

## HimosMaailma Oy – ympäristövastuullista liiketoimintaa Jämsän matkailualueella

Satu Riipinen

Opinnäytetyö

Matkailun liikkeenjohdon

koulutusohjelma

2012



<p><b>Tekijä</b> Satu Riipinen</p>	<p><b>Aloitusvuosi</b> 2009</p>
<p><b>Raportin nimi</b> HimosMaailma Oy -ympäristövastuullista liiketoimintaa Jämsän matkailualueella</p>	<p><b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 40+3</p>
<p><b>Ohjaajat</b> Mia Tarhanen, Kristiina Havas</p>	
<p>Opinnäytetyön taustalla oli tekijän kiinnostus tutkia Jämsän matkailualueen ja matkailukeskus Himoksen verkostoyrityksen toimintaa. HimosMaailma Oy vastasi haasteeseen, että opinnäytetyöstä on apua yrityksen ajankohtaisen hiilijalanjälkihankkeen prosessissa. Opinnäytetyö on produktiivinen, jossa on myös tutkimustyyppisen työn piirteitä. Opinnäytetyö laaditaan toimeksiantona HimosMaailma Oy:lle ja sen osakasyrityksille. Tavoitteena oli laatia osakasyrityksille käsikirja ympäristövastuulliseen liiketoimintaan. Käsikirjan tarkoituksena on nostaa esille ympäristövastuullisen liiketoiminnan tärkeys: ympäristövastuullisuus on oltava osa yrityskulttuuria ja tapa toimia joka päivä.</p> <p>Tietoperusta rajattiin käsittelemään ympäristövastuullista liiketoimintaa, kestävä matkailua ja ympäristöjohtamista. Opinnäytetyötä varten tehtiin kaksi tutkimusta: 1) kehittämistyön alussa ja 2) käsikirjan testausvaiheessa. Tutkimukset laadittiin kvalitatiivisina eli laadullisina tapaustutkimuksina. Tutkimusmenetelminä käytettiin teemahaastattelua ja puolistrukturoitua kyselylomaketta. Tutkimuksien tulokset analysoitiin sisällönanalyysin avulla.</p> <p>Kehittämistyön alun tutkimuksen tulos oli, että osakasyritykset ovat ympäristövastuullisia, mutta eivät tiedosta tai hyödynnä tätä toiminnan potentiaalia viestinnässään. Käsikirjan testausvaiheen tutkimuksen tulos oli, että veturiyrityksen ympäristövastuullinen liiketoiminta on esimerkiksi huolehdittu, yrityksellä on strategiset tavoitteet ja toimenpidesuunnitelmat ympäristövastuullisuuden kehittämiseksi.</p> <p>Käsikirja käsittelee mitä on ympäristövastuullinen liiketoiminta ja mitkä ovat sen tavoitteet. Käsikirja perehdyttää ympäristöjohtamiseen ja jokainen osakasyritys oppii liitettävään ympäristövastuullisuuden osaksi liiketoimintojaan. Käsikirja julkaistaan PDF-versiona ja toimitetaan jokaiselle osakasyritykselle syksyn 2012 aikana. Yritykset täyttävät ohjeistuksen ja kysymyksien avulla omasta liiketoiminnastaan kuvauksen. Käsikirja kannustaa osakasyrityksiä kehittämään jatkossa ympäristövastuullisuuttaan ja ympäristövastuullisuuden markkinointiviestintää muille sidosryhmille.</p>	
<p><b>Asiasanat</b> Ympäristövastuullinen liiketoiminta, ympäristöjohtaminen, kestävä matkailu, verkostoituminen, Jämsä</p>	

Training program of the business management of the tourism

<p><b>Author</b> Satu Riipinen</p>	<p><b>Year of entry</b> 2009</p>
<p><b>The title of thesis</b> <b>HIMOSMAAILMA OY - ENVIRONMENTALLY RESPONSIBLE BUSINESS IN THE TOURIST AREA OF JÄMSÄ</b></p>	<p><b>Number of pages and appendices</b> 40+3</p>
<p><b>Supervisors</b> Mia Tarhanen, Kristiina Havas</p>	
<p>This bachelor's thesis was inspired by the author's personal interest, which led her to study the operation of a network company in the tourism area of Jämsä and in a tourist centre Himos. The HimosMaaailma Oy agreed that the thesis could help in the current project concerning the carbon footprint of the company. The thesis is product type including features of a study. It was an assignment to HimosMaaailma Oy and its shareholder companies. The objective was to draw up a manual to the shareholder companies concerning environmentally responsible business. The purpose of the manual is to bring up the importance of environmentally responsible business: the environmental responsibility must be a part of the enterprise culture and a way to operate, every day.</p> <p>The theory is limited to discuss environmentally responsible business, sustainable tourism and environmental management. Two studies are conducted: 1) at the beginning of the development work and 2) at the testing stage of the manual. The studies are qualitative case studies. A theme interview and a semi-structured questionnaire are used as research methods. The results are analyzed with the help of the content analysis.</p> <p>The result of the beginning study showed that the shareholder companies are environmentally responsible but do not realize it or utilize this potential in their public relations. The result of the testing stage of the manual indicated that the environmentally responsible business is well established and the company has strategic objectives and action plans to develop the environmental responsibility.</p> <p>The manual focuses on environment responsible business and what are its obligations. The manual initiates the reader in environmental management and every shareholder company learns to connect environmental responsibility as part of its business activities. The manual is published as a PDF document and delivered during the time of the fall of 2012 to every shareholder company. The companies fill in a description from their own business with the help of the instructions and questions. The manual encourages the shareholder companies to develop their environment responsibility and the marketing communication concerning environment responsibility for other interest groups in the future.</p>	
<p><b>Key words</b> Environmentally responsible business, environmental management, sustainable tourism, networking, Jämsä</p>	

# Sisällys

1	Johdanto .....	2
2	Ympäristövastuullinen liiketoiminta .....	4
2.1	Kestävä kehitys .....	5
2.2	Ympäristövastuun määrittely .....	7
2.3	Visiona kestävä matkailu .....	8
2.3.1	Ympäristövaikutusten tunnistaminen .....	9
2.3.2	Sidosryhmien odotusten tunnistaminen .....	10
2.4	Strateginen valinta ja ympäristöstrategia.....	12
2.5	Yrityksen ympäristöpolitiikka .....	14
3	Ympäristöjohtaminen .....	15
3.1	Ympäristöohjelma .....	15
3.2	Ympäristöjohtamisen käytännön välineet .....	16
3.2.1	ISO 14001 ja EMAS.....	16
3.2.2	Joutsenmerkki ja EU-kukka .....	17
3.2.3	MIPS ja hiilijalanjälki .....	18
3.3	Ympäristöviestintä ja ympäristöraportointi .....	19
3.4	Edut sidosryhmien ja liiketoiminnan kannalta .....	20
3.5	Edut kestävän matkailun kannalta.....	22
4	HimosMaailma Oy - ympäristövastuullista liiketoimintaa Jämsän matkailualueella..	24
4.1	HimosMaailma Oy .....	24
4.2	Jämsän matkailualue ja matkailukeskus Himos .....	26
4.3	Hiilijalanjälkihanke .....	28
4.3.1	Suomen hiihtokeskusten ympäristövastuullisuus .....	28
4.3.2	Kansainväliset edelläkävijät .....	30
4.4	Tutkimustulokset.....	30
5	Käsikirja ympäristövastuulliseen liiketoimintaan .....	31
5.1	Käsikirjan tarpeellisuus .....	31
5.2	Projektisuunnitelma .....	32
5.2.1	Prosessi käsikirjan laatimiseksi.....	32
5.2.2	Prosessi Blueprintin laatimiseksi hiilijalanjälkimittariin .....	34

5.3	Tutkimustulokset.....	35
6	Pohdinta .....	36
6.1	Johtopäätökset.....	37
6.2	Kehittämisehdotukset.....	39
6.3	Lopuksi .....	40
	Lähteet.....	41
	Liitteet.....	50
	Liite 1. Teemahaastattelun muistio 15.11.2011 .....	51
	Liite 2. Yhteistyöpyyntö osakasyrityksille 6.2.2012.....	52
	Liite 3. Käsikirja ympäristövastuulliseen liiketoimintaan 2012.....	53

# 1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö on kehittämisperusteinen, produktityyppinen opinnäytetyö. Opinnäytetyön toimeksiantaja on HimosMaailma Oy. HimosMaailma Oy on perustettu vuonna 2008 Jämsän alueen 70 pienten ja keskisuurten yritysten veturiyritykseksi ja yritys on osakkaidensa myynti- markkinointi- ja kehittämisyritys. Jämsän matkailualueella oli 28 vuotta sitten vain leirintäalue. Matkailualueen kokonaisvaltainen kehittämissuunnitelma vuonna 2004 käynnisti alueen kehittymään suureksi matkailukeskukseksi. Nyt matkailualueen tavoitteena on vuoteen 2015–2020 mennessä rikkoa miljoonan yöpyjän raja vuodessa.

Opinnäytetyön taustalla oli kiinnostus tehdä verkostotutkimus, jota ehdotin HimosMaailma Oy:lle. Toimitusjohtaja Tarja Uusipaasto vastasi haasteeseen, että he haluavat nostaa ajankohtaisen hiilijalanjälkihankkeen myötä ympäristövastuullisuuden vetovoi-  
matekijäksi ja opinnäytetyöstäni tulisi olemaan hyötyä tässä prosessissa. Opinnäytetyö on käytännönläheistä jatkoa HimosMaailma Oy:n hiilijalanjälkihankkeelle. HimosMaailma Oy:n hiilijalanjälkihanke on Matkailun- ja elämystuotannon osaamisklusterin käynnistämä projekti, jossa on luotu matkailukeskuksen hiilijalanjälkilaskentamalli. Mukana yritys- ja tuotekohtaisessa vertailussa on 30 HimosMaailma Oy:n osakasyritystä. Projektin myötä HimosMaailma Oy:n asiakkaat voivat saada konkreettista ympäristötietoa ja laskea oman hiilijalanjälkensä HimosMaailma Oy:n palveluihin liittyen. (Matkatieto 2012.)

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys muodostuu ympäristövastuullisesta liiketoiminnasta, kestävästä matkailusta ja ympäristöjohtamisesta. Teoriaperustan tiedot koostuvat kirjallisuudesta, artikkeleista, Internetin lähteistä, yritysten, yhteisöjen tai julkisen sektorin tuottamista raporteista ja muista dokumenteista.

Ympäristövastuullisuus on osa kaikkien yritysten liiketoimintaa ja yritysten tulee vastata liiketoimintojensa ympäristövaikutuksista. Vapaaehtoisessa ja laajemmassa ympäristövastuullisessa liiketoiminnassa yritykset ottavat ympäristöasiat osaksi jokapäiväistä toimintaa ja yrityskulttuuria. Ympäristövastuullisuus tulee olemaan tulevaisuudessa kilpailutekijä ja ohjaavan yritysten tapoja toimia mm. kiristyvän lainsäädännön, kustan-

nushyötyjen ja eettisten arvojen vuoksi. Myös yleinen huoli ilmastonmuutoksesta ja hiilijalanjäljen laskenta kotitalouksista yrityksiin, on muodostunut keskeiseksi ympäristöasioiden hallinnan mittariksi.

Opinnäytetyön tavoitteena oli laatia käytännönläheinen, kompakti käsikirja HimosMaailma Oy:n osakasyrityksille. Käsikirjaan laaditaan HimosMaailma Oy matkailuklusteri, jonka runko on samanlainen kuin Suomen matkailuklusteri 2020 ja tähän otetaan paikallinen tulkinta HimosMaailma Oy:n toimintaympäristöstä ja sidosryhmistä. Käsikirja haastaa yrittäjän itse tunnistamaan liiketoimintansa ympäristövastuullisuuden nykytilan. Käsikirjan tekstiosan ja kysymyksien avulla yritys käy läpi ympäristövastuullisen liiketoiminnan keskeiset edellytykset ja perehtyy ympäristöjohtamiseen. Yritys oppii yhdistämään ympäristöasiat osaksi liiketoimintojaan ja havaitsee kehittämiskohteita ympäristöasioiden saattamiseksi ajantasaiseksi. Yritys tunnistaa miksi ympäristövastuullinen liiketoiminta kannattaa, mitä etuja se tuo yritykselle ja sidosryhmille. Kun käsikirjan kysymyksiin on kirjattu vastaukset, tiedot yhdistetään liiketoimintojen kuvaus - lomakkeeseen. Käsikirja kannustaa osakasyrityksiä kehittämään jatkossa ympäristövastuullisuuttaan ja ympäristövastuullisuuden markkinointiviestintää muille sidosryhmille. Käsikirjan teoriassa on hyödynnetty opinnäytetyön teoriaperustan lähteitä.

Käsikirjan lisäksi laadittiin A4-kokoinen ohje matkailijoille ja yritykselle Blueprint: n keinoin. Blueprint on prosessikaavio, joka kuvaa prosessin etenemistä ja osallistujien rooleja objektiivisesti. Prosessikaavion avulla asiakkaat, henkilöstö ja johtajat ymmärtävät samalla tavalla millainen palvelun kokonaisuus on. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 158–159.) Asiakkaalle näkyvän osan ja asiakkaalle näkymättömän osa avulla kuvataan prosessiin vaikuttavat ympäristövaikutukset. Käyttämällä ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja valinnoissaan, asiakas ja yritys voi vähentää ympäristövastuullisella toiminnallaan hiilidioksidipäästöjä. Ohje tullaan tuotteistamaan osaksi hiilijalanjälkimittareita, jotka asennettiin osaan vuokramökeistä ja kiinteistöistä HimosMaailma Oy:n hiilijalanjälkihankkeen myötä. Tarkoituksena ohjeistuksella on pysäyttää asiakkaat ja yrittäjät miettimään ympäristöystävällisiä valintoja toiminnoissaan.

