

# DYRENE I AFRIKA OG DERES BIDRAG TIL UTVIKLING

Safariturisme som utviklingsstrategi i Botswana



Hanne Bruvik

Masteroppgave i Samfunnsgeografi 2006

Universitetet i Oslo



## FORORD

Endelig i mål!!!

Dette har vært en lang og slitsom prosess, men det har også vært en spennende og inspirerende tid. Selv om dette har vært et ensomt arbeid er det mange som har hjulpet til å gjøre dette til en unik opplevelse:

Jeg vil først og fremst takke alle informanter for spennende informasjon og at dere hadde tid til meg på kort varsel, tok godt i mot meg og hadde masse informasjon å dele. Uten informantene hadde det ikke blitt noen oppgave.

Takk til Jaap Arntzen for hjelp til å ordne forskningstillatelse og for hyggelige samtaler/veiledninger under feltarbeidet.

I Botswana vil jeg også takke Gabi og Phil på The Garden Lodge for at dere er så fantastiske mennesker og tok dere så godt av meg. Jeg vil også takke for mange spennende diskusjoner og oppklarende mail med nytt fra Botswana. Uten dere hadde feltarbeidet blitt trist og ensomt. Og Ja! Jeg kommer snart på besøk til dere.

Jeg vil også takke Sue på Okavango River Lodge for godt stell og omsorg.

Her hjemme er det først og fremst veileder Hege Knutsen som skal ha en STOR takk. Du har vært snill, nøyaktig, tålmodig, og inspirerende. Uansett hvor dårlige utkast jeg har levert til deg har jeg alltid gått fra veiledning med følelsen av å være en flink student: Takk for det!

Miljøet på samfunnsgeografi har også vært en stor inspirasjonskilde og uten alle dere på pauserommet hadde tiden på master vært kjedelig. Jeg vil spesielt takke Ann Cecilie, Kristin, Camilla, Bente, Tone, Kathrine, Siri og Irene for mange hyggelige timer på pauserommet og mange gode diskusjoner om det aller meste.

Tusen takk til Torbjørn for korrekturlesning og kaffepauser. Takk til Mamma og Pappa for moralsk støtte.

Til slutt, den viktigste av alle: Thor, Tusen takk for korrekturlesning, moralsk støtte, besøk på feltarbeid og husarbeid og omsorg i innspurfasen. Takk for at du har holdt ut med meg!

Hanne Bruvik

November 2006



## **INNHold**

<b>FIGURLISTE</b>	<b>7</b>
<b>FORKORTELSER</b>	<b>8</b>
<b>INNLEDNING</b>	<b>9</b>
Valg av oppgave	11
Okavango og Chobe	12
Oppgavens oppbygging	13
<b>ANALYSERAMME</b>	<b>15</b>
Effekter av turisme	15
Strategier for turismeutvikling	16
Bærekraftighetsbegrepet og bærekraftig turisme	19
Statens rolle i turismeutvikling	22
Empowerment	25
Oppsummering	28
<b>METODE</b>	<b>29</b>
Valg av metode	29
Casestudier	29
Generalisering	31
Feltarbeid	32
Intervjuer	36
Deltakende observasjon	37
Informasjonskilder	39
Troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet	39
<b>BAKGRUNN</b>	<b>41</b>
Botswana som turistdestinasjon	41
Dagens situasjon	42
Safariturisme som feriealternativ	43
Oppsummering	44
<b>ANALYSEKAPITTEL</b>	<b>45</b>

Svingninger i verdensøkonomien og sterk pula-kurs	45
Turisters reisevillighet	46
<b>STATEN</b>	<b>48</b>
Botswanas turismepolitikk	48
Byråkrati	51
Medbestemmelse	54
Forutsigbarhet	55
Infrastruktur generelt	56
Infrastruktur i nasjonalparkene	60
<b>OPERATØRER</b>	<b>62</b>
Eierskap	62
Lokale varer	63
Konkurransen	65
<b>LOKALSAMFUNN</b>	<b>67</b>
Arbeidskraft	72
Arbeidsmoral	79
HIV/AIDS	82
<b>BÆREKRAFTIG TURISME</b>	<b>84</b>
Luksusturisme versus andre alternativer	84
Konflikten mellom vern og landbruk	88
Oppsummering	90
<b>KONKLUSJON</b>	<b>93</b>
<b>REFERANSER</b>	<b>97</b>
<b>APPENDIX</b>	<b>103</b>
Intervjuguide Safarioperatører:	103
Intervjuguide HATAB:	105
Intervjuguide Administrasjon:	107

## FIGURLISTE

<b>Figur 1:</b> Kart over Botswana.....	12
<b>Tabell 1:</b> Oversikt over informanter i Kasane.....	34
<b>Tabell 2:</b> Oversikt over informanter i Maun.....	34

## **FORKORTELSER**

BWP.....	Botswanske Pula
CBNRM.....	Community Based Natural Resource Management
DoT.....	Department of Tourism
DWNP.....	Department of Wildlife an National Parks
HATAB.....	Hospitality and Tourism Association of Botswana
IMF.....	International Monetary Fund
IUCN.....	The World Conservation Union
NGO.....	Non Governmental Organisation
PPT.....	Pro-Poor Tourism
UDI.....	Utenlandske direkteinvesteringer
WMA.....	Wildlife Management Areas



## INNLEDNING

Turisme er den største ikke-finansielle servicenæringen i verden i dag (Clancy 1998), og næringen bidrar til 5,5% av verdens BNP og 6% av verdens arbeidsplasser (Mbaiwa 2003). Siden turisme har blitt en viktigere og viktigere økonomisk faktor i verden generelt, og i utviklingsland spesielt, blir turisme i mange kretser ansett som en utelukkende god strategi for utvikling (Dann 2002, Binns & Nel 2002). Turisme blir videre ansett som en «pro-poor»-strategi, dette er strategier som har fattigdomsreduksjon som mål. Dette har det imidlertid vært satt spørsmålsteget ved. Enkelte mener at de negative effektene av turisme, både i forhold til miljø og kultur, langt på vei overskygger de positive effektene ved økonomisk vekst (Dann 2002). Det er også et poeng at økonomisk vekst i turismenæringen ikke nødvendigvis trenger å nå de fattige. Et annet viktig aspekt i forhold til denne diskusjonen er at kontrollen over næringen i mange land ligger hos utenforstående aktører, slik at i de tilfellene der lokalsamfunnet er involvert så er det bare i liten grad (Binns & Nel 2002). På den andre siden blir det hevdet at hvis man får en opphoping av aktiviteter og attraksjoner i mindre utviklede områder, så vil man stimulere til samarbeid i og mellom lokalsamfunn og naboregioner, og dette vil igjen føre til en stimulering av økonomisk utvikling (Briedenhann & Wickens 2004). I følge Store Norske leksikon er *turisme* en samlebetegnelse for virksomheter som har tilknytning til ferie- og fritidsreiser,<sup>1</sup> mens en *turist* defineres en person som reiser i eget og/eller andre land for sin fornøyles skyld og som oppholder seg midlertidig utenfor hjemmet i ikke-erhvervsmessig øyemed.

Antall turistbesøk til Botswana økte med gjennomsnittlig 13% per år i perioden 1995-1999<sup>2</sup>, så det er ingen tvil om at det her ligger et stort potensial for økonomisk utvikling. Ifølge Dieke (2000) er det viktig å føre en *bevisst* politikk i forhold til turisme når man skal bruke turisme som utviklingsstrategi. Staten bør utforme klare retningslinjer for aktivitet knyttet til turismen, og bidra til å utvikle effektiv infrastruktur. En annen viktig faktor er å utvikle de menneskelige ressursene i landet. På denne måten kan man få lokale ringvirkninger ved at man får en mer kompetent arbeidsstyrke, samtidig som lokale aktører blir mer attraktive. Dermed vil turismen bli mer lønnsom for de lokale aktørene.

---

<sup>1</sup> <http://www.snl.no/> 17.11.06

<sup>2</sup> [http://www.photius.com/rankings/tourism\\_2001.pdf](http://www.photius.com/rankings/tourism_2001.pdf) 27.10.06

Botswana er en av Afrikas suksesshistorier; for 20 år siden var landet et av verdens 20 fattigste land, i dag er landet det rikeste landet i Afrika som ikke har oljeproduksjon.<sup>3</sup> Det er mange grunner til at det har gått så bra med Botswana, funn av diamanter i 1967 er en viktig årsak, dette førte til at økonomien raskt skjøt fart. Botswana har lenge basert sin økonomi på diamantutvinning og salg av storfekjøtt, som jo er typiske primærnæringer. Diamanter er, i likhet med oljen i Norge, en råvare som gir stor avkastning i forhold til for eksempel fiske og jordbruk. Problemet er at diamanter er en ikke-fornybar ressurs. Dette har regjeringen i Botswana tatt konsekvensene av, og de forsøker bevisst å differensiere økonomien i landet. Et område de har satset veldig sterkt på er turisme, og da spesielt safariturisme. De siste årene har turismen vokst til å bli den nest største næringen i Botswana etter diamantutvinning, i forhold til bidrag til BNP, (Department of Tourism 2005).

”I 1997 trakk NORAD seg ut av hovedsamarbeidslandet Botswana. Da hadde landet endret status fra lav- til mellominntektsland (Bistandsaktuelt 04/2002)”. Selv om Botswana ikke lenger defineres som et utviklingsland, er det viktig å fokusere på en videreutvikling av økonomien for å opprettholde den gode utviklingen i landet. Botswana hadde før kolonitiden gode institusjoner og tradisjoner for demokrati, som passet på at eliten ikke fikk styre fritt (Acemoglu *et al.* 2001). Det faktum at Botswana ikke har vært koloni i likhet med sine naboland, men bare har vært protektorat har ført til at de institusjonene som fantes i landet før kolonitiden ikke ble ødelagt av et kolonistyre, siden Bechuanaland som landet het før frigjøringen, i stor grad fikk være i fred for britene. Botswana har også en forholdsvis lav korrupsjonsrate sammenliknet med andre land i regionene.<sup>4</sup> Landet har i motsetning til de fleste land i Afrika sør for Sahara en forholdsvis velfungerende velferdsstat, basert på den skandinaviske velferdsstatsmodellen (Ntuane 2005). Det er for å opprettholde og videreutvikle denne velferdsstaten at det økonomiske aspektet ved turisme er viktig. Det er også viktig å nevne at selv om Botswana har hatt en bra utvikling, og etter hvert har fått en velferdsstat som gir tjenester og rettigheter til alle, er forskjellen mellom fattige og rike stor, og nesten tre av ti levde ifølge UNDP (2005) under den nasjonale fattigdomsgrensa i 2003. Turismeindustrien er i stor grad regulert av myndighetene, og målsetningen er at turismen skal være bærekraftig både for miljøet, befolkningen i landet og økonomien.

Jeg ønsker i denne oppgaven å undersøke i hvilken grad turismen er bærekraftig, og også å identifisere utfordringer for videreutvikling av en bærekraftig turistnæring. Med

---

<sup>3</sup> <http://www.gov.bw/business/index.html> februar 2006

<sup>4</sup> <http://www.globalis.no/statistikk/styresett/korrupsjon> 08.11.06

bærekraftighet menes for det første at næringen skal være økonomisk i stand til videre drift også i framtiden. For det andre er næringen avhengig av naturen, dermed vil også vern og bærekraftig bruk av naturen være viktig. For det tredje er det viktig at næringen bidrar til utvikling i form av bedre levekår for lokalbefolkningen. I denne oppgaven brukes en tilnærming til bærekraftig turismeutvikling som tar opp i seg både miljø, lokal utvikling og økonomi, og som anerkjenner at alle disse aspektene er viktige for en vellykket turismeutvikling.

I denne oppgaven skal jeg gjøre rede for den politikken som føres i forhold til turisme i Botswana og safarioperatørens erfaringer med denne. Jeg har intervjuet safarioperatører i Maun og Kasane, som er sentre for turisme i Botswana. Fokus er på safariturisme i Chobe og Moremi, ettersom disse nasjonalparkene er de mest besøkte i Botswana. Oppgavens problemstilling er:

*Å belyse muligheter og hindringer for bærekraftig turismeutvikling i Botswana.*

Jeg vil ved hjelp av data fra intervjuer med safarioperatører og representanter fra staten, diskutere hvilke muligheter og hindringer som finnes for en bærekraftig turismeutvikling og foreslå strategier for videreutvikling av bærekraftig turisme i Botswana. Jeg vil også vurdere hvordan man kan utvikle turistnæringen for å skape lokal utvikling i Botswana.

### **Valg av oppgave**

Begrunnelsen for å skrive denne oppgaven er at turisme ofte blir fremhevet som en måte å få økonomisk utvikling på, og som et område der land i Sør bør satse sterkt (Binns & Nel 2002). Dette blir nok hevdet av flere grunner, men særlig fordi turistnæringen har hatt en enorm vekst. Den har også endret seg de siste tiårene, med en økning i etterspørselen etter eksotiske steder som kan tilby spennende naturopplevelser (Leones 1995). Dette er en endring som en del land i Sør har nytt godt av, og som mange flere kan utnytte. Min begrunnelse for å skrive om safariturisme er å sette fokus på om turisme i seg selv nødvendigvis er en lønnsom sektor, og dermed en egnet strategi for utvikling. Jeg har valgt Botswana fordi landet har hatt en bevisst strategi for å tiltrekke seg turisme.

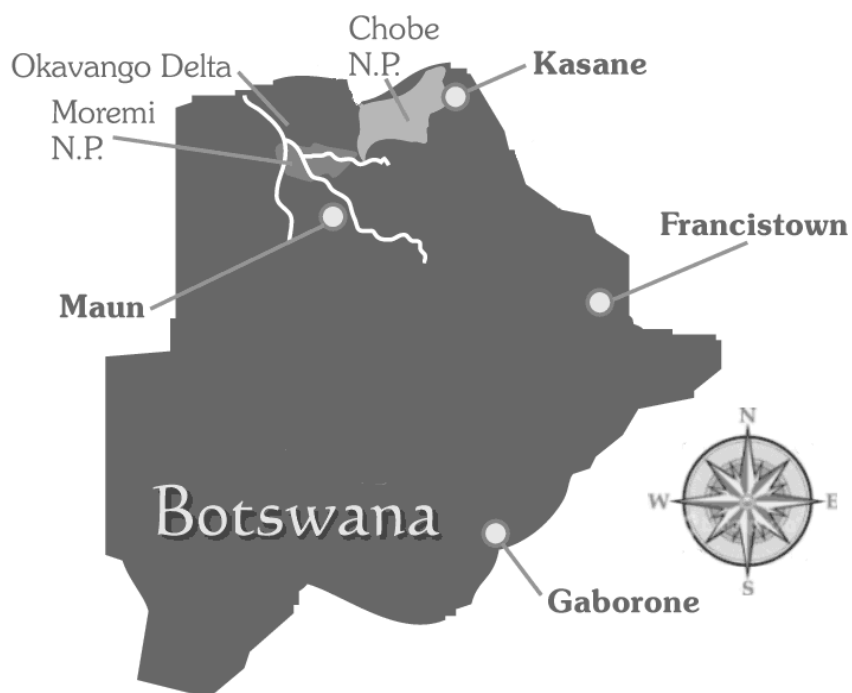
Dersom man ser på turisme som en utviklingsstrategi, må hensikten med turismen være å få mest mulig av overskuddet til å gå til lokal utvikling. For å oppnå dette er det gunstig om

mest mulig av virksomheten drives av lokale aktører (Brohman 1996). Hvis det viser seg å ikke være slik, hvordan kan man da endre dette slik at det blir mer lønnsomt for de som trenger denne inntektskilden mest og som også blir sterkest påvirket av denne industrien?

### Okavango og Chobe

Jeg har i oppgaven konsentrert meg om områdene Chobe (Chobe nasjonal park og omkringliggende områder) og Okavango (Moremi nasjonal park og omkringliggende områder). Jeg har valgt disse to områdene fordi de er sentre for safaridrift og de mest populære turistområdene i Botswana.

**Figur 1: Kart over Botswana**



Kilde: <http://www.abendsonneafrika.de/>

Chobe nasjonalpark ligger helt nord i landet opp mot grensen til Namibia og Zambia, og har fått navnet sitt fra Chobeelven. Parken med sine 10, 566 km<sup>2</sup> er Botswanas nest største. Den

har en av de parkene med høyest konsentrasjon av storvilt på det afrikanske kontinentet<sup>5</sup>, i tillegg er parken hjem for over 450 fuglearter. Den lille byen Kasane helt nord i Botswana er turismesenteret i området.

Okavangodeltaet er verdens største innlandsdelta og stammer fra Okavangoelven som renner fra Angola, via Namibia og inn i Botswana. Der renner den ut i et stort delta før den forsvinner ut i sanden i Kalahariørkenen. Deltaet er hjem for en stor mengde vilt, i tillegg til en enorm mengde fugle- og fiskearter. Det meste av turismen til Okavango har Maun som utgangspunkt.

Botswana har også andre naturreservater og turistattraksjoner, men Chobe og Okavango har på grunn av sin spesielle natur og store mengder vilt vært de områdene som tradisjonelt har tiltrukket seg flest turister, og selv om andre områder i Botswana er i ferd med å bli populære, er Okavango og Chobe fremdeles de største attraksjonene i Botswana. Det er derfor jeg har valgt å konsentrere meg om disse områdene.

### **Oppgavens oppbygging**

Oppgaven er bygd opp på følgende måte: I *Analyserammen* diskuteres ulike tilnærminger til turisme som brukes som bakgrunn for analysen. Først gjennomgås teori om turisme som utviklingsstrategi og ulike tilnærminger til turismeutvikling. Her er hovedfokuset på ”pro-poor tourism”-strategier. Videre diskuteres begrepet bærekraftig turisme. Statens rolle i turismeutvikling diskuteres før jeg til slutt tar for meg empowerment-begrepet.

I *Metodekapitlet* redegjør jeg for mitt metodevalg og diskuterer metoden som er brukt i oppgaven, og drøfter styrker og svakheter ved metoden og utfordringer i forbindelse med mitt feltarbeid.

*Bakgrunnskapitlet* tar for seg utviklingen av safariturismen fram til i dag, og redegjør for den utviklingen som har vært i safariindustrien. Jeg tar også for meg Botswana som turistdestinasjon og ser på dagens situasjon i turistnæringen i Botswana

I *analysekapitlet* analyserer jeg datamaterialet i forhold til problemstillingen. Jeg trekker også inn tilnærmingene fra analyserammen. Jeg tar for meg ulike hindringer og muligheter for bærekraftig turismeutvikling i Botswana og diskuterer disse. Løsningsforslag til enkelte av barrierene blir også diskutert her.

---

<sup>5</sup>[http://www.botswana-tourism.gov.bw/attractions/chobe\\_n.html](http://www.botswana-tourism.gov.bw/attractions/chobe_n.html) februar 2006

I *konklusjonen* oppsummerer jeg analysen, og trekker fram de viktigste poengene i oppgaven. Jeg tar også for meg oppgavens overførbarhet, vurderer nytten av analyserammen og kommer med forslag til videre forskning på feltet.

## ANALYSERAMME

Jeg vil i dette kapitlet presentere ulike tilnærminger til turisme i utviklingsland. Jeg tar for meg ulike positive og negative effekter av turisme. Videre ser jeg på ulike strategier for utvikling av turisme. Jeg diskuterer bærekraftighetsbegrepet og bærekraftig turisme og ser på statens rolle i turismeutvikling. Til slutt tar jeg for meg empowerment begrepet. Disse tilnærmingene vil brukes i analysen for å analysere turismeutviklingen i Botswana og vurdere statens turismepolitikk.

### Effekter av turisme

Turistnæringen er en næring i sterk vekst og næringen har potensiale til å bidra til økonomisk vekst og lokal utvikling i mange utviklingsland. Etterspørselen etter eksotiske reisemål har økt de siste årene, dette har bidratt til at mange utviklingsland har blitt attraktive reisemål. Ettersom næringen er arbeidsintensiv, kan den bidra sterkt til opprettelse av nye arbeidsplasser, både i selve turismenæringen og i en lang rekke støttenæringer. Turisme kan være en svært lønnsom sektor, men rike land er ofte i bedre stand til å tjene på turismen enn fattige land, så selv om de fattige landene er de som har det sterkeste behovet for de inntektene turismen kan gi, med arbeid, skatteinntekter og en generell bedring av levestandard for innbyggerne, er dette ofte vanskelig å få til<sup>6</sup>. Turisme har mange effekter for vertslandet, både positive og negative. Disse effektene kan deles inn i økonomiske, miljømessige og sosiokulturelle effekter.

De positive økonomiske effektene er blant annet muligheten til å tjene utenlandsk valuta, økte inntekter for staten i form av skatter og avgifter, opprettelse av nye arbeidsplasser, økte investeringer i infrastruktur og en bedret økonomi i turismeområdene.

Mange økonomiske effekter av turisme kan også være negative for et land eller område. De vanligste negative økonomiske effektene er ofte koblet opp mot lekkasje av inntekter, enklaveturisme, kostnader i forbindelse med utbygging av infrastruktur til turismen, i tillegg til økonomisk avhengighet for lokalsamfunnet<sup>7</sup>. Undersysselsetting på grunn av sesongarbeid, prisøkning og utenlandsk dominans (Brohman 1996) er eksempler på andre negative effekter.

---

<sup>6</sup> <http://www.uneptie.org/pc/tourism/sust-tourism/economic.htm> 31.07.06

<sup>7</sup> <http://www.uneptie.org/pc/tourism/sust-tourism/economic.htm> 31.07.06

Ut over de rent økonomiske forholdene, vil turisme som nevnt også ofte gi effekter på miljøet. Vanlige negative effekter her er uttømming av naturressurser, forurensing og ren fysisk påvirkning, som oppstår ved menneskers tilstedeværelse i naturen. På den annen side kan turisme bidra til en bevissthet rundt miljø og vern, og dermed bidra til en bedre forvaltning, i tillegg til at inntekter fra turisme kan kanaliseres til vern og andre tiltak for å bedre miljøsituasjonen.

I tillegg til de økonomiske og miljømessige effektene er også sosiokulturelle effekter av turisme viktige. Turisme vil kunne medføre endringer i de lokale verdssystemer og føre til identitetsproblemer. Problemer som kan oppstå når ulike kulturer møtes, som blant annet økonomisk ulikhet og turistenes mangel på hensyn til lokale skikker kan. I tillegg kan økt turisme medføre barnearbeid, samt økning i kriminalitet, prostitusjon og sex-turisme. Ressurskonflikter og konflikter om arealbruk er andre negative effekter som kan forekomme.<sup>8</sup>

På den annen side forekommer også positive sosiokulturelle effekter, som blant annet utvikling av ny infrastruktur, økt lokal deltakelse, ny bevissthet rundt egen kultur, økt interkulturell forståelse og styrking av samhold i lokalsamfunnet.

Det er viktig å huske at disse effektene er potensielle effekter, og at disse vil være påvirket av hvilken type turisme det er snakk om og hvilken turismepolitikk som føres i landet. Ulike former for turisme påvirker samfunnet på ulike måter: et charterfly med turister på strandferie påvirker på en helt annen måte enn en ryggsekkтуриist som drar på egenhånd med lokale transportmidler (Smith & Edington 1992). Det er derfor viktig å ta dette med i beregningen når man diskuterer i hvilken grad turisme er bra eller dårlig. Utgangspunktet for denne oppgaven er at turisme kan være en bra utviklingsstrategi for utviklingsland, gitt at visse betingelser er oppfylt. Målet er å få en bevisstgjøring rundt de negative effektene og se på hvordan man gjennom en bevisst politikk kan prøve å snu de negative effektene og øke de positive effektene.

### **Strategier for turismeutvikling**

Turisme er en kompleks næring som har konsekvenser utover bare selve næringen. I mange tilfeller bidrar næringen ikke til lokal utvikling. Selv om denne næringen kan føre til mange negative effekter for vertslandet, får turismen ofte skylda for andre negative endringer fordi det er en veldig synlig næring (Scheyvens 2002). Alternativet til turisme vil i mange tilfeller

---

<sup>8</sup><http://www.unep.org/pc/tourism/sust-tourism/economic.htm> 31.07.06



være verre både for miljø og livssituasjon for den lokale befolkningen. Det finnes dermed mange tilnærminger som ser på turisme som en mulighet til lokal utvikling og vekst. Disse tilnærmingene er ulike og har ulike argumenter for hvorfor turisme kan være en bra strategi.

Nyliberal tilnærming: Ifølge denne tilnærmingen er all modernisering bra, og økonomisk vekst er førsteprioritet. De mener at all økonomisk vekst på sikt vil ”trickle down” til alle, og at man dermed vil få en lokal utvikling på sikt. Turisme sees på som en gylden mulighet til å tiltrekke seg utenlandske direkteinvesteringer (UDI) og utenlandsk valuta. Målet er minst mulig regulering av markedet for å oppnå frihandel (Simon 2002). Staten spiller dermed en passiv rolle innen denne retningen, og turismeutviklingen blir overlatt til markedskreftene. Masseturisme er et vanlig resultat av denne retningen, ikke fordi det er et uttalt mål, men fordi denne retningen åpner opp for utenlandske aktører, og deres strategi i de fleste tilfellene er masseturisme (Scheyvens 2002)

Alternativ turisme: Alternativ turisme er en samlebetegnelse for mange ulike tilnærminger. Disse tilnærmingene prøver å omgå de negative effektene av turisme ved å tilpasse turismen til lokale forhold og aktører (Scheyvens 2002), heller enn å tilpasse lokale forhold etter turismenæringens behov. De ulike retningene har ulikt hovedfokus, enkelte ser på lokal utvikling som hovedmål, mens andre har miljøvern som førsteprioritet.

Innen all retninger av alternativ turisme er det et viktig mål å få til utvikling av små og mellomstore bedrifter som er lokalt forankret, slik at lokalbefolkningen selv kan få en del av overskuddet som genereres gjennom turismenæringen (Scheyvens 2002). Sterk økonomiske vekst og UDI er ikke nødvendigvis er noe mål i seg selv. Det er ønskelig at turismebedriftene skal drives av lokal aktører (Brohman 1996). Hypotesen er at dette vil føre til en lokal utvikling som vil gagne lokalsamfunnene. Empowerment er en viktig del av denne tilnærmingen. Empowerment beskriver en prosess der enkeltmennesker eller grupper av mennesker øker sin makt i form av blant annet kunnskap og selvtillitt, noe som gjør dem i bedre stand til å ta beslutninger i forhold til egne liv og dermed få bedre kontroll over sin egen situasjon (Friedmann 1992)(se s.26 for en nærmere diskusjon av empowerment-begrepet). Alternativ turisme-perspektivet ser på det som problematisk at næringen nå er dominert av store internasjonale aktører. Dette fører til lekkasje av inntekter til operatører i industriland, og lite av inntektene blir dermed liggende igjen i vertslandet (Brohman 1996). I tillegg har slike store bedrifter ofte ansatt utenlandske arbeidere i høye stillinger, dette fører til at de jobbene som finnes for lokalbefolkningen er lavt betalte jobber som krever liten erfaring. Dermed blir den erfaringen de tilegner seg lite verdt i forhold til å kunne stige i gradene, eller få seg jobb i andre bedrifter. I en slik situasjon blir den lokale utviklingseffekten lav.

Vern av naturområder og økologisk mangfold er også et viktig aspekt av denne tilnærmingen, og det er et mål at turismen skal påvirke miljøet negativt i minst mulig grad (Weaver 2001). Selv om alternativ turisme-forkjempere mener at turisme kan være en god strategi for lokal utvikling, så mener de ikke at turisme for enhver pris er bra, det er som nevnt mange kriterier som må oppfylles for at turisme skal være en bra strategi for lokal utvikling.

Pro-Poor Tourism: Innen alternativ turisme retningen finnes Pro-Poor Tourism(PPT)-tilnærmingen (Ashley et al. 2001). Dette er en samling strategier som har som mål å bidra til fattigdomsreduksjon gjennom turismeutvikling. Målgruppen for PPT er dermed utviklingsland, og tilnærmingen favner ikke i noen særlig grad turistdestinasjoner i industriland. Hovedfokuset er på fattigdom og fattigdomsreduksjon, heller enn miljø. Dette betyr ikke at man ignorerer miljøet, men hensyn til miljøet skal ikke skje på bekostning av de fattige og reduksjon av fattigdom. PPT er ikke rettet mot et spesifikt turismeprodukt eller sektor, men er en tilnærming til turismeutvikling og styring av turisme (Pro-Poor Tourism Partnership 2004a). Hovedtanken er å styrke båndene mellom turismebedrifter og fattige mennesker, slik at turismens bidrag til fattigdomsreduksjon økes, og slik at fattige mennesker har muligheten til å delta mer effektivt i produktutvikling. Denne retningen bruker mange ulike strategier, disse kan deles inn i tre kategorier: økonomiske strategier, ikke-økonomiske strategier og strategier som fremmer deltakelse og engasjement (Pro-Poor Tourism Partnership 2004b).

Strategiene for å øke de økonomiske godene innbefatter: utvide jobbmuligheter for lokalbefolkningen og øke opplæring av og lønninger til lokalbefolkningen. Det er et mål å øke mulighetene for å starte lokale foretak, både foretak som tilbyr tjenester til turistoperatører, og de som selger varer til turister. En annen strategi er å utvikle felles inntektskilder som blant annet avgifter fra turister, deling av overskudd og donasjoner.

Strategiene for å øke de ikke-finansielle godene er kapasitetsbygging og opplæring, samt å øke lokalbefolkningens tilgang til infrastruktur og tjenester som er opprettet for turistene (veier, kommunikasjon, helse og transport), dempe de negative effektene av sosial og kulturell påvirkning, og dempe den miljømessige påvirkningen.

Strategiene for å bedre deltakelse og engasjement innebærer blant annet å lage et bedre rammeverk for planlegging som muliggjør deltakelse for fattige. Målet er å øke deres deltakelse i beslutningsprosesser både innen privat og offentlig sektor. Å bygge samarbeid mellom privat sektor og de fattige, og å øke informasjonsstrømmen mellom de involverte partene for å bedre en fremtidig dialog er også viktige virkemidler.

PPT-strategier involverer mange ulike aktører og opererer på ulike nivåer. De ulike aktørene som er involvert spenner fra de fattige selv, som selvsagt regnes som en av hovedaktørene, videre til lokalsamfunnsforeninger, NGO'er, lokale og internasjonale turismebedrifter, lokale myndigheter og staten. Fokuset på fattigdomsreduksjon er viktig fordi turisme er en næring som allerede er viktig i mange fattige land og som påvirker millioner av fattige både negativt og positivt (Ashely et al. 2001).

”Poverty reduction is usually not at the heart of the tourism agenda. Yet tourism is significant in many poor countries and is already affecting the livelihoods of millions of poor people, positively and negatively. Poverty reduction requires pro-poor growth. Concerted effort is needed to maximise the contribution of tourism to this.” (Ashley et al. 2001:VIII)

Jeg skal bruke PPT-strategier som et analyseverktøy for å se på hvor bevisste de ulike operatørene og staten er i forhold til fattigdomsreduksjon og lokal utvikling, og se på i hvilken grad turisme bidrar til lokal utvikling.

### **Bærekraftighetsbegrepet og bærekraftig turisme**

Begrepet bærekraftighet ble populært etter Brundtland-kommisjonens rapport ”vår felles fremtid” fra 1987. Definisjonen som brukes der er: ”development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their needs” (WCED, 1987:43). Etter at begrepet ble introdusert har det vært tatt i bruk i stort omfang, og har dermed mistet noe av sin styrke. I og med at begrepet har så mange dimensjoner er det også et vanskelig begrep å definere. Begrepet blir dermed vanskelig å operasjonalisere og måle (Langhelle 2002). Begrepet har en miljømessig dimensjon, en økonomisk dimensjon, en sosial dimensjon, samt en fordelingsdimensjon. Denne fordelingsdimensjonen spenner over fordeling innen generasjonene og mellom ulike generasjoner (Liu 2003). Ofte velger man i praksis å fokusere på enkelte deler av begrepet, man ender dermed opp med mange ulike oppfatninger av hva begrepet innebærer. Begrepet blir ofte koblet til miljø og miljøvern, selv om de andre aspektene er like viktige.

