

Pyry Mustonen

HENKILÖKUNNAN TOIMINTAMALLI
ORIGINAL SOKOS HOTEL
VAAKUNA MIKKELILLE GREEN
KEY -YMPÄRISTÖTYÖSTÄ
VIESTIMISEEN

Opinnäytetyö
Matkailun koulutusohjelma


Marraskuu 2016




MAMK

University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

	Opinnäytetyön päivämäärä esityspäivä 25.11.2016		
Tekijä(t) Pyry Mustonen	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Matkailun koulutusohjelma		
Nimeke Henkilökunnan toimintamalli Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelille Green Key -ympäristötyöstä viestimiseen			
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tavoitteena on rakentaa henkilökunnan ympäristöviestinnän toimintamalli työn toimeksiantajalle Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelille. Toimintamalli on osa Green Key -ympäristömerkin vaatimia kriteerejä. Toimintamallia hyödynnetään henkilökunnan ympäristötyön perehdytyksessä. Tutkimuksen päättökysymys on ”Miten rakennetaan henkilökunnan toimintamalli Green Key -ympäristötyöstä viestimiseen?” Ensimmäiset Green Key -sertifikaatit myönnettiin Suomessa 2015 maaliskuussa. Green Key -ympäristömerkki on kuitenkin aloittanut toimintansa jo vuonna 1994 Tanskassa. Suomessa on aiemmin tutkittu mm. Joutsenmerkin hakuprosessia ja EU-ympäristömerkin hyödyntämistä markkinoinnissa. Green Key -ympäristöviestinnästä ei kuitenkaan ole tehty vielä tutkimusta Suomessa.</p> <p>Teoriaosassa käsitellään Sokos Hotels -ketjua sekä majoitusalan ympäristömerkkejä Suomessa. Myös Green Key -hakuprosessia, -ympäristötyötä ja -viestintään avataan.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena benchmarking-menetelmää hyödyntämällä. Elo-syyskuun vaihteessa 2016 toteutettiin viidelle eri hotellien ympäristövastaaville teemahaastattelut Green Key -ympäristömerkistä. Ympäristövastaavien vastauksien perusteella kerättiin lisää tietoa Green Key -ympäristömerkistä ja -ympäristöviestinnästä.</p> <p>Tutkimuksen tulosten perusteella hotellin tekemä Green Key -ympäristöviestintä on käsitteenä laaja. Ympäristöviestintää voi toteuttaa monipuolisesti eri keinoilla. Ympäristöviestintä on eri hoteleissa saman kaltaista, suurimmat erot näkyvät erilaisten asiakaskuntien mukaan. Tulosten pohjalta rakennettiin henkilökunnan toimintamalli Green Key -ympäristötyöstä viestimiseen. Pohdinta osiossa esitetään jatkotutkimusehdotukset Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelille. Asiakkaiden suhtautumista hotellin toteuttamaan ympäristöviestintään voitaisiin tutkia, jotta saataisiin tehokkaimmat viestintäkeinot käyttöön.</p>			
Asiasanat (avainsanat) Toimintamallit, ympäristömerkintä, ympäristöviestintä			
Sivumäärä 40 s. + liitt. 6 s.	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border: none;">Kieli suomi</td> <td style="width: 33%; border: none;">URN</td> </tr> </table>	Kieli suomi	URN
Kieli suomi	URN		
Huomautus (huomautukset liitteistä) Toimeksiantajan pyynnöstä liitteet, sekä kappaleet 6 ja 7 ovat salattuja.			
Ohjaavan opettajan nimi Sirpa Sahinjoki	Opinnäytetyön toimeksiantaja Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli		

DESCRIPTION

		Date of the master's thesis November 25 th 2016
Author(s) Pyry Mustonen	Degree programme and option Bachelor of Tourism	
Name of the master's thesis Procedure for Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli's staff regarding communication about Green Key environmental work		
Abstract The main object of this bachelor's thesis was to create a procedure for Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli's staff regarding communication about Green Key environmental work. The procedure for environmental communication is part of the Green Key eco-label criteria. The procedure has an important role when the staff is familiarized with the Green Key eco-label. The primary research question of this thesis was: "How to create a procedure for the staff for communication about Green Key environmental work?" The Green Key eco-label was created in Denmark in 1994. The first Green Key eco-labels in Finland were awarded in 2015. In Finland there have been made bachelor's thesis about such topics as the application process of the eco-label Joutsenmerkki and how to use the EU eco-label in marketing. This is the first bachelor's thesis which studies Green Key environmental communication in Finland. The theoretical framework deals with the Sokos Hotels chain, eco-labels in Finland and the Green Key eco-label. The Green Key eco-label section includes detailed information on the Green Key application process, environmental work and environmental communication. This qualitative study was made using the benchmarking method. Five Green Key theme interviews were held with the environmental managers at five different hotels during August and September in 2016. The environmental manager's replies gave more information about of the Green Key eco-label and environmental communication. Based on the results of the research Green Key environmental communication includes many areas. Environmental communication can be done in several ways. Environmental communication is similar between hotels but there are differences based different customer groups. The procedure for Green Key environmental communication was based on the results of the study. The discussion part includes suggestions for further research. Customer's reaction to environmental communication could be examined. This could bring more information on efficient ways to increase environmental awareness.		
Subject headings, (keywords) Procedure, eco-label, environmental communication		
Pages 40 p. + app. 6 p.	Language Finnish	URN
Remarks, notes on appendices According to commissioners wishes appendices and paragraphs 6 and 7 are not public.		
Tutor Sirpa Sahinjoki	Master's thesis assigned by Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	1
1.1	Tausta ja tarve	1
1.2	Aikaisemmat tutkimukset	2
1.3	Tutkimuskysymykset	3
2	SOKOS HOTELS	4
2.1	Sokos Hotellien alabrändit	4
2.2	Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli	5
3	YMPÄRISTÖSERTIFIKAATIT HOTELLEISSA	6
3.1	Ympäristösertifikaatit	6
3.2	Green Key -kriteerien vaihtelevuus maittain	9
3.3	Green Key:n käyttöönotto hotelleissa	10
3.4	Green Key:n käyttöönotto Sokos Hotelleissa	12
4	GREEN KEY -YMPÄRISTÖTYÖHÖN PEREHDYTYS	12
4.1	Ympäristötyöhön perehdyttäminen	12
4.2	Ympäristöviestinnän toimintamalli	14
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	14
5.1	Benchmarking	15
5.2	Kvalitatiivinen tutkimus	18
5.3	Aineiston kerääminen	19
5.4	Analysointi	20
5.5	Tutkimuksen luotettavuus ja yleistettävyys	21
6	TUTKIMUSTULOKSET	22
7	TOIMINTAMALLI	22
8	POHDINTA	22
	LÄHTEET	25
	LIITTEET	
	1	
	2	
	3	

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa toimintamalli Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelin henkilökunnalle Green Key -ympäristöviestinnästä. Toimintamalli on osa Green Key -ympäristömerkin vaatimaa ympäristötyötä. Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelin on sertifioimassa toimintaansa muun Sokos Hotels -ketjun mukana Green Key -ympäristömerkin vaatimalle tasolle.

1.1 Tausta ja tarve

Opinnäytetyössä tutkitaan Green Key -ympäristömerkin vaatimaa ympäristöviestintää. Vastuullisen toimintatavan näkyminen asiakkaalle on yhä tärkeämpi edellytys (Kestävä kehitys 2016). Suomessa on jo 48 Green Key -sertifioitua hotellia (Green Key Sites 2016). Työn toimeksiantaja Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelin hakee Green Key -ympäristömerkkiä vuoden 2016 lopussa. Green Key -ympäristömerkin saamiseksi hotelli auditoidaan ja Green Key -tuomaristo käsittelee auditointiraportin ja hakemuksen (Näin haet mukaan Green Key -ohjelmaan 2016). Yhtenä kriteerinä on henkilökunnan selkeä ohjeistus, miten ja missä tilanteissa ympäristötyöstä kerrotaan asiakkaille (Green Key Kriteeristö 2016-2020 2016, 9). Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, miten henkilökunnan tulisi toteuttaa ympäristöviestintää Green Key -ympäristömerkistä.

Green Key on kansainvälinen majoituslalle suunniteltu johtava ympäristömerkki. Tavoitteena Sokos Hotelleilla on saada yksi yhteinen ympäristömerkki hotelliketjulle. Yhteinen merkki luo mahdollisuuden yhtenäiseen markkinointiin ja vastuullisen mielikuvan vahvistamiseen Sokos Hotel -ketjulla. Green Key -ympäristömerkki tuo mukanaan kustannussäästöjä ja osoittaa vastuullisuutta, jota voidaan hyödyntää markkinoinnissa. (Jung, 2015, 5.)

Green Key -ympäristömerkki on rantatutunut Suomeen vasta äskettäin, mutta majoituslalla on ollut muita ympäristömerkkejä käytössä aiemmin. Green Key -sertifioitujen kohteiden määrä on kuitenkin kasvanut Suomessa nopeasti. Suomen ulkopuolella Green Key -ympäristömerkki on toiminut kuitenkin jo pitkään. Ympäristöystävällinen toiminta on tulevaisuudessa asiakkaille entistä tärkeämpi asia. myös matkailualalla

1.2 Aikaisemmat tutkimukset

Suomessa ei ole aikaisemmin tutkittu Green Key -ympäristöviestintää. Aikaisempia tutkimuksia majoitusalan ympäristömerkeistä on kuitenkin tehty. Tamminen (2010) ja Liukkonen (2013) ovat tutkineet Joutsenmerkkiä ja sen hakuprosessia hotellille. Edellä mainituissa opinnäytetyöissä on kuvattu Joutsenmerkin hakemisprosessin lisäksi markkinointihyötyjä sekä henkilökunnan ohjeistusta.

Suutala (2013) on tutkinut opinnäytetyössään EU-ympäristömerkin hyödyntämistä hotellin viestinnässä ja markkinoinnissa. Opinnäytetyössään Suutala on ottanut ulkoisen viestinnän lisäksi huomioon myös sisäisen viestinnän. Sisäinen viestintä toteutettiin hotellin henkilökunnan perehdytyskansiolla.

Walleniuksen kestävästä matkailusta käsittelevässä pro gradussa (2013, 55) kaikki haastateltavat mainitsivat ihmisiin vaikuttamisen oleva keino luoda kestäviä käytäntöjä matkailualalle. Lisäksi osa haastateltavista mainitsi, että Suomessa kestävyiden korostamista ei osata hyödyntää markkinoinnissa (Wallenius 2013, 66). Walleniuksen (2013, 81) mukaan levittämällä tietoa kestävydestä yritykset saavat kustannussäästöjä, positiivista imagoa sekä edistävät matkailun kestävyttä. Kestävyiden hyödyntämisen taito markkinoinnissa tuo siis yritykselle hyötyä monella tavalla.