## 2 Ympäristövastuullinen liiketoiminta

Vastuullisen liiketoiminnan terminologia vaihtelee eri lähteiden ja vuosikymmenten välillä. Vastuullisessa liiketoiminnassa on kolme vastuun ulottuvuutta: sosiaalinen, ekologinen ja taloudellinen. Tässä opinnäytetyössä käytetään termejä yhteiskuntavastuu ja ympäristövastuullinen liiketoiminta, jonka periaatteena on kestävä matkailu. Vastuullisesta yrittäjyydestä käytetään usein nimityksiä yritysten yhteiskuntavastuu, vastuullinen yritystoiminta, yritysvastuu, yrityskansalaisuus ja kestävä kehitys. Kaikilla nimityksillä tarkoitetaan samaa asiakokonaisuutta. (TEM 2009, 4.) Vastuullinen yrittäjyys on kestävä kehityksen saavuttamiseksi käytettävä vapaaehtoinen liiketoimintastrategia. Yritysten ympäristöasioiden hallinta on keskeinen tekijä kestävässä kehityksessä (United Nations 2009). Globalisaatio ja ajatus kestävästä kehityksestä synnyttivät käsitteen yhteiskuntavastuu. Yhteiskuntavastuun ydinajatus on se, että taloudellisen kasvun rinnalla yrityksen tulee huolehtia myös sosiaalisesta ja ekologisesta kestävydestä. (Lehtipuu & Monni 2007, 66.)

Yhteiskuntavastuusta käytetään lyhempää nimitystä yritysvastuu ja nykyisin käytetään käsitettä vastuullinen yritystoiminta. Kestävä kehityksen ideologiasta ovat kummunneet pyrkimykset muuttaa yritysten toimintatapoja sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestävimiksi sekä kehittää tuotantoon luonnonmukaisempia menetelmiä. Vastuullisuudella tarkoitetaan yrityksen mittakaavassa samaa kuin mitä kestävällä kehityksellä tarkoitetaan laajemmin. (Lehtipuu & Monni 2007, 62–63.) Vastuullinen liiketoiminta on yrityksen tapa vastata kestävä kehityksen haasteeseen. Näin ollen se kattaa kestävä kehityksen kaikki kolme ulottuvuutta: talouden, ympäristön ja sosiaaliset näkökohdat. Yrityksissä vastuullisuuden ulottuvuudet nivoutuvat tiiviisti toisiinsa (EK 2011). Vastuullinen toiminta on pienille ja keskisuurille yrityksille strateginen väline lisätä kilpailukykyä ja kehittää toimintaansa kohti kestävä kehitystä. Vastuullisuus tukee toimintaa, kun yritystä johdetaan vastuullisesti, johdonmukaisesti ja pitkäjänteisesti. Yritys määrittelee itse painopisteensä ja toteuttamistavat. Vastuullisuus luo win-win-tilanteita koko liiketoiminnalle. Vastuullisesti toimivat yritykset ovat aktiivisia yhdellä tai useammalla vastuullisuuden osa-alueella (TEM 2009, 4).



Value Clinic Oy:n 2010 toteuttaman ”Vastuullinen liiketoiminta” -tutkimuksen tuloksi-  
en mukaan vastuullisuuden vaikutukset liiketoiminnoissa tulevat kasvamaan. 542 liik-  
keenjohtajaa ympäri Suomea vastasi kyselyyn, jossa selvitettiin vastuullisuuden huomi-  
ointia liiketoiminnoissa, liiketoiminnan ja asiakkaiden tekemissä hankinnoissa, vaiku-  
tuksia yhteiskuntaan nyt ja tulevaisuudessa sekä vastuullisuuteen liittyviä hyötyjä. Yri-  
tyksen päättävistä henkilöistä 93 % katsoi, että vastuullisuus muokkaa lähitulevaisuu-  
dessa yrityksen toimintamalleja. 90 % yrityksistä huomioi jo nyt ympäristövuastuullisuu-  
den omassa toiminnassaan yleisellä tasolla. Ympäristö mainittiin yleisemmäksi kehitys-  
suunnaksi 1-5 vuoden aikana ja vastaajista 73 % uskoi ympäristövuastuullisuuden lisää-  
vän vaikutustaan yrityksen hankinnoissa. 95 % kokee vastuullisuuden parantavan yri-  
tyksen mainetta ja hyödylliseksi ominaisuudeksi liikkeenjohtaja arvioivat taloudellisen  
kannattavuuden ja kilpailukyvyn säilyttämisen. Vähiten koettiin saatavan hyötyä ekote-  
hokkuuden parantamisesta, ympäristöön ja ilmastoon vaikuttavista seikoista (Value  
Clinic Oy 2010).

Vastuullisessa liiketoiminnassa on kolme vastuutasoa: arvot eli ajatukset, teot eli käy-  
tännöt ja sanat eli puheet. Yrityksen kaiken liiketoiminnan tulee olla vastuullista ja kol-  
men vastuutason tulee olla yhdenmukainen. Periaatteellisesti arvot johtavat sanoihin ja  
sanat tekoihin. Arvot, sanat ja teot yhdistetään vastuullisuuden osa-alueisiin eli taloudel-  
liset, sosiaaliset ja ekologiset. (Ketola 2005, 56–57 ja 117). Yhteiskuntavuastuun realisoit-  
umisen edellytys on, että toimijat noudattavat vuorovaikutussuhteissaan yleisesti hy-  
väksytyjä toimintaperiaatteita ja lakia, ovat rehellisiä ja toteuttavat läpinäkyvää tiedot-  
tamista liiketoiminnoistaan. Pelisäännöt muodostavat perustan, jonka varaan toiminnot  
rakentuvat. Vastuu sisäistyy orientaatioksi, joka taasen ilmenee päätöksenteossa ja reali-  
soituu toimintana, jossa toimija on vastuussa yhteiskunnalle (Anttiroiko 2004, 53).

## **2.1 Kestävä kehitys**

Kestävä kehitys on Gro Harlem Brundtandin johtaman YK:n Ympäristön ja kehityksen  
maailmankomission määrittelemä termi vuonna 1987 julkaistussa raportissa ”Our  
Common Future”. Kestävä kehitys on kehitystä, joka tyydyttää nykyisen viemättä tule-  
vilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa. Kaksi keskeistä käsitettä  
ovat ensisijaisesti maailman köyhien tarpeiden huomiointi ja rajoitteiden asettaminen

teknologian kehitykselle ja sosiaaliselle organisaatiolle. Kestävän kehityksen taloudellisen ja sosiaalisen tavoitteet on määriteltävä kaikissa maissa ja on oltava yhteisymmärrys kestävään kehitykseen ja laajat strategiset puitteet sen toteuttamiseksi. Kehitykseen kuuluu huomioida yhteiskunta ja suuntana on oltava pääoman kasvattaminen tuleville sukupolville (UN Documents 2010).

John Elkington kehitti vuonna 1997 kestävä kehityksen ulottuvuuksien välisten suhteiden ymmärtämiseksi ”Triple bottom line, TBL”-konseptin, joka yhdistää yhteiskunnallisen, taloudellisen ja ympäristöllisen tuloksen. Tämä tarkoittaa sitä, että yrityksen kolmoistilinpäätöksessä (Könnölä & Rinne 2001, 19–20):

- yhteiskunnallinen tulos mittaa yrityksen panosta yhteiskunnan hyvinvointiin, jossa henkilöstön hyvinvointi, työturvallisuus, ihmisoikeuksien arvostaminen, ovat esimerkkejä yhteiskunnallisesta tuloksenteosta
- taloudellinen tulos on laajempi käsite kuin perinteinen tilinpito sisältäen palkat, henkilöstöedut, koulutuksen, tuottavuuden ja uusien työpaikkojen luomisen sekä panostukset tutkimus- ja kehittämistoimintaan
- ympäristöllistä tulosta tekevä yritys minimoii toimintojensa ja tuotteidensa aiheuttamat ympäristöhaitat ja maksimoi panoksen luonnonvarojen ekotehokkaassa käytössä.

Kestävän kehityksen yritys huomioi liiketoiminnassaan kaikki tulostekijät. Sisällyttämisen liiketoimintaan edellyttää avointa vuorovaikutusta kaikkien sidosryhmien (myös luonnonympäristö ja tulevat sukupolvet) kanssa (Könnölä & Rinne 2001, 19–20).

John Elkington antaa kirjassaan ”Partnership from cannibals with forks: The triple bottom line of 21<sup>st</sup> -century” kolme avainta uudelle vuosikymmenelle liittyen kumppanuuksiin: 1) Kumppanuuksien väliset roolit ovat ratkaisevia ja tärkeitä kestävä kehityksen kannalta. 2) Ansaittu uskollisuus on tulevaisuuden aalto. Yrityksien tulee olla valmistautuneita asettamaan kyseenalaiseksi nykyiset ja potentiaaliset kumppanuudet. Kumppaneiden valinnassa korostuu inhimillisuus. 3) Luottamuksen rakentaminen tulee olemaan yksi tärkeimpiä investointeja ja huonosti hoidettu suhde horjuttaa kumppanuuksia. Uudenlaisia taloudellisia, sosiaalisia ja ympäristövastuullisia verkostoja muodostuu ja niitä tarvitaan. Kumppanuudet auttavat toisiaan suorittamaan tehtäviä yhdessä kohti kestävä kehityksen tavoitteita (Elkington 2007, 51).

Keskeinen periaate kestävän kehityksen saavuttamisessa on ympäristöasioiden huomiointiin ottaminen. EU:n energia-, tutkimus-, teollisuus- ja maatalouspolitiikassa kestävän kehityksen periaate otettiin käyttöön Maastrichtin sopimuksella ja 1998 Cardiffin huipukokouksessa luotiin perusta EU: koordinoituille toimille. EU vahvisti vuonna 2001 kestävää kehitystä koskevan strategian, jota tarkastettiin vuonna 2006 puutteiden korjaamiseksi ja strategian vauhdittamiseksi. Kestävä kehitys on kirjattu Lissabonin sopimuksessa Euroopan unionin tavoitteisiin (Euroopan unioni 2011).

## 2.2 Ympäristövastuun määrittely

Ympäristönsuojelu on olennainen osa kaikkea yritystoimintaa. Kestävään kehitykseen tähtäävän yritystoiminnan tavoitteita ovat raaka-aineiden ja energian tehokas käyttö sekä ympäristöä kuormittavien päästöjen minimointi eli vahingollisten ympäristövaikutusten tai ympäristövahinkojen ehkäiseminen. Yrityksien velvollisuutena on noudattaa ympäristölainsäädäntöä ja muita määräyksiä sekä kantaa vastuu toimintansa ympäristövaikutuksista. Vastuuta kutsutaan ympäristövastuuksi ja velvollisuuksien rikkomisesta voi seurata mm. rangaistusseuraamus tai vahingonkorvausvelvollisuus (Ekroos 1995, 11). Ympäristövastuussa on kysyttävä mistä yritys ottaa vastuuta. Perimmäinen tavoite on ottaa vastuuta omalta osaltaan luonnosta, luonnon monimuotoisuuden säilymisestä, elämästä ja ympäristöstä. (Hemmi 2005, 121.)

Ympäristövastuun määrittely sisältää kokonaisnäkömyksen yritykseen vaikuttavista ympäristöasioista, kuormitusten aiheuttajista ja tärkeimmistä sidosryhmistä. On huomiotava mikä toimiala on kyseessä, millaisessa verkostossa toimitaan, mitkä ovat merkittävimmät ympäristölle aiheutuvat kuormitukset ja onko kestävän kehityksen periaatteiden mukainen toiminta osa yrityksen ympäristövastuuta. (Pohjola 2003, 53.) Ympäristövastuun piiriin kuuluu myös globaaleihin ja paikallisiin ympäristömuutoksiin varautuminen sekä tuotteisiin ja toimintaan liittyviin riskienhallintaan. (Lehtipuu & Monni 2007, 66.) Ympäristövastuullisuus korostaa, että yritysten on huomiotava toimintojensa vaikutukset vesistöihin, ilmaan ja maaperään, ilmastonmuutokseen, luonnon monimuotoisuuden säilymiseen sekä luonnonvarjoa säästävään käyttöön. Nämä ovat vaativia näkökulmia yrityksen johdolle toimintoja suunnitellessa (Neilimo 2004, 131).

Pk-yrityksillä on haasteita ympäristövastuullisessa liiketoiminnassa. Pk-yritykset usein aliarvioivat ympäristövaikutuksensa, yrityksillä on usein vähän tietoa nykyisistä ja tulevista ympäristöä koskevista suuntauksista, säännöksistä tai mahdollisuuksista markkinoilla. Myös sisäiset esteet kuten osaaminen, tiedotus ja (henkilö)resurssien puute haittaavat ympäristön kannalta vastuullista toimintaa pk-yrityksissä. (Yritystoimintajulkaisu 2004, 33.) Usein yritykset toimivat vastuullisesti, mutta eivät osaa hyödyntää tätä toiminnan potentiaalia. Yritys saattaa jo toimia vastuullisesti ympäristöasioissa, tuotteet ja palvelut (hankintaketju) ovat vastuullisia, asiakkaista huolehditaan ja yhteiskunta ja lähiyhteisö on huomioitu toiminnassa. Myös henkilöstö on huomioitu. Pk-yrityksien tulee noudattaa kokonaisvaltaista lähestymistapaa, jolloin vastuullisuus on osa liikeideaa ja liiketoimintaa. (TEM 2009, 4-6.) Ympäristövastuun toteuttaminen edellyttää yritykseltä ja yrittäjältä ympäristöjohtajuutta, jota käsitellään tarkemmin luvussa 3.

### **2.3 Visiona kestävä matkailu**

Kestävällä matkailulla viitataan kokonaisvaltaiseen, ekologiset, sosiokulttuuriset ja taloudelliset näkökohdat huomioon ottavaa matkailukehitystä, joka tyydyttää matkailijoiden, elinkeinon ja paikallisyhteisön tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa. Kestävässä matkailussa on kyse matkailun kehitystä suuntaavasta pääperiaatteesta, johon koko matkailusektorin eri toimijoinen on sitouduttava. (Merikoski & Staffans 2011, 10.) Kestävästä matkailusta puhutaan eri lähteissä monin eri tavoin: ekoturismi, vastuullinen, ympäristötietoinen tai reilu matkailu. Pohjimmiltaan kaikki termit viittaavat samaan asiaan painottaen hieman eri aiheita. Yhteistä kaikille on, että ne liitetään yleensä matkailun ympäristövaikutuksiin. Kestävän matkailun mittaaminen on ongelmallista ja parempi onkin tähdätä siihen, että matkailun kaikki muodot kehitetään kestävä kehityksen periaatteiden mukaisesti (SMAL 2011a.)