Begrepet har blitt tatt opp i turismeteorologi og man snakker da om ”Sustainable Tourism”, eller bærekraftig turisme. Dette begrepet har også i stor grad vært knyttet til miljø og retninger innen turisme som har fokus på miljø. Liu (2003) definerer bærekraftig turisme som all turisme som bidrar til bærekraftig utvikling. Ifølge dette synet er turisme en strategi som

brukes for å nå målet om bærekraftig utvikling. Andre retninger har i større grad fokus på turismen som det som skal ivaretas:

“Sustainable tourism... is tourism that is developed and managed in such a way that all tourism activity – which in some way focuses on heritage resource (be it natural or cultural) – can continue indefinitely”. (Ceballos-Lascurain 1996:20)

Bærekraftig turisme blir ofte assosiert med miljøvern og miljø, og selv om retningen har fått stadig mer fokus på de andre dimensjonene er miljøaspektet fremdeles viktig (Scheyvens 2002). Retningen fremhever miljø og vern som viktige faktorer, fordi mye turisme er basert på naturressurser, og fordi det foregår forholdsvis mye turisme i sårbare økosystemer, som for eksempel korallrev og regnskoger. Det er dermed viktig å passe på at disse ressursene ikke blir skadet og at de opprettholder en standard som gjør at de fremdeles er attraktive for turister. Disse ressursene blir i mange tilfeller også brukt av lokalbefolkningen til andre formål enn turisme (fiske, jakt og liknende), det er derfor nødvendig å ta vare på disse ressursene slik at lokalsamfunnene kan drive fortsatt bruk av disse. Bærekraftig utvikling er viktig i forhold til turisme siden turismen i seg selv legger ekstra press på de miljøressursene som brukes i turismen og kan dermed ødelegge for lokalbefolkningen og for videre turisme (Mbaiwa 2005b). ”Tourism as an economic activity is often in danger of destroying the resource base upon which it depends.” (Mbaiwa 2005b:206)

I et utviklingsperspektiv er det interessant å se på hvordan turisme kan bidra til en bedring av de sosiale forholdene for innbyggerne i de aktuelle områdene. For at turismen skal regnes for sosialt bærekraftig er det derfor nødvendig at turismen bidrar til gode levekår i form av en bedre livssituasjon for lokalbefolkningen (Mbaiwa 2005b). Dette innebærer blant annet økt deltakelse og empowerment i tillegg til en tryggere økonomisk situasjon.

Lokal utvikling blir innen bærekraftig utvikling viktig av flere grunner; hvis man glemmer lokal utvikling vil man ofte oppleve at det vil være vanskelig å drive naturområdene miljømessig bærekraftig. Uten støtte og velvilje fra beboerne i områdene vil det være vanskelig få gjennomslag for politikken og man vil i mange tilfeller kunne oppleve at beboerne kan motarbeide prosjekter. Hvis turismen skal bidra til lokal utvikling må den generelle situasjonen for befolkningen bedres, slik at det ikke bare er staten og utenlandske selskaper som tjener penger på turismen. Det er viktig å dele både inntekter og ulemper mellom de ulike aktørene (Scheyvens 2002). Mange steder er det slik at lokalbefolkningen

bærer kostnadene av det å drive turisme, i form av for eksempel forstyrrende besøk av turister, ødeleggelse og slitasje på av nærmiljøet og økonomiske tap på grunn av tap av land, mens staten og operatørene tjener store penger på dette. Det er derfor nødvendig å tilpasse turistnæringen til lokalsamfunnenes behov og ønsker, for at man skal kunne oppnå en utviklingseffekt:

“Tourism will provide little support to sustainable development if the benefits it generates remain in the hands of the tourists, the tourism industry, or the government treasury instead of being channeled back into the park and surrounding communities.”(Lindberg 1991: 25)

Økonomisk bærekraftighet innebærer at næringen er i stand til å opprettholde driften også i fremtiden. En bedret økonomisk situasjon for lokalbefolkningen er viktig, men staten og private aktører er også viktige aktører. Turismebedrifter som taper penger og ikke klarer å bedre de sosioøkonomiske forholdene for området, vil skape større problemer for et vernet området enn det som allerede er tilfellet (Ceballos- Lascuràin 1996). En god økonomisk utvikling vil kunne skape ringvirkninger i den lokale økonomien i form av arbeidsplasser og økte inntekter. Samtidig vil en god økonomisk utvikling i turismeområdene også skape inntekter for staten, i form av blant annet skatter og avgifter.

Disse tre ulike aspektene er tett sammenknyttet i bærekraftig utvikling, og det fremheves at hvis ikke man tar hensyn til alle aspektene vil man kunne oppleve problemer innen de andre feltene. Ett eksempel vil kunne være at man kan oppleve økonomisk nedgang hvis turistene svikter på grunn av degradering av naturområdene. Ved mangel på lokal utvikling vil man kunne oppleve motstand fra lokalbefolkningen, og ved mangel på økonomisk bærekraft vil både naturen og lokalsamfunnet kunne lide siden de er avhengige av inntekter fra turismen:

”If tourism is to be sustainable however, efforts must be made to improve the links between nature conservation, local community development and the tourist industry.”  
(Ceballos-Lascuràin 1996:83)

Ifølge denne tankegangen bør turismeutvikling derfor ta hensyn til alle tre aspektene for å være bærekraftig. Dette kan i mange tilfeller være vanskelig, siden man i perioder kan oppleve å måtte prioritere ett aspekt fremfor de andre. Dette er en situasjon som i større grad kan berøre utviklingsland, siden disse mangler ressurser til en full satsing på alle aspektene, og dermed kan bli tvunget til å for eksempel fokusere på lokal utvikling på bekostning av

andre aspekter. Utviklingsland er også mer utsatte for at press utenfra kan tvinge dem til å velge løsninger som ikke er bærekraftige.

Tilnærmingen til bærekraftig turismeutvikling som brukes i denne oppgaven tar opp i seg både miljø, lokal utvikling og økonomi, og anerkjenner at alle disse aspektene er viktige for en vellykket turismeutvikling. Denne tilnærmingen brukes til å besvare problemstillingen. Jeg vil også prøve å se på i hvilken grad strategiene som fremmes av staten og av enkelte operatører er bærekraftige for videre turismeutvikling.

### **Statens rolle i turismeutvikling**

Det er mange ulike syn på statens rolle i lokal utvikling, og i hvilken grad staten som aktør skal bidra i utviklingsprosessen. Enkelte mener at statens innblanding bør være minimal, og at økonomien vil fungere på best mulig måte hvis markedet får styre fritt (Batley 2002).

Andre mener at staten bør være en tilrettelegger for næringslivet, og at staten bør ta seg av en del av de oppgavene (helse, utdanning osv.) som markedet ikke klarer å ordne på en god nok måte (Hesselberg 1996). En tredje tilnærming påpeker derimot at staten bør ha en sterk rolle og at styring av økonomien i et land er statens oppgave. Det finnes også retninger som mener at verken staten eller markedet kan klare disse oppgavene, men som mener at lokalsamfunnet og frivillige organisasjoner må ta et sterkt ansvar for å endre de eksisterende strukturene og få til lokal utvikling.

Det synet på staten som ligger til grunn for den videre diskusjonen er et syn på staten som tilrettelegger for lokal utvikling, med markedet og lokalsamfunnet som medaktører.

Det finnes tilfeller der staten selv påberoper seg å ikke spille noen rolle for turismen (Sofield 2003). Vanligvis anser man imidlertid staters rolle i turismeutviklingen som viktig både som aktiv deltaker og tilrettelegger. Staters politikk spiller inn på turismeutviklingen selv om dette ikke er bevisst fra deres side.

” Common to all governments of whatever political persuasion is the fact that they shape the economic climate for the tourism industry, they help to provide infrastructure, they provide education and training and they legislate the regulatory climate for business operations.” (Sofield 2003: 29)

Infrastruktur, utdanningsnivå og økonomisk politikk er noen av områdene som vil påvirke turistnæringen. Hvis man følger denne tankegangen blir det dermed viktig for stater å

anerkjenne at de spiller en rolle, selv om de ikke har en bevisst politikk på selve turismeområdet. Hvis staten blir bevisst sin rolle kan de også i mye større grad være med å tilrettelegge for den type utvikling de ønsker, og dermed oppnå fordeler av turismen de ikke nødvendigvis ville fått ellers. De vil også kunne unngå konflikter med turistnæringen og lokalsamfunn som er berørt av turismen.

Stater har ofte mange hensyn å ta: i utviklingsland fører dette ofte til at landene først og fremst tar makroøkonomiske hensyn:

”In Practice, most Third World governments invest a great deal more of their limited resources in securing benefits of tourism at the national level, including encouraging foreign investment and attracting international tourists, than they do in supporting the active involvement of local communities in this sector.” (Scheyvens 2002:170)

Dette gir seg ofte utslag i turismepolitikk som tilrettelegger for utenlandske investorer, uten å få til lokal deltakelse i turistnæringen. Staters mangel på kontroll over mengde og form på turistnæringen har ofte ført til en avhengighet av utenlandske produkter, investeringer og kunnskap, samt utenlandsk etterspørsel etter turismeproduktet (Mbaiwa 2005a). I utviklingsland er det dermed ofte en tendens til at turistnæringen er dominert av internasjonale selskaper med base i industriland. Dette fører til at den lokale økonomien får få goder fra turismen sammenliknet med det de utenlandske selskapene oppnår. Utenlandsk dominans av næringen fører ofte til store lekkasjer av inntekter fra turismeområdene i utviklingsland til industriland der selskapene er lokalisert (Mbaiwa 2005a). En sterk utenlandsk dominans i turistnæringen kan redusere den lokale kontrollen over lokale ressurser. Dette er spesielt et problem i små land og utviklingsland der man generelt er sterkt påvirket av utenlandske investorer. Det at selskapene har hovedkontorer i industriland fører ofte til de har et fortrinn i forhold til lokale selskaper, siden den største kundegruppen ofte er fra denne delen av verden. De har dermed bedre markedsføringsmuligheter på grunn av sin nærhet til markedet (Mbaiwa 2005b). En stor andel av turistene som drar til utviklingsland drar på pakketurer, dette har vært en trend i lang tid. Dermed har mange store internasjonale selskaper lang erfaring innen denne typen turisme, de har også en sterk forhandlingsposisjon med underleverandører. Dette gjør situasjonen for lokale selskaper svært vanskelig siden det er vanskelig å konkurrere i et marked som er dominert av store internasjonale selskaper (Mbaiwa 2005b)

Utviklingsland kan i tillegg ofte oppleve press utenfra (Brown 1998). Det kan være vanskelig for stater å ta en sterk rolle i turismeutvikling når det internasjonale økonomiske klimaet er dominert av markedsstyrt nyliberalisme. Mange utviklingsland opplever dette

presset spesielt sterkt fordi de gjennom avtaler med blant annet International Monetary Fund (IMF) er tvunget til å oppfordre til UDI, blant annet for å tjene utenlandsk valuta til tilbakebetaling av gjeld.

Internasjonale verneorganisasjoner kan i mange tilfeller også legge press på utviklingsland. Selv om disse i stor grad legger vekt på miljøvern, kan dette ofte gå på bekostning av lokale interesser og kampen mot fattigdomsreduksjon (Scheyvens 2002). Dette har vært tilfelle i en del land i sørlige Afrika, der man har klart å få en slutt på krypskyting av elefanter og følgelig nå har store elefantstammer. Når disse landene nå ønsker å redusere elefantstammene, for å redusere de negative effektene for lokalbefolkningen, opplever de et enormt press fra miljøorganisasjoner om fortsatt vern. Siden land som ønsker turisme er avhengige av positiv publisitet og godvilje, kan de ofte føle seg tvunget til å gi etter for press fra eksterne aktører.

Stater kan velge mellom å ikke involvere seg i utvikling av turistnæringen eller å prøve å tiltrekke seg den typen turisme som de anser som mest lønnsomme og minst skadelige for deres land. Ulike stater har ulike strategier for å omgå eller begrense virkningene av disse effektene:

”And it is governments that have the power to establish policies which can determine whether a country follows a path of tourism development dictated primarily by overseas interests and capital, or one which seeks to achieve economic gains for local people and the state while preserving the integrity of social, cultural and environmental features of their country.” (Scheyvens 2002:165)

I følge Dieke (2000), er det viktig å føre en *bevisst* politikk i forhold til turisme når man bruker turisme som utviklingsstrategi. Hvilken løsning man velger er avhengig av forhold i landet og hvilke faktorer statene anser som ødeleggende for landet. Maldivene har for eksempel prøvd å begrense interaksjonen mellom lokalbefolkning og turister ved å bygge opp turistkomplekser i områder som ikke er bebodd av lokalbefolkningen<sup>9</sup>, turistene kan heller ikke fritt dra rundt på de bebodde øyene. Dette har de gjort for å begrense turismens påvirkning på den lokale kulturen og det lokale levesettet. I tillegg har de innført en del miljømessige restriksjoner, det er blant annet ikke lov å bygge på mer enn 20% av øyenes areal (Brown et al 1997, Scheyvens 2002). I Gambia prøvde man derimot å forby pakketurer for å unngå at turistene brukte all sin tid og mesteparten av sine penger innenfor de store turistkompleksene, med det resultatet at lokale bedrifter ikke tjente noe særlig på turismen.

---

<sup>9</sup> [http://www.lonelyplanet.com/theme/honeymoons/honey\\_maldives.htm](http://www.lonelyplanet.com/theme/honeymoons/honey_maldives.htm) 28.10.2006



Dette forbudet ble raskt opphevet i redsel for at turistene skulle svikte Gambia og heller dra til andre destinasjoner i nærheten<sup>10</sup>. I Botswana var politikken tidligere å satse på luksusturisme, dette var for å unngå slitasje på miljøet som er sårbart og grunnlaget for deres turismeindustri. Ved å satse utelukkende på luksusturisme vil man få høye inntekter, men samtidig ha forholdsvis få turister i området og på denne måten skåne miljøet (BTDP 2000). Denne politikken er endret noe, men det er fremdeles satsing på en såkalt "High value-Low Volume"-politikk i de mest populære områdene.

## **Empowerment**

Den siste tids endringer i kapitalismens internasjonale organisering, har ført til en ekskludering av enorme mengder av verdens fattige (Friedman 1992). Empowerment er dermed en meget viktig faktor for å få til lokal utvikling og å bedre levekårene for de fattigste. Begrepet empowerment har etter hvert blitt et vanlig begrep innen utviklingslitteratur og brukes nå innen de fleste retninger. I denne oppgaven brukes det engelske begrepet empowerment siden ulike norske oversettelser ikke dekker meningen i stor nok grad. Begrepet beskriver en prosess der enkeltmennesker eller grupper av mennesker øker sin makt i form av blant annet kunnskap og selvtillit, noe som gjør dem i bedre stand til å ta beslutninger i forhold til egne liv og dermed få bedre kontroll over sin egen situasjon. Et ord som av og til brukes på norsk er *bemyndiggjørelse*, men siden dette ikke dekker det engelske begrepet fullt ut velger jeg å bruke det engelske begrepet.

Begrepet har blitt veldig populært og det finnes mange tilnæringer til begrepet. Mohan og Stokke (2000) deler inn i to hovedretninger: den nyliberale retningen ("the new right") og post-marxister ("the new left"). Disse er ytterpunkter og mellom disse finnes det en rekke ulike tilnæringer til empowerment.

Innen den nyliberale retningen er empowerment et middel til å nå målet som er økt effektivitet og produktivitet innen det eksisterende systemet heller enn et middel til sosial endring (Parpart 2002). Denne retningen er "top-down" og bygger på en harmoni-modell (Mohan & Stokke 2000) der makt er en variabel sum. Dette innebærer at mengden makt i et samfunn ikke er konstant, men variabel (Mayo and Craig 1995).

Den postmarxistiske retningen bygger på alternativ utvikling og ser på empowerment først og fremst som et middel til å endre sosiale og politiske strukturer for å bedre de fattiges

---

<sup>10</sup> <http://www.tourismconcern.org.uk/campaigns/human-rights.html> 14.11.06

livssituasjon. Denne tilnærmingen er ”bottom-up” og er basert på en konfliktmodell i forhold til makt (Mohan & Stokke 2000). Her blir makt ansett som et null-sum-spill (Mayo and Craig 1995). Det vil si at det finnes en konstant mengde makt i samfunnet og økt makt i en gruppe innebærer at en annen gruppe må gi fra seg makt. Dermed må empowerment hos marginaliserte grupper nødvendigvis gå på bekostning av grupper med mer makt. Det disse to perspektivene deler er tanken om at hverken staten eller markedet kan eller skal ha ansvaret alene for å få til sosial likhet og bedring i velferden (Mohan & Stokke 2000).

Empowerment har av mange blitt sett på som et viktig ledd av utviklingen av en turismepolitikk, og mange mener at det er absolutt nødvendig om man skal kunne få til utvikling av marginaliserte grupper. Men selv om dette for mange er et uttalt mål, er det ofte vanskelig å få til fordi man av ulike grunner ikke setter inn nok ressurser for å gjennomføre prosessen.

Empowerment er viktig innen all form for utvikling, men siden turisme ofte utvikles i marginaliserte områder, kan man si at det ofte er spesielt viktig innen utviklingen av turistområder. Turismen vil i mange sammenhenger også tvinge lokalbefolkningen til å finne nye leveveier, i og med at deres tradisjonelle inntektskilder forsvinner. Når et område får turisme kan man også oppleve at priser stiger, og dermed er det også viktig å kunne ta ansvar for sin egen situasjon og finne alternative inntektskilder for å supplere de inntektene man allerede har.

Regina Scheyvens (2002) har utviklet et rammeverk basert på Friedman (1992) som kan brukes til å vurdere potensiell og faktisk påvirkning på lokalsamfunn fra ulike former turisme. I dette rammeverket legger hun til økonomisk empowerment som en egen faktor i tillegg til sosial, politisk og psykologisk makt. Selv om empowerment er en prosess som skal bedre menneskers livssituasjon og evne til å ta valg som gjelder egen framtid, og ikke i utgangspunktet har fokus på materielle verdier, er det for de fleste marginaliserte grupper viktig å bedre sin økonomiske situasjon. Dette rammeverket tar for seg de ulike typene av empowerment og går igjennom ulike aspekter ved disse. Siden dette rammeverket er spesielt laget for å analysere empowerment i utviklingen av turisme har jeg valgt å bruke dette i min analyse. Rammeverket går igjennom de fire typene av empowerment og identifiserer ulike tegn på empowerment og ”disempowerment” innen de ulike kategoriene.

*Økonomisk empowerment* kjennetegnes av en bedret økonomisk situasjon og bedret økonomisk sikkerhet. Indikatorer på økonomisk empowerment er som følger: Turismen bidrar til varige inntekter i lokalsamfunnet. Pengene som tjenes deles mellom husholdningene i

lokalsamfunnet, og det finnes tydelig tegn på at pengene som tjenes blir brukt til forbedringer i lokalsamfunnet. Tegn på økonomisk disempowerment er: Turismen bidrar bare til sporadiske inntekter for lokalsamfunnet, størstedelen av inntektene går til lokale eliter, operatører, staten og liknende. Bare et fåtall av individer eller familier får direkte inntekter fra turisme, mens resten av lokalsamfunnet ikke klarer å tilegne seg disse økonomiske godene på grunn av mangel på kapital, erfaring eller riktig kunnskap.

*Psykologisk empowerment* innebærer økt selvfølelse og kjennetegnes innen turismeutvikling ved to faktorer: Selvtilliten hos mange av medlemmene av lokalsamfunnet er bedret på grunn av de tilreisendes positive syn på deres unike kultur, naturressurser og tradisjonelle kunnskap. Tilgang til arbeid og inntekt fører til en økning i status hos tidligere lavstatusgrupper i samfunnet (eks: unge, kvinner og fattige). Tegn på psykologisk disempowerment er: De som har kontakt med turister får en følelse av at deres kultur og levesett er mindreverdige. Lokalsamfunnet har en stor andel mennesker som ikke er tilknyttet turismen, og dermed ikke deler fordelene ved turisme, de er dermed forvirret, frustrerte, uinteresserte eller desillusjonerte i forhold til turismeinitiativet.

*Sosial empowerment* handler om tilgang til visse viktige elementer av husholdsproduksjon slik som informasjon, kunnskap og ferdigheter, sosial deltakelse og finansielle ressurser. Sosial empowerment kjennetegnes ved at turismen vedlikeholder eller bedrer lokalsamfunnets likevekt. Lokalsamfunnets samhold bedres fordi individer og familier samarbeider for å bygge et vellykket turismeprojekt. Deler av inntektene brukes for å utvikle lokalsamfunnet. Tegn på sosial disempowerment er disharmoni og sosialt forfall, der mange av medlemmene i samfunnet tar til seg verdier utenfra og mister respekt for tradisjonell kultur og lokale autoritetspersoner. Underprivilegerte grupper bærer størsteparten av byrdene ved turismeinitiativet og får ikke ta del i fordelene. I stedet for samarbeid innen samfunnet får man en konkurranse mellom grupper i samfunnet om godene ved turismeutviklingen. Sjalousi og forakt er vanlig i lokalsamfunnet.

*Politisk empowerment* har å gjøre med hvilken mulighet medlemmene av husholdningen har til å være med å ta beslutninger som gjelder deres egen framtid (Friedman 1992). Dette innebærer ikke bare muligheten til å stemme men også til å uttrykke sin mening og til å bidra til samhandling. Den politiske makten kan økes ved at flere mennesker eller grupper av mennesker går sammen og arbeider for felles mål. Tegnene på politisk empowerment er som følger: Alle lokalsamfunnets grupper er representert i lokalsamfunnets politiske struktur. Statlige organer som tar initiativ til turismeutvikling, søker å få ulike grupper i lokalsamfunnet i tale og skaffe til veie muligheter for representasjon i organer der

beslutninger blir tatt. Tegn på politisk disempowerment er at lokalsamfunnets lederskap er eneveldig og/eller egosentrisk. Statlige organer mislykkes i å involvere lokalsamfunnet i beslutningstaking, slik at store deler av lokalsamfunnet føler at de har lite eller ingenting å si i om man får en turismeutvikling, eller på hvilken måte denne turismeutviklingen skjer.

Jeg vil i oppgaven bruke teori om empowerment for å vurdere hvorvidt myndighetenes satsning på lokal deltakelse og empowerment i turismeutviklingen har lyktes. Jeg vil også diskutere betydningen av empowerment som en strategi for videre utvikling av turismen. Denne strategien kan bidra til å bryte ned noen av barrierene som finnes for lokal utvikling og bidra til utvikling i turismeområdene. Ved å bruke Scheyvens rammeverk der tegn på både empowerment og disempowerment er identifisert vil man lettere kunne se i hvilken grad målet om empowerment er oppfylt.

### **Oppsummering**

Jeg har i dette kapitlet diskutert ulike tilnærminger til turisme som utviklingsstrategi. Jeg har spesielt fokusert på PPT-tilnærmingen og strategiene som er tilknyttet denne. Fokuset mitt vil være et PPT -perspektiv, men med et større fokus på bærekraftighet, spesielt i forhold til miljø, enn det som er vanlig i PPT. Selv om hovedmålet er en bedre hverdag for de fattige og andre som bor i området, er det viktig å ta vare på miljøet for at turismen skal være bærekraftig, dette fordi turismen i Botswana baserer seg på naturturisme, og uten naturen har Botswana lite å by på fra et turismeperspektiv. Jeg vil også se på i hvilken grad turismen i Botswana er bærekraftig, her vil jeg bruke en tilnærming til bærekraftig utvikling som tar hensyn til miljø, økonomi og lokal utvikling.

Jeg ønsker videre å fokusere på statens rolle i Botswana siden staten har en bevisst politikk i forhold til turisme og satser på turisme som en av hovednæringene for lokal utvikling. Siden dette er et sterkt satsningspunkt i deres økonomiske politikk er det interessant å vurdere i hvilken grad deres satsning på turisme har lyktes.

Empowerment er sentralt innen de fleste alternative turismeretningene og anses som svært viktig for å få til en varig utvikling. Teori om empowerment brukes i oppgaven som et verktøy for å vurdere statens satsning på empowerment og lokal deltakelse i turismeutviklingen. Jeg vil også bruke empowerment i diskusjon om ulike strategier for å overvinne enkelte av barrierene som finnes for bærekraftig turismeutvikling.

## **METODE**

Jeg vil i dette kapittelet ta for meg valg av metode til prosjektet mitt og kommentere ulike utfordringer ved valg av metode. Deretter vil jeg gå inn på begrepet casestudier og dilemmaer i forhold til generalisering fra casestudier. Etter dette vil jeg beskrive feltarbeidet mitt og gå inn på styrker og svakheter ved metoden som er brukt i prosjektet og utfordringer i forbindelse med datainnsamlingen, samt deltakende observasjon, før jeg til slutt går inn på begrepene troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet.

### **Valg av metode**

Jeg baserer oppgaven på kvalitativ metode. Dette er mest hensiktsmessig siden målet med oppgaven er å få tak i mye informasjon om relativt få enheter. Dette står i motsetning til kvantitativ metode som er ekstensiv; man søker å få mindre informasjon om mange enheter (Limb & Dwyer 2001). Valg av metode bør også knyttes til valg av problemstillinger; “De tematiske spørsmålene *hva* og *hvorfor* må besvares før man kan stille spørsmålet *hvordan*.” (Kvale 1997:53) Siden jeg i min oppgave er ute etter å identifisere barrierer og muligheter for å drive safarioperasjoner i Botswana anser jeg det som mest hensiktsmessig å bruke kvalitative intervjuer. Jeg er ute etter de enkeltes erfaringer med barrierer uten å ha noe særlig kunnskap om dette temaet på forhånd, dermed er et kvalitativt intervju med åpne spørsmål best egnet til å få tak i den informasjonen jeg ønsker. Jeg er ikke ute etter å måle *utbredelsen* av disse barrierene, noe som ville vært mulig ved bruk av kvantitative metoder.

### **Casestudier**

Det er liten enighet om hva en casestudie er. Ordet case kommer fra de latinske ordene *casus* og *cadere*, som betyr en begivenhet, et tilfelle og det som skjer (Kruuse 1999).

Behovet for casestudier kommer av ønsket om å få en forståelse av komplekse sosiale fenomen. Yin (1989) definerer casestudier som en empirisk undersøkelse som belyser et samtidig fenomen innenfor det virkelige livs rammer, når grensene mellom fenomenene og rammene ikke er helt innlysende, og hvor det er mulig å anvende flere kilder for å belyse temaet. Dette står da i motsetning til eksperiment og spørreundersøkelser.

Yin (1989) poengterer at man ikke må blande begrepet casestudier med definisjoner av kvalitativ metode. Kvalitative undersøkelser trenger ikke å være casestudier, og casestudier

kan ha elementer av kvantitative data, eller være bare kvantitative. Så selv om definisjonen av kvalitativ metode og casestudier likner er det ingen nødvendighet at de overlapper.

Casestudier er en omstridt form for forskning, og det er ingen generell enighet om hva en casestudie er. I følge Thagaard (2003: 47) kjennetegnes en casestudie av et ”undersøkelsesopplegg som er rettet mot å studere mye informasjon om få enheter eller cases.” Casestudier er undersøkelser som kan belyses ved hjelp av spørsmålene *hvordan* og *hvorfor* (Kruuse 1999). Man kan skille mellom forklarende, utforskende og beskrivende casestudier (Yin 1989). Forklarende casestudier er den vanligste formen for casestudier innen samfunnsvitenskapen.

En case kan være ”whatever bounded system” (Stake 1978:8). Dette kan være en institusjon, et program, et ansvar, et sted, en bydel, en nasjonalpark, et land, en samling eller en populasjon. Denne definisjonen kan være med på å gjøre det hele mer uklart, men målet er å vise hvilken variasjonsbredde som finnes innen casestudier. Thagaard (2003) poengterer at det er utbredt enighet om at casestudier omhandler en empirisk avgrenset enhet. Stake (1978) hevder også at casestudier har en rekke fellestrekk som gjør det mulig å skille dem fra andre typer studier. Innen samfunnsvitenskapen er de fleste casestudier komplekse beskrivelser, som involverer en hel rekke variabler, og data er samlet inn i stor grad på grunnlag av personlige observasjoner. Dette er tilfellet i min oppgave, der hovedtyngden av informasjonen jeg legger til grunn er basert på deltakende observasjon og dybdeintervjuer. Skrivestilen som brukes i slike studier er ofte uformell, muligens narrativ, og med bruk av muntlige/ordrette sitater, illustrasjoner og til og med allusjoner og metaforer (Stake 1978). Casestudier tilstreber dermed ofte hva Geertz kalte tykke beskrivelser (Thagaard 2003). Sammenlikninger er i slike rapporter implisitte heller enn eksplisitte. Tema og hypoteser kan være viktige, men de er underordnede i forhold til å forstå casen.

Casestudier blir ofte inndelt i singlecase- og multiplecasestudier (Yin 1989). Dette refererer til hvor mange caser som er målet for undersøkelsen. I enkelte undersøkelser, bruker man bare en case (singlecase), mens man i andre undersøkelser undersøker flere caser (multiplecase). Kruuse (1999) påpeker at man må være nøye på å skille mellom multiplecasestudier og undersøkelser av små grupper. Det vil ofte være nødvendig å gjøre en avveining om man ønsker å bruke en eller flere caser. Hvis man bare har ett eller to caser vil man ha muligheten til å gå dypere, og samle mer informasjon om den enkelte casen og dermed få en dypere forståelse av casen/casene. Men hvis man velger å ta for seg flere caser vil man kunne få mer informasjon om variasjonen i de ulike casene som finnes, men samtidig blir kjennskapet til den enkelte casen redusert. Siden målet med en casestudie er å få mye

informasjon om hver enkelt case, vil det å bruke for mange caser være en svakhet i metoden (Ragin 1994). I min oppgave bruker jeg en case som igjen kan deles i underkategorier. Hovedfokus er på safariindustrien i Botswana, og det er dermed dette som er min case. Denne casen er oppdelt geografisk i de to turistbyene Kasane og Maun, i tillegg kan hver enkelt operatør regnes som en egen case. Men ved å gjøre små "casestudier" av de enkelte operatørene og de to turistbyene mine ønsker jeg å samle informasjon om ett enkelt tema eller case, nemlig utgangspunktet mitt: safariindustrien i Botswana. Dette er en kvalitativ casestudie og målet mitt er å identifisere mekanismer og prosesser innen bransjen, ikke gjøre statistiske generaliseringer på grunnlag av dataene mine.

### **Generalisering**

Målet med generalisering er kontroll og muligheten for å komme med forutsigelser. Generaliseringer vil alltid komme til kort i forhold til full forståelse (Lincoln & Guba 2000). Når man hører ordet generalisering er det vanlig å tenke på statistisk generalisering, siden det er i den forbindelse det oftest blir brukt. Det er på bakgrunn av dette at mange hevder at det ikke er mulig å generalisere ut i fra casestudier. Dette fordi man ikke kan trekke statistiske slutninger som kan sies å gjelde hele populasjonen, ettersom man ikke har et (statistisk) representativt utvalg, da casen ofte er selektivt valgt av forskeren, og fordi man analyserer for få enheter til å kunne generalisere statistisk (ofte har man bare én enhet).