Lisäksi Nokela (2012) on tehnyt opinnäytetyönään Green Key -ympäristömerkille markkinointisuunnitelman ennen Green Key -ympäristömerkin toiminnan aloittamista Suomessa. Nokelan (2012) työssä selvitettiin, löytyykö Green Key -ympäristömerkille kysyntää Suomen matkailualan markkinoilla. Työssä todettiin Green Key Finlandin voivan aloittaa toiminta Suomessa, jos Green Key -ympäristömerkki saadaan mahdollisimman monen yrityksen tietoisuuteen (2012, 53). Työssä hahmotettiin yleistä Green Key -ympäristömerkin tunnettavuutta matkailualalla toimivien yritysten keskuudessa, ennen Green Key -toiminnan aloittamista Suomessa.

Virallinen Kolmannen osapuolen myöntämä ympäristömerkki auttaa välttämään viherpesun leimaa, asiakkaat ovat nykyään entistä epäilevämpiä pelkästään yritysten kertomia tietoja kohtaan (Geerts 2014, 2). Tuotteiden ympäristövaikutusten merkitys on kuluttajille tärkeä. Yleiselle ympäristövaihtelulle tulee olla perusteltu selvitys.

Kolmannen osapuolen myöntämä ympäristömerkki antaa luotettavan kuvan tuotteen ominaisuuksista. (Ympäristömarkkinointi 2002, 1–2.) Yritysten kertoman tiedon tuoksi tarvitaan siis kolmannen osapuolen vahvistus. Muuten asiakkaat helposti epäilevät yrityksen välittämää tietoa.

1.3 Tutkimuskysymykset

Kanasen (2014, 30) mielestä tutkimus pitäisi suunnata alueelle jolla tieteellistä tutkimusta ei ole vielä tehty. Suomessa Green Key -ympäristöviestinnästä ei ole vielä tehty tutkimusta. Opinnäytetyössä saadaan siis uutta tietoa ympäristöviestinnästä.

Hirsjärvi ym (2010, 137) kirjoittaa ”Tutkimuksella on aina jokin tarkoitus tai tehtävä. Tarkoitus ohjaa tutkimusstrategisia valintoja.” Työn tavoitteena on selvittää, miten Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli voi parhaiten viestiä Green Key ympäristösertifikaatista. Opinnäytetyön konkreettinen tuotos on toimintamalli Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelin henkilökunnalle ympäristötyöstä viestimiseen. Päättökysymys on ”Miten rakennetaan henkilökunnan toimintamalli Green Key -ympäristötyöstä viestimiseen?”. Työ toteutetaan kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Tutkimusmenetelmäksi valittiin benchmarking-menetelmä, jossa omaa toimintaa verrataan toiseen kohteeseen (Ojasalo ym. 2014, 43). Benchmarking-menetelmää sovelletaan parhaiden käytäntöjen löytämiseen ja oman toiminnan kehittämiseen. Benchmarkattavien kohteiden tulee olla vertailukelpoisia Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelin kanssa.

Tutkimuskysymykset:

Miten rakennetaan henkilökunnan toimintamalli Green Key -ympäristötyöstä viestimiseen?

Mitä Green Key -ympäristöviestintä on?

Miten viestimme Green Key -ympäristötyöstä asiakkaille?

Mitkä ovat tehokkaita tapoja viestiä Green Key -ympäristömerkistä asiakkaille?

Opinnäytetyön tuotoksena syntyvä toimintamalli menee suoraan toimeksiantajan käyttöön. Toimeksiantaja voi halutessaan päivittää toimintamallia mieleisekseen. Viimeistään Green Key -kriteerien uudistuessa 2020, toimintamallin päivitys tulee ajankohitaiseksi.

2 SOKOS HOTELS

Sokos Hotel -ketjuun kuuluu yli 50 hotellia. Hotelleista viisi sijaitsee Suomen ulkopuolella, kaksi Virossa ja kolme Pietarissa. Sokos Hotellien toimintaa harjoittaa Suomessa S-ryhmä. S-ryhmä harjoittaa hotellitoimintaa myös Radisson Blu -ketjulla Suomessa. Suurin osa Sokos Hotelleista kuuluu paikallisten osuuskauppojen omistukseen. Sokotel Oy omistaa loput viisitoista Sokos Hotellia. Sokotel Oy on SOK:n tytäryhtiö, joka harjoittaa matkailu- ja ravitsemisliiketoimintaa. (Yrityskuvaus 2016.)

2.1 Sokos Hotellien alabrändit

Sokos Hotelleja on kolmea eri tyyppiä, Original, Break ja Solo. Hotellit tarjoavat majoituksen lisäksi asiakkaille erilaisia kokous-, ravintola- ja vapaa-ajan palveluita. (Yrityskuvaus 2016.) Alla tutustutaan tarkemmin Sokos Hotellien alabrändeihin.

Original by Sokos Hotels

Original-hotellit palvelevat asiakkaitaan paikallinen pilke silmäkulmassa. Original-hotellit sijaitsevat keskeisillä paikoilla ja niitä löytyy Suomesta yli kolmekymmentä kappaletta. Suomen ulkopuolella Original-hotelleja löytyy Pietarista ja Tallinnasta, yksi kummastakin kaupungista. (Original Se ystävällinen keskellä kaupunkia 2016.) Original-hotelleja on kattava määrä ympäri Suomea ja sijainnit keskeisillä paikoilla helpottavat saavutettavuutta.

Break by Sokos Hotels

Break-hotellit sijaitsevat kylpylöiden tai vapaa-ajan keskusten yhteydessä. Break-hotelleissa on mahdollisuus rentoutua ja ladata akkuja eri tavoin, kuten kasvohoitojen, golfiin tai laskettelun yhteydessä. Break-hotelleista asiakas poistuu energisempänä kuin tuli. (Mikä ihmeen Break? 2016.) Break-hotellien vetovoima perustuu vapaa-ajan viettomahdollisuuksiin ja hotellit sijaitsevatkin vapaa-ajan aktiviteetteihin sopivissa ympäristöissä.

Solo by Sokos Hotels

Solo-hotellit ovat uniikkeja, persoonallisia hotelleja täynnä yksityiskohtia. Hotellit ovat joko klassikoita tai syntyvät sellaisiksi. Solo-hotelleissa kaikki, myös palvelu tehdään tyyllillä. (Tervetuloa yksilölliseen Solo-hotelliin 2016.) Solo-hotellit erottuvat tyyllillä ja yksilöllisyydellään.

2.2 Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli

Osuuskauppa Suur-Savo osti Hotelli Alexandran vuonna 1995, tavoitteenaan kasvaa maakunnan suurimmaksi toimijaksi hotelli- ja ravintola-alalla (Puntanen 2016, 261). Joulukuussa 2006 valmistui 73 huoneen kokoinen laajennusosa, jolla vastattiin korkeatasoisten hotellihuoneiden saatavuuteen Mikkelin keskustassa (Puntanen 2016, 263). 2016 kesällä valmistui viimeisin huoneremontti, jossa 100 huonetta uusittiin ja kaikkiin hotellihuoneisiin tuli huonekohtainen jäähdytys (Mikkelin huoneuudistus on valmis 2016). Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli on 175 huonetta ja 350 vuodepaikkaa. Hotellissa työskentelee 51 henkilöä (Coker-Appiah 2016).

Hotellissa toimii kolme ravintolaa. Bar'n' Night Vaakuna palvelee kolmella eri puolellaan sekä kaupungin suurimmalla diskopallollaan asiakkaita. Yökerhossa järjestetään opiskelijoiden illanviettoja, mutta illasta riippuen esiintyjinä on myös suomalaisia huippuartisteja. Bistrobar sijaitsee hotellin aulassa tarjoten paikallisten tuottajien tuotteista valmistettuja ruoka-annoksia yhdessä paikallisten juomien kanssa. Ravintola Fransmanni tarjoaa maalaisranskalaista ruokaa kauden mukaisesti mutkattomalla eteläsavolaisella palvelulla. (Ravintola 2016.) Fransmanni -ketjussa toteutetaan konseptiuudistusta vuosien 2016 ja 2017 aikana (Rantanen 2016). Mikkelin Fransmanni uudistuu Frans & les Femmes -bistroksi Fransmanni -ketjun konseptiuudistuksen mukaisesti (Hyytinen 2016). Ravintoloiden lisäksi hotellissa on saunaosasto sekä poreallas. Samoissa tiloissa sijaitsee myös hieronta sekä hoitolapalvelut. Lapsille on oma leikki- paikka ja Fransmannin puolella oma leikkinurkkaus. (Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli 2016.)

Hotelli tarjoaa kokouspalveluita kuudella monipuolisella kokoustilalla sekä auditoriolilla. Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli sijaitsee kaupungin ydinkeskustassa hyvien kulkuyhteyksien päässä, mutta hotellissa on myös autohalli- ja autokatospaikkoja.

(Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli 2016.) Hotellin asiakkaista suurin osa on työmatkustajia, mutta kesäisin vapaa-ajan matkustajien osuus kasvaa huomattavasti. Varsinkin asiakasomistajien määrä on kesällä suuri (Gummerus 2016). Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli toimii Original by Sokos Hotels -konseptin mukaisesti aitona Mikkeliiläisenä hotellina. Monipuoliset palvelut toteutetaan konseptin mukaisesti paikallinen eteläsavolainen pilke silmäkulmassa.

3 YMPÄRISTÖSERTIFIKAATIT HOTELLEISSA

3.1 Ympäristösertifikaatit

Vastuullinen toiminta on yhtä tärkeämpi edellytys matkailuyrityksille kilpailukyvyyn ylläpitämiseksi. Aikaansa seuraavat matkailuyritykset pitävät toimintatapansa vastuullisina ja huomioivat ympäristön tulevaisuuden. Ympäristöystävällisyyden sekä vastuullisuuden tulee näkyä matkailijoille sanoissa ja teoissa. Kestävät valinnat näkyvät esimerkiksi veden ja energian säästössä, jätteiden oikeassa käsittelytavassa, paikallisten tuotteiden ja palveluiden suosimisessa, paikallisen väestön huomioimisessa ja työllistämässä, sekä paikallisen kulttuuriperinnön vaalimisessa. Kestävästä kehityksen toiminnasta on tarjolla monenlaisia merkkejä, joihin useimpiin liittyy sertifiointi. (Kestävä kehitys 2016.)

Suomessa on käytössä useita sertifiointeja yrityksille. Osa sertifiointeista on käytössä paikallisesti ja osa maailmanlaajuisesti. Sertifiointien sisältö vaihtelee ja osa niistä on suunniteltu suoraan majoituslalle. Osa sertifiointeista vaatii ainoastaan valmennuksen ja osalla on tarkat kriteerit merkin myöntämiselle. (Kestävä kehitys 2016.) Sertifiointien myöntämisperusteissa on myös eroja, osa sisältää ainoastaan koulutuksen tai valmennuksen, osa tiettyjen kriteerien täyttämisen. Osa sertifiointeista kattaa ainoastaan tietyn osa-alueen täyttämisen, eikä muuten huomioi yrityksen kokonaistoimintaa. Alla on esitelty Suomessa hotelleissa käytössä olevat ympäristömerkit, jotka vaativat omien kriteerien täyttämisen ja kattavat yrityksen toiminnan kokonaisuudessaan. Green Key -ympäristömerkki on Suomessa toimivista ympäristömerkeistä ainoa, jolla on majoituslalle suoraan suunnitellut tarkat kriteerit.