Vastuullinen liiketoiminta on kestävä matkailun yksi tukipilari. Kansainvälistyminen ja globalisaatio, yritysten keskittyminen ydinosaamiseensa, laajojen yritysverkostojen muodostuminen, maailmanlaajuiset ympäristöongelmat ja asiakkaiden ympäristötietoisuuden lisääntyminen ovat muutoksia ja ehtoja, joihin yrityksiä on sopeuduttava. (Hemmi 2005, 110.)

Visio kehittämisestä kohti kestävämpää tulevaisuutta tarvitaan pitkäjänteistä työtä ja sitoutumista sekä tehokasta ohjausjärjestelmää ja prosessia, joka perustuu jatkuvaan oppimiseen. Kestävän yhdyskunnan periaatteet ja visio ovat osa ohjausjärjestelmää muodostaen kehyksen, jonka systemaattisella seurannalla toimenpiteitä tarkastetaan ja arvioidaan. Prosessin eri vaiheiden (valmistelu, suunnittelu, toteutus, arviointi, seuranta) työkaluja on voitava kehittää tarpeiden mukaisesti ja tilanteessa, jossa visio tai tavoitteet vaativat tarkastamista on muutoksen heijastuttava ohjaukseen ja työkaluihin. Visio kestävästä tulevaisuudesta rakennetaan yhdessä ja kestävästä yhdyskunnan visio onkin paikallinen tulkinta kestävästä tulevaisuuden periaatteista. Se on yhdistelmä paikallisten toimijoiden ja käyttäjien toiveista, tarpeista ja arvostuksista yhdistettynä yleisempiin tavoitteisiin kuten kansainvälisiin päästövähennys- ja energiatehokkuus-tavoitteisiin. Paikallinen tulkinta on tärkeää, jotta tavoitteen edellyttämä osapuolien sitoutuminen on aitoa ja juuri sitoutumisprosessissa vuorovaikutus on tärkeää (Merikoski & Staffans 2011, 59 ja 81).

### **2.3.1 Ympäristövaikutusten tunnistaminen**

Ympäristövaikutusten tunnistaminen tulee tehdä ympäristöasioiden kehittämisen alkuvaiheessa. Yritys laati ympäristökatselmuksen, jossa käydään läpi lakisääteiset vaatimukset, ympäristöasioiden nykytilan ja sidosryhmien odotusten arvioinnin. Ympäristönäkökohtien tunnistaminen on tärkein toimenpide koko ketjussa ja sen perusteella muodostetaan päämäärät, tavoitteet ja laaditaan toimenpidesuunnitelma. (Voutilainen, Ritola & Moisio 2001, 51–52.) Ympäristönäkökohtien kartoituksessa tulee huomioida aikaisemmat ja tulevat vaikutukset. Ympäristövaikutukset tulee arvioida ja järjestelmällisesti tunnistaa toimintaa, tuotteisiin ja palveluihin liittyvät ympäristönäkökohdat ja niiden merkittävyys. (Pesonen, Hämäläinen & Teittinen 2005, 19–26.) Liiketoimintaan yhdistettäviä ympäristövaikutuksia ovat mm. tehoton ja kestämaton luonnonvarojen (öljyn, kaasun, veden) käyttö, ilmaston muuttumista edistävät (kasvihuonekaasut, hiilidioksidi) päästöt ja jätteiden tuottaminen suurina määrinä. (Yritystoimintajulkaisu 2004, 32.)

Ekologinen eli ympäristöllinen kestävyys edellyttää, että kukin yritys pysäyttää luonnonvarojen hupenemisen ja kääntää uusiutuvien luonnonvarojen määrän kasvuun. Ympäristön ja kehityksen yhdistäminen päätöksentekoon on tärkeää jotta liiketoiminta ei vaaranna luonnon monipuolisuutta. Ekologisen kestävyuden näkökulma perustuu luontokeskeiseen näkökulmaan ja sen säilyttämien on yksi kestävä kehityksen edellytys, sillä monet ihmisen tarvitsemat tuotteet ja toiminnot ovat siitä riippuvaisia. Ekologinen kestävä kehitys edellyttää, että on siirryttävä tuotannon määrällisen kehityksen suosimisesta laadullisen kehityksen edistämiseen. (Hemmi 2005, 77.) Ympäristönsuojelu ja ympäristöriskien tunnistaminen on olennainen osa pk-yrityksen toimintaa. Ympäristönsuojelun taso vaikuttaa mielikuvaan, minkä asiakkaat, kuntalaiset ja muut sidosryhmät yrityksestä saavat (PK-HR 2011a). Hyvin hoidettu ympäristönsuojelu vaikuttaa yrityksen toiminnan hyväksyttävyyteen (PK-RH 2011b).

### **2.3.2 Sidosryhmien odotusten tunnistaminen**

Matkailun peruselementit eli kysyntä, matkailupalvelun välitys ja tarjonta muodostavat ketjun, jonka kaikki osat ovat kytköksissä toisiinsa ja riippuvaisia toisistaan. Keskeinen osa ketjua on asiakas, jonka tarpeet ja toiveet matkasta ja siihen liittyvistä palveluista vaihtelevat henkilökohtaisten motiivien ja odotusten perusteella. Matkailun kestävä kehityksen kannalta on erityisen tärkeää, että kaikki ketjun osat toimivat kestävien periaatteiden mukaisesti. Jos yksi ketjun osa ei täytä vaatimuksia, se vaikuttaa koko palveluketjun laatuun. Usean toimialan yhteistyö palveluketjussa tuo haasteita matkailupalvelujen kestävyydelle, eikä yrittäjien ole helppoa kontrolloida matkailupalvelujen vaikutuksia ympäristöön. Yhteistyö matkailuyrittäjien, matkailuteollisuuden ja julkisen sektorin välillä on tärkeää, jotta matkailutuotteen koko elinkaari täyttäisi kestävä matkailun periaatteet. (SMAL 2011b.)

Sidosryhmät odottavat yrityksen yhteiskuntavastuulta erilaisia asioita ja odotuksien ollessa vastakkaisia, kehittämisen resursseja menee tasapainoiluun. Osakeyhtiön yhteiskuntavastuun kehittämiseksi tarvitaan omistajien hyväksyntä ja yhteiskuntavastuun asioita tulee johdon lisäksi viestiä myös omistajille. (Jussila 2010, 26–27.) Yrityksen on huomioitava toimintaansa liittyvien sidosryhmien odotukset ja yrityksen toimintaan vaikuttavia sidosryhmiä on kuvattu kuviossa 1.



Kuvio 1. Matkailuyrityksen sidosryhmät (mukaillen Merikoski & Staffans 2011, 22)

Sidosryhmistä tärkeimmällä, asiakkailla voi olla yrityksen ympäristöasioihin liittyviä odotuksia. Odotetaan, että yritys on tunnistanut toimintansa ympäristöriskit ja sitoutunut ympäristöasioiden jatkuvaan parantamiseen. Yrityksellä on ympäristöpolitiikka, valmius toimia poikkeustilanteissa ja mahdollisesti ympäristöjärjestelmä tai merkki. Yritys käyttää tiettyjä materiaaleja, aineita tai tuotantomenetelmiä. Kaikessa toiminnassa vähennetään päästöjä ja käytetään kierrätettäviä pakkauksia tai laatikoita. Myös asiakkaalla on mahdollisuus huomauttaa puutteista. Henkilöstö koulutetaan ja kaikki ovat tietoisia toiminnan ympäristövaikutuksista. Perusteellinen sidosryhmien analysointi ja tietojen keruu palautteista luo yrityksen tietoperustan, jonka mukaan saadaan aikaan perusteltuja päätöksiä (Voutilainen ym. 2001, 42–43)

Lapin MATKA -hankkeeseen liittyneellä matkailijakyselyllä selvitettiin matkailijoiden loma-asumiseen ja asuinympäristöön liittyviä odotuksia. Tuloksien mukaan toiminnassa on parannettavaa juuri ympäristöystävällisyydessä. Ympäristömyönteiset asiakkaat kokivat kestävyysnäkökulmien toteutumisen olevan riittämätöntä. Keskieurooppalaisten kritiikki kohdistui yhdessä eteläeurooppalaisten kanssa muita useammin matkakohteen ympäristöystävällisyyteen. Esimerkiksi sveitsiläiset matkailijat kokivat jätelajittelun ja kierrätyksen puutteen olevan syy olla palaamatta kohteeseen. (Merikoski & Staffans

2011, 29 ja 34–36.) Kyselyyn vastanneet matkailijat pitivät ylipäätään kestävän matkailun periaatteita merkittävänä. Tärkeimpinä pidettiin ympäristön ja saastumisen estämistä ja paikalliskulttuurin turvaamista. (Merikoski & Staffans 2011, 39.)

Matkailijoiden asennemaailma muuttuu, joten kehitystyössä matkailijoiden mielipiteet on huomioitava. Matkailijoita voidaan puhutella ja tuotteita kehittää tarvelähtöisesti, tunnistamalla nousevia kuluttajaryhmiä ja tarkastelemalla megatrendejä kuten hyvinvointia ja autenttisuutta (Merikoski & Staffans 2011, 36 ja 55.) Matkailijat ovat yhä kiinnostuneempia matkailun vaikutuksista ja mahdollisuuksista matkustaa vastuullisemmin. Asiakas vaatii paitsi laadukkaita ja tasokkaita tuotteita, myös ekologisia ja eettisiä matkoja, ja matkailuteollisuuden on kyettävä vastaamaan kysyntään. Globaalissa matkailuteollisuudessa yhteistyö eri tahojen sekä lähtö- ja kohdemaiden välillä on erityisen tärkeää kestävän kehittymisen kannalta. (SMAL 2011b). Myös matkanjärjestäjät edellyttävät yhteistyöyrityksiltään laatu ja ympäristövastuullisuutta. Verkostoissa kumppanit edellyttävät toisiltaan kestävän kehityksen mukaista liiketoimintaa. (Hemmi 2005, 110.)

#### **2.4 Strateginen valinta ja ympäristöstrategia**

Kestävyys ja kestävät toimintatavat ovat strateginen valinta. Kestävyyskonseptointi eli kestävän matkailutarjontapaketin rakentaminen luo kilpailuetua, joka maksaa investoinnit takaisin pitkällä aikavälillä. Lyhyellä aikavälilläkin tulokset saattavat olla tunnistettavissa. Toimivassa, vastuullisen tahon johtamassa ekosysteemissä jokainen osallistuja saavuttaa parempia tuloksia, kuin mitä toimijan olisi mahdollista saavuttaa yksin. Yhdistääkseen voimansa ja toimiakseen yhtenäisesti ekosysteemin jäsenten tulee yhteistyön onnistumiseksi jakaa yhteiset arvot, toimintakulttuuri ja asenteet. Tärkeä kysymys on, että millainen yritys tai organisaatio voi toimia ekosysteemin vetäjänä, sillä toimijan on oltava tarpeeksi suuri ja kykenevä ottamaan kaikkien osapuolten intressit huomioon. Viime kädessä kysymys henkilöityy organisaatioiden sisällä: vaaditaan myös sitä, että yksilö tai yksilöt ottavat aktiivisesti vastuulleen ekosysteemin rakentamisen. Kestävän matkailualueen profiloinnissa ja markkinointistrategian suunnittelussa haasteeksi nähdään toimenpiteiden kohdennettavuus. Luontevimmillaan kestävyys ei ole yksi ominaisuuslottuvuus vaan kestävyys on osa toimintatapaa. (Merikoski & Staffans 2011, 54.)



Yhteiskuntavastuun kokonaisvastuussa painottuu strategiaviestintä. Operatiivisessa johdossa vastuu tulee olla selkeästi määritelty. Kokonaisvastuuta kantava toimitusjohtaja varmistaa, että yleisperiaatteet ja strategia ovat yhteneväiset. Hallituksella ei tarvitse olla erillistä johtamiskäytäntöä, mutta hallitukseen on hyvä kuulua yhteiskuntavastuun asiantuntija ja keskeisiä yrityksen sidosryhmiä tunteva henkilö. Esimerkiksi ympäristöstrategian tai – ohjelma laatiminen voi olla keskeinen osa yleistä yhteiskuntavastuun johtamista ja tällöin vastuu tulee olla yleistä johtamista hoitavalla organisaatiolla. (Jussila 2010, 44–45.)

Ympäristöstrategia määrittelee ympäristövastuun perusteet ydinliiketoiminnassa ja suhteessa sidosryhmiin. Verkostojen muodostuessa tulee jokaisen omasta osa-alueestaan vastaavan hallita ympäristöasioita ja tärkeää on määritellä missä kulkee yritysverkoston ympäristövastuun rajat. (Pohjola 2003, 14 ja 40–42.) Ympäristöasioiden painottaminen ilmentää yrityksen sitoutuneisuutta vastuulliseen ja kestäväen kehityksen mukaiseen toimintaan. Jatkuvaan parantamiseen sitoutunut yritys sisällyttää ympäristökuormituksiin liittyvät tekijät päätöksentekoprosesseihin. (Pohjola 2003, 47 ja 53.)

Vastuullisuusajattelu ei ole pelkästään ympäristöpäällikön tai yritysvastuujohtajan asia, vaan yrityksen strateginen valinta. (Lehtipuu & Monni 2007, 87.) Merkittävimmät yhteiskuntavastuun osa-alueet vaativat erillistä, itsenäistä johtamista ja johtoryhmä huolehtii vain keskeisimmistä tavoitteista ja linjauksista, johto-organisaation tehtävä on määritellä toimenpiteet, laatia ohjeistukset ja seurata toimenpiteiden toteutusta (Jussila 2010, 49.) Kestäväen kehityksen mukaisen vastuullisen liiketoiminnan edellytyksenä on, että ympäristöasiat otetaan mukaan yrityksen strategiseen johtamiseen ja päätöksentekoon. Tämä varmistaa yrityksen ympäristöasioiden tason jatkuvan parantamisen periaatteen mukaan. Kun ympäristöasiat ovat mukana päätöksentekoprosessissa, yrityksen ympäristöasioita parannetaan luonnon ja kustannustehokkuuden näkökulmasta. (Hemmi 2005, 117–118.)

