontroll over reiselivsutviklingen. Under utviklingen av en destinasjon må disse tas hensyn til. Turismen må gagne alle innad i destinasjonen og skape merverdi i et langsiktig perspektiv. Til eksempel, for å entre nasjonalparken i Sapa må turistene betale en avgift. Denne avgiften skal benyttes til vedlikehold av parken. Dette er et forsøk på å bringe økonomiske ressurser til parken, og er et godt tiltak. Problemet her er, som tidligere omtalt, at disse pengene går til privatpersoner.

5. Gi muligheter for involvering av økonomisk marginaliserte grupper, for eksempel etnisk minoritetsbefolkning.

Her omtales mye av samme problematikken i punkt 4. Minoritetsbefolkningen er ofte sett på som en underklasse, og blir sjeldent inkludert i en destinasjonsutvikling. Bedriftene må ta samfunnsansvar rettet opp mot minoritetene. De må inkluderes, og tas hensyn til, i etablering og utviklingen av bedrifter. Et eksempel fra Sapa hvor dette er gjort, er da Topas Ecolodge fikk innlagt vann. De valgte da å dele vannet med landsbyer langs vannrøret, slik at dette ville være til

fordel for flere enn bare hotellet selv. Flere av bedriftene i Sapa bør gjøre slike vurderinger. Dette vil skape en symbiose mellom faktorene i destinasjonen. Dette er viktig for utviklingen og for at det sosiale aspektet skal kunne oppfattes som dekket.

Ved å sette funnene opp mot denne teorien, så ser vi at det ikke er noe særlig grad av symbiose mellom mennesker, ressurser og reiselivet i Sapa, og vi mistenker at dette er påvirket av korrupsjonsnivået i Vietnam. Derfor vil vi konkludere med at videre forskning bør inkludere det politiske aspektet innenfor bærekraftig reiseliv, for at det sosiale aspektet skal være optimalisert. Dette på bakgrunn av funnene som har blitt gjort; at politisk vilje og samarbeid er en essensiell faktor. Vi vil påpeke at dette *kun* er antagelser ut i fra den forskningen vi har gjort i Sapa og med bakgrunn i informasjon fra våre informanter.

For at Sapa skal kunne nå målet om en bærekraftig destinasjon i fremtiden, så ser vi at hovedutfordringen er å implementere minoritetsbefolkningen i destinasjonsutviklingen. Dette er en langtekkelig prosess som må prioriteres av regjeringen og myndighetene for at det skal være gjennomførbart. Interessenter, inkludert nyetablerte bedrifter, innad i destinasjonen må også ta samfunnsansvar samt etiske valg når det kommer til å ivareta minoritetsbefolkningens interesser.

I tillegg er det viktig at Sapa kartlegger hvilke type turister som gagnar Sapa, og som vi tidligere har nevnt så vil vi påpeke at turistene som tiltrekkes destinasjonen må være den "rette" type turister. Dette for å minimere økologiske fotspor som kan fremkomme ved feil type turisme, som Wall og Mathieson (2006) nevner. Samtidig vil det være viktig at bedriftene i Sapa skaper og tilrettelegger tjenester som ønsket turist er på utkikk etter. Turisttyper som kan anbefales er alternativ- og geoturisme.

Det er viktig for Sapas minoritetsbefolkning at autentisiteten ikke er iscenesatt; de må ta vare på sin lokale kulturarv, og ikke la dette bli negativt påvirket av moderniseringsprosessen samt den teknologiske progresjonen som stadig er i utvikling. Likevel kan ikke vi som turister forvente at den lokale minoritetsbefolkningen ikke tilpasser seg denne utviklingen da de gjerne ønsker en høyere levestandard.