EU-Kukka

EU-Kukan eli EU-ympäristömerkin vaatimukset perustuvat markkinoiden parhaaseen ympäristösuojelulliseen tasoon. EU-ympäristömerkin tavoite on, että vain 10-20 % alan tuotteista läpäisee vaatimukset. Tarkoituksena on edistää tuotteiden myyntiä, joiden ympäristösuojelullinen taso on korkea. (EU-ympäristömerkki 2016.) Suomessa on kaksi EU-Kukalla sertifioitua majoituskohdetta. Hotelli AVA, joka sijaitsee Helsingissä (2 Ecolabel hotels-campsites Finland 2016). Toinen EU-Kukalla varustettu majoituskohde on Metsäkartano Rautavaarassa (Ympäristö ja me 2016). EU-Kukalla varustetut majoituspalvelut suosivat uusiutuvien energialähteiden käyttöä, vähentävät energian- ja vedenkulutusta sekä syntyvän jätteen määrää ja suosivat ympäristömerkitettyjä tuotteita (EU-ympäristömerkitetyt tuotteet ja palvelut 2016). EU-Kukan toimintaa hoitaa Ympäristömerkintä (Suomessa käytössä olevia sertifiointeja 2016).

Ekokompassi

Ekokompassi on pk-yrityksille ja tapahtumille suunniteltu sertifikaatti. Ekokompassi antaa valmiin mallin, työkalut ja henkilökohtaisen neuvojan ympäristöjärjestelmän tekemiseen. Tarkoituksena on ympäristövaikutusten pienentäminen ja hallitseminen. (Pk-yrityksille ja tapahtumille sopiva ympäristöjärjestelmä 2016.) Yritykselle tai tapahtumalle Ekokompassin hankkiminen aloitetaan rakentamalla alkukartoitus eli kokonaiskuva nykytilasta. Lisäksi vähintään yksi henkilö saa Ekokompassin järjestämän ympäristökoulutuksen ja on vastuussa muiden henkilöiden koulutuksesta. Tapahtuman tai yrityksen ympäristövaikutukset arvioidaan alkukartoituksen pohjalta ja sovitaan osa-alueet, joihin keskitytään ympäristötyössä. Ympäristöohjelma sisältää konkreettiset tavoitteet ja toimenpiteet ympäristökuormituksen vähentämisestä sekä suoran ympäristöpolitiikan. Ekokompassi-neuvoja hyväksyy ympäristöohjelman. Ympäristöohjelman mukaista toimintaa pitää toteuttaa vähintään puoli vuotta ennen auditointia. Vasta auditoinnin jälkeen yritys saa Ekokompassi-merkin. Auditointeja järjestetään kolmen vuoden välein ja ympäristöohjelmaa päivitetään välivuosina. (Ekokompassin rakentaminen yritykselle 2016.) 50 matkailu- ja ravintola-alan toimijalla sekä tapahtumalla ja tapahtumapaikalla on käytössään Ekokompassi. Ekokompassimerkkimerkityjä hotelleja tällä hetkellä ovat Airport Hotel Bonus Inn, kolme GLO-hotellia, Hotel Helka, Hotel Haven, Hotel Arthur ja Hotel Fabian (Yritykset 2016).

Joutsenmerkki

Pohjoismaiden yhteisen ympäristömerkin Joutsenmerkin tavoitteena on ohjata kuluttajia ja muita ostajia valitsemaan ympäristön kannalta viisaasti ja näin edistää kestävästä kehitystä. Joutsenmerkki on käytössä erilaisilla tuotteilla ja palveluilla. Joutsenmerkitetyt tuotteet ja palvelut täyttävät tiukat ympäristövaatimukset. Merkin käyttöoikeus ja vaatimukset ovat määräaikaista, jonka jälkeen merkkiä tulee hakea uudestaan. Vaatimuksia tiukennetaan 3–5 vuoden välein. Ympäristömerkinä valvoo Suomessa Joutsenmerkin käyttöä. (Joutsenmerkki 2016.) Joutsenmerkki on Suomen tunnetuin ympäristömerkki ja Suomessa sertifioituja hotelleja on 41 (Suomessa käytössä olevia sertifiointeja 2016). Saadakseen Joutsenmerkin hotellin energian kulutusta on leikattava sekä jätemäärää ja veden kulutusta vähennettävä. Monien käytettävien tuotteiden tulee olla ympäristömerkittyjä. Hotellilla tulee olla selkeät toimintatavat ja ohjeet hankinnoissa ja henkilöstön tulee olla sitoutunut ympäristötyöhön. (055 Hotellit, ravintolat ja kongressikeskukset 4 2016).

Green Key

Green Key on vapaaehtoinen ympäristömerkki, joka on myönnetty jo 2500 kohteelle 53 maassa (Andreou 2016). Majoitusalaalla Green Key on johtava tunnustus ympäristöystävällisestä työstä. Foundation for Environmental Education on laatinut Green Key -ympäristömerkille kriteerit. (Green Key 2016.) Green Key:n ympäristökriteerit on suunniteltu suoraan majoitusosalalle. Green Key -ohjelma edistää kestävästä matkailusta, kasvattaa ympäristötietoisuutta ja motivoi henkilökuntaa ja asiakkaita. Suomen Ympäristökasvatus Oy myöntää ja valvoo Green Key -merkin käyttöä Suomessa. FEE Suomi omistaa Suomen Ympäristökasvatus Oy:n. Ympäristökasvatusjärjestö FEE Suomi ei tavoittele voittoa. FEE Suomen tarkoitus on edistää kestävästä kehitystä Suomessa. (Green Key Kriteeristö 2016-2020 2016, 2.) Ensimmäiset Green Key -sertifikaatit hotelleille myönnettiin 18.3.2015. Näistä hotelleista viisi kuului Sokos Hotels -ketjuun. Loput seitsemän hotellia kuuluivat Radisson Blu -ketjuun. S-ryhmän tavoitteena on lisätä tehdyn ympäristötyön määrää Green Key -ympäristömerkin avulla. (Viljasaari 2015.) Suomen ensimmäiset Green Key -sertifioidut hotellit olivat siis kaikki S-ryhmälle kuuluvia hotelleja.

Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli noudattaa S-ryhmän omaa matkailu- ja ravitsemiskaupan vastuullisuuspolitiikkaa. S-ryhmän matkailu- ja ravitsemiskaupan vastuullisuuspolitiikassa on selkeitä tavoitteita ympäristöystävällisen toiminnan edistämiseksi (Vastuullisuus S-ryhmän matkailu- ja ravitsemiskaupassa 2016). Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelin toimintaa ei ole kuitenkaan vielä sertifioitu minkään ympäristömerkin toimesta.

3.2 Green Key -kriteerien vaihtelevuus maittain

Suomessa ensimmäiset Green Key -sertifikaatit myönnettiin maaliskuussa 2015, kansainvälisenä ympäristömerkkinä Green Key on kuitenkin toiminut Suomen ulkopuolella huomattavasti kauemmin. Green Key -toiminta alkoi virallisena Tanskasta vuonna 1994 (From a Basement to the World 2016, 20). Tanskassa on tällä hetkellä 129 Green Key sertifioitua kohdetta. Suomi on kuitenkin kasvattanut kohteidensa määrää nopeasti, sillä tällä hetkellä Suomessa on 48 Green Key -sertifioitua kohdetta. Hollannissa on 667 Green Key -sertifioitua kohdetta, mikä on eniten maailmassa. (Green Key Sites 2016). Hollanti liittyi Green Key -ympäristöohjelmaan vuonna 2007 (From a Basement to the World 2016, 17). Suomi on kasvattanut Green Key -sertifioitujen kohteiden määrää nopeasti verrattuna esimerkiksi Viroon. Virossa on 15 Green Key -sertifioitua kohdetta ja ensimmäinen merkki myönnettiin vuonna 2002 (Green Key Sites 2016).

Green Key:n kansainväliset kriteerit ovat aina minimivaatimus ja toimivat perustana eri maiden kriteeristöille. Maakohtaisiin kriteereihin voi tehdä paikallisia lisäyksiä ja kriteerejä voi tiukentaa. Suomessa kriteereissä on otettu huomioon talven kelit sekä kansainvälisiä kriteerejä tiukempi tupakkalaki. Green Key International valvoo, että kriteerit toimivat yhtenäisesti perusajatuksen mukaan eri maissa. (Viljasaari 2016.) Green Key -kriteereiden mukaan hotellissa ja ravintolassa tulisi olla savuttomia huoneita ja alueita. Suomen tupakkalain ollessa kuitenkin tiukempi, on kyseiset kriteerit jätetty Suomen kriteereistä pois.

Green Key -kriteerit jakautuvat kansainvälisellä tasolla kuuteen eri kategoriaan hotels and hostels, campsites and holiday parks, small accommodations, conference centres, restaurants and attractions (Green Key Criteria 2016). Suomessa on tällä hetkellä käytössä kahdenlaisia kriteereitä, hotellien sekä pienten majoitusliikkeiden (alle 15 huo-

netta) kriteerit. FEE Suomi on tekemässä leirintäalueiden ja mökkikylien omia kriteereitä. (Viljasaari 2016.)

3.3 Green Key:n käyttöönotto hotelleissa

Suomen hotellikriteerit jakautuvat alla olevan taulukon (taulukko 1) mukaisesti (Green Key Kriteeristö 2016-2020 2016,4-42).

TAULUKKO 1. Green Key -kriteereiden osa-alueet

Osa-alue	Sisältö
Ympäristöjohtaminen ja vastuullisuus	Ympäristötyön hallintaa ja kehittämistä
Henkilöstön osallistaminen	Henkilökunnan sitouttaminen Green Key -toimintaan
Asiakkaiden osallistaminen	Asiakkaiden ympäristötietouden kasvattaminen
Ympäristöaktiviteetit	Lähiluonnon korostaminen asiakkaille
Vedensäästö	Hotellin vedenkulutuksen vähentäminen
Puhtaanapito	Ympäristövastuullinen siivous
Jätteen vähentäminen, lajittelu ja kierrätys	Kaatopaikalle päätyvän jätteen minimointi
Energiansäästö ja -hankinta	Hotellin energiankulutuksen pienentäminen
Elintarvikkeet	Ekologisten tuotteiden käytön lisääminen
Sisätilat	Sisätilojen ympäristöystävällisyys
Ulkotilat	Ulkotilojen ympäristöystävällisyys
Hallinto ja hankinnat	Hankinnat ja yhteistyökumppanit

Jokaisella osa-alueella on omat pakolliset peruskriteerit sekä pistekriteerit. Pakolliset peruskriteerit tulee täyttää joka vuosi kaikista 12 osa-alueesta. Täytettävät pistekriteerit hotelli voi valita itse jokaisesta eri osa-alueesta. Näin ollen jokaisella hotellilla ei tarvitse olla omaa keittiöpuutarhaa, vaan ympäristötyötä voi toteuttaa hotellille itselleen sopivalla tavalla. Vaadittujen pistekriteerien määrä kuitenkin kasvaa vuosittain. Tämänhetkisten Green Key -kriteereiden mukaan pistekriteereitä tulee olla 50 % käytössä ensimmäisen 10 vuoden jälkeen (Green Key Kriteeristö 2016-2020 2016, 3).

