

Veronica Koskela

VASTUULLISUUS SATAKUNTALAISISSA
LUONTOMATKAILUYRITYKSISSÄ

Matkailun koulutusohjelma
2019

Koskela, Veronica
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma
Toukokuu 2019
Sivumäärä: 89
Liitteitä: 1

Asiasanat: vastuullinen, matkailuliiketoiminta, luontomatkailu, Satakunta, yritysvas-
tuu

Opinnäytetyön tarkoituksena oli ymmärtää, miten Satakuntalaisissa luontomatkailua tuottavissa mikrokokoisissa yrityksissä ymmärretään vastuullisuus sekä miten se käytännössä näkyy. Tutkimuksen kohteena oli ilmiö, jota ei oltu vielä Satakunnassa tutkittu.

Opinnäytetyön teoreettisessa osiossa perehdyttiin laajasti vastuullisuuteen matkailuliiketoiminnan näkökulmasta. Teoriaosuudessa tarkasteltiin vastuullisuuden osa-alueita, käytännön toimia sekä syitä ja hyötyjä. Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena haastattelua aineistonkeruumenetelmänä käyttäen. Aineisto kerättiin neljästä yrityksestä. Haastatteluiden tuloksina saatiin tietoa vastuullisuuden määrittelystä, sen merkityksestä matkailullisesti, paikallisesti ja yrityksille sekä syitä sille, miksi vastuullisuus on tärkeä osa liiketoimintaa.

Tutkimuksen tuloksista ilmeni, että vastuullisuus on vielä uusi käsite yrityksille eikä yritykset tiedosta toimivansa jo vastuullisesti. Tulosten mukaan Vastuullisuudesta viestiminen on asia, johon tulevaisuudessa tulee kiinnittää enemmän huomiota, ja sitä myöskin tutkimuksen haastattelut saivat yrityksissä aikaan. Opinnäytetyön tuloksena yritykset saatiin kiinnostumaan aiheesta enemmän.

RESPONSIBILITY IN NATURE TOURISM COMPANIES IN SATAKUNTA REGION

Koskela, Veronica

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism

May 2019

Number of pages: 89

Appendices: 1

Keywords: responsible tourism, nature tourism, Satakunta, corporate responsibility, tourism business

The purpose of the thesis was to understand how micro-sized nature tourism companies in Satakunta understand responsibility and what responsible business practices they have. This is a phenomenon that has not been studied in Satakunta yet. The research was carried out as a qualitative study using the interviews as a method.

The theoretical part focused on areas of responsibility, practical actions as well as its reasons and benefits. The research was conducted as a qualitative study using the interviews as a method for collecting data. Data was collected from four companies. The results showed how companies define responsibility and what is its significance and importance for the sector and the companies.

The results of the study showed that responsibility is still a new topic regionally, and many companies do not recognize their responsibility. Communicating about responsibility needs to be in the focus in the future. The interviews rose the interest to communicate more about responsibility in the future. As a result of this thesis, the companies got interested in the topic.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	TUTKIMUSONGELMA, TAVOITTEET JA TARKOITUS	7
3	KESTÄVÄN KEHITYKSEN MÄÄRITELMÄ.....	8
4	VASTUULLINEN LIIKETOIMINTA	15
4.1	Yritysvastuu	17
4.2	Vastuullisuus pienissä yrityksissä	18
4.3	Vastuullisen toiminnan kannustimet	20
4.4	Eettinen vastuullisuus.....	21
4.5	Kolme vastuualuetta.....	23
4.6	Sidosryhmät	24
5	VASTUULLINEN MATKAILULIIKETOIMINTA.....	25
5.1	Vastuullisen matkailuliiketoiminnan kolme osa-aluetta	26
5.2	Vastuullisen matkailun ja kestävän matkailun määritelmät	30
5.3	Vastuullinen matkailu.....	34
5.4	Vastuullisen matkailuliiketoiminnan tavoitteet	35
5.5	Matkailun ympäristösertifikaatit	36
6	LUONTOMATKAILU SATAKUNNASSA	38
6.1	Matkailuliiketoiminta Satakunnassa	40
6.2	Luontomatkailun kehittäminen Satakunnassa	43
6.3	Luonto sidosryhmänä	47
7	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	49
7.1	Teemahaastattelu.....	50
7.2	Aineiston keruu ja tulosten analysointi	52
7.3	Yritysesittelyt	53
8	TULOKSET.....	54
8.1	Toimintaa ohjaava arvo	55
8.2	Vastuullisuuden määrittely	56
8.3	Vastuullisen liiketoiminnan käytänteet ja vastuullisuuden painotus	59
8.4	Motivaatio.....	61
8.5	Sidosryhmät	63
8.6	Vastuullisuusviestintä.....	66
8.7	Tulevaisuus	69
9	JOHTOPÄÄTÖKSET TULOKSISTA	71
10	KEHITYSEHDOTUKSIA	74

11 LUOTETTAVUUSTARKASTELU	76
12 OMA POHDINTA	78
13 TOIMEKSIANTAJAN PALAUTE	80
LÄHTEET	82

Liite 1: Saatekirje ja haastattelurunko

1 JOHDANTO

Matkoja tehdään vuosittain miljardeja ja määrä on vain lisääntymässä (Reilun Matkailun Yhdistyksen www-sivut, 2018). Matkailu itsessään onkin yksi suuri tekijä, jolla voidaan vastuullisuutta välittää ympäri maailman. Vastuullisuus matkailussa koskeekin kaikkia. Kaikkia niitä, jotka ovat sen kanssa jollain tapaa kosketuksissa – aina matkailijasta matkailutuotteen tarjoajaan sekä alan sidosryhmiin. Jokainen voi omalla toiminnallaan tuottaa vastuullista matkailua tai matkustaa vastuullisesti.

Matkailu on ala, jonka vaikutukset näkyvät niin yhteisö, valtakunnan mutta myös kansainvälisellä tasolla merkittävänä. Myös matkailun työllisyysvaikutukset ovat merkittävät. Matkailun vaikutukset näkyvät laajalti myös sen oman varsinaisen toimintaympäristön ulkopuolella. Siksi matkailuala mielletäänkin vastuullisuuden ja kestäväen kehityksen teemoissa edelläkävijäksi, sillä vaikutukset näkyvät monella tasolla yhtäaikaaisesti. (World Tourism Organisation UNWTO 2015, julkaisu.)

Vaikka vastuullista matkailuliiketoimintaa on tutkittu viime aikoina runsaasti, on tetao Satakunnasta niukanlaisesti. Satakunnan ammattikorkeakoulun matkailuliiketoiminnan tutkimusryhmän toimeksiannon pohjalta opinnäytetyössä tutkittiin sitä, miten vastuullisuus ymmärretään ja miten se näkyy Satakunnan mikrokokoisissa luontomat-kailua tuottavissa yrityksissä. Teemahaastattelun avulla yrityksiltä kerättiin tutkimuksen tulokseksi tietoa siitä, miten vastuullisuus ymmärretään, miten se näkyy yrityksessä käytännön toimina, vastuullisuusviestinnästä sekä siitä, miten vastuul-lisuus näkyy tulevaisuudessa osana yrityksen toimintaa.

Haastattelut nauhoitettiin, litteroitiin ja tallennettiin omina tiedostoinaan. Tulokset analysoitiin sisältöanalyysin menetelmin, jossa tulosten sisältöä teemoiteltiin ja koodattiin. Tulokset teemoiteltiin haastattelurungon mukaisten teemojen mukaan, joista analysoitiin yhteneväisyyksiä ja eroja. Analyysin tulokset koodattiin. Koodatuista tuloksista on saatu tämän opinnäytetyön tutkimuskysymyksille vastauksia.

2 TUTKIMUSONGELMA, TAVOITTEET JA TARKOITUS

Tämä tutkimus tehdään Satakunnan ammattikorkeakoulun matkailuliiketoiminnan tutkimusryhmän toimeksiantona. Tutkimuksen tavoitteena on saada tietoa, jota on entuudestaan niukasti. Tutkimuksen tuloksia tullaan hyödyntämään tutkimusryhmän tki-työssä.

Vastuullisuudella osana matkailutoimintaa vastataan moniin haasteisiin, jota niin ympäristö, yhteiskunta, eri sidosryhmät sekä asiakkaat asettavat liiketoiminnalle. Vastuuta yritys kantaa kaikesta, johon oma toiminta koskettaa. Vastuullisuuden osa-alueet sekä vastuulliset käytänteet ovat muuttuvan maailman ja ympäristön tarpeiden mukaan muuttuvia. Tutkimuksen kohderyhmänä olevat luontomatkailutoimijat tarvitsevat luontoa, jotta toiminta ylipäättään olisi mahdollista. Täten myöskin luonnon näkökulmasta maakunnan matkailu sekä vastuullisuus nähdään tekijöinä, joiden vaikutukset täydentävät toisiaan.

Opinnäytetyön tutkimuskysymykset ovat:

1. Miten vastuullisuus ymmärretään luontomatkailuyrityksissä?
2. Miten vastuullisuus näkyy luontomatkailuyrityksissä?

Tutkimus koostuu teoreettisesta tutkimuksesta sekä laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen osiosta. Teoreettinen tutkimus perehtyy vastuullisuuden sekä kestävän kehityksen määritelmiin valtakunnallisella sekä globaalilla tasolla. Laadullisessa tutkimuksessa yrityksiltä kerättiin tietoa teemahaastattelun menetelmin. Haastattelutilanetta ohjaamaan on rakennettu tukikysymyksiä, jotka pyörivät tutkimuksen teemojen ympärillä. Haastattelutilanteessa kuitenkin lopullinen aineisto kertyy avoimen keskustelun avulla teemojen ympärillä. Teemoina haastatteluissa ovat vastuullinen liiketoiminta, yritykset arvot, vastuullisuudesta viestiminen eri sidosryhmille, sidosryhmät ja niiden tärkeys, motivaatiotekijät vastuulliseen toimintaan sekä yritysten tulevaisuus vastuullisempina toimijoina. Haastattelurunko on lähetetty yrityksille kontaktointivaiheessa saatekirjeen (LIITE2) mukana, jotta yritykset ovat voineet tutustua haastattelun teemoihin etukäteen.

Tutkimuksella kerättyjen aineistojen avulla saadaan tietoa siitä, minkälaisena paikalliset mikrokokoiset luontomatkailun toimijat näkevät vastuullisuuden. Millaisena he sen ymmärtävät, miten se näkyy käytännössä ja minkälaisia investointeja tai kehitystyötä tulevaisuus toiminnalle tuo.

3 KESTÄVÄN KEHITYKSEN MÄÄRITELMÄ

Ympäristöministeriö (www-sivut n.d.) määrittelee kestävän kehityksen jatkuvaksi toiminnaksi, jolla pyritään ottamaan tasavertaisesti ihminen, talous ja ympäristö huomioon, jotta vastaavat elinolot voidaan turvata myös tuleville sukupolville. Kestävä kehitys on siis jatkuvaa muutostyötä, jota toteutetaan niin maailmanlaajuisesti, alueellisesti kuin paikallisesti tapahtuvin ohjatuin muutoksin yhteiskunnassa.

1990-luvulle ajoittuvaa Maailmanpankin pääjohtaja Ismail Serageldin pääomajattelua on myöskin jalostettu Suomessa kestävän kehityksen määrittelyssä. Serageldin mukaan kestävässä kehityksessä tarkoituksena on taata tuleville sukupolville yhtäläiset tai jopa paremmat mahdollisuudet. Mahdollisuuksia taas on tulkittu varallisuutena, vaurautena sekä konkretisoitavana pääomana. Suomen Valtion taloudellinen tutkimuslaitos on jakanut nämä pääomat omassa määrittelyssään neljään kategoriaan, joissa pääomina ovat inhimillinen (esim. tiede, tutkimus, kehitys ja osaaminen), fyysinen (esim. infrastruktuuri ja rakennettu ympäristö), sosiaalinen (esim. lainsäädäntö ja hallinto) sekä luontopääoma (uusiutuvat ja uusiutumattomat luonnonvarat). (Ympäristöministeriön www-sivut n.d.)

Ensimmäisen kerran kestävää kehitystä on kuitenkin käsitelty jo Yhdistyneiden kansakuntien Burtlandin komission palaverissa (1987, 16), jossa kestävä kehitys sai tarkan määritelmän. Komission määrittelee kestävän kehityksen “kehitykseksi, joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa”. Burtlandin komission työ sai aikaan muutosta monilla eri tasoilla yhteiskunnassa ja tästä määritelmästä on aikojen saatossa muovautunut kestävän kehityksen prosessi, jota toteutetaan neljän eri periaatteen avulla.

Luonnon monimuotoisuuden ja ekosysteemin ylläpitäminen sekä ihmisen ja sen kaiken toiminnan sovittaminen luonnon kantokyvyn kanssa yhteen ovat kestävän kehityksen ydinajatuksia. Ekologisen kestävyuden avulla kestävä kehitys lähestytään näistä näkökulmista pyrkien ennakoimaan toiminnan vaikutukset ja riskit ympäristölle. (Ympäristöministeriön www-sivut 2019.)

Kestävä kehitys vaatii myös yhteiskunnan sisällä tasapainoista kasvua. Puhutaan taloudellisesta kestävydestä, jossa nimensä mukaisesti kestävä talous tuo yhteiskunnan keskeisille toiminnoille tasapainoisuutta ja turvaa tulevaisuuden haasteille. Taloudellinen kestävyys on tasapainoista kasvua, jossa tähdätään niin sisällöllisesti kuin laadullisesti talouspolitiikan avulla luomaan yhteiskunnalle hyvät elinolot. (Ympäristöministeriön www-sivut 2019.)

Taloudellinen ja sosiaalinen kestävyys voidaan ajatella kulkevan käsikädessä. Mikäli taloudellista osa-aluetta horjuttaa jokin haaste, saattaa tuki löytyä sosiaalisista toimista. Taloudellista kestävyyttä pidetään myös sosiaalisen kestävyuden perustana, sillä talouden tasapainoisuudella voidaan ehkäistä, torjua tai korjata sosiaalisissa oloissa ilmeneviä epäkohtia. (Ympäristöministeriön www-sivut 2019.)

Sosiaalinen vastuu itsessään määritellään toiminnaksi, jossa keskeisessä roolissa valitsee toimet, joilla pyritään säilyttämään tai parantamaan hyvinvoinnin tila myös seuraavalle sukupolvelle. Sosiaalinen vastuu on ponnisteluja tasa-arvokysymysten, köyhyyden poistamisen sekä esimerkiksi koulutustasojen vaihteluiden välillä. Tärkeän sosiaalisen kestävyuden toimista tekee se, että kyse on monesti valtakunnallisesti askarruttavista asioista sekä itsessään sosiaalinen osa-alue on merkittävä vaikuttaja muihin kestävyuden aspekteihin. (Ympäristöministeriön www-sivut 2019.)

Kulttuurillinen vastuu kulkee käsikädessä sosiaalisen vastuun kanssa, sillä kulttuurillisen vastuun avulla edistetään sosiaalisia oloja. Kulttuurillinen vastuu voidaan määritellä kulttuuritietoudeksi ja -identiteetiksi, jossa tarkoituksena on vahvistaa oman identiteetin asemaa sekä edistää tietoisuutta muista kulttuureista. Tähän alueeseen kuuluu niin aineellisia kuin aineettomia asioita. Aineellisilla tarkoitetaan luontoalueita ja esimerkiksi esineitä, kun taas aineettomilla ihmisten ja kulttuurien erilaisuutta sekä

jokaisen yksilön vapauden ja oikeuksien kunnioittamista. (Suomen YK-Liiton www-sivut n.d.)

Jokaisen kestäväen kehityksen osa-alueen voidaan ajatella olevan toisiinsa vahvasti vaikuttavia. Taloudellisella vastuulla taataan kansalaisten perushyvinvointia, joka luo taas esimerkiksi perusedellytykset ekologiselle vastuun toiminnalle ja edistämiselle. Täten voidaankin siis ajatella, että kestävä kehitys ei rakennu vain yhden osa-alueensa varaan, vaan kestävyuden tavoittelussa pitää huomioida jokainen osa-alue osana kokonaisuutta. (Suomen YK-Liiton www-sivut n.d.)

Yhdistyneiden Kansakuntien jäsenmaat ovat vuonna 2015 solmineet New Yorkissa pidetyssä huippukokouksessa yhteiset Kestäväen kehityksen tavoitteet, joilla pyritään äärimmäisen köyhyyden poistamiseen sekä kestäväen kehitykseen, jossa otetaan huomioon tasavertaisina ihminen, ympäristö sekä talous. Agenda2030 nimitetty tavoiteohjelma pyrkii ohjaamaan kestäväen kehityksen toimintaa aina vuoteen 2030 saakka. Tavoitteita listataan yhteensä 17 kappaletta, jotka on eritelty alla esitetyssä YK:n julkaisemassa (www-sivut 2018) kuvassa (Kuva 1). Näistä matkailun on mahdollista vaikuttaa välittömästi tai välillisesti suoraan jokaiseen, mutta erityisesti tavoitteista kolme on matkailullisesti tärkeitä. Nämä kolme ovat tavoitteet 8, 12 ja 14, joilla tähdätään kestäväen ekonomiseen kasvuun, kestäväen kulutukseen ja tuotteisiin sekä merialueiden ja merellisten tuotteiden kestäväen käyttöön ja hyödyntämiseen. (Yhdistyneiden Kansakuntien YK:n www-sivut 2018; World Tourism Organisation UNWTO 2015, julkaisu.)



Kuva 1. UNTWO: n kestävän kehityksen tavoitteet. (YK: n www-sivut 3.7.2018. Alkuperäinen julkaisu: SDG World Tourism Organisation UNWTO: n esite, 2015.)

Kohdan 8 tavoitteena listataan säädyllisten työpaikkojen lisääminen ja tuottavuuden kasvattaminen sekä ekonomisen talouden edistäminen (YK: n www-sivut 2018). Matkailu on tunnustettu globaalisti alana, joka tarjoaa maailmanlaajuisella mittapuulla merkittävän osuuden työpaikoista (1:11). Lisäämällä tätä mahdollisuutta erityisesti heikompien sosiaaliluokkien joukossa, kuten naiset ja nuoret, voidaan tasa-arvoisuutta sekä näiden sosiaaliluokkien oloja edistää merkittävästi matkailun työllisyyden avulla. Tässä tavoitessa myöskin huomioidaan taitojen kartuttaminen. Tarjoamalla matkailun alalta töitä niille sosiaaliluokille, jotka ovat maailman muuttuessa jääneet muiden jalkoihin, voidaan tavoitessa edistää myöskin osaamista sekä ammatillista kehitystä. (UNWTO 2015, julkaisu.)

Tavoite 12 kohdistaa huomionsa kulutus- ja tuotantotapojen kestävyYTEEN (YK: n www-sivut 2018). Tavoitteessa matkailuala tunnustetaan tekijänä, joka kiihdyttää globaalilla tasolla siirtymää kohti kestäväää kehitystä. Tavoitteen mukaan on välttämätöntä "kehittää ja toteuttaa työkaluja kestävään kehityksen vaikutusten seuraamiseksi kestäväälle matkailulle, joka luo työpaikkoja sekä edistää paikallista kulttuuria ja tuotteita". Tämän vuoksi tavoite 12 kohdistaa katseensa sellaisten toimintamallien (*The Sustainable consumption and products pattern SCP*) kehittämiseen, jossa pyrkimys on kehittää toimintoja, jotka johtavat resurssitehokkuuteen kestävään kehityksen jokaisella kolmella aspektilla. (UNWTO 2015, julkaisu.)

Kolmas matkailuun erityisesti vaikuttava tavoite on tavoite 14, joka ohjaa toimintaa siihen suuntaan, että meret ja niiden luonnonvarat säilyisivät sekä niiden käyttö olisi kestävä kehityksen mukaista (YK: n www-sivut 2018). Tavoitteessa tunnistetaan ne valtiot, suurimmat segmentit sekä toimijat, joiden matkailullinen olemassa olo on riippuvaista meri- ja rannikkomatkailusta. Tavoite kannustaa hallintoja huomioimaan sinisen talouden ja hauraan meriekosysteemin merkityksen sekä ohjaamaan toimintaa niin, että merestä ja sen luonnonvaroista saatu hyöty maksimoidaan sopivassa suhteessa luonnonvarojen kestävä kulutuksen kanssa. Tavoite tunnistaa ne valtiot, joissa on tapahtunut vähiten kehitystä, mutta joiden potentiaali sinisen talouden alueella on merkittävä esimerkiksi kalavarojen, vesiviljelyn ja matkailun kestävä hoidon saralla. (UNWTO 2015, julkaisu.)

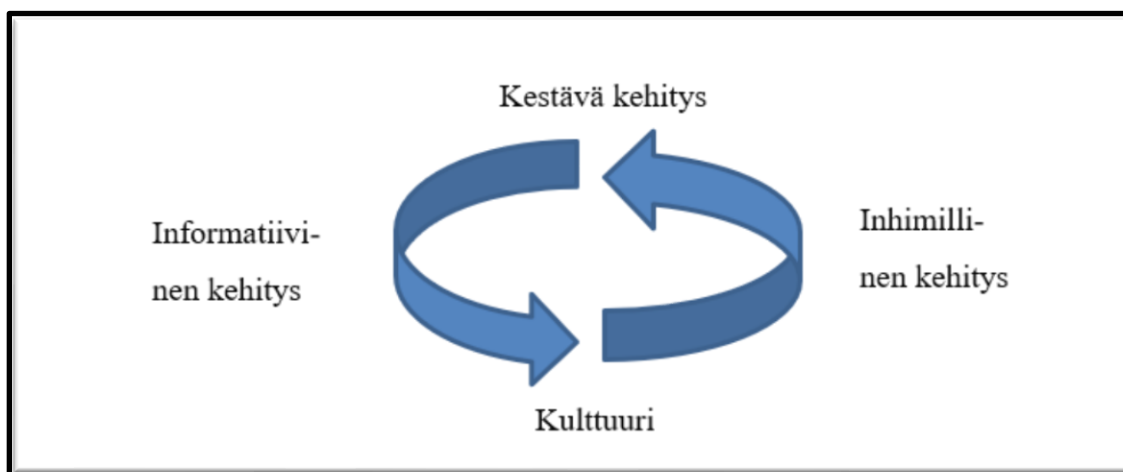
Kestävä kehityksen yhteydessä puhutaan myös kestävästä kasvusta, jonka tavoitteena on, että kulutetaan maapallon voimavaroja enintään niin paljon, mitä maapallo kykenee niitä tuottamaan samassa ajassa. Kestävällä kasvulla tarkoitetaan sitä, että pyritään olemaan jokapäiväisessä toiminnassa aina vain tehokkaampia, jotta kulutus jäisi tämän tuottamisen rajan alapuolelle. Kestävä kasvun toimia ovat siis kestävä kehityksen mukaiset periaatteet, jossa pyritään monesta näkökulmasta huomioimaan ympäristö. Esimerkiksi energiatehokkuus ja jätteiden tuottaminen ovat yksiä suurimpia tekijöitä ilmastonmuutoksen aiheuttajina tai päinvastaisesti kestävyiden tavoittelussa. (Rohweder 2004, 15.)

Kestävä kasvu mielletään myös toimintamalliksi, jonka kautta pyritään ennakoimaan tulevaa. Tilanteen arvioinnilla ja tulevaisuuden näkymän hahmottamisella löydetään ne asiat, joihin toiminnassa täytyisi puuttua tai mitä toiminnassa tulisi muuttaa. Toisin sanoen kestävä kasvu on luonnonvarojen oikeanlaista käyttämistä, olemassa olevien ympäristöongelmien ratkomista muuttamalla toimintaa sekä tulevien ongelmien ehkäisemistä arvioinnin työkalujen sekä konkreettisen toiminnan avulla. (Rohweder 2004, 16.)

Kestävä kehityksen näkökulmasta maailmanlaajuisesti tunnistetaan muutamia eri tekijöitä, jotka toisaalta vaikeuttavat kestävä kehityksen toteutumista tulevaisuudessa, mutta ajoissa ennakoituna ohjaavat myös toimintaa oikeaan suuntaan.

Maailmanlaajuisesti, mutta myös Suomessa vaikuttavia haasteita ovat väestön ikääntyminen, elintavat ja terveys, digitalisoituvaa yhteiskunta, ihmisten liikkumisen ja valtioiden rajojen häilymisen vuoksi saavutettu kulttuurien kohtaaminen sekä ympäristössä tapahtuvat muutokset ja luonnonvarojen riittävyys. Kestävän kehityksen tutkimukset kuitenkin tuovat jatkuvasti esille uusia toimintamalleja, tieteenväyliä sekä esimerkiksi uutta teknologiaa vastaamaan haasteisiin. (Itä-Suomen Yliopisto UEF: n www-sivut n.d.)

Kestävä kasvu on kehitystä, jossa yhteiskuntaa muutetaan kestävä kehityksen periaatteiden mukaisesti. Valtioneuvoston kestävä kasvun malli (Kuva 2) jakautuu inhimilliseen kehitykseen sekä informatiiviseen kehitykseen. Tällä kestävä kasvun mallilla pyritään rakentamaan sellainen Suomi, jolla vastataan kestävä kehityksen asettamiin haasteisiin. Kestävä kasvun malliin on sisällytetty juuri ne tekijät, jotka jo aiemmin on esitetty maailmanlaajuisiksi haasteiksi. Näillä elementeillä pyritään muodostamaan vaikutusketju, joka luo kehityksen näkökulmasta toisiinsa positiivisesti vaikuttavan ketjun. (Castells & Himanen 2013, 23.)



Kuva 2. Valtioneuvoston kestävä kasvun malli. (Castells & Himanen 2013, 23)

Informatiivinen kehitys vastaa digitalisoituneen yhteiskunnan asettamiin haasteisiin. Käsitteenä se vastaa informatiivisen yhteiskunnan muutoksiin, jotka uuden teknologian myötä on 2000-luvulla muuttaneen informaation kulkua. Uudenlainen teknologia loi pohjat uudelle taloudelle, jossa sekä talouden että sosiaalisen näkökulman kautta tarkasteltuna maailmanlaajuisesti toiminta muuttui. Ihmiset kykenivät jalostamaan, tuottamaan ja käyttämään helposti tarjolla olevaa informaatiota ja uudenlainen

teknologia mahdollisti sen. Yritysten toiminta suuntautui sinne, mistä kuluttajat tavoittaa helpoiten ja suurella globaalilla mittakaavalla. Yritysten kaupankäynti kasvoi uuden teknologian avulla paikallisesta kansainväliseksi, eli globaaliksi taloudeksi, jossa yhden yrityksen toiminta on mahdollista reaaliajassa maailmanlaajuisessa mittakaavassa. Uuden teknologian myötä myös yritysten sisäinen rakenne koki muutoksia. Teknologia järjesti niin työtehtäviä uudestaan, mutta myös niiden tekijöitä, joita osittain kyettiin myös uuden talouden ajan teknologialla korvaamaan. Informatiiviset sekä teknologiset muutokset eivät myöskään yllä vielä tänä päivänäkin samalla tavalla maailman jokaiseen paikkaan, joten se johti eriarvoistumiseen. Niin yritystoiminnassa kuin väestön elinoloissa. (Castells & Himanen 2013, 25-27.)

Eriarvoistumisen muutoksia varten kestävän kasvun mallissa pureuduttiin myös inhimilliseen kehitykseen. Inhimillisessä kehityksessä keskeisessä roolissa on ihmislämän inhimillisyyden säilyttäminen muuttuvan yhteiskunnan sisällä. Se pitää sisällään koulutuksen, terveyden, julkisen liikenteen, kulttuurin ja sosiaaliturvan. Uusimpien tutkimusten avulla mukaan on liitetty vielä elämänlaadullisia tekijöitä, joihin lukeutuvat työpaikkojen luominen, työolot sekä ekologinen kestävyys. Inhimillisen kehityksen kulmakivenä kulkee myöskin perusihmisoikeudet. (Castells & Himanen 2013, 27.)

Valtiolla on merkittävä rooli kestävän kasvun toteutumisessa. Loppupeleissä vastuu teknologisen kehityksen vaatimuksissa on valtiolla. Näitä ovat esimerkiksi energiatehokkuuteen tähtääminen ja tuottavuuden kasvu sekä yhteiskunnan hyvinvoinnin peruselementtien toteutuminen tuottamalla hyvinvointia tukevia palveluita kaikkien saataville esimerkiksi julkisen terveydenhuollon avulla. Suomessa Valtion taloudellinen tutkimuslaitos on julkaisussaan (Hjerppe & Honkatukia 2005) listannut kestävän kasvun haasteita Suomessa, joihin on pyrittävä vastaamaan kokonaisvaltaisesti vuoteen 2025 mennessä. Kestävän kasvun ydinajatuksen mukaan julkaisussa tutkijat hahmottelevat ne haasteet, jotka Suomea ja Suomen talouden kasvua haastavat seuraavan 20 vuoden jäniteellä sekä niiden kasvumahdollisuudet. (Castells & Himanen 2013, 29; Hjerppe & Honkatukia 2005, 1-5.)

Myöskin matkailun näkökulmasta kehitystyöhön on tulevaisuudessa panostettava. Osana hallituksen Matkailu 4.0 -toimenpidekokonaisuutta Business Finlandin Visit

Finland yksikkö kehittää Suomen matkailusta vastuullisempaa Arktisen kestävä matkailudestinaatio -ohjelman avulla vuosina 2018–2019. Ohjelmallaan valtakunnallisesti kestävämpää matkailua tutkiva Business Finland haluaa korostaa matkailualan toimijoille sertifikaattien sekä vastuullisuusviestinnän merkitystä. Ohjelma myöskin kehittää kokonaisvaltaisesti matkailun näkökulmasta vastuullista Suomea, jonka tueksi on kehitteillä yhteinen sateenvarjo sertifikaatti “Responsible Finland”. Ohjelman päätavoitteiksi listataan kestävä matkailun kehittäminen valtakunnallisesti Suomessa kaikkien matkailualan toimijoiden kesken, viestimään Suomea kestävä matkailun maana sekä ohjeistamaan Suomeen saapuvia matkailijoita ja matkanjärjestäjiä toimimaan kestävä kehityksen periaatteiden mukaisesti. (Business Finland/b www-sivut 2018.)

4 VASTUULLINEN LIIKETOIMINTA

Kaikkea yritystoimintaa ohjaa yrittäjän arvot toimintaa ja tekemistä kohtaan. Vastuullisuus pohjautuu näihin arvoihin ja omatuntoon. Tällöin myöskin jokaisen yrityksen oman liiketoiminnan sisällä vastuullisuuden määritelmä lähtee itsestä ja omasta toiminnasta. Oman liiketoiminnan osa-alueiden tarkastelun ja määrittelyn avulla jokainen yritys voi omassa toiminnassaan löytää täsmennetymin ne tekijät, joissa vastuullisuuden merkitys korostuu. (Elinkeinoelämän keskusliitto www-sivut 2019.)

Vastuullisuus liiketoiminnassa on monitasoinen termi. Se pitää määritelmänä paljon tarkastelukulmia ja merkityksiä sisällään. Yritykselle ja sen toiminnalle asetetaan erilaisia velvoitteita toimintaansa kohtaan kirjoittamattomissa ja kirjoitetuissa ohjeistuksissa. Vastuuta yritys kantaa omassa yhteiskunnassaan kaikesta, mihin se toiminnallaan koskettaa välillisesti sekä välittömästi. Vastuullinen liiketoiminta ja vastuullisuus elinkeinotoiminnassa mielletään monesti synonyymeinä yhteiskuntavastuulle yritystoiminnassa, jossa yritys kantaa vastuuta toiminnassaan yhteiskunnan määrittelemien kehysten sisällä. Sitä ohjaa erilaiset lait, asetukset, sopimukset ja suositukset, yrityksen omat toimintaohjeet sekä erilaiset sopimukset sidosryhmien ja muiden toimijoiden kanssa. Elinkeinoelämän Keskusliiton EK:n (www-sivut 2019) mukaan vastuullisuus osana liiketoimintaa toteutuu parhaiten, mikäli se on omaehtoista ja vapaamuotoista.