## 2.5 Yrityksen ympäristöpolitiikka

Ympäristöstrategia ohjaa ympäristöpolitiikkaa, joka määrittelee päämäärät ja tavoitteet kestävästä kehityksestä ja jatkuvan parantamisen periaatteiden mukaisesti. Poliitiikka sisältää tärkeimmät yhteistyömuodot sidosryhmien kanssa sekä ydinliiketoiminnan ympäristönäkökohdat. (Pohjola 2003, 43 ja 53.) Monet sidosryhmät vaikuttavat yhtiön ympäristöpolitiikan muodostumiseen: omistajat, työntekijät yhtiön sisällä ja liikekumppanit, kansalaisjärjestöt, kansalaiset, kuluttajat sekä viranomaiset. Hallituksen ympäristöpolitiikka käsittää laajan EU:n lainsäädännön sekä lainsäädännön ulkopuoliset aloitteet. Yritykset reagoivat säädöksiin kehittämällä uusia tekniikoita, parantamalla hallintomenetelmiä ja investoimalla ympäristönsuojeluun (Yritystoimintajulkaisu 2004, 33).

### **3 Ympäristöjohtaminen**

Ympäristöjohtaminen on opetus- ja tutkimusalana nuori ja lähitulevaisuuden voimakkaasti kasvavista yritysten osaamisalueista. Yrityksiltä vaaditaan ympäristön huomioon ottamista kaikessa toiminnassa ja kiristynvä lainsäädäntö sekä sidosryhmien vaatimukset ovat pakottaneet yritykset kiinnittämään huomiota toiminnan ympäristövaikutuksiin. Ympäristö ja ympäristönsuojelu ovat nousseet kysymyksiksi, joihin yritysmaailmassa joudutaan ottamaan kantaa ja kantamaan vastuu omasta toiminnastaan (Pesonen 2012). Ympäristövastuun johtaminen on selkeintä kohdistaa asiantuntevalle ja ympäristövastuun projekteja omaavalle organisaatiolle yrityksessä. Vastuussa voi toimia myös ympäristövastuun johtoryhmä tai vastaava organisaatio, johon kuuluu jäseniä kaikista yksiköistä. (Jussila 2010, 49.)

Ympäristöjohtaminen on liikkeenjohdon osa-alue, jolla tarkoitetaan yrityksen toiminnan aiheuttamien ympäristövaikutusten ja – riskien hallintaa. Ympäristöjohtaminen on toiminnan hallintaa niin, että ympäristösuojelun tavoitteet otetaan huomioon yrityksen ja yhteisön toiminnassa ja päätöksenteossa. Energia- ja materiaalitehokkuutta, uusiutuvia energianlähteitä ja kasvihuonepäästöjä koskeva päätöksenteko kuuluu ympäristöjohtamiseen (Ympäristö 2011a). Ympäristöjohtamisella tarkoitetaan sitä, että organisaation toiminnasta aiheutuvien ympäristövaikutusten hallinta on kytketty osaksi organisaation johtamista ja osaksi jokapäiväistä toimintaa. (Edlund-Kippo 2006, 118.) Ympäristöjohtaminen edistää toiminnan ekotehokkuutta ja vähentää palveluiden ja tuotteiden koko elinkaaren aikaisia ympäristöhaittoja. (Ympäristö 2011b.)

#### **3.1 Ympäristöohjelma**

Ympäristöohjelmat ovat käytännön toimenpiteiden suunnittelua, joilla varmistetaan tavoitteiden ja ympäristöpäämäärien saavuttaminen. Tavoitteissa huomioidaan vastuhenkilöt, keinot ja aikataulut ympäristövastuun toteuttamiseksi (Pesonen ym. 2005, 51–53; Pohjola 2003, 53–54). Yksi matkailualan ohjelmista on Laatu 100Q Green DQN-ohjelma, jossa yhdistetään laatu ja ympäristöosaaminen (DQN 2012). Asiantuntijat ja konsultit ovat luoneet erilaisia ympäristöohjelmia kuten toimistoille suunnattu EcoStart ja WWF:n Green Office (EcoStart 2012; WWF 2012).

## 3.2 Ympäristöjohtamisen käytännön välineet

Ympäristöjärjestelmät, -standardit, -indikaattorit sekä -laskenta ovat ympäristöjohtamisen käytännön välineitä (Ympäristö2011b.) Yritykset pyrkivät liiketoimintaan vaikuttavien ympäristövaikutusten vähentämiseen käyttämällä erilaisia välineitä kuten ympäristöasioiden hallintajärjestelmiä, muodollisia (EMAS, ISO 14001) ja epämuodollisia ympäristömyötäisen tuotesuunnittelun työkaluja, puhtaampia tuotantotekniikoita sekä ympäristömerkkejä. (Yritystoimintajulkaisu 2004, 33.) Ympäristöjärjestelmä on organisaation ympäristöasioiden hallinnantason jatkuvaan parantamiseen tähtäävä kokonaisvaltainen johtamisjärjestelmä ja johtamisen apuväline. (Edlund-Kippo 2006, 118–119.)

Ympäristöjärjestelmät eli ympäristönhallintajärjestelmät ovat ennen kaikkea laadunhallintajärjestelmiä ja laatu tässä tarkoittaa tuotteiden, palvelun ja toiminnan laatua suhteessa ympäristövaatimuksiin ja – vastuisiin. Järjestelmät rakentuvat jatkuvan parantamisen periaatteelle: suunnittelu, toteutus, arviointi ja toiminta (Koivisto 2011, 125–127). Yrityksen ympäristön laatua arvioitaessa käytetään termiä ekotehokkuus tai ympäristötehokkuus. Ekotehokkuus käsitteen loivat Schaltegger ja Sturm vuonna 1990 ja se tarkoittaa yrityksen ympäristökuormituksen ja vaikutusten suhdetta. Ekotehokkuuden periaate on, että vähemmästä raaka-aineesta ja energiasta tuotetaan enemmän tuotteita, palveluita ja hyvinvointia. Ekotehokkuuden keskeisiä periaatteita ovat mm. palvelutehon lisääminen, materiaalien ja energian käytön minimointi, päästöjen minimointi ja uusiutuvien luonnonvarojen kestävä käyttö. (Hemmi 2005, 117–119.)

### 3.2.1 ISO 14001 ja EMAS

Ympäristöjärjestelmä on systemaattinen tapa kehittää ympäristöasioiden hallintaa ja ympäristönsuojelutoimia. ISO 14000 -sarjaan sisältyy standardeja, jotka käsittelevät ympäristöasioiden hallinnan välineitä kuten auditoinnit, elinkaariarvioinnit ja ympäristömerkinnät. Uusin täydennys on kasvihuonekaasupäästöjen mittaaminen sekä raportointia ja todentamista koskevat standardit. ISO 14001 on maailman tunnetuin ympäristöjärjestelmämalli ja sitä voi soveltaa minkä tyyppiseen ja kokoiseen organisaatioon tahansa sekä yksityisellä ja julkisella sektorilla. ISO 14001- standardin mukainen ympäristöjärjestelmä on osa EU:n asetukseen perustuvaa EMAS- järjestelmää (SFS- ympäristöjärjestelmä 2012).

EMAS on työkalu yrityksille ja muille organisaatioille arvioimaan, raportoimaan ja parantamaan ympäristönsuojelun tasoa. EMAS eli asetus organisaatioiden vapaaehtoisesta osallistumisesta yhteisön ympäristöasioiden hallinta- ja auditointijärjestelmään hyväksyttiin Euroopan parlamentissa 25. marraskuuta 2009 ja julkaistiin 22. joulukuuta 2009 ja se tuli voimaan tammikuun 11. vuonna 2010 (Euroopan komissio 5.12.2011). EMAS on EU:n alueella käytössä oleva vapaaehtoinen ympäristöasioiden hallintajärjestelmä. Ulkopuolisen todentajaa vahvistama EMAS- selonteko eli ympäristöraportti lisää yrityksen uskottavuutta ja luotettavuutta. EMAS sopii kaikentyyppisille organisaatioille pienistä ja keskisuurista yrityksistä julkiseen hallintoon. (Ympäristö2011b.)

### **3.2.2 Joutsenmerkki ja EU-kukka**

Ympäristömerkinnän tavoitteita ovat: ympäristönsuojelu, kestävän kehityksen edistäminen, objektiivisen tiedon tuottaminen tuotteen tai palvelun ympäristövaikutuksista koko elinkaaren ajalta, kuluttajien tietoisuuden parantaminen eli ostopäätöksiin vaikuttaminen sekä valmistajien tai palvelujen tuottajien ohjaaminen ottamaan huomioon prosessiensa ympäristövaikutukset. (Hemmi 2005, 144.)

Pohjoismaiden ministerineuvosto perusti vuonna 1989 vapaaehtoisen ja positiivisen pohjoismaisen ympäristömerkin – Joutsenmerkin. Toimintaa valvoo jokaisessa pohjoismaassa maan hallitus. Esimerkiksi Joutsenmerkitty hotelli ja retkeilymajoitus suunnautuvat vakavasti ympäristötyöhön ja täyttävät tiukat vaatimukset pyrkien kohti kestävää yhteiskuntaa. Saadakseen Joutsenmerkin hotellin on täytettävä tietyt raja-arvot ja pyrittävä ympäristötyössään mm. vähentämään energiankulutusta ja jätteiden määrää, käytettävä uusiutuvia energianlähteitä, vähennettävä kemiallisten aineiden ja veden käyttöä. Joutsenmerkin ja EU-kukan tunnettavuutta tutkitaan joka toinen vuosi. Vuoden 2009 tutkimustulosten mukaan tunnetuin ympäristömerkki on Joutsenmerkki ja kuluttajista Joutsenmerkin tunnisti 88 % ja EU-kukan 23 %, kun logoa näytettiin ilman tekstiä. Joutsenmerkki oli ylivoimainen kun tutkittiin mitä ympäristömerkkejä kuluttajat tuntevat. Joutsenmerkki eli pohjoismainen ympäristömerkki sijoittui neljänneksi 2009 Brändien arvostus-tutkimuksessa. 58 % kuluttajista pitää Joutsenmerkkituotteita ilmaston kannalta hyvinä valintoina (Ympäristömerkki 2010, 9; Ympäristömerkki 2011,1).

EU-kukka on luotu vuonna 1992 kannustamaan yrityksiä markkinoimaan ympäristöystävällisempiä tuotteita. EU-kukka ympäristömerkkiä on myönnetty paljon tuoteryhmille mutta myös palveluille kuten majoituspalvelut. EU-kukkamerkin myöntämiselle on kovat ympäristökriteerit, tiukat ympäristö- ja suorituskykyvaatimukset ja perusteista on sovittu Euroopan tasolla. Myöntämisperusteet eivät perustu yksittäisiin tekijöihin, vaan tuotteen tai palvelun ympäristövaikutuksia analysoidaan koko sen elinkaaren ajalta. Etiketti myönnetään vasta tarkastuksen jälkeen. EU:n ympäristömerkki on nopeasti kasvava brändi, johon asiakkaat voivat luottaa ja yrittäjät ovat huomioineet ympäristömerkin tuovan kilpailuetua. Kukkalogolla varustettuja tuotteita voidaan myydä koko Euroopan ja ETA:n alueella. EU:n ympäristömerkki on osa laajempaa kestävän kulutuksen ja tuotannon toimintasuunnitelmaa, jonka teollisuuspolitiikan komissio hyväksyi 16. heinäkuuta 2008 (Euroopan komissio 10.2.2012).

### **3.2.3 MIPS ja hiilijalanjälki**

Matkailun kestävyuden ilmaisemiseen tarvitaan indikaattoreita ja mittareita. Ekotehokkuutta, ekologista jalanjälkeä ja MIPS-lukuja voidaan käyttää matkailun kestävyuden arvioinnissa (Hemmi 2005, 86). Vuonna 1992 saksalaisen Wuppertal-instituutin tutkijat esittivät MIPS-mittarin tuotteiden ja palvelujen aiheuttaman ekologisen paineen arvioinnin ja vertailun perustyökaluksi. MIPS (Material Input per Service) tarkoittaa materiaalipanosta, joka tarvitaan hyödyn tuottamiseen. MI on elinkaaren aikaisten materiaalipanosten summa ja S on tuotteen koko käyttöikänsä aikana tarjoamien palvelusuoritteiden kokonaismäärä. Palvelusuorite tai hyöty, joka määritellään tapauskohtaisesti ja ennen laskentaa aikaansaatu suorite määritellään kiloittain, kilometrein, käyttökerroin, ateria tai muu hyöty. Lähtökohtana eri hyödykkeille ovat lasketut ekologiset selkäreput. MIPS-tarkastelu on pohjimmiltaan selkeää panos-tuotoslaskentaa, jossa selvitetään hyödyn/palvelun aikaansaamiseksi tarvittava kokonaismateriaalipanostus. (Autio & Lettenmeier 2002, 14–15.) MIPS lähestymistapa siirtää yrityksen ympäristöasioiden näkökulman päästöistä säästöihin ja tarjoaa uuden kestävä kehityksen strategian yrityksen toiminnan kehittämiseen. MIPS- mittari muodostaa havainnollisen työkalun yrityksen ekotehokkuuden parantamiseen tukien liiketoiminnan kehittämistä vuorovaikutuksessa henkilöstön, sidosryhmien ja asiakkaiden kanssa (Autio & Lettenmeier 2002, 40–41).

Hiilijalanjäljestä on muodostunut viime vuosina keskeinen mittari, jonka avulla kehitetään vastuullista liiketoimintaa. Laskennassa hyödynnetään kasvihuonekaasuprotokollaa, jonka ovat kehittäneet World Resources Institute ja World Business Council for Sustainable Development. Hiilijalanjälki voidaan laskea toimialakohtaisesti, huomioiden yrityksen sijainnin, toiminnot ja aina yksittäisestä organisaatiosta koko toimitusketjulle. Laskenta antaa totuudenmukaiset ja riittävän tarkat kuvat laskentakohteen ilmastovaikutuksista. Hiilijalanjäljen laskenta auttaa tunnistamaan ja hallitsemaan tehokkaasti organisaation ilmastovaikutuksia. Tuloksia voidaan hyödyntää ympäristöraportoinnissa (Gaia Group Oy 2012). Ilmastolaskuri on alun perin vuonna 2003 TKK Dipolin, WWF Suomen ja Motiva Oy:n kehittämä työkalu ilmastomuutosta hillitsevien toiminta- ja kulutustapojen edistämiseksi. Laskuria laajennettiin vuosina 2009–2010 jolloin mm. päästökertoimet päivitettiin, jäte-osiota laajennettiin, vesi seuraa kulutusta ja yhteenvedossa on kustannusseuranta (Ilmastolaskuri 2012b). Työväline on tarkoitettu toimistojen ja kiinteistöjen käyttöön, mutta sitä voi soveltaa henkilökohtaiseen kulutuksen seurantaan. Työkalun avulla voi arvioida energiankäytön ja muiden toimintojen vaikutusta kasvihuonepäästöihin (Ilmastolaskuri 2012a).