Green Key -ympäristömerkin hakuprosessissa hotellin toiminta viedään Green Key -kriteereiden vaatimalle tasolle (taulukko 2). Green Key -ympäristömerkin saamiseksi hotellin tulee täyttää pakollisten peruskriteerit. Vaadittujen pistekriteerien määrä kasvaa vuosittain. Hotellin käyttäessä alihankkijaa tai vuokratyövoimaa, vastaa hotelli kriteerien toteutumisesta kyseisten toimintojen kohdalla. (Green Key Kriteeristö 2016-2020 2016, 3.)

Green Key hakemus lähetetään sähköisesti. Hakemus ja liitteet käsitellään ja hotelli auditoidaan Green Key:n puolesta. Auditoinnilla varmistetaan, että hotelli noudattaa Green Key -kriteereitä sekä suunnitellaan hotellin ympäristötyön kehittymistä ja näkyvyyttä. Auditoinnin jälkeen hakemus liitteineen sekä auditointiraportti käsitellään. Green Key -tuomaristo päättää sertifiointista. (Green Key Kriteeristö 2016-2020 2016, 3.)

TAULUKKO 2. Green Key -ympäristömerkin hakuprosessi

Vaiheet	Sisältö
Green Key hakemuksen läpikäyminen	Selvitetään mitkä kriteerit hotelli täyttää ja mihin toimiin pitää ryhtyä
Kriteereiden tuomat muutokset	Toiminta päivitetään kriteereiden vaatimalle tasolla
Hakemuksen täyttäminen	Merkitään täytetyt kriteerit, lisätään hakemukseen liitteeksi vaaditut dokumentit
Hakemuksen lähettäminen	Hakemus ja liitteet toimitetaan allekirjoitettuna ja skannattuna sähköisesti
Green Key -auditointi	Green Key -ympäristömerkin edustaja suorittaa auditoinnin ja kirjoittaa auditointiraportin, auditoinnissa läsnä jokaisen osaston edustaja sekä ympäristövastaava
Sertifiointi	Green Key -tuomaristo tekee päätöksen hotellin sertifiointista hakemuksen sekä auditointiraportin perusteella

Auditointi tehdään ensin 1. ja 2. vuonna. Tämän jälkeen auditointien väliksi tulee 3 vuotta. Auditoinnin hinta on 500€ + alv + matkakulut, Green Key -ohjelman vuosimaksu on 1350€ + alv. Green Key -ympäristömerkin hakuprosessin aikana hotelli saa tukea tarvittaessa FEE Suomelta. (Näin haet mukaan Green Key -ohjelmaan 2016.)

3.4 Green Key:n käyttöönotto Sokos Hotelleissa

Sokos Hotelleilla on tavoitteena saada yksi yhteinen ympäristömerkki ketjulle. Yhteinen ympäristömerkki mahdollistaa yhteisen markkinoinnin ja vahvistaa vastuullisuusmielikuvaa. Yhteisen ympäristömerkin alla toimiessa on myös mahdollisuus kehittää toimintaa toisilta oppimalla. Ympäristömerkki tuo myös kustannussäästöjä energian kulutuksessa. (Jung 2015, 5.)

Konseptipäällikkö Markus Siitosen mukaan Green Key -ohjelma on Sokos Hotelleilta kannanotto kestävän matkailun puolesta. Green Key -sertifioitu hotelli vähentää jätteen määrää, tehostaa energian- ja veden kulutusta ja lisää ympäristötietoisuutta muun muassa motivoimalla henkilökuntaa, asiakkaita ja sidosryhmiä. (Sokos Hotelleissa luonto kiittää – nuoret innovoivat ympäristötekoja 2016.)

Uusia työskentelytapoja on syntynyt Green Key -ympäristömerkin kautta ja iso osa Sokos Hotelleista liittyi Green Key -ympäristöohjelmaan vuonna 2015. Tavoitteena on saada kaikki Sokos Hotellit mukaan Green Key -ohjelmaan vuoden 2017 loppuun mennessä. (Vastuullisuus Sokos Hotelleissa 2016.) Opinnäytetyön toimeksiantaja Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli, on käynnistänyt Green Key -ympäristömerkin hakuprosessin. Tavoitteena on saada Green Key -ympäristömerkki vuoden 2016 loppuun mennessä. Tätä työtä kirjoittaessa Green Key -kriteereiden tuomat muutokset on otettu toiminnassa huomioon ja hakemus on täytetty ja lähetetty.

4 GREEN KEY -YMPÄRISTÖTYÖHÖN PEREHDYTYS

4.1 Ympäristötyöhön perehdyttäminen

Perehdyttämisellä luodaan uudelle työntekijälle perusta työn tekemiselle. Hyvällä perehdyttämisellä työntekijälle saadaan luotua aikaiseksi tarvittavat taidot työn tekemiseen sekä tuotteen ja palvelun laatuvaatimusten ylläpitämiseen. Työhönsä sitoutunut ammattitaitoinen henkilö haluaa kehittää itseään ja työskennellä tavoitteellisesti. (Työhön perehdyttäminen ja opastus 2009, 3.)

Green Key -ympäristömerkin kriteereihin kuuluu henkilöstön osallistaminen. Henkilökunnalla ja johdolla tulee olla yhteisiä kokouksia joissa henkilöstö pidetään ajan tasalla hotellin tekemästä ympäristötyöstä. Henkilökunta voi esittää kokouksissa ideoita ja toiveita koskien ympäristötyötä. Hotellille nimitetyn ympäristövastaavan vastuulla on pitää johto ajan tasalla ympäristötoimenpiteiden tilanteesta ja kehittämisestä. Henkilökunnan tulee saada säännöllisesti koulutusta töihin liittyvissä ympäristöasioissa. Säännölliset koulutukset tukevat ympäristötyön osaamista ja samalla lisäävät henkilökunnan motivaatioita ympäristötyötä kohtaan. (Green Key Kriteeristö 2016-2020 2016, 8.) Ympäristövastaava raportoi johdolle ympäristötyöstä ja pitää huolta ympäristötyön toteutumisesta hotellissa. Henkilökunnalla on siis oma osansa ympäristötyön toteuttamisessa. Henkilökunnalta toivotaan myös ideoita ja kehitysehdotuksia ympäristötyöhön heidän tekemien havaintojen perusteella.

Ympäristöosaaminen on osa työntekijän ammattitaitoa. Työntekijä pystyy työn kautta vaikuttamaan asioihin joihin asiakkailta ei ole tietoa tai osaamista. Työntekijän ympäristöosaamisesta työnantaja voi helposti huomata työntekijän motivaation. (Ympäristöosaaminen on ammattitaitoa 2016.) Työnantajan täytyy huolehtia, että henkilökunta hallitsee työnsä ympäristöosaamisen. Ympäristöosaamisen perehdytys kuuluu muun perehdytyksen ohella työnantajan tehtäviin.

Green Key -sertifioidun hotellin toimintaan kuuluu ympäristökasvatus. Asiakkaiden osallistaminen ympäristötyöhön on yksi ympäristökasvatuksen päämääristä. Green Key -sertifioitu hotelli innostaa asiakkaitaan konkreettiseen ympäristötyöhön ja pyrkii lisäämään asiakkaiden ympäristötietoutta konkreettisten ympäristötekojen kautta. (Green Key Kriteeristö 2016-2020 2016, 10.) Henkilökunnalla tulee olla tieto ja ymmärrys siitä, miten ympäristökasvatusta toteutetaan hotellissa.

Green Key Kriteeristö 2016-2020 (2016, 9) ”2.4. Henkilökunnalla on selkeät ohjeet miten ja missä tilanteissa asiakkailta kerrotaan ympäristötyöstä.” Henkilökunnan tulee siis olla tietoinen hotellin tekemästä ympäristötyöstä. Henkilökunnalla tulee myös olla mahdollisuus vaikuttaa ympäristötyöhön omien ideoiden kautta. Jotta henkilökunta pystyy työskentelemään Green Key -ympäristömerkin mukaisesti, tulee henkilökunnan osaamisen olla ajan tasalla. Henkilökunnan ohjeistuksilla ja perehdyttämällä varmistetaan Green Key -ympäristömerkin mukainen toiminta työssä. Green Key -ympäristökasvatus tapahtuu ympäristöviestinnän avulla.

Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeliissä henkilökunta on saanut yleisen informaation Green Key -ympäristömerkistä koko talon palaverissa 6.10.2016. Henkilökunta sai esittää kysymyksiä ja omia mielipiteitä ja ehdotuksia ympäristötyötä koskien. Tarkempi tehtäväkohtainen perehdytys toteutetaan jokaisen osaston kohdalla erikseen. Henkilökunnan ympäristöviestintää on tarkoitus helpottaa ympäristöviestinnän toimintamallilla.

4.2 Ympäristöviestinnän toimintamalli

Toimintamalli on yleistetty ja selkeä mallinnus paikallisesta ratkaisusta. Toimintamallissa käytännön käyttötarkoitus, idea, osatekijät ja prosessi on määritelty. Toimintamallia voidaan hyödyntää erilaisissa ympäristöissä, joissa se muokkautuu omanlaisekseen. (Mikä on toimintamalli? 2016.)

Viestimällä ympäristötyöstä motivoidaan asiakkaita mukaan ympäristötyöhön. Viestintää voi toteuttaa sähköisten kanavien, infotaulujen sekä palvelutilanteiden kautta. Green Key -kriteereiden mukaan henkilökunnan tulee kertoa asiakkaille ympäristötyöstä ja innostaa asiakkaita osallistumaan. (Green Key Kriteeristö 2016-2020 2016, 11.)

Green Key -ympäristötyöstä viestimisen toimintamalli ohjeistaa henkilökuntaa ympäristötyöstä viestimisessä. Toimintamalli tukee henkilökunnan osaamista ja samalla auttaa lisäämään asiakkaiden ympäristötietoutta. Toimintamallista Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelin henkilökunta saa käsityksen, miten ja missä tilanteissa ympäristöviestintää toteutetaan. Tämän tutkimuksen konkreettinen tuotos on toimintamalli Green Key -ympäristötyöstä viestimiseen Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelin henkilökunnalle. Toimintamalli rakennetaan tutkimuksen tulosten pohjalta. Toimintamallin tulee myös täyttää Green Key -kriteereiden vaatimukset.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimuksessa havaintoyksiköiksi valikoitui viisi hotellia, joilla on jo Green Key -ympäristömerkki. Green Key -sertifioituja hotelleja on Suomessa jo kymmeniä (Green

Key Sites 2016), joten kaikkien haastattelemine ei olisi ollut mahdollista. Teema-haastattelut toteutettiin benchmarking-menetelmää hyödyntäen.