Silloin jokainen yritys voi omassa toiminnassaan huomioida ne asiat ja osa-alueet, joissa vastuullisuutta voidaan korostaa ja toteuttaa parhaiten. (EK: n www-sivut 2019.)

Yhteiskunta asettaa yritystoiminnalle yhä useammin ja enenevässä määrin erilaista painetta ja tavoitteita. Liike-elämä joutuu usein tarkastelun alle, kun etsitään vastauksia globaaleihin ja paikallisiin ongelmiin ja kysymyksiin. Yrityselämälle asetetaan tavoitteeksi vastata sen erilaisiin tarpeisiin, kuten esimerkiksi ympäristöongelmiin. Yritystoiminnan vastuullisuus ymmärretäänkin yhteiskuntavastuuna, jossa yrityksen tavoitteena on huolehtia yhteiskunnastaan ydinajatuksena sen taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöllinen tilanne. (Joutsenvirta, Halme, Jalas & Mäkinen 2011, 9.)

EK: n (www-sivut 2019) monitasoisen vastuullisen liiketoiminnan määritelmän mukaan vastuullisuus on myös sidosryhmät huomioonottavaa. Vastuullisuutta on vaikea suoranaisesti tutkia ymmärtämättä yrityksen arvoja ja tavoitteita. Se, miten yritys ymmärtää vastuullisuuden liiketoiminnassa määrää siis pitkälti sen, miten sitä myös toteutetaan. Vastuullisuus nähdään siis erilaisina toimina, jotka tukevat yhteiskunnan taloudellista, sosiaalista ja ympäristöllistä kasvua ja kehitystä. Vastuullisuus yritystoiminnassa voi ilmetä siis pieninä tekoina. (EK: n www-sivut 2019.)

Vastuullisella liiketoiminnalla voidaan tavoitella esimerkiksi yhteiskunnallista vaikuttamista tai liiketoiminnan edistämistä. Kussakin tapauksessa kuitenkin ollakseen vastuullinen yritys, tulee liiketoiminnan strategiaan sisällyttää konkreettisia käytänteitä. Samalla vastuullisuudesta viestitään ulospäin asiakkaille ja eri sidosryhmille arvojen ja toimintatapojen muodossa. Vastuullisuus sekä määritelmänä että käytänteenä on haasteellinen, sillä jokainen yksittäinen liiketoiminta voi lähestyä termiä eri näkökulmasta. Oli yrityksen tärkein arvo tai yksittäinen kannustava tekijä mikä tahansa, parhaiten vastuullista toimintaa harjoittaa taitavasti johdettu yritys, jossa yritykselle tärkeä asia ja sen mukaan toiminen on juontunut jokaisen toimintaan osallistuvan yksilön ajatuksiin ja toimintaan. (Könnölä & Rinne 2001, 21-22.)

Vastuulliset käytänteet ovat jokaisessa yrityksessä erilaisia, sillä vastuullisuutta mitataan ja toteutetaan eri toimialoilla, toimintaympäristöissä ja eri yritysaloissa eri tavoin. Vastuullisuus on kuitenkin kaikkien yhteinen asia, jonka keskuudessa eri

tekijöistä riippumatta on konkreettisuus ja jokapäiväiseen liiketoimintaan sidonaisuus. (Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRa Ry www-sivut 2016.)

4.1 Yritysvastuu

Useimmiten yritysvastuun terminologia liitetään suurten yritysten toimintaan, jotka toimivat globaalisti. Termeinä sekä yritysvastuu että yrityksen yhteiskuntavastuu viestivät velvollisuudesta huomioida kestävä kehityksen mukaisia periaatteita toiminnassaan ja ylittää lainasettamattomat rajat. Yritysvastuu sekä yhteiskuntavastuu ovat siis toiminnassa välttämättömiä huomioida minimivaatimusten mukaisesti, mutta sen yllä omaehtoisena toiminta turvaa yritykselle hyvää mainetta ja kilpailukykyä. Pienemmillä yrityksillä ne kuitenkin ovat myös oivallisia strategisia työkaluja, joilla pyritään kilpailukyvyn ja kannattavuuden vahvistamiseen pitkällä aikajänteellä. (Työ- ja elinkeinoministeriö TEM, 2009; Suomen YK-Liiton www-sivut n.d.)

Yritystoiminnan vastuullisuuden, eli siis edellä mainittujen yritysvastuun sekä yhteiskuntavastuun tulee toiminnassa täyttää lain asettamat rajat. Näitäkin tekijöitä mitataan vastuullisuuden osa-alueilla, taloudellisella-, ekologisella ja sosio-kulttuurillisella osa-alueella. Verojen maksaminen, korruption vastainen toiminta, toiminnasta aiheutuvien ympäristöhaittojen huomioiminen, ihmisoikeuksien kunnioittaminen sekä työntekijöiden työolojen huomioiminen ovat esimerkkejä siitä, mihin yritysvastuu lainojalla ulottuu. (Suomen YK-Liiton www-sivut n.d.)

Yritysvastuulla taataan se, että yritys huomioi vastuullisen toiminnan omassa toiminnassaan sen vähimmäismäärällisesti, eli mitä laki vaatii. Olemassa on kuitenkin muitakin syitä tai kannustimia, jotka ohjaavat yrityksiä enenevässä määrin vastuullisiksi toimijoiksi. Kannustimet voivat julkishallinnollisten lisäksi olla joko taloudellisia, sidosryhmistä lähtöisiä tai eettisiä. Koska jokainen yritys toiminnallaan ja päämäärällään pyrkii olemaan tuottava yritys, on lähtökohtainen ajatus aina vastuullisuutta arvioitaessa, että yhtenä vaikuttimena pyrkii vastuulliseksi ovat taloudelliset tekijät. (Rohweder 2004, 81.)

4.2 Vastuullisuus pienissä yrityksissä

Vastuullisuus on elintärkeää kaikissa yrityksissä kilpailukykyisen aseman sekä markkina-arvon vuoksi. Euroopan Komissio (2013) on tunnustanut muutamia motivoivia tekijöitä, jotka kannustavat pienempiä yrityskokoja ottamaan käytänteet käyttöön. Näitä ovat aineelliset hyödyt, kuten taloudelliset tulot, maine ja kunnia, päättäjien henkilökohtaiset arvot, institutionaaliset tekijät, kuten esimerkiksi oikeudelliset vaatimukset sekä sidosryhmien tarpeiden täyttäminen. Kaikissa kohdissa kuitenkin yrityksen sisällä sijaitsevan päättäjän arvoilla ja asenteilla on merkitystä, sillä päättäjän toimesta näitä käytänteitä yrityksen sisällä korostetaan. (Cronje, Ferreira & van Antwerpen 2017, 23-24.)

Isojen ja pienten yritysten välillä on eroja. Isommissa yrityksissä on selkeä hierarkkinen kehys, mitä pitkin päätösten valmistelu ja tekeminen hoituu. Pienemmissä yrityksissä taas päätösvalta on monesti yrityksen omistajilla, jolloin päätöksiin sisältyy myöskin isompiin yrityksiin verraten enemmän henkilökohtaisia arvoja, suhteita ja esimerkiksi kokemusta. Isommissa yrityksissä toiminta on virallista ja muodollista, kun taas pienemmät yrityskoot pystyvät pienuutensa johdosta toimimaan enemmän paikallisen hyvän ja sidosryhmien tarpeiden tyydyttämisen eteen. Isommissa yrityksissä omistajuussuhteen monihaaraistuminen tuo pöydälle mukaan sen, että yrityksen on oltava jokaiselle omistajataholla tuottava. Pienemmissä yrityksissä monesti johto- ja päätösportaalla seisoo yrityksen omistaja, jolloin voiton tavoittelemineen on suuremmalla ulottuvuudella, kuten esimerkiksi oman aseman vahvistamisessa yhteiskunnassa. (Cronje ym. 2017, 23 & 28.)

Pienet yritykset saattavat ymmärtää, mitä yritys- tai yhteiskuntavastuu tarkoittaa. He saattavat toimia erittäin vastuullisesti tiedostamatta sitä. Pienten yritysten ei kuuluukaan kilpailla samoissa kategorioissa isompien yritysten kanssa vastuullisuus teemoissa, sillä suurempi vaikutus saattaa löytyä paikallisesti eri tekijöistä. (Cronje ym. 2017, 28.)

Niin valtakunnallisella kuin kansainvälisellä mittapuulla vastuullisuustutkimuksissa on eroja ja puutteita. Tutkimukset keskittyvät pääasiassa vielä isompien yritysten yritysvastuun (*corporate responsibility*) tutkimiseen. Tärkeää olisi kuitenkin myös

sisällyttää tulevaisuudessa enenevässä määrin myös pienten, keskikokoisten ja mikro-kokoisten yritysten vastuullisuus käytänteiden tarkastelua, sillä näiden pienempien yrityskokojen suora vaikutus toimintaympäristöön on isoja yrityksiä suurempi. Yritysten yhteiskuntavastuu on termi, joka toimii ohjeistuksena isommille yrityksille. Sitä ei sellaisenaan voida hyödyntää pienempien yritysten vastuullisuuden tarkastelussa. Pienten yritysten yhteydessä tarvitaan siten niille sopivia työkaluja ja terminologiaa. (Cronje ym. 2017, 24-25.)

Pienet yritykset hyötyvät vastuullisuudesta. Monet edut liittyvät kilpailukyvyn ja -aseman vahvistamiseen, liiketoimintaan liittyviin etuihin sekä sidosryhmien saamiin etuihin. Näitä voivat olla tutkimusten (esim. Adamu & Yahayan 2014; Pastrana & Sriramesh 2014) mukaan myynnin ja voiton kasvu, hyvä asema yhteiskunnassa, asiakasuskollisuus, asiakaskunnan lisääntyminen, työntekijöiden uskollisuus, tuottavuuden kasvu, motivoitunut työvoima sekä sidosryhmien etuina paikallisen työttömyyden väheneminen, yhteisön osallistuminen, sosiaalinen ja taloudellinen osallisuus, sosiaalinen yhteenkuuluvuus yhteisössä, asiakastyytyväisyys, työtyytyväisyys, osaamisen kehittäminen ja työllistettävyys. (Cronje ym. 2017, 28-29.)

Näiden etujen tavoittelemisen vaatii kuitenkin yrityksen johdolta tietoisia päätöksiä toimia vastuullisesti. Päätös edistää vastuullista yritystoimintaa lähtee pienemmissä yrityksissä päättäjistä, eli omistajista. Syitä ja motivaattoreita on monia. Moraali ohjaa pienemmissä yrityksissä päätöksentekoa ja yritysetiikka ohjaa päätösten toimeenpanoa. (Cronje ym. 2017, 29.)

Vastuullisesti toimiminen konkreettisesti on siis erilaista eri kokoisten yritysten, mutta myös eri toimialojen kesken. Euroopan Komissio (2013, 10) onkin määritellyt pienten ja mikro-kokoisten yritysten vastuullisista liiketoimintakäytännöistä motivoivan mallin, jota huomioimalla pienet ja mikro-kokoiset yritykset toteuttavat vastuullisuutta toiminnassaan lähemmin toimintaympäristöään huomioiden. Näitä tekijöitä listataan olevan aineettomien, kuten esimerkiksi maineen ja aseman yhteiskunnassa ja aineellisten hyötyjen, kuten tuottavan yritystoiminnan tavoittelu, omien arvojen korostaminen sekä tuominen osaksi liiketoiminnan strategiaa, oikeudellisten vaatimusten

täyttäminen eli toisin sanoen lakien noudattaminen sekä eri sidosryhmien tarpeiden ja odotusten täyttäminen. (Cronje ym. 2017, 23-24; Knopf & Mayer-Scholl 2013, 10.)

4.3 Vastuullisen toiminnan kannustimet

Taloudellisia vaikuttimia yritysten vastuullisessa toiminnassa ovat sekä sisäiset että ulkoiset tekijät. Sisäisesti yritys pyrkii olemaan energia- ja raaka-ainetehokas, jotta toiminnasta aiheutuu mahdollisimman vähän ylimääräisiä kustannuksia. Toiminnasta pyritään karsimaan pois ylimääräiset välivaiheet, materiaalikulut sekä muut toimijat, jotta tuottaminen on taloudellisesti aina kannattavampaa, sekä tuottamaan asioita tai palveluja, joille on kysyntää. Ulkoisesta taloudellisesta kannustimesta puhuttaessa ajatellaan imagotekijöitä. Ulospäin näkyvä toiminta, jossa yritys osoittaa huomioivansa työntekijänsä sekä sidosryhmänsä, mielletään positiiviseksi imagoksi yhteiskunnassa. Positiivisuus luo kuluttajaan luottamusta, jotta kulutus osoittuu tuotteelle, jonka takana on hyvinvoiva tekijä. Kuluttajien tietoisuus on myös muutoin lisääntynyt räjähdysmäisesti viime vuosien saatossa. Kuluttajaa kiinnostaa yhä enemmän, minkälaista toimintaa hän tukee sen rinnalla, millä hinnalla ja minkä laatuista tuotetta tai palvelua hän on ostamassa. Kuluttajatietoisuus yhteiskunta- ja ympäristökysymyksissä nähdään vaikuttavan myös yrityksen kilpailukykyyn, sillä mitä tehokkaammin ympäristö huomioidaan monitasoisesti toiminnassa sitä kilpailukykyisempänä yritys voidaan kuluttajien silmin nähdä. Kuluttajatietoisuus siis toisin ajateltuna pakottaa yritykset ottamaan vastuullisuuden piirteet huomioon toiminnassaan. Se pakottaa yritykset ottamaan toiminnastaan vastuuta, mikäli sitä ei omaehtoisesti tehdä. Ollakseen kuitenkin nimensä mukaisesti vastuullinen yritys, on toiminnan pohjaututtava omaan tahtoon, milloin vastuullisuus ilmenee siis jo yrityksen arvoista lähtien. (Rohweder 2004, 82-83.)

Sidosryhmistä lähtöinen kannustus vastuullisuuteen tarkoittaa tarkemmin tietoisuutta, tuote- ja julkiskuvan kehittämistä sekä maineriskin hallintaa. Tietoisuudesta puhuttaessa tarkoitetaan tarkemmin sitä, että yritys tietää, mitä mieltä sidosryhmät ovat heidän toiminnastaan sekä toisinpäin. Avoimuus ja läpinäkyvyys luo tässäkin yhteistyössä luotettavuutta, jolla ajatellaan olevan myös taloudellisia vaikutuksia takaamalla pitkäikäisen sidosryhmätyön. Tuote- ja julkiskuvan kehittäminen sekä

maineriskin hallinta liittyvät moraalisiin tekijöihin, joissa yrityksellä nähdään olevan velvollisuuksia ja vastuuta toimintaympäristöstään. Sidosryhmien arvojen huomiointi toiminnassa ja toiminnan muuttaminen yhteisten arvojen mukaiseksi luovat positiivista ilmapiiriä, jolla taas yritys takaa omaa taloudellista tilannettaan, niin positiivisena maineena kuin yhteistyön jatkuvuutena. (Rohweder 2004, 86-87.)

Julkishallinnon kannustimista puhuttaessa törmää yleensä yritys vastuun kaltaiseen määritelmään lain asettamista minimivaatimuksista. Laissa tiivistetysti määritellään se, että yrityksen tulee noudattaa erilaisia toimintaan liittyviä lakeja, esimerkiksi ympäristölakeja, sekä maksettava veroja maahan, jossa toimii. Yritys toimii näiden mukaan, jotta välttyy rangaistukselta, mutta yrityksen toiminta ei välttämättä silti pohjautu siihen, että vastuun kantaminen näkyy muussa yrityksen toiminnassa. Yrityksen toiminta saattaa siis olla pelkästään voittoa tavoittelevaa, jolloin ei voida puhua omaehtoisesta vastuun kantamisesta yhteiskunnassa. Vastuullinen liiketoiminta määrittelee itsensä niin, että toiminnan on ylitettävä lain asettamat vaatimukset sekä toiminnan tulisi olla omaehtoista. (Rohweder 2004, 83-84; EK: n www-sivut 2019.)

Eettiset kannustimet puhuttelevat yrityksen omia arvoja ja aitoa halua kantaa vastuu ympäristönsä ja sen ihmisten hyvinvoinnista. Eettisiä päämääriä voidaan päivittäisen liiketoiminnan ohella nähdä myös muita, joissa halutaan niin toiminnalla kuin tuotevalikoimalla edistää vastuullisuutta. Näitä voivat esimerkiksi olla luonnon-suojelun edistäminen, työllisyysaste tai kierrätysmateriaalit. Eettiset arvot ja kannustimet ovat tekijöitä, jotka ohjaavat yrityksen toimintaa. Tavat ja materiaalit valikoituvat niin, että ne tukevat yrityksen sisäisessä toiminnassa alati läsnä olevia eettisiä arvoja. Tällöin myös toiminnan nähdään luovan sekä yritykselle että sen toimintaympäristölle suurempaa arvoa itsessään, kuin toiminnasta saatavan valuutan. (Rohweder 2004, 87-88.)

4.4 Eettinen vastuullisuus

Eettisellä vastuullisuudella puhutellaan yritystoiminnan moraalisia perusteita. Eettinen vastuu voidaan mieltää synonyymiksi käsitteelle yrityksen yhteiskuntavastuu, jota käsiteltiin aiemmässä luvussa. Siinä keskeisenä ajatuksena on yhteisen arvon

tuottaminen. Erona näiden kahden termin välillä on kuitenkin lain asettamat rajat. Yhteiskuntavastuuta joutuu jokainen yritystoiminnassaan harjoittamaan lain nojalla, jossa esimerkiksi ihmisoikeuksista ja yksilön vapauksista on asetettu omat säädökset. Eettisessä vastuullisuudessa tarkastelussa on vapaaehtoinen toiminta, jossa yritykset sisällyttävät toimintaansa ilman lainsäädäntöön perustuvaa velvoitetta tavoitteita, joissa huomioidaan niin ympärisö ja sosiaaliset tekijät, mutta myös sidosryhmien tarpeet ja odotukset. (Edelheim & Iola 2017, 232; Carroll 2001, 369; Kuluttajaliiton www-sivut n.d.)

Yleisesti eettisesti toimiminen on jokaisen yrityksen ja yrittäjän vastuulla. Jokaista sitoo lainsäädäntö, toimintaympäristön odotukset ja normit sekä eri sidosryhmien tarpeet ja odotukset. Eettisesti toimiminen nähdään myös kilpailuvalttina, sillä vapaaehtoisuus vastuullisuudesta on globalisoituvassa maailmassa ilmiöiden keskellä kunnioitettua. (Ratsula 2016, 12.)

Compliance eli vaatimustenmukaisesti toimiminen on toimitamalli, joka yhä useammin liitetään yritysmaailmassa eettisyyteen. Se on toimintaa, jossa yritystoimintaa ohjaa eettiset ohjeistukset, jotka toimintaympäristö sanelee lakien rinnalla. Tämä toiminta liittyy vastuullisuus keskusteluun elementtejä myöskin arvoista ja kulttuureista sekä sidosryhmien eri käsityksiä sallitusta ja ei sallitusta toiminnasta. (Ratsula 2016, 12.)

Toimitamalli on eettisesti ohjaavaa, koko yritystä sitovaa toimintaa. Siinä pyritään ohjaamaan toiminta mukailemaan niin ulkoisten sidosryhmien ja tahojen asettamia vaatimuksia kuin yrityksen itse itselleen asettamia toimintavaatimuksia. Organisaation sisäisten vaatimusten tulee olla selkeitä ja sitoa jokaista yrityksen työntekijää toimimaan yhteisten sääntöjen mukaisesti omassa toiminnassaan sekä kaikessa jokapäiväisessä kanssakäymisessä ulkoisten ryhmien kanssa. (Ratsula 2016, 12-13.)

Vaatimustenmukaisesti toimiminen liitetään mukaan yhä useammin myös yhteiskuntavastuun sekä kestävän kehityksen keskusteluissa, sillä compliance-ohjelma mielletään työkaluksi, jolla yritys voi arvioida omaa eettisyyttään ja vastuullisuuttaan toiminnassaan. Vastuullisuus sekä eettisesti toimiminen ovat yritykselle niitä kilpailutekijöitä, joita odotetaan toimintaympäristön sekä sidosryhmien puolelta moraalisisista syistä jopa lakeja enemmän. Vaatimustenmukaisesti toimiminen on riskienhallintaa,

jolla pyritään ehkäisemään ja tunnistamaan niitä organisaation tai yrityksen toimia, jotka ovat vasten yrityksen sisäistä arvomaailmaa tai esimerkiksi sidosryhmien etiikkaa. Koko yritystoiminnan ja -portaan läpi toimiva toiminta mielletään tukevan vastuullista liiketoimintaa, sillä siinä kivijalkana toimii yrityksen johdon määrittelemät toimintatavat (*code of conduct*) ja eettiset ohjeet. (Ratsula 2016, 17-19 & 40.)

4.5 Kolme vastuualuetta

Nobelilla palkittu taloustieteilijä Milton Friedman (1970) aikoinaan väitti tutkimuksessaan, että on olemassa vain yksi vastuualue työelämässä, jonka Friedman näki olevan reilu peli. Friedmanin (1970) mukaan siis yrityksen ainoa yhteiskunnallinen vastuu olisi olla voittoa tuottava yritys ilman kavalluksia tai petoksia. Tästä on vuosikymmenien saatossa otettu suuri askel eteenpäin ja ymmärretty, että vastuullinen yritys kantaa omaa osuuttaan vastuusta myös muissa yhteiskunnan asioissa. Vastuullisuus liiketoiminnassa siis jakautuukin tänä päivänä kolmeen ulottuvuuteen. Nämä ovat taloudellinen, sosiaalinen ja ekologinen vastuu, joista jokainen pitää sisällään erilaisia periaatteita ja käytänteitä, joita noudattamalla pyritään vastuulliseksi.

Taloudellisella vastuulla tarkoitetaan ennen kaikkea sitä, että liiketoiminnan tulee olla taloudellisesti kannattavaa (Edelheim & Ilola 2017, 230). Liiketoiminta tuottaa toiminnallaan voittoa, jolla se pitää päätarkoituksena sijoittajansa ja osakkaansa perustarpeet tyydytettynä. Taloudellisen vastuun mielletään pitävän myös sisällään asioita yhteiskunnan tasolla. Tällöin puhutaan työllistämisestä niin suoraan kuin välillisesti sekä verojen maksamisesta. Työllistäminen sekä verojen maksaminen tuottavat alueelle tuloja, joka on suoraan positiivinen asia yhteiskunnan hyvinvoinnissa sekä yrityksen imagossa. Alueensa huomioiden taloudellisesti vastuullinen yritys ei myöskään haittaa muiden alueen elinkeinoharjoittajien toimintaa. (Ketola 2005, 32.)

Sosiaalinen vastuu liiketoiminnassa pohjautuu ihmisoikeuksiin. Sosiaalisessa vastuussa siis pyritään turvaamaan niin yritystoiminnan sisäisten kuin ulkoisten tekijöiden turvallisuus ja terveys. Katsotaan, että hyödyt jakautuvat tasaisesti eri sidosryhmien kesken sekä negatiivinen vaikutus paikallisten elämään on mahdollisimman pieni. Sosiaalinen vastuu pitää yrityksen sisällä myös sisällään sen, että yrityksessä vallitsee

tekijöiden kesken tasavertainen kohtelu niin psyykkisten, sosiaalisten kuin taloudellisten tarpeiden huomioimisessa. (Ketola 2005, 40.)

Ekologinen vastuu, toisin sanoen ekologinen jalanjälki, kattaa kaiken sen vastuun, joka yritys toiminnallaan vaikuttaa ympäristöönsä. Näitä ovat kaikki yrityksen ympäristövaikutukset, kuten esimerkiksi luonnonvarojen käyttö, päästöt, jätteiden määrä sekä lajittelu. Ekologisesti vastuullinen liiketoiminta huolehtii, että toiminnasta aiheutuvat haitalliset ympäristövaikutukset minimoidaan ja, että toiminnassa huomioidaan luonnon ja ympäristön kantokyky. (Ketola 2005, 46; Edelheim & Ilola 2017, 230.)

Ekologista jalanjälkeä tarkemmin tarkastellaan yleensä isompien alueiden mittarina, jossa katsotaan alueen väestön luonnonvarojen kulutuksen, jätteiden ja biokapasiteetin välistä tasapainoa. Toisinsanoen siis tarkastellaan sitä, kuluttaako kansa suhteessa luonnonvaroihin ja niiden tuottoon enemmän vai vähemmän, miten suuri on siis alueen ekologinen jalanjälki. Ekologista jalanjälkeään voi kuitenkin myös yritystasolla mitata ja silloin puhutellaankin paremmin ekologisesta vastuusta, joka pitää sisällään samoja teemoja. Ekologinen jalanjälki ei kuitenkaan välttämättä kerro koko totuutta yrityksen ekologisesta vastuusta, sillä huomioitavaa on myös yrityksen koossa sekä esimerkiksi toimialassa. (Bios-tutkimusyksikön www-sivut 2018; Ketola 2005, 46-47.)

4.6 Sidosryhmät

Sidosryhmät nähdään vastuullisen toiminnan keskiössä. Vastuullisen liiketoiminnan perustana onkin laaja-alainen sidosryhmien huomioiminen. Sidosryhmien tarpeiden tyydyttäminen ja huomioiminen on tärkeä osa niin vastuullisuutta mutta myös yrityksen maineen rakentamista, sillä se luo yrityksestä positiivista ja luotettavaa kuvaa niin sijoittaja kuin yhteiskunta tasolla. Hyvä maine taas takaa yritykselle parempaa ja vakaampaa kilpailukykyä ja -asemaa. (Könnölä & Rinne 2001, 42.)

Sidosryhmät itsessään tarkoittavat sitä ryhmää, joihin yrityksen toiminta vaikuttaa suoraan tai välillisesti tai jotka päinvastaisesti vaikuttavat yrityksen toimintaan. Yritys on itsessään vastuullisessa asemassa huolehtimassa sidosryhmistään, mutta vastuuta

kantaa myös jokainen sidosryhmä omasta toiminnastaan ja sen vaikutuksesta muihin. (Edelheim & Ilola 2017, 229.)

Yritystoiminnassa sidosryhmät voidaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin sidosryhmiin. Sidosryhmiä sisäisesti ovat yrityksen omat työntekijät, johto sekä omistajat. Ulkoisia sidosryhmiä yritykselle taas ovat esimerkiksi asiakkaat, kilpailijat ja ympäröivä yhteisö. (Carroll & Näsi 1998, 72.)

Sidosryhmät ja vastuullisuus törmäävät jo määritelmä tasolla, sillä molempien perimmäinen tarkoitus löytyy arvontuotannosta ja sidosryhmien tarpeiden täyttämisestä. Liike-elämässä sidosryhmäajattelu perustuu siihen, ettei yritys voi olla olemassa ilman sidosryhmiä ja niiden aikaansaamaa yhteistyötä. Harvoin tavataan yritystä, joka ilman minkäänlaista yhteistyötä on menestyvä. Menestyksen ja kilpailukyvyn nähdäänkin perustuvan pitkälti yhteistyöhön ja sidosryhmäsuhteiden ylläpitoon ja toimivuuteen. (Könnölä & Rinne 2001, 43.)

Freemanin, Harrisonin, Wicksin, Palmarin ja de Collen (2010, 264) tutkimuksissa lähestytään sidosryhmäajattelua siinä näkökulmasta, että sidosryhmät ovat yrityksen tärkein menestysentekijä. Sidosryhmät yhdistävät yrityksen toiminnan sekä yhteiskunnan. Arvontuotantoa ajatellen jokainen sidosryhmä on yhdessä vastuussa niin omasta kuin muiden vaikutuksen alla olevien sidosryhmien arvon saannista. Vastuullisuudesta puhuttaessa on yrityksen tehtävä löytää yhteinen linja, mikäli sen omassa tai sen ja sidosryhmien arvontuotantoprosessissa löytyy eriävyyksiä tai huonoja kokemuksia. (Freeman ym. 2010, 27-29.)

5 VASTUULLINEN MATKAILULIIKETOIMINTA

Vastuullinen matkailu on määritelty vuonna 2002 Kapkaupungissa järjestetyssä konferenssissa, jossa useat tahot ja sidosryhmän jäsenet ottivat osaa Kestävän kehityksen huippukokouksen sivutapahtumaan. Tapahtuman päämääränä oli sopia siitä, miten matkailussa toteutettaisiin kestävän kehityksen periaatteita ja vastuullisuutta tulevaisuudessa. Tapahtuman tuotoksena syntyi julistus, jossa vastuullinen matkailu

määritellään työksi, jossa “tehdään parempia paikkoja ihmisten asua ja vierailia”. (Responsible Tourism Partnership www-sivut 2019.)

5.1 Vastuullisen matkailuliiketoiminnan kolme osa-aluetta

Jo vuonna 2002 tehdyssä julistuksessa (Responsible Tourism Partnership www-sivut 2019) matkailun vastuullisuus ymmärrettiin kolmelle tasolle; ympäristölliseen, sosiaaliseen ja taloudelliseen vastuuseen. Vielä tänä päivänäkin nämä vastuullisen matkailun kolme osa-aluetta kulkevat työskentelyssä ja palveluiden tuottamisessa mukana, mutta koska vastuullisuus ja kestävä kehitys ovat jatkuvan tarkastelun alla, on myös tietoisuus vaikutuksista lisääntynyt. Siksi matkailuliiketoiminnan vastuualueisiin on lukeutunut mukaan julistuksen jälkeisinä vuosina myöskin kulttuurillinen sekä poliittinen näkökulma. (Goodwin 2016, 16-17; Edelheim & Ilola 2017, 229.)

Matkailuliiketoiminnassa sosiaaliset hyödyt pitävät sisällään sekä toiminnasta koituvien hyötyjen tasavertaisen jaon että matkailukohteen paikallisväestön huomiointia. Matkailuliiketoiminnan vastuuna on, että matkailusta saatava hyöty jaetaan kohdemaan ja toiminnan eri sidosryhmien kesken mahdollisimman tasaisesti sekä paikallisväestön ja sen elinympäristön huomioon ottaminen toiminnassa. Tällä tarkoitetaan sitä, että paikallisväestöä työllistetään ja koulutetaan matkailutoimintaan mahdollisimman kattavasti sekä heidät huomioidaan ja sisällytetään myös matkailun tuotteistamiseen. Matkailussa kulttuurit myöskin kohtaavat. Siksi onkin myös tärkeää sosiaalisen vastuun alaisuudessa huomioida tasavertainen kunnioitus paikallisten, toiminnan ja matkailijoiden kesken sekä sisällytetään paikallisia päättämään heidän jokapäiväistä elämäänsä koskettavasta matkailutoiminnasta. (Edelheim & Ilola 2017, 229.)

Taloudellisesta vastuusta matkailuliiketoiminnassa puhuttaessa tarkoitetaan taloudellista hyötyä kohdemaalle. Niin verojen maksamista, paikallisten tuotteiden ja tuottajien tarjonnan hyödyntämistä, mutta ennen kaikkea alueen paikallisväestön työllistämistä tai ylipäättään työpaikkojen tuomista alueelle. Osana taloudellista vastuuta on myös yleisesti kohdemaan sekä sen paikallisväestön ekonomisten hyötyjen tukeminen, jossa paikallista yhteiskuntaa rakennetaan esimerkiksi verojen

maksamisella. Taloudellinen vastuu huolehtii osuutensa siitä, että työolot, joissa matkailupalveluja tuotetaan, ovat ihmisoikeuksien mukaiset. Matkailija haluaa saada rahalleen vastinetta, joka monesti tarkoittaa omasta arkielämästä poikkeavaa toimintaa. Taloudellisesti vastuullinen palvelu huolehtii palvelusta matkailija saaman arvon ja hyödyn rinnalla myös itse matkailutuotteen tai -palvelun tekijän asemasta ja oloista tuotantolinjalla. Tällä tarkoitetaan kohtuullista korvausta tehdystä työstä sekä siitä, että yksilön oikeudet toteutuvat tuotannon aikana. (Edelheim & Ilola 2017, 230; Goodwin 2016, 36.)