*Statistisk generalisering* er den formen for generalisering man gjennomfører i et kvantitativt forskningsopplegg. Målet med en slik type generalisering er å trekke slutninger fra et representativt utvalg til en populasjon. Denne formen for generalisering krever at man følger en rekke regler i forhold til statistisk metode. Statistisk generalisering er ikke forenlig med kvalitativ metode, siden utvalget som brukes i slike undersøkelser både er for lite til å foreta en slik generalisering, og fordi at utvalget aldri vil være representativt i forhold til populasjonen (Yin 1989). Men det finnes også andre typer generaliseringer:

*Naturalistisk generalisering* er den type generalisering alle individer gjør for å lage system i sine egne erfaringer og kunnskaper. Denne typen generalisering er i stor grad basert på taus kunnskap. Det vil si den kunnskapen som man husker, utenom det som man husker i form av ord, symboler eller andre retoriske former (Stake 1978). "Naturalistisk generalisering er basert på personlige erfaringer og "gir forventninger heller enn formelle forutsigelser"(Kvale 1997 s161). Denne formen for kunnskap gjør oss i stand til å *forstå* verden. Stake (1978) skiller mellom å forstå og forklare, og påpeker at det ikke alltid er et mål

å forklare verden, men at en forståelse av verden, lik den man oppnår ved naturalistisk generalisering, kan være vel så viktig i mange tilfeller. Han påpeker at dette vil komme an på publikummet for resultatene. Hvis resultatene skal publiseres i et tidsskrift eller andre typer vitenskapelige publikasjoner vil naturalistisk generalisering ikke alltid være tilstrekkelig, men hvis målet er at resultatene skal brukes i planlegging og liknende, og leses av ikke-akademikere, vil en naturalistisk generalisering være den beste formen for formidling av kunnskap. Det vil si at man presenterer en detaljert casestudie og så vil leseren i lys av sine egne erfaringer trekke slutninger i forhold til studien.

*Analytisk generalisering* er en form for generalisering som ofte brukes i kvalitativ metode. Denne formen for generalisering baserer seg på at man ut i fra sine resultater argumenterer logisk for i hvilken grad, og under hvilke forutsetninger, resultater fra en undersøkelse kan sies å gjelde i flere tilfeller. Dette forutsetter at forskeren har gjort godt rede for analyseprosessen og sin egen førforståelse. Målet er at "en leser som inntar samme perspektiv som forskeren har uttrykt, også kan se det forskeren så, uansett om han er enig i dette eller ikke" (Giorgio 1975 sitert i Kvale 1997: 137). Analytisk generalisering innebærer å diskutere overførbarhet og utvikle teori.

Ved statistisk generalisering finner man fellestrekk ved å undersøke mange enheter og abstraherer gjennom generaliseringen (siden det er funnet en korrelasjon mellom kniv og drap så abstraherer man til drapsvåpen, for å finne denne korrelasjonen må flere tilfeller undersøkes), ved analytisk generalisering undersøker man ett eller noen få tilfeller nøye, for å finne nødvendige relasjoner og generaliserer dermed ved abstraksjon (siden en kniv er en spiss og kvass gjenstand som kan trenge gjennom menneskelige organer vil den kunne brukes til drap, her er det nok å undersøke én kniv) (Mitchell 2000). Det er ulike oppfatninger om det er forskerens jobb å gjøre denne formen for generalisering eller om det er leserens oppgave (Kvale 1997). Det vanlige er at det er forskeren som utfører denne oppgaven, men det krever som sagt at forskeren gjør nøye rede for sin argumentasjon.

Jeg vil i denne oppgaven benytte meg av analytisk generalisering.

## **Feltarbeid**

Jeg var på feltarbeid i Botswana fra 14. januar til 14. april 2005. Hoveddelen av mine intervjuer ble gjort i Maun og Kasane med safarioperatører der. Maun og Kasane ble valgt ut siden de begge er sentre for turisme i Botswana Dette er på grunn av deres beliggenhet i



forhold til nasjonalparkene Chobe og Moremi. I tillegg oppholdt jeg meg en periode i hovedstaden Gaborone for å samle bakgrunnsinformasjon.

Målet mitt var i utgangspunktet å bruke snøballmetoden (Thagaard 2003). Dette går ut på at nøkkelinformantene introduserer meg for andre intervjuobjekter, det vil si at man får kontakt med noen informanter tidlig i prosessen, og hvis disse nøkkelinformantene viser seg å gi den informasjonen man trenger kan de presentere deg for andre informanter.

Svakheten ved snøballmetoden er at man kan risikere at de man blir presentert for har samme syn som nøkkelinformanten, slik at man kan få presentert færre syn enn om man fant informanter på andre måter. Siden safarioperatørene på de to stedene er relativt avgrensede og ikke deler av en og samme organisasjon, viste det seg at det var lettere å kontakte hvert enkelt selskap på egenhånd. Jeg fikk selvsagt hjelp av dem jeg ble kjent med i forhold til å finne hvilke operatører som fremdeles var i drift i området, og også i forhold til hvilke personer i firmaet som jeg ville få mest ut av å prate med. Men dette kom ofte i etterkant av at jeg selv hadde tatt initiativ til å kontakte bedriften. De jeg bodde hos i Kasane var også veldig opptatt av at jeg skulle få se bredden av det som fantes av safaribedrifter, og hjalp meg med å få informasjon om de ulike typer av bedrifter.

Målet mitt var å intervju 15-20 operatører. Jeg intervjuet 16 operatører, men ett intervju ble ødelagt på grunn av tekniske problemer med mini-disc opptakeren. Jeg har dermed 15 intervjuer med ulike operatører, mot slutten merket jeg at jeg begynte å oppnå en meningsmetning (Thagaard 2003), det vil si at intervjuer med nye informanter ikke ga ny informasjon, dermed har jeg de intervjuene jeg trenger.

Intervjuobjektene ble valgt ut i fra HATABs (Hospitality and Tourism Association of Botswana) oversikt over medlemmer. I tillegg fikk jeg lister fra Departement of Tourism (DoT) i både Kasane og Maun til å supplere med, siden ikke alle safarioperatører er medlemmer av HATAB. Problemet med begge disse listene var at de ikke var spesielt godt oppdatert. Det var mange av operatørene som var på listene som ikke lenger var i drift, i tillegg til at de manglet mange nye operatører. HATAB-listen inneholdt dessuten bare medlemmer av HATAB. Dette problemet løste jeg ulikt på de to ulike stedene. I Kasane fikk jeg hjelp av en safarioperatør jeg kom i kontakt med til å skrive opp de nye og til å slette de som ikke lenger var i drift. I Kasane var dette en grei løsning, siden det er en liten by og alle operatørene kjenner hverandre, i tillegg var det ikke mer enn totalt cirka 15 operatører på det tidspunktet jeg utførte mitt feltarbeid. Jeg trengte heller ikke å ta hensyn til safaribedriftenes beliggenhet siden jeg hadde tilgang på transport. I Maun fikk jeg også noe hjelp av lokale safarioperatører til å oppdatere listene, men siden dette er en mye større by med mer enn 60

safaribedrifter, var det vanskelig å få oppdatert listen fullstendig. I Maun hadde jeg også et problem med transport siden området er stort og jeg var avhengig av offentlig transport. Så der ble bedriftene valgt ut i fra kontorenes beliggenhet i forhold til offentlig transport, i tillegg til at et par av intervjuobjektene ble intervjuet på Okavango River Lodge der jeg bodde.

Under følger en oversikt over de selskapene jeg gjorde intervjuer med:

**Tabell 1: Oversikt over informanter i Kasane**

<b>Operatører</b>	Foto/ Jakt	Lokal/ utenlandsk	Luksus/ lavbudsjett	Svart/ hvit	Nasjonalpark/ WMA
AfroVenture	F	U	Luksus	H	N
Thebe River safaris	F	L	Lav	H	N
Kalahari Safaris	F	L	Begge	H	N
Blackbeard and Hepburn	J	L	Luksus	H	WMA <sup>1</sup>
African Odyssey	F	U	Luksus til mid	H	N
Chobe Chilwero	F	U	Luksus	H	N
Chobe Safari Lodge	F	L	Lav til Mid	H	N
Nsundano Safaris	F	L	Lav til Mid	S	N + annet <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Brukte Community Areas, <sup>2</sup>drev også med dagsturer til Zimbabwe samt transport til og fra flyplass

**Kilde:** Feltarbeid 2005

**Tabell 2: Oversikt over informanter i Maun**

<b>Operatører</b>	Foto/ Jakt	Lokal/ utenlandsk	Luksus/ Lavbudsjett	Svart/ Hvit	Nasjonalpark/ WMA
Ulinda Safaries.	F	L <sup>1</sup>	mid	H	N/WMA <sup>3</sup>
Untamed Safaries	F	U	Luksus→lavbudsjett	H	WMA+N <sup>2</sup>
Kwando Safaries	F	L	Luksus	H	WMA
Okavango Wilderness Safaries	F	U	Luksus til mid	H	WMA
Ker & Downey	F	L	Luksus	H	WMA
Gunns Camp	F	L	Lav til mid	H	WMA
Audi Camp	F	L	Lav til mid	H	N/WMA <sup>3</sup>

<sup>1</sup>Eieren har nylig fått botswansk statsborgerskap, <sup>2</sup>opererer som reisebyrå <sup>3</sup>bruker community Areas

**Kilde:** Feltarbeid 2005

Selskapene jeg gjorde intervjuer med representerer en blanding av lokalt eide, utenlandsk eide og joint ventures. Noen av dem opererer innen nasjonalparkene, og noen opererer i Wildlife Management Areas (WMA) i tilknytning til nasjonalparkene, av disse har noen egne avtaler med staten, mens andre igjen opererer via ”community areas”. Noen av operatørene har egne overnattingssteder eller faste campingplasser, mens andre driver mobile safarier og noen kun opererer dagsturer. I tillegg er operatørene en blanding av luksus-, mellom- og lavbudsjett alternativer, enkelte operatører har også operasjoner i flere av kategoriene. De aller fleste driver fotografisafarier, men jeg har også intervjuet en jaktoperatør, grunnen til at jeg ikke intervjuet flere, er at jaktsafari er et nisjeprodukt målt i antall kunder og jeg ønsket derfor å ha hovedfokus på fotografisafarier. Jeg føler dermed at målet mitt med å få et overblikk over ulike aspekter ved safariindustrien i Botswana oppnås ganske godt.

Det var forholdsvis lett å få tak i informanter og alle, bortsett fra et av selskapene jeg kontaktet, tok seg tid til å snakke med meg. Jeg hadde nok en stor fordel av tidspunktet jeg var der på, siden perioden fra jul og til mai er lavsesong og operatørene dermed hadde god tid til å treffe meg, i og med at det ikke var så mye å gjøre. I tillegg til intervjuene med operatørene som jo var hovedfokus, intervjuet jeg også en del andre for å få bakgrunnsinformasjon om temaet. I Gaborone intervjuet jeg representanter fra de frivillige organisasjonene The World Conservation Union (IUCN), Kalahari Conservation Society og The Hospitality and Tourism Association of Botswana (HATAB), som er en interesseorganisasjon for turismenæringen. Jeg intervjuet også representanter fra Department of Wildlife and National Parks og Department of Tourism, disse er underlagt Ministry of Environment, Wildlife og Tourism.

En svakhet med utvalget mitt er at jeg bare har intervju med en svart operatør. Grunnen til dette er at mange av de selskapene som er drevet av svarte er nystartede og dermed ofte ikke på listene, de er ofte også dårlig markedsført siden de er i oppstartsfasen og dermed ikke så lette å finne. De operasjonene som drives av svarte retter seg ofte i stor grad mot det lokale markedet og er sjeldnere rene ”safari”-bedrifter, men heller ”støttebedrifter” som tar seg av overnatting, matservering og liknende. Siden safariindustrien til nå i stor grad har vært dominert av hvite, og det først er i den siste tiden at også de svarte har kommet på banen, hadde det vært interessant å få høre deres synspunkter på det å drive safari i Botswana, for dermed å se om svarte opplever andre barrierer enn hvite.

## Intervjuer

Jeg har først og fremst benyttet meg av halvstrukturerte dybdeintervjuer. Dybdeintervjuer er forholdsvis omfattende, målet er å få mye informasjon om få temaer fra hver enkelt informant. Kvalitative forskningsintervjuer utføres i de aller fleste tilfeller av forskeren selv. I følge Thagaard (2003) er det et viktig poeng i kvalitativ forskning at forskeren bruker seg selv og den situasjon som oppstår til å få så mye informasjon som mulig. Ved et halvstrukturert intervju har man notert visse spørsmål som man ønsker svar på, men intervjueren kan følge opp interessante emner informantene kommer inn på og stille oppfølgings spørsmål underveis (Kvale 1997). På denne måten er man ikke like bundet av spørreguiden som ved strukturerte intervjuer. Dette er en fleksibel form for intervjuing som egner seg bra for å få mye og detaljert informasjon om få emner. Det er mulig å gå i dybden og intervjuobjektet kan også gjøre forskeren oppmerksom på ting han eller hun ikke tenkte på når spørreguiden ble utarbeidet (Kvale 1997). Ved bruk av strukturerte intervjuer med faste rammer er dette vanskeligere.

Informantene mine fikk utdelt et informasjonsskriv om prosjektet mitt i forkant av intervjuet, noen fikk det tilsendt på mail eller utlevert når vi avtalte intervjuetid, men de fleste fikk det utdelt rett før intervjuet.

En styrke ved mine intervjuer er at jeg ikke var avhengig av tolk, og at de fleste jeg intervjuet hadde engelsk som morsmål, og det var dermed ikke noe problem å kommunisere. De som ikke hadde engelsk som morsmål hadde engelsk som arbeidsspråk og siden safariindustrien er internasjonal stilles det store krav til gode språkkunnskaper, så også her var det tilnærmet problemfritt å kommunisere.

Det å være outsider er ofte et problem når man gjør feltarbeid og da særlig i utlandet. Jeg opplevde ikke dette som noen stor barriere, man er selvsagt utenfor miljøet, men dette kan også være positivt. Jeg opplevde at dette i enkelte tilfeller var en styrke mer enn en svakhet og opplevde flere ganger at informantene mine var overrasket over spørsmålene mine og dermed ble tvunget til å tenke over problemstillinger de ikke hadde tenkt på tidligere, og at de selv også så dette som positivt. Når det gjelder det å være utlending, var dette ingen ulempe for meg, i og med at safarimiljøet er internasjonalt. I tillegg retter det seg mot et vestlig marked og dermed er en del av problemstillingene deres knyttet til et vestlig konsept i en afrikansk setting. Jeg opplevde dermed at det var en fordel at jeg var utlending og dermed hadde større forståelse for denne forskjellen. Så sånn sett var jeg en *outsider* i forhold til at jeg kom utenfra industrien, mens jeg samtidig var *insider* i det internasjonale miljøet i større grad enn det en lokal student ville ha vært.

## **Transkribering**

De fleste av intervjuene mine ble tatt opp på mini-disc, overført til pc-en og transkribert. Grunnen til at ikke alle ble tatt opp på bånd var enten fordi intervjuobjektet ikke ønsket at jeg skulle bruke opptaker, eller fordi jeg hadde flere intervjuer på samme dag, slik at jeg ikke hadde mulighet til å få ladet batteriet i opptakeren. Fordelen ved å ta opp intervjuene er at man får med seg mye mer informasjon enn det man klarer når man bare skal notere. Med min mangel på erfaring med intervjusituasjonen mener jeg at det er en styrke å ha tatt opp en stor del av intervjuene. I begynnelsen er man svært bevisst sin egen rolle som intervjuer og dermed ikke like oppmerksom på hva intervjuobjektet sier, når man da har båndene som støtte er man sikker på å få med seg all informasjonen. Jeg opplevde også at jeg faktisk fikk ny informasjon når jeg transkriberte intervjuene, informasjon jeg ikke hadde fått med meg når jeg utførte intervjuet. En stor ulempe med å ta opp intervjuene er at transkriberingen er en svært arbeids- og tidkrevende prosess. Et dilemma i forhold til å ta opp intervjuer på bånd er om dette vil føre til at intervjuobjektet ikke slapper av og/eller ikke ønsker å dele like mye informasjon når de vet det de sier blir tatt opp på bånd. Jeg opplevde ikke dette som noe stort problem under mitt feltarbeid. Jeg spurte alle på forhånd om det var greit at jeg tok opp intervjuet, det var enkelte som ikke ønsket at jeg skulle ta opp intervjuet, og i de tilfellene lot jeg være. Det virket heller ikke som om folk ble hemmet av opptaket. Jeg poengterte at opptakene kun var for å spare tid i intervjusituasjonen og at de uansett kunne gi beskjed om det var temaer de ikke ønsket å bli sitert på, og dermed kunne prate fritt. I tillegg er få av temaene mine så sensitive at intervjuobjektene mine var redd for å bli sitert, det var kun ett av intervjuobjektene mine som ikke ønsket å bli sitert på enkelte av sine utsagn. Vi ble dermed enige om at alt han sa skulle anonymiseres med mindre jeg fikk tillatelse til å bruke sitatene hans. Selv om det bare var én informant som var i tvil om han ville bli sitert har jeg valgt å delvis anonymisere alle informantene som er representanter for safariselskap ved å bare referere til safariselskapet. Informantene mine fra administrasjonen i Botswana har jeg derimot ikke anonymisert siden disse blir identifisert med tittel og en anonymisering av navn dermed ikke ville gitt noen stor effekt.

## **Deltakende observasjon**

En del av informasjonen jeg samlet kom også fra deltakende observasjon. Under mitt opphold i Kasane bodde jeg på The Garden Lodge. Dette er en lodge i mellomprisklasse, som i all

hovedsak har europeiske gjester, en stor andel av disse er tyskspråklige siden den ene eieren og daglig ledere er tyske.

Deltakende observasjon er en metode som involverer det å leve og jobbe i et samfunn/miljø, for å forsøke å forstå folks (oppfatning av sin) egen hverdag (Cook 1997). En av styrkene til deltakende observasjon er ifølge Dowler (2001) muligheten til å studere oppførsel i sin naturlige sammenheng.” En deltakende observatør samler data ved å delta i dagliglivet til den gruppen eller organisasjonen han studerer” (Eyles 1988:30 egen oversettelse). Eyles (1988) deler deltakende observasjon inn i fire idealtyper; *fullstendig deltaker* der forskeren skjuler sin forsker rolle og opptrer ”skjult” for de han eller hun forsker på; *deltaker som observatør* der forholdet mellom forskeren og de andre er definert ut i fra forskningen; *observatør som deltaker* der særpreget av forskerens rolle er bestemt av utgangspunktet og *fullstendig observatør* der det ikke er noen kontakt mellom forsker og de/den som blir forsket på (Eyles 1988). I mitt tilfelle endte jeg dermed opp som *observatør som deltaker*, i og med at observasjonen ble bestemt ut i fra hvilke oppgaver jeg hadde på lodgen og ikke ut fra hva jeg selv ønsket å oppnå. I mitt tilfelle var dette en ideell løsning i og med at jeg slapp å trenge meg på, og heller var til hjelp under min observasjon enn til bryderi. Siden oppholdet mitt der var over tre uker, var det også en fordel å ikke være en byrde.

I følge Ian Cook (1997) er det første du må tenke på når du skal gjennomføre deltakende observasjon muligheten for *tilgang* til miljøet du skal forske på. Mange miljøer er lukkede, eller det krever en ”avgift” for å få tilgang, for eksempel festivalpass til en musikkfestival. Det er også viktig å tenke på at det kan ta lang tid å få tilgang via såkalte ”portvakter”. I mitt tilfelle fikk jeg *tilfeldigvis* tilgang til et miljø. Målet mitt var i utgangspunktet ikke å bruke deltakende observasjon i mitt feltarbeid, men fordi prisene på overnatting i Botswana er så høye, sendte jeg en del E-post rundt til ulike overnattingssteder for å få tilbud om billig overnatting. Jeg ble dermed tilbudt å bo gratis på The Garden Lodge. På denne måten fikk jeg mulighet til å drive deltakende observasjon. Jeg slapp dermed også å betale den ”avgiften ” som vanligvis kreves for å få tilgang til et slikt miljø. Jeg fant ut at jeg hadde en fin mulighet til å få innsikt i hvordan slike steder drives. Det var også en mulighet for meg til å bli kjent med og prate med arbeidere innen denne typen virksomhet og også få innsikt i hvordan turistene oppfatter tilbudet de får. Siden jeg ikke har noen intervjuer med turister, i og med at dette heller ikke er del av prosjektet mitt, var det verdifullt å prate med turister for å få deres syn på enkelte saker.

Når man har fått tilgang til miljøet er det også viktig å finne ut hva slags *rolle* man ønsker å innta (Cook 1997). Han skiller mellom skjult og åpen, dette refererer til hvorvidt de

man forsker på får vite om man er forsker, eller om man holder dette skjult. Man kan også innta en mellomposisjon der man er åpen om at man er forsker men holder tilbake noe informasjon om prosjektet. Det er også et poeng her å bestemme i hvor stor grad man vil *delta* i miljøet eller om man bare vil observere. Dette finnes det som nevnt over også grader av deltakelse, det er ikke enten full deltakelse eller bare observatør. I mitt tilfelle var jeg åpen om at jeg var forsker og at jeg var i Botswana nettopp for å forske på safariindustrien, men jeg gjorde ikke noe poeng av at det jeg gjorde når jeg var til stede på Lodgen også var forskning. Jeg fokuserte på at det var intervjuene mine som var den viktige delen av forskningen min. På denne måten var jeg ærlig i forhold hvem jeg var, uten at jeg direkte informerte dem om at også mitt opphold på lodgen var del av prosjektet mitt.

### **Informasjonskilder**

I tillegg til intervjuene mine hadde jeg uformelle samtaler med mange operatører og ansatte i bransjen under mine opphold i Maun og Kasane. I Kasane hadde jeg som nevnt også muligheten til å drive deltakende observasjon på en Lodge. Da jeg bodde i Maun var fellesarealet på stedet jeg bodde den lokale baren, der mange av de lokale operatørene var stamkunder. Det var også lavsesong da jeg var der noe som nok førte til at det var flere gjester enn vanlig fordi mange hadde mye fritid. Jeg fikk dermed diskutert en rekke temaer innen safaridriften på en uformell måte. Disse uformelle samtalene var veldig nyttige for meg, blant annet fordi jeg fikk innsikt i en rekke temaer som angikk safaridriften som intervjuene mine muligens ikke ville ha fanget opp, noe jeg senere fikk mulighet til å ta opp i intervjuene mine.

I tillegg til disse uformelle samtalene fikk jeg også tak i en rekke rapporter fra blant annet Department of Tourism, IUCN, min kontaktperson på Centre for Applied Research, dr. Jaap Arntzen og The Government Book Shop i Gaborone, der de solgte opptrykk av lover, regler, en del statistikk og policy dokumenter. Disse brukes som bakgrunnsstoff i oppgaven.

### **Troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet**

Reliabilitet, validitet og generalisering er viktige begreper i kvantitativ metode. Disse begrepene har også ofte blitt brukt i forbindelse med kvalitativ metode. Thagaard (2003) bruker i stedet troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet i kvalitativ metode.

*Troverdighet* går på om forskningen utføres på en tillitvekkende måte og er knyttet til utviklingen av data (Thagard 2003).

”Troverdighet kan altså både knyttes til kvaliteten av den informasjon prosjektet baserer seg på, og til vurderinger av hvordan forskeren anvender og videreutvikler informasjon fra felten”.(Thagaard 2003:178).

*Bekreftbarhet* omhandler kvaliteten av tolkningen i et forskningsprosjekt. Bekreftbarhetene avhenger både av at forskeren forholder seg kritisk til sin egen tolkning og om den forståelsen forskeren kommer frem til støttes av annen forskning.

I stedet for generalisering brukes begrepet *overførbarhet*, med dette menes vurderingen om tolkninger basert på *en* enkelt undersøkelse kan gjelde i andre sammenhenger.

”Forskningsresultatene troverdighet og overførbarhet er avhengig av at grunnlaget som kunnskapen hviler på, gjøres eksplisitt. Det innebærer å gjøre rede for fremgangsmåten under datainnsamling, opplegg for analyse og hvordan resultatene tolkes.” (Thagaard 2003:11)

Analytisk generalisering som involverer en ”begrunnet vurdering av i hvilken grad funnene fra en studie kan brukes som en rettledning for hva som kan komme til å skje i en annen situasjon” (Kvale 1997:161). Denne formen for generalisering er sammenfallende med Thagaards begrep overførbarhet.

Jeg har i dette kapitlet gjort godt rede for fremgangsmåten ved min datainnsamling og i tillegg gjort rede for problemer og utfordringer i denne prosessen og hvordan jeg har taklet disse utfordringene. Jeg vil derfor hevde at dataene som er brukt i denne oppgaven har en høy grad av troverdighet. Jeg har også i stor grad gjort rede for hva som er mine egne tolkninger og diskutert disse, samtidig som jeg har funnet annen forskning som støtter mange av mine poenger. Dermed må det sies at oppgavens bekræftbarhet er god.

### **Oppsummering**

Jeg har i dette kapitlet gjort rede for mitt teorivalg og for min innsamling av data, samt utfordringer ved datainnsamlingen. Jeg har også gjort rede for hvilke informasjonskilder jeg benytter meg av i oppgaven. Flere av disse kildene vil ikke brukes eksplisitt i oppgaven min, men har vært med på å gi meg nyttig bakgrunnsinformasjon som har økt min innsikt i safarinæringen i Botswana. Jeg har også vurdert dataenes troverdighet og bekræftbarhet.



## BAKGRUNN

### Botswana som turistdestinasjon

Turismen har vokst markant over hele verden de siste 30 årene, og er nå verdens raskeste voksende industri (Stevens & Jansen 2002). Økningen antas å ville fortsette det neste tiåret, og man regner med at over en milliard utenlandsreiser vil bli foretatt i 2010. Antall reisende til Sørlege Afrika er ventet å øke med 7,3% i perioden fra 1996-2020 (BTDP 2000). Sør-Afrika er for tiden det landet med størst besøk, men Namibia og Botswana har hatt den største veksten i de senere årene. Ved frigjøringen var turismen i Botswana så og si ikke-eksisterende, men har de siste 30-35 årene hatt en stor økning. Antallet ferierende til Botswana økte med 90% fra 1993 til 1998, fra 106, 800 til 203,172 personer (BTDP 2000). Fra 2001 har man hatt en midlertidig nedgang i turismen verden over, dette kommer jeg nærmere inn på under.

Botswana har som nevnt hatt en rask velstandsutvikling på grunn av inntekter fra diamantutvinning. Men som de sier i Botswana: "Diamonds are not forever". Myndighetene i Botswana har innsett at økonomien i landet er altfor avhengig av diamantutvinningen. Dette har de tatt konsekvensene av, og er bevisst at de må jobbe aktivt for å differensiere økonomien i landet. Et viktig satsningsområde er turisme, og da spesielt safariturisme. Turistnæringen hadde i 1999 over 10 000 ansatte, dette tilsvarer 4,5% av arbeidsplasser i formell sektor i Botswana (Mbaiwa 2005b). Siden Botswana også har en *offisiell* arbeidsledighet på ca 24% (Republic of Botswana 2005), og en *uoffisiell* arbeidsledighet på rundt 40% (McIntyre 2003) er det viktig å satse på en sektor som genererer arbeidsplasser. Turisme blir regnet som en god næring i så måte: for det første er den arbeidsintensiv, i tillegg regnes det som enkelt å kunne skape arbeidsplasser fordi det ikke kreves en stor grad av utdanning for å jobbe i sektoren.

Botswana er en av sørlige Afrikas mest populære turistdestinasjoner. Turismen er i hovedsak basert på natur og naturopplevelser (Stevens & Jansen 2002), ettersom Botswana har et rikt dyreliv og en flott natur. På grunn av et forholdsvis høyt prisnivå i landet, og en bevisst politikk fra myndighetene er Botswana en relativt dyr destinasjon, og regnes derfor som et svært eksklusivt reisemål. Myndighetene har bevisst prøvd å oppnå dette for å unngå stor slitasje på naturområdene, som jo tross alt er det viktigste for turismen i landet. Botswana har i motsetning til sine naboland ikke så mange andre typer attraksjoner som tiltrekker turister. Det vil si at det som finnes av kulturminner og liknende ligger forholdsvis spredt rundt i

landet, og avstandene er så store at det dermed ikke blir særlig attraktiv for den jevne turist. Det må nevnes at også på turismeområdet er myndighetene veldig bevisst på å prøve å differensiere turismeproduktet for å kunne tiltrekke seg flere turister til landet, uten at dette ødelegger de sårbare naturområdene i landet (BTDP 2000).

På 1980-tallet hadde man problemer med mange turister og stor slitasje i parkene, særlig Chobe var veldig påvirket av dette. Det var særlig sørafrikanske turister som kjørte med egen bil og hadde med seg alt de trengte hjemmefra. Dette førte til at de ikke bidro til økonomien i noen særlig grad, i tillegg til at slitasjen i parkene ble svært høy. For å unngå denne slitasjen og få ned antall besøkende, ble det bestemt at man skulle gange inngangsavgiftene til parkene med ti (McIntyre 2003). Dette var svært revolusjonerende den gang, selv om dette i dag er et vanlig virkemiddel. Det viste seg å være svært effektivt, og dermed var tanken om ” low volume- high value”-turisme født

### **Dagens situasjon**

Turismen i Botswana er påvirket av det som skjer rundt om i resten av verden. En rekke hendelser i verden de siste årene har gjort at man har fått en midlertidig nedgang i den globale turismeveksten. Dette har selvsagt også påvirket Botswana. Det ble tidligere drevet markedsføring i samarbeid med blant annet Zimbabwe (Mcintyre 2003). Den politiske situasjonen i Zimbabwe har i de siste 6-8 årene vært ustabil, dette har også påvirket turismen i Botswana, da mange turister har fryktet at uroligheter i Zimbabwe vil kunne spre seg til Botswana. Terroranslagene mot USA 11.september 2001, bombeangrepet på Bali (2002), SARS (2003), krigen i Irak (2003), bombeangrepet på Bali (2002) og Tsunamien (2004) er dramatiske ting som har påvirket folks reiselyst (Wilks et al. 2006). I tillegg har en generell nedgang i kjøpekraften til amerikanske kunder vært viktige årsaker til at turismen i Botswana har hatt noen tøffe år. Dette vil jeg komme nærmere inn på i analysekapitlet.

Turismen har tradisjonelt vært dominert av utenlandske aktører. Det er mange grunner til dette, tilgang til kapital og erfaring er to av de viktigste grunnene. Turismen har også vært tilrettelagt for vestlige kunder og man har hatt og har til dels ennå en enklaveturisme (Mbaiwa 2003). Enklaveturisme er turisme som er konsentrert i fjerntliggende områder, og hvor fasilitetene og deres lokalisering ikke tar hensyn til de omkringliggende lokalsamfunnenes ønsker og behov. I tillegg er de varene og tjenestene som blir tilbudt her utenfor økonomisk rekkevidde for lokalbefolkningen. Inntektene fra denne typen turisme har liten påvirkning på den lokale økonomien (Mbaiwa 2003). Dette bidrar til at lokalbefolkningen føler seg utelatt

fra turismen og dermed føler at den ikke angår dem. Dette kan være med på å bidra til negative følelser overfor turister og operatører fordi de bruker *deres* land til å drive *sin* turisme. Enklave turisme kan også føre til økt fattigdom hos vertsbefolkningen, dårlige arbeidsmuligheter for lokalbefolkningen og lekkasje av inntekter til industriland (Ceballos-Lascurain 1996).

Det er flere av turismebedriftene i landet som har lokalt eierskap eller joint venture der lokale eierinteresser er involvert. Selv om det lokale eierskapet har økt noe er de store safariselskapene fremdeles i stor grad utenlandsk eid. Så selv om de lokale aktørene er i vekst er det fremdeles stor vekt av utenlandske aktører i næringen

### **Safariturisme som feriealternativ**

Safari i Botswana er som nevnt et forholdsvis dyrt feriealternativ, og de fleste som drar på ferie til Botswana er turister med relativt god økonomi, dette gjelder selvsagt spesielt de som reiser på ferdigurer (opplegg der mat, transport og overnatting er inkludert). Ifølge mine informanter er den største andelen av deres kunder fra Europa, USA, Australia og New Zealand; såkalte vestlige land. I tillegg er det også noen turister fra Sør-Afrika, men det ser ut til at mange av de sørafrikanske turistene ofte drar på egenhånd, der de kjører selv og har med eget campingutstyr. Sørafrikanske turister er også ofte mer bundet av skoleferier og liknende og kommer dermed i enkelte perioder av året, mens turister som ikke er fra regionen er spredt ut over en større del av året.