5.1 Benchmarking

Toimintamallin luomistavaksi valikoitui benchmarking-menetelmä. Benchmarkingissa eli esikuva-arvioinnissa omaa kehittämisen kohdetta verrataan toiseen kohteeseen. Benchmarkingissa opitaan toisilta ja kyseenalaistetaan omaa toimintaa. Tarkoituksena on tunnistaa oman toiminnan heikkouksia ja kehittää omaa toimintaa eteenpäin. Benchmarking on käyttökelpoinen menetelmä kehitettäessä organisaation laatua, tuotavuutta, toimintaprosesseja ja työtapoja. Vertailun tavoitteiden tulee olla selvillä, jotta vertailusta saadaan paras mahdollinen hyöty irti. (Ojasalo ym. 2014, 43–44.)

Benchmarking-menetelmää sovellettiin parhaiden käytäntöjen löytämiseen ja oman toiminnan kehittämiseen. Benchmarkattavien kohteiden tuli olla vertailukelpoisia Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelin kanssa. Ojasalon ym. (2014, 43) mukaan saatua tietoa sovelletaan aina luovasti omaan organisaatioon.

Jotta benchmarkattavat kohteet olisivat vertailukelpoisia, tuli niiden olla Green Key -sertifioituja. Rajausta ei asetettu pelkästään Original by Sokos Hotels-hotelleihin. Vertailukohteisiin haluttiin nimenomaan Solo- ja Break-hotellien edustajat. Saman ketjun eri brändeillä toimivien hotellien katsottiin tuovan laajempaa näkökulmaa työhön. Yhdeksi benchmarkingin kohteeksi valikoitui myös ketjun ulkopuolinen hotelli. Ketjutoiminnan ulkopuolelta tulevat tulokset katsottiin tutkimuksen kannalta tärkeäksi vertailukohdaksi.

Green Key -sertifioiduista hotelleista päätettiin valita 5 yksikköä lähempään tarkasteluun. Näin näytteistä muodostuisi harkinnanvarainen näyte. Green Key -sertifioidut hotellit ovat ehtineet jo toteuttaa ympäristöviestintää. Näin tutkimustuloksiin saataisiin tuloksia toimivasta ympäristöviestinnästä.

Break Sokos Hotel Levi

Break by Sokos Hotels näytteeksi valittiin Break Sokos Hotel Levi. Break Sokos Hotel Levi sijaitsee Sirkassa Tunturi-Lapin maisemissa, 170 kilometriä Napapiiristä poh-

joiseen. (Break Sokos Hotel Levi 2016.) Green Key -ympäristömerkin hotelli on saanut helmikuussa 2016 (Ympäristöystävällisyys vahvassa kasvussa matkailualalla: Green Key -sertifioitujen kohteiden määrä lisääntyy Suomessa vauhdilla 2016). Break Sokos Hotel Levi edustaa toimintaympäristöltään täysin erilaista hotellia, kuin Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli. Break by Sokos Hotels näytteen haluttiin toimivan täysin erilaisessa toimintaympäristössä laajemman näkökulman saamiseksi tutkittavaan aiheeseen. Tästä syystä Break by Sokos Hotels näytteeksi valittiin Break Sokos Hotel Levi, eikä esimerkiksi Break Sokos Hotel Flamingoa. Break Sokos Hotel Flamingolla on myös Green Key -ympäristömerkki, mutta se sijaitsee Helsinki-Vantaa lentokentän läheisyydessä huomattavasti vilkkaammin liikennöidyllä alueella (Break Sokos Hotel Flamingo 2016).

Lossiranta Lodge

Hyvänä vertailukohteena voi olla myös aivan toisenlainen kohde (Ojasalo ym. 2014, 43). Huoltorakennuksesta hotelliksi vuonna 2002 kunnostettu Lossiranta Lodge sijaitsee Olavinlinnaa vastapäätä Savonlinnan vanhassa kaupungissa. Hotellissa on oma vierasvenelaituri, joten hotelliin on helppo saapua myös esimerkiksi veneellä. Lossiranta Lodge sijaitseekin lossin entisen päätepaikan vieressä. (Lossiranta Lodge 2016.) Green Key -ympäristömerkin Lossiranta Lodge on saanut helmikuussa 2016 (Ympäristöystävällisyys vahvassa kasvussa matkailualalla: Green Key -sertifioitujen kohteiden määrä lisääntyy Suomessa vauhdilla 2016.) Lossiranta Lodge, on ensimmäinen Green Key -sertifioitu hotelli Itä-Suomessa ja Saimaan järviolueella. (Tynkkynen 2016). Tarkoituksena Lossiranta Lodgen teemahaastattelulla oli saada käsitys Green Key -ympäristöviestinnästä Sokos Hotels -ketjun ulkopuolelta ja saada näin erilaista vertailukohtaa ketjuhotellien toiminnalle.

Solo Sokos Hotel Paviljonki

Solo by Sokos Hotels näyte Solo Sokos Hotel Paviljonki on toiminut Jyväskylässä vasta muutaman vuoden, mutta sinä aikana saavuttanut hyvän maineen myös Suomen rajojen ulkopuolella. Hotelli on palkittu World Luxury Hotel Awards -kilpailussa ja Trip Advisor Travellers Choise -arvioinnissa. (Solo Sokos Hotel Paviljonki 2016.) Green Key -ympäristömerkin Solo Sokos Hotel Paviljonki sai huhtikuussa 2016 (Sokos Hotelleissa tehdään vaikuttavaa ympäristötyötä – Lahden Seurahuoneelle ja Jy-

väskylän Paviljongille Green Key -ympäristösertifikaatti 2016). Vaikka Solo Sokos Hotel Paviljongilla on ollut ympäristömerkki lyhyimmän aikaa kaikista tutkittavista kohteista, katsottiin hotellin antavan tutkimuksen kannalta merkittävää tietoa. Mainikas hotelli Sokos Hotels -ketjun toisesta brändistä antaisi erilaisen näkökulman ympäristötyön toteuttamiselle.

Original Sokos Hotel Pori

Original by Sokos Hotels näyte Original Sokos Hotel Vaakuna Pori sijaitsee keskustassa Porin torin laidalla (Original Sokos Hotel Vaakuna Pori 2016). Green Key -ympäristömerkin työskentelyn ohella Original Sokos Hotel Vaakuna Poriin syntyi ympäristönäyttely ajalle 8-28.2.2016. Ympäristönäyttelyssä hotelliasiakkaalle havainnollistettiin konkreettinen jätemäärä mikä syntyy yöpymisestä. (Green Key -työskentelystä syntyi ympäristönäyttely Original Sokos Hotel Vaakuna Poriin 2016.) Green Key -ympäristömerkin Original Sokos Hotel Vaakuna Pori sai helmikuussa 2016 (Ympäristöystävällisyys vahvassa kasvussa matkailualalla: Green Key -sertifioitujen kohteiden määrä lisääntyy Suomessa vauhdilla 2016). Original Sokos Hotel Pori on saanut huomiota tekemänsä ympäristötyön vuoksi. Original Sokos Hotel Pori katsottiin sopivaksi Original by Sokos Hotels näytteeksi juuri tekemänsä näkyvän ympäristötyön perusteella.

Original Sokos Hotel Viru

Viron ensimmäinen pilvenpiirtäjä hotelli Viru avattiin vuonna 1972. Viru rakennettiin varsin nopeasti ja toimi mallina myös muita hotelleja rakennettaessa. Viru on tunnettu maanmerkki sekä idästä, että lännestä saapuville asiakkaille. Hotelli sai 93 uutta huonetta Viru keskuksen valmistuessa, kauppakeskuksen lisäksi hotellin alle rakennettiin kaupungin bussiterminaali. Nykyisin Original Sokos Hotel Viru on SOK-yhtymän operoima hotelli. Green Key -ympäristömerkki myönnettiin Original Sokos Hotel Virulle vuonna 2002, ensimmäisenä majoituspaikkana Virossa. (Historia 2016.) Virossa on tällä hetkellä Green Key -ympäristömerkittyjä kohteita 15 kappaletta (Green Key Sites 2016). Viru valittiin toiseksi Original by Sokos Hotels näytteeksi pitkän Green Key historian takia.

5.2 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään tutkimuksen kohteena olevaa ilmiötä, tekijöitä, ja niiden välisiä suhteita. Mikä tahansa tutkimus, jolla pyritään löydöksiin ilman tilastollisia menetelmiä, tai muita määrällisiä keinoja on kvalitatiivinen. Laadullisessa tutkimuksessa ilmiötä on tarkoitus kuvata, ymmärtää ja tulkita mielekkäästi ja syvällisesti. (Kananen 2012, 29–30.) Tämä tutkimus toteutuu kvalitatiivisena, Green Key -ympäristömerkin tuomia muutoksia ja tehokkaita viestintäkeinoja pyritään ymmärtämään ilman tilastollisia menetelmiä. Tutkimusaineiston keräämistavaksi on valittu teemahaastattelut.

Teemahaastattelua käytetään, kun ei tunneta ilmiötä ja halutaan saada kokonaiskuva tutkittavasta ilmiöstä. Teema ei ole yksittäinen kysymys, vaan aihe josta keskustellaan. Aineisto analysoidaan mahdollisimman nopeasti, jotta tietomäärä aiheesta kasvaisi. Ymmärryksen kasvaessa aihepiirit syvenevät ja tutkijalle syntyä tarkentavia kysymyksiä. (Kananen 2014, 76–77.) Hirsjärvi ym. (2010, 208) toteavatkin, että teemahaastattelussa teemat ovat selvillä, mutta kysymysten järjestys ja tarkka muoto puuttuvat. Tutkijan tulee olla tilanteessa mukana, sillä jokainen vastaus saattaa herättää uuden kysymyksen (Kananen 2014, 81). Teemahaastattelu nauhoitetaan, jotta tutkija saa keskittyä kokonaisvaltaisesti haastatteluun (Kananen 2014, 85). Haastattelu on kahden ihmisen vuorovaikutusta, jossa haastattelija pyrkii ymmärtämään haastateltavaa. Haastateltava ei saisi kyseenalaistaa mielipiteitä eikä esitä omia näkemyksiä. Luottamuksellinen ilmapiiri sekä haastattelijan asenne ja taidot määräävät sen mitä kohteesta saadaan selville. (Kananen 2014, 72–73.)

Teemahaastattelulla pyritään saamaan kokonaiskuva jokaisen näytteen ympäristöviestinnästä. Kvantitatiiviset menetelmät eivät sovellu yhtä hyvin ihmisten käytöksen tutkimiseen. Haastatteluiden nauhoituksen tarkoituksena on varmistaa, että haastattelusta saadaan tallennettua kaikki mahdollinen informaatio. Haastattelussa muistiinpanojen tekeminen veisi liikaa aikaa ja huomiota pois itse haastattelun toteuttamiselta. Tutkija saa keskittyä kokonaisvaltaisesti tiedon keräämiseen, kun haastattelu menee nauhalle. Äänitettä pystyy jälkikäteen kuuntelemaan ja pienimmätkin yksityiskohdat äänenpainoinen ovat tallessa.