Ekologinen vastuu on matkailussa tärkeässä asemassa. Matkustaminen itsessään mielletään asiaksi, jossa kuljetaan oman elinympäristön ulkopuolelle, joten jo pelkästään kulkeminen yksilötasolla kuuluu ekologiseen vastuuseen. Tällä tarkoitetaan niitä valintoja, kuinka matkailija voisi pelkästään omaa ekologista jalanjälkeään minimoida jo kulkuvälineen valinnassa. Matkailuliiketoiminnassa vastuullisuus ekologisissa asioissa myöskin tarkoittaa ympäristön huomioimista. Miten paljon ympäristö kantaa ja sietää matkustusta ilman, että se vahingoittuu siitä. Ekologinen vastuu matkailuliiketoiminnassa tarkoittaa konkreettisia tekoja, joilla pyritään minimoimaan matkustuksesta aiheutuvat negatiiviset vaikutukset ympäristölle. (Edelheim & Ilola 2017, 95-96 & 230.)

Ekologisesti vastuullinen matkailuliiketoiminta keskittyy ajatukseen, että erilaiset luonnon nähtävyydet, kohteet sekä sen monimuotoisuus säilyisivät myös tuleville sukupolville. Monet matkat ja kohteet valikoituvat tarjolle tänä päivänä erilaisten luontokohteiden tai luonnon tarjoamien mahdollisuuksien vuoksi. Ekologisessa vastuullisuudessa olennaisimmassa asemassa on huolehtia siitä, että luonnon varoja, kuten vettä ja energiaa käytetään kohtuudella sekä jätteen oikeanlaisesta kierrätyksestä. Ekologisen matkailun alalajit ovat myöskin alkaneet tarjota yhä enemmän matkailupalveluja, jotka jollain tapaa keskittyvät luonnonsuojelutyöhön tai luonnonsuojelualueiden tukemiseen. (Reilun Matkailun Yhdistyksen www-sivut n.d.)

Ekologinen vastuu tarkastelee myös alueen kantokykyä. Minkälainen matkailu alueelle on sopivaa ja missä sekä miten kohteessa kulku on alueen ympäristölle suotavaa. Vastuullisen matkailun alaisuudessa massamatkailu onkin saanut erityisen huomion, sekä hyvässä että pahassa. Puheessa massamatkailu ja massaturismi ovat toistensa synonyymit, joilla tarkoitetaan suurta matkailijoiden kiinnostusta yhtä

matkakohdetta kohtaan. Massamatkailu määritellään moderniksi matkapakettimatkailuksi, suureksi taloudellisesti kannattavaksi volyymituotannoksi, jossa alueellisesti matkailu on kasvussa. Toisaalta massamatkailu voidaan myös ymmärtää paikallisen työllisyyden kautta siinä, miten suuri prosentuaalinen osuus paikallisväestöstä työskentelee matkailun parissa. Keskustelun alle kuitenkin massamatkailussa on joutunut niin sosiaalisen, taloudellisen ja ekologisen vastuun aspektit. Massamatkailu tuo kohdemaahan merkittävän määrän työpaikkoja ja tuloja, mutta tutkimusten varjoon jää se, miten riippuvaiseksi matkailukohde massamatkailusta tai matkailusta ylipäätään muotoutuu. Sosiaalisesti ajatellaan, että matkailijat yleisesti aina jollain tapaa ovat onnistuneet muovaamaan paikallista kulttuuria ja sen oloja. Massamatkailussa tämä nähdään negatiivisena tekijänä, sillä runsas matkailijoiden määrä sekä uudet kulttuurit hajottavat paikallista kulttuuria. Ekologisesti massamatkailua tarkastellaan paljon, sillä yksi matkakohde ei kykene ihmiselämän loppuun saakka kantamaan matkailijoiden tuomia vaikutuksia. Mikään alue maailmassa ei ole koskematon enää tänä päivänä, mutta massamatkailun vaikutuksen alla pitkään olleet kohteet näyttävät matkailun vaikutukset jo luonnon monimuotoisuuden muotoutumisella ja esimerkiksi eliöeläinten liikkumisella pois ominaisalueeltaan. (Edelheim & Iloa 2017, 26-29.)

Massamatkailu nähdään kuitenkin myös toisissa tutkimuksissa positiivisena asiana. Yhä useampi matkailija haluaa matkustaa itsenäisesti ja valita matkansa sisällön ja kohteen itse. Vastuullisuuden piirteet ovat alkaneet näkyä tarjonnassa vasta menneinä vuosina eikä siten myöskään vastuullisuuden elementit ole jokaisen matkailijan tietoisuudessa. Massamatkailun positiivisena puolena nähdäänkin tämän vuoksi se, että isompaa joukkoa matkailijoita on helpompi ohjata toimimaan vastuullisesti kohteessa sekä valitsemaan matkapakettinsa vastuullisesti. (Ahomaa [www-sivut 2018](#).)

Matkailun tähän astiset tutkimukset vastuullisuuden aiheista ovat keskittyneet lähinnä vastuulliseen matkailupalveluiden tuottamiseen ja vastuulliseen kuluttamiseen. Kriittinen matkailututkimus keskittyy näiden rinnalla arvioimaan sitä, miten kestävyyttä ja vastuullisuutta matkailussa lähestytään ja määritellään. Se keskittyy koulutukselliseen puoleen, jossa koulutukseen tulisi lisätä vastuullisuus uudenlaisena ajattelutapana perinteisten periaatteiden kyseenalaistamiselle. Kriittisen matkailututkimuksen silmin

matkailussa matkailija ja matkailua tai siihen liittyviä palveluita tai tuotteita tuottavat yritykset eivät ole matkailun ainoita sidosryhmiä. Se tarkastelee matkailua muiden silmin, joka tuo myöskin vastuullisuudelle uudet aspektit kulttuurillisesta sekä poliittisesta lähestymissuunnasta. (Edelheim & Ilola 2017, 233.)

Kapkaupungin julistuksessa (Responsible Tourism Partnership www-sivut 2019) panttiin merkille myös autenttisuus sekä kulttuurin kohtaaminen ja kohtelu. Osana sosio-kulttuurillista vastuuta julistuksessa siis ymmärrettiin se, että matkailija kohtaa kohdemaassaan kulttuurin mahdollisimman autenttisenä, jotta matkailijan saama kokemus kohdemaasta sekä sen kulttuurista olisi mahdollisimman täydellinen. Julistuksen mukaan sosiaalisesti vastuunsa kantava matkailu on yhtäläisesti hyötyjä niin matkailijoiden kuin paikallisten kesken jakavaa sekä samalla myöskin paikalliselle kulttuurille hellävarainen, jottei matkailu vaurioittaisi sitä, vaan päin vastoin rakentaisi sen itseluottamusta. Kulttuurillinen vastuu toiminnassa kunnioittaa siis paikallista kulttuuria sekä kulttuuriperinnön monimuotoisuuden ylläpitämistä. Autenttisella kokemuksella matkailijalle välittyy kohdemaan väestöstä sekä heidän arkielämästään realistinen kuva ja ymmärrys. Kulttuurillisella vastuulla pureudutaan matkailun vaikutuksiin levittämällä kunnioitusta ja arvostusta paikallisväestöä kohtaan sekä huomioidaan myös paikallisasukkaiden arvot ja pyritään toteuttamaan matkailu niitä kunnioittaen. (Goodwin 2016, 36; Edelheim & Ilola 2017, 229-230.)

Poliittinen vastuu tukee oikeudenmukaisuutta. Siinä huomioidaan kaikki sidosryhmät, jotka vaikuttavat suoraan tai epäsuoraan matkailuun, yhtenäisesti ja tasa-arvoisesti. Poliittinen vastuu mielletään myös usein matkakohteen valtion tai hallinnon vastuuksi huolehtia, että matkailu on osana alueen elinkeinopolitiikkaa. Matkailun ja sen tuotteiden ja palveluiden verotus on kohdemaalle suotuisaa ja verovaroja käytetään myös matkailun kehittämiseen. Osana elinkeinopolitiikkaa ja siten poliittista vastuuta on valtioiden ja hallintojen velvollisuus taata matkakohteen saavutettavuus sekä kilpailukyky globaaleilla markkinoilla. Täten poliittinen vastuu mielletään valtioiden työkaluksi edistää matkailua ja ottaa nämä työkalut osaksi alueen matkailustrategiaa. (Edelheim & Ilola 2017, 230; VisitFinland 2009-2010, julkaisu, 26-33.)

Matkailun lisääntyessä ja etäisyyksien pienentyessä valtioille asetetaan myös erilaisia vaatimuksia poliittisesta näkökulmasta. Erilaiset lait ja sääntelyt edesauttavat ja

muovaavat matkailua alueellisesti ja globaalisti poliittiset tekijät vaikuttavat esimerkiksi mahdollisuuteen matkustaa kohteeseen, työvoiman liikkuvuuteen sekä turvallisuuskysymyksiin. Globalisoituneen yhteiskunnan ansiosta erilaisia sääntelyjä on muovattu vastaamaan nyky-yhteiskunnan tarpeisiin siten, että esimerkiksi työvoimaa voidaan hankkia myös alueen ulkopuolelta osaamistilanteen sitä vaatiessa. Vastuun näkökulmasta yhteiskunta asettaa matkailualalle aivan uudenlaiset mahdollisuudet kehittyä kovan kilpailun alalla. Poliittisella vastuulla voidaan myöskin hallintoelinten työllä tukea turvallisuutta kohteessa esimerkiksi erilaisten rauhattomuuksien, kuten mellakoiden ja terrorismin uhan vallitessa. (TEM, raportti 4/2014, 19-21.)

Vastuullinen matkailu on myöskin jokaisen yksilön vastuulla. Hallinto, matkailupalveluiden tuottajat ja niiden kaikki sidosryhmät sekä niiden palveluiden kuluttajat eli itse matkailijat voivat kaikki valinnoillaan joko parantaa matkailun asemaa tai heikentää sitä. Jokainen voi valinnoillaan vaikuttaa jopa niin pitkälle, miten yksilön sosiaalinen asema kohdemassa on tai määräytyy. Matkailu ei vain ole jotain, vaan matkailu on sitä, mitä jokainen meistä siitä tekee – se muovautuu jokaisen valinnoilla. (Goodwin 2016, 5.)

Tutkittaessa pelkästään matkailua, perehdytään siihen, miten yksilö käyttäytyy ollessaan kodin ulkopuolella (Goodwin 2016, 6). Mitä palveluita hän ostaa ja mitä hän kuluttaa matkansa aikana. Yksittäinen matkailija voi vaikuttaa valinnoillaan siihen, että pyrkii valitsemaan vaihtoehtoista sen, joka tarjoaa vastuullisuutta tukevaa toimintaa. Yksittäisen matkailijan valinnoilla on merkitystä, sillä mitä enemmän vastuullista toimintaa tukeville ja tuottaville palveluille on kysyntää, sitä enemmän yritysten nähdään vastaavan tähän kysyntään sopivalla tarjonnalla.

5.2 Vastuullisen matkailun ja kestävän matkailun määritelmät

Vastuullinen matkailu ja kestävä matkailu ymmärretään usein toistensa synonyymeiksi. Näillä termeillä on kuitenkin selkeä ero toisiinsa verrattaessa. Kestävässä kehityksessä yleisesti ottaen määritellään ne asiat, joita tulee muuttaa yhteiskunnan sisällä tai globaalisti, jotta vastataan ympäristön asettamiin haasteisiin. Vastuullinen

matkailu tarkoittaa taas sitä, miten konkreettisin tavoin pyritään kestävän kehityksen tavoitteisiin.

Maailman matkailujärjestöt määrittelevät matkailun ja turismin yhdeksi nopeimmin kasvavaksi ja kehittyväksi toimialueeksi kehittyvässä maailmassa. Siksi myös matkailun kestävyydelle onkin asetettu ihan omanlaiset tavoitteet ja vaatimukset tulevaisuudelle. Maailman matkailujärjestöt määrittelevät kestävän matkailun ”matkailuksi, jossa otetaan täysimääräisesti huomioon sen nykyiset ja tulevat taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristöön kohdistuvat vaikutukset, jotka käsittelevät vierailijoiden, teollisuuden, ympäristön ja isäntäyhteisöjen tarpeita”. (United Nations Environment Programme UNEP & United Nations World Tourism Organization UNWTO 2005, 8 & 11-12.)

Maailman matkailujärjestöjen määritelmän (UNEP & UNWTO 2005, 11-12) perusteella voidaankin ajatella, ettei kestävällä matkailulla ole yksiselitteistä ja yksinkertaista määritelmää. Usein nähdään myös puhuttavan kestävän matkailun synonyymista matkailun kestävästä kehityksestä, jolla kulkee taustalla samanlainen määritelmä kuin termillä kestävä matkailu. Julkisissa keskusteluissa saatetaan kestävällä matkailulla myöskin puhutella edellisiä termejä kestävän kehityksen periaatteita toteuttavana matkailuna. Näistä tarkempia nimityksiä ovat ekomatkailu (ecotourism), vihreä matkailu (green tourism), ympäristöä säästävä matkailu, vaihtoehtoinen matkailu (alternative tourism) sekä vastuullinen matkailu. (Verhelä & Lackman 2003, 64-65; Edelheim & Ilola 2017, 235.)

Kestävä matkailu nähdään vastuullisen matkailun tavoitteena. Kestävä matkailu pitää sisällään samojen kolmen aspektin tarkastelun, mitä vastuullinen matkailu. Kestävän matkailun keskeinen ajatus kuitenkin on maksimoida matkailun positiiviset ja minimoida negatiiviset vaikutukset ympäristön kannalta. (Reilun Matkailun Yhdistys www-sivut 2018.)

Kestävyiden tavoittelu ja kestävä matkailu ovat merkittäviä aiheita ottaa mukaan tuotekehitykseen ja tutkimukseen, sillä yksittäisesti matkailulla voi olla kohteelleen hyvinkin paljon positiivisia, mutta myös huonosti organisoituna päinvastaisesti negatiivisia vaikutuksia. Kestävä matkailu saattaa parhaassa tapauksessa tuoda

kohdealueelleen paljon matkailijoiden tuomia tuloja sekä työpaikkoja. Molemmilla on sekä sosiaalisia että taloudellisia vaikutuksia, esimerkiksi kulttuuritietoisuuden levitessä sekä tulojen ja verovarojen saamisella. Huonoimmassa tapauksessa huonosti johdettu matkailu saattaa kuluttaa aluetta enemmän kuin siitä on alueelle hyötyä. Esimerkiksi luonnonvarat ja luonnontilan säilyttäminen sekä alkuperäisen kulttuuri-identiteetin uhkaaminen ja sosiaalisiin järjestelmiin vaikuttaminen. Jotta matkailusta saadaan enemmän positiivista hyötyä, tarvitaan hyvin suunniteltua ja hallittua toimintaa. Kestävä matkailu pyrkii pitkäjänteisyyteen, jotta alana matkailu selviää muuttuvissa ympäristöissä. (Greentourism www-sivut n.d.)

Matkailun kestävyuden tavoittelulla on myös haasteensa. Monesti kestävä matkailu huomioidaan vain kohdealueella erilaisin tekijöin, kuten esimerkiksi edellä on mainittu. Matkailu on kuitenkin itsessään laajempi järjestelmä, joka pitää sisällään hyvin monta toisiinsa kiinteästi vaikuttavaa sidosryhmää. Näihin luetaan niin matkailija, lähtö- ja kohdealueet, matkareitti sekä itse matkailutoiminta. Jokaisella sidosryhmällä on vielä itsessään oma vaikutusympäristönsä, joka tekee lopullisesta matkasta niin laajan, että kestävyuden tavoittelusta tulee erittäin haasteellista. Kestävä matkailu onkin siis tavoite, johon pyritään erilaisin toimintatavoin. Ollakseen kestävä matkailun periaatteiden mukainen, tulee yhden matkan, jokainen sidosryhmä mukaan lukien, yhdessä toimia kestävyuden periaatteiden mukaisesti. Tämän vuoksi myöskin kestävä matkailua nähdään lähinnä vain matkailutuotteissa ja -tilanteissa, joilla on pitkä elinkaari. (Edelheim & Iloa 2017, 238-239.)

Reilun ja kestävä matkailun periaatteita toteuttavia matkailumuotoja on juuri niin monta, kuin on matkailijaa tai matkanjärjestäjää, mutta kirjallisuudessa törmää muutamiin termeihin, joilla on pyritty täsmentämään erilaisia matkailun muotoja, joilla tavoitteisiin tietoisesti pyritään. Vastuullinen matkailu, kestävä matkailu, ekoturismi, vihreä matkailu, ympäristöä säästävä matkailu sekä vaihtoehtoinen matkailu ovat kaikki termejä, jotka pyrkivät mahdollistamaan matkailua kestävä matkailun aspektien kanssa sopuinnassa. (Greentourism www-sivut n.d.)

Ekomatkailu eli toisin sanoen ekoturismi tarkoittaa matkailua, jossa luonto on matkustamisen ja matkan keskiössä. Matkailijalle ekomatkailussa tarjotaan luontoon liittyvää opetusta ja opastusta. Ekomatkailun keskiössä on kuitenkin ajatus, että sen

tavoitteena on pyrkiä ylläpitämään ja kohentamaan paikallisia oloja ja sen ympäristön monimuotoisuutta, mikä on erottava tekijä myös esimerkiksi luonto- ja ekomatkailun välillä. (Edelheim & Ilola 2017, 61.)

Vihreällä turismilla tarkoitetaan tapoja ja kohteita, joiden perusteella matka toteutetaan. Vihreässä turismissa matkailija pyrkii valikoimaan matkustustapansa ja vaihtoehtonsa niin, että ne kuormittavat mahdollisimman vähän ympäristöä. Esimerkiksi lentokoneella matkustamisen rinnalle valikoituu muut ympäristöystävällisemmät tavat tai matkakohde valikoituu niin, että kohteeseen matkustaminen ja siellä matkailijana oleminen kuormittaa mahdollisimman vähän alueen monimuotoisuutta. (Greentourism www-sivut n.d.)

Ympäristöä säästävällä matkailulla tarkoitetaan matkailun kehittämistavoitteiden ja ympäristönsuojeluperiaatteiden yhteensovittamista ja matkailuelinkeinon siirtymistä luontoa ja muuta ympäristöä säästäviin toimiin. Nimensä mukaan ympäristöä säästävä matkailu säästää ympäröivää luontoa mahdollisimman paljon ja sen kautta matkailu vaikuttaa ympäristöön mahdollisimman vähän. Pohjimmaisena periaatteena on tuottaa määrällisesti vähemmän, mutta oleellisempaa ja kestävämpää. Ympäristöä säästävä matkailu hyödyntää luonnon monimuotoisuutta ympäri vuoden sekä sisällyttää myös vihreän ajattelutavan. (Verhelä & Lackman 2003, 65.)

Vaihtoehtoinen matkailu terminä kuvastaa vielä raamitonta kestävästä kehityksestä. 1960-luvulla, jolloin massamatkailun ylle oli asetettu huonon valinnan varjo, haluttiin sen rinnalle tuoda muita vaihtoehtoja. Ajatukset kestävästä kehityksestä olivat vasta kehityksessä ja vaihtoehtoinen matkailu tuotiin massamatkailun rinnalle kestävästä kehityksen ajatusten mukaisesti. (Edelheim & Ilola 2017, 235.)

Ajatukset vastuullisesta matkailusta pyörivät paljon kestävyuden, kestävästä kehityksestä ja ympäristövastuiden ympärillä. Burtlandin komission raportin pohjalta (1987, 16) on ajatusten ja ajan kuluessa muovautunut käsite kestävä matkailu, jonka pohjana kulkee vastuullisen matkailun periaatteet. Vastuullinen matkailu ja kestävä matkailu kulkevat käsikädessä, mutta puheissa monesti käsitteitä käytetään samaa asiaa tarkoittavana. Erona näiden kahden välillä on kuitenkin selvästi se, että vastuullinen matkailu on konkreettisia tekoja ja se koko prosessi, jolla kestävä matkailuun pyritään. Kestävä

matkailu taas on se tavoite, johon vastuullisella toiminnalla pyritään. (Ruoho, Henkilökohtainen tiedonanto 2018.)

Vastuullisuutta tutkiessa onkin oleellisinta tarkastella sitä, kuka on tehnyt, mitä on tehnyt ja mitä on saavutettu. Vastuullinen matkailu tarkoittaa siis kaikkien matkailuun osallistuvien arvojen muovaamia valintoja. (Goodwin 2016, 17.)

Goodwinin (2016, 37) mukaan vastuullinen matkailu saavutetaan tekemällä matkailusta yksinkertaisesti parempaa. Vastuullinen matkailu on vastuun kantamista, jotta matkailu saavuttaa kestävyuden. Vastuullisuus matkailussa tarkoittaa myöskin yksilön kannustamista sekä motivointia vastuun kantamiselle. Vastuullinen toiminta pyritäänkin siis asettamaan jokaisen harteille, aina yksilöstä hallitukseen ja yhteiskuntiin sekä globaaleihin vaikuttajiin. Kestävä matkailu ymmärtää isot ongelmakohdat yleistäen, eikä ne välttämättä ole suoraan samaistuttavissa kaikkialle. Vastuullisuus voidaankin jakaa toimiksi kohdemaan ongelmia silmällä pitäen. Kestävässä kehityksessä vastuu on päättäjillä ja globaaleilla toimijoilla, kun taas vastuullisessa toiminnassa vastuuta kantaa jokainen paikallisista aina niihin tekijöihin, jotka paikallisiin oloihin vaikuttavat. (Goodwin 2016, 37-38.)

5.3 Vastuullinen matkailu

Vastuullinen matkailu ei ole matkailun alalaji, vaan jokainen matkailun muoto voi olla vastuullista matkailua. Vastuullinen matkailu saavutetaan tekotapoja muuttamalla ja ympäristöä huomioimalla. Vastuullinen matkailu on siis kaikkien toimijoiden vastuulla matkailun muodosta riippumatta. Kuitenkin se, mikä on kaikkien vastuulla saattaa päätyä asemaan, jossa kukaan ei ota vastuuta. Matkailuliiketoiminnassa vastuullisuus voidaan mieltää juuri niin monella tavalla, kuin mistä näkökulmasta asiaa tarkastellaan. Ajankohtaisen ilmastonmuutoksen tai esimerkiksi eläinlajien sukupuuttoon kuoleamisen tai kasvihuoneilmion kautta vastuullisuus monesti mielletään ympäristöllisiin tekijöihin. Se, minkä matkailun muodon kukakin mieltää ympäristöönsä suoraan tai epäsuoraan vaikuttavaksi, on myöskin tarkastelijan vastuulla määritellä. Goodwinin (2016, 39) mukaan kuitenkin vastuullisessa matkailussa tarkoituksena on juuri muuttaa matkailun muotoa. Tarjota palveluja, joissa

toimijat viestivät ottavansa osaa vastuullisuuteen sekä asettaakseen matkailijalle vastuun valita vastuullisempia palveluja. Vastuullinen matkailu pyrkii kannustamaan jokaista toimijaa, yksilöä ja sidosryhmää toimialan tarkemmasta määritelmästä huolimatta kantamaan osuuttansa. Vastuullisen matkailun ydinajatus on siis asemasta tai toimialasta huolimatta tuoda jokaisen harteille osuus vastuullisesta toiminnasta yhdeksi elementiksi esimerkiksi arvon ja kokemuksen rinnalle. (Goodwin 2016, 38-39.)

5.4 Vastuullisen matkailuliiketoiminnan tavoitteet

Vastuullisesti tuotettu ja toteutettu matkailuliiketoiminta nähdään yhtenä kokonaisena työkaluna vastuullisessa toiminnassa ja kestäväen kehityksen toteuttamisessa koko yhteisön kehityksessä. Matkailuliiketoiminta on vaikuttava toimiala valtakunnallisesti ja monessa kohteessa matkailu ja turismi tuo paljon, kuten esimerkiksi tuloja ja työpaikkoja kohteelle. Matkailuliiketoiminnan vastuullisilla muutoksilla on mahdollista saada merkittäviä positiivisia muutoksia koko kohteen yhteiskunnan rakenteessa ja toiminnassa, joten siksi matkailuliiketoiminta ja matkailu toimialana nähdään erittäin tärkeinä vaikuttavina tekijöinä ajamassa kansainvälisesti vastuullisuuden ja kestäväen kehityksen muutoksia. (UNWTO www-sivut 2017; UNWTO 2015, julkaisu.)

Maailman Matkailujärjestö UNWTO on julkaissut (2015) esitteen heidän asettamistaan tavoitteista, mitä huomioimalla vastuullisella matkailulla pyritään kestävyteen. Tavoitteita on yksittäin listattu seitsemäntoista kappaletta, joista jokaiseen matkailu vaikuttaa joko suoraan tai välillisesti, sekä joista jokaiseen jokainen matkailualan toimija voi toiminnallaan vaikuttaa. (UNWTO 2015, julkaisu.)

Tavoitteiksi UNWTO asettaa ihmisten eriarvoisuuden vähentämisen köyhyyden, koulutuksen ja esimerkiksi sukupuoleen kohdistuvissa asioissa. Tavoitteillaan UNWTO pyrkii kannustamaan yhteiskuntaa kasvattamaan omaa infrastruktuuriaan, sosiaalisia palvelujaan, yksilön vapautta ja oikeudenmukaisuutta. Ympäristöön liittyvät tavoitteet kohdistuvat luonnonvarojen oikeanlaiseen käyttöön, monimuotoisuuden tukemiseen, ihmisen ja luonnon yhteensovittamiseen sekä ajankohtaiseen ilmastonmuutokseen osallistumiseen. Tärkeimmiksi tavoitteiksi kuitenkin UNWTO listaa yhteiskunnan

ekonomisen kasvun, vastuullisen kulutuksen sekä vesistöjen hyvinvoinnin. (UNWTO 2015, julkaisu.)

UNWTO: n tavoitteet ovat globaaleja. Ne kohdistuvat jokaiseen matkailualantoimiin ja matkailijaan. Asettamallaan tavoitteilla UNWTO pyrkii antamaan kehukset vastuulliselle toiminnalle sekä kannustimen niiden mukaan toimimiselle, jotta mahdollisimman moni kantaa vastuunsa yhteisestä yhteiskunnasta. UNWTO: n tavoitteisiin on myös moni hallitus lähtenyt mukaan, ja tavoitteena onkin, että vuoteen 2030 mennessä matkailu olisikin puhtaasti näiden tavoitteiden varassa toteutettua ja siten myös ilmastonmuutosta torjuvaa toimintaa sekä osallistuisi toiminnallaan vapauden ja eriarvoisuuden tilanteen korjaamiseen kansainvälisesti. (UNWTO 2015, julkaisu.)

5.5 Matkailun ympäristösertifikaatit

Suomessa valtakunnallisesti Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRa Ry toimii vastuullisten toimijoiden yhdistävänä tekijänä. Heidän rekistereihin hyväksytään vain yritys, joka osoittaa konkretiassa ja käytännössä valmiutensa olla vastuullinen toimija. MaRa Ry on muun muassa yhteistyössä poliisin kanssa harmaata taloutta vastaan, rekisteröitynyt jäsen energiatehokkuussopimuksessa sekä kestävän kehityksen ja sen alan asiantuntijoiden verkosto Yritysvastuuverkosto FIBS: n jäsen. (MaRa Ry www-sivut 2016.)

Matkailualalla on noin 500 erilaista merkintää ja sertifikaattia, joita yritykset voivat hakea. Valtaosa näistä merkinnöistä on sellaisia, joiden saamiselle pitää osoittaa konkreettisia tekoja. Osa kuitenkin on sellaisia, joihin riittää valuutta ja lupaus vastuullisesta toiminnasta, jolloin varmuutta kaiken toteutumisesta ei välttämättä ole ennen merkinnän myöntämistä. Tällöin puhutaan viherpesusta. Viherpesulla tarkoitetaan siis tilannetta, jossa yrityksen toiminta merkinnän tai sertifikaatin taustalla täyttää vastuullisuuden meriittejä vain tyhjien lupauksen tavoin. Viherpesun huomaaminen matkailijana saattaa olla erittäin haastavaa, ellei eri merkintöihin ja sertifikaatteihin ole päässyt tutustumaan. Alan asiantuntija ja Reilun Matkailun Yhdistys Ry: n hallituksen jäsen Tytti McVeigh (Rantapallon www-sivut 2015; Reilun Matkailun Yhdistys Ry: n

www-sivut 2019) kuitenkin kertoo, että hyvänä nyrkkisääntönä on verrata yritysten saamien tähtien määrää, sillä ne ovat suoraan verrannollisia yrityksen kulutukseen ja energiatehokkuuteen. (McVeigh, Rantapallon www-sivut 2015.)

Puhdasta luontoa pystytään tukemaan monilla tavoin ja siitä toiminnasta viestivät yritykset voivat saada toiminnalleen erilaisia sertifikaatteja sekä ympäristömerkkejä. Matkailualalla näitä merkkejä ovat pohjoismainen Joutsenmerkki, EU ympäristömerkki ja Green Key ympäristömerkki sekä tapahtumille myönnettävä Ekokompassi ympäristömerkki. (MaRa Ry www-sivut 2016.)

Siinä missä eri ympäristömerkinnät viestivät vastuullisuudesta, ne luovat myös myönteistä imagoa yritykselle. Ympäristömerkinnöillä yritys pystyy sidosryhmilleen sekä asiakkailleen viestimään siitä, että ympäristö huomioidaan tuotantoketjun eri vaiheissa. Myönteisen imagon ja ympäristömerkin avulla saavutetaan myös kilpailuetua. Ympäristön huomioiminen toiminnassa saavuttaa toimintaan myös energiatehokkuutta, kun energian ja luonnonvarojen vääränlainen kulutus vähenee. (Turunen n.d., 19.)

Ympäristömerkinnät ovat lähes kaikki liitoksissa ympäristöllisiin tekijöihin ja ympäristövastuuseen ja vain osa huomioi matkailun sosiaaliset vaikutukset. Yleisin sosiaaliset vaikutukset huomioiva ympäristömerkintä on Green Tourism Business Scheme, jolla yritykset viestivät tukevansa paikallisuutta. (Turunen n.d., 19.)

Matkailu- ja ravintola-alalla yleisimmin nähdystä merkeistä kansainvälinen ja laajiten näkyvyyttä saanut on GreenKey ympäristömerkintä (Foundation for Environmental Education FEE, verkkosivut), jonka saamiseksi matkailualan yrityksen tulee sitoutua useaan erilaiseen vastuullisuuden käytänteeseen, jotka on tarkemmin määritelty aina toimialan mukaan. Satakuntalaisena yrityksenä ainoana GreenKey merkinnän on saanut Porissa sijaitseva Original Sokos Hotel Vaakuna. (MaRa Ry www-sivut 2018; GreenKey Finland www-sivut n.d.)