### **3.3 Ympäristöviestintä ja ympäristöraportointi**

Organisaation ympäristöviestintään kuuluu mm. ympäristöselonteot, raportit, tiedotteet uusista innovaatioista tuotteiden ja palvelujen kehittämisessä sekä monentasoinen sisäinen ja ulkoinen viestintä eri sidosryhmille henkilöstöstä lehdistöön. Yhtenäistä kaikelle viestinnälle on, että raportoinnin tulee olla läpinäkyvää, totuudenmukaista ja perustua määriteltyihin laadullisiin ja numeerisiin ympäristöasioiden mittareihin ja seurattaviin indikaattoreihin. Vastuullisessa liiketoiminnassa kerrotaan avoimesti yrityksen asioista suurelle yleisölle ja erilaiset kannanotot ja lausunnot tulee olla tarkkaan harkittuja ja ennen kaikkea rehellisiä. (Pohjola 2003, 172–173.) Ympäristöjärjestelmän tuottamaa tietoa voidaan käyttää sidosryhmille ja viranomaisille laadittavaan ympäristöraporttiin (ympäristötilinpäätös) sekä markkinointiin ja viestintään (Edlund-Kippo 2006, 120–121). Ympäristöraportointi on yksi tapa viestiä yrityksen vastuullisuudesta ja yrityksen tulee tehdä päätös raportoinnista suhteessa omaan yritykseensä, yhteistyökumppaneihin ja toimialaansa. Yrityksen maine on tärkeä perustelu vastuulliselle yrittäjyydelle (Nurmi 2006, 59).

Edelläkävijäyritykset ovat raportoineet vapaaehtoisesti toiminnastaan usean vuoden ajan. Suomalaisten yritysten ja julkisten organisaatioiden ympäristöraportointia on seurattu vuodesta 1996 ja vertailun tavoitteena on kehittää sekä lisätä raportoinnin kiinnostusta. Vapaaehtoinen ympäristöraportointi sopii kaikille yrityksille ja tulevaisuudessa raporttien merkitys avoimena ja luotettavana sidosryhmäviestinnän välineenä tulee kasvamaan. Yhteiskuntaraportissa kootaan yhteen organisaation ympäristö- talous- ja sosiaaliset asiat. Kirjanpitolautakunnan ohjeessa (KTM / 24.10.2006) opastetaan organisaatioita kertomaan ympäristömenoistaan ja -vastuistaan osana lakisääteistä tilinpäätösinformaatiota. Ohjeessa suositellaan lain vähimmäisvaatimukset ylittävää ja yksityiskohtaisempaa raportointia ympäristöasioista. Taloudellisen osuuden raportointi tilinpäätöstiedoissa on ollut jo pitkään. Ympäristön pilaantumisen vaaraa aiheuttavalla toiminnalla on oltava ympäristölupa. Ympäristölupaan liittyy ympäristöraportointi, joka koskee toiminnanharjoittajalle määrättyjä velvoitteita raportoida mm. päästöistä ja jätteistä. (Ympäristö 2011c).

### **3.4 Edut sidosryhmien ja liiketoiminnan kannalta**

Ympäristöjohtamisen avulla yritys kykenee ottamaan huomioon ympäristönäkökohdat ja konkretisoimaan tarvittavat ympäristönsuojelutoimet. Ympäristöjohtaminen antaa yritykselle tavoitteita ja työkaluja niin itse johtamiseen kuin käytännön työtehtäviinkin. Ympäristöjohtamisen kautta yritys kykenee parantamaan toimintansa laatua, tehokkuutta ja pienentämään toiminnastaan johtuvia ympäristöhaittoja. Samalla kehittyy yrityksen ja sen työntekijöiden ympäristötietous. Yrityksen ponnistellessa saavuttaakseen asetetut tavoitteensa, paranee yrityksen yhteistyö niin henkilökunnan kuin sidosryhmienkin välillä. Ympäristölait ja -asetukset eivät enää tunnu turhilta, jolloin myös yhteistyö viranomaisten kanssa paranee. Vaikka sisäiset muutokset yrityksessä harvoin jäävät huomioidatta kuluttajilta ja sidosryhmiltä, mutta yrityksen ulkoinen kuva saattaa myös muuttua, jolloin kuluttajat kokevat yrityksen ”vihreäksi”. Myös asiakkaita voidaan palvella paremmin yrityksen kehittäessään tiedotustaan ympäristöasioista, jolloin asiakkaille on tarjolla vertailukelpoista tietoa. (Edlund- Kippo 2006, 119.)



Ympäristöjärjestelmien avulla yritys voi toimia systemaattisemmin ympäristökuormituksen pienentämiseksi ja raaka-aineiden sekä energiankäytön tehostamiseksi. (Ympäristö a.) Ympäristöjärjestelmillä ja -merkeillä pyritään osoittamaan yhteistyökumppaneille, asiakkaille, viranomaisille ja muille intressiryhmille yrityksen ympäristötietoisuutta ja parantamaan yrityksen imagoa. Toimintajärjestelmä kertoo myös tietystä toiminnan tasosta, joka yrityksessä on saavutettu ja että yrityksessä hallitaan riskejä. Toiminnan kehittämisellä saavutetaan myös kustannussäästöjä (Koivisto 2011, 125–127). Erilaiset ympäristömerkinnät ja -sertifikaatit voivat olla hyödyksi ympäristöjohtamisen tuloksista viestimiseen asiakkaille ja sidosryhmille (Ympäristö 2011 a). Ympäristöjärjestelmän tuottamaa tietoa ja tuloksia voidaan käyttää myös viranomaisille laadittavissa ympäristöraporteissa sekä viestinnässä ja muussa markkinoinnissa. Ympäristöraportissa organisaatio kertoo sidosryhmille toimintansa ympäristövaikutuksista (Ympäristö 2011b).

Organisaatiot jotka pitävät ympäristöasioita yhtenä vetovoimatekijänään, rakentavat ympäristöjärjestelmän. Se antaa riittävän varmuuden siitä, että myönteiset ympäristövaikutukset vahvistuvat ja kielteiset pienenevät. Organisaatioilla, joilla on käytössään ympäristönhallintajärjestelmä, on paremmat mahdollisuudet toimia tehokkaasti ympäristöön sidoksissa olevien asioiden hoitamisessa. Hyötyinä ovat mm. toiminnan uskottavuus, imagon paraneminen, kustannusten pieneminen, toiminnan tehostuminen ja ympäristöriskien pieneminen. Henkilökunnan ympäristötietoisuus ja sitoutuminen käytännön toimiin paranee (Edlund- Kippo 2006, 118–119). Ottamalla huomioon matkustamisen ekologiset ja eettiset puolet niin matkanjärjestäjät kuin palvelujentarjoajat kasvattavat positiivista imagoaan vastuullisina yrittäjinä ja toimijoina. Yhdistettynä laadukkaaseen toimintaan tämä kasvattaa matkailijoiden määrää, lisää asiakastyytyväisyyttä, vahvistaa julkista yrityskuvaa ja parantaa markkinointimahdollisuuksia. Lisäksi vastuullinen toimija parantaa suhteitaan sidosryhmiin ja viranomaisiin. (SMAL 2011b.)

Yritykset haluavat toimia vastuullisesti monesta eri syystä. Keskeinen motiivi on vahvistaa kannattavuutta ja toimivuutta pitkällä aikavälillä. Vastuullinen toiminta voi vaikuttaa myönteisesti mm. laajemmat markkinat, paremmat tuotteet ja asiakastyytyväisyys, sitoutuneet sekä motivoituneet työntekijät joiden ansiosta yrityksessä on innovatiivisuutta ja luovuutta. Tyytyväinen sidosryhmävaikutus, positiivinen julkisuus ja imagon nousu vaikuttaa rahoituksen saamiseen. Yritys voi verkostoitua paremmin ja kaikilla tekijöillä on

vaikutusta liikevaihdon kasvuun ja kustannussäästöihin (TEM 2009, 5). On lukuisia tutkimustuloksia siitä, miten järjestelmällisesti laatuun, toiminnan kehittämiseen ja ympäristöasioihin ja sosiaaliseen vastuuseen panostavat yritykset menestyvät viiteryhmiään paremmin. Esimerkiksi EcoVALUE tm -kriteerien mukaisten ns. vihreiden yhtiöiden (Green companies) tuotto oli 26,1 % korkeampi ja luottoluokitus parempi kuin vertailuryhmän osakkeiden tuotto (Lehtipuu & Monni 2007, 89).

### **3.5 Edut kestävän matkailun kannalta**

Kestävän matkailun tehtävänä on tunnistaa matkailun kielteiset vaikutukset ja osoittaa kuinka voidaan toimia paremmin ja vähentää kielteisiä ympäristövaikutuksia. Tavoitteena on entistä järkevämpi matkailun toteuttaminen luontoa ja ympäristöä kunnioittavalla tavalla. Matkailun vaikutuksiin perehtyminen ja vaikutusten pienentäminen edellyttää ekologista tietämystä. (Hemmi 2005, 41–42.) Tutkimusten mukaan tulevaisuudessa kysyntä luontoon liittyvään matkailuun vahvistuu ja tämä asettaa vaatimuksia toimintaympäristölle, jotta taloudellisesti kannattavan toiminnan ja kestävyuden yhdistäminen osoittautuu menestyksekkääksi. Matkailun arviointia tulee tehdä taloudellisten mittareiden ohella kaikkien kestävyuden kriteereiden, eli sosiaalisten, kulttuurisista ja ekologisista lähtökohdista. Matkailualueen imago ja kohderyhmäajattelu on merkityksellistä tulevaisuudessa. Kestämätön, kertakäyttöisyyttä ja eri ekosysteemeistä irrallaan oleva toimintatapa saattaa olla osalle matkailijoista syy olla palaamatta kohteeseen. (Merikoski & Staffans 2011, 54.)

Matkailijamäärät ovat kasvaneet vuosikymmenien ajan ja nyt puhutaankin massamatkailusta. Monet matkailukohteet toimivat sietokyvyn rajoilla. (SMAL 2011b.) Matkailukustusten muodostuessa ympäristökuormitus on suuri ja palveluyritykset kuormittavat ympäristöä yhä enemmän. Perusajatus onkin, että ympäristövastuullinen toiminta synnyttää kustannussäästöjä, lisää yrityksen arvoa ja kilpailuetua sekä parantaa yrityksen tilaa ja asiakkaiden viihtyvyyttä. (Hemmi 2005, 110). Matkailun näkökulmasta ympäristön- ja luonnonsuojelun tavoitteena on matkailun edellytysten ja vetovoiman säilymisen turvaaminen. Ekologinen eli ympäristöllinen kestävyys edellyttää, että kukin yritys pysäyttää luonnonvarojen hupenemisen ja kääntää uusiutuvien luonnonvarojen määrän kasvuun. (Hemmi 2005, 77 ja 209.)

Matkailijakyselyn mukaan matkailijat karttavat kaupunkimaista ja tiivistä rakennetta, ellei sen koeta tuovan ehdotonta lisäarvoa lomakokemukseen ja tällöinkin matkailukylän tiivistämisen toivotaan tapahtuvan paikallisuutta kunnioittaen ja maisemaa sopeuttaen. Matkailukeskusten rakentamisessa paikallisuutta voidaan vaalia säilyttämällä kulttuurihistoriallisesti arvokkaat kohteet, huolehtimalla perinnemaisemien ja perinnetyyppien säilymisestä ja suosimalla maaseudulle tyypillisiä rakennustyyliä ja -materiaaleja. Matkailukylää on kehitettävä autenttisuuteen ja paikallisidentiteettiin perustuen, vetovoimatekijöitä korostaen. (Merikoski & Staffans 2011, 55.)

## **4 HimosMaailma Oy - ympäristövastuullista liiketoimintaa Jämsän matkailualueella**

Opinnäytetyössä käytettävä menetelmä oli kvalitatiivinen eli laadullinen tapaustutkimus. Tapaustutkimusmenetelmä soveltuu hyvin kehittämistyön lähestymistavaksi, kun tehtävänä on tuottaa kehittämisehdotuksia ja -ideoita. Tavoitteena on tuottaa tietoa nykyajassa tapahtuvasta ilmiöstä sen todellisessa tilanteessa toimintaympäristössä ja että tapaus ymmärretään kokonaisuutena. Kehittämistyössä tapaustutkimuksella on tarkoitus tuottaa uutta tietoa kehittämisen tueksi. (Ojasalo ym. 2009, 52–53.)

Kehittämistyön alussa laadin tapaustutkimuksen verkostoyrityksestä, verkoston toimintatavoista ja matkailualueen sijainnista. Tutkimusaineisto kerättiin toimitusjohtaja Tarja Uusipaaston teemahaastattelun pohjalta, verkostoyrittäjyyden ja matkailun ammattiteoriasta. Haastattelun teemat olin suunnitellut etukäteen (liite 1.) ja osittain teemahaastattelu muuttui avoimeksi. Avoimella haastattelulla voidaan selvittää mitä ihmiset ajattelevat tai kuinka he käyttäytyvät. (Ojasalo ym. 2009, 42–43.) Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää keskeinen ongelma ja/ tai kehittämisperuste suunniteltavalle produktille. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää millainen tuotos palvelee osakasyrityksiä parhaiten, mikä on tuotoksen tarpeellisuus ja mistä näkökulmasta ympäristövastuullista liiketoimintaa on käsiteltävä. Tutkimustiedot analysoitiin sisällön analyysilla.