5.3 Aineiston kerääminen

Tutkimuksessa päätettiin haastatella hotellien ympäristövastaavia. Ympäristövastavien oletettiin osaavan vastata Green Key -ympäristömerkin ympärille rakentuvaan teemahaastatteluun. Teemahaastattelut suunniteltiin toteutettavaksi elo–syyskuu välillä.

Hotelleille lähetettiin sähköpostitse haastattelun teemat etukäteen. Itse teemahaastattelut toteutettiin puhelimitse aikavälillä 18.8–14.9.2016. Haastattelut kestivät vajaan 10 minuutista vajaan 25 minuuttiin. Haastatteluiden äänitykseen käytettiin Mikkelin ammattikorkeakoululta lainattua Olympus VN-733PC sanelinta. Haastattelun jälkeen tallennettu äänite litteroitiin puhtaaksi ennen seuraavaa haastattelua. Näin saatiin uusia näkökulmia tutkittavaan aiheeseen.

Pienet poikkeukset haastatteluiden toteutuksessa otettiin hotellien toiveista sekä aikataullisista syistä huomioon. Yksi haastateltavista ei ollut ympäristövastaavana, mutta hotellinjohtajana oli ollut vahvasti toteuttamassa Green Key -hakuprosessia. Lisäksi Original Sokos Hotel Virulle toimitettiin pyynnöstä englannin kieliset kysymykset etukäteen, jonka jälkeen tehtiin tarkentavia kysymyksiä puhelimitse englanniksi.

Teemahaastattelun teemoina olivat Green Key -ympäristömerkki ja hotelli, Green Key -ympäristömerkin ottaminen osaksi työtä, Green Key -ympäristömerkistä viestiminen sekä Asiakkaiden suhtautuminen ympäristöviestintään (liite 1). Ennen teemahaastattelua hotelleilta kysyttiin kapasiteetti, käyttöaste, henkilökunnan määrä ja suurimmat asiakas segmentit. Vaikka tutkimuksen tulokset ja rakennettu toimintamalli salattiin, hotelleilta ei kuitenkaan odotettu täysin tarkkoja vastauksia käyttöasteeseen, ja suurimpiin asiakas segmentteihin. Yksi hotelli jätti kokonaan vastaamatta näihin kahteen.

Teemahaastatteluun suunniteltiin alustavia kysymyksiä, mutta jokainen haastattelu toteutettiin hotellikohtaisena. Teemahaastattelussa ei ole tarkkoja ennakkoon suunniteltuja kysymyksiä, vaan haastateltava ja haastatteliija keskustelevat nimenomaan teemoista. Tutkittavien näytteiden ollessa yksilöllisiä, myös jokaisesta haastattelusta muotoutuu omanlaisensa keskustelu. Alustavat kysymykset toimivat ikään kuin muis-tilistana, jolla pyrittiin ohjaamaan keskustelua. Kysymyksiä kuitenkin esitettiin esimerkiksi hotellin jo tekemän ympäristötyön valossa.

5.4 Analysointi

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa analyysiä ei tehdä yhdessä vaiheessa, vaan yleensä koko tutkimuksen ajan (Hirsjärvi ym. 2010, 223). Aineistosta voidaan löytää eri asioita näkökulmasta riippuen. Tulkitessaan aineistoa tutkijan pitää tietää mitä etsii. Tämä vaihe on haastavin laadullisessa tutkimuksessa, mutta siihen vaikuttavat tutkimuksen eri tutkimusvaiheet, sekä menetelmät. (Kananen 2014, 115.)

Litteroinnissa tallenne kirjoitetaan kirjalliseen muotoon, aineiston käsittelyä varten (Kananen 2014, 101). Tekstimuotoinen aineisto on tarkoitus saada mahdollisimman sanantarkaksi, tästä johtuen litterointi on hidas työvaihe (Kananen 2014, 102). Ennen analyysiä litteroitu aineisto pitää tiivistää muotoon, joka mahdollistaa analyysin. Koodaamalla litteroidusta aineistosta kaivetaan esille tutkimuksen kannalta olennaiset asiat. Koodausvaihe on välivaihe joka mahdollistaa analyysin. (Kananen 2014, 103–104.) Koodauksen jälkeen tapahtuvassa luokittelussa samaa tarkoittavat käsitteet yhdistetään yhden käsitteen alle (Kananen 2014, 113).

Aineistoa analysoitiin jo itse tutkimusta tehdessä. Tutkimuksen kannalta oleelliset asiat nousivat haastatteluiden litterointivaiheessa jo ylös, helpottaen koodausvaihetta. Litterointi pyrittiin tekemään mahdollisimman pian haastattelun jälkeen, kuitenkin ennen seuraavaa haastattelua. Näin ilmiön ymmärtäminen laajeni ennen seuraavaa haastattelua. Lopullinen analyysi tapahtui kuitenkin koodauksen ja luokittelun jälkeen. Toimintamalli muodostettiin näiden vaiheiden jälkeen.

Litteroidusta aineistosta koodattiin olennaisia asioita erilliseen taulukkoon ylös. Koodaukset tapahtuivat vielä hotellikohtaisesti. Koodausvaiheessa aineistosta käytännössä poimittiin asioita Excel-taulukkoon teemahaastattelun teemojen alle.

Luokittelussa koodatusta aineistosta käsitteistä muodostettiin yhteisiä käsitteitä Excel-taulukon avulla. Tässä vaiheessa tutkimusta esimerkeistä muodostui yksittäisiä sanoja, käsitteitä, jotka toistuvat usein. Käsitteet kattavat alleen erilaisia tapahtumia, esimerkiksi asiakkaalle tehokas tarkoittaa erilaisten asiakkaiden kohdalla eri viestintätapaa.

5.5 Tutkimuksen luotettavuus ja yleistettävyys

Tutkimuksessa pyritään välttämään virheitä, tämän vuoksi jokaisessa tutkimuksessa pyritään arvioimaan tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimuksen luotettavuuden arviointiin on monia tapoja. Reliaabelius tarkoittaa tulosten toistettavuutta. Toisen tutkijan tehdessä sama tutkimus päästessä samoihin tuloksiin ovat tulokset reliaabeleita. Validius tarkoittaa tutkimuksen menetelmän kykyä mitata juuri sitä mitä tutkitaan. Jos tutkittava kohde käsittää kysymykset väärällä tavalla, ei vastauksia voida pitää pätevinä. (Hirsjärvi ym. 2010 231–232.)

Reliaabelius ja validius termeinä ovat saaneet kvalitatiivisessa tutkimuksessa erilaisia tulkintoja, sillä termit kytketään yleensä kvantitatiiviseen tutkimukseen (Hirsjärvi 2010, 232). Luotettavuustarkastelu jää laadullisessa tutkimuksessa tutkijan näytön ja arvion varaan. (Kananen 146). Tutkijan tekemä tarkka selostus tutkimuksen toteuttamisesta nostaa työn luotettavuutta (Hirsjärvi ym. 2010, 232). Kananen (2014, 153) toteaaakin, että riittävällä dokumentaatiolla tutkija voi aina perustella lukijalle tutkimuksen aikana tehdyt ratkaisut.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arviointiin ei ole yksiselitteistä ohjetta. Tutkimustilanteiden vakioiminen on haasteellista, kun tutkitaan ihmisten käyttäytymistä ja toimintaa. (Kananen 2014, 145.) Saturaatiolla eli aineiston kylläntymisellä tarkoitetaan tilannetta, jossa tutkija kerää aineistoa, kunnes tulokset eivät tuota enää uutta tietoa. Aineisto koetaan riittäväksi, kun asiat alkavat kertautua haastatteluissa. Menetelmää voidaan kuitenkin pitää ohjenuorana, sillä kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkimuskohteet ovat ainutlaatuisia ja uudet löydettävät asiat ovat tutkijasta itsestään riippuvaisia. (Hirsjärvi ym. 2010, 182.)

Tutkimuksen edetessä haastatteluista saatiin samanlaisia tuloksia. Vaikka tutkittavat hotellit olivat erilaisia brändeiltään, ympäristövastaavat kuitenkin nostivat samoja asioita esille viestinnästä. Esimerkkinä ympäristöviestintä pidetään positiivisena ja tehokkaassa ympäristöviestinnässä sanoma viedään konkreettisen hyödyn avulla perille. Konkreettinen hyöty voi olla kuitenkin liikematkustajalle ja vapaa-ajan matkustajalle täysin eri asia. Green Key -ympäristötyöstä tiedotetaan samankaltaisilla menetelmillä, mutta kuitenkin kohdennettuna aina asiakasryhmään. Tulokset ovat siis yleisellä tasolla samankaltaisia, mutta yksittäiset tapaukset ovat kuitenkin ainutlaatuisia.

Tutkimuksen reliabelius voidaan todeta monella tavalla. Kahden tutkijan päätyessä samaan tulokseen voidaan tutkimusta pitää reliabelina (Hirsjärvi 2010, 231). Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkittavat kohteet ovat aina yksilöllisiä. Toimintamalli on toteutettu Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelille tutkimalla neljää samaan ketjuun kuuluvaa hotellia ja yhtä yksityistä hotellia. Toimintamallia voidaan siis käyttää Sokos Hotelleissa, mutta ei välttämättä toisen hotelliketjun hotelleissa. Jos toinen hotelliketju toteuttaisi tutkimuksen, saattaisivat tutkimustulokset poiketa tämän tutkimuksen tuloksista.

Tutkimuksessa nousi esiin myös eroja asiakkaiden suhtautumisessa Green Key -ympäristömerkkiin asiakkaan kotimaan perusteella. Ulkomaalaisten asiakkaiden mielenkiinto ympäristömerkkiin eroaa hieman Suomalaisten asiakkaiden mielenkiinnosta. Ympäristöviesti saattaa vaikuttaa asiakkaista positiiviselta asialta, mutta muutosta asiakkaan toiminnassa ja asenteessa ei välttämättä ole havaittavissa. Toimintamalli ei välttämättä toimisi Suomen ulkopuolella sijaitsevissa Sokos Hotelleissa ilman jatkotutkimuksia. Virossa Green Key -ympäristömerkki on jo ollut pitkään käytössä, mutta jos toimintamallia aiottaisiin hyödyntää Venäjällä sijaitsevissa Sokos Hotelleissa, tulisi tehdä jatkotutkimuksia

6 TUTKIMUSTULOKSET

7 TOIMINTAMALLI

8 POHDINTA

Opinnäytetyö tuli minulle ajankohtaiseksi alkuvuodesta 2016. Kysyin esimieheltäni, voisinko tehdä opinnäytetyön työpaikalleni Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelille. Opinnäytetyön aiheeksi valittiin Green Key -ympäristömerkki ja pienen rajauksen jälkeen tavoitteeksi asetettiin ympäristöviestinnän toimintamallin rakentaminen henkilökunnalle. Tutkimuskysymykset rakensin toimintamallin tekemisen valossa. Teoriaa Green Key -ympäristömerkistä löytyy paljon ja tiedon rajaamista piti tehdä välillä

rankallakin otteella. Varsinkin Green Key -ympäristömerkin historiasta löytyy paljon tietoa kansainväliseltä tasolta.