Euroopan Unionin myöntämä EU-Kukka on ympäristömerkintä, joka kielii Unionin alueella vastuullisesti tuotetusta palvelusta tai tuotteesta, jonka tuotantoketjussa on täytetty ympäristövaikutuksia koskevat tiukat kriteerit. Ympäristömerkintä on osa

Euroopan yhteisön alueella vaikuttavaa politiikkaa, jossa pyritään vähentämään kulutuksen ja tuotannon negatiivisia vaikutuksia ympäristönsä kaikkiin osa-alueisiin. Satakunnan matkailutoimijoista Kankaanpäässä toimiva SF-Caravan Ry: n ylläpitämä leirintäalue Kuninkaanlähde on saanut EU-Kukka tunnuksen toiminnalleen vuonna 2009. Samalla Kuninkaanlähde oli suomalaisista leirintäalueista myöskin valtakunnallisesti ensimmäinen EU-Kukka symbolin ansainnut leirintäalue. (EU-Ecolabel www-sivut; SF-Caravan Ry: n www-sivut 2009.)

Viherpesu on valitettavan yleistä lisääntyvän kuluttajatietoisuuden rinnalla. Yritysten ympäristöviestintä rakentuu viherpesussa harhaanjohtavien väitteiden varaan, jolloin täytetään juuri ja juuri lain asettama raja, mutta oikeasti takaa löytyy jotain muuta kuin ympäristöystävällinen tuote tai palvelu. Viherpesua harrastava toimitsija olettaa, että asiakas ei ole tietoinen tai kiinnostunut ympäristömerkinnöistä ja ympäristöviestinnästä ja valitettavan usein myöskin viherpesua onnistutaan tekemään. (Sauroja, 2016; Cambridge University Press www-sivut 2019.)

6 LUONTOMATKAILU SATAKUNNASSA

Luontomatkailua pidetään eräänlaisena kattokäsitteenä kaikelle sille matkailulle, joka jollain tapaa kietoutuu luontoon, sen tarjoamiin mahdollisuuksiin tai itse luonto on vaikuttavana osana matkailua. Luontomatkailu määritelmä tasolla on melko väljä kirjallisuudessa sekä tutkimuksissa – jokainen sitä hahmottava löytää omaan tarkoitukseensa sopivan määritelmän. (Edelheim & Ilola 2017, 59.)

Luonto on keskeinen voimavara matkailussa. Luontomatkailussa luonnon merkitys korostuu monestakin näkökulmasta. Luontomatkailu ja luontoon pohjautuva matkailu ovat matkailun muotoja, joissa luonto on kaiken toiminnan keskiössä. Niissä ei vaadita erityistä luonnon huomioonottamista, sillä luonto ja ympäristö kytkeytyvät toisiinsa tiiviisti ja esimerkiksi Suomessa luontomatkailu pyritään jo pohjimmiltaan toteuttamaan kestäväällä tavalla (Hentinen 2009, 38).

Suomalaisille matkailijoille ja matkailualan tuottajille on kuitenkin jäsentynyt käsitys luontomatkailusta Ympäristöministeriön asettaman määritelmän mukaan, jossa luonnon virkistyskäytön ja luontomatkailun kehittämissyhmä (VILMAT) määrittelee luontomatkailun tarkoittavan kaikkea sitä matkailua, joka tukeutuu luontoympäristöön (Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja, 2017). Tämä pitää sisällään määritelmänä siis kaiken aktiviteetin sekä itse luonnon sisällyttämisen toimintaan. Määritelmä ei ota kantaa siihen, miten luontomatkailun tulee huomioida ympäristöään, jossa termi juuri eroaakin ekomatkailusta. Matkailun jatkumon kannalta kuitenkin on olennaista ja sanomattakin selvää, että missä muiden muotojen myös luontomatkailun on tuettava monimuotoisuutta ja pyrittävä säilyttämään matkailun vaatimat resurssit myös tulevaisuudelle matkailukohteen vetovoimaisuuden säilyttämisen vuoksi.

Ympäristöministeriön kehittämissyhmän (VILMAT) määritelmässä luontomatkailun keskiössä on tiukimmin määritelty ekomatkailu, jossa tavoitteena on edistää kestävästä kehitystä sekä kiinnittää erityistä huomiota toiminnan eettisyyteen (Hemmi/a 2005, 352-353). Keskitietä edustaa ne matkailupalvelut, joissa luonto on palvelun toteutumisen kannalta keskeisessä asemassa ja väljimmäksi luontomatkailuksi kaikki luontoon jollain tapaa tukeutuvat toiminnot. (Koivula & Saastamoinen 2005, 11-12.)

Tilastokeskuksen silmin luontomatkailu ei ole virallinen toimiala, vaan tilastollisesti kattaa alleen paljon erilaista luontoon tukeutuvaa matkailua, kuten mökkeilyä, kalastusta, maaseutumatkailun ja esimerkiksi liikenteen toimialan. Väljän määritelmän kautta myöskin on pääteltävissä, että luontomatkailulla on muita matkailun toimialoja suurempi vaikutus toimintaympäristöönsä ja siksi sitä voidaan käyttää aluekehityksen merkittävänä työkaluna esimerkiksi muutoin näivettyneiden alueiden elinvoimaisuuden ylläpitämiseksi tai vaikkapa luonnonsuojelutyön maksimoimisessa. (Koivula & Saastamoinen 2005, 12.)

Luontomatkailuksi voidaan lukea matka, joka kohdistuu luonnonkohteeseen sen itse kohteen vetovoimaisuuden vuoksi tai esimerkiksi matka, joka tapahtuu luontoon siellä tapahtuvan aktiviteetin vuoksi. Luontomatkailun tarkastelu myöskin matkailijan silmin on laaja. Eri kulttuurista ja elinympäristöstä kohteeseen saapuva matkailija voi kokea luontomatkailuksi eri asiat, kuin mitä palveluntarjoaja tai esimerkiksi

kansainvälisen matkailijan luontokokemus voi syntyä jo sellaisista asioista, joita palveluun ei ymmärretä lukea mukaan, kuten esimerkiksi raitis ilma. Laaja-alaisen käsitteensä vuoksi luontomatkailu mielletäänkin mahdollisuuksien matkailuksi, joka on muita matkailun muotoja nopeammin kasvava matkailun ala. Kasvuun vaikuttaa mahdollisuuksien rinnalla myöskin lisääntynyt kiinnostus luonnon mahdollistamia hyvinvointi vaikutuksia kohtaan. (Päättäjien Metsäakatemia, 2015; University of Eastern Finland UEF: n www-sivut 2017.)

6.1 Matkailuliiketoiminta Satakunnassa

Satakunnan ammattikorkeakoulun palveluliiketoiminnan projektipäällikkö Soile Vahelan (Henkilökohtainen tiedonanto, 2019) mukaan Satakunnan matkailuelinkeino kasvaa vahvasti valtakunnallisen tason mukana. Satakunnan monipuolinen matkailutarjonta houkuttaa niin kotimaisia kuin kansainvälisiä matkailijoita, jonka johteesta erityisesti Satakunnan kansainvälisten matkailijoiden määrä on kasvanut todella paljon verrattaen muihin maakuntiin. Vahelan mukaan lukuina myöskin matkailu elinkeinona maakunnassa on merkittävä, sillä se tuottaa maakunnalle 330 miljoonan euron tulot sekä työllistää 2200 henkilötyövuotta vuosittain. (Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut n.d.; Vahela, henkilökohtainen tiedonanto, 2019.)

Satakunnan alue nähdään mahdollisuuksien alueena. Satakunnan monimuotoinen luonto tarjoaa monenlaiselle matkailuelinkeinolle erinomaisia mahdollisuuksia, sillä luontomaisemien kirjo on laaja ja tarjoaa oivalliset puitteet kestäväälle elinkeinotoiminnalle aina merimaisemista metsiin. Satakunnasta löytyy pienempiä ja isompia tapahtumia, maalaismaisemaa, rauhallisuutta ja esimerkiksi paljon kulttuuriperintöä. Satakunnassa on yhtenä maakunta tarjota paljon samaa, mitä koko Suomella isossa mittakaavassa. (Satamakaamalle www-sivut 2014.)

Toiminta on levittäytynyt tasaisesti ympäri maakuntaa. Jokainen alan yrittäjä pyrkii vastaamaan muuttuvaan tarjontaan ja kysyntään kehittämällä jatkuvasti omaa osaamistaan sekä tuote- ja palveluvalikoimaansa. Satakunnan alueen haasteena on palvelutarjonnan sirpalleisuus. Verkostoitumiseen onkin kiinnitetty huomiota ja se on yksi

tärkeimmistä asioista, kun puhutaan ja katsellaan Satakunnan maakunnan matkailun tulevaisuutta. (Satamatkaamaalle [www-sivut 2014.](#))

Satakunnan alueen matkailuliiketoiminta keskittyy pienten ja mikrokokoisten yritysten ja yrittäjien toimintaan, joista jokainen markkinoi omaa osaamistaan hyvin vahvasti. On perusteltua tässäkin siis väittää, että yhteinen brändi tai tuotteiden ja palveluiden paketoiminen toisi Satakunnalle paremmat mahdollisuudet kasvaa myös valtakunnallisten mahtialueiden rinnalla sekä ehkä jopa kansainvälisesti. Hyvinvointi ja elämykset, joita monesti matkailijoiden mielletään etsivän matkoiltaan ovat Satakunnassa lähellä ja helposti saatavilla. (Hemmi/b 2005, 158; Renfors/a 2016, 6.)

Satakunnassa matkailu työllistää elinkeinotoimintana hyvin. Turun Kauppakorkeakoulun Porin yksikön kehittämä alueellisen matkailun laskentamallin (*ent. RegTour*) eli ALMAnum: n (Satamittarin [www-sivut 2018](#)) mukaan matkailu toimialana työllistää Satakunnan alueella tuhansia ihmisiä ja tuottaa yrityksille yli 2000 henkilötyövuotta (Satamittarin [www-sivut 2013](#); Vahela, Henkilökohtainen tiedonanto, 2019). Työllistyminen matkailualalle on sesonkiluontoista maakunnassa, niin kuin siihen on valtakunnallisestikin totuttu. (Satamatkaamaalle [www-sivut 2014.](#))

Satakunnan alueella matkailua on kehitetty erilaisten hankkeiden voimin jo kauan ja hankkeet ovatkin olleet eteenpäin vieviä, joskin paikallisia. Paikallisuuteen ja sirpalleisuuteen ovat vastanneet esimerkiksi Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunnan Yrittäjät Ry sekä Metsähallituksen luontomatkailuhankkeet yhteistyöllä erilaisten matkailun kehittämistehtävien parissa. Näiden toimijoiden keskeisin tarkoitus on ollut kerätä maakunnan matkailutoimintaa, erityisesti luontomatkailun toimijoista, yhteen sekä luoda heille yhteneväisiä työkaluja matkailun kehittämiseen. Verkostoitumista varten on myös vuonna 2014 perustettu Satakunnan matkailuyrittäjyhdistys, jonka toimintaa useampi toimija kehittää edelleen. Yhdistyksen tavoitteena on kerätä yhteen kaikki maakunnassa toimivat yritykset, yrittäjät ja yhdistykset, jotta asiakkaan olisi helpompi tavoittaa heitä ja heidän tuotteitaan sekä palvelujaan. (Satamatkaamaalle [www-sivut 2014.](#))

Satakunnan luontomatkailukohteissa korostuvat myöskin alueen vesistöt. Maakunnan monimuotoinen vesistö, selkämeri sekä joet ja järvet, muodostavat monimuotoisen

yhtälön, josta nousee monia potentiaalisia matkailutuotteita ja -palveluita. Vesistö tarjoaa mahdollisuuksia aktiviteettien sekä erilaisten elämyksellisten tuotteiden parissa. Vesistöihin ja niiden lähelle suuntautuvassa matkailussa myöskin uudeksi trendiksi niin maakunnassa, Suomessa kuin koko Euroopassa on noussut Blue Care, jolla tarkoitetaan vesistöön pohjautuvaa hyvinvointia tuottavaa matkailua. (Renfors 2016, 6 & 9.)

Satakunnan alueella on monia valtakunnallisesti sekä kansainvälisesti tunnettuja vesistökohteita, joita tulisi hyödyntää veteen liittyvien matkailutuotteiden kehittämisessä. Kärkikohteille yhteneväistä kuitenkin on se, että vaikka toiminta on hajavaista nähdään alueilla maakunnalle merkittävää kasvupotentiaalia. (Renfors 2016, 10-12.)

Satakunnan matkailu on kuitenkin vielä lapsen kengissä, kun asiaa tarkastellaan kokonaiskuvana valtakunnallisella tai suuremmalla tasolla. Satakunnassa matkailu nojaa paljon yksittäisten yrittäjien ja yritysten pariin, jolloin liittymäkohta kaikkien palveluiden välillä puuttuu. Satakunnan alueen kärkimatkailukohteina nähdään Yyteri, Vanha-Rauma, Jämi sekä Porin erilaiset tapahtumat. Näiden rinnalla kuitenkin merkittävän suuri osa maakunnan matkailupalveluista jää ilman huomiota. Satakunnan yrittäjät (www-sivut 2016) väittävätkin, että syy heikolle näkyvyydelle sekä heikolle yhteistyölle liittyy kunnan panostukseen matkailun saralla. Matkailu tuottaa paljon työpaikkoja sekä tuloja kunnille, mutta kuntien ja yrittäjien välinen yhteistyö on heikkoa. Yhteistyöllä myöskin kuntien osallistumista varsinaiseen kehitysohjelmaan voitaisiin lisätä sekä sovittaa matkailuelinkeino sekä kuntien tarjoamat puitteet toiminnalle paremmin yhteen. (Satakunnan yrittäjät www-sivut 2016.)

Luonnolla on tutkitusti paljon erilaisia hyvinvointiin liittyviä megatrendejä, jotka ovat yksi suurin syy luontomatkailun kysynnän lisääntymiselle. Hyvinvointi yleisesti liitetään vihreään alueeseen, metsiin ja puistoihin, mutta esimerkiksi Suomen matkailustrategiassa pyritään vesistöjen vaikutuksia tälläkin saralla nostamaan esille enemmän lisäämään Suomen matkailuviettiä markkinoilla. Visit Finlandin Finrelax-ohjelman (Business Finland/a www-sivut n.d.) avulla onkin Suomen luonnon tarjoamista mahdollisuuksista nostettu esille niitä tärkeitä tekijöitä, joilla voitaisiin Suomeen houkutellessa myös kansainvälisiä hyvinvointimatkailijoita. Ohjelmassa luonto nostettiin korkealle jalustalle, sillä luonto on kokonaisvaltaisesti Suomen

kansainvälisessä matkailussa vahvuuksia. Suomen luonto on puhdas ja rauhallinen sekä tarjoaa juuri niitä elementtejä, mitä monet hyvinvointimatkailijat kaipaavat. Finrelax-ohjelman tarkoitus on tuoda esille juuri näitä vahvuuksia elementeiksi tuotekehittelyyn, jotta tulevaisuudessa Suomikin voisi lukeutua hyvinvointimatkakohdeiden kärkisijoille. (Business Finland/a www-sivut n.d.)

Luontoon tukeutuvaa hyvinvointipohjaista matkailua kutsutaan Green Wellbeingiksi, jossa kiteytettynä matkailun ideana on saada luonnossa liikkumisesta hyvinvointia. Green Wellbeing on liiketoimintaa, jossa mahdollistetaan luonnon aineettomien arvojen tuotteistaminen. Luontoon kohdistuvassa hyvinvointimatkailussa tavoitellaan rauhoittumista, mielen kohentumista sekä esimerkiksi stressin vähentämistä. Luonto tarjoaa lukemattoman määrän aistihavaintoihin pohjautuvia elämyksiä matkailijalle, joita voidaan hyödyntää aivan uudella tavalla. Vihreään hyvinvointiin pohjautuva matkailu on oivallinen esimerkki tilanteesta, jossa luonto vaikuttaa matkan aikana aivan uudella tavalla. Luonto ja sen nähtävyydet eivät ole elämyksen keskipisteessä, vaan hyvinvointi ja hyvä olo, jota luonto tarjoaa matkan aikana. Suomessa on vihreän hyvinvoinnin matkailupalveluiden tuottajana valtavat kasvumarkkinat, joihin onkin valtakunnallisesti osattu ottaa osaa. (Sitran www-sivut n.d.)

6.2 Luontomatkailun kehittäminen Satakunnassa

Suomen keskeisin vetovoimantekijä matkailun markkinoilla on edottomasti luonto. Sen rikkaat ja monipuoliset vesistöt, neljä erilaista vuodenaikaa, metsät sekä luonnonrauha kiinnostavat matkailijoita niin kotimaassa kuin ulkomailla. Luonto avautuu matkailijalle lähellä. Kaupunkipuistot ovat käden ulottuvilla keskustan palveluiden rinnalla ja maaseudulla luonto palvelee vielä vahvemmin läsnä matkailijaa. Monimuotoinen luonto mahdollisuksineen ja nähtävyyksineen on myös Satakunnan alueella merkittävässä vahvassa kasvussa. (Renfors, Räsänen & Berg 2015, 6-7; Renfors/a 2016, 5.)

Satakunnan alueella matkailu keskittyy pitkälti luontomatkailuun. Kuitenkin alueella on luontomatkailun saralla merkittävää kasvupotentiaalia, sillä luonnossa on runsaasti tarjolla vielä käyttämättömiä mahdollisuuksia elinkeinotoiminnan saralla. Satakunnan

alueen kasvumahdollisuuksia luontomatkailussa on tutkittu paljon ja siitä onkin Satakunnan ammattikorkeakoulun puolesta vuonna 2015 keväällä aloitettu Satakunnan luontomatkailuohjelman laadinta matkailuyrittäjien ja -kehittäjien toiveesta. Tarkoituksena oli kerätä yhteen tarkennuksia ja ehdotuksia toimialasta sekä sen liiketoiminnan kehittämistä käytännössä. Luontomatkailuohjelma täydentää jo olemassa olevaa Satakuntaliiton (2012) Satakuntaan laatimaa Matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelmaa. Satakuntaliiton ohjelma nostaa luonnon ja elämykset yhdeksi markkinoinnin ja matkailun kehittämisen kärkiteemoiksi, kun taas täydennetyssä ohjelmassa Satakunnan ammattikorkeakoulun tutkimusryhmä nostaa esille ne teemat, tavoitteet ja toimenpiteet, joilla saadaan kehitettyä maakunnan luontomatkailua elinkeinona. (Renfors/a 2016, 5; Renfors/b 2016, 6-7.)

Satakunnassa luonto koetaan useasta näkökulmasta luontomatkailun vahvuutena. Maakunnan luonto on puhdas, koskematon ja autenttinen. Satakunnassa luontomatkailulle on hyvät edellytykset olemassa, sillä luonnossa on tilaa olla, tehdä ja hengittää sekä aktiviteetit ja kohteet sijaitsevat tavoitettavissa olevalla etäisyydellä toisistaan. (Renfors/a 2016, 19-20.)

Satakunnan alueen luontomatkailun kärkikohteissa korostuvat alueen vesistöt. Selkämeri sekä joet ja järvet mielletään monen aktiviteetin kotipaikaksi sekä merialue Satakunnan keskeisenä kohteena luontomatkailun kohdalla. Vesistöjen tarjoamat kalastus- ja lintuharrastus mahdollisuudet ovat myöskin Satakunnan alueella vahvoja. (Renfors/a 2016, 20.)

Maakunnan palveluliiketoiminnan kasvunäkymässä nähdään vaikuttavana osana vesiluonnonvarojen hyödyntäminen. Vesistöihin kohdistuva matkailu on oivallinen kasvualusta Satakunnassa, sillä kiinnostus vesistömatkailua kohtaan kasvaa alati. Satakunnan alueen vesistöt tarjoavat kasvumahdollisuuksia tekemiseen perustuvalla matkailulle, jossa matkailija kokee elämyksen veteen perustuvan aktiviteetin kautta. Siinä missä luontomatkailutuotteet yleisesti Satakunnassa, myöskin vesistöön pohjautuvat palvelut ja tuotteet ovat hajanaisia, pirstaloituneita sekä huonosti profiloituja ja brändättyjä. Moni vesistön lähellä palvelujaan tarjoava yritys markkinoi tuotettaan väärästä näkökulmasta, kuten esimerkiksi mökkimajoitusta mökin varustetason mukaan eikä sen elämyksen kautta, mitä luonto ympärillä tarjoaa. (Renfors 2016, 20-21.)

Osana toimenpidesuunnitelmaa nähdään ympärivuotisuuden korostaminen, jossa painopisteen saa kesäaktiviteetit. Suomen talvi mielletään varsinkin ulkomaan markkinoilla kysytyksi sesongiksi ja syyksi matkustaa Suomeen ja Satakuntaan, mutta osana kestävästi toteutettua luontomatkailua luonnon monimuotoisuutta pyritään hyödyntämään ympärivuotisesti. (Berg 2016, 30.)

Matkailun kasvu ei tapahdu itsestään, vaan vaatii taustalle pitkäjänteistä yhteistä kehitystyötä maakunnassa toimivilta alan yrittäjiltä. Yhteenvetona Luontomatkailuohjelma tiivistääkin tulevien vuosien kehittämistarpeiksi erityisesti yhteisen toiminnan, toimintaympäristön tukemisen, kärkekohteiden ja yhteisten toimintamallien kehittämisen sekä kaiken kattavan tuotteistamisen kehittäminen alueen tarjonnassa. (Renfors/a 2016, 49-53.)

Niin valtakunnallisesti kuin maakunnallisesti Satakunnassa tärkein kehitystyö olisi pienten ja mikrokokoisten luontomatkailualan toimijoiden verkostoituminen. Vaikuttavin päätösvalta luontomatkailun kehittämisessä kuuluu kunnille ja eri julkisille hallintoelimille, kuten Työ- ja elinkeinotoimistoille, Metsähallitukselle, alueellisille Ympäristökeskuksille tai maakuntien liitoille. Kuntien päätösvalta on keskeisessä asemassa maakäytön suunnittelussa sekä esimerkiksi yleiskaavoituksessa tai maa-alueiden omistajana. Vaikka valtaosa luontomatkailupalveluista ovat paikallisia, ne saattavat silti muodostaa isompia maakunnallisia tai jopa valtakunnallisia kokonaisuuksia. Luontomatkailuelinkeinon suurin kompastuskivi nähdään siinä, että se ei hyödynnä riittävästi kunnan tuottamia perusrakenteita tai käänteisesti kunnat eivät tue elinkeinotoimintaa luontomatkailun alalla. Verkostoituneessa yhteiskunnassa yhteistyö on kehitystoiminnan kulmakivi. Tiiviimpi yhteistyö yrittäjien, yritysten, julkishallinnollisten elinten ja kuntien välillä olisi merkittävä tekijä niin valtakunnallisella kuin maakunnallisella tasolla luontomatkailun kehittämisessä. (Hemmi/b 2005, 158-159.)

Luontomatkailun kehittymiseen on vaikuttanut ja vaikuttaa tulevaisuudessa myöskin palvelun laatu. Luontomatkailuyrittäjiltä sekä erilaisilta oppailta vaaditaan nykyään korkeampaa ammattitaitoa ja enemmän erilaista yritystoimintaosaamista. Oppineisuuden taustalla vallitsee ajatus turvallisesta ja loppuun asti suunnitellusta toiminnasta, jossa asiakkaan toiveet ja asema on huomioitu, toiminta on vahvasti tulevaisuuteen

orientoitunutta sekä tietotaito toiminnasta ja sen ympäristöstä on vahvaa. Yrittämisen kynnyks on täten siis menneinä vuosina ollut matalampi, mitä se nykyisin on. Kysyntä, asiakkaiden ympäristö- ja tuotetietoisuus sekä yhteiskunnan vaatimukset ovat ohjanneet myös luontomatkailutoimintaa entistä kilpailukykyisempään suuntaan. (Hemmi/b 2005, 159.)

Luontomatkailulla on Suomessa kasvumahdollisuuksia. Puhdas luonto, sen rauhallisuus, turvallisuus ja mahdollisuudet nähdään Suomen menestyksen avainsanoina. Suomen luonnolla nähdään paljon myöskin kasvupotentiaalia uusien tuotteiden ja palveluiden tuotteistamisella. Luontoon kohdistuva matkailu on siksi myös tärkeä osa Suomen taloutta ja siksi myös sen kasvuun on kiinnitettävä erityistä huomiota. Valtioneuvoston kanslian selvityksessä (Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta, www-sivuilta ladattava tiedosto 2/2018) listataan erinäisiä tekijöitä, joiden avulla Suomen luontomatkailun kasvua voidaan tukea. Selvityksen oleellimmat osiot koskevat palveluiden kehittämistä kysynnän laatimalle tasolle sekä tarkempaa tilastointia ja seurantaa niin toimialan kokonaisuuden hahmottamiseksi, mutta myös luontoympäristön suojelemista. (VirKein- raportti, 2017.)

Tilastointiin ja sen puutteellisuuteen vaikuttaa suuresti matkailijoiden palveluiden kysyntä. Luontomatkailijat suosivat pieniä ja autenttisia majoituspaikkoja, joiden majoitustilastoja ei tänä päivänä enää vaadita tilastoitaviksi. Matkailijoiden oma-toimimatkojen lisääntyminen on myöskin vaikuttanut tilastoinnin haasteellisuuteen. Yhä useampi luontomatkasta tehdään omatoimimatkana, mikä tarkoittaa sitä, että matka suunnitellaan, varataan ja toteutetaan omatoimisesti esimerkiksi internet-palveluja apuna käyttäen. Matkakohteen volyyymilla on myöskin vaikutus tilastointiin. Suomessa luontomatkkojen määrä on kohdistunut suurelta osin samojen keskuksien ympärille, joka ei taas luo tilastoihin kokonaisvolyyymista oikeanlaista kuvaa. (Konu ym. 2017, 29.)

Puutteellinen tilastointi vaikeuttaa myöskin kokonaiskuvallisesti luontomatkailu käsitteen ymmärtämistä. Se, miten paljon luontomatkailu kokonaisuudessaan pitää sisällään matkoja ja matkailijoita sekä se, miten paljon luontomatkailu toimialan katkokäsitteenä työllistää voidaan tutkimustuloksissa kyseenalaistaa. Luontomatkailu kuitenkin rakentuu pääasiassa pienten yritysten ja yrittäjien varaan, joiden toiminta

rakentuu erittäin toisistaan eroavalla tavalla aina ympäristön, sen kulttuurin, palvelun laadun sekä tarjonnan määrän suhteen. Pelkästään luonnon tuotteistamiseen on ristiriitaista suhtautumista, jossa keskustelun alle joutuu luontomatkailun keskeisin ajatus kestävydestä sekä yrityksen arvomaailma. Matkailu luonnossa muuttaa luonnon olemusta väistämättä, joten tutkimukset sen kestävydestä kohdistuvat siksi lähinnä siihen, mitkä muutokset ovat hyväksyttäviä. Lisäksi maankäytöllisesti luontoon kohdistuva matkailu aiheuttaa ristiriitoja, sillä matkailun pitäisi elää sopusoinnussa alueen muun maankäytön, kuten esimerkiksi energiantuotannon ja metsätalouden kanssa. (Konu ym. 2017, 33-34.)

Luonto itsessään on siis luontomatkailun keskiössä. Luonnon monimuotoisuuden tukeminen ja luonnon suojeleminen sekä hoitaminen ovat osa kestävä kehityksen toteutumista luontomatkailussa. Metsähallituksella (2016) on ollut vuodesta 2004 asti voimassa kestävä luontomatkailun periaatteet, joiden avulla yhteistyössä matkailualan toimijoiden kanssa tavoitellaan kestävyyttä ja kohteiden arvojen säilymistä suojelun tukemisella, ympäristön kuormituksen minimoimisella, paikallisuuden vahvistamisella, kohteiden tuottaman hyvinvoinnin ja terveyden edistämällä, paikallistalouden ja työllisyyden tukemisella ja kasvulla sekä kohteen arvosta ja palveluista viestimällä.

6.3 Luonto sidosryhmänä

Luonto kuuluu yritysten sidosryhmiin, mikäli se on erityinen vaikuttaja toiminnan tapahtumisessa. Sidoryhmänä luonto eroaa muista sidoryhmistä suuresti. Yleisesti jokaisella sidoryhmällä on oma äänensä, mutta luonnolta se puuttuu. Se puhuttelee yritystä aivan eri kielellä, johon on totuttu, sillä sen edustaja nähdään normaalin edustajan sijaan monitahoisena. Luonto ei puhu ihmisten kieltä itse, joten eri viranomaiset, lainsäätäjät, ympäristöjärjestöt, kuluttajat ja omistajat sekä esimerkiksi vakuutusyhtiöt edustavat omalta osaltaan luontoa. Luonto toiminnan sidoryhmänä ja tapahtumisen vaikuttajana vaatii siis itsessään useamman tahon huomioon ottamisen. (Ketola 2005, 25.)

Jokainen yritys käyttää tavalla tai toisella luontoa toimintansa toimintaympäristönä. Palvelu tai tuote voi suoraan sijoittua luontoon tai ympäristöön tai kyseessä voi olla esimerkiksi luonnon tarjoamat materiaalit, kuten vesi ja energia. Tällöin luonnon hyödyntäminen osana elinkeinotoimintaa sitoo yrityksen tai yrittäjän miettimään ristiriitaa siitä, mikä käyttö on hyväksyttyä. Luonnon asema yrityksen sidosryhmänä määräytyy yrittäjän oman asemoinnin mukaan siinä, missä määrin luontoa voidaan käyttää toiminnan alustana taloudellisen tai tuotekehityksen hyödyn alla ilman, että luonto vahingoittuu. Sidoryhmäajattelussa luonnon osuuteen kohdistuu siis jälleen ympäristökysymykset, joita jokaisen yritystoimintaa tuottavan tulisi toiminnassaan huomioida. (Hemmi/a 2005 336.)

Luonnon asemaa sidoryhmänä voidaan myöskin hahmotella asiakkaan näkökulmasta. Mikä on matkailijan luontosuhde ja millaisena näyttämönä luonto hänelle näyttäytyy. Jokaisen matkailijan luontosuhde on henkilökohtainen opittu sisäinen ääni, jonka mukaan luontoon suhtaudutaan. Toiselle kyse voi olla ympäristöstä, jossa toiminta tapahtuu, kun taas toinen kokee luonnon ihmisen luonnollisena paikkana olla ja täten henkilökohtaisempana. Luontosuhteen kautta jokainen matkailija määrittelee luonnon asemaa matkailutuotteessa. Missä määrin luonnon käyttö on hyväksyttävää heidän näkökulmastaan ja minkälaisen arvon matkailija luontokohteelle antaa. (Hemmi/a 2005, 328-330.)

Luonnon sidostuneisuuden aseman sekä tuotekehityksen, markkinoinnin ja segmentoinnin kannalta onkin olennaista hahmottaa tarjottavan tuotteen, palvelun tai matkailun muodon kohderyhmä. Asiakkaan iällä, kulttuurilla sekä esimerkiksi asuinpaikkakunnalla on suuri vaikutus heidän luontosuhteeseen ja siten myös siihen, miten tärkeään rooliin asiakas nostaa luonnon yrityksen toiminnassa. (Hemmi/a 2005, 330-331.)

Suhtautuminen luontoon niin kuluttajan, viranomaisen kuin vaikkapa yritystoiminnan näkökulmasta on muuttuva käsite. Tietämys ja arvostus muuttuvat, mutta niin muuttuvat myös luontoympäristöt. Jokainen toimija tarvitsee toimintaansa jollain tavalla luontoa ja sen ympäristöä ja siksi ympäristöasiat nousevat joka hetki vain tärkeämpään rooliin, varsinkin elinkeinotoiminnassa. Ympäristökysymykset ovat ajankohtainen aihe monestakin näkökulmasta, mutta elinkeinotoiminnassa yritysten

on pystyttävä vastaavaan toiminnallaan asiakkaidensa ja muiden sidosryhmiensä vaatimuksiin yritys vastuun saralla. Jokaista yritystä ja yrittäjää sitoo lakeja ja asetuksia, joiden nojalla toimintaa on muokattava. Myöskin kirjoittamattomat yhteiskunnan sanelemat normit ohjaavat yrityksen toimintaa joka hetki vain enemmän ja enemmän ympäristöystävällisempään suuntaan, jossa luonto ja luonnon tila nousevat entistä tärkeämpään rooliin. Erilaisten puolesta puhujien toimesta onkin lainsäädäntö kehittynyt viime vuosina huomasti. Ympäristörikkomuksia ja ympäristöä huomioivia lakeja tarkkaillaan entistä tarkemmin. Erilaiset ympäristöarvioinnit ovat yritystoiminnassa nykyään olennaisia ja jopa pakollisia, jonka seurauksena myöskin tarjonta ja kysyntä muovautuvat entistä ympäristöystävällisempään tarjontaan ja valintoihin. (Ketola 2005, 26-27.)