Utviklingen i Sapa per dags dato viser en økning av asiatisk turisme. Dette ser vi på som en negativ effekt for destinasjonen da informantene forteller at disse ikke er interessert i minoritetsbefolkningen og hva de kan tilby. Vårt forslag er at destinasjonen som helhet retter markedsføringen mot rett type turismegruppe for å trekke disse fremfor mindre ønskede grupper. Destinasjonen bør utvikle en felles strategi som implementerer alle interessenter, og sette klare rammeverk som må følges i henhold til ønsket utfall for destinasjonen i et langtidsperspektiv. Ved å få destinasjonen til å tenke som en helhet vil alle interessenter trekke fordeler, og Sapa vil kunne nå et mål om å bli en bærekraftig destinasjon.

10.0 Litteraturliste

- Albuquerque, K. og McElroy, J. L. 1993. *Alternative Tourism*. Second Island Tourism International Forum
- Anderson, B. 1991. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso
- Ap, J. 1992. Residents' Perceptions on Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*. 19(4): 665-690.
- Askheim, Ole Gaut og Tor Grenness. 2008. *Kvalitative metoder for markedsføring og organisasjonsfag*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Berg, Bruce, *Qualitative research methods for the social sciences*, Allyn & Bacon, Boston, 2009.
- Brinkmann, Svend & Steinar Kvale, 2009. *Det kvalitative forskningsintervju*. Gyldendal Akademiske, Oslo
- Cao, Huhua. 2009. *Ethnic Minorities and Regional Development in Asia: Reality and Challenges*. ICAS / Amsterdam University Press. Vol. 10
- Cohen, E. 1979. *A Phenomenology of Tourist Experiences*.
- Eber, S. 1992. *Beyond the Green Horizon: Principles for Sustainable Tourism*. Godalming: WWF/Tourism Concern.
- Easy Tours. *Life of Sapa minorities in Sapa*. Lesedato 23/5-14:
<http://easytours.vn/vietnam-travel/life-of-sapa-minorities-in-sapa.453.html>
- Easy Tours. *Sapa History*. Lesedato 23/5-14
<http://easytours.vn/vietnam-travel/Sapa-History.452.html>

Footprints Vietnam. *Sapa Vietnam: Information*. Lesedato 23/5-14:

<http://www.footprintsvietnam.com/Destinations/Sapa.htm>

Grønn Hverdag. *Merkeguiden*. Lesedato 27/5-14:

<http://www.gronnhverdag.no/nor/Merkeguiden>

Innovasjon Norge. *Rammebetingelser og investeringer i Vietnam*. Lesedato 21/5-14:

<http://www.innovasjon norge.no/no/kontorer-i-utlandet/vietnam/preparing-the-ground/rammebetingelser-og-investeringer-i-vietnam/#.U3k-Usa73Gx>

Johannessen, A., Kristoffersen, L. og Tufte, P. A. 2010. *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Abstrakt forlag, Oslo.

MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken.

McLaren, D. 1998. *Rethinking Tourism and Ecotravel*. Kumarian Press: West Hartford, Connecticut.

Mysen, T. 2014. Internasjonal markedsføring og relasjonsledelse. *Bedrifters samfunnsansvar i en global sammenheng*, p. 253-255. Fagbokforlaget.

O'Connor, M. 2007. The "Four Spheres" Framework for Sustainability. *Ecological Complexity*, p. 285-292.

Ritchie, J.R. Brent & Geoffrey Crouch 2003. *The Competitive Destination, a Sustainable tourism Perspective*. CABI publ. Wallingford

Smith, Melanie K. 2009. *Issues in Cultural Tourism Studies*. Routledge; Second Edition.

Smith, T. 2011. Environment, Development and Sustainability. *Using critical systems thinking to foster an integrated approach to sustainability*. Springer Science Business Media. Vol. 13.