Hotellin toteuttamasta konkreettisesta Green Key -ympäristöviestinnästä ei ole Suomessa vielä tehty opinnäytetyötä, joten tutkin aluksi hotellien Joutsenmerkeistä tehtyjä opinnäytetöitä. Green Key -ympäristömerkistä löytyvä tiedon määrä on suuri ja Sokos Hotellien -ketjun sisäistä informaatiota käytin vahvasti apuna suunnitelman rakentamisessa. Benchmarking-menetelmällä pyrin saamaan käytännön esimerkkejä toimivasta Green Key -ympäristöviestinnästä. Pieneksi haasteeksi työssä ilmeni ajankäytön hallitseminen. Opinnäytetyön tekeminen töissä käynnin ohella osoittautui välillä haasteelliseksi. Kesän aikana en päässyt kirjoittamaan työtä niin tehokkaasti, kuin olin kuvitellut. Lisäksi haastattelukutsut lähetettiin elokuun alussa, juuri kun alalla pidetään vilkkaan heinäkuun jälkeen kesälomia. Sain ensimmäisiksi vastauksiksi automaattisia lomaviestejä. Epävarmuus haastatteluiden toteutumisesta kävi pienenä pelkona mielessä. Kaikesta huolimatta kaikki hotellit suostuivat teemahaastatteluihin ja haastattelut saatiin toteutettua kuitenkin alkuperäisen aikataulun mukaan.

Teemahaastatteluiden äänittäminen osoittautui loistavaksi ratkaisuksi tuloksia litteroidessa. Sain äänitteistä huomattavasti paljon enemmän tietoa irti, kuin jos olisin kirjoittanut muistiinpanoja haastattelua tehdessäni. Haastattelun kuunteleminen jälkikäteen paljasti paljon pieniä hyödyllisiä yksityiskohtia. Jälkeenpäin ajateltuna haastatteluihin olisi voinut ottaa osaksi myös yhden Radisson Blu -konseptilla toimivan hotellin lisänäkökulmien saamiseksi. Pidän tuloksia kuitenkin luotettavina, vaikka tulokset kertovatkin henkilökunnan omista kokemuksista ympäristöviestinnässä. Ympäristöviestinnän konkreettista vaikutusta voisi tutkia kysymällä asiakkailta mitä heille jäi mieleen Green Key -ympäristömerkistä majoituksen jälkeen. Näin tutkimuksen voisi toteuttaa esimerkiksi kvantitatiivisella menetelmällä. Uuden ympäristöviestinnän toimintamallin rakentaminen tulee todennäköisesti ajankohtaiseksi vuoden 2020 paikkeilla, Green Key -ympäristömerkin kriteereiden uudistuessa. Uutta mallia rakentaessa voisi tutkimuksen kohteeksi ottaa Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelin henkilökunnan omat kokemukset ympäristöviestinnästä, sekä asiakkaiden saaman vaikutuksen. Ympäristöviestinnässä painottuu vahvasti hotellin oma asiakasrakenne ja paikallisuus, joten mahdollinen uudistettu toimintamalli saisi näin vahvan pohjan.

Tutkimusten tulosten perusteella asiakkaat suhtautuvat pääsääntöisesti positiivisesti ympäristöviestintään. Tehokas viestintäkeino on kuitenkin aina asiakaskohtainen. Toimintamallin ollessa yleisen tason ohje talon henkilökunnalle, työntekijät tulevat soveltamaan toimintamallia jokaisen asiakkaan kohdalla hieman eri lailla. Toimintamallin voi pienillä muutoksilla viedä muihin Sokos Hotelleihin. Mielestäni kuitenkin Venäjällä sijaitsevilla Sokos Hotelleilla tulisi tehdä jatkotutkimuksia asiakkaiden suhtautumisesta ympäristöviestintään. Ympäristövastaavien kokemusten perusteella, asiakkaiden ympäristötekojen aktiivisuudessa ilmenee suuria eroja riippuen asiakkaan kotimaasta. Suomessa ympäristötyöhön osataan yleisellä tasolla suhtautua varsin positiivisesti.

Vaikka opinnäytetyöni on vain pieni osa hotellin tekemää Green Key -ympäristötyötä, sain työstä paljon ammatillisesti irti. Työskentely Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelissä antoi aitiopaikan ympäristömerkin hakemisprosessin seuraamiseen. Ympäristön huomioiminen tulee varmasti kasvamaan jokaisella alalla tulevaisuudessa. Tulen varmasti hyötymään aiheen tutkimisesta ja toimintamallin rakentamisesta. Vaikka opinnäytetyö näyttäytyi minulle välillä pienenä keskeneräisenä mörkönä, koin aiheen kuitenkin erittäin mielenkiintoiseksi. Mielestäni onnistuin toimintamallin rakentamisessa ja toivon, että Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkelissä toimintamallia sovelletaan osastokohtaisesti ympäristöviestintää suunniteltaessa.

LÄHTEET

Andreou, Nicole 2016. Over 2,500 sites across the world hold the Green Key award. WWW-dokumentti. <http://www.greenkey.global/stories-news-1/?author=55c49a0be4b014996250c527>. Päivitetty 15.9.2016. Luettu 3.10.2016

Arminen, Tiina 2016. Teemahaastattelu. 25.8.2016. Ympäristövastaava. Lossiranta Lodge.

Bonnor, Maria 2016. Hotelliaamiaiselta päätyy ruokaa roskeen aiempaa vähemmän. WWW-dokumentti. <http://yle.fi/uutiset/3-9127602>. Päivitetty 30.8.2016. Luettu 23.10.2016.

Break Sokos Hotel Flamingo. 2016. Sokos Hotels. WWW-dokumentti. <https://www.sokoshotels.fi/fi/vantaa/sokos-hotel-flamingo>. Ei päivitystietoa. Luettu 26.10.2016.

Break Sokos Hotel Levi. 2016. Sokos Hotels. WWW-dokumentti. <https://www.sokoshotels.fi/fi/levi/sokos-hotel-levi>. Ei päivitystietoa. Luettu 28.09.2016.

Coker-Appiah, Hanna 2016. Henkilökohtainen tiedonanto 3.8.2016. Hotellipäällikkö. Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli.

Ekokompassin rakentaminen yritykselle. 2016. Ekokompassi. WWW-dokumentti. <http://www.ekokompassi.fi/yritykset/rakentaminen-ja-yllapito/>. Ei päivitystietoa. Luettu 14.10.2016.

EU-ympäristömerkki. 2016. Ympäristömerkintä. WWW-dokumentti. <http://eu-ymparistomerkki.fi/eu-ymparistomerkki/>. Ei päivitystietoa. Luettu 23.9.2016.

EU-ympäristömerkityt tuotteet ja palvelut. Ympäristömerkintä. WWW-dokumentti. <http://eu-ymparistomerkki.fi/eu-ymparistomerkki/tuoteryhmat/>. Ei päivitystietoa. Luettu 14.10.2016.

From a Basement to the World. 2016. Green Key. PDF-dokumentti. <https://static1.squarespace.com/static/55371f97e4b0fce8c1ee4c69/t/574301bff699bb27dcd47974/1464009153745/GreenKeyHistory-documentfromHORESTA.pdf>. Ei päivitystietoa. Luettu 14.10.2016.

Geerts, Wouters 2014. Environmental certification schemes: Hotel managers' views and perceptions. PDF-tiedosto. http://ac.els-cdn.com/S027843191400036X/1-s2.0-S027843191400036X-main.pdf?_tid=a9a1991e-0aab-11e6-834c-00000aab0f01&acdnat=1461564488_12943006a4c1544a9d56e6f3773099a5. Päivitetty 2014. Luettu 25.4.2016.

Green Key. 2016. Green Key. WWW-dokumentti. <http://www.greenkey.global/>. Ei päivitystietoa. Luettu 23.9.2016.

Green Key Criteria. 2016. Green Key. WWW-dokumentti. <http://www.greenkey.global/criteria/>. Ei päivitystietoa. Luettu 23.9.2016.

Green Key Kriteeristö 2016-2020. 2016. Suomen Ympäristökasvatus Oy. PDF-dokumentti. <http://greenkey.fi/wp-content/uploads/2014/12/Green-Key-kriteerist%C3%B6-hotellit-2016-2020.pdf>. Päivitetty 30.06.2016. Luettu 31.10.2016.

Green Key Sites. 2016. Green Key. WWW-dokumentti. <http://www.greenkey.global/green-key-sites/>. Ei päivitystietoa. Luettu 31.10.2016.

Green Key -työskentelystä syntyi ympäristönäyttely Original Sokos Hotel Vaakuna Poriin. 2016. Cision. WWW-dokumentti. <http://news.cision.com/fi/sokos-hotels/r/green-key--tyoskentelysta-syntyi-ymparistonayttely-original-sokos-hotel-vaakuna-poriin,c9909353>. Päivitetty 8.2.2016. Luettu 28.09.2016.

Gummerus, Liisa 2016. Sähköpostiviesti. 5.8.2016. Markkinointipäällikkö, matkailu ja ravitsemiskauppa. Osuuskauppa Suur-Savo

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara Paula 2010. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Tammi/Kariston kirjapaino Oy

Historia. 2016. Sokos Hotels. WWW-dokumentti. <https://www.sokshotels.fi/fi/tallinna/sokos-hotel-viru/historia>. Ei päivitystietoa. Luettu 29.9.2016.

Hyytinen, Essi 2016. Henkilökohtainen tiedonanto. 27.10.2016. Vuoropäällikkö. Fransmanni Mikkeli.

Joutsenmerkki. 2016. Motiva Services Oy. WWW-dokumentti. <http://joutsenmerkki.fi/joutsenmerkki/>. Ei päivitystietoa. Luettu 23.9.2016.

Jung, Peter 2015. Sokos Hotels ympäristömerkki. PowerPoint-tiedosto. Sintra sivusto vaatii kirjautumista. Päivitetty 2015. Luettu 24.9.2016.

Kananen, Jorma 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä. Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulun kirjasto.

Kananen, Jorma 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulun kirjasto.

Kestävä kehitys. 2016. Visit Finland. WWW-dokumentti. <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/kestava-kehitys-matkailuirtyksessa/>. Päivitetty 15.4.2016. Luettu 23.9.2016.

Liukkonen, Martta. 2013. Ympäristövastuu majoitusallalla ja hotelli Cumulus Hakaniemen Joutsenmerkin hakuprosessi. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/63495/Liukkonen_Martta.pdf?sequence=1. Päivitetty 19.3.2016. Luettu 21.4.2016.