Hektiset aiheet, kuten ilmastonmuutos ja kasvihuoneilmiö, ohjaavat myöskin yritysten toimintaa. Nämä nostavat luonnon asemaa entisestään ja joka vuosi ja hetki kehitellään uutta teknologiaa, jolla luonnon asettamiin haasteisiin vastataan. Niin paikallisesti kuin globaalistikin arvioituna jokaisen ekosysteemin osan toiminta vaikuttaa kaikkiin luonnon muutoksiin. Jokaisen yrityksen toiminta yksissään vaikuttaa siis suureen kokonaiskuvaan. Tällöin on perusteltua väittää, että jokaisen yrityksen toimialastaan riippumatta tulee huomioida luonto merkittävänä tekijänä toiminnassaan. Ilman luontoa ei ole yritystoimintaa, sillä jokainen yritys hyödyntää ympäristöään jollain tavalla – raaka-aineina, toimintaympäristöinä tai esimerkiksi koko yritystoiminnan perusta voi perustua luonnonvarojen käyttöön, kuten vaikkapa kalastuksessa. (Ketola 2005, 26-28.)

7 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Opinnäytetyön tutkimus on aloitettu kirjallisuuskatsauksella, jonka avulla on määriteltä käsitteitä ja jo olemassa olevaa tietopohjaa yleismaallisesti vastuullisuudesta sekä vastuullisesta liiketoiminnasta. Teoreettinen tutkimus avaa käsitettä tutkijalle, tutkimuksen tilaajalle sekä tutkimukseen osallistuville yrityksille. Teoreettinen tutkimus nostaa myös aiheesta esille tutkimuskysymyksiä, joiden avulla toteutetaan

tutkimuksen seuraava vaihe, aineistonkeruu. (Koppa/b, Jyväskylän yliopiston www-sivut 2015.)

Opinnäytetyön aineisto on kerätty laadullisten eli kvalitatiivisten menetelmien avulla (Koppa/a, Jyväskylän Yliopiston www-sivut 2015). Tutkimuksella pyritään saamaan mahdollisimman yhteneväinen ja kokonainen kuva tutkittavasta ilmiöstä. Tutkimuksen aikana on otettava aineistoa kerätessä sekä analysoitaessa huomioon haastateltujen toimintaa ohjaavat arvot, jotka vaikuttavat aiheen ymmärtämiseen. Opinnäytetyön tutkimus on toteutettu teemahaastatteluilla.

Lopulliset haastateltavat yritykset ja niiden edustajat valikoituvat harkinnanvaraisella valinnalla Satakunnan luontomatkailuyritysten keskuudesta. Kaikki valitut yritykset olivat mikrokokoisia eli työllistävät 1-9 henkilöä. Tutkimukselle asetettuina kriteereinä toimivat Satakunnassa toimiminen, luontomatkailun yritys sekä yrityksen kokonaan mikrokokoinen. Yrityksiä on kartoitettu haastatteleamalla SAMK: n palveluliiketoiminnan projektipäällikköä Soile Vahelaa sekä tarkastelemalla Satamatkaamalle ja Visit Satakunta verkkosivuja.

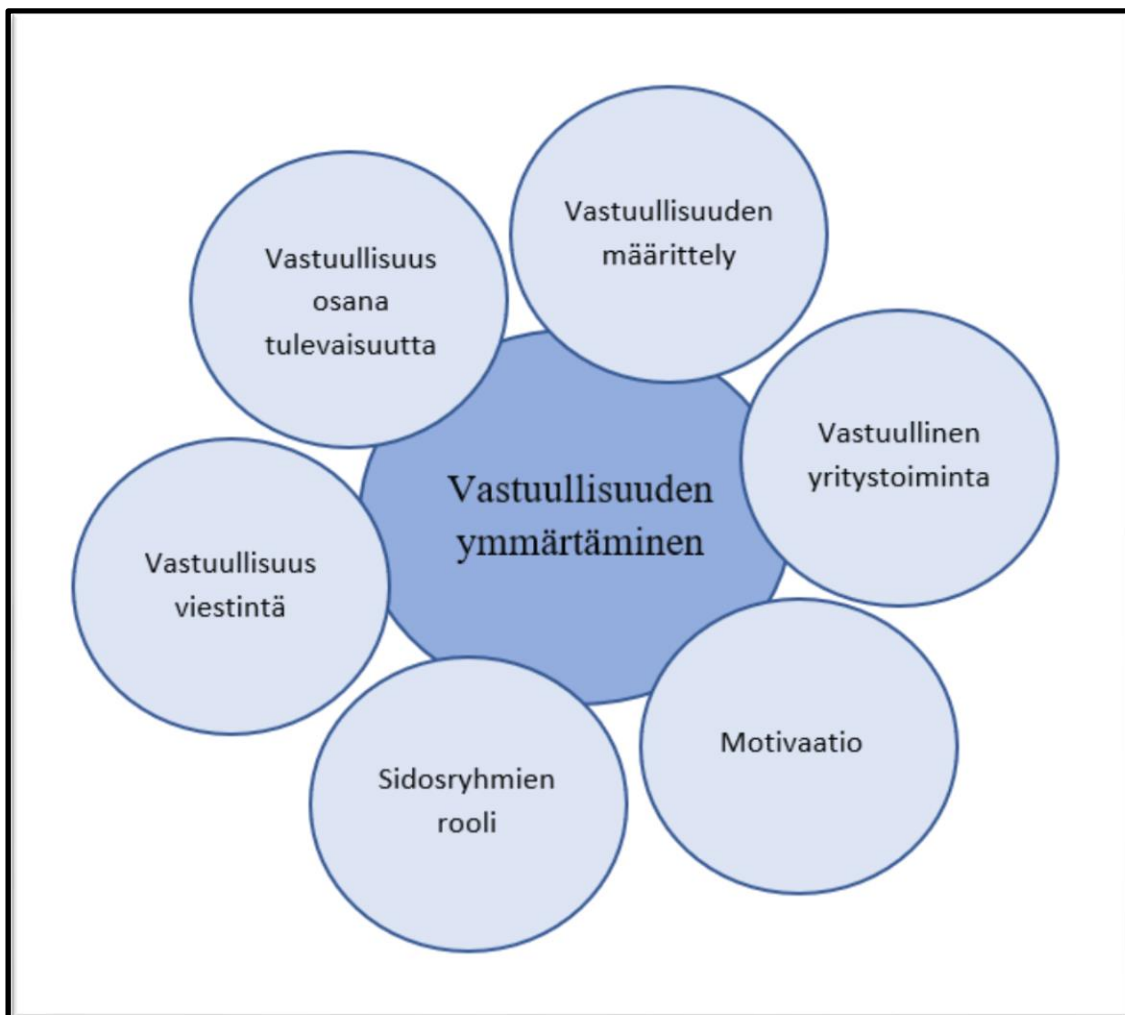
Yrityksiä tavoiteltiin haastatteluihin ensin kartoittamalla mahdollisuuksia kontaktoimalla kriteereitä täyttäviä yrityksiä puhelimitse. Niille yrityksille, jotka haastatteluihin lupautuivat on sähköpostitse lähetetty esitietoa tutkimuksesta sekä haastattelurunko (LIITE2). Lopulliset haastattelut on toteutettu huhtikussa keväällä 2019 yritysten valitsemissa tiloissa.

7.1 Teemahaastattelu

Teemahaastattelu tutkimusmenetelmänä on ilmiön ymmärtämiseksi toimivin menetelmä, sillä se antaa vastaajalle vapaan tilan kertoa omia näkemyksiään sekä haastattelun aikana on mahdollista esittää tarkentavia kysymyksiä (Hirsjärvi & Hurme 2011, 35).

Tutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa vastauksia aiemmin esiteltyihin tutkimuskysymyksiin. Teemahaastattelu valikoitui menetelmäksi, sillä sen olennaisin

ajatus on siinä, että haastattelu ei rakennu valmiiksi esiteltyjen kysymysten varaan, vaan keskustelu käydään tutkimukselle olennaisten teemojen ympärillä. Tutkimuksen keskeiset teemat ovat esitetty seuraavassa kuvassa.



Kuva 3. Tutkimukseen valikoituneet teemat

Teemahaastattelu rakentuu haastattelurungon ympärille, jossa on tutkimukselle olennaisimmat teemat esitelty. Tämän tutkimuksen teemoiteltu haastattelurunko löytyy tutkimuksen lopusta liitteenä (LIITE2). Haastattelurunkoon on tutkimuksen teemojen lisäksi esitelty jokaisen teeman alle olennaisimpia tukikysymyksiä. Haastattelurunko on toimitettu jokaiselle haastatteluun osallistuneelle ennen haastattelua sähköpostilla saatekirjeen mukana. Teemat sekä niiden tukikysymykset on rakennettu ja tiivistetty yhdessä opinnäytetyöohjaajan kanssa, joka toimii myös toimeksiantajan edustajana.

Teemahaastattelussa tarkoitus on päästä mahdollisimman syvällisesti keskustelemaan aiheesta. Sitä ei kuitenkaan voida ennalta määrätä, miten syvälle haastattelu pääsee, sillä haastattelua ohjaa haastateltavan käsitykset ja vastaukset. (Hirsjärvi & Halme 2011, 48.)

Luotettavuuden näkökulmasta myöskin teemahaastattelu toimii osin luotettavana aineistonkeruumenetelmänä. Teemahaastattelun lähtökohtana on vuorovaikutus ja keskustelu. Tällöin tutkijan oletukset eivät pysty ohjaamaan haastattelun suuntaa ennalta, vaan haastattelu kulkee haastateltavan vastausten mukaan. Totuudenmukaisuuteen voidaan myöskin pureutua sillä, että haastattelu toteutetaan luonnollisissa oloissa. Tällöin haastattelijalla voi tarkkailla haastateltavan oheisviestintää, eli eleitä, ilmeitä ja olemusta ylipäättään haastattelun aikana. Oheisviestintä kielii haastattelijalle päätelmiä vastausten totuudenmukaisuudesta. Luonnollisissa oloissa toteutetun haastattelun avulla myöskin ympäristössä ajantasaisesti tapahtuvat asiat ovat kädenulottuvilla. Täten voidaan perustellusti todeta, että haastattelu tuottaa luotettavaa aineistoa tutkimukselle. Luotettavuutta saattaa kuitenkin heikentää esimerkiksi haastattelijan kokemattomuus. (Routio, Taideteollisen Korkeakoulun www-sivut n.d.; Hirsjärvi & Halme 2011, 35.)

7.2 Aineiston keruu ja tulosten analysointi

Tutkimuksen tulokset tulee analysoida tarkkaan, jotta niistä voi muodostaa tuloksia. Tutkimuksen aineistot yhteismitallistetaan eli litteroidaan ja analysoidaan valitun menetelmän mukaisesti. Aineiston analyysimenetelmistä valitaan tutkimusongelmalle sopiva, jonka perusteella aineisto myöskin luokitellaan, tiivistetään ja koodataan. Näiden lopputuloksena kerätyistä tuloksista syntyy uusi aineisto, josta voidaan nostaa päätelmänä tuloksia esille. (Kananen 2017, 131-132; Tuomi & Sarajärvi 2002, 109–116.)

Haastatteluihin tavoiteltiin yhteensä neljä yritystä. Yritykset koodattiin aineistoihin nimillä yritys A-D, sillä osallistuneiden anonymiteetti haluttiin säilyttää. Yritysesittelyssä ei ole ydistetty A-D nimikettä, jotta anonymiteetti vastauksen antajan ja vastausten välillä säilyvät. Haastattelut toteutettiin kaksi puhelimitse ja kaksi kasvotusten, joista kolme nauhoitettiin ja yksi kirjoitettiin käsin haastattelun aikana. Kaikki

nauhoitetut haastattelut on litteroitu tekstimuotoon analysointia helpottamaan haastatteluiden jälkeen. Litteroidut aineistot on jokainen tallennettu omina tiedostoina yritysten nimellä. Nauhoitteet on ensin litteroitu sanatarkkaan, mutta analyysityötä helpottamaan muutettu yleiskielelliseksi poistaen analyysille ei olellaisen sisällön.

Litteroitujen aineistojen analysointiin on käytetty sisältöanalyysiä, jossa aineistoa käsitellään ensin tiivistäen ja sitten eroja sekä yhteneväisyyksiä etsien (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, KvaliMOT www-sivut 2006). Aineiston analysointi aloitettiin, kun kaikki haastattelut oli tehty ja litteroitu. Tutkimuksen tulokset on pilkottu pienempiin osiin teemojen mukaan. Teemojen alle on kerätty jokaisen yrityksen vastaus ja teemoitellut aineistot on kukin tallennettu omana tiedostonaan. Tiedostoista on koodauksen kautta nostettu esille yhteneväisyyksiä ja eroja tuloksista, joiden pohjalta on saatu tutkimusongelmaan vastaus.

7.3 Yritysesittelyt

Yrityksistä kaikki ovat toiminimellä toimivia. Kolme heistä toimii sivutoimisesti ja yksi päätoimisesti. Kaikki yritykset ovat mikrokokoisia työllistäen 1-9 henkilöä.

Ensimmäinen yritys on maakunnassa toimiva erilaisia veneretkiä tarjoava yritys. Hänen kauttaan on mahdollista räätälöidä omalle ryhmälle sopiva veneretki Satakunnan vesistöjen alueella. Palvelutarjontaa lukeutuvat räätälöityjen veneretkien lisäksi erilaiset työ- ja hyvinvointipäivät sekä kalastusmahdollisuus.

Toinen yrityksistä on Satakunnassa toimiva opastettuja retkiä ja retkeilykursseja tarjoava yritys. Yritys tarjoaa palvelujaan kesäisin Satakunnan ja talvella Kuusamon alueella. Tarjottavina palveluina hänellä on muun muassa kajakki-, melonta- ja patikkaretket sekä retkiluistelu. Yritys tarjoaa myös airbnb -tyyppistä majoitusta ympärivuotisesti. Yrityksen yrittäjä opiskelee myöskin itse Vastuullista liiketoimintaa Jyväskylän Yliopistossa.

Kolmas yritys on maakunnassa metsästys- ja eräretkiä tarjoava yritys. Yritys tarjoaa asiakkailleen myös majoitusta aktiviteettien lähiympäristössä. Yrityksen tutkimukselle olennainen liiketoiminta on sivutoimista muiden toimien ohella.

Neljäs yrityksistä on pitkään maakunnassa maatilamatkailupalveluja tuottanut yritys. Yritys tarjoaa myös majoitustoimintaa sekä se on maakunnassa myöskin nähtävyysskohte. Yritys on ympärivuotisesti tavoitettavissa, kesällä tarjoten vapaa-ajan matkailijoille kokemuksia ja muun ajan ryhmä- ja leirikouluvarauksia. Yrityksen palvelutarjonta on laaja, kattaen osallistuttamista maatalan toimintaan sekä erilaisia ohjattuja toimintoja ja perinnepajoja. Yritys tarjoaa myös Green Care -palveluja, jossa pyrkimyksenä on tarjota erilaisille ryhmille luonnon elvyttävää voimaa luonto- tai eläinavusteisten aktiviteettien avulla.

Green Care toiminnalla tarkoitetaan luonnon ja maaseudun toimintaympäristöön pohjautuvaa ammatillista osaavaa toimintaa, jossa tarkoituksena on edistää ihmisen hyvinvointia ja elämänlaatua. Toiminnassa käytetään luonto- ja eläinavusteisia palveluja, jossa hyvinvoinnin vaikutukset syntyvät muun muassa luonnon elvyttävyyden, osallisuuden ja kokemuksellisuuden avulla. (GreenCare Finland www-sivut n.d.)

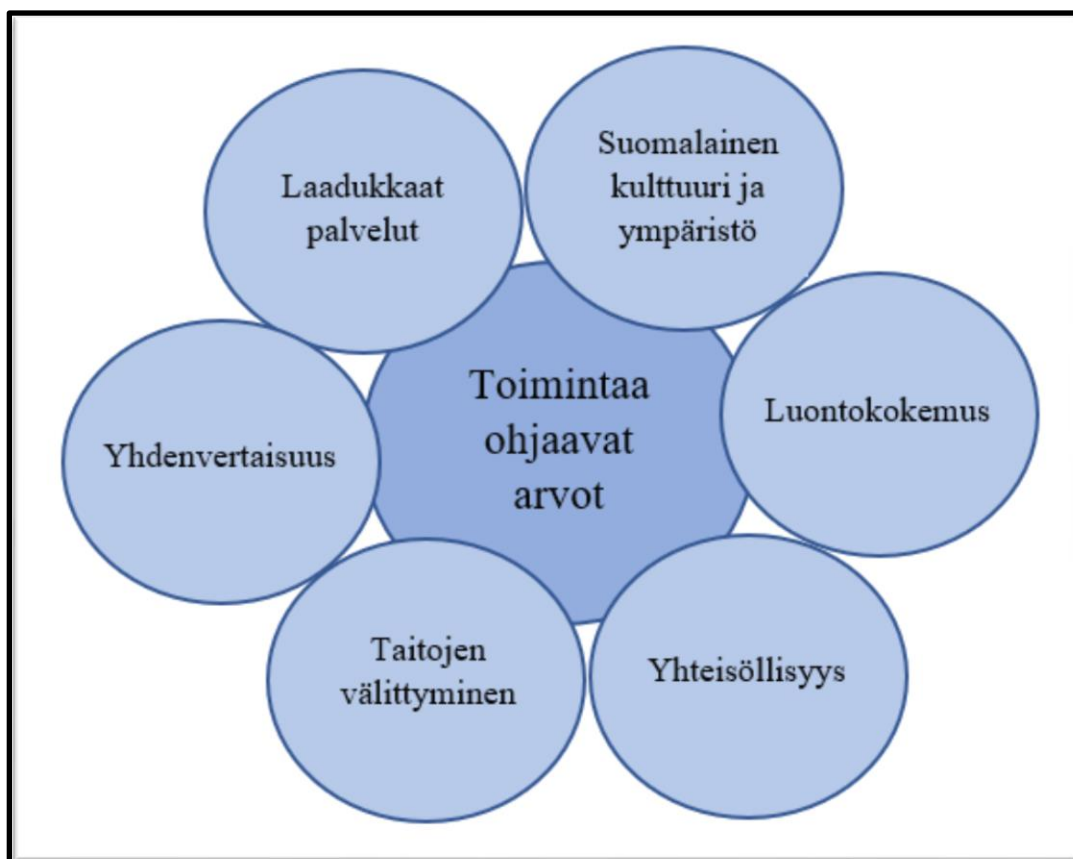
Yrityksistä kaksi tavoitettiin vuorovaikutteiseen haastatteluun heille sopivassa tilassa. Kaksi yritystä osallistuivat taas haastatteluihin puhelinhaastattelun kautta. Kaikki haastattelut on toteutettu huhtikuussa 2019.

8 TULOKSET

Tutkimuksen tuloksissa on pirstaloituneisuutta. Siinä, miten vastuullinen liiketoiminta ymmärretään, oli eroja. Myöskin ymmärrys siitä, mihin kaikkeen vastuullinen toiminta koskettaa on tuloksia jakava tekijä. Tuloksista voidaan kuitenkin päätellä, että vastuu ympäristöstä sekä yhteiskunnan ja yritystoiminnan asioista toimii. Yritykset kaikki korostavat noudattavansa lainsäädäntöä. Ympäristövastuu korostuu tuloksissa.

8.1 Toimintaa ohjaava arvo

Ensimmäisenä tutkimuksen teemana haluttiin selvittää yrityksen arvot, jotka ohjaavat toimintaa. Teeman alta haluttiin selvittää, miten yritysten toiminnan pohjimmaiset arvot voivat heijastua vastuullisuuden ymmärtämiseen ja välittymiseen. Haastatteluihin tavoitetut yritykset ovat kaikki mikrokokoisia maakunnassa toiminimellä toimivia yrityksiä. Jokaisen kohdalla yritystoiminnan aloittamisen taustalla vallitsee omat mielenkiinnonkohteet, harrastus tai elinympäristö.



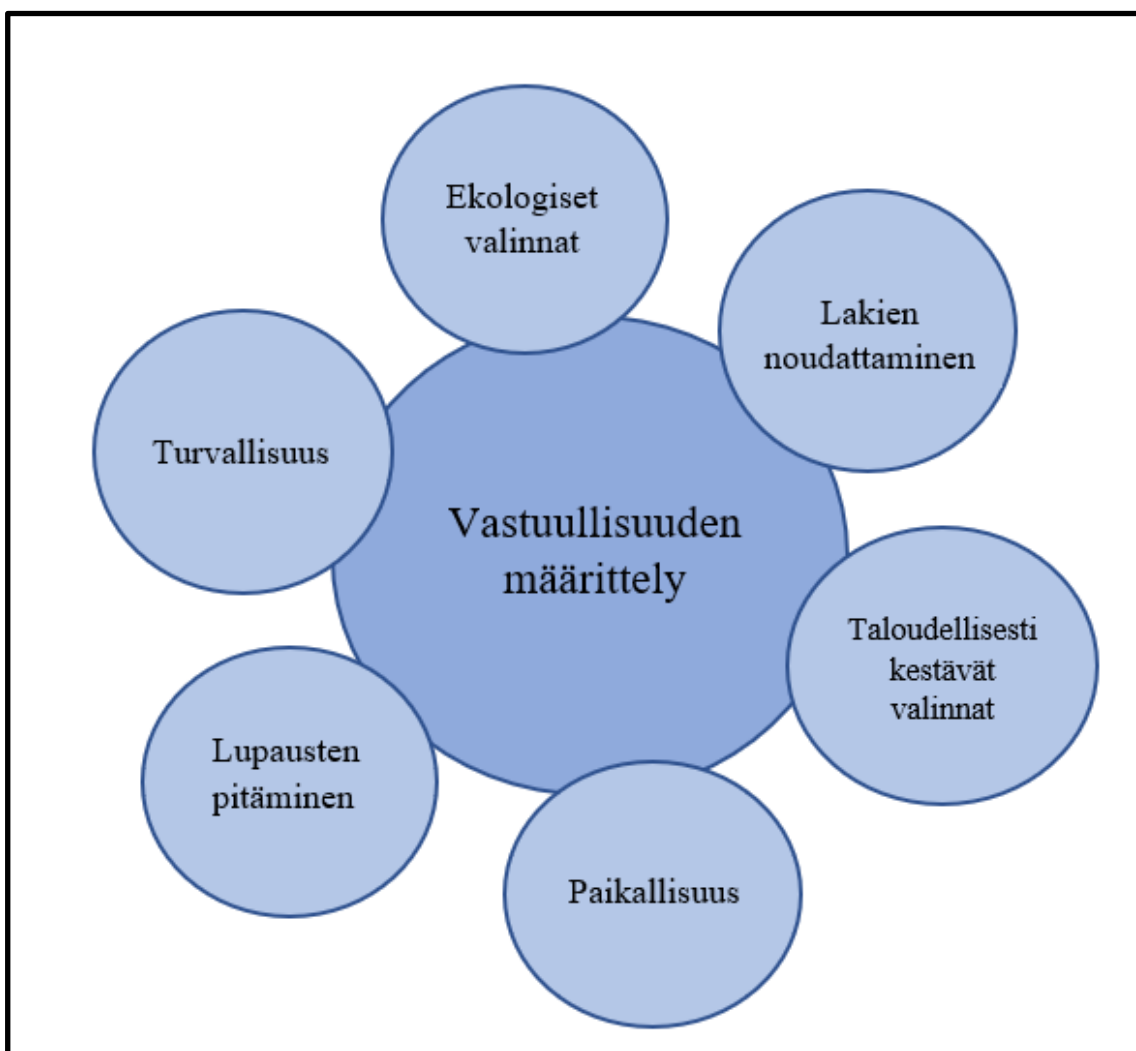
Kuva 4. Teeman arvot tulokset

Arvot, mitkä yritysten toimintaa ohjaavat esittivät laajaa kirjoa tuloksissa. Yritystoiminnan arvot pohjautuvat yrittäjien omiin arvoihin ja ajatuksiin. Yrityksistä kaikki halusivat välittää omien elämäntapojen tai harrastusten kautta opittua tietotaitoa. Ympäristöivästä luonnosta tai sen kulttuurista kertominen koettiin tärkeäksi. Muita arvoja tämän rinnalle nousi asiakkaan saama laatu, erilaisuuden hyväksyminen,

yhdessä tekeminen, perheiden yhdenvertaisuus, luontokokemus sekä luonnonarvojen hyväksyminen ja välittyminen.

8.2 Vastuullisuuden määrittely

Tutkimuksen toinen teema oli vastuullisuuden määrittely. Teeman tarkoituksena oli tunnistaa yritysten näkökulmasta määritelmä vastuulliselle liiketoiminnalle. Tulosten sisällä vastuullisuuden määrittelyssä oli yritysten välillä hajontaa. Vastuullinen liiketoiminta määriteltiin lakeja noudattavaksi, lupaukset pitäväksi, paikalliset huomioiduksi, asiakkaalle laadukkaan kokemuksen tarjoavaksi, ekologisia ja taloudellisesti kestäviä valintoja suosivana, ympäristöä ja luonnonvaroja säästävänä toimintana.



Kuva 5. Teeman vastuullisuuden määrittelyn tulokset

Yrityksistä A ja C määrittelevät, että yritystoiminnassa tulee olla vastuussa omasta toiminnastaan, mutta itse vastuullisen liiketoiminnan määrittely koetaan haasteellisenä. Yritykset kertovat, että termi on uusi. Vastuullisuus ymmärretään vaatimusten noudattamiseksi. Lait, asetukset ja määräykset kulkevat keskustelussa mukana ja yrittäjät kertovat, että vastuullisuudessa toimitaan niin, ettei viranomaisten tarvitse puuttua palvelujen tuottamiseen ja toteutumiseen.

“Niin, kyllä minä sen sitten niin näkisi jotenki, että asiallisesti pitää toimia tietysti. Siis liiketoiminnassa ... Pitää maksaa verot ja kaikki säädettyt systeemit ja pitää olla vakuutukset ja kaikki. Ja turvallisuuspuolen asiat sellaiset kunnossa, että voi ihna kirkkain silmin sitten toimia.” (Yritys A)

” Miten tuon nyt ymmärtäisi. Itsestään selvä asia matkailussa pitää ympäristö siistinä. Asiat hoidetaan niin, että asiakkaat viihtyvät ja tulevat toistekin. Homma pelaa, kuten kuuluukin.” (Yritys C)

Yritystoiminnan vastuullisuus yhdistetään ympäristövastuuseen. Tuloksissa yritykset painottavat yhtenevästi kaikki luonnon puhtaana säilyttämistä, saastuttamista sekä roskattomuutta. Tuloksissa luonto, sen säilyminen sekä puhtaana pysyminen nousevat monesta näkökulmasta esille. Luonnon säilymisen tärkeyttä painotetaan omien palvelujen ylläpitämisen, tulevien sukupolvien sekä luonnon itseisarvon vuoksi.

“Siitä on ehkä toivotettu liikaa. Ettei ymmärretä sitä, että se on paljon muuta.” (Yritys B)

Ympäristövastuun rinnalle vastuullisuuden määrittelyssä tuloksista nousevat liiketoiminnan kannattavuuteen, asiakkaiden turvallisuuteen palvelujen luona, yhteiskunnan velvoitteisiin sekä kehittämistyöhön kohdistuvat asiat. Yritykset A ja B mieltävät turvallisuuden osaksi vastuuta siinä, että palvelut suunnitellaan ja toteutetaan asiakkaalle turvallisesti. Yritykset A ja C sanovat oman liiketoiminnan kannattavuuden olevan keskeisessä asemassa myöskin vastuullisuuden määrittelemisessä. Liiketoiminnan pitää olla tuottavaa, jotta sen toteuttaminen on yrittäjälle itselleen

kannattavaa. Yritys D sanoo, että liiketoiminnan tuottavuudella pyritään jatkuvasti tuomaan kehitystyötä osaksi toimintaa.

“Käytännössä tämä näkyy taloudellisella puolella niin, että yritetään tehdä kannattavaa toimintaa ja ne tulot yritetään käyttää kehittämiseen”
(Yritys D)

Yritys B nostaa määritelmässään esille myöskin taloudellisesti kestävät valinnat ja turvallisuuden. Kestävillä valinnoilla yritys täsmentää tarkoittavansa hankintoja ja palveluja, jotka ovat yritystoiminnalle taloudellisesti kannattavia ja pitkäikäisiä. Hankinnoissa myöskin tärkeänä kriteerinä kulkee paikallisuus sekä laatu. Turvallisuus on yritykselle selkeässä roolissa vastuullisuuden määrittelyssä. Turvallisuus osana liiketoimintaa kulkee mukana kaikessa, sillä yritys teettää turvallisuusasiakirjaan jokaiselle tarjoamalleen aktiviteetille oman riskikartoituksen ja turvallisuussuunnitelman.

“... teen siihen ihan oman osaksi sitä turvallisuusasiakirjaa, sellaisen turvallisuus ja riskikartoituksen. Eli sellainen reittikartta, johon on merkitty kaikki esimerkiksi nämä pisteet, mihin pääsee, jos sattuu ambulanssia tarvitsemaan. On mietitty tarkkaan.” (Yritys B)

Vastuullisuus jakautuu kolmeen osa-alueeseen, jotka ovat taloudellinen, sosiaalinen sekä ekologinen vastuu. Taloudellisessa vastuussa tuloksissa korostuu toiminnan kannattavuus, verkostoituminen, yhteiskunnan asettamien tavoitteiden täyttäminen sekä verojen maksu. Sosiaalinen vastuu ymmäretään yhdessä tekemisellä, yhteisöllisyydellä, jossa taustalla vallitsee ajatus verkostoituneesta tekemisestä sekä asiakkaiden kanssa seurustelusta. Sosiaalinen vastuu nähdään myöskin työyhteisön hyvinvointina, jossa yritys järjestää sekä itse yrittäjille että yhteisön muille tekijöille mahdollisuuden huolehtia itsestään. Ekologinen vastuu ymmärretään roskattomuutena sekä maalaisjärjellä luonnossa toimimisella. Yrityksistä jokainen painottaa ekologisen vastuun merkitystä osana liiketoimintaa. Yrityksen edustaja toimii asiakkaille esimerkkinä, kuinka luonnossa kuuluu toimia ja mikä toiminta on sallittua. Yrityksistä kaikki myöskin painottavat roskattomuudesta asiakkaille viestintää, eli katsotaan, että kaikki mitä luontoon tuodaan viedään myöskin pois. Vanhojen tavaroiden

kierrättäminen ja uusiokäyttö sekä energiatehokkuus nousevat teemoina esille myös ekologista vastuuta määriteltessä.