Store Norske Leksikon. *Vietnam*. Lesedato 14/5-14:

<http://snl.no/Vietnam>

Store Norske Leksikon. *Turisme i Vietnam*. Lesedato 14/5-14:

http://snl.no/Turisme_i_Vietnam

Timothy, Dallen J. og Boyd, Stephen W. 2003. *Heritage Tourism*. Pearson Education

Tours in Vietnam. *Sapa*. Lesedato 23/5-14:

<http://www.toursinvietnam.com/Sapa/>

Travis, A. 1982. Physical Impacts: Trends Affecting Tourism. Managing the Environmental and Cultural Impacts of Tourism and Leisure Development. *Tourism Management*. 3(4): 256-262.

Vietnam Travel & Living Guide. *Sapa*. Lesedato 23/5-14:

<http://www.vietnamonline.com/destination/sapa.html>

Vietnam Travel & Living Guide. *Sapa population*. Lesedato 23/5-14:

<http://www.vietnamonline.com/az/sapa-population.html>

Wall, G. & Mathieson, A. 2006. *Tourism: Change, Impacts and Opportunities*. Pearson Education Limited

Yang, L. 2013. Asia Pacific Journal of Tourism Research. *Ethnic Tourism and Minority Identity: Lugu Lake, Yunnan, China*. Routledge. Vol. 18. p. 724-750

Bilde

Kart over toglinjen fra Hanoi til Lao Cai. Lastet ned 29/5-14:

<http://www.catbavietnam.com/Hanoi-Sapa-Halong-Bay-CatBa-Island-Tour.html>

Intervjuguide - Informant 1

1. Hvilke primær oppgaver har Den Norske Ambassaden i Vietnam?
2. Hvordan fungerer samarbeidet mellom regjeringen i Vietnam og Den Norske Ambassaden?
3. Hvilken støtte gir Den Norske Ambassaden til nordmenn som ønsker å etablere seg i Vietnam?
 - a. Hvor mange henvendelser får dere?
 - b. Hvilke bedrifter søker?
 - c. Hvor er det nordmenn helst reiser/etablerer seg?
4. Hvilke problemer/hendendeleser får dere fra norske turister i Vietnam?
5. Opplever Den Norske Ambassaden at Vietnam arbeider mot å bli en mer bærekraftig destinasjon?
 - a. Bærekraft er blitt en trend i Norge. Gjør Den Norske Ambassaden noe for å påvirke Vietnam innenfor dette?
5. Har dere hatt, har dere eller planlegger Den Norske Ambassaden noen pilotprosjekter i Vietnam?
6. Støtter/samarbeider Den Norske Ambassaden med organisasjoner/bedrifter (med "gode formål") i Vietnam?
7. Hva er dine tanker rundt viktigheten av bærekraft med tanke på den stadig økende globaliseringen?

Intervjuguide - Informant 2

1. Navn og rolle i bedriften?

2. Vi ble fortalt at du var veldig ung da familien din startet et samarbeid med en dansk familie i Sapa. Kan du fortelle oss noe om samarbeidet med den danske familien og prosessen ved å etablere Topas Travel i Sapa?
 - a. Vet du om de opplevde noen utfordringer under planleggingen og utviklingen av Topas Travel i Sapa?

 - b. Vet du om de møtte motstand under utviklingsprosessen? For eksempel fra regjeringen, eller lokalsamfunnet/minoritet.

3. Hvem var bedriftens interessenter i begynnelsen? Får bedriften fremdeles støtte fra disse?

4. Kan du fortelle om deres erfaringer ved å etablere ecolodgen i Sapa?
 - a. Vi leste på nettet at det tok 4 år fra idé til prosjektstart. Kan du fortelle oss hvilke utfordringer, hindringer og problemer dere møtte på under planleggingen og utviklingen av ecolodgen?

 - b. Hadde minoritetsbefolkningen noe å si i forhold til dette prosjektet?

 - c. Hvem var de ansatte i begynnelsen? Lokalbefolkningen, dansker, internasjonale, en blanding?

5. Var bærekraft et fokusområde fra starten av eller kom ideen om bærekraft senere i prosessen?

6. Bærekraft består av tre dimensjoner som må sammenfalle; de 3 dimensjonene er sosial, økonomisk og miljømessig. Opplever du noen problemer i arbeidet med disse dimensjonene?