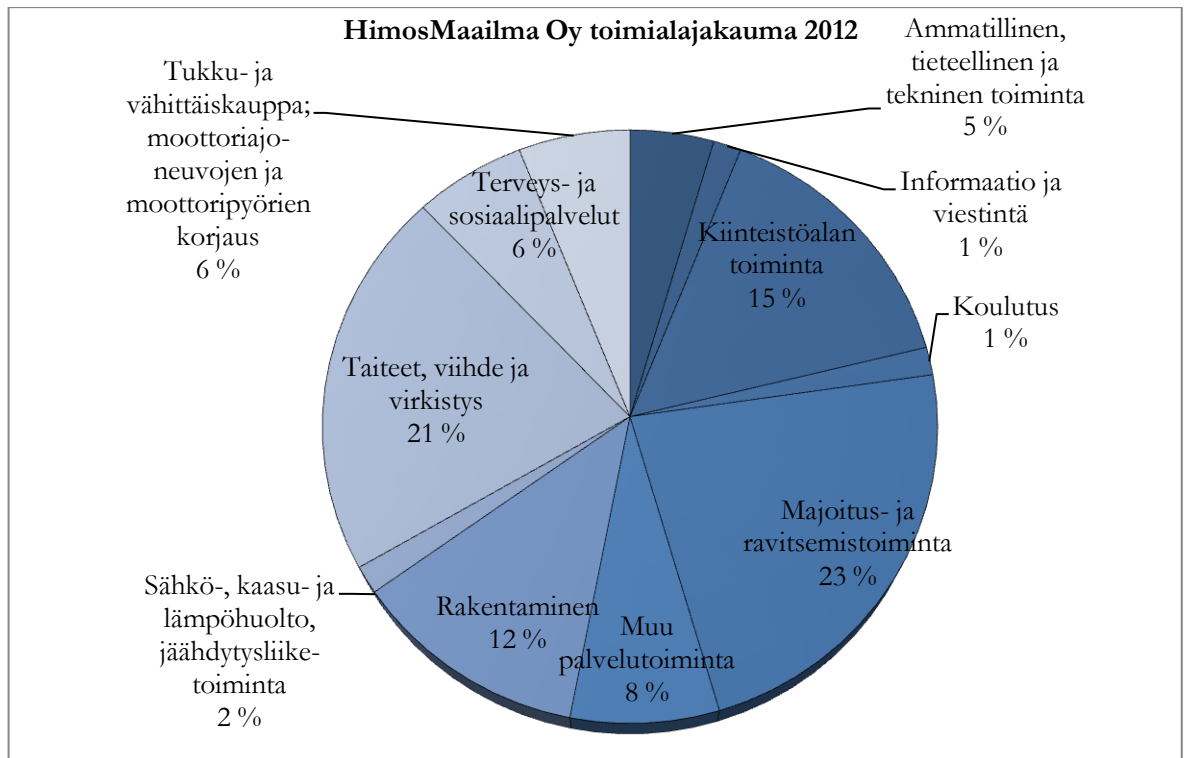
### **4.1 HimosMaailma Oy**

”Nyt haluamme nostaa ympäristövastuullisuuden HimosMaailman vetovoimatekijäksi. Opinnäytetyöstäsi voisi olla apua tässä prosessissa”(Uusipaasto, T. 21.10.2011a). HimosMaailma Oy on perustettu vuonna 2008 liittämään yhteen Jämsän matkailualueen yrityksiä ja se on nyt 70 yrityksen veturiyritys. HimosMaailma Oy:n omistavat osakkaat ja veturiyrityksen tehtävä on toimia osakkaiden myynti-, markkinointi- ja kehittämisyrityksenä. HimosMaailma Oy:n organisaatiossa Vt. toimitusjohtajana toimii Tarja Uusipaasto, myyntipäällikkönä Satu Jokinen, myyntipalvelusta ja sähköisestä liiketoiminnasta vastaa Kimmo Rampanen sekä myyntisihteeri Irina Saharov-Järvinen, jonka vastuulla ovat alueen Venäjänkieliset asiakkaat. (Uusipaasto, T. 15.11.2011b.)

”Yrityksen omistavat osakkaat ja HimosMaailma ei kulje omia polkuja vaan toteuttaa osakasyrityksien tahtoa. Yrityksellä ei ole ympäristönhallinta- tai laadunhallintajärjestelmää. Himoksella on laatujohtoryhmä, joka koostuu suurimmista alueen toimijoista kuten Himoslomat, HimosMaailma Oy ja Himos hiihtokeskus. Muutamalla yksittäisellä yrityksellä on käytössään esimerkiksi Laatu 100Q. Laadukas toiminta ei vaadi sertifikaattia, vaan yhteisymmärryksen siitä mitä laatu on. Alueella on kokonaisvaltaisesti keskitytty ympäristönsuojeluun, uuteen ympäristövastuulliseen teknologiaan, lajitteluun, turvallisuuteen ym. mutta viestinnässä se ei näy. Osakasyritykset ovat ympäristövastuullisia yrityksiä ja jo 1980 luvulta Himos on ollut ympäristövastuullinen toimija.” (Uusi-paasto, T. 15.11.2011b.)

Verkostoituminen on yritysmaailmassa ilmiö, jossa vähintään kolme yritystä tekee yhteistyötä ja osapuolet ovat tietoisia yhteisistä tavoitteista (Edu 2011a). Verkostoista ja verkostoitumisesta (tai verkottumisesta) puhuttaessa on hyvä erottaa toisistaan sosiaaliset verkostot, taloudelliset verkostot (klusterit) ja verkostomarkkinointi (pyramidiyritykset)(Edu 2011b). Verkostoyrittäjyyden toimintatapoja ovat kumppanuudet, veturiyrittäjä ja yhteisyritys. Verkostoilla on keskeinen ja strateginen rooli yrityksen liiketoiminnassa. (Toivola 2006, 12 ja 95.)

Matkailutoimialan klusteri on laaja kehys, jossa matkailutoimijat työskentelevät. Jokaisen toimijan tulee tunnistaa oma roolinsa laajassa toimintaympäristössä. Klusterimaisuus luo mahdollisuuksia, mutta on myös haaste alan kehittämiseksi. Suomen matkailustrategiassa vuosille 2009–2013 esitetään, että on huomioitava klusterin osat ja yhteydet toisiinsa. Hyödyntämällä rajapintoja innovatiivisemmin, koko paikallisen klusterin toiminta tehostuu (KTM 2006, 39). Kuviossa 2. kuvataan HimosMaailma Oy:n osakasyrityksien toimialajakauma.



Kuvio 2. HimosMaailma Oy toimialajakauma 2012

Osakastietojen mukaan (Jokinen, S. 18.1.2012) yritys muodostaa verkostoyrittäjineen monialaisen matkailualueen klusterin ja toimialat jakautuvat vuonna 2008 voimaan tulleen tilastokeskuksen toimialaluokituksen (Stat 2012) mukaan 11 eri toimialaan.

#### 4.2 Jämsän matkailualue ja matkailukeskus Himos

Matkailualueet (attraktiokompleksit) ovat syntyneet liikennereittien äärelle tai läheisyyteen ja sijaintinsa ja vetovoimatekijöidensä mukaisesti palvelevat päivä-, viikonloppu- tai lomamatkailijoita. Suomen matkailun alueellisen jäsentymisen mukaan käsite matkailukeskus on matkailuyritysten ja -palvelujen sijaintipaikka, joka on sidoksissa attraktioiden läheisyyteen tai matkailureitteihin. Matkailukeskus on avainasemassa matkailun alueellisen rakenteen muodostumisessa. Matkailuvetovoimaltaan tärkeille alueille muodostuu matkailu- ja vapaa-ajantoimintoihin erikoistuneita toimialakeskittymiä eli klustereita. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 128–131).

Jämsän matkailualueella oli 28 vuotta sitten vain leirintäalue. Vuonna 2004 Jämsän seudulle toteutettiin aluekeskusohjelman perusrahoituksella matkailun kehittämissuunnitelma Master Plan. Suunnitelman tehtävät on konkretisoida tavoitteet ja reunaehdot,

sitouttaa toimijat yhteisen päämäärän toteuttamiseen ja toimia työvälineenä eri tehoille, esim. kaavoituksessa. Hanke toteutettiin maaliskuu 2004 - huhtikuu 2005 aikana laajas-  
sa yhteistyössä matkailuklusteriin kuuluvien yritysten ja koulutusorganisaatioiden kans-  
sa. (Jämsek Oy 2012a.) Jämsän kaupunki on Himos-Päijänne Master Plan ohella toteut-  
tanut matkailun liiketoiminnan edellyttämän liikenteellisen toimivuuden, turvallisuuden  
ja palvelujen kehittämisen vaatimukset mittavaa perusinfra, vesi- ja jätehuollon raken-  
tamista. Toiminnan ohjauksesta vastaavan Himoskylä 2015 tavoitteena vuoteen 2015–  
2020 mennessä on miljoona yöpyjää (Himokselle.fi-tietopaketti 2011–2012, 6; Jämsek  
Oy 2012b).

Jämsä sijaitsee Keski-Suomen matkailuvyöhykkeellä. Alueelle on suuri merkitys Päijän-  
teen vesistöllä ja sitä ympäröivien alueiden attraktioilla. Matkailun kehittyminen on  
riippuvainen muualta saapuvista turisteista, joten alue on resurssipainotteinen ja mark-  
kinahakuinen attraktiokompleksi. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 235–242.) Tilastot  
osoittavat, että maantieteellinen läheisyys vaikuttaa matkailuvirtojen syntyyn. Suhteelli-  
sillä etäisyyksillä ja etäisyyskustannuksilla on merkitystä kaukana toisistaan sijaitsevien  
kohde- ja lähtöalueiden välisen matkailun kehityksessä. Sijainnin ja saavutettavuuden  
kilpailukeinot ovat mahdollisuuksia alueella ja läpikulku on pysäytettävissä tulevaisuu-  
den suunnitelmien vetovoimatekijöillä. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 15.)

Vuonna 2008 tehdyn tutkimuksen mukaan jämsäläiset tunnistivat samat vetovoimateki-  
jät Jämsän seudulla mittauksesta toiseen. Jämsän seudun parhaina puolina pidetään  
kaunista ympäristöä ja sijaintia. Luonnon kauneus vaatii suojelua, että se pysyy sellaise-  
na jatkossakin (Jämsek Oy 2008, 9-11).

Vuonna 2011 syyskuun loppuun mennessä rekisteröityjä vuodepaikkoja Jämsän alueella  
oli yhteensä 3184 (Virtanen, S. 18.1.2012). Matkailutilastoja kerätään kolmen kuukau-  
den välein ja rekisteröidyt yöpymiset tammi-syyskuu vuonna 2011 olivat 228 837, joista  
kotimaisia oli 186 458 ja kansainvälisiä yöpymisiä oli 42 379. Kansainvälisiä asiakkaita  
viiden lähtömaan mukaan suuruusjärjestyksessä olivat Venäjä, Viro, Ranska, Ruotsi ja  
Alankomaat. Käyttöaste oli 33,3 % ja yöpymisen keskihinta oli 23,79 euroa. Matkailutu-  
lo vuonna tammikuusta syyskuuhun 2011 oli 5,44 miljoonaa euroa (Jämsek Oy 2011).

### 4.3 Hiilijalanjälkihanke

Ajalla 19. - 22.1.2012 HimosMaailma Oy oli näytteilleasettajana Helsingin messukeskuksessa, matka NORDIC TRAVEL FAIR -messuilla. Keski-Suomen kehittämispäällikkö Miikka Raulo osallistui matkamessuille Jämsän edustajana ja toi esiin hiilijalanjälkihanketta (Uusipaasto, T. 2011b). Matkailun- ja elämystuotannon osaamisklusterin käynnistämässä projektissa on luotu matkailukeskuksen hiilijalanjälkilaskentamalli, mukana yritys- ja tuotekohtaisessa vertailussa on 30 HimosMaailman osakasyritystä. Projektin myötä HimosMaailma asiakkaat voivat saada konkreettista ympäristötietoa ja myös laskea oman hiilijalanjälkensä HimosMaailma Oy:n palveluihin liittyen. Numeerinen hiilijalanjälkitieto antaa todellisen kuvan matkailun tärkeimmistä ympäristövaikutuksista ja vertailtaessa vaihtoehtoja verkossa matkapäättöstä tehtäessä (Matkatieto 2012).

Keskisuomalaisessa 13.1.2012 julkaistiin mediatiedote ”Hiilitassua pienentämään”. Jämsän Himoksessa on luotu maan ensimmäinen laskentamalli matkailukeskuksen hiilijalanjäljelle. Himoksen 25 matkailuyritystä, mukaan lukien hiihtokeskus mittasivat hiilijalanjälkensä ja jatkossa energiankulutusta vahtivat energiamittarit. Yritykset käyttävät tuloksia lisätäkseen vastuullista ja ympäristöystävällistä matkailua. Yritysten asiaksi jää pohtia keinoja hiilijalanjäljen pienentämiseen ja sen käyttämiseen markkinoinnissa. Asiakkaiden ympäristötietoisuutta lisätään asentamalla kahdeksaan mökkiin ja kahteen ravintolaan energiamittarit (Karjalainen 2012, 8).

#### 4.3.1 Suomen hiihtokeskusten ympäristövastuullisuus

”Himoksen matkailualueella ei voi käsitellä ilman Himoksen hiihtokeskusta ja toiminnassa on huomioitava kilpailevat hiihtokeskukset”. (Uusipaasto, T. 15.11.2011.) Jämsän suurimmat alueelliset kilpailijat kuten Keski-Suomi, Tampere, Pohjois-Suomen kaupungit ja Itä-suomen kaupungit nähdään kilpailuvaltteina markkinoilla (Vuoristo & Vesterinen 2009, 235–242).

Edelläkävijä Suomessa on markkinaosuudeltaan pieni matkailukeskittymä Pyhä. Pyhä on vuoden 2011 laskettelukeskus Suomessa ja Pohjoismaiden ensimmäinen hiilineutraali hiihtokeskus. Pyhällä on vuodesta 2008 aloitetun ympäristöohjelman myötä käy-



tetty kaikessa toiminnassa ekosähköä ja kaukolämpö tuotetaan uusiutuvista luonnonvaroista. Käytössä oleva Gold Standard on WWF:n tukema ja markkinoiden laadukkain päästösertifikaatti ja jonka ansiosta hiilipäästöjä on vähennetty nyt jo 80 prosenttia. Tavoitteena on olla riippumaton fossiilisesta energiasta vuonna 2020 (Pyhä 2012). Taulukossa 1. kuvataan nykyinen kilpailutilanne Suomessa viiden suurimman hiihtokeskuksen osalta ja keskuksien viestintä ympäristövastuullisesta liiketoiminnasta. Lisäksi kontekstissa tuodaan esille Pyhä, vaikka sen markkinaosuus on pieni.