Lossiranta Lodge. 2016. Lossiranta Lodge. WWW-dokumentti. <http://www.lossiranta.net/lodge-etusivu>. Ei päivitystietoa. Luettu 29.9.2016.

Malla, Katrin 2016a. Sähköpostiviesti. 5.9.2016. Housekeeping Manager & Ympäristövastaava. Original Sokos Hotel Viru.

Malla, Katrin 2016b. Teemahaastattelu. 14.9.2016. Housekeeping Manager & Ympäristövastaava. Original Sokos Hotel Viru.

Markkanen, Lina 2016. Teemahaastattelu. 7.9.2016. Ympäristövastaava. Solo Sokos Hotel Paviljonki.

Mikkelin huoneuudistus on valmis. 2016. Sokos Hotels. WWW-dokumentti. https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/mikkelin-vaakunan-huoneuudistus/012597803_392895. Päivitetty 29.6.2016. Luettu 23.9.2016

Mikä ihmeen Break?. 2016. Sokos Hotels. WWW-dokumentti. <https://www.sokoshotels.fi/fi/tietoa-meista/break>. Ei päivitystietoa. Luettu 24.4.2016.

Mikä on toimintamalli?. 2016. Innokylä. WWW-dokumentti. <https://www.innokyla.fi/kehittaminen/toimintamalli>. Päivitetty 2016. Luettu 2.5.2016.

Nokela, Paula. 2012. Markkinointisuunnitelma: case Green Key -ympäristömerkki. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. http://theseus.fi/bitstream/handle/10024/45618/Nokela_Paula.pdf?sequence=1. Päivitetty 2012. Luettu 31.10.2016.

Näin haet mukaan Green Key -ohjelmaan. 2016. Green Key Finland. WWW-dokumentti. <http://greenkey.fi/haku-ohjeet/>. Ei päivitystietoa. Luettu 31.10.2016.

Ojanen, Riina 2016. Teemahaastattelu. 9.9.2016. Hotellipäällikkö & Ympäristövastaava. Original Sokos Hotel Pori

Ojasalo, Katri, Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Original Se ystävällinen keskellä kaupunkia. 2016. Sokos Hotels. WWW-dokumentti. <https://www.sokoshotels.fi/fi/tietoa-meista/original>. Ei päivitystietoa. Luettu 23.9.2016.

Original Sokos Hotel Vaakuna Mikkeli. 2016. Kattaasavon.fi. WWW-dokumentti. <http://kattaasavon.fi/majoitus/original-sokos-hotel-vaakuna-mikkeli/>. Ei päivitystietoa. Luettu 25.10.2016.

Original Sokos Hotel Vaakuna Pori. 2016. Sokos Hotels. WWW-dokumentti. <https://www.sokoshotels.fi/fi/pori/sokos-hotel-vaakuna-pori>. Ei päivitystietoa. Luettu 28.9.2016.

Our history. 2016. Green Key. WWW-dokumentti. <http://www.greenkey.global/history/>. Ei päivitystietoa. Luettu 14.10.2016.

Pk-yrityksille ja tapahtumille sopiva ympäristöjärjestelmä. 2016. Ekokompassi. WWW-dokumentti. <http://www.ekokompassi.fi/mika-ekokompassi/>. Ei päivitystietoa. Luettu 23.9.2016.

Puntanen, Pia 2016. Kasvun vuosisata Osuuskauppa Suur-Savo 1916-2016. Jyväskylä: Kariteam Oy.

Rantanen, Tiia. 2016. Fransmanni-ravintolat uudistuvat rennoiksi ranskalaisbistroiksi. WWW-dokumentti. <http://www.city.fi/opas/fransmanni-ravintolat+uudistuvat+rennoiksi+ranskalaisbistroiksi/9526>. Päivitetty 7.3.2016. Luettu 25.10.2016.

Ravintolat. 2016. Sokos Hotels. WWW-dokumentti. <https://www.sokoshotels.fi/fi/mikkeli/sokos-hotel-vaakuna/ravintolat>. Ei päivitystietoa. Luettu 25.10.2016.

Sandgren, Sanna 2016a. Teemahaastattelu 18.8.2016. Hotellinjohtaja. Break Sokos Hotel Levi

Sandgren Sanna 2016b. Sähköpostiviesti. 9.8.2016. Hotellinjohtaja Break Sokos Hotel Levi.

Sokos Hotelleissa luonto kiittää – nuoret innovoivat ympäristötekoja. 2016. Sokos Hotels. WWW-dokumentti. https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/sokos-hotelleissa-luonto-kiittaa/012676629_419607. Päivitetty 10.5.2016. Luettu 24.9.2016.

Sokos Hotelleissa tehdään vaikuttavaa ympäristötyötä – Lahden Seurahuoneelle ja Jyväskylän Paviljongille Green Key -ympäristösertifikaatti. 2016. Green Key Finland. WWW-dokumentti. <http://greenkey.fi/sokos-hotelleissa-tehdään-vaikuttavaa-ymparistotyota-lahden-seurahuoneelle-ja-jyvaskylan-paviljongille-green-key-ymparistosertifikaatti/>. Päivitetty 7.4.2016. Luettu 28.9.2016.

Solo Sokos Hotel Paviljonki. 2016. Sokos Hotels. WWW-dokumentti. <https://www.sokoshotels.fi/fi/jyvaskyla/solo-sokos-hotel-paviljonki>. Ei päivitystietoa. Luettu 28.9.2016.

Solo Sokos Hotel Paviljonki Jyväskylä. 2012. Projektuutiset. WWW-dokumentti. <http://www.projektuutiset.fi/solo-sokos-hotel-paviljonki-jyvaskyla/>. Päivitetty 2012. Luettu 5.10.2016.

Suomessa käytössä olevia sertifiointeja. 2016. Visit Finland. WWW-dokumentti. <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/kestava-kehitys-matkailuyrityksessa/sertifiointeja/>. Päivitetty 9.9.2016. Luettu 23.9.2016.

Suutala, Kati. 2013. Ympäristöviestintä Hotelli AVAssa. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/67671/Suutala_Kati.pdf?sequence=1. Päivitetty 2013. Luettu 1.11.2016.

Vastuullisuus S-ryhmän matkailu- ja ravitsemiskaupassa. 2016. S-ryhmä. PDF-dokumentti. Sintra sivusto vaatii kirjautumista. Ei päivitystietoa. Luettu 25.4.2016.

Tamminen, Tuire. 2010. Joutsenmerkkihakemus Case Best Western Hotel Raumanlinna. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/24970/Tamminen_Tuire.pdf?sequence=1. Päivitetty 2010. Luettu 21.4.2016.

Tervetuloa yksilölliseen Solo-hotelliin. 2016. Sokos Hotels. WWW-dokumentti. <https://www.sokoshotels.fi/fi/tietoa-meista/solo/solo-maailma>. Ei päivitystietoa. Luettu 23.9.2016.

Tynkkynen, Ossi 2016. Lossirannasta Saimaan alueen ensimmäinen Green Key – hotelli. WWW-dokumentti. <http://www.ita-savo.fi/uutiset/lahella/lossirannasta-saimaan-alueen-ensimmainen-green-key-hotelli-329996> Päivitetty 11.2.2016. Luettu 3.5.2016.

Työhön perehdyttäminen ja opastus 2009. Työturvallisuuskeskus. PDF-dokumentti. http://www.tyoturva.fi/files/800/Tyohon_perehdyttaminen2009.pdf. Päivitetty 2009. Luettu 10.5.2016.

Vastuullisuus Sokos Hotelleissa. 2016. Sokos Hotels. WWW-dokumentti. <https://www.sokoshotels.fi/fi/tietoa-meista/vastuullisuus-sokos-hotelleissa>. Ei päivitystietoa. Luettu 24.9.2016.

Viljasaari, Marketta 2015. Ensimmäiset Green Key -ympäristömerkityt hotellit Suomeen. WWW-dokumentti. <http://greenkey.fi/ensimmaiset-green-key-ymparistomerkit-hotellit-suomeen/>. Päivitetty 18.3.2016. Luettu 14.10.2016.

Viljasaari, Marketta 2016. Sähköpostiviesti. 31.8.2016. Ohjelmapäällikkö. FEE Suomi

Ympäristö ja me. 2016. Metsäkartano. WWW-dokumentti. <http://www.metsakartano.com/tarina/ymparisto-ja-me/>. Päivitetty 2016. Luettu 14.10.2016.

Ympäristömarkkinointi. 2002. Kuluttajavirasto PDF-dokumentti. <http://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/ajankohtaista/tiedotteet/kuluttajavirasto/ymparistamarkkinointi.pdf>. Tarkistettu 2002. Luettu 25.4.2016.

Ympäristöosaaminen on ammattitaitoa. 2016. Ympäristöosaava. WWW-dokumentti. <http://www.ymparistoosaava.fi/index.php?k=22390>. Ei päivitystietoa. Luettu 24.9.2016.

Ympäristöystävällisyys vahvassa kasvussa matkailualalla: Green Key -sertifioitujen kohteiden määrä lisääntyy Suomessa vauhdilla. 2016. Green Key Finland. PDF-dokumentti. http://greenkey.fi/wp-content/uploads/2014/12/Green-Key-ymp%C3%A4rist%C3%B6yst%C3%A4v%C3%A4llisyys-vahvassa-kasvussa-10_2_2016.pdf. Päivitetty 10.2.2016. Luettu 28.9.2016.

Yritykset. 2016. Ekokompassi. WWW-dokumentti. <http://www.ekokompassi.fi/yritykset/auditoidut-yritykset/>. Ei päivitystietoa. Luettu 14.10.2016.

Yrityskuvaus. 2016. Sokos Hotels. WWW-dokumentti. <https://www.sokoshotels.fi/fi/tietoa-meista/vastuullisuus-sokos-hotelleissa/sokos-hotels-yrityksena>. Ei päivitystietoa. Luettu 14.10.2016.

Wallenius, Maarit 2013. Mikä säästää ympäristöä, säästää kustannuksia. Kestävän matkailun määritelmät, kriteerit ja käytännöt. Tampereen yliopisto. Ympäristöpolitiik-

ka ja aluetiede. Pro gradu tutkielma. WWW-julkaisu. <http://uta32-kk.lib.helsinki.fi/bitstream/handle/10024/85117/gradu07134.pdf?sequence=1>. Päivitetty 2013. Luettu 28.10.2016.

055 Hotellit, ravintolat ja kongressikeskukset 4. 2016. Motiva Services Oy. WWW-julkaisu. <http://joutsenmerkki.fi/kriteeri/hotellit-ravintolat-ja-kongressikeskukset/>. Ei päivitystietoa. Luettu 16.11.2016.

2 Ecolabel hotels-campsites Finland. 2016. European comission. WWW-dokumentti. <http://ec.europa.eu/ecat/hotels-campsites/en/19/finland>. Päivitetty 2016. Luettu 14.10.2016.