Vedlegg I: Intervjuguider

7. Hvordan var tilgangen på ressurser i begynnelsen? For eksempel lokalmat, vann tilgang, elektrisitet, etc.

8. Når vi kjørte opp hit fikk vi et inntrykk av at Sapa er mer turistifisert enn hva vi var klar over. Har du sett eller opplevd noen endringer eller vekst innen turistutviklingen i Sapa siden du startet i bransjen og frem til nå?

a. Ser du på denne utviklingen som positiv eller negativ for Sapa sin fremtid?

9. I hvor stor grad er det vanskelig for Topas Travel å bidra for å bevare Sapas autentisitet med vekt på landskapet/naturen, lokalbefolkningens tradisjoner, minoriteten?

10. Hva er dine tanker rundt viktigheten av bærekraft med tanke på den stadig økende globaliseringen?

Intervjuguide - Informant 3

1. Navn og rolle i bedriften?

2. Kan du fortelle kort om historien til Topas Travel i Vietnam?

3. Hvorfor valgte dere å etablere dere i Sapa?

4. Hvordan var det å etablere seg i Sapa?

5. Ble det opplevd noe problemer med myndighetene i Vietnam under etableringen av Topas Ecolodge i Sapa?

6. Når vi kjørte opp hit fikk vi et inntrykk av at Sapa er mer turistifisert enn hva vi var klar over. Har du sett eller opplevd noen endringer eller vekst innen turistutviklingen i Sapa siden du startet i bransjen og frem til nå?

Vedlegg I: Intervjuguider

- a. Ser du på denne utviklingen som positiv eller negativ for Sapa sin fremtid?
7. Trekker dere mange skandinaviske turister?
 8. I hvor stor grad er det vanskelig for Topas Ecolodge å bidra for å bevare Sapas autentisitet med vekt på landskapet/naturen, lokalbefolkningens tradisjoner, minoriteten?
 - a. Har dere noen innvirkning på dette og tar dere dette til betraktning?
 9. Hvilken markedsgruppe ønsker dere hovedsakelig?
 10. Hva er primærutfordringen til Topas Ecolodge?
 11. Opplever du at det er flere aktører i Sapa som følger trenden om en bærekraftig destinasjon?
 - a. Tenker du på mulighetene for at de bedriftene som arbeider med bærekraft som et mål kunne inngått et samarbeid?
 12. Hva er dine tanker rundt viktigheten av bærekraft med tanke på den stadig økende globaliseringen?

Intervjuguide - Informant 4

1. Navn og rolle i bedriften?
2. Vi har lest historien til Sapa O'Chau og bedriftens begynnelse, men kan du fortelle oss mer om hvilke hindringer og utfordringer dere møtte på ved å etablere bedriften i Sapa?
 - a. Opplevde dere utfordringer i forhold til rekruttering, regjering og minoritetsbefolkningen?
3. Hva ser du på som de største utfordringene for bedriften i dag?

Vedlegg I: Intervjuguider

4. Hvordan kan bedriften hjelpe etniske barn som er i en etisk konflikt med sine foreldre i forhold til verdien av utdanning? Hvordan håndterer dere denne utfordringen?
5. Vi så på nettet at bedriften finansiere skoleprosjektet med midler fra trekking virksomheten dere tilbyr turister, men du får dere donasjoner fra andre steder?
6. Hvordan samarbeider bedriften din med andre lokale forretninger?
7. Har du opplevd noen endringer i Sapa siden du startet å jobbe her?
8. Hvilken retning mener du reiselivsnæringen i Sapa er på vei og hvordan kan bedriften din bidra til å hjelpe Sapa i riktig retning?
9. Hvordan vil du kommentere på viktigheten av bærekraftighet hvis du ser på den økende globaliseringen på verdensbasis?