Taulukko 1. Teeman vastuullisuuden osa-alueiden määrittely tulokset

Taloudellinen vastuu	Sosiaalinen vastuu	Ekologinen vastuu
Verojen maksu	Yhdessä tekeminen	Roskattomuus
Verkostoituminen	Kulttuuri	Ekologiset valinnat
Kestävät valinnat ja hankinnat	Paikallisuuden arvostaminen ja hyödyntäminen	Ympäristöä ja luonnonvaroja säästävää
Toiminnan kannattavuuden tarkastelu	Avoimuus	Kierrätys
Yhteiskunnan vaateiden täyttäminen	Työyhteisön hyvinvointi	Lajittelu
	Yrittäjän hyvinvointi	Luonnonsuojelutyö
		Energiankäyttö

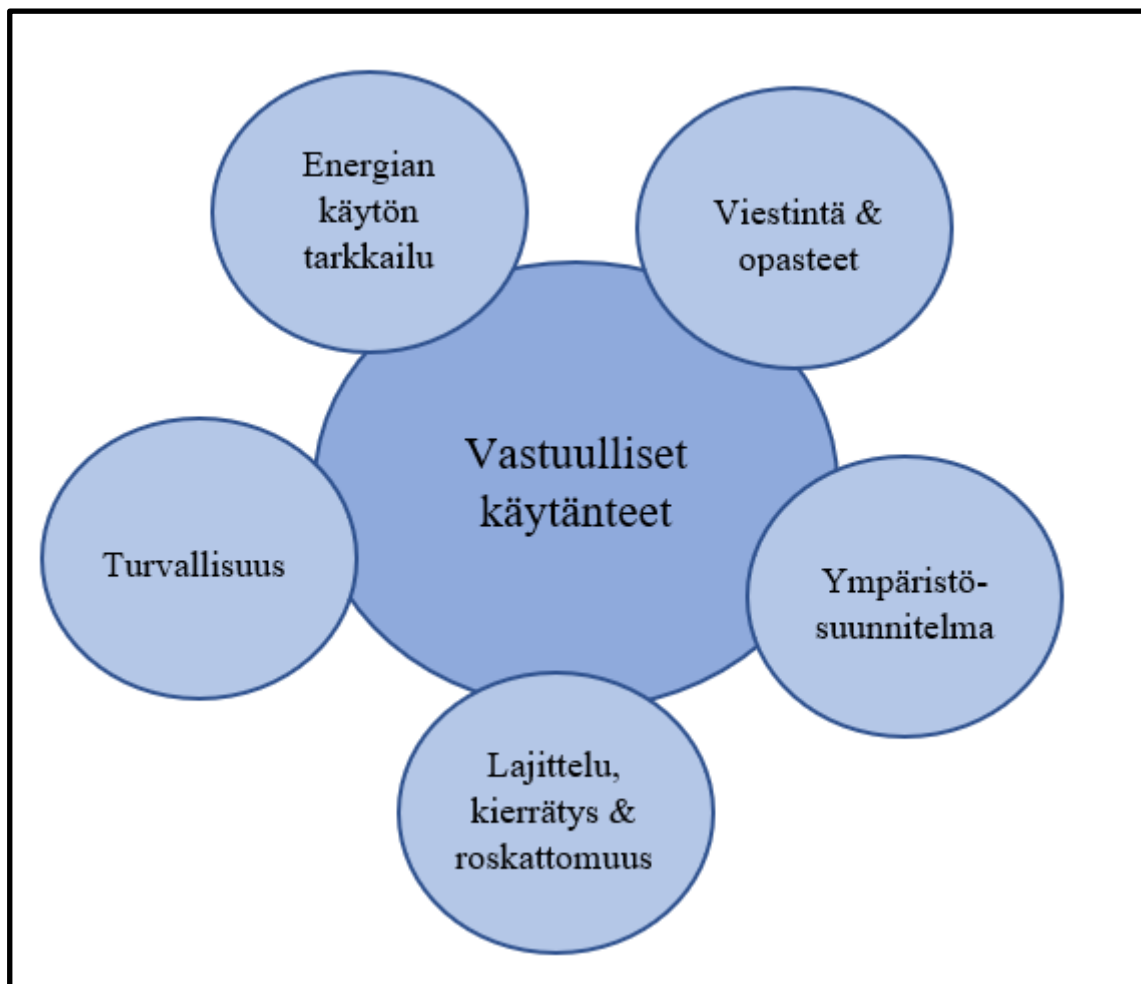
Yritys B korostaa myös paikallisuutta osana sosiaalista vastuullisuutta. Yritys kokee olevansa itse vahvasti osa ympäröivää yhteisöään verkostoitumisen ansiosta, joten asettaa paikalliselle yhteistyölle merkittävän aseman vastuullisuuden sosiaalisen aspektin määrittelyssä. Sosiaalisuus on yrityksen B näkymyksessä myös omassa toiminnassa paikallisuuden arvostamista. Tätä täsmennetään sillä, että hankinnat ja työvoima pyritään ensisijaisesti hankkimaan läheltä sekä palveluissa suositaan lähiretkelyä.

Yritys D nostaa ekologisen vastuullisuuden määrittelyyn esille myös luonnonsuojelutyön. Yritys itse toteuttaa toimintaympäristössään vapaaehtoista pienimuotoista luonnonsuojelutyötä.

8.3 Vastuullisen liiketoiminnan käytänteet ja vastuullisuuden painotus

Kolmantena teemana tutkimuksessa kulki vastuullisen liiketoiminnan käytänteet ja vastuullisuuden painotus yrityksessä. Teemalla haluttiin tutkia sitä, mitä konkreettisia

tekoja yrityksen sisällä ja toiminnassa tehdään vastuullisuuden toteuttamiseksi ja mi-
hin erityisesti yritys on toiminnassaan panostanut. Konkreettiset vastuullisuuden
käytänteet näkyvät tuloksissa yritysten kesken eroina siinä, mitä tietoisesti toiminnassa
nähdään vastuullisina toimina.



Kuva 6. Teeman vastuulliset käytänteet tulokset

Yrityksissä pääsääntöisesti ei ole käytössä monia tietoisia vastuullisuuden käytänteitä. Yrityksistä kaikissa huomioidaan luonnon puhtaus ja roskattomuus jokaisessa palvelussa. Turvallisuus on myöskin otettu huomioon ja tarvittavat varusteet tarkastetaan aika-ajoin sekä ovat määräyksien mukaiset. Jokainen yrityksistä ottaa jätteiden lajittelun puheeksi. Kestävät valinnat hankinnoissa on myöskin tekijä, johon kiinnitetään huomiota.

Vastuullisuuden painotuksesta keskusteltaessa jokainen yrityksistä vastaa luonnon säilymisen. Luonto halutaan säilyttää mahdollisimman autenttisenä tuleville

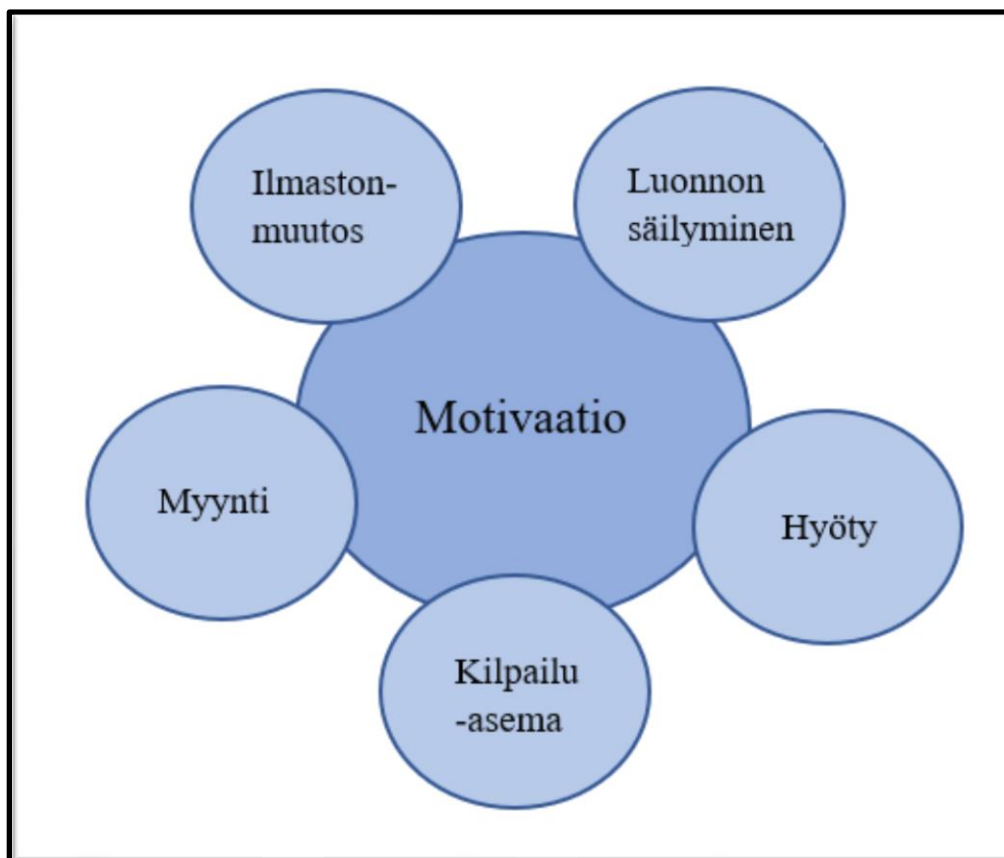
sukupolville. Tuloksissa kuitenkin täsmennys aiheuttaa vastausten keskuudessa pientä hajontaa, sillä tulokset jakautuvat puhtauden, kulkuvälineiden valinnan sekä palveluympäristön kesken.

Yrityksellä B on käytössään turvallisuusasiakirja, johon päivitetään jokaisen palvelun oma turvallisuuskartoitus erikseen. Yrityksellä D on ympäristösuunnitelma tehtynä. Yritys D on myöskin panostanut energian käytön tarkkailuun, jonka perusteella odottaa saavansa energiantuotolle vastuullisemman ja nykyaikaisemman ratkaisun.

Tuloksissa ilmenee myöskin viestintä ja opasteet. Näillä tulokset nostavat esille palvelutapahtuman aikana tapahtuvan viestinnän, joka on ohjeistusta ja kerrontaa yrittäjältä suoraan asiakkaalle. Opasteita on yritysten tiloissa muun muassa luonnon ja eläinten kohtaamiselle sekä kierrättämiselle ja lajittelulle. Yritys D korostaa viestinnässä myös sisäistä viestintää. Yrityksellä on käytössä Maakunnan parhaat laatukriteeri, jonka perusteella sisäisessä viestinnässä kulkee vastuulliset toimet perehdyttämisen kanssa käsikädessä jokaisen työntekijän sekä alihankkijan kohdalla.

8.4 Motivaatio

Neljäntenä teemana tutkimuksessa on motivaatio. Teeman tarkoituksena oli saada vastauksia siitä, mitkä tekijät motivoivat yrityksiä ottamaan vastuullisia käytänteitä osaksi konkreettista tekemistä ja toimimista. Tulokset osoittavat, että yritykset kokevat vastuullisen toiminnan olevan yrityksen taloudelle positiivisesti vahvistava tekijä. Ympäristövastuu korostuu myöskin vastuullisen toiminnan kannustimena.



Kuva 7. Teeman motivaatio tulokset

Ajankohtaiset aiheet, kuten ilmastonmuutos ja ilmastotalkoot nousevat tuloksissa esille. Jokainen yritys on sitoutunut ja valveutunut pitämään oman toimintaympäristönsä mahdollisimman puhtaana. Luonnon säilyminen sekä edellä mainitut aiheet koetaan tärkeinä motivaattoreina vastuulliselle toiminnalle.

Vastuullisuus ja sen painottaminen nähdään trendinä. Tuloksissa ilmenee ajatus trendiyydestä sekä sen hetkellisyydestä. Markkinoiden seuraaminen on kuitenkin tärkeää, joten uusien asioiden sekä trendien seuraaminen on olennainen osa toiminnan kannattavuuden tarkastelua. Kilpailukyky ja markkina-asema nähdään motivaatiotekijöinä sille, että vastuullisuus on aihe, joka tulee toiminnassa vahvistumaan omien voimavarojen mukaan.

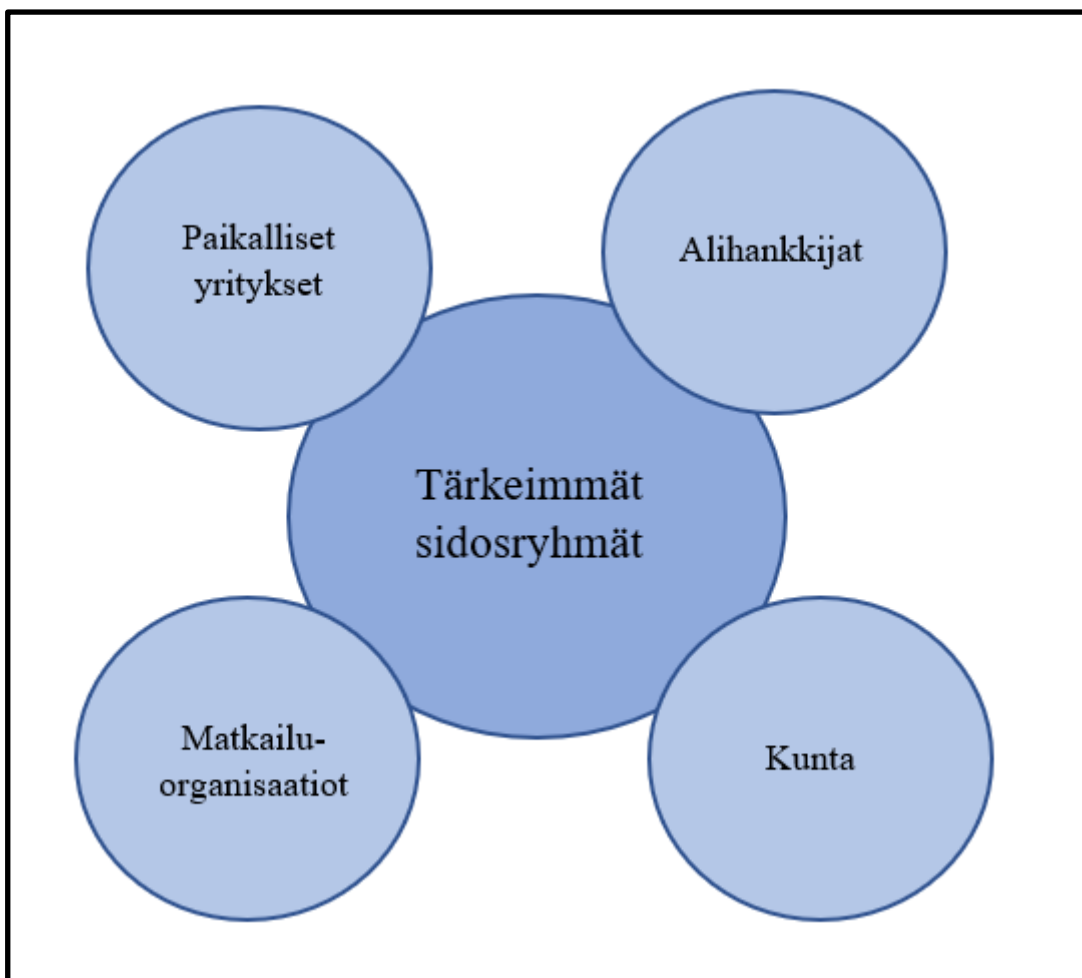
“Myynti. Kannustaa tähän toimintaan, kun se on sitä, mitä asiakkaat nykyään haluavat. Vahvistaa omaa kilpailuasemaa markkinoilla muiden toimijoiden joukossa. Itsellä se vaan on osa toimintaa, ei mikään trendi

niin kuin monella muulla. Ehkä tulevaisuutta katsoen haluan pysyä markkinoiden mukana.” (Yritys C)

Vastuullisiin valintoihin ja tekoihin koetaan kannustavan myös niistä saatu hyöty. Koetaan, että vastuullisuuteen panostaminen näkyy positiivisesti tulevaisuudessa yrityksen toiminnassa. Yritys B sanoo, että saatu hyöty löytyy vastuullisuusviestintään panostaessa, sillä tarkka ja avoin vastuullisuusviestintä nähdään markkinavalttina taloudessa, jossa asiakas on valpas ja perehtynyt. Yritys D antaa esimerkkinä työyhteisön hyvinvoinnin. Yritys, joka pitää työntekijöistään huolta sekä panostaa jokaiseen työsuhteeseen saa nopeasti maineen työnantajana, jossa on työntekijän hyvä olla.

8.5 Sidosryhmät

Viides teema tutkimuksessa on sidosryhmät ja niiden asema yrityksessä. Teeman kautta haluttiin selvittää, minkälaisessa asemassa yrityksen sidosryhmät ovat sen toiminnan rakentumisessa sekä mitkä ovat yrityksen tärkeimmät sidosryhmät ja heidän asema yrityksen toiminnassa. Tärkeimmiksi sidosryhmiksi tuloksissa nousivat oma kunta tai kaupunki, kunnalliset toimijat, kuten koulut ja sosiaalitoimi, paikalliset yritykset, alihankkijat, yhteistyökumppanit sekä paikalliset matkailuorganisaatiot.



Kuva 8. Teeman tärkeimmät sidosryhmän tulokset

Jokaisella yrityksellä on omat tärkeät sidosryhmänsä, joilla on olennainen asema toiminnassa. Yhteiseksi sidosryhmäksi kuitenkin tuloksista nousee kaupungin tai kunnan avustus ja yhteistyö sekä liikeet ja myymälät, joista paikallisesti hankintoja tehdään. Yritys B on vahvasti verkostoitunut toimintaympäristössään ja toteuttaakin yhteistyötä monen eri toimijan kanssa paikallisesti. Sidosryhmistä puhuttaessa nouseekin esille ajatuksia paikallisuuden tärkeydestä ja merkityksestä, sekä omalle toiminnalle että yhteisölle. Paikallista työvoimaa, raaka-aineita ja yhteistyökumppaneita suosimalla koetaan oman aseman vahvistuvan yhteisössä sekä luovan toiminnalle jatkuvuutta.

Yritys B nostaa esille sidosryhmistään myös Metsähallituksen ja sen kanssa luodun yhteistyön merkityksen. Yritys solmii Metsähallituksen kanssa sopimuksia, kun toteuttaa palvelujaan Metsähallituksen mailla. Vastuullisuusviestinnän näkökulmasta kuitenkin Metsähallituksen viestinnässä nähdään puutteita, sillä heidän

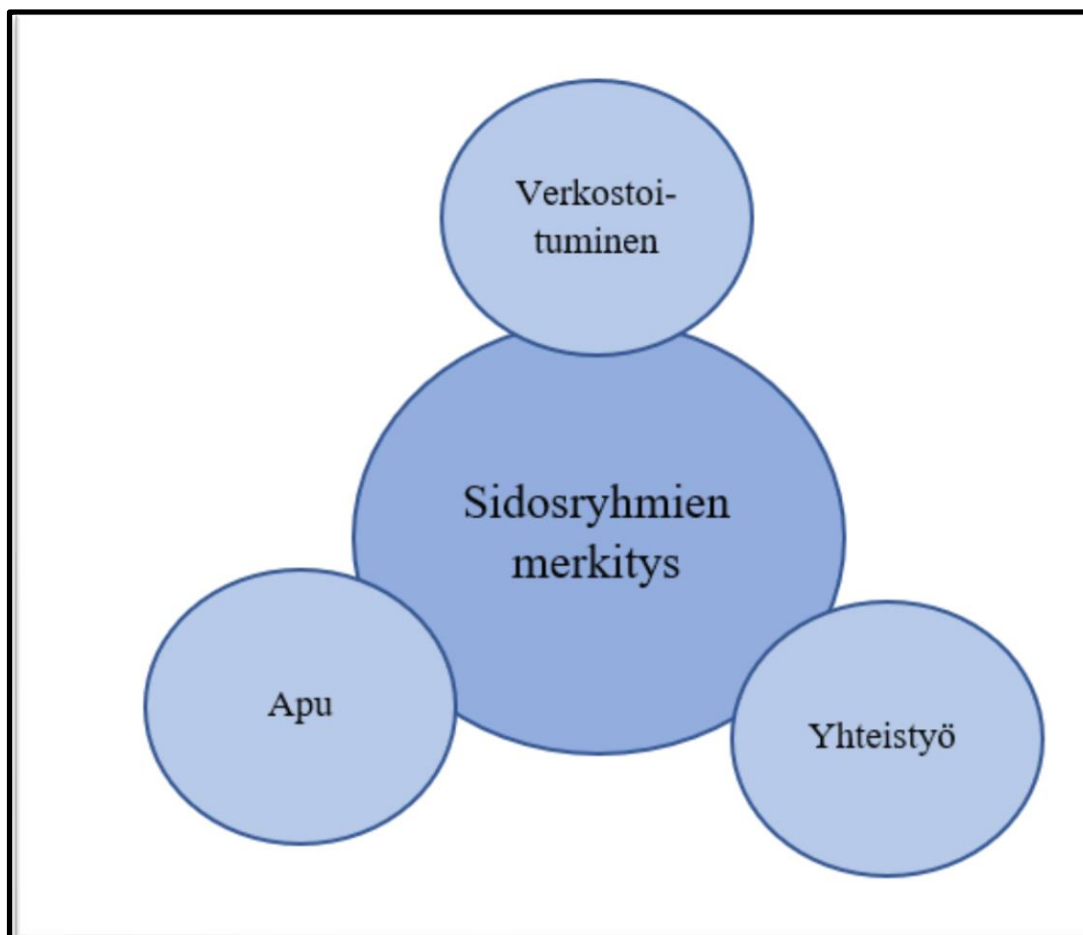
viestintäkanavissaan ei koeta olevan helposti saatavilla materiaalia, joka on osoitettu yksityishenkilölle. Myökin kielivalikoima koetaan turhan suppeaksi, sillä Metsähallituksen viestintä keskittyy suomen kieleen.

Paikalliset matkailutoimijoita yhdistävät toimijat Visit Pori Oy, Merikarvian matkailu Ry sekä Satakunnan Matkailuyrittäjät Ry nähdään tärkeinä sidosryhminä osalla yrityksistä. Yritykset A, B ja D kertovat, että yhteistyö näiden tahojen kanssa on tärkeää heidän toiminnan kannalta markkinoinnin sekä yhteistyön näkökulmasta.

Yritys D korostaa toimintaan osallistuvien yhteistyökumppaneiden merkitystä. Yrityksen palvelujen tuottamiseen osallistuu erilaisia alihankkijoita. Heidät koetaan selkeäksi osaksi työyhteisöä sidosryhmittymisestä huolimatta.

“Alihankkijat, jotka tuottavat meille erilaisia palveluita, on bisnespuolella meille vielä merkittävämpää. Nämä ihmiset, jotka tekevät meidän kanssamme, tekevät vaikka retkityötä tai esimerkiksi vetävät leireille ohjelmia, ovat merkittäviä. Olennainen osa, ovat mukana meidän työyhteisömme vaikkeivat juridisesti ole meidän työntekijöitämme.” (Yritys D)

Yritykset yhtenevästi ymmärtävät sidosryhmien olevan merkityksellisiä. Tuloksista nousee esille sidosryhmien tärkeydessä se, että yritys tarvitsee pysyäkseen hengissä sidosryhmiään. Yritykset kokevat verkostoitumisen tärkeänä, mutta myös markkinointia lisäävänä tekijänä. Verkostoituminen koetaan osassa yrityksissä hankalaksi. Yrityksistä huolimatta verkostoituminen on vähäistä tai sitä ei ole ollenkaan. Tätä ei kuitenkaan koeta tämän hetkisesti toimintaa horjuttavana tekijänä sen sivutoimisuuden vuoksi.

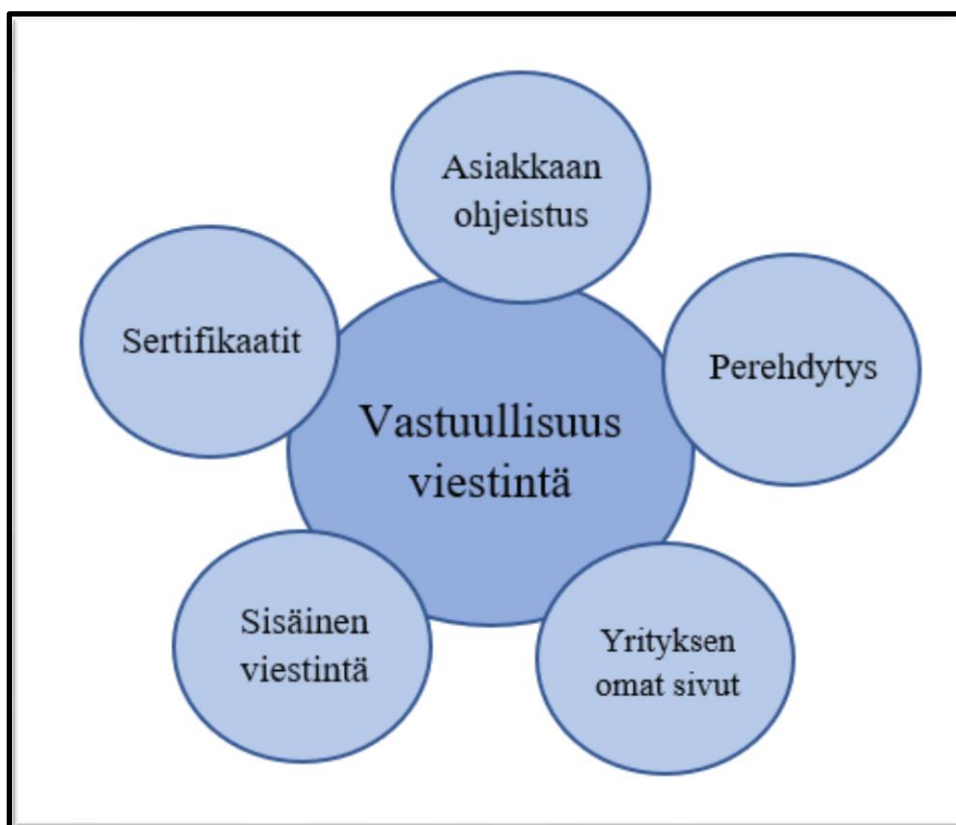


Kuva 9. Teeman sidosryhmien merkitys tulokset

Sidosryhmien merkityksessä tuloksissa nousee esille yhteneviä ajatuksia. Sidosryhmien apu, niiden kanssa tehtävä yhteistyö sekä sidosryhmätoiminnan kautta saavutettu verkostoituminen ovat yritystoiminnalle erittäin tärkeitä asioita. Sidosryhmien apu ja yhteistyö ovat vaikuttava osa ellei jopa merkittävä osa yrityksen toimintaa. Ne osallistuvat palvelujen tuottamiseen vaikuttavalla panoksella. Sidosryhmätoiminnasta saavutettu verkostoituminen nähdään tuovan yritykselle vakaan aseman paikallisilla markkinoilla sekä kilpailukykyä sidosryhmätoiminnan kautta saavutetulla markkinoinnilla.

8.6 Vastuullisuusviestintä

Tutkimuksen kuudes teema käsitteli viestintää. Teeman tarkoitus oli selvittää, missä ja millä tavoin yritykset viestivät vastuullisuudestaan.



Kuva 10. Teeman vastuullisuusviestintä tulokset

Vastuullisuusviestintä jakaa tuloksia. Yrityksillä ei pääsääntöisesti ole avointa viestintää vastuullisuudestaan. Poikkeuksena yritys B, jonka kotisivuilla sekä ylläpitämästä blogista löytyy tarkat merkinnät yrityksen vastuullisesta toiminnasta sen jokaisella osa-alueella mitattuna.

“... koska näen, että se tulee olemaan minulle jossain vaiheessa tulevaisuudessa markkinointivaltti. Ja minun täytyy myös pystyä sitten todistamaan, että teen vastuullisesti. Että, jos sanon jollekin, että teen vastuullisesti, mutten sitten nuotiopaikalla teekään, niin siitä voi nousta aikamoinen meteli. Sitten pitää todella noudattaa niitä. Se on tärkeä.” (Yritys B)

Viestinnästä keskusteltaessa kuitenkin sen merkitys korostuu. Yritykset korostavat viestinnän näkökulmasta myöskin lupauksia, laatua ja kilpailukykyä. Asiakkaat ovat valveutuneita ja kulkevat trendien harjalla sekä osaavat myöskin etsiä jo

vastuullisuudesta tietoa. Viestiminen vastuullisesta toiminnasta täten koetaan tekijäksi, jolla myöskin omaa markkina-asemaa voisi vahvistaa. Yritykset A ja C sanovat, että mikäli onnistuvat vastuullisuutta omaehtoisesti enemmän tulevaisuudessa toiminnassaan korostamaan, on myöskin viestintä merkittävässä osassa tätä kehitystyötä.

Yritys D on verkossa tapahtuvan viestinnän rinnalle korostanut yrityksen sisäistä viestintää. Oppi, arvot ja käytänteet kulkevat yrittäjältä suoraan jokaiselle työntekijälle, alihankkijalle sekä yhteistyökumppanille.

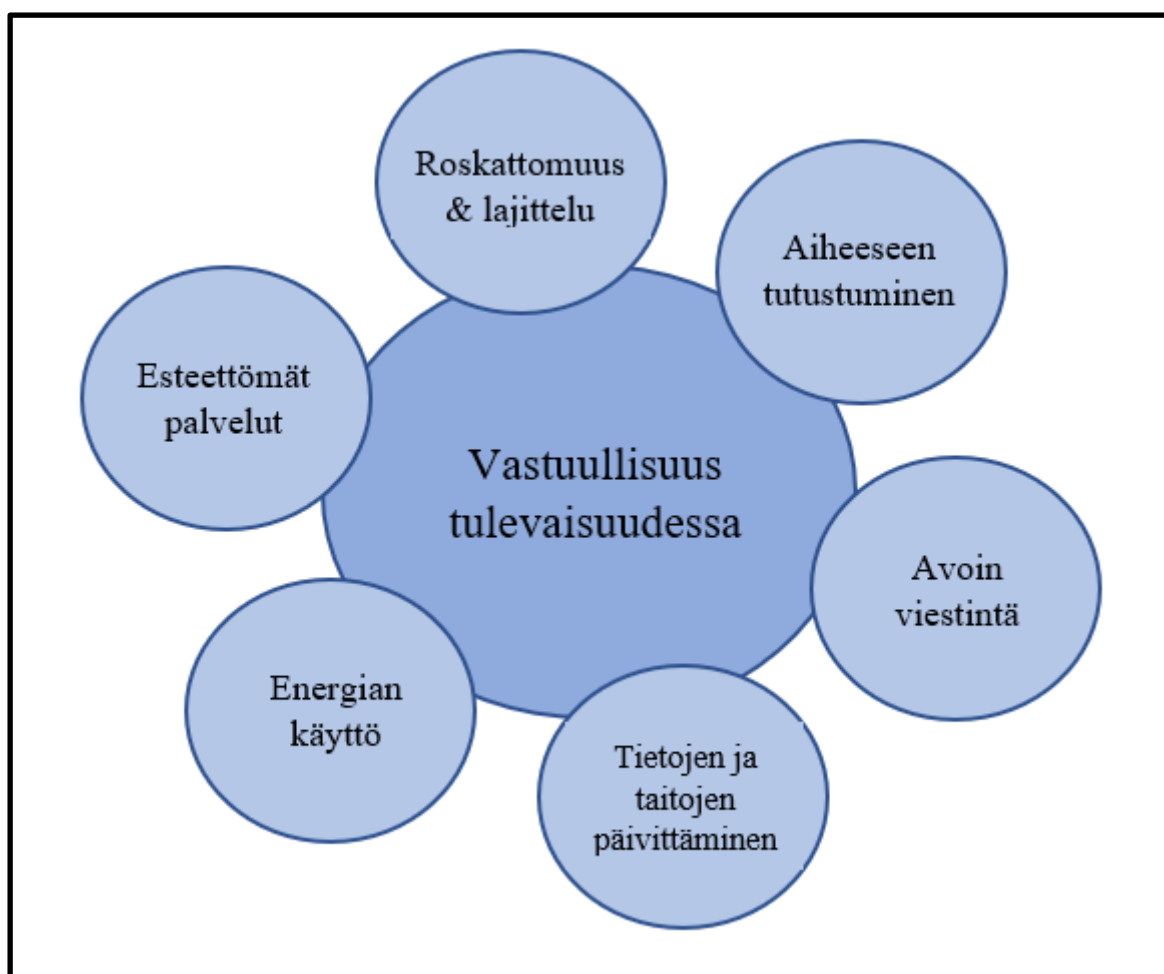
“Maakuntien parhaat laatujärjestelmä, sen kautta meillä on ollu jo kauan tärkeänä osana työtä se, että työntekijät tietävät näitä sisäisiä tavoitteita meidän yrityksessämme. Kaikille on yritetty näitä välittää. Emme ole näitä ulkosessa viestinnässä esille tuoneet, sitä me emme ole kokeneet tärkeäksi...” (Yritys D)

Viestinnästä keskusteltaessa jokainen yritys nostaa esille asiakkaalle viestimisessä sen, että palvelun aikana kerrotaan, miten palveluun osallistuessa tulee toimia. Yrityksellä D on tiloillaan erilaisia opasteita ja kylttejä, kuinka esimerkiksi jätteet lajitellaan sekä luonto kohdataan. Yritykset A ja C korostavat palvelun aikana roskattomuudesta viestintää. Yritys B nostaa edellisten rinnalle vielä turvallisuuden sekä ammattipätevyuden, jossa asiakkaalle kerrotaan selvästi, miten palvelu on turvallisesti sekä riittäväillä pätevyyksillä tuotettua.