Informantene hevder at den største andelen av turister enten er unge par på bryllupsreise eller godt voksne mennesker: ”..there is an old saying that all the safariindustry’s customers are newly wed or nearly dead” (Ker & Downey, Maun). Dette kan henge sammen med prisnivået, siden dette er en forholdsvis dyr form for ferie som man bare unner seg til bryllupsreisen, eller når man har jobbet i mange år og har bedre økonomi. I tillegg er ikke safari en spesielt barnevennlig ferieaktivitet, i og med at det innebærer en viss fare å være i nærheten av ville dyr. Dette er selvsagt ikke en risiko man trenger å tenke på når man drar på ferie, men barn vil ofte ikke være i stand til å ta beskjeder fra guider og liknende, særlig ikke hvis barna ikke har engelsk som morsmål og selv kan forstå beskjeder som blir gitt. Safari vil ofte også innebære en del venting, noe som ikke passer spesielt godt for små barn. Dette er kanskje også en grunn til at barnefamilier ikke utgjør den største kundegruppen for safarioperatørene. På campingsafarier eller liknende der overnatting ikke foregår i innegjerdete områder er det ofte også en nedre aldersgrense på 12 eller 16 år. På opplegg der

man har overnatting på ”trygge” steder er det ofte lov å ha med barn. Disse grensene varierer fra operatør til operatør og er ofte avhengige av turopplegget. På turer som innebærer mye fysisk aktivitet eller camping på områder som ikke er inngjerdete er det også ofte en øvre aldersgrense, dette er for å forsikre seg om at gjestene som er med er i grei fysisk form. Det er ofte anledning til å være med selv om man overstiger denne grensen såfremt man har legeattest på at man er i god form.

Høysesongen i Botswana er fra juli til og ut oktober som også sammenfaller med den tørre sesongen, mens lavsesongen er fra november til juni som i stor grad sammenfaller med regntiden. Men på grunn av en del aktivitet rundt juletid, regnes høysesongen av og til fra juli til januar. De fleste operatører har aktivitet året rundt, med færre kunder i lavsesongmånedene.

Jakt sesongen er fra april til september og her er det av naturlige grunner ikke noe aktivitet utenom sesongen. Grunnen til at man har høysesong fra juni til oktober er at det er vanskeligere å finne dyrene i regntiden, siden dyrene da ikke er avhengige av å trekke til vannhull og elver for å drikke. I tillegg er det i regntiden og tiden etter mye vegetasjon, det kan dermed være vanskeligere å oppdage dyrene, siden de lett kan gjemme seg i det høye gresset.

## **Oppsummering**

Botswana har lenge vært avhengige av inntekter fra gruvedrift og har hatt en rask velstandsøkning basert på denne inntekten. Det er nå en bevissthet om at man må differensiere økonomien, og turisme er et av de viktigste satsningsområdene her. Turismen i Botswana er i stor grad basert på naturturisme og er avhengig av et godt naturmiljø. Man har på grunn av en periode med mye slitasje på naturmiljøet satset på ” high value -low-volume” turisme og har i dag en sterk satsning på luksusturisme. Næringen er i stor grad dominert av utenlandske aktører, dette har ført til at man har fått enklaveturisme i flere områder.

## **ANALYSEKAPITTEL**

Jeg skal i denne delen identifisere barrierer for bærekraftig turismeutvikling, og se på hvordan disse barrierene kan brytes ned slik at turistnæringen kan bli mer bærekraftig. Det finnes en rekke eksterne faktorer som påvirker turistnæringen i Botswana. Med eksterne faktorer menes påvirkningsfaktorer som har opphav utenfor Botswana og som i stor grad er utenfor næringens og statens kontroll. Det er også en rekke interne faktorer som påvirker turistnæringen i Botswana. Mange av disse er hindringer for næringen og hindringer for lokal utvikling som følge av turismedrift. Disse faktorene er interne i den forstand at de gjelder lokale eller nasjonale forhold i Botswana, og at de potensielt sett kan påvirkes av staten og andre aktører i landet. Det er de interne faktorene som vektlegges sterkest i denne oppgaven.

### **Svingninger i verdensøkonomien og sterk pula-kurs**

Nedgangen i dollarkursen grunnet blant annet økte oljepriser har påvirket turismen i Botswana sterkt. Dollarkursen sank etter 11.september for så å ta seg raskt opp igjen, men fra slutten av 2002 og fram til våren 2005 da jeg gjennomførte mitt feltarbeid har dollaren vært svak. Pula-kursen har i samme periode holdt seg jevnt sterk. Dette har ført til lave inntekter for safarioperatørene:

“...it is really an industry that is struggling. It has struggled for the last five years, and to be honest in terms of Botswana’s development it is obviously very important. To this part of the country it is vital, ‘cause there is nothing else here.” (Ker & Downey, Maun )

Siden en stor andel av operatørene priser sine turer i dollar har de reelle inntektene sunket, samtidig som utgiftene har steget. Den største kundegruppen kommer som nevnt fra Europa og USA og dermed er operatørene sårbare for økonomiske svingninger i disse markedene. Tall fra 1999 antyder at 16% av gjestene i Moremi nasjonalpark var fra Nord-Amerika, 38% fra Europa og 46% fra andre land (Mbaiwa 2005a). I gruppen fra andre land er det en stor andel fra Sør-Afrika, disse er bare i liten grad kunder hos safarioperatørene siden de ofte kjører på egen hånd. Flere av operatørene sier at selv om de fremdeles har en forholdsvis stor andel amerikanske gjester, så har denne andelen gått noe ned de siste årene, og europeere er nå den desidert største kundegruppen til de fleste operatørene.

Fra januar 2002 økte prisen på råolje fra cirka 19 dollar fatet til cirka 55 dollar fatet ved utgangen av 2005<sup>11</sup>, prisene har også fortsatt og stige utover i 2006. I og med at bensin er en viktig innsatsvare i turistnæringen, og prisene på bensin avhenger sterkt av råoljeprisen har denne økningen vært en stor påkjenning for mange operatører, særlig i kombinasjon med fallende inntekter.

Endringer i utenlandsk valuta er det dessverre lite å gjøre med, her kan det kanskje være et poeng for operatørene å endre prissettingen sin. Dette er selvsagt et komplisert problem siden dette ikke bare handler om hvilken valuta man tar betalt i, men også om kundenes kjøpekraft. Økonomiske forhold andre steder i verden kan påvirke turismen i Botswana sterkt, og næringen er derfor sårbar for svingninger. Det er derfor et viktig poeng å differensiere kundegrunnet. Hvis man tiltrekker seg kunder fra ulike deler av verden vil ikke endringer i enkelte land eller regioner påvirke næringen i like stor grad som hvis man er avhengig av en enkelt gruppe. Siden disse økonomiske endringene ikke er noe man kan sikre seg mot er det dermed svært viktig å differensiere kundegrunnet og satse på flere markeder.

### **Turisters reisevillighet**

Afrika sett under ett er det kontinentet som har merket minst til nedgangen i turisme, og som raskest har tatt seg inn igjen. Det er mange grunner til denne nedgangen, og økte oljepriser og nedgang i dollarkursen spiller inn også her. Disse faktorene har ført til at prisene på utenlandsreiser for amerikanske kunder har økt relativt sett, dermed har færre hatt økonomi til å reise. En annen viktig grunn til at færre mennesker har valgt å reise er den økte terrorfaren rundt om i verden. Angrepet på World Trade Center 11. september 2001 og bombeangrep på blant annet Bali, Egypt og Madrid har bidratt til turistenes terrorfrykt. I tillegg til terrorangrep og økt terrorfare har utbrudd av smittsomme og dødelig sykdommer som SARS, Ebola og fugleinfluenza bidratt til at folk er mer engstelige for å reise. Da den politiske og økonomiske uroen startet i Zimbabwe helt på slutten av 90-tallet ble mange redd for å dra til Botswana, siden landet ligger så tett opp mot Zimbabwe. Situasjonen i Zimbabwe har ikke hatt noen innvirkning på sikkerhetssituasjonen i Botswana, bortsett fra at en økning av ulovlige immigranter til Botswana har ført til noe økt kriminalitet (DITSHWANELO 2006). I et intervju i reisemagasinet Discover Botswana i 2003<sup>12</sup> sier visepresidenten i Botswana at selv om den økte terrorfaren har ført til at enkelte land har vært tvunget til å endre deler av sin

<sup>11</sup> <http://www.ssb.no/emner/10/06/20/ogintma/tab-2006-09-21-08.html> 23.10.2006

<sup>12</sup> [http://www.discover-botswana.com/articles/khama\\_interview.php](http://www.discover-botswana.com/articles/khama_interview.php) 07.08.2006

turismepolitikk for å få bukt med terrorfaren, så har ikke Botswana ansett dette som nødvendig i noen særlig grad. Sikkerheten ved grenseoverganger og flyplasser er økt noe for å sikre publikum, men utover dette har man ikke gjort noen store endringer. Botswanas tidligere markedsføringsstrategi har spilt en rolle i denne sammenhengen, siden Botswana tidligere ble markedsført som en del av en ”pakke” der Zimbabwe blant annet var inkludert. Den botswanske visepresidenten Seretse Khama Ian Khama sier til Discover Botswana i 2003<sup>13</sup> at deres statistikk viser at terroranslaget den 11. september 2001 ikke har påvirket næringen i Botswana i noen særlig grad. De aller fleste operatørene fortalte derimot at de hadde opplevd en nedgang i turismen i en periode og at dette hadde påvirket dem sterkt: “Yes because last year and the year before when we had that SARS story, and the bombing, it also affected us, the (visitor) rates were down, 30-40% in some places. Top-end market and low-end: We all felt it!” (Thebe River Safaries, Kasane). Også tall fra Botswana Central Statistics Office viser at antall besøkende til landet med ferie som mål sank betraktelig i 2002 og 2003 sammenliknet med 2001. I 2001 var antallet besøkende med ferie som mål litt over 307 000<sup>14</sup>, mens det året etter var sunket til omkring 197 000<sup>15</sup>, i 2003 var tallet igjen økt til litt over 226 000, nyere tall er foreløpig ikke tilgjengelige. Botswana blir ansett som et sikkert land med lite kriminalitet, selv om kriminaliteten har økt noe de siste årene. Terrorfaren regnes også her som lav, selv om man må regne med at alle land kan være potensielle terrormål.

De fleste informantene var på tidspunktet for mitt feltarbeid mer optimistiske i forhold til fremtiden. Det hadde vært en liten oppgang i antall besøkende i løpet av 2004 og prognosene for 2005 så bra ut for de fleste. Dette viser allikevel at næringen i enkelte tilfeller kan være skjør og at eksterne faktorer kan påvirke turismen i stor grad.

De eksterne faktorene har som vist sterk påvirkningskraft og det er viktig å ta hensyn til effektene av disse. Det er viktig for Botswana å markedsføre seg som et trygt reisemål og å slå hardt ned på den økende kriminaliteten. Hvis turister oppfatter Botswana som et utrygt reisemål, vil turismen gå ned. Det er viktig å fortsette den linjen man har ført de siste årene ved å spre informasjon om at situasjonen i Zimbabwe ikke påvirker sikkerheten i Botswana, og at Botswana fremdeles er en trygg destinasjon. Man bør i politikken ta høyde for at turister i perioder har mindre mulighet eller mindre ønske om å reise. Det er derfor et viktig poeng å

---

<sup>13</sup> [http://www.discover-botswana.com/articles/khama\\_interview.php](http://www.discover-botswana.com/articles/khama_interview.php) 07.08.2006

<sup>14</sup> [http://www.cso.gov.bw/html/statsup/foredec\\_05.html](http://www.cso.gov.bw/html/statsup/foredec_05.html) 24.10.06

<sup>15</sup> Tallene dekker de som har angitt at de kommer til Botswana med *ferie* som formål. Det er mulig at tallene er høyere siden enkelte av dem som angir andre formål reiser på ferie i tillegg. I tillegg kan det være at en del tilreisende ikke angir formål for besøket eller oppgir feil kategori. Men siden disse feilkildene mest sannsynlig ikke har endret seg nevneverdig over tid er tallene gode indikasjoner på en trend.

differensiere markedene, å tiltrekke seg kunder fra ulike økonomiske grupper og ulike geografiske områder for å ha et jevnt kundegrunnlag også i nedgangstider.

## **STATEN**

Staten er en viktig aktør i turismeutviklingen i Botswana fordi de ønsker å differensiere økonomien og gjøre turismen til en nøkkelnæring i den botswanske økonomien.<sup>16</sup> Turisme er nå den næringen som er den nest største bidragsyteren til BNP i Botswana (Department of Tourism 2005). Staten er tilrettelegger for turismen og er med på å fremme turismen gjennom blant annet utarbeidelse og håndheving av turismepolitikken i landet, og markedsføring og utarbeidelse av lover og regler i forhold til turisme og andre områder. Staten setter også rammebetingelser for turismedrift og turismeutvikling i Botswana. Turismens bidrag til BNP er relativt høyt, sammenliknet med andre næringer, og turismeindustriens bidro i 1997 til 4,5% av BNP (Mbaiwa 2005a). Men denne andelen kunne vært mye høyere. Slik situasjonen er i dag opplever man store inntektslekkasjer. En av grunnene til at man får inntektslekkasjer er at forbindelsene til den lokale økonomien er såpass svake. Mye av grunnen til de svake forbindelsene er at mange av selskapene som opererer i Botswana har base i utlandet, dermed forsvinner en stor del av inntektene før de når Botswana. I 1997 anslo man at 71% av inntektene fra turismen forsvant fra landet, enten ved at pengene ble brukt i utlandet på flyreiser til Botswana og liknende, eller ved lekkasje på grunn av import (Mbaiwa 2005a). Lekkasjene skyldes også at staten i liten grad får inntektsskatt fra turismebedriftene på grunn av manglende implementering av skattepolitikken. Manglende implementering av turismeplaner er et vanlig problem i utviklingsland (Scheyvens 2002). Statens inntekter fra turismen kommer blant annet fra importavgifter, skatter og ulike typer avgifter. Siden staten i Botswana er en så viktig aktør i turismeutviklingen er det viktig å se på hvilke barrierer staten selv lager for næringen.

### **Botswanas turismepolitikk**

De fleste operatørene er i stor grad fornøyd med den politikken som føres i forhold til turismen og flere synes at administrasjonen både er kreativ og nytenkende:

---

<sup>16</sup><http://botswana.usembassy.gov/botswana/ccg2006ch1.html> 15.10.2006



” I’ll say this thing about Botswana, that the government has got no problems with their policies, they have very forward-thinking policies, very intelligent policies.”(Ker &Downey, Maun),

“It is not really bad, because looking at it nowadays most people in the government are starting to work hand in hand with the tourism industry”(Audi Camp, Maun).

Problemet er at det ofte tar lang tid før politikken blir implementert og at den i enkelte tilfeller ikke blir implementert i det hele tatt. Dette er som nevnt et vanlig problem i utviklingsland (Scheyvens 2002). En informant påpekte også at staten ofte er raske til å gå bort i fra ting som ikke fungerer med èn gang, i stedet for å forsøke å forbedre politikken eller lage endringer.

”It is frustrating sometimes because some of the policies work, and should work, and probably just need some tuning to fit into Botswana, but if they don’t work they just get scrapped. (Ker &Downey, Maun)”

Det ble også påpekt at ikke all politikk og alle retningslinjer er tilpasset situasjonen i Botswana, men i mange tilfeller kan være basert på konsulenthjelp utenfra og dermed ikke nødvendigvis det beste for Botswana. Innføringen av en såkalt Public Service Vehicle (PSV) Licence, en test som alle sjåførere som kjører kommersielt med passasjerer måtte gjennomføre, ble nevnt som et eksempel på dette. En slik bruk av konsulenter som har begrenset kunnskap om den konteksten de arbeider i blir frarådet fordi deres fokus ofte bare er på produktutvikling og dermed glemmes lett lokale forhold (Burns 1999).

Botswana har en bevisst strategi og politikk i forhold til vern, men også til turisme som sådan. Et av de viktigste punktene i Botswanas turismepolitikk er ” Low volume- high value”. Dette innebærer at man ønsket en politikk som førte til forholdsvis store inntekter og liten slitasje på miljøet. Dermed har man prøvd å utvikle en type luksussafariindustri, ved å tilby eksklusive alternativer til relativt få turister. Et av virkemidlene som brukes for å oppnå dette, i tillegg til relativt høye inngangsavgifter til nasjonalparkene, er regulering av antall overnattingsplasser i tilknytning til de vernede områdene (Mbaiwa 2005b). Dette har bare i noen grad vært vellykket. Denne ”Low volume- high value” strategien henger sammen med vernestrategien i landet, i tillegg er Botswana et relativt dyrt land sammenliknet med mange av sine naboland, slik at det ville være vanskelig å konkurrere med dem på pris.

Denne ” Low volume- high value” politikken har endret seg noe, og man ønsker nå å legge opp til et mer differensiert kundegrunnlag. Man vil fremdels bruke den samme strategien i særlig sårbare økologiske områder, som Chobe og Okavango, mens man ønsker en ”modified

high volume- mixed price” strategi i andre deler av landet (BTDP 2000). Dette betyr at man åpner for et høyere tak på antall turister i andre deler av landet, og at man dermed kan tilrettelegge for et blandet prissystem, der flere ulike segmenter av markedet er representert. Grunnen til at man ønsker å endre på politikken er ønsket om at turisme skal kunne bli en næringsvei også andre steder i landet. Det er også ønskelig å få et mer differensiert produkt som kan tiltrekke seg flere turister, samtidig som man prøver å spre turismen geografisk slik at flere områder i Botswana kan få nytte godt av den. Geografisk spredning av turismeaktivitetene ansees som en god utviklingsstrategi siden flere lokalsamfunn dermed kan nytte godt av turismeutviklingen (Sha & Gupta 2000). Det er også et mål å øke lengden på oppholdet til de turistene som kommer til Botswana, og hvis man har mer å tilby kundene øker man sannsynligheten for at turistene blir i landet i en lengre periode. Myndighetenes turismepolitikk har følgende mål (BTDP 2000):

- Å øke statens inntekter og øke valutainntektene
- Å skape arbeidsplasser i rurale områder
- Å øke inntektene i rurale områder for å begrense migrasjonen til byene
- Å promotere utvikling i rurale strøk og stimulere for bedre tilgang til infrastruktur i avsidesliggende strøk av landet
- Å øke kvaliteten på det nasjonale liv ved å tilby utdanningsmuligheter og rekreasjonsmuligheter
- Å gi et fordelaktig bilde av Botswana til resten av verden

I tillegg ønsker de å forsikre seg om at turismeaktiviteter skjer på en økologisk bærekraftig måte, samt å øke Botswansk deltakelse i eierskap og drift av turismeselskaper.

Chobe og Okavango er foreløpig de to mest attraktive turistdestinasjonene i landet, og siden disse også regnes som sårbare økologiske områder vil disse fremdeles ligge inn under den gamle politikken med ”Low volume- high value”. Man kan dermed stille seg tvilende til om en åpning av andre områder vil føre til økt turisme, nettopp av den grunn at Botswana er et relativt dyrt land å reise til. Hvis turister først ønsker å gjøre denne investeringen er de også interessert i å se ”det beste”. Men siden målet ikke nødvendigvis er å tiltrekke seg store mengder med ”nye” turister, men et ønske om at de turistene som kommer til Botswana utvider sitt opphold med flere dager, er det mulig at denne strategien kan ha noe for seg. Det er ønskelig fra statens side at de som skal til Botswana på safari i Okavango og/eller Chobe blir lenger i landet og opplever flere attraksjoner. Historiske, kulturelle og arkeologiske

attraksjoner spiller for tiden liten rolle som komponenter i det eksisterende turismeproduktet. Selv om det er mange slike attraksjoner i Botswana, er disse i seg selv ikke tilstrekkelig attraktive for å motivere turister til å dra til Botswana. Men de kan brukes for å bedre turismeproduktet og øke lengden på oppholdet for de eksisterende safariferiene (Bentnick 2002). Man kan også supplere det eksisterende safaritilbudet med tematurer som blant annet fuglekikking, botanikk og gruvedrift. Som en følge av denne politikken er det ikke et mål å øke turismen i de mest populære områdene, men derimot å forbedre den ved å heve standarden og samtidig øke inntektene.

I 2002 ble Botswanas økoturismestrategi lansert. Målet med denne økoturismestrategien er blant annet å skape insentiver for bærekraftig bruk av naturressursene, skape fornyet stolthet over lokal kultur, skape forretnings- og arbeidsmuligheter for lokalsamfunn og enkeltpersoner, tilrettelegge for ansvarlig turismeplanlegging og forvaltning og hjelpe landet med å tiltrekke seg et kundesegment som regnes for å ha et stort vekstpotensial (Stevens & Jansen 2002).

### **Byråkrati**

Det er viktig å koordinere turismeplanleggingen (Brown 1998), ofte har deler av forvaltningen som råder over områder som er nært knyttet til turisme (eks. transport og miljø) lite med turismeplanleggingen å gjøre. For å unngå problemer bør de delene av forvaltningen som er viktige for turismenæringen være med i planleggingsprosessen. Det er ofte også problemer med den vertikale delingen, planleggingen kan ofte være "top-down", der staten pålegger lokale myndigheter oppgaver uten at det følger med ressurser til å implementere disse planene. De lokale myndighetene bør også være representert i planlegging og utvikling av turisme i deres distrikt. God planlegging bør følges opp med effektiv lovgivning og håndhevelse av disse for å forsikre seg om at private aktører ikke påvirker lokalbefolkningen og miljøet på en negativ måte.

De fleste informantene påpekte at byråkratiet i Botswana til tider kunne være en stor utfordring og at det ofte var vanskelig å finne ut av alle de ulike instansene og søknadsprosessene. På spørsmål om hva som bør gjøres for å bedre situasjonen for safarioperatørene svarer en av mine informanter:

"Less bureaucracy. It is hard to get hold of the right permits and licences etc, and even if you do everything right, it takes a long time. The rules and regulations are good, but it takes too long to get hold of the right papers."(African Odyssey, Kasane)

Det er mange ulike instanser man trenger tillatelser fra og er forpliktet til å rapportere til, og i mange tilfelle kan det være vanskelig å finne de riktige instansene. Kunnskapsnivået i de laveste instansene og på de lokale kontorene er ofte dårlig, og dermed er det ofte vanskelig å få hjelp lokalt. Mange mente det var vanskelig å finne fram i papirjungelen, og også vanskelig å vite hvor, når og til hvem man skal søke om de ulike tingene. I tillegg tar ofte søknadsprosesser veldig lang tid, og dette kan være frustrerende når man ønsker å få noe gjort. Informantene hadde stort sett forståelse for at mye av dette var nødvendig:” There is always a lot of bureaucracy, anywhere in the world there is bureaucracy, but Botswana is pretty good at it”(Ker & Downey, Maun). Et forslag er å slå sammen de ulike instansene slik at alt turismerelatert går igjennom ett kontor:

“You should be able to get help in one place instead of being pushed around from departement, to department, to departement.... they have to make it a lot easier because now you get pushed around and no one seems to sit on the right information on how to do things correct.”(Thebe River Safaries, Kasane)

Hvis man har en slik løsning vil operatørene og andre involverte i turistnæringen kun ha ett kontor å forholde seg til. Dette vil gjøre byråkratiet mer oversiktlig, siden dette kontoret skal sitte på all informasjon om turismedrift. Det vil også være nødvendig å øke kunnskapsnivået til de som jobber på et slikt kontor og dermed vil man på sikt kunne få en instans som har oversikt. Alternativt kan man gi ut en brosjyre som omhandler turisme, og som har en oversikt over turismerealtete temaer. Denne bør ha en oversikt over hvilke tillatelser og lisenser man trenger og hvor og når man må søke om dette, samt en oversikt over hvilke instanser man er forpliktet til å rapportere til. En slik ordning vil ikke bare gjøre det lettere for de allerede eksisterende operatørene, men også gjøre det lettere for nye operatører å orientere seg i byråkratiet. På denne måten vil man ha en mulighet til å øke andelen lokale nyetableringer, dette er i tråd med PPT-tilnærmingen. Det er også nødvendig å øke kunnskapsnivået hos de som er ansatt i det offentlige. De bør i tillegg få klare retningslinjer på hvem de skal kontakte hvis de selv ikke har den kunnskapen som blir etterspurt. I et planleggingsperspektiv er det et mål å samordne planleggingen og involvere de ulike instansene som berøres av en turismeutvikling (Brown 1998), siden byråkratiet er så uoversiktlig og oppdelt kan dette tyde på at man i planleggingsprosessen ikke har klart å involvere de ulike aktørene tilstrekkelig

På grunn av dårlig tilgang på kvalifisert arbeidskraft mener mange operatører at det er ønskelig og i mange tilfeller nødvendig å ansette utlendinger i høyere stillinger, dermed var mange av dem opptatt av tilgangen til arbeidstillatelser.

“We are talking experience about tourism, we do not have an hotel school in this country. And therefore people who are trained in these jobs are from foreign countries, so if you get one, at the end of the day they leave the experience to the locals” (Safari Lodge, Kasane)

Flere mente det var altfor vanskelig å få arbeidstillatelser og at søknadsprosessen var for komplisert og langvarig. Operatørene mente at på grunn av manglende utdanning hos botswanske arbeidstakere, samt problemer med å få utdannede botswanske personer til å komme og jobbe i turismeområdene, så var det helt nødvendig å importere arbeidskraft. En av informantene mente derimot at det bare var snakk om å fylle ut skjemaene ordentlig og selvsagt ha en god grunn til å ansette en utlending, så gikk det i orden:

“We don’t have a problem with work permits. And I don’t believe that this country is difficult, the government is not difficult about work-permits. If you have a reason to have an expatriate and they are qualified, then I really believe that they’ll give them a work permit. If everything is filled out properly, down to the book, I would think the government will give you a work permit.” (Ker & Downey, Maun)

Han mente også at det var viktig at staten hadde restriksjoner på dette siden det er statens ansvar å ta vare på sine egne innbyggere. Men han mente at innstillingen til utenlandske operatører i enkelte tilfeller ikke var rettferdig:

“..they are just protecting the interests of their own people, which is their job, what they are supposed to do. And no one cares if they do it in the States, but somehow in Africa it becomes a sign of being backward.” (Ker & Downey, Maun)

Problemet er at det foreløpig finnes vært få botswanere med høyere utdanning som kan fylle de øverste stillingene innen turismeindustrien. Derfor er det viktig å få til et utdanningstilbud i landet og oppfordre botswanere til å ta utdanning og søke disse jobbene. En ordning som er satt i gang for å få flere botswanere inn i disse jobbene er at man ved ansettelse av utenlandsk arbeidskraft er forpliktet til å også ansette en botswansk lærling, som da skal jobbe sammen med denne personen og dermed læres opp i stillingen. Målet er at man på sikt skal kunne lære opp personer fra lokalbefolkningen som kan erstatte utenlandsk arbeidskraft. En slik opplæringsordning er i tråd med PPT-tilnærmingen. Det er et problem at det er mange måter å omgå denne ordningen på, og at mange velger å unngå å ansette lærlinger. Det kan være mange grunner til at operatørene unngår dette, manglende grunnutdanning hos de aktuelle

lærlingene kan være en forklaring, det kan også være kostnadene ved å ha to personer ansatt i samme stilling som hindrer denne ordningen.

Mange av operatørene er også opptatt av lengden på de ulike leieavtalene med staten eller lokalsamfunnene. Wildlife Management Areas (WMA) leies ut for 15 år av gangen, enten de leies ut til lokalsamfunn eller til safarioperatører, dette er avhengig av hvordan området drives, hvis driften er dårlig kan rettighetene tas fra dem, og motsatt hvis driften er bra så er det mulig å få en forlengelse av avtalen (Head of Land Use Planning, DWNP). WMA'ene som leies av safarioperatører vil etter endt periode bli lagt ut for en ny anbudsrunde, slik at andre aktører har mulighet til å overta områdene. Det er vanlig at lokalsamfunn leier sine rettigheter videre til safarioperatører og driver såkalt joint ventures med operatørene. Her er det vanlig å gi kortere avtaler 5+5+5 år, hvor den første perioden er delt opp 1+1+3 år. Det at disse avtalen ofte er av kort varighet gir lite forutsigbarhet for operatørene. Dette gjør det også vanskelig å gjøre investeringer, man kan risikere å bruke store summer for å bygge opp en camp eller annen infrastruktur, for så å miste avtalen året etter. Dette hindrer investeringer som er viktige for å oppnå den standarden man ønsker. I og med at det er et ønske med investeringer i turistnæringen, både nasjonale og utenlandske, bør man tilrettelegge for en bedre løsning her. Disse modellene er laget som en beskyttelse både for lokalsamfunn og operatører, men slik de fungerer i dag er de hindringer for investeringer og et usikkerhetsmoment for alle aktører.

### **Medbestemmelse**

Medbestemmelse er viktig fordi det antyder noe om de ulike aktørenes bestemmelsesrett over egen situasjon, og sier noe om i hvilken grad de ulike aktørene tar hensyn til andre aktører og deres ønsker og behov. Dette er også et viktig punkt i Botswanas politikk for turismeutvikling (BTDP 2000). Siden jeg i mine intervjuer har konsentrert meg om operatørene er det deres medbestemmelse som er hovedfokuset her.

Mange av informantene mine er medlem av Hospitality and Tourism Association of Botswana (HATAB), de fleste mener at gjennom dette medlemskapet har de en viss innflytelse på avgjørelser som blir tatt i forhold til turismen. Andre mener at de bare tilsynelatende blir hørt ved at de blir invitert til møter og spurt om hva de mener i visse saker, men at dette bare er en ting som gjøres fordi turismeaktørene forventer medbestemmelsesrett uten at noe egentlig blir gjort i forhold til disse temaene. Et problem er at det stort sett er det

store operatørene som er medlem av HATAB, de små operatørene er i mindre grad representert her. Dette kan være et problem siden lokalt eide selskap ofte er små og opplever andre problemer enn det de store selskapene gjør. HATAB mener selv at de blir hørt av staten og at de har et godt samarbeid med myndighetene (Marketing, HATAB). Jaktoperatøren som er del av mitt datagrunnlag, mente at jaktoperatører ble hørt i mye mindre grad enn fotooperatører og eiere av viltfarmer, dette til tross for at staten i stor grad støtter jaktturisme. Han mente dette blant annet kom av at de andre to gruppene av aktører hadde styrket sin posisjon i markedet, og også at deres egen interesseorganisasjon ikke hadde fungert optimalt, men at dette var i ferd med å bedre seg noe.

Noen av operatørene føler at de har lite støtte fra administrasjonen i Gaborone. De mener at mange i landets administrasjon har en feil oppfatning av hvordan det faktisk er å drive turisme, både av kostnader og utfordringer. Og man føler at turistnæringen har lite støtte i regjeringen. Det er ikke sikkert denne følelsen av manglende støtte er reell, men så lenge operatørene føler at de i liten grad blir hørt og at det i mange tilfeller ikke nytter å komme med forslag, så fører dette til at næringen føler seg overlatt til seg selv. Dette kan også føre til at operatørene blir passive i forhold til staten fordi de ikke føler at det nytter å si ifra om de utfordringene de har. De opplever dermed at i stedet for støtte fra Gaborone er det heller en misbilligelse overfor dem som driver turismen. Disse operatørene mener at oppfatningen er at turisme er noe man tjener masse på uten å anstrenge seg noe særlig og at turismen i mange tilfeller går på bekostning av kvegdriften i landet som de fleste i statsadministrasjonen selv er involvert i. Man trenger dermed ikke støtte turistnæringen i noen særlig grad. Siden Botswana er et land der de fleste rike eier kveg, kan motstanden mot turisme i administrasjonen skyldes at de føler at turismen går på bekostning av deres private hovedinntektskilde.

“...the agriculture is the traditional industry, so the people of Botswana are very very loyal to agriculture, and that’s where they believe their wealth is, whereas now tourism is coming along generating huge wealth for the country...” (Okavango Wilderness Safaries, Maun)

## **Forutsigbarhet**

Informantene var i utgangspunktet stort sett positive til skatter og avgifter, og skjønnte at disse i mange tilfeller var nødvendige. Det flere av dem reagerte på var at endringer i prissatser og nye avgifter ofte kom *for* fort og uten særlig forvarsel: “...you get a letter in the post saying as

of the first next month, in eight days, park fees are going up. Bang! Without any warning.” (Chobe Chilwero, Kasane). For operatørene er det viktig med forutsigbarhet i forhold til slike ting siden mange av dem selger sine turer lang tid i forveien. Store økninger i avgifter og liknende må operatørene dermed selv dekke inn uten å ta ekstra betalt av sine kunder, siden en stor andel at safariturene er forhåndsbetalt så mye som et år på forhånd. Dette fører til at lønnsomheten går ned.