Intervjuguide - Informant 5

1. Navn og rolle i bedriften?
2. Vi leste på nettet at reiselivsnæringen i Vietnam er i en stadig økning og at utvikling går veldig fort. Hva er bedriftens strategier for å håndtere denne type utvikling i Vietnam?
3. Vi leste også på nettet at dere ser på reiselivsnæringen og utvikling i Thailand og Kambodsja som en tøff konkurrent - på hvilken måte?
 - a. Hvordan kan et sterkere fokus og markedsføring på å være en bærekraftig turoperatør gi dere en fordel i bransjen?
4. Føler bedriften at det er vanskelig å balansere den stadig økende reiselivsnæringen i Vietnam og samtidig bevare lokalsamfunnet?

Vedlegg I: Intervjuguider

5. Et menneskets velvære er en av de viktigste aspektene ved bærekraft. Hvordan kan du bevare ektheten av minoritetssamfunnet og også sikre at deres velvære er optimalisert?
6. Hvilke endringer må gjøres for å redusere mangel på faglærte innen gjestfrihet og service?
7. Saigon er en av de økonomisk ledende destinasjonene i Vietnam. Hvordan kan denne veksten utvides og nytte andre destinasjoner i landet?
8. Hvordan vil du vurdere reiselivsutviklingen i Sapa?
9. Føler du at Saigon Tourist bidrar til å gjøre Sapa til en bærekraftig destinasjon i sin helhet? (langsiktig perspektiv)
10. Hva er bedriftens tanke rundt viktigheten av bærekraft med tanke på den stadig økende globaliseringen?

Intervjuguide - Informant 6

1. Hva er bedriftens primæroppgaver i Vietnam?
2. Hvordan er samarbeidet mellom Innovasjon Norge i Vietnam og Innovasjon Norge i Norge?
3. Hva slags støtte gjør Innovasjon Norge nordmenn som ønsker å etablere egen virksomhet i Vietnam? Støtter Innovasjon Norge i Vietnam denne type virksomhet?
4. Har dere hatt, har dere eller planlegger Innovasjon Norge noen pilotprosjekter i Vietnam?
5. Opplever du at Vietnam arbeider mot å bli en mer bærekraftig destinasjon?
 - a. Bærekraft er blitt en trend i Norge. Gjør Innovasjon Norge i Vietnam noe for å påvirke Vietnam innenfor dette?

6. Samarbeider Innovasjon Norge i Vietnam med organisasjoner/bedrifter (med “gode formål”) i Vietnam?

7. Hva er dine tanker rundt viktigheten av bærekraft med tanke på den stadig økende globaliseringen?

Intervjuguide - Informant 7

1. Navn og rolle i bedriften?

2. Kan du fortelle kort om historien til The Hill Station i Vietnam?

3. Hvorfor valgte dere å etablere dere i Sapa?

4. Hvordan var det å etablere seg i Sapa?

5. Opplevd du noen problemer med myndighetene i Vietnam under etableringen av bedriften i Sapa?

6. Når vi kjørte opp hit fikk vi et inntrykk av at Sapa er mer turistifisert enn hva vi var klar over. Har du sett eller opplevd noen endringer eller vekst innen turistutviklingen i Sapa siden du startet i bransjen og frem til nå?

a. Ser du på denne utviklingen som positiv eller negativ for Sapa sin fremtid?

7. Trekker dere mange skandinaviske turister?

8. I hvor stor grad er det vanskelig for The Hill Station å bidra for å bevare Sapas autentisitet med vekt på landskapet/naturen, lokalbefolkningens tradisjoner, minoriteten?

Vedlegg I: Intervjuguider

a. Har dere noen innvirkning på dette og tar dere dette til betraktning?

9. Opplever du at det er flere aktører i Sapa som følger trenden om en bærekraftig destinasjon?

a. Tenker du på mulighetene for at de bedriftene som arbeider med bærekraft som et mål kunne inngått et samarbeid?