Yrityksellä C on Laatu1000 sertifikaatti. Sen laatutyökirja ei kuitenkaan ole avoimesti saatavilla. Yrityksellä B on turvallisuusasiakirja sekä ammattipätevyyttä todistavat asiakirjat, jotka kaikki saatavilla pyydettyä. Yrityksellä D on ympäristösuunnitelmat tehtynä. Sertifikaateista keskusteltaessa korostuu ajatukset lupauksen pitämisestä sekä niiden panoksesta viestintään. Erilaiset sertifikaatit koetaan lupauksia sinetöivinä.

8.7 Tulevaisuus

Tutkimuksen seitsemäs teema tutki yritysten tulevaisuutta. Teeman kautta haluttiin selvittää, minkälaisia vastuullisia investointeja tai kehitystyötä olisi tulevaisuudessa tulossa. Tulevaisuuden näkymät toivat osittain tuloksiin hajontaa, sillä jokainen yritys koki vastuullisuuden painottamisen eri tavalla. Yrityksistä jokainen kertoi, että aikoo jatkaa toimintaansa, kuten tähänkin asti. Roskattomuus ja maalaisjärki kulkevat mukana luonnossa kulkiessa myös tulevaisuudessa. Muita kehitystöitä tai investointeja kerrottiin olevan energian käytön tarkkailu ja sopivan ratkaisun löytäminen, lajittelun monipuolistaminen jokaiselle toiminnan sektorille, vastuulliseen toimintaan tutustuminen, omien tietotaitojen jatkuva päivittäminen niin vastuullisuuden kuin ammattipätevyyden osalta, viestinnän avoimuuden korostuminen sekä esteettömien ratkaisujen löytäminen. Näiden lisäksi ajatuksia oli myös biopolttoaineden sekä työllisyyden parissa, mutta näitä ei nähty vielä ajankohtaisiksi kehitystöiksi.



Kuva 11. Teeman vastuullisuus tulevaisuudessa tulokset

Vastuullisuuden käytänteet, kehitystyö sekä investoinnit nähdään asioina, joihin koetaan tarvittavan taloudellisia panostuksia. Sivutoimisina yrittäjinä yritykset A ja C kertovat, että ovat kiinnostuneita aiheesta haastattelun jälkeen, mutta osallistuvat kehitystyöhön omien voimavarojen mukaan. Yritys A korostaa polttoaineiden kehitystyötä. Mikäli hänen toimintaansa ja budjettiinsa sopivia biopolttoaineita tulee tarjolle, on hän ehdottomasti valmis näitä ottamaan käyttöön ja kehittämään laitteitaan niiden tarvitsemalle tasolle. Tietoista muutostyötä ei kuitenkaan vielä tulevaisuudelle ole, mutta yritykset A ja C ovat aiheesta kiinnostuneita ja tulevat tutustumaan siihen.

“Ilmastojuutuissa on tietysti aika ongelma tämä polttoainetalous. Mitä vähemmän käytetään näitä fossiilisia polttoaineita tai miksi niitä sanotaan. Että kyllä ne ilmastoa saastuttavat, että tietysti, jos teknologia kehittyy, esimerkiksi juuri tämä moottori puolella tämä polttoaine, että pystyy käyttämään ekologisempia vaihtoehtoja biodieseleitä, se on ihan hyvä. Mutta riippuu, mihin se menee se hintapolitiikka, että yrittäjän kannalta pitäisi olla järkevällä tasolla...” (Yritys A)

Yritys B korostaa tulevaisuudelleen työllistämistä. Yritys näkee työllistämisen tärkeänä osana sosiaalista vastuullisuutta. Mikäli toiminta jatkuu kannattavana saattaa tulevaisuuden kehittämistyöhön sisältyä paikallisen nuoren työllistäminen. Tietoisia kehityskohteita yritys B kertoo olevan avoin viestintä, omien tietojen ja taitojen jatkuva päivittäminen, lajittelun monipuolistaminen yritystoiminnan ohella toimivan markkinointipalvelun puolelle sekä esteettömien palveluratkaisujen löytäminen.

“Niin kyllä minulla on toivomus, että joskus työllistäisin siihen jonkun nuoren, esimerkiksi voisin tarjota kesätyöpaikan. Ja olen sitäkin miettinyt, että jos siihen nyt kesällä tulee hirveä yleisöryntäys, niin kysyn joltain nuorelta, että hei haluatko tulla antamaan kajakkeja vuokralle tästä. Että sekin, että työllistää nuoria on osa vastuullisuutta.” (Yritys B)

Yritys D korostaa tulevaisuuden kehitystyössä energiatehokkuutta. Yritys osallistui hankkeeseen, jossa tarkkailtiin yrityksen energian käyttöä. Hankkeen pohjalta yritys teettää parhaillaan tutkimusta ja tarkkailua omista käyttötottumuksista, ja pyrkii sitä

kautta selvittämään mahdollista hukkakäyttöä sekä vastuullisempaa ratkaisua energian tuotannolle.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET TULOKSISTA

Yrityksen arvot antavat vastuulliselle toiminnalle syyn (Elinkeinoelämän keskusliitto, www-sivut 2019). Arvoihin sitoutumalla yritys löytää ne kohdat, joissa voi vastuullisuuttaan toteuttaa vielä vahvemmin. Luonnon monipuolinen säilyminen ja puhtaus koettiin yrityksissä yhtenevästi selkeänä arvona. Tämän kautta on perusteltua, että ympäristölliset asiat nousevat vahvasti tuloksissa esille. Arvoista keskusteltaessa yhteisöllisyys ja yhdessä tekeminen nousivat esille. Vahva verkostoituminen sekä asiakkaista huolehtiminen korostuvat tämän arvon ansiosta myös muissa tuloksissa.

Haastatteluissa ja niiden tuloksissa keskustelu vastuullisuudesta keskittyi ajatukseen vastuusta. Yritykset kokivat olevansa toiminnassaan enemmän vastuussa tekemisistään. Vastuullisen toiminnan määritelmä oli osalle yrityksistä uusi. Keskustelun edetessä kuitenkin haastatteluissa nousi jokaisen vastuullisen liiketoiminnan osa-alueen ajatuksia esille. Yritykset ymmärsivät oman toiminnan vastuun kautta vastuullisen liiketoiminnan osa-alueet, jotka ovat taloudellinen, sosiaalinen ja ekologinen vastuullisuus. Taloudellisen vastuun alta ymmärretty toiminnan kannattavuus oli myös vahvasti esillä tuloksissa. Vaikuttava osa vastuullisen toiminnan osa-alueista oli kuitenkin haastateltavien mielestä asioita, jotka ovat itsestään selviä. Vastuullisuus toteutuu kuitenkin parhaiten, kun se on omaehtoista (EK: n www-sivut 2019). Vapaaehtoinen toiminnan tarkastelu ja vastuullisten toimien käyttöönotto tarkastelun kautta aiheutti hajontaa tuloksissa. Vastuullisuuden yhdistäminen vastuuseen ja velvoitteisiin aiheutti sen, että vastuullisen liiketoiminnan ei osittain ymmärretty olevan asia, johon voi vielä omalla toiminnalla antaa lisäpanostusta.

Yritykset ovat luontomatkailua tuottavia yrityksiä. Heidän toiminnassaan luonnon asema korostuu, sillä luonto on merkittävä tekijä palveluiden toteutumisessa. Yritykset yhdistivät vastuullisen liiketoiminnan vahvasti ympäristöllisiin asioihin, joka myös näkyi tuloksissa, kun kysyttiin vastuullisen toiminnan painottamisesta. Ekologinen

vastuu määrittelee (Ketola 2005, 46; Edelheim & Ilola 2017, 230), että yrityksen tulee ottaa huomioon kokonaisvaltaisesti oma toiminta ympäristössä. Määritelmän alta yritykset ovat omaksuneet erilaisia käytänteitä hyvin vahvasti osaksi toimintaa. Kierrätys, lajittelu, roskattomuus, saastuttaminen, luonnon itseisarvo, luontokokemus, luonnon ja sen varojen säilyminen sekä sen säästäen käyttäminen ovat näitä teemoja, jotka sekä määritelmässä että tuloksissa nousevat esille.

Vastuullisen toiminnan omaehtoisuus näkyi tuloksissa myös vastuullisten käytänteiden konkreettisena näkymisenä. Yritykset ymmärtävät, että toimivat lakien ja säädösten asettamien rajojen sisällä, mutta vapaaehtoinen toiminta hajautti tuloksia. Osalla yrityksistä ei ollut käytössä lainkaan tietoisesti käyttöönotettuja vastuullisuuden käytänteitä. Myöskin ymmärrys siitä, miten tällaista toimintaa voisi lisätä, oli myös kahtiin jakavaa. Oman yritystoiminnan tutkimisen avulla yritys hahmottaa ne tekijät, joissa yrityksen arvot kohtaavat vastuullisuuden (EK: n www-sivut 2019) sekä missä yritys voisi vielä korostaa omaa vastuullisuuttaan. Tuloksista ilmenee, että aiheen uutuus tuo esille myös sen, että vastuullisuuden tutkiminen yritysten sisällä on myös jäänyt vähäiselle huomiolle.

Yritystoiminnan vastuullisuuden kannustimina ymmärrettiin julkishallinnolliset sekä eettiset tekijät. Osa yrityksistä nojasi toimintaansa julkishallinnollisiin tekijöihin, joissa ajatuksena on liiketoiminnan tuottavuus lakien ja säädösten määrittelemissä rajoissa (Rohweder 2004, 83-84; EK: n www-sivut 2019). Yritystoiminnassa ei löydetty lakien noudattamisen ja tuottavuuden rinnalle juuri muuta vastuullisuuteen kannustavaa tekijää, jolloin vastuullisuus ei välity myöskään omaehtoisena. Osalla yrityksistä edellisten lisäksi rinnalle oli noussut eettisiä kannustimia, kuten esimerkiksi kierrättäminen ja luonnontilan säilyttäminen (Rohweder 2004, 88-87).

Se, mikä yritystä motivoi tai kannustaa toimimaan vastuullisesti, löytyy yrityksen omista arvoista ja tavoitteista. Motivaattoreiden kohdalla tuloksissa kuitenkin oli selkeitä yhtäläisyyksiä haastattelujen välillä. Yritykset kokivat, että vastuullisuus toiminnassa on liiketoiminnalle positiivinen vaikutus myynnin, kilpailuaseman ja jatkuvuuden kannalta. Tämän teeman tuloksissa korostuu yritysten esiin nostama arvo, jossa tavoitteena on olla tuottoa tuottava yritys. Myöskin ilmastonmuutos ja ympäristölliset asiat nostettiin esiin motivaatiotekijöinä, sillä osallistuminen

ilmastotalkoisiin koettiin tärkeäksi. Taloudellisten motivaatiotekijöiden sekä vastuullisuuden välillä ilmenee kuitenkin selvä ristiriita osan haastateltujen yritysten tuloksissa. Vastuullisen toiminnan tulisi näkyä selvästi ulospäin erilaisina toimina sekä viestintänä, jotta se olisi eri sidosryhmien saatavilla helpommin. Ulkoiset taloudelliset asiat korostavat yrityksen imagoa, jolla taas saavutetaan luotettavuutta sekä kilpailuaseman vahvistumista. Ilman ulkoista viestintää tai vastuullisuuden välittymistä taloudelliset kannustimet jäävät lähinnä kustannustehokkuuden tarkkailun tasolle (Rohweder 2004, 82-83).

EK: n (www-sivut 2019) monitasoisen vastuullisen liiketoiminnan määritelmän mukaan vastuullisuus on myös sidosryhmät huomioonottavaa. Haastatellut yritykset ymmärtävät sidosryhmien merkityksen omalle toiminnalle erittäin tärkeäksi. Yrityksien esiin nostamista arvoista yhdessä tekeminen ja yhteistyö korostuvat näiden tulosten kautta. Myöskin sosiaalisen vastuun alta paikallisuudesta keskustellaan tuloksissa, kun puhutaan yhteistyöstä ja verkostoitumisesta.

Riippumatta siitä, miten yritykset vastuullisuuden ymmärtävät tai miten sitä käytännössä toteutetaan, vaativat eri tahot avointa viestintää vastuullisuudesta. Sidosryhmät, alihankkijat, asiakkaat, viranomaiset, media ja esimerkiksi työntekijät odottavat saavansa entistä enemmän, avoimempaa ja läpinäkyvämpää viestintää yrityksen vastuullisuudesta. Tämä voidaan ymmärtää markkinoinnikkeinona tai esimerkiksi arvoista kumpuavana toimena. Vastuullisuusviestintä ilmenee tuloksissa vähäisenä. Yrityksistä yksi harjoittaa yleistä ja avointa vastuullisuusviestintää, kun taas valtaosalla yrityksistä viestintä keskittyy asiakkaiden ohjeistukseen ja sisäiseen viestintään. Esitettyjen arvojen, jotka tähtäävät tuottavaan liiketoimintaan puolesta viestinnän puuttuminen on haasteellista. Muuttuva markkinatalous, jossa asiakas on entistä valveutuneempi ja osaavampi etsimään tietoa vastuullisuusviestinnän puuttuminen voi koitua myyntiä heikentäväksi tekijäksi, jota saatetaan jopa kyseenalaistaa. Tulevaisuuden näkymissä kuitenkin yritysten edustajat ilmaisevat mielenkiintonsa viestinnän lisäämistä kohtaan. (Rohweder 2004, 82-83.)

Tulevaisuuden teemoissa esille nousee tuloksissa monia hyviä kehityskohteita, jotka kaikki tukevat vastuullisuuden määritelmää. Niistä tärkeimpänä johtopäätöksissä voisi nostaa esille vastuulliseen toimintaan tutustuminen. Aihetta ei selvästikään koeta

y yrityksissä pakonomaisena, vaan mielenkiintoisena. Vastuullisuus koetaan asiana, johon omien voimavarojen mukaan nähdään, että tulevaisuudessa voidaan panostaa. Täten on perusteltua väittää tutkimuksen olleen positiivinen vaikuttaja sille, että vastuullisuuteen aiotaan perehtyä enemmän tulevaisuudessa.

10 KEHITYSEHDOTUKSIA

Yrityksille vastuullisuus osana liiketoimintaa on vielä pääsääntöisesti uusi käsite. Avatessa määritelmää ja sen laajutta yrittäjät ymmärtävät, että jokainen heistä kuitenkin noudattaa jollain tasolla vastuullisia käytänteitä. Vastuullisuus näkyy yrityksissä pääsääntöisesti lakien ja määräysten noudattamisena sekä nähdään osana palvelun laatua tekemällä sen, mitä luvataan ja niin, että se on turvallista ja sallittua.

Vastuullisuudesta viestimistä pitäisi myöskin lisätä. Yritykset, jotka eivät entuudestaan olleet aiheeseen oivaltaneet vielä tutusta kokivat, että näinkin tärkeästä asiasta pitäisi myöskin pyrkiä viestimään jatkossa virallisempiakin kanavia pitkin. Yritykset kokivat, että vastuullisuus liiketoiminnassa on trendi, johon lähdetään mukaan vain liiketoiminnan markkina-aseman parantamisen vuoksi. Motivaatiotekijä sekin, mutta haastatteluissa nousi esille muutamia ideoita siitä, miten ja missä viestintää kannattaisi harjoittaa, jotta vastuullisuus olisi osana yrityksen arvoja eikä vain tuoton tekijänä. Ideoina esitettiin esimerkiksi se, että sosiaalisen vastuullisuuden alaisuudessa kaupunkien ja kuntien tulisi hyödyntää pienempien yritysten palveluja enemmän samalla viestien toiminnan sosiaalisista eduista sekä yrityksen että toimintaympäristön näkökulmasta.

Vastuullisuus koettiin myöskin asiaksi, joka pitäisi tulla luonnostaan. Monesti se näin vielä onkin, eikä siksi moni yritys edes ymmärrä harjoittavansa vastuullista liiketoimintaa vähintään yhdellä tai useammalla osa-alueella. Erilaisia vastuullisuus tutkimuksia yritysten sisäisesti olisikin tulevaisuudessa hyvä kannustaa tekemään. Tutkimuksia siitä, miten vastuullisuuden teoreettiseen pohjaan nähden yritykset tällä hetkellä toimivat tai voisivat toimia toisin. Kannustus tutkimusten tekemiseen pitäisi lähteä taholta, joka kykenee innostamaan yrityksiä tähän. Se voisi lähteä sellaiselta

taholta, joka maakunnan sisällä yhdistää yrityksiä, kuten kunta tai kaupunki itse tai vaikuttava matkailuorganisaatio.

Vastuullisuus koettiin haastatteluissa myöskin asiana, joka vaatii yritykseltä paljon rahallista panostusta, mikäli erilaisia käytänteitä halutaan ottaa osaksi toimintaa. Ehkäpä tämä on asia, johon viranomaisten kannattaisi tarttua ja tarjota yrityksille vaikka kertaluontoista avustusta johonkin investointiin, työllistämiselle tai jo pelkästään vastuullisuus tutkimuksen teettämiseksi. Haastattelussa nousi esille myös se, että yritykset eivät kaikki ole vielä oivaltaneet vastuullisuuden olemassa oloa sekä se, että innostus tarttua toimeen lähtee myöskin silloin, kun oivaltaa näitä työkaluja tarvitsevansa. Osana viranomaisten kannustamista myöskin viestitään vastuullisuudesta ja sen merkityksestä. Vastuullisuutta ei kuitenkaan mielletä asiaksi, joka pitäisi olla pakollista.

“Mutta, ehkä se on sitten vaan sellainen, kuten esimerkiksi tuo turvallisuusasiakirja, että moni ei ole vaan oivaltanut, että sellainen pitää olla. Kyllä sen moni sitten mielellään tekee, kun ne huomaavat, että sellainen tarvitsisi olla ja sitten ne ehkä tulevat miettineeksi noita asioita enemmän. Ja sillähän turvallisuus edistyy, kun sinä itse mietit asioita. Ei ehkä sitä, että sitä määrätään, mutta vois ainakin viestiä jotenkin näkyvämmiin myös viranomaiset ja totta kai kaikki koulutuslaitoksetkin voi tuoda esiin, et vastuullisuus on tärkeä asia.” (Yritys B)

Tulevaisuuden katsauksen kautta keskusteltiin haastateltujen kanssa myös siitä, miten yleisesti yrityksiä voisi motivoida tai kannustaa ottamaan enemmän vastuullisia käytänteitä osaksi yritystoimintaa. Esille nousi taloudellisten kannustimien rinnalle riittävä informaatio sekä hyödyn konkretisoiminen. Yrittäjille tulisi kehittää jokin kiitetytty vastuullisen liiketoiminnan opas, jossa kerrotaan miten omaa vastuullisuutta voi tutkia, miten sitä voi edistää sekä missä näkyvät ne konkreettiset hyödyt, mitä vastuullisten toimien käyttöönottoaminen yritykselle tuottaa.

11 LUOTETTAVUUSTARKASTELU

Keskeisenä osana tieteellistä tutkimusta, tulee toteuttaa tutkimuksen luotettavuuden tarkastelu (Saranen-Kauppinen & Puusniekka, KvaliMOT www-sivut 2006). Tutkimuksen tulee pyrkiä tiettyihin normeihin ja arvoihin, joita ovat muun muassa rehellisyys, huolellisuus ja tarkkuus, vaatimusten mukaisten ja eettisten menetelmien käyttäminen sekä tutkimuksen suunnitteluun, toteutukseen ja raportointiin liittyvät tekijät (Vuorio, Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2006, 9). Vastuu käytänteiden toteutumisesta normien ja arvojen mukaan koko tutkimusprosessin aikana opinnäytetyössä on tutkijalla.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuustarkastelu koskee koko tutkimusprosessia, sillä tutkimuksesta ei voida selkeästi erotella analyysi- ja luotettavuustutkimusvaiheita. Koko tutkimusprosessin aikana tutkijan on pohdittava tekemiään ratkaisuja sekä samanaikaisesti otettava huomioon analyysin kattavuus ja kokonaisuutena tehdyn työn luotettavuus. Osana laadullisen tutkimuksen luotettavuustarkastelua tarkastellaan myös tutkijan asemaa subjektiivisena tutkimuksen tekovälineenä. (Huttunen, 2013.)

Laadullisen tutkimuksen luotettavuustarkastelua voidaan toteuttaa monin tavoin. Edellisten seikkojen lisäksi tutkimuksen luotettavuutta voidaan tarkastella sillä, onko tutkimus yleistettävissä tai siirrettävissä (Koppa/c, Jyväskylän Yliopiston www-sivut, 2010).

Tutkimuksessa on perusteltu vaihe vaiheelta, miksi on valittu laadullinen tutkimusote tai miksi aineistonkeruu- tai analysointimenetelmä on tutkittavalle ilmiölle suotuisin. Työn jatkuvalla tarkastelulla ja perustelulla pyritään saavuttamaan tutkimukselle luotettavuutta, kun menetelmät ovat valikoituneet tutkimusongelman näkökulmasta.

Opinnäytetyön teemoitettu haastattelurunko on siirrettävissä ja yleistettävissä esimerkiksi muihin matkailun toimialoihin maakunnassa. Teemoitettua haastattelurunkoa voidaan käyttää apuna, kun esimerkiksi halutaan tutkia kattavammin vielä yhden toimialan lisäksi muita matkailualan toimijoita Satakunnan alueella. Tutkimusta voidaan käyttää myös esimerkiksi osana kokonaisuutta, jossa tarkastelun alla on koko matkailuliiketoiminta Satakunnan alueella.

Tutkimusmenetelmäksi valikoitunut teemahaastattelu on rakennettu kokonaisuutta tukevaksi. Teemahaastattelun teemat on jäsennetty selkeään haastattelurunkoon ja ne ovat nousseet opinnäytetyössä käytetystä teoreettisesta tutkimusosiosta. Ilmiön syvällisempää tarkastelua varten on myöskin etukäteen suunniteltu tukikysymyksiä, jotka auttavat tutkijaa hahmottamaan syvällisemmin haastateltavan näkemyksiä. Tällöin myöskään haastattelu ei rakennu vain pääteeman ympärille, vaan värityy teoriasta nousevilla teemoilla. Teemahaastattelun luotettavuutta tukemaan nostetaan myöskin se, että sekä haastattelut että analyysit ja tulkinnat on tehnyt sama henkilö. Analyysi on aloitettu heti haastatteluiden valmistuttua. Haastattelutilanteiden luotettavuutta tukemaan nostetaan tekniset välineet. Haastattelut on nauhoitettu nykyaikaista teknologiaa apuna käyttäen.

Opinnäytetyön teoreettisessa tutkimuksessa käytetyissä lähteissä on käytetty mahdollisimman tuoreita ja monipuolisia lähteitä. Lähteitä ovat internet-lähteet, jotka ovat yritysten virallisilta kotisivuilta, viranomaislähteistä tai esimerkiksi erilaisten oppilaitosten tai kunnallisten hallintoelinten ylläpitämiä verkkosivuja. Kirjallisuuskatsaus pohjautuu alan ammattilaisten julkaisuihin, joita kaikkia myös käytetään oppimateriaalina. Lähdekriittisyydessä on pureuduttu siihen, kuka lähteen sisällön on kirjoittanut ja milloin se on julkaistu. Lähteiksi on valikoitunut vain tuoreimmat, muut kriteerit täyttävät lähteet. Lähdeluotettavuus perustellaan siis edellämaituun perustein.

Tutkimuksen tulokset on lueteltu myös haastatelluilla. Haastatteluun osallistuneet yritykset ovat voineet kommentoida tutkijan saamia tuloksia ennen tutkimuksen julkaisua. Tutkimuksen tulokset osio on lähetetty jokaiselle haastatteluun osallistuneelle yrittäjälle sähköpostilla. Yrittäjiltä ei löytynyt kommentteja tai muokkausehdotuksia tutkimukseen, jolloin voidaan perustella heidän näkökulmasta tutkimuksen olevan myöskin rehellinen ja luotettava. Luetuttamisella haettiin tutkimukselle vahvistusta siinä, että tulokset ovat totuudenmukaisia.

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan opinnäytetyössä tarkastella myös sillä, vastaivatko tulokset asetettuihin tutkimuskysymyksiin ja -ongelmaan. Tutkimuskysymyksinä oli selvittää, miten yrityksissä ymmärretään vastuullinen liiketoiminta ja miten se käytännössä näkyy. Tutkimuksen johtopäätöksissä on esitetty,

että tuloksissa on selvää pirstaloitumista yritysten välillä, vaikka kaikki kuitenkin hahmottavat vastuullisuuden vähimmäisvaatimusten eli lakien ja säädösten noudattamisen. Konkreettiset käytänteet myöskin hajautti tuloksia. Osalla yrityksistä oli selkeitä ja tietoisia käytänteitä vastuullisuuden toteuttamiselle, kun taas osalla nämä nähtiin määräysten kautta. Osa vastuullisuuden käytänteistä nähtiin myös itsestään selvyyksinä, kuten esimerkiksi työntekijöiden kohtelu, joka on toki Suomen lakiinkin kirjoitettu.

12 OMA POHDINTA

Matkailulla on merkittävät vaikutukset monella tasolla. Satakunnan maakunnassa matkailu nähdään alana, jolla on merkittävät kehitysmahdollisuudet. Satakunnan matkailu on löytänyt vakiintuneet kohteensa, mutta esimerkiksi juuri luontomatkailun kohdalla nähdään paljon potentiaalia, jota ei vielä ole hyödynnetty. Satakunnan alueen matkailua halutaan myös vahvistaa sekä sitä halutaan tuoda osaksi Suomen matkailustrategiaa. Osana tätä tarvittua kehitystyötä tarvitaan myös vastuullisen toiminnan saralla jatkuvaa kehitystyötä, jotta alueen matkailu pystyisi kilpailemaan uusista matkailijoista.

Luontomatkailu on Satakunnan alueella vaikuttava osa maakunnan matkailua, sillä alueen luonto tarjoaa lukuisille erilaisille palveluille toimivan toimintaympäristön. Lisääntyvä vastuullisuusviestintä valtakunnallisesti lisää myöskin tarvetta Satakunnan vastuullisen toiminnan kehittämiseksi sekä viestittämiseksi, jotta valveutunut asiakas on jatkossa kiinnostunut myös Satakunnan matkailumahdollisuuksista.

Opinnäytetyön toimeksiantaja pystyy käyttämään tutkimuksen tuloksia tutkimus- ja julkaisutyössään, sillä se löysi vastauksia tutkimuskysymyksiin. Vastuullisuus on alueellisesti Satakunnassa vielä uusi aihe, josta moni yrittäjä ei ole kokonaisvaltaisesti tietoinen tai sen toteuttaminen tapahtuu niin sanotusti yrittäjältä itseltään pimennossa. Täten on perusteltua esittää, että tutkimus antaa esimerkiksi pohjan sille työlle, mitä vastuullisuustietoisuuden levittämiseksi voitaisiin tehdä tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön ja sen tutkimuksen tekeminen oli kaikkine haasteineen monesta näkökulmasta opettava ja mieluisa tehdä. Aiheena vastuullinen matkailuliiketoiminta oli tutkijalle uusi, jota ei ollut aiemmissa opinnoissa juurikaan sivuutettu. Aihe tuntui omalta ja siksi sen kirjallisuuteen oli oikein mielekästä uppoutua. Myöskin haastateltavia yrityksiä oli osin jännittävää, mutta positiivisella tavalla upea kokemus päästä kohtaamaan. Kaiken takana kuitenkin työ toimeksiantajan kanssa oli sujuvaa. Koin saavani rakentavaa palautetta joka kerralla, kun palaveri saatiin sovittua. Koin saavani vastauksen aina, kun sitä tarvitsin. Koin, että työni sekä sen tekeminen ja valmiiksi saattaminen kiinnosti myös toimeksiantajaa itseään suuresti. Koin tullessi kuulluksi ja sain heidän näkemysten rinnalle tuoda myös omiani, joten koen, että lopputulos sisältää myös vivahteen minun näköistäni työtä.

Laadullinen tutkimus oli myös itselle uusi tapa tutkia. Perehdyin etukäteen toki melko kattavasti, miten laadullinen tutkimus ja erityisesti teemahaastattelu toteutetaan, mutta itse haastattelutilanteet olivat tilanteita, joihin ei voinut varautua. Kokemattomana tutkijana koen, että olisin ehkä voinut saada jopa haastatteluista paremmin irti, jos ylipäätään haastatteluiden toteuttaminen olisi ollut tutumpaa. Koen kuitenkin valinneeni loppujen lopuksi tutkimukselleni oikean metodin aineistonkeruulle. Ilmiötä, josta ei voi subjektiivinen tutkija tehdä oletuksia, tulee juuri tutkia avoimen ja vuorovaikutteisen keskustelun avulla.

Kohderyhmän valinta oli vaikea. Matkailuala itsessään on turhan laaja opinnäytetyön toteuttamiselle, joten kohderyhmää täytyi kovalla kädellä rajata aluksi. Päädyin luontomatkailutoimijoihin, sillä itsessään toimialana luontomatkailu on minulle mieluisin. Täten myöskin koin saavani lisämotivaatiota tutkimuksen tekemiselle, kun pääsen kohtaamaan vastaavia yrittäjiä omasta maakunnasta. Lisäksi rajattu kohderyhmä antaa myös sijaa jatkotutkimuksille. Joko voidaan perehtyä vielä tarkemmin jostain vastuullisuuden näkökulmasta luontomatkailijoita, kuten esimerkiksi yrityksen sisäistä vastuullisuustutkimusta, tai vaihtaa toiseen kohderyhmään, jota ei Satakunnasta vielä ole saatu tutkimukseen osallistumaan. Esimerkiksi majoitustoimintaa alueella on runsaasti. Tutkimuksen haastatteluihin on osallistunut vain neljä yritystä, vaikka tavoite oli useampaan sekä niin myös yritettiin. Kuitenkin koen, että neljä yritystä antoi tarpeeksi kattavat vastaukset, sillä hajontaa löytyi runsaasti jo näiden sisällä. Pirstaloituneet tulokset vain kertovat siitä, että uusi ja tuore aihe ei ole vielä

kaikkien tiedossa. Tällöin aineiston kyllästyttäminen tuskin olisi tuonut tuloksille ja erityisesti tutkimuskysymyksille uusia vastauksia.