En av informantene var også veldig oppgitt over tidspunktet for innføring av moms. Dette ble gjort når turistnæringen var nede i en bølgedal og mange operatører slet sterkt med å holde hodet over vannet. En moms på 10% førte til at det var vanskelig for mange operatører og næringer i tilknytning til safarinæringen å klare seg, mange støttebedrifter hadde lite varer å selge fordi de ikke hadde råd til å kjøpe inn varer.

“We have struggled the last few years because at a time when the economy was bad,...the government decided that they gonna implement VAT. Why do it then?...When the industry is on it knees, why go and stick another knife in it? And they keep doing that, it was actually talk in the beginning of this year of increasing VAT to 14%. They managed to come to their senses because if they do that, we might as well close the doors and go home, because we are wasting time, we are not making money anyway so now we are just wasting money and time” (Ker & Downey, Maun 2005)

Nedgang i turismen påvirker turismeområdene sterkt. Det er derfor ønskelig at staten prøver å gjøre utgiftene for safarinæringen så forutsigbare som mulig. Det er viktig at staten som aktør i turismeutviklingen står for stabilitet og forutsigbarhet. Det kan i mange tilfeller være en idé å sette avgiftene gradvis opp i stedet for å øke avgiftene mye i ett trinn. Det er dermed ønskelig at man i god tid i forveien, og da minst ett år, vet hvilke utgifter man kan forvente seg, slik at man ved en eventuell økning av avgifter gir beskjed i god tid. Dette vil gjøre det lettere for operatørene å prise turene sine opp mot det utgiftsnivået de forventer seg. Dette er særlig viktig siden mange av operatørene opplever usikkerhet i inntektene på grunn av endringer i valutakurser og endrede priser på viktige innsatsvarer.

### **Infrastruktur generelt**

Operatørene mente at det var en manglende satsning på infrastruktur i turismeområdene og at dette i mange tilfeller påvirket driften av selskapene deres. Dårlig kvalitet på sykehusene i landet ble blant annet trukket fram som et problem for næringen. De mente at både personalet og utstyret på sykehusene var mangelfullt. De store selskapene opererer på grunn av dette med en garanti om å sende kunder som trenger legehjelp med fly til Johannesburg. Dette er



kostnadskrevende for operatørene, selv om dette heldigvis ikke er en situasjon som oppstår særlig ofte. Dette vil også føre til en usikkerhet hos turister som blir syke eller skadet, hvis det blir ansett som nødvendig å transportere dem ut av landet for å få nødvendig legehjelp. Operatørene anså heller ikke byggingen av nytt sykehus i Maun som noe stort fremskritt. De regnet med at selv om det kom en ny sykehusbygning ville det være de samme ansatte og det samme utstyret som i det gamle sykehuset og dermed den samme lave kvaliteten i ny innpakning. Det kan også virke som om denne utbyggingen er lite gjennomtenkt:

“and they have built the hospital and they are suddenly realising that the roads going to the hospital are all dirt roads. And someone pointed out to them, if you have had an accident, you can't just drive someone who has got a broken neck on a bumpy road to the hospital. So they decided to tar one half of the road...” (Ker & Downey, Maun)

Operatører i Maun klagde også på perioder med manglende vanntilførsel i byen, og perioder uten strøm. Jeg opplevde under mitt feltarbeid at strømmen gikk omtrent 50% av gangene vi hadde regnvær, i tillegg forsvant ofte telefonforbindelsen og mobilnettet i disse periodene. Strømmen kom stort sett fort tilbake, men forutsigbarhet i forhold til strøm- og vanntilførsel er svært viktig for å kunne drive seriøst.

Fremkommelighet er også et problem i Maun, det er manglende skilting og lite oversikt over gatedresser. Dette fører til vanskeligheter med å finne frem for kunder og andre. Jeg opplevde også dette som et problem på mitt feltarbeid, når jeg spurte om hjelp til å finne adresser var det lite hjelp å få fordi man der brukte andre betegnelser for å finne frem enn gateadresser. Jeg måtte i et par tilfeller gi opp å finne veien, fordi ingen kunne hjelpe meg. Et av målene i Botswanas turismepolitikk er å øke lokalbefolkningens tilgang til infrastruktur i turismeområdene, dette er også i tråd med PPT-retningen. Slik som det er nå ser det ut til at utviklingen av infrastruktur i turismeområdene har vært for dårlig og at det har vært for liten satsning på dette området. Det er en ting for turistene at kvaliteten på sykehusene er såpass lav, siden de i alle tilfeller blir transportert til andre sykehus. Men for lokalbefolkningen som har dette som eneste alternativ er dette et stort problem, og det bør satses sterkt på utvikling av infrastruktur som holder den nødvendige kvaliteten.

Et annet eksempel er flyplassen i Maun, som i tillegg til å betjene en stor mengde charterfly inn og ut av Okavangodeltaet er en internasjonal flyplass, og dermed det første møtet med Botswana for mange. Noen måneder før jeg var der hadde flyplassavgiftene økt plutselig, rett etter dette tok de opp alle flisene i gulvet i ankomsthallen, tilsynelatende for å fikse det. Da jeg var der hadde gulvet vært uten fliser i 4 uker og det så ikke ut som om det var noen planer om å fikse det med det første. Størstedelen av gulvet var uten fliser og dermed

sperret av med sperrebånd. Dette er for det første ikke funksjonelt på en travel flyplass, i tillegg er det uprofesjonelt å la dette være førsteinntrykket til en stor mengde turister. Operatørene var selvsagt oppgitt over at de nå betalte økte avgifter for en flyplass som fungerte dårligere enn før avgiftsøkningen. Flyplassen i Maun regnes for å være den nest travleste flyplassen i Afrika etter Johannesburg-området når man ser på antall fly som letter og lander hver dag. I høysesongen har man i Maun et gjennomsnitt på 256 fly som letter og lander hver dag (Mbaiwa 2003). Det er dermed viktig å ha en flyplass som er funksjonell og som gir et godt førsteinntrykk til turistene.

Air Botswanas monopol ble også regnet som en barriere. Dette monopolet fører til høye priser på reiser til Botswana og innlandsreiser i landet. I tillegg er rutetidene i lavsesongen dårlig tilpasset turistenes reiseønsker. Air Botswana er det statlige flyselskapet i Botswana og selskapet har monopol, dette gjør at prisene på flyreiser til og innen Botswana er svært kostbare.<sup>17</sup>

“I think we would be a lot happier if Air Botswana would improve on their service: Flights on time, flights running when they are scheduled and supposed to run, more trips into Kasane direct from Jo’burg. Maybe letting other airlines into Kasane...Because especially in the low season, a lot of the agents won’t market anything for the low season because of Air Botswana. They can’t get their customers to Botswana from Jo’burg because of Air Botswana.” (Afro Venture, Kasane 2005)

Det var ønske fra flere av operatørene at dette monopolet skulle brytes slik at det var mulig å komme seg billig til Botswana. Enkelte ønsket også å åpne for muligheter for direkteflygninger til Botswana fra USA og Europa. Slik som situasjonen er i dag må alle som skal til Botswana innom enten Sør-Afrika, Zimbabwe eller Zambia på veien. Dette gjør reisen lenger og dyrere, og enkelte turister velger nok andre destinasjoner fordi kostnadene ved å komme seg til Botswana er så store. Mange av operatørene er heller ikke spesielt fornøyd med avgangene som Air Botswana har, og mener at konkurranse på dette området vil gjøre deres hverdag enklere.

Et søk på [www.restplass.no](http://www.restplass.no) (9. mars 2006) ga en gjennomsnittspris på litt over 18 000 kr tur-retur Oslo-Gaborone (gjennomsnitt av de fire billigste avgangene) mens et tilsvarende søk på strekningen Oslo-Johannesburg ga en gjennomsnittspris på 8 000 kr. Det er cirka 400 km mellom Johannesburg og Gaborone, så skillet på opp mot 10 000 kr kan ikke bare begrunnes med avstand.

---

<sup>17</sup><http://www.mmegi.bw/2005/October/Tuesday25/825547835606.html> - mai 2006

Air Botswana er statseid og selv om det i 1999 ble bestemt at selskapet skal privatiseres er privatiseringsprosessen ennå ikke gjennomført fordi potensielle kjøpere ser at selskapet har et relativt lite marked, samtidig som konkurransen med større og veletablerte selskaper er stor (Mbaiwa 2005b). Selskapet er derfor avhengig av subsidier fra staten. En fordel ved dette monopolet er at inntektene på flyreiser innenlands i Botswana går til staten og ikke til utenlandske aktører, dette gjør at en større andel av inntektene går tilbake til staten. Men på den andre siden hadde selskapet i mange år problemer med å drive lønnsomt, og i en slik situasjon kan man oppleve at selskapet heller er en byrde for landets økonomi enn en inntektskilde.

Høsten 2004 åpnet Air Botswana en direkterute mellom Cape Town og Maun. Denne ruten var det mange som hadde store forhåpninger til, fordi med en slik rute er det lettere å kombinere safari i Botswana med tur til Sør-Afrika. Denne vil muligens bidra til at naturområdene i Botswana blir oppfattet som mer tilgjengelige.

Botswana har også få andre transportmuligheter som er tilpasset turismen. Den ene toglinjen som finnes i landet går ikke innom de mest populære turismeområdene og bussforbindelsene som finnes har forholdsvis lav standard og er uforutsigbare i og med at man ikke opererer med faste rutetider, men venter med å dra til bussen er full. Det er også vanskelig å reise med taxi i Botswana siden taxiene ikke er tydelig merket. Dette fører til en usikkerhet hos kundene siden man ikke alltid kan være sikker på om det faktisk er en taxi man har foran seg. Servicen i taxinæringen er også forholdsvis dårlig i forhold til det man er vant til i Europa. Man opererer også med mange små taxiselskaper slik at man ofte må ringe til flere selskaper før man finner et som har en bil ledig. I Gaborone har man heller ikke taxiholdeplass ved flyplassen og hvis man drar hit må man arrangere transport fra flyplassen på forhånd. Minibusser er en vanlig transportform i Botswana, men siden rutene til disse ikke er annonsert noe sted er det veldig vanskelig for en som kommer utenfra å benytte seg av dette.

Denne måten å organisere transporten på bidrar til at mange organiserer ting på forhånd og avtaler henting og bringing med de store selskapene. Dette fører igjen til at koblingene til den lokale økonomien blir svakere. Hvis man lager et transportsystem som er mer oversiktlig og lett å bruke også for de som ikke bor i området vil flere aktører kunne tjene på de besøkende. Det vil også være ønskelig at de store selskapene og hotellene samarbeider med mindre selskaper i forhold til transport. Et slikt bånd mellom lokale aktører og store selskaper er i tråd med PPT-tilnærmingen. Samarbeidet vil gjøre det mulig for de lokale aktørene å starte egne foretak som fungerer som underleverandører, i tillegg vil disse kunne bidra med

infrastruktur i form av transportmuligheter for lokalsamfunnene, noe de store selskapene ikke gjør.

### **Infrastruktur i nasjonalparkene**

Mange av operatørene var svært frustrerte over manglende utbygging og utbedring av infrastrukturen i turismeområdene. ” Appaling! ” var svaret representanten fra Chobe Chilwero (Kasane) ga på spørsmål om hva han syntes standarden på infrastrukturen i turismeområdene. De var blant annet oppgitt over standarden på nasjonalparkene og fasilitetene i tilknytning til disse.

I Chobe var det et spesielt stort problem med mange turister og flere operatører etterlyste muligheten for å åpne opp flere veier i området i nærheten av Kasane slik at man kunne spre safariene over større områder. Slik situasjonen er nå oppfattet operatørene at de i enkelte perioder av året mer eller mindre kjørte i kø, og at dette ødela opplevelsen for turistene. De hadde tatt opp problemet med Department of Wildlife and National Parks (DWNP) uten at dette foreløpig har gitt noen resultater:

“We are trying to improve the state of the roads in the park, and the availability of roads. Because it is always this thing that there is too much pressure in the waterfront area of the park, and that you have one vehicle every one and a half kilometer or such things. But for years and years and years they are going to build new roads. But that doesn't happen.”  
(Kalahari Safaries, Kasane)

Operatørene var også oppgitte over manglende investeringer og vedlikehold i nasjonalparkene. Dårlig vedlikehold av veier, manglende renhold og søppeltømming på toaletter og campingplasser er blant eksemplene som ble nevnt. De mente at denne situasjonen var uholdbar, og da særlig fordi de betalte store summer i avgifter for å bruke parkene<sup>18</sup>:

“We supply the national parks every month with nothing less than 36 000 pula, just for our little lodge. In the busy season we give them a cheque on up to 50-60 000<sup>19</sup> pula”  
(Chobe Chilwero, Kasane).

Så vidt de kunne se ble lite av disse pengene brukt til å forbedre parkene eller holde dem i stand. Staten har en viktig rolle å spille i vern av naturområder. Naturområder i et land er en del av befolkningens naturarv og tilhører befolkningen, dermed er det viktig at staten tar et stort ansvar for vern av disse områdene, gjerne med hjelp av lokalbefolkningen. I Botswana

---

<sup>18</sup> 50 400 NOK ifølge valutakurser på tidspunktet for mitt feltarbeid

<sup>19</sup> 70 000- 85 000 NOK

har staten store inntekter fra inngangsgifter til nasjonalparker, men det er et problem at pengene som samles inn i nasjonalparkene ikke nødvendigvis blir brukt til videre drift av parkene:

“If you enter to a park, the money will go to government, and it belongs to the nation. Because our government system is that every money coming to government belongs to the nation and is shared equally amongst the development needs.” (Mr.Tema ,Deputy Director of Tourism)

Goodwin (1996) presiserer at det er viktig at pengene som blir betalt inn i turismeområdene blir brukt til nye investeringer her. Hvis pengene blir kanalisert bort vil det være vanskelig for lokalbefolkningen å se fordelene ved turismen. Det at pengene ikke blir reinvestert i turismeområdene er heller ikke i tråd med regjeringens ønske om at turismen skal bidra til utvikling i turismeområdene. Nasjonalparker og vern er områder som lett kan bli nedprioritert i tider med presset med økonomi, derfor bør inntekter fra slike områder øremerkes for videre bruk her. Det er viktig at parkene holdes ved like, både av miljøhensyn og av hensyn til turistnæringen. Hvis standarden på parkene er lav vil dette føre til at kvaliteten på turismeproduktet blir ansett som dårlig.

I Moremi derimot er det et stort problem at turister ikke bare bruker de veiene som finnes men kjører utenom de etablerte veiene. I hele Moremi nasjonalpark finnes det dermed over 1200 km med ulovlige veier og stier (Mbaiwa 2005b). Dette ødelegger vegetasjonen og den urørte naturen turistene kommer for å se. Det er i stor grad turister som kjører på egenhånd som står for denne negative påvirkningen.

Flere operatører var også oppgitt over forsøpling og dårlig håndtering av avfall. I Kasane var det blant annet mulig for elefanter å komme seg inn på søppelfyllinga, i tillegg til at fyllinga var så åpen at søppel fløy med vinden og ut i skogsreservatet i nærheten. Dette hadde resultert i flere døde elefanter som følge av at de hadde fått satt fast plastposer i snabelen. Denne operatøren var også veldig oppgitt av at turister ble anklaget for å forsøple nasjonalparkene. Han mente at de aller fleste turistene er veldig bevisste i forhold til forsøpling og tar med seg all søppel ut av parkene. Han mente at den forsøplinga man opplevde i nasjonalparkene i stor grad kom fra forsøpling utenfor parkene som ved hjelp av vann og vind ble forflyttet inn i parkene, i tillegg til manglende søppeltømming ved toaletter og campingplasser i parkene. Den eneste løsningen han så på dette problemet var et bedre renovasjonssystem og en holdningsendring blant befolkningen. I følge Mbaiwa (2005b) har den økende antallet overnattingssteder i Okvangodeltaet også ført til problemer med avfallshåndteringen. Dette er i stor grad fordi operatørene ikke har fulgt statens retningslinjer

for avfallshåndtering og fordi lokale myndigheter ikke har klart å implementere lover og passe på at operatørene følger disse retningslinjene.

## **OPERATØRER**

### **Eierskap**

Min arbeidshypotese var at mange av operatørene var Sørafrikanskeide. Dette viste seg å ikke stemme i noen særlig grad. En stor andel av selskapene var utenlandskeide men da hovedsakelig europeisk- eller amerikanskeide. Det var derimot mange sørafrikanere i høye stillinger i selskapene, disse var ofte ansatt på grunn av sin brede erfaring fra safaridrift. Også europeisktættede fra andre land i sørlige Afrika så ut til å være godt representert i slike jobber. I 2001 var 81% av selskapene som tilbød overnattingsmuligheter i Okavangodeltaet 100% utenlandskeid (54%) eller delvis utenlandskeide (28%), og bare 18% var 100% botswanskeide (Mbaiwa 2005b). Siden mange av selskapene som er lokalt eide ikke er luksusalternativer er det mulig at den lokale eierandelen er noe større hvis man tar med overnattingsfasiliteter i hele området og ikke bare ser på overnattingssteder i tilknytning til nasjonalparkene. I følge nyere estimater har den lokale eierandelen økt noe de siste årene, men disse tallene er ennå ikke bekreftet. En såpass høy utenlandsk eierandel antyder at mye av inntektene fra turismen ikke kommer den lokale økonomien til gode. Flere av mine informanter hadde nettopp fått botswansk statsborgerskap eller hadde planer om å søke om dette. Dermed er det ikke sikkert at det har blitt startet så mange flere lokale selskaper, men at allerede etablerte selskaper har endret eierskap fordi eierne har endret statsborgerskap. En del av de utenlandske selskapene har base i utlandet, dette fører til at bestillinger og betaling foregår utenfor landet. Denne strukturen på selskapene fører til inntektslekkasjer som reduserer inntektene i Botswana (Mbaiwa 2005b). Det kan dermed se ut til at det er to kategorier av utenlandske operatører: de store selskapene som har base i utlandet, og de mindre selskapene som er eid av utlendinger men som har base i Botswana der eierne også er bosatt i landet.

I mitt intervju med Mr. Tema (Deputy Director of Tourism) sa han at et av de viktigste argumentene for å øke den lokale eierandelen var for å unngå at overskuddet ble ført ut av landet og ikke reinvestert i den botswanske økonomien. Dette er forståelig, og det har vært implementert en del virkemidler for å få dette til. For eksempel er det vanskelig, om ikke umulig, for nye utenlandske selskaper å få lisens til å drive mobile safarier. De er i tilfelle

avhengige av å kjøpe lisenser fra lokale eller allerede eksisterende selskaper. Dette er gode virkemidler for å få opp andelen lokale aktører. Problemet med dette er at sånn som situasjonen er nå er det de utenlandskeide selskapene som har den relevante erfaringen og kapitalen til å drive turisme. Det er derfor viktig at overgangen mot mer lokalt eide bedrifter går gradvis slik at de rekker å opparbeide seg den relevante kunnskapen og erfaringen. Ellers vil man få en senkning av den høye standarden man har nå, og dette er ikke ønskelig siden målet er å ha høykvalitetsturisme. Det kan også virke som myndighetene her har motsetningsfylte mål: på den ene siden ønsker de UDI mens de på den andre siden vil øke andelen lokale aktører. Dette er ikke nødvendigvis motsetningsfylt i seg selv, men når de nå legger hindringer i veien for utenlandske aktører kan dette føre til at man mislykkes i begge. Det er som sagt et poeng at nye lokale aktører skal lære av de utenlandske og mer erfarne operatørene. Når man nå legger hindringer for disse kan man risikere at de trekker seg ut før man har oppnådd den læringen og kunnskapsoverføringen man ønsker.

Flere utenlandske småoperatører jeg var i kontakt med synes at enkelte av virkemidlene ødela for dem. Det er blant annet blitt vanskelig for utlendinger å kjøpe land i Botswana (Ker & Downey, Maun). Dette var en hindring for dem siden de ønsket å investere i hus og eiendom i Botswana, for selv om de fremdeles hadde utenlandsk statsborgerskap så de på Botswana som sitt land og ønsket å investere pengene sine her. Når de ble hindret i å kjøpe land ble resultatet at de da heller satte overskuddet inn på en bankkonto i Europa eller USA siden det ikke er spesielt lønnsomt å sette pengene i en botswansk bank. Dermed kan virkemidler som er satt i gang for å hindre at overskuddet fra turismen forsvinner ut av landet nettopp føre til akkurat dette. Når man lager politikk for å hindre lekkasjer kunne det muligens vært et poeng å skille mellom utenlandskeide selskaper med base og eierskap i utlandet og utenlandskeide selskaper med base og eiere i Botswana.

### **Lokale varer**

Et av punktene i intervjuene mine var hvorvidt operatørene brukte lokale varer. Det viste seg at det meste av det som konsumeres i turistnæringen importeres, siden det er lite produksjon av varer i Botswana. Det er allikevel interessant å se på hvordan de ulike operatørene forholdt seg til dette dilemmaet. Overraskende mange operatører var veldig bevisste i forhold til innkjøp av lokale varer og samfunnsansvar i forhold til vareinnkjøp. De aller fleste svarte at de prøvde å handle lokalt men at det var lite av det de brukte i driften som var produsert i Botswana;

”80-90% of what we consume is bought locally, but most is produced abroad. 10-20% is bought outside the country, mostly in South-Africa. This is mostly goods that you can't get hold of here, spare-parts for the vehicles and the like.” (African Odyssey, Kasane)

Operatørene hadde allikevel et bevisst forhold til hvor de handlet og mange prøvde å kjøpe varer lokalt, eller eventuelt handle fra lokale grossister i stedet for å importere direkte fra Sør-Afrika. De fleste sa at det bare var i spesielle tilfeller at de importerte ting direkte fra Sør-Afrika, i disse tilfellene gjaldt det stort sett deler til biler eller båter som de måtte få tak i så fort som mulig, og som det ofte var raskere å importere selv enn å gå via en lokal forhandler. Enkelte mente imidlertid at et av problemene ved å kjøpe lokalt var dårlig kvalitet og lite forutsigbarhet: “We try and buy from Chobe farm which is a local producer, but unfortunately there is no consistency, so it is difficult to do.” (Chobe Chilwero, Kasane)

Selv om det er lite lokalproduserte varer tilgjengelige i Botswana, så var de fleste av mine informanter bevisste på hvilken rolle de spilte i det lokalsamfunnet de var en del av og hvordan de selv kunne bidra til at flere tjente på deres tilstedeværelse:

”...I think you have a moral responsibility to the area to buy locally, and it may be, and probably is, twice as expensive as buying it in SA... But my point is if you are gonna use the(Okavango) Delta for your benefit, then the country has to benefit.... As I say I think that is a moral question, but being from Botswana that is my opinion, but people from SA, in fact friends of mine will say that that is not good business.” (Ker & Downey, Maun).

Det kan virke rart at operatører som sliter økonomisk tenker på sin plikt til vertslandet. Det er en mulighet for at så lenge de ikke samarbeider om å importere varer fra Sør-Afrika, så er det ikke lønnsomt for hver enkelt operatør å selv drive import av egne varer, og dermed vil det å benytte seg av lokale grossister være den billigste og mest lønnsomme løsningen. Denne løsningen vil også gi dem god samvittighet ved at de bidrar til lokalsamfunnet.

Operatørene hadde en annen tilnærming til varer i form av lokale souvenirer. De mente at disse varene var for vanskelig tilgjengelige og at utenlandske kunstnere ofte hadde bedre og billigere produkter. Det var flere som godt kunne tenke seg å selge botswanske produkter til sine kunder, men siden dette ofte ble oppfattet som en slags ekstraservice til kundene var de ikke interessert i å anstrenge seg veldig mye for å få tak i disse varene. Særlig siden det var veldig enkelt å få tak i utenlandske varer. Flere sa at hvis kunstnerne hadde kommet til dem og tilbudt dem sine varer slik de utenlandske kunstnerne gjør, så ville de vært veldig interessert i å kjøpe dem. Men de var ikke interessert i å lete opp kunsthåndverk som de kunne kjøpe. Ifølge Modimootsile (2005) er manglende koblinger mellom kunstnere og kunder et vanlig problem i turistnæringen.



“There was a big meeting that was held with the minister of tourism, she came up to Kasane and insisted that we buy. Fine bring them up, and we’ll buy them, I am not going to go and look for them, if they wanna sell their goods they must come here. I am not gonna go a round to find someone else’s products to sell. “ (Chobe Chilwero, Kasane)

Det var også flere som kunne tenkt seg å selge mer lokale varer, men siden disse varene var vanskelig tilgjengelig hadde de fleste av de som hadde egen suvenirbutikk liten andel lokale produkter:

“...so (we get) lots of products from Zimbabwe, Malawi, Namibia, Zaire, Kongo, Tanzania. And because we have a market here these guys are bringing their stuff to us. If it was more available locally, then yes we’d have that as well.” (Okavango Wilderness Safaries, Maun)

Det ser dermed ut som de lokale koblingene mellom kunstnere og safarioperatører som selger souvenirs til sine kunder er for dårlige. Ved et bedre samarbeid mellom disse aktørene ville lokale kunstnere hatt muligheten til å selge sine varer til turister.

## **Konkurransen**

Alle operatørene jeg intervjuet oppfattet at det var en sterk konkurranse mellom de ulike aktørene, men at denne konkurransen stort sett var fredelig og vennskapelig. De fleste mente også at de selv hadde funnet sin egen måte å hevde seg i denne konkurransen. Mange mente også at på tross av konkurranse og ulikheter så klarte de å samarbeide, både ved å selge tjenester til hverandre hvis det trengtes, men også hvis næringen hadde et spesielt problem, klarte man å samarbeide om løsninger. De fleste var også enige om at de aktørene som i størst grad hadde problemer i konkurransen var de lokale operatørene. Dette gjaldt selvsagt ikke alle, men små og spesielt nye selskaper eid av lokale aktører. På spørsmål om hvem som gjorde det best av utenlandskeide og lokalt eide selskaper, var det stor enighet om at i hvert fall små lokalt eide selskaper gjorde det dårligere enn mange av de store selskapene. Dette betyr ikke nødvendigvis at alle botswanskeide selskaper gjør det dårlig. Det kan også virke som om operatørene hadde ulike oppfatninger av hva det ville si å være lokal aktør. Enkelte oppfattet skillet som et skille mellom botswanskeid og utenlandskeid, slik spørsmålet i utgangspunktet var ment. Andre igjen oppfattet dette skillet som et skille mellom svarte og hvite operatører, eller i hvert fall innfødte botswanere og utenlandskfødte. Flere av mine informanter var utenlandskfødte, men med botswansk statsborgerskap, og mange av disse definerte seg selv som utenlandske aktører.

På spørsmål om hvorfor de lokale aktørene gjorde det dårligere enn de utenlandske var de aller fleste overbevist om at mangel på markedsføring og utdanning var de viktigste faktorene for denne situasjonen:

“The local operators are staying at their place hoping someone will come and ask for service, unlike the foreign operators who know where to go and market. They go out and find their clients.” (Chobe Safari Lodge, Kasane)

Markedsføring ble regnet som en av de viktigste faktorene for hvorfor de store selskapene klarte seg bra, og også som en forklaring på hvorfor de små lokale selskapene ikke lykkes i noen særlig grad. En av informantene mine foreslo at flere av disse selskapene slo seg sammen om et markedsføringstiltak. Hvis de samarbeider vil kostnadene ikke være så store, i tillegg har disse selskapene ofte dårlig kapasitet, og ved et slikt samarbeid vil de kunne hjelpe hverandre ved store ordre og liknende. Det er også et poeng at disse operatørene får kunnskap om markedsføring og lærer seg hvordan dette skal brukes for å tiltrekke seg kunder. Andre faktorer som ble nevnt var dårlig tilgang på kapital og mangel på profesjonalitet. Mange pekte også på mangel på erfaring som en hindring for de lokale operatørene:

“..the local actors don't have the experience, the don't have the exposure, so they don't know what it is they need to offer.....They will say for instance build a camp, and then they'll sit there with a lovely camp because, they don't know how to get the guests into their camp, so it comes from a lack of knowledge of the industry, a lack of awareness of the international world, a lack of skills, experience, it is basically through exposure that the local actors will improve. It is a slow process” (Okavango Wilderness Safaries, Maun)

Men det var også en optimisme i forhold til lokale operatører og mange mente at med litt tid så ville situasjonene bedre seg. ”So I think initially, yes they (foreign-owned) are doing quite well, compared to the locally owned, but that's just now. I think in time there will be more and more locally owned companies that are doing well.” (Glenn Dennis, Chobe Chilwero, Kasane), “But the gap between local and foreign actors is narrowing, so it is narrower now than just a couple of years ago” (African Odyssey, Kasane). Operatørene mente at selskapene vil nærme seg hverandre fordi kunnskapsnivået i de lokale bedriftene bedret seg etter hvert og fordi selskapene på sikt vil tilegne seg erfaring og dermed bli mer konkurransedyktige.

Enkelte av de store operatørene var også veldig bevisst på sitt samfunnsansvar i forhold til lokale aktører, og mange hadde disse som førstevalg når de trengte å leie inn ekstra utstyr eller tjenester. Ved et slikt samarbeid kan man bruke hverandres ressurser og kunnskap. Det er usikkert hvorfor de var så bevisste på dette, men det kan hende at disse operatørene var mer

villige til å samarbeide og/eller opererte med lavere priser. Det er også et poeng at mange av turistene som drar til Botswana er veldig bevisste på miljø- og samfunnsansvar og at en policy om å bidra til lokalsamfunnet vil tiltrekke seg kunder.

En strategi for å bedre forholdene for de lokale aktørene er å opprette turistinformasjonskontorer. Department of Tourism har kontorer både i Maun og Kasane, men disse har lite eller ingen informasjon å bidra med, og servicen har klare mangler. I Namibia har man et godt utbygd system med turistinformasjonskontorer. Her kan man få informasjon om hva som foregår i området, severdigheter, transport og overnatting. De er også behjelpelige med å bestille for deg. Hvis man fikk i stand et slikt system og ansatte noen med kunnskap om næringen i området ville dette hjelpe turistene. Man ville også få en kanal for reklame og markedsføring for de små lokalt baserte selskapene. Det vil også være mulig å kombinere en turistinformasjon med en felles bookingsentral for de små lokale operatørene. Da vil disse selskapene i en overgangsfase slippe kostnadene med booking og markedsføring. Dette vil kunne hjelpe dem til å komme i gang og å tiltrekke seg kunder. På denne måten kan staten bidra til å hjelpe de lokale selskapene, dermed vil det bli mer attraktivt å starte egen bedrift og man vil muligens kunne øke andelen lokale selskaper. Hvis man skal satse på en slik løsning er det svært viktig at de som blir ansatt her har den rette utdanningen og erfaringen så ikke dette gjør situasjonen enda vanskeligere for de små operatørene. Dette vil være en god kobling mellom det offentlige og private bedrifter, der det offentlige hjelper små selskaper til å komme i gang med driften. Et slikt samarbeid mellom ulike aktører der målet er å bidra til inntekter for de fattige er i tråd med PPT-tilnærmingen.

## **LOKALSAMFUNN**

Turismen bidrar i følge operatørene i stor grad til utvikling av lokalsamfunnene. Byene Maun og Kasane er i stor grad basert på turismen i området, selv om Kasane også har en stor offentlig sektor på grunn av sin plassering ved tre andre lands grenser. Lokalsamfunnene er viktige aktører i turismeutviklingen. Lokalsamfunnene har stor kunnskap om områdene turismen drives i, siden dette er deres bosted. Dette er verdifull kunnskap i turismesammenheng. Problemet er at mange av disse lokalsamfunnene mangler kunnskap om turisme og hvordan turismebedrifter skal drives. Dermed kommer ikke denne kunnskapen til nytte i turismesammenheng, og lokalsamfunnene går i mange tilfeller glipp av en viktig inntektskilde. Mange lokalsamfunn bidrar med naturområder til safariformål i form av

Community Areas. Lokalsamfunnene bidrar i mange tilfeller også med supplerende bedrifter, men ikke minst er disse samfunnene viktige for turismen fordi de bidrar med arbeidskraft. Lokalsamfunnene i de nordlige delene av Botswana er i stor grad avhengige av turismen siden turistnæringen i disse områdene er den største arbeidsgiveren (Norah Mohvasha, Marketing HATAB), og mesteparten av den økonomiske aktiviteten som foregår her er turismebasert, eller har inntekter forbundet med turistnæringen. Ved nedgang i inntektene til turismebedriftene vil mange andre bedrifter i området merke en nedgang siden turistbedriftene ofte er de viktigste kundene.