10. Hva er dine tanker rundt viktigheten av bærekraft med tanke på den stadig økende globaliseringen?

Intervju Topas Ecolodge

Moderator: *Først og fremst, kan vi få navnet ditt og din rolle i bedriften?*

Informant: Mitt navn er Asger Køpen, jeg er General Director på Topas Ecolodge og jeg har jobbet her i to år.

Moderator: *Kan du fortelle kort om historien til Topas Travel i Vietnam?*

Informant: Topas er et dansk reisebyrå siden 1973. Har reiser til hele verden. Har hatt reiser til Vietnam i 20 år. Var det første internasjonale reisebyrået i Sapa. Da eksisterte det ingen turister der og var meget naturlig. Etter å ha vært i Sapa i 10 år besluttet de å lage et vietnamesisk firma sammen med et dansk reisebyrå og en vietnamesisk lokal familie fra Sapa. Firma etter på Vietnamesisk Fute (?). Man kan ikke lage et reisebyrå i Vietnam uten å ha en vietnamesisk partner. Etter dette kom ideen om Topas Ecolodge, som ble etablert som et eget firma. Lodgen ble etablert for ca 8 år siden. Lodgen fikk støtte fra den danske stat, Danita (?) i etableringen (samme som Norad). Grunnlaget fra støttet var at Lodgen skulle være et bærekraftig hotell. Samarbeidet med den danske ambassaden i Hanoi. De ønsket et eksempel på en bærekraftig lodge i Vietnam, og å skape en arbeidsplass for minoritetsbefolkningen. Lodgen har ca 50 ansatt, reise byrået har ca 30 ansatte.

Moderator: *Hvorfor valgte dere å etablere dere i Sapa?*

Informant: Topas er et tracking byrå. Spesielt før i tiden var Sapa kjent for å være tracking stedet.

Moderator: *Hvordan var det å etablere seg i Sapa?*

Informant: Jeg var ikke selv en del av etableringsprosessen, men tror ikke det var store problemer.

Moderator: *Ble det opplevd noen problemer med myndighetene i Vietnam under etableringen av lodgen i Sapa?*

Informant: Jeg vet at det tok flere år, men var selv ikke innblandet i den prosessen.

Moderator: *Hvorfor valgte du å begynne på Topas Ecolodge?*

Informant: Jeg har arbeidet 8 år i Topas som guide. Etter fullført utdanning i environmental management og internasjonal studies fikk jeg forespørsel om å komme hit.

Moderator: *Da vi kjørte opp hit fikk vi et inntrykk av at Sapa er mer turistifisert enn hva man tror på forhånd. Hvordan mener du utviklingen har vært?*

Informant: Når Ecolodgen ble bygget tok det 7 timer å komme hit fra Lao Cai (?) så da var man nødt for å ha lunsj på vei opp. Veien fra Sapa til hotellet ble bygget for et halvt år siden, før dette var det bare en enkel grusvei. Sapa, da topas kom var bare en liten, romantisk by. I følge meg, har det romantiske forsvunnet. Når turimen kommer til en sånn destinasjon så bygges den opp, men etter hvert blir det også slitt ned. Og nå begynner det å blir og mer vanskelig å få turister til Sapa fordi turistene opplever byen som for turistifisert og nedslitt. Minoriteten er fortsatt veldig ekte men folk har en følelse av at det er for mange turister. Store virksomheter, også Topas, begynner å se etter nye steder. Turister ønsker unike opplevelser så derfor flytter turister til nye destinasjoner.

Moderator: *Hva tenker du at man kan gjøre for å stoppe denne utviklingen?*

Informant: Det er enormt vanskelig. Det er vietnamesere og regjeringen som kontrollerer hele utviklingen av ett område. Jeg kan ikke som privat virksomhet endre utviklingen av en destinasjon. Jeg kan endre hos min virksomhet og litt i området rundt. Men utviklingen av hele destinasjonen er det myndighetene som må kontrollere. Og myndighetene nå de vet ikke noe om turisme, men de vet noe om hvordan de får penger i egen lomme. Og for vietnamesere nå så er det mer interessant å få kinesere og vietnamersere til Sapa. De er ikke like interessert i bærekraftighet som de er i penger til dem selv.