Opinnäytetyön analysointivaihe oli mielestäni koko tutkimusprosessissa helpoin tehdä. Sain haastatteluista selkeitä vastauksia esittämiini kysymyksiin. Lisäksi jokainen haastattelu muistutti hyvin paljon toisiaan ja vastauksista löytyi helposti erot ja yhteneväisyydet. Analyysin suoritin ensin vanhanaikaisesti kynällä ja paperilla, jonka jälkeen siirsin samat tiedot tiedostomuotoon. Analyysissä yksinkertaisesti yhdistin teeman ja saadut tulokset. Etsin teeman sisäisesti tuloksia, joko yhteneväisyyksiä tai eroja sekä ajatuksia, mitä teeman alta yrityksiltä kumpusi. Tulosten esiinnostaminen oli myöskin mieluisa työvaihe. Vaikka haastatteluja tehdessä osasikin jotenkin mielessään pyöritellä yhtä yhteen, miten samanlaisia tai tyystin erilaisia vastaukset oli, mutta kaikkia kesken verratessaan oli yllättynyt, miten kuitenkin niin kovin erilaisia ajatuksia yrityksillä oli.

Haasteellisinta koko opinnäytetyöprosessissa oli ehkä ajankohta. Luontomatkailutoimijoille kevät on kiireistä aikaa, sillä kevään korvilla alkaa heidän palveluisaan suuri kuhina. Sesonki on käsillä ja yrittäjät kiireisiä. Tämän vuoksi myöskin osaa yrityksistä oli erittäin vaikea tavoitella tai tavoittelu ei onnistunut ollenkaan.

13 TOIMEKSIANTAJAN PALAUTE

Opinnäyte toteutettiin tärkeästä aiheesta, josta oli entuudestaan niukanlaisesti tietoa Satakunnassa. Vastuullisen yritys- ja liiketoiminnan kehittäminen, myös matkailualalla, on liitetty keskisuuriin ja suuriin yrityksiin jotka toimivat globaalisti. Olemassa olevat työkalut, alan kirjallisuus ja käsitteet on luotu näistä lähtökohdista käsin ja kyseisten yritysten toimintaympäristöihin soveltuviksi. On suuri tarve löytää mikroyritysten vastuullisuuden kehittämiseen niille sopivia työkaluja. Opinnäytetyön tulokset toivat lisävalaistusta siihen, mitä ja millaisin työkaluin maakunnan luontomatkailu- tai jopa muidenkin palvelualojen mikroyritysten vastuullisuutta voisi kehittää ja tukea. Voidaankin siis todeta, että tämän opinnäytetyön tulokset ovat hyvin hyödynnettävissä

SAMKin matkailuliiketoiminnan tutkimusryhmässä. (Ruoho, Henkilökohtainen tiedonanto 2019.)

Vaikka tutkimukseen saatiin mukaan vain neljä luontomatkailuyritystä ovat tulokset erittäin kiinnostavat SAMKin matkailuliiketoiminnan tutkimusryhmän tki-työn kannalta. Opinnäytetyön tulokset vahvistivat niitä oletuksia mitä oli olemassa, ja toi paljon uutta, hyödyllistä ja konkreettista tietoa, jonka pohjalta voidaan lähteä ideoimaan vastuullisuuteen liittyvää tki-toimintaa maakunnan luontomatkailuyrittäjyyden tai muiden palvelualojen mikroyrittäjyyden parissa. Kiinnostavaa oli oppia tuloksista, että vastuullisuus koetaan mielenkiintoisena, omista arvoista lähtevänä toimintansa ja se, että vaikka asiat koettiin osittain uusina, yrittäjät nimesivät kuitenkin toimenpiteitä kaikista vastuullisuuden osa-alueista. Ympäristövastuullisuuden ja luonnon korostuminen olivat toisaalta odotettavissa olevia tuloksia. Erityisen kiinnostava tulos oli pyyntö yrittäjille suunnatusta vastuullisen liiketoiminnan oppaasta. Tämän opinnäytetyön tulosten mukaan, vaikka aineisto olikin pieni, maakunnan luontomatkailuyrittäjät ovat erittäin vastuullisia toimijoita. (Ruoho, Henkilökohtainen tiedonanto 2019.)

LÄHTEET

Adamu, H.B-Y. & Yakaya, M.T. Social Responsibility as a Tool toward Economic Growth: Nigerian SMSEs' Participation. Vol 14. Nro 1. 2014. s. 294-207. Luettavissa <http://gssrr.org/index.php?journal=JournalOfBasicAndApplied&page=article&op=view&path%5B%5D=1863&path%5B%5D=1617>. Viitattu 12.4.2019.

Ahomaa. Www-sivut. Matkailijan vastuu. 23.8.2018. Tampere. Luettavissa <https://ahomaa.com/matkailijan-vastuu/>. Viitattu 27.2.2019.

Bios-Tutkimusyksikkö. Www-sivut. Joka päivä on ylikulutuspäivä. 31.7.2018. Luettavissa <https://bios.fi/joka-paiva-on-ylikulutuspäivä/>. Viitattu 14.2.2019.

Business Finland/a. Www-sivut. N.d. Hyvinvointimatkailu. Luettavissa <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/verkostot/matkailu/tuotekehitys-ja-teemat/hyvinvointimatkailu/>. Viitattu 6.3.2019.

Business Finland/b. Www-sivut. Tiedote. 29.10.2018. Suomesta vastuullisen matkailun kärkimaa. Luettavissa <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/tiedotteet/2018/suomesta-vastuullisen-matkailun-karkimaa/>. Viitattu 11.4.2019.

Cambridge University Press. Www-sivut. Dictionary. 2019. Luettavissa <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/greenwashing>. Viitattu 20.2.2019.

Carroll, A.B. Huhtikuu 2001. Models of Management Morality for the New Millennium. Luettavissa https://www.researchgate.net/publication/261826808_Models_of_Management_Morality_for_the_New_Millennium. Viitattu 28.2.2019.

Carroll, A.B. & Näsi, J. 1998. Understanding Stakeholder Thinking: Themes from a Finnish Conference. University of Toronto Press. Toronto. Luettavissa [file:///C:/Users/Vero/AppData/Local/Packages/Microsoft.Microsof-tEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/UnderstandSHThink.BEER-Dec2002%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Vero/AppData/Local/Packages/Microsoft.Microsof-tEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/UnderstandSHThink.BEER-Dec2002%20(1).pdf). Viitattu 9.1.2019.

Castells, M. & Himanen, P. Kestävän kasvun malli – Globaali näkökulma. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 22/2013. 7.11.2013. Luettavissa http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79614/J2213_Kest%C3%A4v%C3%A4n%20kasvun%20malli.%20Globaali%20n%C3%A4k%C3%B6kulma.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Viitattu 10.4.2019.

Cronje, L., Ferreira E.J. & van Antwerpen, S. Marraskuu 2017. African Journal of Business Ethics. Vol. 11 No.1. Responsible business practices: Aspects influencing decision-making in small, medium and micro-sized enterprises. Tiedosto ladattavissa ja luettavissa https://www.researchgate.net/publication/321749955_Responsible_business_practices_Aspects_influencing_decision-making_in_small_medium_and_micro-sized_enterprises. Viitattu 26.2.2019.

Edelheim, J. & Ilola, H. 2017. Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Lapland University press. Rovaniemi. Viitattu 9.1.2019.

Elinkeinoelämän keskusliitto. Www-sivut. 2019. Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä. Luettavissa <https://ek.fi/mita-teemme/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>. Viitattu 14.2.2019.

Elinkeino-, Liikenne- ja Ympäristökeskus ELY-Keskus. Www-sivut. 1.9.2019. Ympäristövaikutusten arviointi. Luettavissa <https://www.ely-keskus.fi/web/ely/ymparisto-vaikutusten-arviointi>. Viitattu 19.2.2019.

EU Ecolabel. Www-sivut. N.d. EU-Ympäristömerkki. Luettavissa <http://eu-ymparistomerkki.fi/eu-ymparistomerkki/>. Viitattu 19.2.2019.

Euroopan Komissio. Knopf, J. & Mayer-Scholl, B. 2013. Julkaisu. Tips and Tricks for Advisors. Corporate Social Responsibility for Small and Medium-Sized Enterprises. Tiedosto ladattavissa ja luettavissa <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjNzemJzsrhAhXi0qYKHcKGCvQQFjAAegQIABAC&url=http%3A%2F%2Fec.europa.eu%2FDocsRoom%2Fdocuments%2F10368%2Fattachments%2F1%2Ftranslations%2Fen%2Frenditions%2Fpdf&usg=AOvVaw0YsOVIMO8qw8KsnTuHQ8fz>. Viitattu 26.2.2019.

Foundation for Environmental Education FEE. Www-sivut. N.d. Luettavissa <http://www.fee.global/green-key-1>. Viitattu 17.2.2019.

Freeman, E., Harrison, J., Wicks, A., Palmar, B. & de Colle, S. 2010. Stakeholder Theory. The State of the Art. Cambridge University Press. Cambridge. Luettavissa http://library.uniteddiversity.coop/Cooperatives/Multi-Stakeholder_Co-ops/Stakeholder%20Theory_%20The%20State%20of%20the%20Art.pdf. Viitattu 9.1.2019.

Friedman, M. A Friedman doctrine – The social responsibility of business is to increase its profits. 13.9.1970. New York Times. Artikkelikooste luettavissa <https://graphics8.nytimes.com/packages/pdf/business/miltonfriedman1970.pdf>. Viitattu 8.4.2019.

Goodwin, H. 2011. Taking responsibility for tourism. Goodfellow. Viitattu 9.1.2019.

Goodwin, H. 2016. Responsible Tourism: Using Tourism for Sustainable development. Goodfellow. Viitattu 20.2.2019.

Green Care Finland. Www-sivut. Green Care määritelmä. N.d. Luettavissa <http://www.gcf Finland.fi/>. Viitattu 17.5.2019.

Green Care Finland. Www-sivut. Palveluntuottajat. N.d. Luettavissa <http://www.gcf Finland.fi/palveluntuottajat/palvelut/>. Viitattu 12.3.2019.

Greentourism. Green Ideas for Tourism for Europe. Erasmus+ projekti. N.d. Luettavissa <http://www.greentourism.eu/fi/Post/Name/SustainableTourism>. Viitattu 9.1.2019.

GreenKey Finland. Www-sivut. N.d. Luettavissa <http://greenkey.fi/kohteet/>. Viitattu 17.2.2019.

Hemmi, J. 2005. /a. Matkailu, ympäristö, luonto: Osa 1. Suomen Pienkustantajat. Viitattu 5.3.2019.

Hemmi, J. 2005. /b. Matkailu, ympäristö, luonto: Osa 2. Suomen pienkustantajat. Viitattu 18.3.2019.

Hentinen, M-J. Kestävän kehityksen mukainen matkailu. Tunne maasi. s.37-39. 2009. Tallinna. Hipputeos Oy. Viitattu 13.3.2019.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2011. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Gaudeamus. Viitattu 27.4.2019.

Hjerppe, R. & Honkatukia, J. Suomi 2025 – Kestävän kasvun haasteet. Valtion taloudellinen tutkimuskeskus. Helsinki. 2005. Luettavissa <https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/148666/j43.pdf?sequence=1>. Viitattu 10.4.2019.

Huttunen, R. Alkuperäinen Haltia, N. & Nieminen, M. Utu. Julkaisu. 13.3.2013. Luotettavuus. Luettavissa <http://users.utu.fi/rakahu/luotettavuus.ppt?viewType=Print&viewClass=Print>. Viitattu 29.4.2019.

Joutsenvirta, M., Halme, M., Jalas, M. & Mäkinen, J. 2011. Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa, Gaudeamus Helsinki University Press. Helsinki. Viitattu 9.1.2019.

Kananen, J. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. 2017. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisu-sarja. Suomen Yliopistopaino – Juvenes Print. Jyväskylä. Viitattu 25.4.2019.

Ketola, T. 2001. Vastuullinen liiketoiminta: Sanoista teoiksi. Edita Publishing Oy. Helsinki. Viitattu 9.1.2019.

Koivula, E. & Saastamoinen, O. 2005. Näkökulmia luontomatkailuun ja sen tulevaisuuteen. Joensuun Yliopisto. Luettavissa http://epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_952-458-725-4/urn_isbn_952-458-725-4.pdf. Viitattu 5.3.2019.

Konu, H. Tyrväinen, L. Pesonen, J. Tuulentie, S. Pasanen, K & Tuohino, A. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta/c. Julkaisusarja 45/2017. Uutta liiketoimintaa kestävän luontomatkailun ja virkistyskäytön ympärille – Kirjallisuuskatsaus. Huhtikuu 2017. Luettavissa http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79836/45_VIRKEIN_.pdf. Viitattu 6.3.2019.

Koppa/a. Jyväskylän Yliopiston www-sivut. Menetelmäpolku. 23.4.2015. Luettavissa <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku>. Viitattu 25.3.2019.

Koppa/b. Jyväskylän Yliopiston www-sivut. Kokonaistutkimus, otanta ja harkinnanvarainen näyte. 10.4.2015. Luettavissa <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineistonhankintamenetelmat/kokonaistutkimus-otanta-ja-harkinnanvarainen-naeyte>. Viitattu 25.3.2019.

Koppa/c. Jyväskylän Yliopiston www-sivut. Tutkimuksen toteuttaminen. 9.3.2010. Luettavissa <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/tutkimusprosessi/tutkimuksen-toteuttaminen#tutkimustulosten-luotettavuus>. Viitattu 29.4.2019.

Kuluttajaliitto. Www-sivut. N.d. Yhteiskuntavastuu. Luettavissa <https://www.kuluttajaliitto.fi/tietopankki/turvallisuus-ja-riskit/yhteiskuntavastuu/>. Viitattu 28.2.2019.

Könnölä, T. & Rinne, P. 2001. Elinehtona eettisyys: Vastuullinen liiketoiminta kilpailuetuna. Gaia Group Oy & Kauppakaari. Talentum Media Oy. Tampere. Viitattu 9.1.2019.

Luonnonvarakeskus LUKE. Www-sivut. VirKein -hanke. 2016. Luettavissa <https://www.luke.fi/projektit/virkein/>. Viitattu 11.3.2017.

McVeigh, T. Rantapallon www-sivut. 2.9.2015. Näin majoitut vastuullisesti – kolme vinkkiä. Luettavissa <https://www.rantapallo.fi/asiantuntijat/vastuullinen-matkailu-asiantuntijat/nain-majoitut-vastuullisesti-kolme-vinkkia/>. Viitattu 17.2.2019.

Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRa Ry. 2018. Julkaisu. Vastuullinen yritystoiminta matkailu- ja ravintola-alalla. https://mara.fi/site/attachments/vastuullinen_yritystoiminta.pdf. Viitattu 9.1.2019.

Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRa Ry. 2016. Www-sivut. Vastuullisuus. Luettavissa <https://mara.fi/toimiala/toimialan-vastuullisuus>. Viitattu 17.2.2019.

Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRa Ry. 2018. Www-sivut. Ympäristövastuu. Luettavissa <https://mara.fi/toimiala/toimialan-vastuullisuus/vastuu-ymparistosta>. Viitattu 17.2.2019.

Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRa Ry. 2018. Www-sivujen tietopaketti vastuullisuudesta. Toimialan vastuullisuus. <https://mara.fi/toimiala/toimialan-vastuullisuus>. Viitattu 9.1.2019.

Metsähallitus. Kestävän matkailun periaatteet. 2016. Luettavissa http://www.metsa.fi/documents/10739/1486966/Kestavan_matkailun_periaatteet_2016.pdf/a841a17b-9116-438d-8fda-c1b99dba3488. Viitattu 9.1.2019.

Metsähallitus. Www-sivut. Luontomatkailun yritystoiminta valtion alueilla. 2.11.2016. Luettavissa <http://www.metsa.fi/luontomatkailun-yritystoiminta>. Viitattu 13.3.2019.

Metsähallitus. Www-sivut. Kestävän matkailun periaatteet. 28.3.2018. Luettavissa <http://www.metsa.fi/kestava-luontomatkailu>. Viitattu 13.3.2019.

Pastrana, N.A. & Sriramesh, N. 2014. Public Relations Review. Vol 40. Issue 1. Corporate Social Responsibility: Perceptions and practices among SMEs in Colombia. p. 14-24. Koko artikkeli ladattavissa <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811113001392?via%3Dihub>. Viitattu 12.4.2019.

Posiva Oy. Www-sivut. N.d. Ympäristövaikutusten arviointimenettely. Luettavissa [http://www.posiva.fi/loppusijoitus/ydinjatehuolto/luvat_ja_menettelyt/ymparistovaiikutusten_arviointimenettely_\(yva\)#.XGvcifZuIaA](http://www.posiva.fi/loppusijoitus/ydinjatehuolto/luvat_ja_menettelyt/ymparistovaiikutusten_arviointimenettely_(yva)#.XGvcifZuIaA). Viitattu 19.2.2019.

Päättäjien Metsäakatemia. Seminaarijakso. 6.5.2015. Majvik. Luontomatkailun tulevaisuus Suomessa. Luettavissa https://smy.fi/wp-content/uploads/2015/05/PM38_Miia-Porkkala_teksti.pdf. Viitattu 6.3.2019.

Reilun matkailun yhdistys. Www-sivut. 2018. Luettavissa <http://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/mita-on-reilu-matkailu/>. Viitattu 9.1.2019.

Renfors, S-M. /a. Luonnon matkailullinen hyödyntäminen Satakunnassa – Luontomatkailuohjelman aineistoraportti. 2016. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Sarja B. Raportit 3/2016. Pori. Viitattu 14.3.2019.

Renfors, S-M. /b. Satakunnan luontomatkailuohjelma 2025. 2016. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Sarja B. Raportit 4/2016. Pori. Viitattu 14.3.2019.

Renfors, S-M. Satakunta luontokokemusta – luonnon tuotteistamisen teemat Satakunnassa. 2017. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Sarja B. Raportit 9/2016. Pori. Viitattu 15.3.2019.

Renfors, S-M. Räsänen, P. & Berg, M. Outdoors Finland – Satakunnan vetovoiman kehittäminen valtakunnallisena ja kansainvälisenä luontomatkailukohteena. 2015. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Sarja B. Raportit 6/2015. Pori. Viitattu 14.3.2019.

Rohweder, L. 2004. Yritysvastuu – Kestävää kehitystä organisaatiotasolla. WSOY. Porvoo. Viitattu 9.1.2019.

Routio, P. Tuotetieto. Teemahaastattelu. Taideteollinen Korkeakoulu. Virtuaaliyliopisto. N.d. Luettavissa http://www2.uiah.fi/virtu/materiaalit/tuotetiede/html_files/1364_empiir.html#teemahaas. Viitattu 25.3.2019.

Ruoho, J. Henkilökohtainen tiedontanto, 13.11.2018. Viitattu 9.1.2019.

Ruoho, J. Henkilökohtainen tiedonanto. 9.5.2019. Viitattu 9.5.2019.

Saarinen, J. Metla. Työraportteja 20. Luontomatkailun kehittäminen ja tutkimus Suomessa. N.d. Luettavissa <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2005/mwp020-14.pdf>. Viitattu 11.3.2019.

SF-Caravan Ry. Www-sivut. Tiedote. 28.4.2009. EU-ympäristömerkki Kuninkaanlahteelle. Luettavissa <https://www.karavaanarit.fi/ajankohtaista/uutiset/eu-n-ymparistomerkki-kuninkaanlahteelle/>. Viitattu 19.2.2019.

Satakuntaliitto. Satakunnan maakuntaohjelma 2018-2021. 18.3.2017. Luettavissa <http://www.satakuntaliitto.fi/sites/satakuntaliitto.fi/files/tiedostot/Satakurssi/Matkailu%20%28TKI%29%208.3.2017%20KTU.pdf>. Viitattu 17.3.2019.

Satakunnan yrittäjät. Www-sivut. Matkailun kautta työllisyyttä ja tuloja kuntiin. 28.7.2016. Luettavissa <https://www.yrittajat.fi/satakunnan-yrittajat/a/uutiset/539031-matkailun-kautta-tyollisyytta-ja-tuloa-kuntiin>. Viitattu 17.3.2019.

Satamatkaamaalle. Www-sivut. Vahela, S. Satakunnan matkailu – onko sillä väliä?. 2014. Luettavissa <https://www.satamatkaamaalle.fi/blogi/satakunnan-matkailu-onko-silla-merkityst>. Viitattu 19.3.2019.

Satamittari. Tiedote. RegTour-malli: matkailu työllistää jopa 10 000 Satakunnassa ja Varsinais-Suomessa. 27.11.2013. Luettavissa <http://www.satamittari.fi/sites/satamittari.fi/files/tiedostot/linkki1ID562.pdf>. Viitattu 19.3.2019.

Satamittari. Www-sivut. Alueellisen matkailun tutkimusohjelma. 11.11.2018. Luettavissa http://www.satamittari.fi/ALUEELLISEN_MATKAILUN_TUTKIMUSOHJELMA. Viitattu 19.3.2019.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Verkkojulkaisu. 2006. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Luettavissa https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_2.html. Viitattu 25.3.2019.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. KvaliMOT – Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tutkimuksen luotettavuus ja arviointi. 2006. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Luettavissa https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3.html. Viitattu 29.4.2019.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto. Sisältöanalyysi. Verkkojulkaisu. 2006. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Luettavissa https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_2.html. Viitattu 24.4.2019.

Satakunnan Ammattikorkeakoulu. Www-sivut. Henkilöhaku. N.d. Luettavissa <https://www.samk.fi/yhteystiedot/henkilohaku/>. Viitattu 10.4.2019.

Sauroja, A. Ympäristömerkintä Suomi Oy. Www-sivut. 24.2.2016. Varo Viherpesua. Luettavissa <https://joutsenmerkki.fi/varo-viherpesua/>. Viitattu 20.2.2019.

Sitra. Www-sivut. Luonto ja terveys. N.d. Luettavissa <https://www.sitra.fi/aiheet/green-health/>. Viitattu 12.3.2019.

Suomen YK-Liitto. Www-sivut. N.d. Helsinki. Luettavissa <https://www.yk-liitto.fi/yk70v/kulttuurinen>. Viitattu 12.2.2019.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 2009. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Viitattu 25.4.2019.

Turunen, A. Helsinki Declaration. Kestävän matkailun infopaketti. SMAL www-sivut. N.d. Luettavissa <http://www.smal.fi/loader.aspx?id=2989a1e4-a78f-4e3a-981f-2663b4398e07>. Viitattu 9.1.2019.

Tyrväinen, L. & Järviluoma, J. Kohti kestävästä luontomatkausta. 2006. Rovaniemi. Lapin Yliopisto. Viitattu 13.3.2019.

Työ- ja Elinkeinoministeriö. Lokakuu 2009. Vastuullinen yrittäjyys pk-yrityksissä. Turun kauppakorkeakoulun vastuullisen liiketoiminnan keskuksen julkaisema esite. Viitattu 9.1.2019.

Työ- ja Elinkeinoministeriö TEM. Suomen matkailun tulevaisuuden näkymät – Katse vuoteen 2030. Julkaisu 4/2014. 12.1.2014. Luettavissa <https://tem.fi/documents/1410877/2871099/Suomen+matkailun+tulevaisuuden+nakymat+17012014.pdf>. Viitattu 27.2.2019.

United Nations Environment Programme UNEP & United Nations World Tourism Organization UNWTO. Making Tourism More Sustainable – A Guide for policy makers. 2005. Luettavissa <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>. Viitattu 12.2.2019.

University of Eastern Finland UEF. Www-sivut. 28.4.2017. Luontomatkailussa korostuu matkailun kestävyys. Luettavissa <https://www.uef.fi/-/luontomatkailussa-korostuu-matkailun-kestavyys>. Viitattu 6.3.2019.

Vahela, S. Henkilökohtainen tiedonanto. Pori. 8.4.2019. Viitattu 10.4.2019.

Valtionkonttori. Verkkolehti. 2009. Eettinen johtaminen. Kaiku-viesti. Lehti hyvinvoinnista ja riskienhallinnasta. Luettavissa <http://www.valtiokonttori.fi/download/no-name/%7B10A67C63-01DD-4004-AC2E-95EF4BEAE5B0%7D/78735>. Viitattu 14.2.2019.

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmalvelut: matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. WSOY. Viitattu 9.1.2019.

VirKein- raportti. Eskelinen, P. Lehtoranta, V. Nummelin, T. Pellikka, J. Pouta, E. Sievänen, T. & Tyr-väinen, L. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisu 84/2017. 2017. Helsinki. Luettavissa http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160410/84_Virkein%20raportti%20TP1%2015122017_FINAL2.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Viitattu 9.1.2019.

VisitFinland. Julkaisu. Matkailustrategia 2020. Kevät 2009 – kesä 2010. Luettavissa http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/Matkailustrategia_020610.pdf. Viitattu 27.3.2019.

Vuorio, E. Tutkimuseettinen neuvottelukunta. Tutkimusetiikkaa kouluttajille: Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (TENK) toiminta vuonna 2006. Julkaisu. 10.4.2006. Luettavissa https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Eero_Vuorio_0.pdf. Viitattu 29.4.2019.

World Tourism Organization. UNWTO. Www-sivut. Julkaisu. 27.9.2017. World Tourism Day 2017 addresses the power of sustainable tourism for development. Luettavissa <http://media.unwto.org/press-release/2017-09-27/world-tourism-day-2017-addresses-power-sustainable-tourism-development>. Viitattu 20.2.2019.

World Tourism Organization UNWTO. Www-sivut. Julkaisu. 2015. Tourism and the Sustainable Development Goals. PDF-julkaisu ladattavissa ja luettavissa <http://icr.unwto.org/publication/tourism-and-sustainable-development-goals>. Viitattu 20.2.2019.

World Tourism Partnership. Www-sivut. Taking responsibility for making tourism more sustainable. 2019. International Conference on Responsible Tourism in Destinations. 2002. The Cape Town Declaration. Cape Town. Luettavissa <https://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/>. Viitattu 20.2.2019.

Yhdistyneet Kansakunnat YK. Www-sivut. Agenda2030 - kestävä kehityksen tavoitteet. 3.7.2018. Luettavissa <https://www.yk.fi/sdg>. Viitattu 11.4.2019.

Ympäristöhallinto. Ympäristö www-sivut. 23.10.2018. Ympäristövaikutusten arviointi. Luettavissa https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Asiointi_luvat_ja_ymparistovaikutusten_arviointi/Ymparistovaikutusten_arviointi. Viitattu 19.2.2019.

Ympäristöministeriö. Kulttuuriympäristöstrategia vuosille 2014-2020. 20.3.2014. Luettavissa https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/43197/Kulttuuriymp%C3%A4rist%C3%B6strategia_2014.pdf?sequence=1. Viitattu 11.3.2019.

Ympäristöministeriö. Www-sivut. 26.6.2017. Helsinki. Luettavissa http://www.ymparisto.fi/fi-fi/ymparisto/kestava_kehitys/mita_on_kestava_kehitys. Viitattu 12.2.2019.

Kuvat:

Kuva 1. UNTWO: n kestävä kehityksen tavoitteet. SDG World Tourism Organisation UNWTO. Julkaisu. 2015. Tourism and the Sustainable Development Goals. PDF-julkaisu ladattavissa ja luettavissa <http://icr.unwto.org/publication/tourism-and-sustainable-development-goals>. Viitattu 12.5.2019.

Kuva 2. Valtioneuvoston kestävä kasvun malli. Castells, M. & Himanen, P. Kestävä kasvun malli – Globaali näkökulma. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 22/2013. 7.11.2013. s. 23. Luettavissa http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79614/J2213_Kest%C3%A4v%C3%A4n%20kasvun%20malli.%20Globaali%20n%C3%A4k%C3%B6kulma.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Viitattu 12.5.2019.

Hei!

Olen kolmannen vuoden restonomiopiskelija Satakunnan ammattikorkeakoulusta. Teen opinnäytetyötäni koskien maakunnan mikrokokoisten luontomatkailua tuottavien yritysten vastuullisuudesta. Tutkimusta tullaan käyttämään pohjatietona sekä uusille tutkimuksille että matkailuliiketoiminnan tutkimusryhmän julkaisujen pohjana. Vastuuta yritys kantaa monesta asiasta, mihin sen oma toiminta koskettaa. Vastuullisen toiminnalla tavoitellaan kestäväää kehitystä, joka vastaa nyky-yhteiskunnan muutoksiin sekä vaatimuksiin. Tutkimuksen teoreettinen osuus perehtyy siihen tietotaitoon ja tutkimuksiin, joita vastuullisuudesta on jo olemassa.

Vastuullista liiketoimintaa on tutkittu valtakunnallisesti sekä kansainvälisesti viime vuosina paljon. Satakunnassa kuitenkin vastaavaa tutkimusta ei ole aiemmin tehty, joten tutkimukseen osallistumisella kartoitetaan tärkeää tietoa tutkimusryhmälle siitä, mikä tilanne on maakunnassamme tänä päivänä.

Tutkimusta varten tavoitellaan Satakunnan alueella vaikuttavia ja toimivia luontomatkailualan mikrokokoisia yrityksiä. Haastattelut toteutetaan teemahaastatteluin, jossa haastattelutilanne on vuorovaikutustilanne haastattelijan ja haastateltavan keskustelusta yritykselle luonnollisissa tiloissa. Haastattelut tullaan litteroimaan ja analysoimaan sekä käyttämään osana opinnäytetyöni tutkimusosiota anonyymisti niin, ettei vastauksia ja vastaajia voida yhdistää. Alla on esitelty haastattelurunko, johon yrityksessä voidaan jo etukäteen tutustua ennen haastattelutilannetta.

Ystävällisin terveisin,

Veronica Koskela

p. 045 6256 6292

veronica.koskela@student.samk.fi

1301145

Satakunnan ammattikorkeakoulu

Haastattelurunko

1. Yrityksen perustiedot
 - a. Yrityksen nimi, koko, omistajat, toimiala ja minkälaisia palveluja tuottaa?

- b. Arvot, arvomaailma tai filosofiat: Onko jokin, joka ohjaa toimintaa tai johon toiminta perustuu?
- 2. Vastuullisuuden määrittely
 - a. Miten yrityksessä määritellään ja ymmärretään vastuullinen liiketoiminta?
 - b. Vastuullisuutta tarkastellaan kolmen tason avulla, taloudellinen, sosiaalinen ja ekologinen vastuullisuus. Miten nämä kolme tasoa yritys ymmärtää?
- 3. Vastuullinen yritystoiminta
 - a. Mihin vastuullisuuden osa-alueeseen yritys on erityisesti panostanut?
 - b. Minkälaisia vastuullisia liiketoimintaan liittyviä käytänteitä ja ratkaisuja yrityksessä on?
 - c. Tärkeintä vastuullisuudessa liiketoiminnassa? Miksi?
- 4. Motivaatio
 - a. Miksi em. ratkaisuihin on päädytty?
 - b. Mitkä ovat ne motivaatiotekijät tai syyt, jotka kannustavat yritystä vastuullisiin ratkaisuihin ja käytänteisiin?
- 5. Sidosryhmien rooli
 - a. Mainitkaa yrityksen tärkeimmät sidosryhmät
 - b. Mikä asema heillä on, kun tarkastellaan erityisesti vastuullisuuden näkökulmasta?
- 6. Tulevaisuus
 - a. Miten vastuullisuus ilmenee yrityksen toiminnassa tulevaisuudessa? Miten konkreettisesti ja miksi tällaisiin ratkaisuihin on päädytty?
 - b. Onko näkyvissä jotain investointeja tai kehitystyötä, joka ohjaisi yritystä toimimaan vastuullisemmin?
- 7. Viestintä
 - a. Mistä, miten ja missä yritys viestii vastuullisuudesta asiakkailleen ja henkilökunnalleen?