“...by the business that we run, we are employing approximately 500 people, their salaries are now going back into the communities, and of course that is the predominant growth economically in the area, salaries which we pay through employment, and through that we need banks, through our business we need the airport, we need AIR Botswana, we need all the charter companies, we need the supermarkets, we need housing. We need the support of the local council, lighting, street lights for our staff so that it is safe, housing. So all that, and that growth, and that development is purely because the industry is here.” (Okavango Wilderness Safaries, Maun)

Botswana er nummer to i verden når det gjelder vernet areal, med 17% av arealet vernet<sup>20</sup>, dette er andel som er vernet som reservat eller nasjonalpark. I tillegg til dette er rundt 20% av landet tatt i bruk som ”wildlife management areas” (WMA). Disse områdene ligger i tilknytning til parkene og fungerer som buffersoner mellom nasjonalparkene og de omkringliggende områdene. I disse områdene bor det mennesker og i en del av dem er det lov å drive noe jakt og utvinning av naturprodukter. Jakten i disse områdene er kontrollert av Departement for Wildlife and National Parks (DWNP). De setter kvoter for hvilke dyr og hvor mange av hver art som kan jaktes på hvert år. I en stor del av disse WMA-ene er det lokalsamfunnene som har råderett over ressursene og man har her det man kaller Community Based Natural Resource Management (CBRNM). Her kan lokalsamfunnene bestemme om de ønsker å drive jakten selv, eller selge rettighetene videre til turister eller andre. Dette gjør de enten på egenhånd eller i samarbeid med safarioperatører. Et samarbeid mellom operatører og lokalsamfunn er i følge PPT-perspektivet en god strategi for å få til lokal utvikling ved hjelp av turisme. Det drives også fotosafari og andre typer prosjekter i disse områdene. De WMA-ene som ikke eies og drives av lokalsamfunn leies ut direkte til safarioperatører, som driver safari i disse områdene. Operatørene får rettighetene til disse områdene ved å gå igjennom et anbudssystem, der den som har det beste budet vinner.

---

<sup>20</sup><http://www.fivh.no/index.php?back=2&artikkelid=1367> april 2006

Noen av mine informanter driver sine operasjoner i disse WMA'ene i samarbeid med lokalsamfunnen. Til nå har det dessverre vært en del problemer i tilknytning til disse områdene, lokalsamfunnene har ikke hatt noen særlig inntjening og mange av operatørene har ikke vært så veldig fornøyde med samarbeidet med lokalsamfunnene.

Community Based Natural Resource Management (CBNRM)-prosjektet er i utgangspunktet et positivt prosjekt som søker å utvikle lokalsamfunn samtidig som disse tar vare på naturen i områdene de bor. CBNRM-prosjektet er forholdsvis nytt og det første lokalsamfunnet startet opp i 1993, antallet har økt raskt og i 2002 fantes det 46 registrerte Community- Based organisasjons (CBO) (Arntzen et al. 2003). Prosjektet bygger på tanken om at hvis naturvern ikke lønner seg, eller i motsatt tilfelle faktisk er en utgift vil ikke de som bor i områdene ønske å bevare naturen. Målet med CBNRM er å gi rettigheter til naturområdene tilbake til lokalbefolkningen slik at de skal være i stand til å tjene på naturvern. De enkelte samfunnene kan selv bruke disse rettighetene på den måten de ønsker. Det som er mest vanlig er turisme, siden dette er den næringen som gir størst avkastning. Målet er at lokalsamfunnene skal drive egne turismeaktiviteter eller leie ut sine rettigheter til safariselskaper og dermed drive en joint venture med de større og mer erfarne selskapene. Ideen bak dette er å fremme utvikling og vern i samme prosjektet. Det kan virke som om dette er en vinn-vinn situasjon for alle. Erfaringene med disse prosjektene er derimot svært blandete. Fram til nå er det bare enkelte av prosjektene som viser seg å være lønnsomme i noen særlig grad. Det er mange grunner til dette: Blant annet har forventningene til inntekter vært svært høye blant mange og når inntektene har uteblitt eller vært lave har interessen sunket. Det har også vært et stort problem med manglende oppfølging og manglende satsning på utdanning og empowerment. I tillegg har forventningene til økt antall arbeidsplasser vært store og i mange av tilfellene er det bare et fåtall av jobber som har blitt skapt. Dermed har fordelene og ulempene vært svært skjevt fordelt i lokalsamfunnet. Dette fører til misnøye blant folk og liten interesse til å følge opp de påbudene og forbudene som er pålagt dem i prosjektet. Mange operatører har opplevd at snikjakt fortsatt er et problem, selv om det ser ut til at snikjakt er et mindre problem nå enn tidligere (Arntzen et al. 2003). De største problemene er imidlertid styringsproblemene i de enkelte prosjektene. Målet med prosjektet er at forholdsvis uutviklede lokalsamfunn gjennom prosjektet skal lære seg å ta avgjørelser i sammen, og lære seg demokrati og bruke dette i styring av prosjektene. Det som til nå står frem som et av de største problemene er nettopp å få til denne styringen. I mange av disse samfunnene er det svært få som har noen særlig form for formell utdanning

”...you are dealing with people in that community who are not very well educated. You know even your board members have (only) a sort of junior high school education.”  
(Blackbeard & Hepburn Safaries, Kasane).

Det er viktig å skjønne at det vil ta tid å utvikle slike prosjekter og å utdanne lokalbefolkningen slik at de kan drive disse på egenhånd. I tillegg er det viktig å tone ned forventningene til lokalsamfunnene slik at de ikke forventer at dette skal løse alle deres problemer og mer til, til at det heller blir en realistisk forventning til i hvilken grad disse prosjektene kan bidra til en bedring av folks levekår på sikt. Lokalsamfunnene har blitt forespeilet at turisme er en løsning på alle problemer, og når inntektene uteblir eller ikke er så høye som forventet får man en negativ innstilling til turismen. Man må også gi dem et realistisk bilde av i hvilken grad de selv må bidra for å oppnå disse godene.

Rettighetene til disse områdene blir vanligvis fordelt ved hjelp av anbud. Jaktoperatøren jeg intervjuet hadde opplevd korrupsjon i anbudsprosessen. Menneskene i landsbyen han hadde samarbeidet med ble bestukket til å stemme på en av hans konkurrenter. De fikk penger og øl for å stemme på en spesiell operatør:

“And my feeling is that here I am proposing a fifteen million pula business to you , and I have got illiterate, uneducated people deciding if I am going to get it or not. No I don't think that is right, it is all very well giving them their say and that sort of thing, but they are not educated enough to have a say, to be able to decide fairly.” (Blackbeard & Hepburn Safaries, Kasane)

Når kunnskapen i samfunnene er så dårlige og mulighetene for juks så store er det tydelig at disse prosjektene ikke er særlig effektive, og flere av mine operatører hadde dårlig erfaring med å samarbeide med disse prosjektene. Den samme operatøren opplevde også store problemer med økonomisk rot og underslag i tillegg til at avgiften til lokalsamfunnet var så høy at han selv ikke hadde noe særlig inntekter fra driften. Han mente at mye av dette rotet skyldtes mangel på utdanning hos lokalbefolkningen og et system som gjorde det mulig for to av medlemmene i lokalsamfunnet å underslå 1,8 millioner BWP (ca.2,5 millioner NOK)<sup>21</sup> som var hans avgift til lokalsamfunnet for to års drift. Det at de andre medlemmene av lokalsamfunnet ikke hadde sett noe til pengene han hadde betalt, gjorde også at han ikke fikk fornyet sin avtale med lokalsamfunnet. Prosjektet er basert på en styreform som lokalsamfunnene ikke er vant med, og når de blir kastet ut i prosjektet uten noen særlig opplæring, er det lett at dette går galt. Enkelte av prosjektene, særlig joint ventures med

---

<sup>21</sup>gjennomsnittlig valutakurs på tidspunktet for mitt felstarbeid

fotosafarioperatører og jaktsafarioperatører involverer store mengder penger i samfunn der de ikke er vant med særlig mye penger. Dette har gjort at prosjektene har vært åpne for korrupsjon og juks.

Hvis disse prosjektene får den oppfølgingen som trengs, samtidig som de får opplæring i å drive disse prosjektene vil lokalsamfunnene ha muligheten til å involvere seg i turismen på egne premisser. De vil kunne ha kontrollen over prosjektene som drives, og de vil kunne skape arbeidsplasser for mange av sine medlemmer. Dette vil kunne føre til at deres økonomiske sikkerhet økes samtidig som deres forhandlingsmakt i forhold til myndigheter vil økes. Man vil også kunne oppleve en psykologisk empowerment i disse områdene siden mange vil kunne oppleve en bedre mestring av egen livssituasjon. Men dette krever en massiv satsning på utdanning og empowerment fra myndighetenes side. Slik som turismepolitikken er i dag er det også nødvendig å få med seg de store safariselskapene siden slike lokalsamfunnsprosjekter i stor grad vil være avhengige av kundemassen til safariselskapene (Mbaiwa 2005a).

En annen av mine informanter var oppgitt over standarden på campingplassene i området hun brukte. Hun mente også at lokalbefolkningen fremdeles drev snikjakt, noe som bryter med avtalen. Dette begrunnet hun med at hun ved en anledning hadde opplevd at store rovdyr som løver og hyener, som i utgangspunktet ikke er spesielt redde for mennesker med mindre de blir jaktet på, hadde rømt ved synet av lokale innbyggere med fiskestang, og dette på tross av at de nettopp hadde nedlagt bytte og skulle i gang med å spise. Hun mente dermed at dette lokalsamfunnet ikke oppfylte sin avtale om å forvalte viltstammen på en god måte til fordel for turismen. Så lenge lokalbefolkningen lever under fattigdomsgrensen og inntektene fra turisme og vern er minimale er det selvsagt vanskelig å skulle forby dem å drive jakt til eget konsum. Fram til disse prosjektene fungerer på en måte som gir lokalbefolkningen en skikkelig inntektskilde bør staten kompensere for manglende muligheter til å utnytte naturressursene:

”Education is important, they need to learn how they can benefit from having the animals there. But it is a problem that we are dealing with very poor people..” (Ulinda Safaries, Maun).

Lokalsamfunnsbasert naturvern i kombinasjon med turisme er ansett som en god måte å få lokalsamfunnene involvert i turismen og å øke deres inntektsandel fra turismen, og er dermed et sterkt satsningsområde fra statens side. Problemet i Botswana er at dette ble innført for fort

uten at lokalsamfunnene hadde fått den nødvendige informasjonen og utdanning og uten den nødvendige hjelpen til å starte opp prosjekter. Det er i tillegg et problem at det nå ser ut til at NGO'ene som har drevet oppfølging og veiledning av prosjektene mister sin støtte fra donorer blant annet fordi Botswana nå defineres som mellominntektsland (Arntzen et al 2003).

### **Arbeidskraft**

Mangel på utdannet arbeidskraft ble av operatørene ansett som et stort problem. Det er et uttalt ønske fra staten å ha så mange Botswanere som mulig ansatt i turismesektoren, men på grunn av manglende utdanningstilbud i Botswana er det veldig vanskelig å få tak i kvalifisert arbeidskraft, og dermed ser mange det som en nødvendighet å ansette utlendinger i de fleste høye stillinger. Det er spesielt i administrative stillinger at det er mangel på fagfolk. En viktig faktor for å utvikle en bærekraftig turistnæring er å utvikle de menneskelige ressursene (Dieke 2000, Scheyvens 2002). På denne måten kan man oppnå lokale ringvirkninger ved at man får en mer kompetent arbeidsstyrke, samtidig som lokale aktører blir mer attraktive. Dermed vil turismen bli mer lønnsom for de lokale aktørene. Et sentralt poeng er at dersom turismen skal være med på å bidra til lokal utvikling, er det viktig at personene som er involvert i turismen og bor i områdene der det drives turisme får en utdanning og en opplæring som gjør dem i stand til å bidra i næringen. En kompetent arbeidsstyrke vil potensielt føre til flere koblinger til den lokale økonomien siden lokale leverandører blir mer attraktive (Dieke 2000). Uten å satse på å øke de menneskelige ressursene i området vil utviklingseffekten være liten eller utebli helt. Utdanning og empowerment regnes dermed som viktige faktorer i turismeutvikling. Her kan staten bidra i sterk grad ved å tilrettelegge for empowerment (Friedman 1992), og ved å passe på at landet har de utdanningsmulighetene som trengs for en turismeutvikling. For å oppnå lokal utvikling er det viktig at disse opplæringstiltakene ikke bare blir lagt til områder langt borte fra der turismen er. Det er menneskene i turismeområdene som har størst behov for denne opplæringen, dermed bør også de ha en realistisk mulighet til å være med på denne opplæringen.

Det har kommet beskyldninger mot turismeindustrien om rasisme mot lokale arbeidere (Mbaiwa 2003) i og med at det er få lokale ansatt i høyere stillinger. Mange av mine informanter mente at mye av grunnen til at de ikke ansatte lokale i høyere stillinger var mangel på utdanning og erfaring. Til enkelte stillinger trenger man selvsagt spesiell kompetanse, men også til en del av de noe lavere stillingene var det ønskelig med ansatte med



utdannelse. Dette fordi mye av jobben består i kontakt med kunder og at et *generelt* utdanningsnivå dermed er viktig. Det inngår for eksempel i arbeidet til mange av guidene å spise middag med kundene, da er det viktig for operatørene at de prater godt engelsk og har et utdanningsnivå som gjør at de kan være med i samtalen som føres rundt middagsbordet.

Mens utlendinger ofte ønsker å jobbe i bushen, og ser på dette som en flott mulighet til å både tjene penger og samtidig oppleve naturen i Botswana, er det ofte vanskelig å få botswanere med høy utdannelse til å jobbe i turistnæringen. Det er vanskelig å få dem til å komme og jobbe på steder som Kasane og Maun, fordi de anser det som avsidesliggende og lite gunstig for sin karriere.

”When you speak to these people from Francistown, it is like a curse, the government sends you up here on contract for two years, it is like you have done something wrong. They can’t handle it, they don’t like the people, they think the people are slow. So they don’t want to come here” (Ker & Downey, Maun)

En informant mente at innstillingen til mange av de lokalt ansatte var å unngå for mye ansvar. Han hadde forsøkt å forfremme noen av sine lokalt ansatte, men fått beskjed om at de ikke var interessert i mer ansvar. Han mente at det var en slags Jantelov som rådet mellom dem:

“It is not that batswana can’t do it, it is just that the people who can and are educated to that degree, a lot of them don’t want to” (Ker & Downey, Maun). Hans oppfatning var at det var greit å ha en hvit sjef, og man behandlet denne sjefen med respekt. Men hvis en svart mann eller kvinne fikk for mye ansvar ble de ekskludert av gruppen og behandlet dårlig av de andre ansatte. I og med at man er en liten gruppe som jobber sammen ute i bushen i lange perioder var det få som ønsket ekstra ansvar fordi det kunne bety at deres daglige situasjon ble vanskelig. Denne formen for sjalusi og ekskludering er i følge Scheyvens (2002) et tegn på sosial disempowerment.

Et av de turismerelaterte utdanningstilbudene som faktiske finnes i Botswana er guideutdanning. Guideprøvene hadde tidligere et så høyt nivå at det var vanskelig for majoriteten av botswanere å klare prøvene. Derfor bestemte staten seg for å sette ned kravet for å bestå prøven for innbyggerne. Dette betyr at det nå er ett nivå for botswanere og ett annet og høyere nivå for utlendinger. Dette kan virke mot sin hensikt, siden de utenlandske guidene automatisk oppfattes som mer kvalifiserte for jobben siden nivået for å bestå testen er høyere. Det burde heller vært gitt mer undervisning og/eller man burde endret formen på prøvene slik at den var bedre tilpasset botswanere enn å lage to ulike nivåer. Slik det er nå kan

de lokale guidene bli ansett som annenrangs guider, uavhengig av hvor gode de faktisk er. I stedet for å hjelpe de lokale guidene virker det som de heller har gjort dem en bjørnetjeneste.

“I think sometimes people expect too much from a population that has just taken their first steps out of its subsistence lifestyle. And it is a first step literally” (Ker & Downey, Maun)

Ifølge Scheyvens (2002) bør man heller prøve å tilpasse guideprøvene til de lokale forholdene slik at de lettere kan klare å gjennomføre utdannelsen. En operatør poengterte også at mange av guidene og andre med utdanning innen turisme manglet praktisk erfaring

.”...but what we are actually finding is they are coming out with some knowledge, and no experience. And so we don't have a skills base to draw upon. We have to employ and then train.”(Okavango Wilderness Safaries, Maun)

De har ofte mye teoretisk kunnskap, men når de ikke vet hvordan de skal kjøre en bil i bushen, eller manøvrere en båt på elva, så er den teoretiske kunnskapen lite verdt. Det ble også poengtert at utdanning innen turisme også bør inneholde praktisk trening. I Zimbabwe er en lærlingordning inkludert i guideutdannelsen. Dette innebærer at man når man er ferdig med den teoretiske delen, så må man arbeide sammen med en lisensiert guide i en periode før man selv kan få lisens og drive safari på egenhånd (Ulinda Safaries, Maun). En slik løsning vil kvalitetssikre guidene i og med at man får praktisk erfaring ved å jobbe sammen med en profesjonell guide, samtidig som man også får erfaring med å være i bushen og forholde seg til kunder. Dette vil også kunne bedre situasjonen for personer som av en eller annen grunn sliter med den teoretiske delen, fordi de gjennom det praktiske arbeidet kan lære det de trenger og vise at de har den kunnskapen som trenges.

Botswana manglet på tidspunktet for mitt feltarbeid utdanningsmuligheter innen turisme, men opprettelse av utdanningstilbud er ett av målene i den botswanske turismepolitikken. Disse utdanningstilbudene bør plasseres i nærheten av kjerneområdene for turisme; både for å gjøre det enkelt for befolkningen i området å ta en slik utdanning uten altfor store investeringer, men også fordi det er viktig med et nært samarbeid mellom utdanningsinstitusjonen og turistnæringen. Ved et nært samarbeid vil man også kunne få i gang praksisordninger slik at eleven i løpet av utdanningen også får praktisk erfaring fra næringen.

Det er også et poeng å få integrert turismekunnskap i andre former for høyere utdanning, slik at de som utdanner seg innen for eksempel økonomi, markedsføring,

salg og andre emner som er relevante for næringen, ser hvilke arbeidsmuligheter som finnes. Dette vil også kunne lette rekrutteringen av arbeidskraft til næringen. Dette vil på sikt kunne føre til at man ikke trenger utenlandsk arbeidskraft i turistnæringen i Botswana.

Gjennom DoT samles det inn 1 BWP (1,4NOK)<sup>22</sup> per overnattende hotellgjest (Deputy Director of Tourism: Mr. Tema, 2005). Disse pengene går til kursing av ansatte i hotell næringen<sup>23</sup>. Målet med kursene er å øke servicestandarden i turistnæringen i Botswana. Dette prosjektet er et samarbeid mellom privat og offentlig sektor, privat sektor samler inn pengene gjennom ”overnattingsavgiften” og offentlig sektor tilbyr kursene (Norah Mohvasa, Marketing, HATAB). Disse kursene ble i liten grad nevnt av informantene mine og de som nevnte dem regnet dem som uinteressante, delvis fordi temaene for kursene var lite interessante, også fordi kursene var dyre og som oftest forgikk i Gaborone. Dette fører til at disse kursene blir dyre for arbeidsgiverne, siden de må bekoste reise samt kost og losji.

“And primary training, the government has to realize that they need to have a development of their people in this industry, they have to get training, yes they’ll argue and say there is a lot of training programmes running, but where are they? Gaborone.. what tourism is in Gaborone? It is all stationed in Maun and Kasane, I mean why Gaborone?” (Chobe Chilwero, Kasane)

Hvis disse kursene hadde blitt holdt i nærheten av turismebedriftene ville flere ha mulighet til å gå på disse kursene og dermed få mer kunnskap. Dette tilbudet er svært begrenset siden det bare omfatter arbeidere som allerede er ansatt i næringen. Kursene er også forholdsvis begrensede siden de er av kort varighet. De kan ikke regnes som en utdanningsmulighet, men heller som en mulighet for hoteleiere til å heve servicestandarden, samt muligens som en inspirasjon for hotellansatte.

I tillegg til utdanningsmuligheter på høyere nivåer, er det også viktig å inkorporere kunnskap om turisme på lavere nivåer. Dette er viktig for at befolkningen på sikt skal kunne få en forståelse av hva turismen dreier seg om og i hvilken grad den bidrar til landets økonomi. Dette vil bidra til en større bevissthet i forhold til turisme og de mulighetene turismen kan gi til lokalsamfunnene. En slik kunnskap bidrar til empowerment, og gir dermed befolkningen mulighet til å ta informerte valg angående turismeutvikling. Dette er viktig hvis lokalbefolkningen skal ha en reell mulighet til medbestemmelse (Scheyvens 2002). Det er ifølge informantene en mangel på interesse og entusiasme blant vanlige folk, og de mener at

---

<sup>22</sup> gjennomsnittlig valutakurs i tidsrommet for mitt feltarbeid

<sup>23</sup> <http://www.gov.bw/cgi-bin/news.cgi?d=20040119> -01.11.2006

dette er på grunn av manglende kunnskap om i hvilken grad turismen bidrar til landets økonomi, og også kan bidra til å forbedre levekårene for mange i lokalbefolkningen. Det er foreløpig en oppfatning om at man må eie en safaribedrift for å kunne tjene på turismen: "The local population have to learn that you don't have to have a safari company to earn money from the (tourism) industry." (Norah Mohvasha, Marketing, HATAB). Blant lokalbefolkningen blir turisme av mange oppfattet som en næring av og for hvite mennesker, som ikke angår dem i noen særlig grad. Det at turismen blir oppfattet som en næring som ikke angår dem tyder på at de selv får lite eller ingen inntekter fra turismen, dette er ifølge Scheyvens (2002) et tegn på økonomisk disempowerment. En av mine informanter påpekte at det dermed er viktig at alle lærer mer om turisme og at det burde vært del av pensum i grunnskolen.

Et virkemiddel som kan være nyttig her er ifølge Doswell (2000) såkalte "tourism-awareness" kampanjer. Disse er viktige for å få befolkningen mer interessert i turismen og hva den kan gjøre for dem, og for å få dem til å føle at det er en næring som også angår dem. Dette vil kunne føre til at lokalbefolkningen blir mer positivt innstilt til turismen. På denne måten vil man også kunne rekruttere flere til å ta utdanning innen turismefaget, og dermed vil man på sikt kunne overkomme problemet med at det bare er utlendinger i høye posisjoner innen turistnæringen.

Botswana satte i gang en slik kampanje i 2005 (DoT 2005), denne kampanjen er rettet inn mot skoleverket og lokale myndigheter. Det er også viktig å gjøre den delen av befolkningen som allerede er påvirket av turistnæringen bevisst på hvordan næringen bidrar til å bedre deres situasjon ved å gi dem arbeid eller andre inntekter. Denne strategien er i tråd med empowerment-tankegangen om at man er avhengige av informasjon for å ha mulighet til å ta informerte valg. Ved å øke deres tilgang til informasjon vil de også ha større mulighet til å bidra i beslutningstaking. Ved en dypere innsikt i hvordan næringen virker vil også lokalbefolkningen kunne se hvilke muligheter som ligger i turismen. Ved økt kunnskap vil de lære at næringen er vidtrekkende og dermed også trenger mange støttenæringer. Modimootsile (2005) sin studie av kunsthåndverkindustrien i Ngamiland i Botswana påpeker at også støttenæringene trenger oppfølging og støtteordninger. Selv om mange slike næringer krever mindre investeringer enn safaribedrifter, vil man trenge muligheter til å tilegne seg kunnskaper om å drive bedrifter, samt muligheter for finansiering. Hvis man utvikler støtteordninger og tilrettelegger for utdanning og samarbeid mellom ulike bedrifter er det en mulighet å skape nye næringsveier basert på turismen.

Turismen er som nevnt en svært arbeidsintensiv næring og arbeidere er dermed svært viktig for driften av turismebedrifter og for en videreutvikling av turismen i Botswana. Arbeiderne som er ansatt i bransjen tjener selvsagt på turismen i form av lønninger, men her er det store variasjoner. Et problem er at de fleste av de høyere stillingene i bransjen er besatt av utenlandske arbeidere. Det er disse stillingene som er best betalt, det er også blitt antydnet at botswanere i tilsvarende stillinger tjener mindre enn utenlandske arbeidere (Mbaiwa 2003, 2005a). Guider er vanligvis forholdsvis godt betalt, men også her er det store variasjoner. Et annet poeng er at man i Botswana opererer med minstelønn, denne varierer noe fra næring til næring og i tursimenæringen ligger den i 2006 på 3,35BWP<sup>24</sup> per time eller ca 3,60<sup>25</sup> NOK. Denne lønnen er svært lav, tatt i betraktning at prisnivået i Botswana er forholdsvis høyt etter afrikansk standard. En stor andel av arbeiderne i turismenæringen i Okavango Deltaet er ufaglærte. De har jobber som blant annet vaktpersonale, stuepiker, kjøkkenarbeidere og sjåførere. Ifølge Mbaiwa (2005a) fikk over 60% av arbeiderne i Okavango Deltaet lønninger mellom 300BWP og 990BWP per måned i 2002. Størstedelen av disse lønningene lå under Botswanas fattigdomsgrense for 2000 som var på 955BWP. Det er ingenting som tyder på at dette har endret seg dramatisk siden 2001. Medianlønningene for den laveste kategorien av arbeidere er på 500BWP mens medianlønnen for den høyeste kategorien er på 5000BWP (Mbaiwa 2003). Det er i stor grad utenlandske arbeidere som ligger i det høyeste sjiktet, de har også andre økonomiske fordeler som gjør at inntektene reelt sett blir høyere. Manglende eller lave inntekter fra turismen er i følge Scheyvens (2002) et tegn på disempowerment. En slik forskjell i lønninger kan skape misnøye og fiendtlighet fra lokale arbeidere mot utenlandske arbeidere.

Det som ser ut til å være problemet med denne minimumslønnen er at mange operatører ser på dette som en veiledende lønn for enkelte stillinger. Flere av mine intervjuobjekter fortalte at deres bedrift betalte ut minimumslønninger, men at de selv anså disse som lave og hadde problemer med å skjønne at noen kunne klare seg på denne lønningen. På spørsmål om hva hun syntes om prisen på arbeid i Botswana, svarte en operatør fra Maun følgende ”It is too cheap, the minimum wage is too low” (Gunns Camp, Maun). En annen operatør i Maun svarte enkelt og greit: ”Inexpensive” (Untamed Safaries, Maun). En representant for en operatør i Kasane uttrykte det slik: “...for the people on the lower end of the scale, they earn very little if you take into account what things cost, what it cost to feed a household.” (AfroVenture, Kasane 2005). De fleste operatørene var dermed veldig bevisste at lønnsnivået

---

<sup>24</sup> [http://www.gov.bw/docs/labour\\_issues.pdf](http://www.gov.bw/docs/labour_issues.pdf) 24.10.06

<sup>25</sup> omregningen er foretatt på bakgrunn av valutakursen 24.10.06

for de ufaglærte stillingene i turistnæringen var veldig lavt. Det så også ut som om mange anså minimumslønnen for å være et slags veiledende lønnsnivå. Dermed kommer man i en situasjon der minimumslønnen ikke lenger er en minimumslønn, men det rådende lønnsnivået blant ufaglærte arbeidere.

En av mine informanter mente derimot at prisen på arbeidskraft i Botswana var forholdsvis høy, sett i forhold til andre afrikanske land, men at det var en naturlig forklaring på dette, og at dette ikke førte til problemer for bedriften:

”Relative to the first world: No, but relative to other countries in Africa it is a higher cost, mainly because it is such a small population in Botswana, of that small population, so much of it is unskilled, so if you come across skilled then obviously you have to pay more because of the demand, which is a good thing. But it is not too expensive to employ people. I will not say that the employment levels are so high, that you can't run your business, no that is not the case.” (Okavango Wilderness Safaries, Maun 2005)

De fleste operatørene hadde et reflektert nivå i forhold til lønningsnivået og setter det i sammenheng med de relativt høye levekostnadene i landet og synes enten at prisene på arbeidskraft var rettferdige eller for lave. Bare en operatør mente at lønningene ikke sto i forhold til kunnskap og erfaring hos arbeidstakeren:

” Botswana is excessively expensive for labour. If you compare the price of (for instance) a chef in East Africa as opposed to the price of a chef here, it is more than triple the price.” (Chobe Chilwero, Kasane)

Denne operatøren opererer i det øverste sjiktet av næringen og hadde store krav til sine ansatte, blant annet var det et ønske at en kokk kunne prate minst et annet europeisk språk i tillegg til engelsk. Denne samme operatøren så heller ikke ut til å ta levekostnadene i betraktning, og mente at botswanske arbeidstakere var kravstore i forhold til arbeidere i Øst-Afrika. Et av målene innen PPT-retningen er å øke lønningene for de fattigste arbeiderne. Her er det viktig at operatørene er bevisste og tar ansvar for å lønne sine arbeidere på et nivå som gjør at de kan klare seg økonomisk. Det er muligens ikke alle bedrifter som har så store inntekter at de kan øke lønningene uten at dette går utover driften, men her bør de store selskapene gå foran som et godt eksempel. Staten bør også ta ansvar for å øke minimumslønningene til et nivå som ligger over fattigdomsgrensen i landet

På spørsmål om bruk av sesongarbeidere var det bare jaktoperatøren som hadde folk ansatt på korte kontrakter. Disse arbeiderne arbeidet ifølge operatøren hardt i jaktseasonen og sparte opp penger i denne perioden, slik at de kunne klare seg på de oppsparte pengene resten av året. De andre operatørene brukte i all hovedsak fulltidskontrakter. Flere måtte riktignok

leie inn underleverandører i travle perioder for å få dekket behovene for arbeidskraft og kjøretøyer. Dette gjaldt stort sett de selskapene som driver dagsturer og dermed kan ha et noe uforutsigbart kundegrunnlag. Men også de selskapene som fungerte som underleverandører opererte stort sett med fulltidskontrakter. Lengre turer blir oftest bestilt i lang tid i forveien og man har da kontroll over hvilken kapasitet man har til enhver tid. Dermed kan det se ut til at undersyssetting ikke er noe stort problem i turistnæringen i Botswana.

### **Arbeidsmoral**

Mbaiwa (2003) argumenterer for at rasisme er utbredt i turistnæringen i Okavango. I tillegg er det dokumentert dårlige arbeidsforhold for lokal arbeidere. Både arbeidere og ledere i bransjen melder at det forekommer rasisme i turistnæringen. Dette gir seg utslag i at botswanere i liten grad får jobber med ansvar, og at de bare fyller lavstatusjobbene. I de tilfellene lokal arbeidere faktisk får jobber med høyere status, er det vanlig at de får dårligere betalt enn hvite arbeidere i samme type stilling. Jeg vil ikke her argumentere mot at det finnes rasisme i safarinæringen. Dette er dokumentert av andre forskere (Mbaiwa 2003), men jeg vil argumentere for at det også finnes andre grunner til at botswanske arbeidere i liten grad får jobber med ansvar.