Moderator: *Hvor mange skandinaviske gjester trekker dere til Topas?*

Informant: Vi har mange dansker og faktisk en del nordmenn men mindre svensker. Topas er meget kjent i Danmark.

Moderator: *Hva gjør Topas for å bevare ekteheten i Sapa, naturen og lokalbefolkningens tradisjoner, har dere noen innvirkning på dette og tar dere dette i betraktning?*

Informant: Det viktigste for meg det er at Topas startet med å lage ruter her. De lokale så hvor vi laget ruter og kopierte disse. Det er vietnamesere enormt dyktig til. Så der hvor vi startet, der går nå 90% av turister her og det har blitt lagt asfalt på disse stiene med masse turistboder og veldig turistifisert. Da prøver vi å finne nye områder men dette er vanskelig for da følger de etter. Det vi prøver når vi er på tur er å komme inn i et lokalt hus og se hvordan de lever på riktig. Vi prøver å respektere de menneskene som bor i huset og prøver å lytte til deres historier, istedenfor å komme som turistattraksjon. Våre guider er dyktige og vet at istedenfor å få turistopplevelsen så er det bedre å sette seg ned og lytte til lokalbefolkningens historie, tradisjon og kultur. Vi prøver å holde fokus på dette for å ikke bli en turistmaskin.

Moderator: *Er dette grunn til at du følger gjestene deres velger dere foran andre?*

Informant: Ja det er jo det vi prøver. At hvis man drar med Topas så får man noe ekstra. Vi er dyrere i forhold til vietnamesiske reisebyrå blant annet fordi vi har et dyrt management. Så vi bli nødt for å satse på noe spesielt. Selv om du er rik så vil du gjerne sitte sammen med en lokal person og høre på deres historie og se deres hverdag. Å prøve spesielle ting er viktig for meg.

Moderator: *Hvor tenker dere å etablere dere hvis dere skal utvikle Topas videre?*

Informant: Nå så er vi i en plan om å lage et nytt sted lenger ut i dalen, hvor det er ingen turister enda. Jeg prøver å lage denne delen av dalen slik at vi er dyktigst her. Planen er å ha homestay. Dette skal kalles Nam Kang riverside house. Det er et lokalt hus eid av en lokal minoritetsfamilie som vi hjelper de med å bygge opp. Dette blir som en del av Ecolodgen hvor man for eksempel kan ha en natt der og en natt på lodgen som en pakkelsøsning. Til nå er ikke dette er området en god forretning men vi ønsker å fortsette å utvikle det til å bli attraktivt.

Moderator: *Hvilken markedsgruppe ønsker dere hovedsakelig?*

Informant: Våre priser gjør at vi har high end kunder, altså kunder som ønsker god kvalitet og sikkerhet. Vi har et meget godt styringssystem. Vi kommer aldri til å kunne konkurrere med de billige byråene fordi vi betaler skatt, forsikring og sosial støtte til våre ansatte. I Vietnam er det masse regler, men vi er kanskje bare to bedrifter i Sapa som følger disse. Og dette gjør at vi er 15-20% dyrere en vietnamesiske virksomheter. Vi kommer aldri til å kunne lage billige turer.

Moderator: *Ville du sagt at dette er hovedutfordringen deres?*

Informant: Den største utfordringen vår er at vi utvikler produkter, også kommer andre vietnamesiske virksomheter og kopierer dette men de betaler ikke skatt, ikke minimumslønninger og ikke de andre utgiftene vi har, siden vi følger loven som en dansk virksomhet. Så de kan lage en tur mye billigere. Det er vår hovedutfordring.