Taulukko 1. Hiihtokeskusten markkinaosuudet ja viestintä ympäristövastuullisesta sähköisessä mediassa (SHKY 2012, 4; Levi 2012; Ruka 2012; Ylläs 2012; Himos 2012; Tahko 2012; Pyhä 2012)

<b>Hiihto-keskus</b>	<b>Markkinaosuus - %</b>	<b>Viestintä ympäristövastuullisesta liiketoiminnassa</b>
<b>Levi</b>	14,2 %	Green Start- ympäristöohjelma: arvot, politiikka, strategia, ELY, Vipuvoimaa EU:lta
<b>Ruka</b>	14,1 %	Ski-in, Ski Out hiihtokeskus, Avainlippu, 0* ympäristöohjelma- merkki EU-sopimus, ELY, Vipuvoimaa EU:lta
<b>Ylläs</b>	9,4 %	Vihreä Ylläs - arvot, tiedote kierrätyspisteistä, ELY, Vipuvoimaa EU:lta
<b>Tahko</b>	7,6 %	Kierrätyspistemainos
<b>Himos</b>	6,9 %	Ei mitään
<b>Pyhä</b>	2,8 %	Pohjoismaiden ensimmäinen hiilineutraali hiihtokeskus, vuoden 2011 hiihtokeskus Suomessa, ympäristöohjelmamerkki, tiedotteita, ELY, Vipuvoimaa EU:lta

Viestintä ympäristövastuullisuudesta liiketoiminnasta perustuu näkyvyyteen sähköisessä mediassa. Parhaiten ympäristövastuullisen liiketoiminnan näkyvyyteen on panostanut Ruka ja Pyhä.

### 4.3.2 Kansainväliset edelläkävijät

Osa kestävän matkailun periaatteista toteutuu jo rutiiniluonteisesti esimerkiksi Keski-Euroopan matkakohteissa. (Merikoski & Staffans 2011, 36.) Hiilineutraali edelläkävijä Keski-Euroopassa on Werfenweng Itävallassa. Werfengen kuuluu yhdessä 24 yhteisön kanssa Ranskasta, Itävallasta, Sveitsistä, Saksa, Italia ja Sloveniasta Alppien Helmet-projektiin, jolla pyritään edistämään kestävä matkailua Alpeilla. Werfengen on lomakohte, jossa matkailija ei joudu maksamaan liikaa vaikka niin saattaisi kuvitella. Junalippusitteesta matkailija saa Taika-kortin, joka mahdollistaa vapaata liikkuvuutta. Tällä kannustetaan matkailijoita käyttämään vähäpäästöisiä kuljetusmuotoja. Omalla autolla tulevat vaihtavat autonavaimet matkatoimistossa Samo-korttiin, joka mahdollistaa vapaata taksipalvelua. Lisäksi alueella on vuokrattavana vihreitä kulkuneuvoja kuten bio-auto, E-skoottereita ja polkupyöriä. Werfengen ei tietenkään voi saavuttaa täysin kaikkea, eikä hiilineutraali ole ihmelääke sisäiseen ristiriitaan käsitteissä massamatkailu ja kestävyys. Kaupungista on kuitenkin kehittymässä esimerkki, josta muut matkailukeskukset voivat ottaa mallia (Wheatley 2011).

Middlebury College Snow Bowl sijaitsee Hancockissa Vermontissa, 21 km itään Middleburyn vihreiltä vuorilta. Middleburysta tuli vuonna 2006 ensimmäinen hiilineutraali hiihtokeskus Yhdysvalloissa. Middleburyssa kestävyys on muutakin kuin uusiutuvien energian hankkeita ja ”vihreitä” rakennuksia: kestävyys on olennainen osa mitä opetetaan ja kuinka työskennellään. Middleburyn kampuksella on mm. maan vanhin ympäristötutkimuksiin erikoistunut koulutuskeskus. Alueen tavoitteena on hiilineutraalius, lähiruoan lisääminen ja uusiutuvan energian käyttö (Find TheBest 2012).

### 4.4 Tutkimustulokset

Tutkimuksen keskeinen tulos on, että osakasyritykset ovat ympäristövastuullisia, mutta eivät tiedosta tai hyödynnä tätä toiminnan potentiaalia viestinnässään. Tutkimustuloksen perusteella muodostui ratkaisu tuotokseen eli kehittämisperuste oli tuoda esiin kokonaisuus ympäristövastuullisesta liiketoiminnasta osakasyrityksille. Yhtenäisen ympäristö ja -laadunhallintajärjestelmän laatiminen suurelle yritysverkostolle, jonka toimialat ovat toisistaan hyvin poikkeavia, on alueen toimijoille haasteellinen ratkaistava.

## 5 Käsikirja ympäristövastuulliseen liiketoimintaan

Opinnäytetyön tavoitteena oli laatia käytännönläheinen, kompakti käsikirja HimosMaailma Oy:n osakasyrityksille. Käsikirja käsittelee, mitä on ympäristövastuullinen liiketoiminta ja sen velvoitteet, miten se kytetään liiketoimintoihin eli ympäristöjohtaminen ja miksi ympäristövastuullinen toiminta kannattaa. Kun yrittäjä täyttää kohta kohdalta käsikirjan ohjeistuksen mukaan, yrittäjän on pohdittava asioita ja nähtävä ympäristöasiat omassa kontekstissaan osana liiketoimintaa. Käsikirjan tehtävänä on haastaa yrittäjät, sillä kukaan ei tunne heidän ydintoimintaansa yhtä hyvin kuin yrittäjä itse.

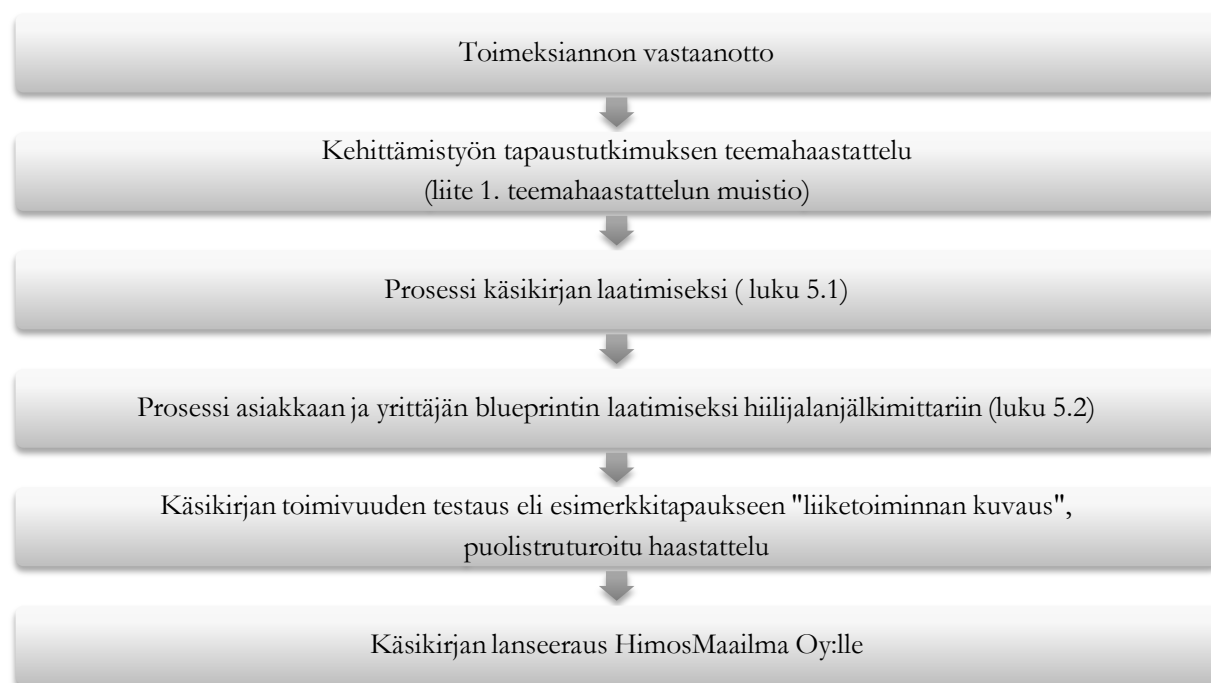
### 5.1 Käsikirjan tarpeellisuus

Käsikirjan tarpeellisuudesta ja toimeksiannon rajauksesta neuvoteltiin toimeksiannotaapamisessa ja havaittiin opinnäytetyön tehtäväksi uudistamisperustetta ja -tarvetta. Käsikirjan keskeiseksi tarkoitukseksi nousi toimitusjohtaja Tarja Uusipaaston mukaan se, että ”kaikkien yrittäjien vastuu ympäristöstä tulee nostaa esille hiilijalanjälkihankkeen myötä”. Käsikirjalle on selkeä tarve kun halutaan suunnata ajatuksia uusille urille ja viädä ympäristövastuullisuuden ajatusmallia yrityksiin. (Uusipaasto, T. 15.11.2011.)

Käsikirjan tehtävä on myös huomioida verkostoyrittäjät omassa kontekstissaan, josta visioin tarpeeseen perustuvan ”liiketoiminnan kuvaus”-toteutusmallin. Verkostoyrityksessä on eri toimialojen yrityksiä. Huomioituna kaikki osakasyritykset tasapuolisesti, syntyi ajatus laatia käsikirja, jonka avulla jokainen pienikin toimija voi laatia ympäristöasioiden selvityksen omasta liiketoiminnastaan. Käsikirja kannustaa yrittäjiä viestimään ympäristövastuullisesta liiketoiminnastaan myös muille sidosryhmille.

## 5.2 Projektisuunnitelma

Projektisuunnitelma kuviossa 3. kuvaa opinnäytetyön prosessivaiheet eli kuinka työ on edennyt toimeksiannon vastaanottamisesta lopulliseen tuotokseen eli tuotteeseen.



Kuvio 3. Opinnäytetyön projektisuunnitelma

### 5.2.1 Prosessi käsikirjan laatimiseksi

Käsikirjan (liite 3.) sisältö vastaa teoriaperustan sisältöä ja teoriaperustan mukaan sovelsin ympäristöasiat käytäntöön. Käsikirjaan laadin johdannon ja ohjeet kuinka käsikirjaa käytetään, miten käsikirja on rakennettu ja mikä on käsikirjan tarkoitus. Ensimmäiselle sivulle laadin HimosMaailma Oy matkailuklusterin, joka vastaa Suomen matkailuklusteria ja klusteriin määrittelin HimosMaailma Oy:n toimintaympäristön ja sidosryhmät. Luokittelin HimosMaailma Oy:n osakasyritykset tilastokeskuksen toimialaluokituksen mukaan ja laadin pivot -taulukolla prosentuaalisen toimialajakauman kaavion, jonka liitin käsikirjaan.

Käsikirjaan oli tarkoitus ottaa HimosMaailma Oy:n toimijoista esimerkkitapauksia ja tätä varten lähetettiin 6.2.2012 yhteistyöpyyntökirje 70 osakasyritykselle (liite 2.) Pyyntöön vastasi yksi yritys ja heidän toiveena oli muiden osakasyrityksien osallistuminen myös. Opinnäytetyön rajallisuuden vuoksi päädyin ratkaisuun, että esimerkkitapaukset

ovat muiden yritysten tapoja toimia. Käsikirjan sisällöstä muodostui tämän ansiosta mahdollisimman yksinkertainen ja selkeä ohjeistus.

Käsikirjan ohjeistukseksi määrittelin keskeiset ympäristövastuullisuuden käsitteet, jonka jälkeen laadin kysymys- ja vastaustaulukoita joihin yritys kirjaa miten asiat ovat. Osaan taulukoita laitoin vastausvaihtoehtoja, kuka vastaa asioista ja mikä asioiden hoidon tila on. Käsikirjaan liitin myös eri yritysten toimintatapoja case -laatikoihin havainnollistamaan konkreettisesti miten ympäristöasiat on hoidettu eri yrityksissä. Käsikirjan liitteeseen 1. kokosin tärkeimpiä käsikirjassa käytettäviä ympäristövastuullisuuden käsitteitä.

Käsikirjassa käytettävä menetelmä oli suunniteltu teemahaastatteluksi. Kun käsikirja valmistui, sen toimivuus todennettiin HimosMaailma Oy toimitusjohtaja Tarja Uusi-paaston haastattelulla 29.5.2012. Haastattelun kysymykset olivat käsikirjan kysymysten mukaisia eli puolistrukturoituja ja osa myös avoimia kysymyksiä. Tutkimusaineisto kirjattiin suoraan käsikirjaan liiketoiminnan kuvaukseen ja tutkimustulokset analysoitiin sisällön analyysillä opinnäytetyön raporttiosuuteen.

Käsikirjan lanseeraukseen osallistui veturiyritys HimosMaailma Oy 29.5.2012. Käsikirjan lanseeraustilanteessa toimeksiantaja esitti lisäspynnön ympäristölakien kokoamisesta liitteeksi, joten keskeisimmät ympäristölait ja -asetukset kokosin käsikirjan liitteeseen 2. Käsikirjan kysymysten läpikäynnin jälkeen löytyi velvoitteet -kysymyssarjasta sekä muusta materiaalista toisiinsa liittyviä päällekkäisyyksiä, jotka poistin tarpeettomina.

Käsikirjan visuaalisuudessa hyödynsin Word-ohjelman valmista teemaa kansilehdellä ja HimosMaailma Oy:n hiilijalanjälkihankkeen myötä valmistunut ”mökkigottage”-logoa. Muu käsikirjan sisältö on HAAGA-HELIA:n raporttiohjeistuksen mukainen. Taulukoissa ja kuvioissa hyödynsin värejä muokatulla teemalla. Sivun ylätunnisteseen kaapattiin HimosMaailma Oy:n ”mökkigottage”-energiämökin logosta yksi jalka, joka väritettiin vihreäksi. Jalan logo toistuu jokaisella sivulla sisällysluettelon jälkeen. Copyright logon käyttöön myönsi HimosMaailma Oy:stä Tarja Uusi-paasto ja Cutright logon käyttöön Kimmo Rampanen, joka myös avusti lähettämällä minulle logon vektori-eps -

muotoisena, jota muokkasin Adobe Illustrator-ohjelmalla. Hän lähetti minulle sähköisesti linkin sivustolle. Kuvaan muokkasin ja tallensin PNG- muotona.