I mine intervjuer med arbeidsgivere ble det klart at det var en stor enighet om at arbeidsmoralen i Botswana generelt er forholdsvis dårlig. Det virker ikke som om arbeiderne i noen særlig grad er interessert i å gjøre en skikkelig jobb: ” They have a national pride in laziness.” (Ulinda Safaries, Maun). Det er dermed mange som heller ønsker å ansette arbeidere fra blant annet Zimbabwe, Sør-Afrika, Namibia og Zambia. Oppfatningen er at disse generelt har en større vilje til å jobbe og å gjøre hele jobben. Mange av disse arbeiderne kommer til Botswana fordi lønnsnivået og arbeidsmulighetene er langt bedre her enn der de kommer fra. Selv om arbeidsledigheten i Botswana er høy etter europeisk standard er arbeidsledighetene i nabolandene langt høyere<sup>26</sup>.

Ifølge operatørene virket mange arbeidere heller ikke spesielt interessert i å beholde jobben sin, og de gjorde få eller ingen anstrengelser for å gjøre en god jobb. ” There is a problem with attitude, it is difficult to get hard-working people.” (Ulinda Safaries, Maun). Siden Botswana har så høy arbeidsledighet er dette merkelig, en skulle tro at når utsiktene for å få

---

<sup>26</sup><https://www.cia.gov/cia/publications/factbook/index.html> 20.08.2006

en ny jobb er dårlige så ville man gjøre alt man kan for å holde på den jobben man allerede har. Denne kritikken av arbeidsvilje kan jo selvsagt være et utslag av rasisme, siden en stor andel av operatørene er hvite, men det er et par punkter som taler i mot denne konklusjonen. For det første var dette et problem også svarte operatører opplevde: en operatør svarte følgende på spørsmålet om han hadde tilgang på de arbeiderne han hadde behov for: "Yes, but Botswana-people are lazy in thinking and lazy in working." (Nsundano Safaries, Kasane 2005). En annen ting som taler mot argumentet om at dette kun er grunnet i rasisme er at mange operatører ønsket å ansette folk fra Zambia, Zimbabwe og andre afrikanske land, og opplevde problemer i forhold til å skaffe arbeidstillatelse til disse arbeiderne. Hvis operatørens negative holdning til arbeiderne var grunnet i rasisme, ville man ikke hatt et ønske om å ansette andre fargede. Det kan dermed se ut til at det er den botswanske arbeidsmoralen som operatørene har problemer med. Modimootslile (2005) finner også at hans informanter i kunsthåndverknæringen mangler entreprenørånd, dette blir begrunnet med at statens satsing på CBNRM i for liten grad har fokusert på å utvikle de menneskelige ressursene i landet.

Blant personer tilknyttet safarinæringen som jeg kom i kontakt med i forbindelse med mitt feltarbeid i Botswana var det mange ulike meninger om hvorfor forskjellen var så stor. Noen mente at det var det faktum at Botswana har en forholdsvis velfungerende velferdsstat, som gjorde at folk ikke var så interessert i å arbeide. Tankegangen var at siden de vet at de i en krisesituasjon ikke vil sulte, fordi staten da vil ta seg av dem, så ønsker de ikke å arbeide mer enn strengt tatt nødvendig. Dette synet er nok en forenkling av virkeligheten, hvis det var slik at en velferdsstat gjør at mennesker ikke ønsker å jobbe, så ville blant annet Skandinavia vært full av sosialklienter. Et annet argument for at denne forklaringen ikke stemmer er at velferdsstaten i Botswana er såpass ung at en holdningsendring i forhold til arbeid mest sannsynlig ikke ville ha kommet så langt på så kort tid.

Andre mente at viktigheten av storfamilien bidro til denne holdningen; at det ikke er så viktig å tjene penger så lenge noen i familien har en god jobb eller eier kveg, fordi man da har man et sikkerhetsnett som hindrer en i å sulte. En kombinasjon av de to ovennevnte faktorene kan også være med å påvirke innstillingen.

Botswanere generelt oppfattes imidlertid som opptatte av statussymboler, noe som kan peke mot at de ikke er fornøyde så lenge de ikke sulter. Oppfatningen er at botswanere generelt er opptatt av status og statussymboler, og det er et problem at mange låner store beløp i banken for å ha et fint hus eller en fin bil, selv om de ofte ikke har råd til å betjene disse lånene. Dette stemmer overens med Veblens teori om *conspicuous consumption*. Teorien



går ut på at de høyere klasser har et høyt forbruk for å signalisere at de som overklasse har muligheten til å sløse. De lavere klasser prøver dermed å kopiere de høyere klassenes forbruksmønster for å øke sin egen status (Ashley & Orenstein 1995).

En annen mulig årsaksforklaring er historie; det hevdes at i de omkringliggende landene så har jordbruk vært en av de viktigste leveveiene, og når man dyrker jorda er det stadig noe som skal gjøres og man arbeider jevnt og trutt for å få gode avlinger. Den vanligste næringsveien i Botswana har tradisjonelt vært kvegdrift og det har vært drevet veldig lite jordbruk på grunn av den skrinne jorda. Denne kvegdriften krever lite arbeid, siden dyrene har fått vandre fritt rundt for å beite. Dermed mener man at Botswanere historisk sett ikke er vant til å arbeide og dermed ikke ønsker det i dag.

Et siste argument går på at det ikke er Botswanere som er late, men derimot immigranter som er veldig produktive. Dette mener man er fordi immigranter i de fleste tilfeller ikke har noe sikkerhetsnett, de har ingen familie i området, ingen formue i form av land eller bolig, samtidig som de i mange tilfeller ikke har noen reell mulighet for å dra tilbake til hjemlandet sitt, i Botswana gjelder dette spesielt Zimbabwe. I tillegg er mange av disse også forpliktet til å sende overskuddet hjem til familien i hjemlandet. De vil ofte heller ikke ha rettigheter i forhold til hjelp fra staten i samme grad som botswanske statsborgere har. Dermed er det mange faktorer som tvinger dem til å jobbe hardt for å lykkes og dermed kan det se ut til at botswanere dermed ikke er spesielt interessert i å arbeide.

Som jeg har vært inne på tidligere er turistnæringen ansett av mange som en "hvit næring, av og for hvite". Dette kan også selvsagt spille inn på ønsket til arbeiderne om å gjøre en god jobb. Så lenge de selv ikke føler seg tilstrekkelig inkludert i næringen og ikke ser på hvilken måte turismen kan bidra til å bedre deres egen situasjon, så ønsker de muligens ikke å selv involvere seg i næringen i noen særlig grad. Dette kan kanskje være med på å forklare noe av motviljen mot å jobbe hardt. Men andre næringer som ikke er i denne situasjonen opplever også dette dilemmaet: "Botswana as a whole is not really a service orientated country as a culture" (Chobe Chilwero, Kasane).

Dette problemet er sammensatt og det er mange faktorer som kan spille inn her, men det er viktig å merke seg at holdningen til arbeid er annerledes i Botswana enn den holdningen vi er vant til andre steder og også annerledes enn den nabolandene har. Hvorfor det er sånn er det vanskelig å si noe konkret om, men dette er et problem for safarinæringen og bør dermed tas seriøst. Denne mangelen på "arbeidsvilje" er et kulturelt fenomen og man skal passe seg for å sykeliggjøre dette ved å kalle det en feil, eller mangel ved det botswanske samfunnet. På den

andre siden er safarinæringen foreløpig en næring som i stor er dominert av vestlige aktører og hovedsaklig betjener vestlige kunder. Disse kundene forventer en viss standard på det produktet de betaler for, og dermed er det viktig å holde en høy standard på turismeproduktet. For å bedre denne situasjonen kan det være et poeng å få en bevissthet om service i næringen. I tillegg vil muligens bedre utdanningsmuligheter og økte lønninger kunne bedre denne situasjonen.

## **HIV/AIDS**

HIV og AIDS er et stort samfunnsproblem i Botswana og det rammer alle samfunnslag. I tillegg til de åpenbare tragediene dette fører til for enkeltmennesker og familier, er dette også et stort samfunnsøkonomisk problem. Botswana er et av de landene i verden som er hardest rammet av epidemien. Tall fra 2003 regner at 19% av den totale befolkningen er rammet av HIV og AIDS, i den voksne befolkningen er tallet så høyt som 37% (Pharaoh 2005). I motsetning til de fleste andre smittsomme sykdommer rammer HIV og AIDS den mest produktive delen av befolkningen hardest (Pharaoh 2005). Mens andre sykdommer rammer barn og gamle hardest, er det personer i tenårene og tidlig i tjuårene som har en høyest smittefrekvens. På grunn av tidsgapet mellom smitte og utbrudd vil dermed veldig mange utvikle symptomer og dø mellom tredivet og førti år. De siste årene ser det ut til at man har fått en utflating i antall nye smittede, men man regner samtidig med at antall dødsfall som skyldes AIDS vil stige i de kommende årene. Dette skjer på grunn av tidsgapet mellom smitte og sykdom og død.

Botswana har et helsesystem som tilbyr gratis AIDS-medisiner til sine innbyggere, selv om det er stor uenighet om hvor bra dette systemet egentlig fungerer. Mange unngår allikevel å teste seg, og uten diagnose får de ikke tilgang på disse medisinene. Til tross for store kampanjer fra staten er HIV og AIDS fremdeles et tabu i Botswana, og dermed ikke noe man snakker om. "People here don't want to look AIDS into the eye like that, it is always something else." (Kalahari Safaries, Kasane).

Mangel på forutsigbarhet i forhold til sine ansatte, regnes av operatørene som et stort problem. Enkelte safarioperatører anså det som vanskelig å investere i opplæring og videreutdanning av ansatte når en stor andel av de ansatte ville falle fra på grunn av sykdom og død.

På den lodgen jeg bodde i Kasane regnet eierne med å miste 3 ansatte til Aidsrelaterte sykdommer (av totalt 12 ansatte) i løpet av 2005, i 2004 hadde de også mistet 3 ansatte. De hadde oppfordret sine ansatte til å teste seg for sin egen del, for å få klarhet i sin egen status, og for eventuelt kunne motta medisiner hvis det trengtes. De fleste ansatte var unge kvinner med aleneansvar for barn og de ønsket også at de ansatte skulle ha mulighetene til å planlegge barnas framtid. De møtte stor motstand hos lokale HIV/AIDS-rådgivere, fordi disse mente at dette var en måte å kontrollere de ansatte på. Eierne av lodgen uttrykte at de ikke ønsket å vite de ansattes HIV-status med mindre de selv ønsket å informere om det, men rådgiverne mente allikevel at dette var en måte å kontrollere de ansatte på og frarådet dermed de ansatte å teste seg. Det er nok et problem på mange steder at man er redd for at arbeidsgivere skal bruke den ansattes HIV-status som grunnlag for oppsigelse eller degradering. Eller at det rett og slett skal være vanskelig å få ny jobb hvis det er kjent at man er HIV-smittet.

Ifølge en av mine informanter ville man tidligere vært veldig glad for å kunne ansatte en guide i 40-årene som ikke drakk, siden alkoholisme/høyt alkoholforbruk også er et stort problem i turistnæringen. Nå er det de som er ikke lenger er unge som er de dårligste kandidatene fordi de ofte er syke og dermed ikke varer lenge i næringen:

”So to an extent we have to train younger people because you cannot get older more experienced guides. So when you have finally trained your personnel the way you want them to be, then they get ill. And the cost of training and the time it takes to train, also affects the industry” (Kalahari Safaries, Kasane 2005)

Bedriftene bruker mye ressurser på å lære opp sine ansatte og det er dermed et tap når de forsvinner. Når ansatte forsvinner fra bedriften mister man såkalt taus kunnskap; kunnskap og erfaring man har tilegnet seg over tid ved å være en del av en arbeidsplass og et spesifikt arbeidsmiljø (Pharaoh 2005). Denne kunnskapen er det vanskelig om ikke umulig å lære videre, og den vil bare komme med erfaring.

Turistnæringen og måten denne drives på kan i enkelte tilfeller også bidra til økt smittefare. Mange av de som jobber i næringen, spesielt de som jobber på i bushen er borte i lang tid fra partneren sin. Det er vanlig å jobbe borte i to til seks måneder av gangen. Dette bidrar til økt sjanse for utenomekteskapelige forhold, både for den parten som er i bushen på jobb, men også for den som er igjen hjemme. De fleste vestlige som jobber som managere blir ansatt som par og jobber sammen i bushen. Dette er ikke vanlig blant de lokalt ansatte, men det burde ikke være noen grunn til å drive forskjellsbehandling på dette punktet, særlig så lenge dette kan føre til at de ansatte holder seg friske. I tillegg vil kanskje trivselen til arbeiderne

øke siden de slipper å være atskilt fra partneren over lang tid. Hvis dette ikke lar seg gjøre bør man innvilge mer fri for de ansatte, slik at de kan komme seg oftere hjem på besøk. Eventuelt la de ansatte få besøk av partneren sin i bushen. På denne måten vil man begrense smittefaren.

Enkelte av jobbene innen turismesektoren som blant annet guidestillinger, er forholdsvis godt betalt etter botswansk standard, og innebærer intens jobbing i perioder. Resultatet blir da ofte en livsstil med mye festing og utsvevende liv i friperioder og dette kan bidra til å øke spredningen av HIV.

Turistnæringen kan her ta et ansvar å prøve å unngå praksis som gjør at smittefaren øker, de bør også drive opplysnings arbeid og rådgivning for å hindre at sykdommen sprer seg videre. Okavango Wilderness Safaries er et av selskapene som har tatt dette problemet på alvor og driver HIV/AIDS-rådgivning blant sine ansatte.

## **BÆREKRAFTIG TURISME**

Det er et mål at turismen i Botswana skal være bærekraftig. Dette innebærer at utviklingen av turistnæringen tar hensyn til miljø, økonomi og lokalutvikling og at alle disse aspektene er bærekraftige. Jeg vil i denne delen diskutere hvorvidt turismen i Botswana kan sies å være bærekraftig.

### **Luksusturisme versus andre alternativer**

Botswana har som nevnt satset på det øverste segmentet av kunder i sin politikk. Dette blir ansett som en god politikk for å skaffe seg gode inntekter samtidig som man skåner miljøet. Spørsmålet er om den formen for turisme er den som bidrar best til lokal utvikling, og om dette er en form for turisme som er bærekraftig på lang sikt. Små lokaleide bedrifter har ofte, i større grad enn store internasjonalt eide foretak, lykkes med å skape arbeidsplasser og med inntjening *både* for bedriften og inntekter til staten (Brohman 1996). Siden man ønsker at turismen skal bidra til lokal utvikling og kan det være nyttig og også fokusere på andre former for turisme. Ryggsekketurisme, nasjonal turisme og andre typer lavbudsjetturisme blir av planleggere ofte ansett som et problem, heller enn en mulighet for lokalbefolkningen til å bidra i turismen (Scheyvens 2002). Denne typen turisme har mange flere muligheter for den fattige delen av befolkningen enn luksusturisme har. Fattige mennesker mangler den kapitalen, erfaringen og ressursene som trengs for å dekke behovene til luksusturister, og de

kan bare få tilgang til turismeindustrien via den uformelle sektoren eller som arbeidere i store selskaper (Scheyvens 2003). Selv om luksusturisme kan skape mer inntekter i rene penger, er det ikke alltid dette som gir den største utviklingseffekten. Det er dermed viktig at staten vurderer nøye de ulike formene for turisme og landets behov før de utformer politikk og retningslinjer for turistnæringen.

Det at man ønsker å ha en luksusturisme stiller også mye høyere krav både til operatørene og lokalsamfunnene i området, når kundene betaler store summer per døgn for et opphold forventer de helt andre ting av alle rundt seg enn en på et lavere budsjett. Dette fører til at det er vanskelig for nye og uerfarne aktører å etablere seg i markedet (Scheyvens 2002, 2003). Det kreves også store investeringer for å starte en safaribedrift på dette nivået. Det at standarden i Botswana er såpass høy kan være en stor hindring for mange små, lokale operatører som prøver å etablere seg i markedet. Dette er også en hindring for lokalsamfunnsbasert turisme (Mbaiwa 2005a).

Det kan også virke som om luksusturismen er mer sårbar for svingninger i økonomien, og er mer sårbar ved en nedgang i turistenes reisevillighet. Det kan være mange grunner til dette, én grunn kan være at den rikeste delen av turister fremdeles fortsetter å reise ved en nedgang i økonomien, men at de da velger billigere alternativer. Det kan også virke som denne kundegruppen forsvinner i perioder. De fleste luksusoperatørene sa at den største andelen av kundene var kunder fra 50 år og oppover. Det er det en tendens til at eldre mennesker er mer forsiktige enn for eksempel ungdommer, som utgjør en stor andel av gruppen av ryggsekketourister. Dermed er de en usikker kundegruppe. Unge mennesker er ofte mer vågale og skremmes ikke like lett av trusler om terror, sykdom og politisk uro. Så selv om disse ikke er like pengesterke kan det virke som om de er mer trofaste og stabile turister. Nasjonal turisme er også en form for turisme som i liten grad blir påvirket av økonomisk nedgang i verden og sikkerhetstrusler (Scheyvens 2002).

Ryggsekketourister reiser ofte på et lavbudsjett, til tross for dette legger de ofte igjen ganske mye penger. Dette er rett og slett fordi de oppholder seg lenger i et område enn andre typer turister (Scheyvens 2002). De bruker også penger på andre ting enn pakketurister, og handler mer lokalt. Pakketurister på luksustur har ofte betalt alt på forhånd og bruker dermed lite eller ingen penger i lokale butikker. Ryggsekketourister derimot kjøper alt lokalt og bruker ofte små lokale butikker, restauranter og overnattingssteder. Dette kan bidra til en utvikling av lokalsamfunn, dette tyder på at lavbudsjettturisme i mange tilfeller kan fungere bedre i forhold til utvikling enn luksusturisme. Fordi mange av de store selskapene er utenlandskeide vil mye av overskuddet fra luksusturismen aldri nå landet eller forsvinne ut av landet. Siden mange av

de fasilitetene turister på lavbudsjettreiser bruker har en annen standard og krever mindre investeringer, vil terskelen for å kunne etablere seg i dette markedet være lavere enn terskelen for å etablere seg i luksusmarkedet.

”I don’t know, I mean in that sense each person whether he is on a budget safari or an upmarket safari is still gonna spend money within the economy, and I don’t think there is going to be too much difference there” (Thebe River Safaries, Kasane)

Høye byggestandarder som ofte kreves for luksusturisme hever som nevnt også terskelen for lokalbefolkningen for å starte egne bedrifter (Scheyvens 2002), hvis man satser på andre typer turisme kan man senke kravene til fasilitetene som brukes og dermed åpne opp for at flere kan ha muligheten til å investere i turismebedrifter.

Et annet argument for å differensiere turismen og også satse på lavere prisklasser er forskjeller i ressursbruk. Mens luksusturister ønsker varme karbad holder det med en kald dusj for mange backpackere. I sårbare økosystemer som blant annet Okavangodeltaet burde dette også være argumenter som blir tatt med i regnestykket. Ressursbruken er et viktig argument i Botswanas tilfelle siden landet er svært tørt og i lange perioder av gangen har små mengder drikkevann tilgjengelig for befolkningen.

Hvis man eventuelt skulle åpne for lavbudsjettsturisme er det viktig å ha begrensninger på påvirkningen i parkene siden det var en slik type ”overforbruk” som i utgangspunktet fikk Botswana til å satse på luksusturisme

Tanken på å begrense antall besøkende i de mest sårbare områdene er positiv og nødvendig hvis turismen skal være bærekraftig, men slik det er nå er det i realiteten ikke noen øvre grense for hvor mange som kan besøke parken hver dag, siden alle som har egen bil kan kjøre på egenhånd, så lenge de betaler parkavgifter. Flere av operatørene mener at denne grensen allerede er overskredet, at det allerede er altfor mange mennesker som besøker parkene.

”Botswana has also been pushed to that limit. The delta is saturated, in my opinion I think there is too many, you are never going to reduce the number, we are stuck with that, but it certainly cannot get anymore than it is....because then we would have serious problems” (Ker & Downey, Maun)

Selv om det er en grense for hvor mange som kan overnatte i parkene hver natt, kan de som drar på egenhånd fylle parken hver dag. Dette har som nevnt før til stor slitasje på parkene i form av store mengder ”nye” veier og stier laget av turister som reiser på egenhånd. Det er ønskelig at botswanere skal ha tilgang på disse områdene siden dette er en del av deres

naturarv og siden man er avhengig av botswaneres støtte til vern for å drive turisme. Men det er kanskje ikke like nødvendig at utlendinger har samme muligheten. En måte å få ned antallet besøkende på er å nekte utlendinger, eller eventuelt alle besøkende, å dra inn i parken med egne kjøretøy, på denne måten vil man være nødt til å betale for å være med et bemannet kjøretøy med guide for å se parken. Dette vil også føre til at de kjøretøyene som kommer inn i parkene er bemannet av erfarne sjåførere som vet hvordan man skal ta hensyn til dyrelivet. Denne løsningen vil også skape flere arbeidsplasser siden man vil være avhengig av flere guider og sjåførere til å ta med gjestene inn i parkene. Denne løsningen er i tråd med PPT-retningen fordi den åpner opp for nye arbeidsplasser for de fattige. Hvis man velger å forby dette også for botswanere, er det viktig at disse skal få muligheten til å besøke parkene til en sterkt redusert pris, slik at det blir en reell mulighet for dem å besøke parkene.

En annen mulighet er å sette et tak på hvor mange som har mulighet for å komme inn i parkene hver dag, uke, måned eller år. Dette vil gjøre det nødvendig å bestille plass på forhånd. Det vil også være mulig å lage en ordning der det er anledning for operatører å booke billetter på forhånd for sine klienter. Man kan også tenke seg en ordning der en viss mengde billetter er reservert for operatører, en viss mengde for innbyggere, og resten vil være for individuelle reisende. På denne måten må folk planlegge turen i lenger tid i forveien, og man vil også kunne få en jevnere tilgang på turister året rundt, argumentet er at hvis det er et øvre tak på hvor mange som kan komme hver måned vil kanskje flere ønske å dra i lavsesongen siden det da er lettere å få billetter. Man vil også kunne operere med ulike priser for ulike tider av året for å få et jevnere kundegrunnlag igjennom hele året.

Et annet virkemiddel for å unngå de store sesongsvingningene er å promotere lokal turisme i lavsesongen. Parkene har allerede prissystemer som gjør det billigere for Botswanas innbyggere å komme inn i parkene, i tillegg er det billigere for besøkende fra regionen enn for andre besøkende. En del operatører har også slik prisdifferensiering, dette gjelder spesielt i lavsesongen når det er lite andre kunder. Hvis man promoterer dette i større grad, og kanskje også differensierer disse prisene i forhold til sesong vil man kanskje kunne tiltrekke seg flere lokale turister i lavsesongen. Dette har man blant annet gjort i Mexico (Ceballos- Lascuràin 1996) for å øke andelen lokale turister og for å prøve å jevne ut sesongujevnheterne. I tillegg til å få jevnet ut sesongujevnheterne vil man også få et mer differensiert kundegrunnlag, som vil gjøre næringen mer stabil. Siden nasjonal turisme i likhet med ryggsekketurisme ikke krever en like høy standard som luksusturisme vil dette kunne føre til at flere lokale aktører har mulighet til å bidra i næringen (Mbaiwa 2005a). Nasjonal turisme bidrar også mer til den

lokale økonomien siden den bruker de lokale fasilitetene og ikke pakketurer som de store selskapene tilbyr.

Det kan være fristende å bare fokusere på de som betaler mest, men det er også usikkert å bare basere seg på et lite segment av turister, særlig siden det er en kundegruppe som er svært sårbar. Det kan være nyttig å differensiere kundegruppen. Man kan selvsagt fremdeles basere seg på luksusturisme, men åpne noe mer for andre alternativer, både for å lokke til seg kunder med ulik økonomi og ulike reisevaner, men også for å åpne opp for andre markeder. Per dags dato er det USA og Europa som utgjør det største markedet for operatørene i Botswana. Og som vi har sett er dette markeder som er sårbare. Det kan dermed være ønskelig å tiltrekke seg flere turister fra regionen, og også fra Botswana. Slik som prisene er i dag er det ikke mange botswanere som har råd til en safari i Okavango, selv om prisene for inngang til parkene er lavere for statsborgere. Når prisene på mat, overnatting og transport er så høye oppfattes det fort som en vestlig næring for og av vestlige aktører. For å oppnå støtte i folket til en fortsatt satsning på turisme og naturvern er det viktig at også lokalbefolkningen kan relatere til næringen. Ved å differensiere kundegruppen vil man ikke være like sårbar ved svingninger. Dette vil bidra til å gjøre næringen økonomisk bærekraftig.

### **Konflikten mellom vern og landbruk**

Landbruket er tradisjonelt sett den viktigste næringen i Botswana, og ser man på sysselsettingen er den fremdeles den viktigste næringen i landet. Rundt 45% av den yrkesaktive befolkningen er sysselsatt i landbruket, selv om landbruket bare bidrar til 5% av BNP<sup>27</sup>. Landbruket er dominert av subsistensjordbruk og husdyrhold, og da spesielt kvegdrift. Botswana er tradisjonelt en nasjon av kvegoppdrettere og kveg har en viktig økonomisk og statusmessig posisjon i det botswanske samfunnet. Kvegbønder har tradisjonelt hatt sterk støtte fra myndighetene; ”Botswana’s government was largely a government of cattlemen.” (Harvey & Lewis 1990: 9).

I Botswana har man fra femtitallet og frem til i dag satt opp gjerdene på kryss og tvers av landet.<sup>28</sup> Disse gjerdene er satt opp for å beskytte kveget i landet. Det er flere grunner til at man har satt opp disse gjerdene; for det første skal det isolere ulike kvegstammer, slik at man ved et eventuelt sykdomsutbrudd på kveget vil kunne fortsette å eksportere kveg fra andre

<sup>27</sup><http://www.snl.no/article.html?id=477105&search=botswana> februar 2006

<sup>28</sup><http://www.eia-international.org/cgi/news/news.cgi?t=template&a=215&source> februar 2006



områder av landet. Fordi man da vil være sikre på at kveget ikke har vært i kontakt med infiserte kvegstammer. Gjerdene skal også hindre viltet og kveget i å blandes, dette gjøres både for å unngå skader på kveget forårsaket av rovdyr, men primært for å hindre at sykdom smitter fra viltet til kveget, man er her spesielt redd for munn- og klovsyke og Nagana (tilsvarende sovesyke hos mennesker). Det er også retningslinjer fra importører av kjøtt, blant annet EU<sup>29</sup> som har gjort at kontrollen av kveget er så sterk. Uten denne sikkerheten ville det være mye vanskeligere å få eksportert kjøtt til vestlige aktører.

Problemet med disse gjerdene er at det i enkelte områder av Botswana og de omkringliggende landene finnes en rekke migrerende dyr som blant annet sebra, gnu og elefant (Albertson 1998). Disse dyrene tilpasser seg årstidenes skiftninger ved å legge ut på lange vandringar for å finne mat i andre deler av landet i de tørre periodene. Dette gjør at store dyrestammer finner nok mat, samtidig som man unngår overbeiting i enkelte områder. Men når gjerdene står i veien for dyrenes migrasjonsruter kan man i perioder oppleve at dyrene sulter i hjel ved gjerdene. Under tørken tidlig på 80-tallet regner man med at blant annet et sted mellom 50.000 og 80.000 gnu døde på grunn av et av disse gjerdene (Boone & Thompson Hobbs 2004). I tillegg kan dyrene bli skadet eller dø hvis de henger seg fast i gjerdene, dette fører også til at gjerdene blir ødelagt. Langs gjerdene er det også anlagt vei, noe som fører til en økt tilgjengelighet til viltet for krypskyttere. Fordi disse gjerdene ofte fører til økt konsentrasjon av vilt blir også kontakten og konfliktene med mennesker større, og lokalsamfunnenes innstilling til viltet kan dermed bli mer negativ. En økt konsentrasjon av vilt i enkelte områder kan føre til at områdene blir overbeitet, noe som også påvirker livsgrunnlaget til lokalbefolkningen.

Som det går frem av diskusjonen over er disse gjerdene kontroversielle, og de fører til mange problemer for viltstammene i landet, på den andre siden er de nødvendige for å kontrollere sykdomsutbrudd og for å kunne eksportere kjøtt. En annen konflikt vedrørende kvegdrift er konflikten om verneområder for vilt versus områder for kvegdrift. De som driver turisme og vern ønsker å verne enda større områder for turismedrift, dette vil føre til mindre arealer for de som driver kvegdrift.

Botswanas elefantstamme er blant verdens største og man regner at det i 2002 fantes omkring 120.000 elefanter i landet (Blanc et al. 2002). Ifølge FN<sup>30</sup> vokser bestanden med 3-5% per år

---

<sup>29</sup><http://www.sn1.no/article.html?id=477105#4> april 2006

<sup>30</sup><http://www.unbotswana.org/bw/undp/environment.html> april 2006

og man må derfor regne med at den er større i dag. De fleste internasjonale verneinstitusjoner mener at dette er bra og at landet har ført en god vernepolitikk på området. I Botswana er det derimot mange som mener at denne politikken har vært feilslått. Dette begrunner de med at stammen er blitt for stor slik at det går utover befolkningen ved at elefanter går ut av parkene og dermed trækker ned avlinger, beveger seg inn i landsbyer og liknende. I tillegg hevdes det at med så mange elefanter i nasjonalparkene vil vegetasjonen (og da særlig trevegetasjonen) slites ned og livsgrunnlaget for andre arter vil ødelegges. I hvilken grad dette er skadelig er det usikkerhet om. Mosugelo et al. (2002) har observert reduksjon av trevegetasjonen i området rundt Chobeelven, men mener at det kan være mange årsaker til dette, blant annet brann, tørke, og økningen i antallet mindre planteetere som blant annet impala i tillegg til elefanter. Mange ønsker allikevel en reduksjon av stammen. Ifølge Mrs. Khgati (Head of Land Use Planning) på DWNP er problemet for Botswana at de har vært *for* flinke til å verne elefantene. I mange naboland fulgte man ikke opp internasjonale pålegg i like stor grad og dermed har man i dag mindre og mer håndterlige elefantstammer. Botswana på den andre siden fulgte opp de internasjonale påleggene og har i dag en stor stamme, når de nå ønsker å redusere denne på en forsvarlig måte får de ikke gehør for dette internasjonalt.

Denne store satsningen på vern har ført til konflikter mellom de som ønsker økt turismesatsning og vern av på den ene siden og de som ønsker å satse på kvegdrift på den andre siden.

## **Oppsummering**

I lys av diskusjonen i dette kapitlet kan vi se at Botswanas satsning på bærekraftig turisme foreløpig ikke har fått de ønskede effektene. Det er enda en del oppgaver som gjenstår for at turismen skal kunne defineres som bærekraftig.

Staten har satset stort på miljø og vern, og selv om man er kommet langt, trenger man å satse mer på oppgradering av infrastruktur i parkene, i tillegg til vedlikehold og renhold av de allerede eksisterende fasilitetene. Botswana har et sterkt fokus på vern og her har man kommet langt. Og selv om man fremdeles har enkelte utfordringer her, blant annet i forhold til håndhevelse av reguleringer i forhold til antall overnattingsplasser og håndtering av avfall, så kan man si at Botswana har kommet langt i målet med å oppnå en miljømessig bærekraftig turismenæring.

Satsningen på økonomisk bærekraft har også vært forholdsvis god, men med en ensidig satsning på luksusturisme og vestlige markeder er næringen sårbar for økonomiske

svingninger i markedene, og hendelser som minsker reisevilligheten i perioder. Ved mer satsning på andre kategorier av kunder, og da spesielt lavbudsjetturister, vil lokale aktører lettere kunne bidra i næringen, siden det kreves lavere investeringer og i mange tilfeller mindre kunnskap for å kunne starte opp egne turismebedrifter eller støttebedrifter. Hvis man får en større differensiering av bedrifter vil også koblingene til den lokale økonomien bli sterkere. En forholdsvis høy andel utenlandske selskaper med base i utlandet fører også til at mye av inntektene aldri når Botswana, i tillegg til at man har ganske høy lekkasje av inntekter på grunn av utstrakt import. Botswana bør også få implementert en mer effektiv skattepolitikk slik at de kan få flere inntekter i form av skatteinntekter fra safarioperatørene. På grunn av manglende utdanningsmuligheter innen turisme er det også vanskelig for safariselskapene å få tak i kvalifisert arbeidskraft, mange velger dermed å importere utenlandsk arbeidskraft

De største utfordringene finner man når man står for seg lokal utvikling. Foreløpig mangler det utdanningstilbud innen turisme, og en stor andel av de lokalt ansatte i næringen jobber for minimumslønninger, som ligger under fattigdomsnivået i landet. Mangel på utdanningsmuligheter innen turisme fører til at menneskene fra lokalsamfunnene har liten mulighet til å få gode jobber i næringen. Satsningen på empowerment og utdanning har også vært altfor dårlig. Dette har ført til at turismen gir få lokale ringvirkninger. Siden man, på tross av en sterk satsning på turisme og med et mål om bærekraftig turismeutvikling, foreløpig ikke har klart å innfri målet om lokal utvikling, kan ikke turismen kalles bærekraftig.

Jeg har i oppgaven min tatt for meg ulike kategorier av safaribedrifter. Det ser ikke ut til at de ulike typene av bedrifter opplever ulike problemer, og det er ingen tydelige forskjeller mellom de ulike kategoriene. Enkelte av de som opererer i Wildlife Management areas som drives av lokalsamfunn opplever noe mer problemer i forhold til driften på grunn av dårlig styring av områdene. Jaktoperatøren i utvalget opplevde større problemer enn de andre, dette kan komme av at han på tidspunktet for gjennomføring av feltarbeidet ikke hadde fått fornyet kontrakten for neste år på grunn av byråkratisk rot og korrupsjon, og dermed stod i fare for å måtte legge ned hele driften. Bortsett fra dette ser det ut til at operatørene mer eller mindre opplever de samme utfordringene for safaridrift i Botswana.



## KONKLUSJON

Jeg har i denne oppgaven belyst hindringer og muligheter for utvikling av en bærekraftig turismesektor i Botswana. Noen av de viktigste *hindringene* som er belyst i oppgaven er:

- *Mangel på utdanning:* Statens målsetting er at turismen skal bidra til bedre levekår for lokalbefolkningen i turismeområdene, og skape forretningsmuligheter. Slik som situasjonen er i dag mangler det et utdanningstilbud for turismerelatert utdanning. Dette fører også til at safariselskapene er avhengige av å importere utenlandsk arbeidskraft til å fylle en del av de stillingene som krever kvalifisert arbeidskraft.
- *Uoversiktlig byråkrati:* Byråkratiet i Botswana er uoversiktlig og turismerelaterte saker hører ofte inn under ulike kontorer. Dette gjør det ikke bare vanskelig for de eksisterende operatørene, men hever også terskelen for nyetableringer, dette gjelder spesielt for lokale operatører som mangler kunnskap og erfaring.
- *Manglende lokal utvikling:* Turismen har så langt ikke bidratt til lokal utvikling i noen utstrakt grad, og det er få koblinger til den lokale økonomien. Turismebedriftene eies fremdeles i stor grad av utenlandske aktører og man opplever dermed en stor grad av inntektslekkasje. Personer fra lokalbefolkningen som er ansatt i næringen jobber i stor grad for minimumslønninger og lokalsamfunnene tjener lite på turismen.
- *Mangel på implementering av lover og regler:* Botswana har som nevnt en forholdsvis god turismepolitikk, og har i de fleste tilfeller også fulgt opp politikken med lover og regler. Problemet er mangelfull implementering og håndheving av disse lovene. Dermed er det mange aspekter av turismen som ikke fungerer slik man ønsker, og dette medfører blant annet miljødegradering og manglende inntekter til staten.

Det er viktig å merke seg at mange av barrierene som finnes kan brytes ned hvis man får en sterk satsning på å gjøre turistnæringen lettere tilgjengelig for lokalbefolkningen. Man bør dermed satse på utdanning, empowerment og en differensiering av kundegrunnlaget. Ett naturlig første steg for å oppnå denne målsetningen ville være å sette i gang tiltak som hjelper lokale aktører å få tilgang til turistnæringen som annet enn lavt betalte arbeidere.

Noen av de viktigste *mulighetene* for turismen er.

- *Turismeproduktet*: Botswana har et unikt turismeprodukt med store vernede områder og store mengder vilt og andre typer dyr. Disse områdene oppleves som forholdsvis urørte, og Botswana er en populær turistdestinasjon.
- *Turismepolitikk*: Turismepolitikken i Botswana er godt utviklet, nytenkende og har med mange viktige aspekter, men mangler satsning på å følge opp implementeringen og håndheving av lover og regler. For å få til et mer stabilt kundegrunnlag samtidig som man gjør det lettere for lokale aktører å bidra i turismen bør man vurdere å åpne opp for lavbudsjettløsninger.
- *Utvikling av lokalsamfunnsbasert turisme*: Lokalsamfunnsbasert turisme har potensiale til å bidra sterkt til lokal utvikling, dersom det blir fulgt opp med utdanning og hjelp til å utvikle prosjekter og drift av prosjektene. På sikt er det meningen at lokalsamfunnene skal overta hele ansvaret selv, men uten kunnskap om slik drift er dette vanskelig uten oppfølging.

Som vi har sett har Botswana en sterk satsning på naturvern, og selv om man også her har støtt på hindringer, som manglende håndhevelse av lover om avfallshåndtering og sengeplasser i nasjonalparkene, så kan man si at turismen langt på vei er miljømessig bærekraftig. Dette er blant annet takket være statens massive satsning på vern av naturområder. Arbeidet for å oppnå en miljømessig bærekraftig turisme har fått mye oppmerksomhet, og med den nye økoturismestrategien har fokuset økt ytterligere. Staten har også hatt et sterkt fokus på dette temaet og utarbeidet retningslinjer på en rekke områder i forhold til miljøet, blant annet bygningsstandarder, antall besøkende og liknende. Men de har hatt en del problemer med implementering av disse retningslinjene. Man er også veldig bevisst på at uten en bærekraftig miljøforvaltning vil grunnlaget for turismen forsvinne. Man kan derfor si at turismen i Botswana langt på vei er miljømessig bærekraftig.

Når man kommer til økonomi får man et større problem, siden turismen i sin nåværende form opplever store lekkasjer til utenlandske aktører, og at mye av inntektene fra turismen i mange tilfeller aldri når Botswana. Man har på grunn av dette også gått glipp av

skatteinntekter fra safarioperatørene, men staten har allikevel relativt store inntekter fra blant annet avgifter fra turismen. Operatørene har hatt noen tunge år fra 2002, men dette ser ut til å bedre seg, de fleste etablerte operatørene ser ut til å klare seg greit selv om profittmarginen har gått noe ned på grunn av økte oljepriser og svak dollarkurs. Man kan på bakgrunn av dette ikke si at turismen er økonomisk bærekraftig, men at man er på rett vei og at med enkelte endringer i lovgivning og praksis så vil dette bedres.

Det største problemet er utvikling av lokalsamfunn. Turismen bidrar i for liten grad til utvikling av lokalsamfunnene i turismeområdene. For det første har en stor andel av de som er ansatt i næringen så lav lønn at de ligger under fattigdomsgrensen i landet. For det andre bidrar turismen i for liten grad til lokale ringvirkninger, i og med at det er få koblinger til den lokale økonomien. Satsningen på CBNRM som i utgangspunktet er laget for å involvere lokalbefolkningen i naturvern og turisme har delvis vært feilslått. Den har ikke i stor nok grad fokusert på empowerment og opplæring i lokalsamfunnene, i tillegg har det vært for dårlig oppfølging av prosjektene. Dette har ført til at de fleste prosjektene ikke har vært så lønnsomme som ønsket. De lokale aktørene har heller ikke oppnådd den kontrollen over utviklingsprosessen som man ønsket, men endt opp med å være arbeidskraft for de store selskapene. Det har også vært en generelt svak satsning på utdanning og spredning av kunnskap om turismen. Dette har ført til at næringen i mange tilfeller har problemer med å finne kompetente arbeidere, samtidig som lokalbefolkningen i liten grad ser hvordan turismen kan ha en positiv effekt på deres liv. Den ensidige satsningen på luksusturisme har også gjort at barrierene for å komme med i næringen er for høye for de aller fleste. Når man nå ønsker å legge opp til et mer variert kundegrunnlag kan det se ut til at man ønsker å gjøre det lettere for lokale aktører å delta i næringen. Men siden man fremdeles ønsker luksusturisme i Chobe og Okavango, vil ikke denne satsningen berøre lokalbefolkningen i disse områdene i noen særlig grad.

Botswana har enda ikke oppnådd bærekraftig turismeutvikling og det er på utviklingssiden de største utfordringene ligger. Situasjonen er langt ifra håpløs, staten har retningslinjer og en politikk som søker å bedre denne situasjonen. Denne politikken må bare følges opp med midler og personale til å gjennomføre endringene, noe som ikke har vært gjort i stor nok grad frem til nå. Man må også klargjøre hvilke instanser som har ansvaret for de ulike sakene. Sånn situasjonen har vært frem til i dag, er det i en rekke situasjoner usikkerhet rundt hvem som har det overordnede ansvaret og dermed kan det være vanskelig å håndheve retningslinjene. Men det er viktig at man handler raskt, hvis man utsetter å gjøre noe vil man

kunne oppleve at fattigdommen i området øker og at lokalbefolkningen blir negative til turismen samtidig som de på grunn av fattigdom blir tvunget til å utnytte naturmiljøet og dermed ødelegge turismeproduktet.

Et av de viktigste trekkene fra denne oppgaven er mangelen på lokal utvikling og empowerment av lokalbefolkningen i turismeområdene. Det har vist seg vanskelig å få til lokale koblinger i en næring som er dominert av utenlandske aktører og som har fokus på det øverste segmentet av kunder. Resultatene fra denne studien vil dermed kunne være overførbare til andre situasjoner der man opplever problemer med lokal utvikling på grunn av utenlandsk dominans av næringen, og høye barrierer for å få innpass i næringen på grunn av svært høy standard på turismeproduktet.

Analyserammen som er brukt i oppgaven har tatt for seg ulike aspekter av utvikling og utvikling av turistnæringen og de ulike delene har bidratt til analysen på litt ulike måter. Siden min oppgave i stor grad har fokus på empiri har analyserammen vært god til mitt bruk. Hvis man skulle hatt en mer teoretisk tilnærming verks så ville det være nyttig å bruke teorier om å skape, tilegne seg og trekke ut overskudd, noe som blant annet tas opp i avhengighets teoretiske tilnærminger innen utviklingsteori, for å se på hvordan avhengighetsforholdet mellom aktører i industriland og aktører i Botswana påvirker turismen i landet. Med en slik vinkling vil man også i større grad kunne analysere de eksterne faktorenes på virkning på Botswanas turismenæring.

I denne oppgaven har det kommet fram at de største utfordringene for å få til en bærekraftig turismeutvikling ligger i å få til utvikling i lokalsamfunnene. Det vil dermed være nyttig å gjøre en studie med fokus på lokalsamfunnene for å finne ut hvordan turismen kan gjøres på deres premisser for å kunne implementere turismen bedre slik at den bedrer deres situasjon og bidrar til lokal utvikling.



## REFERANSER

- Albertson, A. 1999. *Northern Botswana Veterinary fences: Critical Ecological Impacts*. Okavango Peoples Wildlife Trust. Maun. Botswana.
- Arntzen, J., D.L.Molokomme, E.M. Terry, N. Moleele, O.Toshosa & D.Mazambani. 2003. *Main Findings of the review of CBNRM in Botswana*. CBNRM Support Programme. Occasional Paper No.14. IUCN Botswana, Gaborone.
- Ashley, D, & D.M. Orenstein. 1995. *Sociological Theory, Classical Statements*. Paramount Publishing. Massachusetts.
- Ashley, C., D. Roe & H. Goodwin. 2001. *Pro-Poor Tourism Report No.1 : Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work For The Poor. A review of experience*. Russell Press. Nottingham.
- Baipoledi, E. K., G. Matlho, M. Letshwenyo, M. Chimbombi, E. K. Adom, M. V. Raborokgwe & J. M. K. Hyera. 2004. *Re-emergence of foot-and-mouth disease in Botswana*. The Veterinary Journal, Volume 168, Issue 1 , July 2004, Pages 93-99
- Bentnick, K. 2002. Developing a National Eco-Tourism Strategy for Botswana. In World Tourism Organization(ed.) Seminar proceedings: *Tourism: a Catalyst for Sustainable Development in Africa-Abuja, Nigeria 26-27 April 2002*
- Binns, T. & E. Nel. 2002. Tourism as a local development strategy in South Africa. *The Geographical Journal*, Vol. 168, No.3, September 2002, pp. 235-247.
- Blanc, J.J., C.R. Thouless, J.A. Hart, H.T. Dublin, I. Douglas-Hamilton, G.C. Craig and R.F.W. Barnes . 2002. *African Elephant Status Report 2002: An Update from the African Elephant Database*. The World Conservation Union.
- Boone, R.B. & N. Thompson Hobbs. 2004. *Lines around Fragments: Effects of Fencing on Large Herbivores*. African Journal of Range and Forage Science, 2004, 21(3):147-158. printed in South Africa.

- Briedenhann, J. & E. Wickens. 2004. Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas- vibrant hope or impossible dream? *Tourism management* No. 25(2004) pp.71-79
- Brohman, J. 1996. New Directions in Tourism for Third World Development. *Annals of Tourism Research*. Vol. 23, No 1, pp 48-70, 1996
- Brown, D. O. 1998. In search of an appropriate form of tourism for Africa: lessons from the past and suggestions for the future. *Tourism Management*, Vol. 19, No. 3, pp. 237-245, 1998
- Brown, K., R.K. Turner, H. Hameed & I. Batemann. 1997. Environmental carrying capacity and tourism development in the Maldives and Nepal. *Environmental Conservation*, 24 (4): 316-325
- BTDP. 2000. Botswana Tourism Master Plan: Final report. Botswana Tourism Development Programme, Gaborone.
- Burns, P. 1999. Paradoxes in planning: Tourism elitism or brutalism? *Annals of tourism research*, 26(2):329-348
- Ceballos-Lascurain, H. 1996. *Tourism, ecotourism and protected areas*. IUCN- The World Conservation Union.
- Clancy, M. 1998. Commodity chains, services and development: theory and preliminary evidence from the tourism industry. *Review of International Political Economy*. 5:1 Spring 1998: pp.122-148.
- Cook, I. 1997. Participant Observation. i Flowerdew, R. & D. Martin (red.). 1997. *Methods in Human Geography- a guide for students doing a research project*. Pearsons Education Limited. Essex, England.
- Dann, G.M.S. 2002. Tourism and development. s. 236-240. i Desai, V. & R.B. Potter (eds.) 2002. *The Companion to Development Studies*. Arnold. London
- Department of Tourism. 2005. *Discover Botswana*. Imprint Botswana, Gaborone
- Diamantis, D. 1999. The Concept of Ecotourism: Evolution and Trends. *Current Issues in Tourism*. Vol 2. No 2. pp 93-122. 1999.

- Dieke, U.C.P. 2000 "Developing Tourism in Africa: Some Issues for Policy Consideration,"  
The Development Policy Management Forum 7(1), pp. 25-31.
- DITSWANELO. 2006. Shadow report to the United Nations Committee on the Elimination of Racial  
Discrimination, 68<sup>th</sup> session 3 – 6 March 2006
- Doswell, R. 2000. African Training and Education: Hits and Misses. In P.U.C. Dieke(ed.) 2000. *The  
Political Economy of Tourism in Africa*. Cognizant Communication Corporation. New York.
- Dowler, L. 2001. Participant observation in a conflict area. I Limb, M. & C. Dwyer(red.). 2001.  
*Qualitative Methodologies for Geographers*. Arnold. London
- Eyles, J. 1988. Interpreting the Geographical World. Qualitative Approaches in Geographical  
Research. Kap. 1, i Eyles, J & D.M.Smith(red.). *Qualitative Methods in Human Geography*. Polity  
Press. Cambridge.
- Friedman, J. 1992. *Empowerment. The politics of Alternative Development*. Blackwell Publishers.  
Oxford.
- Goodwin, H. 1996. In Pursuit of Ecotourism. *Biodiversity and Conservation* 5, 277-291 (1996)
- Harvey, C. & S.R. Lewis Jr. 1990 *Policy Choice and Development Performance in Botswana*. OECD  
Development Centre.
- Hesselberg, J. 1996. *Fattigdom og utviklingsstrategier*. Occasional Paper #22, Samfunnsgeografi.  
Institutt for Sosiologi og Samfunnsgeografi. Universitetet I Oslo.
- Kruuse, E. 1999. Kvalitative forskningsmetoder i psykologi og beslægtede fag. *Dansk Psykologisk  
forlag. København*.
- Kvale, S. 1997. *Det kvalitative forskningsintervju*. Gyldendal Akademisk. Oslo.
- Langhelle, O. 2002. Bærekraftig utvikling. S.225-254. i Benjaminsen, T.A. & H. Svarstad(Red.) 2002.  
*Samfunnspektiver på miljø og utvikling*. Universitetsforlaget. Oslo.

- Leones, J. 1995. Tourism Trends and Rural Economic Impacts. In R. Tronstad & J. Leones (Eds) *Direct Farm Marketing and Tourism handbook*: <http://cals.arizona.edu/arec/pubs/dmkt/dmkt.html>
- Limb, M. & C. Dwyer (eds). 2001. *Qualitative methodologies for geographers. Issues and debates*. Arnold, London.
- Lincoln, Y.S. & Guba, E.G. 2000. The Only Generalization is: There is No Generalization. In Gomm, R., Hammersley, M. & P. Foster. 2000 *Case Study Method*. SAGE Publications. London.
- Lindberg, K. 1991. *Policies for Maximizing Nature Tourism's Ecological and Economic Benefits*. World Resources Institute. Washington.
- Liu, Z. 2003. Sustainable Tourism Development: A Critique. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 11, No. 6, 2003.
- Mayo, M & G. Craig. 1995. Community Participation and Empowerment: The Human Face of Structural Adjustment or Tools for Democratic Transformation? In Craig, G. & M. Mayo 1995 (eds.) *Community Empowerment: A reader in Participation and Development*. Zed Books: London
- Mbaiwa J. E. 2003. The socio-economic and environmental impacts of tourism development on the Okavango Delta, north-western Botswana, *Journal of Arid Environments*, Volume 54, Issue 2, June 2003, Pages 447-467
- Mbaiwa J. E. 2005a. Enclave tourism and its socio-economic impacts in the Okavango Delta, Botswana. *Tourism Management* 26 (2005) 157-172
- Mbaiwa J. E. 2005b. The Problems and prospects of Sustainable Tourism Development in the Okavango Delta, Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 13, No. 3.
- McIntyre, C. 2003. *BOTSWANA- Okavango Delta- Chobe-Northern Kalahari- The Bradt Travel Guide*. Bradt travel guides ltd. UK

- Mitchell, J.C. 2000. Case and Situation Analysis. I Gomm, R., M. Hammersley & P. Foster. 2000. *Case Study Method*. SAGE Publications. London.
- Modimootsile, K.G. 2005. *Possibilities and constraints to development of small-scale entrepreneurs that cater for the tourism industry in Ngamiland district of Northern Botswana*. Masteroppgave i samfunnsgeografi, Universitetet i Oslo.
- Mohan, G. & K. Stokke. 2000. Participatory development and empowerment: the dangers of localism. *Third World Quarterly*, Vol 21, No 2, pp 247-268, 2000.
- Mosugelo, D. K., S.R.Moe, S.Ringrose & C.Nellemann. 2002. Vegetation changes during a 36-year period in northern Chobe National Park, Botswana. *African Journal of Ecology* 40 (3), 232-240.
- Ntuane, B. *The Honeymoon is Over*. October 12, 2005 The reporter(Gaborone): <http://allafrica.com/stories/200510120522.html>
- Parpart, J.L. 2002. Gender and empowerment: new thoughts, new approaches. p.338-342. in Desai, V. & R.B. Potter (eds.) 2002. *The Companion to Development Studies*. Arnold. London.
- Pharaoh, R. 2005. *Not Business As Usual- Public Sector Responses to HIV/AIDS in Southern Africa*. Institute for Security Studies. Pretoria.
- Pro-Poor Tourism Partnership. 2004a. *Sheet No.1: Defining Pro-Poor Tourism*. [www.propoortourism.org.uk](http://www.propoortourism.org.uk).
- Pro-Poor Tourism Partnership. 2004b. *Sheet No.2: Overview of Pro-Poor Tourism Strategies*. [www.propoortourism.org.uk](http://www.propoortourism.org.uk).
- Ragin, C.C. 1994. *Constructing social Research*. Pine Forge Press. California.
- Republic of Botswana. 2005. *2005 Annual Economic Report, Published as a supplement to the 2005 Budget Speech*. Ministry of Finance and development Planning, Gaborone.

- Shah, K. & V.Gupta. 2000. *Tourism, the Poor and Other Stakeholders: Experience in Asia*. Overseas Development Institute and Tourism Concern. London.
- Scheyvens, R. 2002. *Tourism for Development, Empowering Communities*. Pearson Education Limited, Essex.
- Scheyvens. R. 2003. Backpacker Tourism and Third World Development. *Annals of Tourism Research*. Vol. 29. No 1. pp 144-164
- Simon, D. 2002. Neo-Liberalism, Structural Adjustment and Poverty Reduction Strategies. p.86-92 in Desai, V. & R.B. Potter (eds.) 2002. *The Companion to Development Studies*. Arnold. London.
- Smith, V.L. & W.R. Eadington.1992. *Tourism Alternatives- potentials and problems in the development of tourism*. University of Pennsylvania Press. Philadelphia.
- Sofield, T.H.B. 2003. *Empowerment for sustainable tourism development*. Pergamon. Amsterdam
- Stake, R. 1978.The case study method in social inquiry. *Educational Researcher*, 7(2), 5-9.
- Stevens, P.W. & R. Jansen. 2002. *Botswana National Ecotourism Strategy*. Govern ment of Botswana.
- Thagaard, T. 2003. *Systematikk og innlevelse, en innføring i kvalitativ metode*. Fagbokforlaget. Bergen.
- UNDP.2005. Botswana Human Development Report 2005- Harnessing Science And Technology For Human Development.UNDP
- WCED. 1987. *Our Common Future*. Oxford University Press. Oxford.
- Wilks, J., D.Pendergast & P. Leggat. 2006. *Tourism in Turbulent Times, Towards Safe Experiences for Visitors*.Oxford.
- Yin, R. K. 1989. *Case Study Research, Design and Methods*. SAGE Publications. London.

## APPENDIX

### Intervjuguide Safarioperatører:

#### QUESTIONS FOR THE SAFARI OPERATORS

##### Background

1. Name
2. Profession
3. Location of enterprise.
4. Owner/employee
5. What is the nationality of the enterprise?
6. What is the nationality of the owner? Local/Botswanian /Foreigner (Where?)
7. When was the enterprise started?
8. How large is the enterprise? How many employees does it have?
9. How many of the employees are local/ foreign? What kind of positions?
10. What kind of Safaris are you offering your customers? What is included in such a safari and what is the prize?
11. Who are your customers? (Nationality/age/income group etc.)
12. Do you have other activities than Safari? What kind of activities? Is Safari the core-activity?

##### Economy

13. How did you raise the necessary capital to start your business?
  - Did you get any support from the state? Loans, grants etc.?
  - Would it have been easier with such state-support? **Or:** Would it have been possible without such support?
14. Is there strong competition between different operators? What is your strength in this competition?
15. What are your plans for expansion/increasing the profitability? Are there any possibilities? Which?
16. What is your annual turnover?
17. What is the average profit-margin in the business sector? Has it been increasing or decreasing over the last ten years?
18. Have you experienced changes in the profit-margins over the last years? Up or down? Why?
19. What did you experience as barriers when you started your business?
20. What do you experience as barriers for expansion?
  - Why is the situation more difficult for you than for South-African/Botswanian operators?
21. What do you think should be done to make your situation better?
22. To what extent do you use subcontractors? Are these local? For what functions? What functions do you perform yourself?
23. Where does the goods consumed come from? (food, equipment, raw materials for buildings etc.) To what extent is local and national goods used? And why?
24. Is foreign goods used? What kind and why?

25. Do you invite the tourists to buy local goods? Why/why not?
26. Is safari tourism generating economic activity locally? What kind?
27. What is the difference between luxury- and low-budget safaris? according to income, local employment, use of local goods and other local spill-over effects?

### **Attitudes**

28. How is safari tourism affecting the local community
29. What can make the local people more positive to safari tourism?
30. What can be done (by the state) to increase the profitability on safariturismo? (Laws, rules, increase the length of stays, more expensive trips, more local goods, more locally employed, higher income, lower taxes, more differentiated tourism?)

### **Local/foreign actors**

31. Which actors are performing best and why?
32. What makes foreign companies perform so well? Experience? capital? Good geographical starting point?
33. Do foreign companies earn more on their safaris than the Botswanian companies? Why?
34. Do foreign companies mainly operate luxury safaris, budget-safaris, none or both?
35. What do you think local operators can do to become more attractive? What barriers do you think exist to increase the local income share?

### **Workers**

36. Have you got access to the workers you need?
37. Are they qualified?
38. do you use seasonal workers?
39. What do you think of the price of labour?

### **Infrastructure/Planning**

40. What do you think of the state's development of infrastructure? What can be improved? Which areas do they need to focus more on?
41. What do you think of the government's work regarding tourism? Are they doing a good job?
42. To what extent are safari operators included in the planning process?
43. To what extent is the local population included in the planning process?

### **Visions**

44. How do you look upon your company's future in Botswana?
45. What areas are necessary to emphasize in order to develop the safari tourism?



## **Intervjuguide HATAB:**

### **QUESTIONS FOR HATAB**

#### **General information**

1. Title/occupation:
2. What are your main duties and responsibilities ?
3. Education
4. Can you tell me about your association? What do you do?(no of employed, no of members?)when was it started?
5. Which policy is governing your work on tourism? Safaritourism?

#### **Planning**

6. How has the tourism industry in Botswana developed since 1980? What kind of change?
7. How can it be explained?
8. In what respect has this development been planned?
  - What kind of system exists for planning and development of tourism?(especially safari-tourism). Are plans made regularly? How is it done? Who is involved in the process?
  - Is the local population included in the planning process? In what respect?
  - Has this changed over time? (less or more local involvement?)
9. What do you think of the former strategy of few but expensive safaris (high cost, low impact)?
10. Is the new strategy( Modified high volume, mixed price)better or worse? Why?
11. How does safari tourism affect the local population? (agriculture vs. conservation, problem animals and predators concerning security for cattle and human- beings, income/expenses? )
12. What is done to get qualified personell for the safari buisness? Do you have specific training/ education aimed at tourism? Who runs this training? (Private or the state)
13. What is done to make safari-management easier for local actors? By the government, by you?(rules, possibilites for grants and loans, courses, training, certification, lower taxes, fees building of infrastructure)
14. What is done to promote new buisnesses?
15. Who owns and runs the safari companies, accomodation, security, catering and transport? (the state/private actors, local/national/ foreign)
16. Are there any economic consequences for Botswana if the actors are national or foreign? Which?
17. Are foreign actors performing better than local actors? Why?
18. What makes South-african(and other) actors perform so well? Experience? Capital? Geographical starting point?
19. How can local actors become more attractive?

#### **Infrastructure**

20. What kind of infrastructure is needed to run sucessful/profitable safari tourism?

21. To what extent is development of such infrastructure prioritized? Which areas is the government focusing on? What is the time schedule? Are you satisfied with the work that is done?
22. Which areas needs more emphasis?

### **Attitudes**

23. What do you think is positive about the safari tourism? Negative?
24. What is your opinion on the eco tourism strategy?
25. What is your opinion on CBNRM?
26. What is the local populations attitude towards safari tourism?(place for work? Profitable for the state, destroying agriculture etc.)
27. Are there any differences between different parts of the country? Between different ethnic groups?
28. What can be done to make the local population more positive towards tourism?

### **Income**

29. How is the income-level for workers in the safari industry? Higher/lower than the average income in Botswana? What is an average income in Botswana? How much does a worker in the safari industry earn?
30. Does safari tourism have any positive spill-over effects? Which?
31. Which actors do you think earn most from safari tourism and why?
32. Is something done to increase the local income share? What?

### **Visions**

33. What are the plans for the future?
34. Which areas do the you wish to focus on?
35. Which policy instrument do you think the government should use to increase the profitability in the safari tourism? (Rules, laws, increase the time of the stays, more local goods, more expensive trips, more local employees, higher wages, lower taxes, a more differensiated tourism?)

## **Intervjuguide Administrasjon:**

### **QUESTIONS FOR THE ADMINISTRATION**

#### **General information**

36. Title/occupation:
37. What are your main duties and responsibilities ?
38. Education
39. Which policy is governing the tourism industry? Safaritourism?

#### **Season**

40. To what extent is safaritourism dependent on season?
  - When is the season for safaries? Hunting-safaries? What determines the time of the season? (climate, holidays, hunting season, other things?)
  - What is the workers` opinion on seasonal work? Are there possibilities for other kinds of work during off-season? Is it necessary?

#### **Rights**

41. What kind of rights can different actors claim to the nature areas/game? Who has these rights?(state, district councils, local community/villages/individual persons)

#### **Planning**

42. How has the tourism industry developed since 1980? What kind of change?
43. How can it be explained?
44. In what respect has this development been planned?
45. What kind of system do you have for planning and development of tourism?(especially safari-tourism). Are plans made regularly? How is it done? Who is involved in the process?
46. Is the local population included in the planning process? In what respect?
47. Has this changed over time? (less or more local involvement?)
48. What is done to get qualified personell for the safari buisness? Do you have specific training/ education aimed at tourism? Who runs this training? (Private or the state)
49. What is done to make safari-management easier for local actors? (rules, possibilites for grants and loans, courses, training, certification, lower taxes, fees building of infrastructure)
50. What is done to promote new buisnesses?
51. Who owns and runs the safari companies, accomodation, security, catering and transport? (the state/private actors, local/national/ foreign)
52. Are there any economic consequences for Botswana if the actors are national or foreign? Which?
53. Are foreign actors performing better than local actors? Why?
54. What makes South-african(and other) actors perform so well? Experience? Capital? Geographical starting point?
55. How can local actors become more attractive?

#### **Infrastructure**

56. What kind of infrastructure is needed to run sucessful/profitable safari tourism?
57. To what extent is development of such infrastructure prioritized? Which areas is the governement focusing on? What is the time schedule?

58. Which areas needs more emphasis?

### **Attitudes**

59. What is your opinion on safari-tourism? (advantages/disadvantages)
60. What is the general attitude of the government towards safari tourism?
61. What is the local populations attitude towards safari tourism?(place for work? Profitable for the state, destroying agriculture etc.)
62. How does safari tourism affect the local population? (agriculture vs. conservation, problem animals and predators concerning security for cattle and human- beings, income/expenses? )
63. Are there any differences in attitude between different parts of the country? Between different ethnic groups?
64. What can be done to make the local population more positive towards tourism?

### **Income**

65. How is the income-level for workers in the safari industry? Higher/lower than the average income in Botswana? What is an average income in Botswana? How much does a worker in the safari industry earn?
66. Does safari tourism have any positive spill-over effects? Which?
67. Which actors do you think earn most from safari tourism and why?
68. Who gets the income from fees from the safari-buisness?(trophy- fees for hunting, hunting licences, fees for nationalparks etc.)
69. How is this income/revenue distributed between local community, district councils and the state?
70. What kind of projects are the revenue from the safari buisness used for? For communities influenced by safari tourism? Other projects within tourism? Other projects?
71. Who decides what the money are going to be used for? Who is consulted?
72. Is something done to increase the local income share? What?

### **Visions**

73. What are the plans for the future?
74. Which areas do the governemnt wish to focus on?
75. Which policy instrument do the government plan to use to increase the profitability in the safari tourism? (Rules, laws, increase the time of the stays, more local goods, more expensive trips, more local employees, higher wages, lower taxes, a more differensiated tourism?)
76. What is your opinion on the eco tourism strategy?
77. What is your opinion on CBNRM?
78. What do you think of the former strategy of few but expensive safaris (high cost, low impact)?
79. Is the new strategy( better or worse? Why?