Käsikirja julkaistaan PDF -versiona ja jaetaan sähköisesti kaikille HimosMaailma Oy:n osakasyrityksille. Osakasyritykset täyttävät käsikirjan tekstiosuuden ja kysymyksien avulla oman liiketoiminnan kuvauksen. Käsikirja kannustaa osakasyrityksiä kehittämään jatkossa ympäristövastuullisuuttaan ja tuomaan esiin ympäristövastuullisuutta markkinointiviestinnässään.

### **5.2.2 Prosessi Blueprintin laatimiseksi hiilijalanjälkimittariin**

Käsikirjaan laadin kaksi A4-kokoista liitettä Blueprint: n eli prosessikaavion keinoin: 1) asiakkaan prosessikaavio ja 2) yrittäjän prosessikaavio. Prosessianalyysin avulla voidaan tutkia ja kehittää prosesseja sekä selvittää, mikä eri osapuolten rooli on prosessissa, mitkä ovat kriittisiä vaiheita ja missä, miksi mahdollisia ongelmia ilmenee. Blueprint on prosessikaavio, joka kuvaa prosessin etenemistä ja osallistujien rooleja. Tarkoituksena on kuvata palveluprosessi niin objektiivisesti, että asiakkaat, henkilöstö ja johtajat ymmärtävät samalla tavalla millainen palvelun kokonaisuus on (Ojasalo ym. 158–159).

Käsikirjan liitteissä 3 ja 4 havainnollistetaan asiakkaan polku Himoksella. Asiakkaalle näkyvän osan ja asiakkaalle näkymättömän osa avulla kuvataan prosessiin vaikuttavat ympäristövaikutukset. Käyttämällä ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja valinnoissaan, asiakas ja yritys voivat vähentää toiminnoissaan hiilidioksidipäästöjä. Ohje tullaan tuotteistamaan osaksi hiilijalanjälkimittareita, jotka asennettiin osaan vuokramökeistä ja kiinteistöistä HimosMaailma Oy:n hiilijalanjälkihankkeen myötä. Tarkoituksena ohjeistuksella on pysäyttää asiakkaat ja yrittäjät miettimään ympäristöystävällisiä valintoja toiminnoissaan.

Prosessikaaviot asiakkaan polusta laadin Excel -taulukon muuttuviin osiin, palveluprosessiin vaikuttavat ympäristövaikutukset pysyviin osiin ja hyvät valinnat liitettiin soluihin näkyvin kommentein eri prosessin osiin. Hiilidioksidikertymät perustuvat Alex Shimo-Barry: n (2009) kirjaan: ”Plussaa ja miinusta 100 konstia pieneen hiilijalanjälkeen”. Kirjassa jokainen säästökeino ja päästökeino on kuvattu. Ympäristöystävällisillä

valinnoilla säästää ja ei-ystävälliset tavat lisäävät päästöjä. Valinnoille on laskettu vuoden aikana tuleva säästö hiilidioksidipäästöissä.

### **5.3 Tutkimustulokset**

Tutkimuksen tulos on, että veturiyrityksen ympäristövastuullinen liiketoiminta on esimerkillisesti huolehdittu, yrityksellä on strategiset tavoitteet ja toimenpidesuunnitelmat ympäristövastuullisuuden kehittämiseksi. Yritys myös tunnistaa ympäristövastuullisen liiketoiminnan edut liiketoiminnan, sidosryhmien ja kestävän matkailun kannalta.

## 6 Pohdinta

Käsikirja onnistui odotuksiini nähden aina vain paremmin ja entistä kompaktimmin, mitä enemmän käsikirjaa kehitti. Ilman taustatyötä, kehittämistyötutkimusta, haastattelua ja ohjausta käsikirjan lopullinen tuotos olisi nyt sisällöltään hyvin erilainen. Käsikirja vetäytyi lähikontaktista aina kauemmaksi, käsittelemään asiaa kokonaisvaltaisemmin ja objektiivisemmin. Haaste kasvoi kehittämistyön tutkimuksen jälkeen isommaksi, sillä kun tiedustelin veturiyritykseltä käsikirjaan edelläkävijäyrityksiä: osakastiedoissa ei tätä tietoa ollut. Myös osakasyrityksiä ei ollut listattu aluksi, vaan sain tiedot tammikuun puolella. Jaottelun toimialoittain laadin itse.

Oma visio käsikirjan lopulliseen kokonaisuuteen vahvistui tutkimuksen myötä. Visio oli pienyrittäjä, joka tekee todennäköisesti ympäristöystävällisiä tekoja liiketoiminnoissaan, mutta ei tiedosta niiden hyödyllisyyttä tai markkinointiarvoa.

HimosMaailma Oy:n hanke on kehittämistyön tulos ja hiilijalanjälkimittari on pieni tekijä koko ympäristövastuullisen liiketoiminnan kentässä. Kaikki yrittäjät eivät tiedä tai välttämättä ymmärrä asiayhteyttä tai mistä kokonaisuudessa on kyse. Markkinointipuheet kertovat osaltaan koko totuuden itse mittarista, mutta sen siirtäminen palvelevasti liiketoimintoihin jää hankkeen jälkeen yrityksiä mietittäväksi.

Käsikirjan avulla yritys näkee, mistä kokonaisvaltaisesti on kyse: mitä asioita pitää itse huomioida omissa liiketoiminnoissaan. Miksi kannattaa vai velvoittaako laki? Käsite ympäristövastuu on ehdottomasti jokaisen yrittäjän sisäistettävä. Ympäristövastuullinen yritys säilyttää kilpailukykyänsä ja huolehtii omasta liiketoiminnastaan.

Käsikirjan testausvaihetta varten laadittu tapaustutkimus toi onnistumisen. Veturiyrityksellä on ympäristöasiat huolehdittu ja käsikirjaan tuli hyvä liiketoiminnan kuvaus toimimaan esimerkkinä muille osakasyrityksille. Eli alkuperäinen ajatus liiketoimintojen kuvauksesta toteutui ja käsikirjakin toimi moitteettomasti.



## 6.1 Johtopäätökset

Ensisijaisesti verkostoyrityksen tulee tuntea yhteistyökumppanit ja tietää näiden toimintatavat. Yhteistyölle ei ole edellytyksiä ilman yhtenäistä verkostostrategiaa, yrityskulttuuria ja toimintapolitiikkaa. Arvot ja periaatteet kehitetään yhdessä yrityksen sisällä ja osakasyrityksien tulee edustaa yksi kaikkien puolesta -periaatteella koko yritystä. Liittämällä ympäristövastuullisuuden jokaisen osakkaan, yrittäjän oman liiketoiminnan strategiaan ja yhteisesti verkostoveturi HimosMaailma Oy:n strategiaan: saavutetaan tavoitteet yhdessä, yhteisvoimin. Ohjaamalla toimintoja ympäristöstrategian ja tuomalla esiin kumppaneille oman strategisen suuntautumisen, innostaa muutkin yhteiseen toimintaan. Ansaittu luottamus kumppanuuksien välillä luo yhteneväistä liiketoimintaa kumppanuusverkostolle ja koko matkailuklusterin toimijat hyötyvät. Asiakasrajapinnassa hyötyjä voi mitata palautteissa, asiakasosuuksissa ja imagon tunnettavuudessa.

Verkostossa saattaa olla ja usein onkin järjestäytyneitä yrittäjiä joilla on tietoa ja taitoa ympäristöasioista. Luottamus kumppanuksiin ja tiedon jakaminen tulisi olla verkoston periaatteissa ja sitä myöten jokaisen yrittäjän periaatteissa. Tiedon jakaminen ympäröiville sidosryhmille on tärkeää myös esimerkillisyyden kannalta. Kun tietoyhdyskunta yhdistää voimansa ja taitonsa, syntyy tuloksellisuutta ja tehokkuutta. Kun ympäristöasioiden talkoot järjestetään yhdessä ja laaditaan työprosesseja, jotka tuottavat yhteistä, hyvää palvelua: kaikki voittavat. Tehdään oikeita, oikeasti todella tärkeitä asioita ja oikein tehokkaasti.

Ympäristökysymykset ovat haastavia ja tärkeäksi nousee ympäristövastuun määrittäminen jokaisen yrityksen kohdalla erikseen. Ympäristöasiat on pyrittävä analysoimaan ja tunnistamaan oman liiketoiminnan sisäiset vahvuudet ja mahdollisuudet sekä ulkoiset uhat ja riskit. Osaamisella ja toiminnan organisoinnilla on tähän suuri merkitys ja mikäli osaamista tulee vahvistaa, on tieto haettava ja opiskeltava.

Ympäristövastuullinen liiketoiminta on elintärkeä jokaiselle yrittäjälle jo ympäristövastuun ja ympäristönsuojelunkin vuoksi. Matkailukeskuksen toiminnassa, jossa luonto on keskeinen vetovoimatekijä, ympäristöasioiden huolehtiminen korostuu entisestään. Ympäristövastuullisella liiketoiminnalla, joka on systemaattista ja järjestelmällistä, osa

yrittäjien päivittäistä liiketoimintaa on kauas kantavat vaikutukset. Yrittäjien sitoutuminen kestäväan kehitykseen tuo yritykselle lisäarvoa markkinoilla ja ympäristötietoinen johtaminen toiminnoissa pitää yrityksen ympäristön ja matkailualueelle tärkeän luonnon vetovoiman eheänä tulevillekin sukupolville. Matkailullisista vetovoimatekijöistä voimakkain Himoksen alueella on luonto: Suomen korkein keskipiste järviolueineen ja hyvine liikenneyhteyksineen.

Matkailualueen asiakkaat ovat elinehto liiketoiminnan jatkuvuudelle ja sitoutumalla omassa liiketoiminnassaan ajattelutapaan tuotannon ja palvelujen elinkaaresta, matkailualueen vetovoimaisuus vahvistuu ja asiakkaiden arvostus lisääntyy. Kestävän kehityksen periaatteiden mukainen toiminta vahvistaa myös koko klusterin toimijoita, luo yhteistyöhön voimaa ja yhtenäinen ympäristövastuullinen toiminta säilyttää matkailualueen vetovoimaisuuden. Jokainen yritys omalla toiminnallaan on vastuussa matkailualueen kehittymisestä ja säilymisestä. Ekologisen ajattelutavan viestiminen matkailijoille ja harjoittamalla itse esimerkillistä ja vastuullista liiketoimintaa toimii ympäristön ja tulevien sukupolvien parhaaksi.

Ympäristövastuullisuusviestinnän kannalta tuntematon verkostoyrityksien toiminta on riski, ei pelkästään veturiyritykselle vaan koko yritysverkostolle. Ympäristövastuun viestinnässä ja markkinoinnissa tulee olla varovainen: yrityksen toiminnan tulee vastata markkinointilupauksia ja vastuullisuusviestintä on erittäin vakava rikkomus, jollei vastuullisuus todellisuudessa ole totuudenmukaista.

Kestävälle matkailulle alueella on hyvät viitteet ja juuri tulevaisuuden suunnitelmien ja palvelujen yhtenäistämisen myötä verkostoyrityksellä on mahdollisuus toteuttaa tulevaisuuden suunnitelmien innovaatioita. HimosMaailma Oy pitää yrittäjiä elinvoimaisena yhdistämällä liiketoiminnat yhteen ja koordinoimalla yhteistä myynti-, markkinointi- ja kehittämistoimintaa. Strateginen ja tulevaisuutta ennakoiva ote liiketoimintaan ja etenkin omiin tekemisiin vaikuttaa ympäristöön ja sidosryhmiin. Jokainen yrittäjä on itse vastuussa siitä miten ympäristöasiat yrityksessä on hallittu. Kielteisten ympäristöasioiden vähentäminen ja minimointi johtaa myönteiseen imagoon ja yrityskuvaan.

## 6.2 Kehittämisehdotukset

Samalla opinnäytetyön teoriaperustalla voi selvittää taustatekijöitä, jotka vaikuttavat kehittämistyön haasteisiin ja esteisiin. Mielenkiintoinen aihe olisi tutkia, mitkä sidosryhmät matkailukeskuksen viestintä tavoittaa. Nykyisellään on aihetta kehittää vastuullisuusviestintää ja viestintää yleisestikin ottaen. Tärkeää tietoa ja tuloksia saavutettaisiin alkuperäisellä opinnäytetyön aiheellani eli osakasyrityksien verkostotutkimus sosiologisesta näkökulmasta. Tutkimus selvittäisi mitkä ovat kehittämistyön esteet ja haasteet matkailualueella.

HimosMaailma Oy:n kannattaa varmistaa osakasyrityksien ympäristöasioiden olevan kunnossa. Koko HimosMaailma Oy:n imago ja yrityskuva paranevat, kun kaikki osakasyritykset hahmottavat oman liiketoimintansa ympäristöasiat ja sitoutuvat toimimaan kestävä kehityksen periaatteiden mukaisesti. Jokainen osakasyritys on esikuva ja edustaa omalla liiketoiminnallaan koko verkostoyritystä. Myös jokainen verkostoyrittäjä on oman ydinliiketoimintansa paras edistäjä. HimosMaailma Oy:ssä yhteistyön tiivistämiselle on aihetta, sillä yhteistyöpyyntöön vastasi yksi osakasyritys 70:stä verkoston yrityksestä. Kehittämistyössä veturiyrityksen ja osakasyrityksien välillä on myös asennemuutoksien aika, jotta strategiset tavoitteet saavutetaan ja löydetään keinot tavoitteiden saavuttamiseksi.

Yrityksille suunnatuista ympäristöohjelmista esim. Laatu 100Q matkailualueen yrityksille on järkevä ratkaisu, mutta Green Office ja GreenStart ovat HimosMaailma Oy:lle järjestelmiltään raskaita. Huomioiden myös verkostoyrityksen laajan toimialajakauman, yhtenäistä kaikille sopivaa ympäristöohjelmaa ei helposti ole saatavilla. Lisäksi lakivaatimukset ympäristövastuulle ovat riippuvaisia yrityksen ydinliiketoiminnasta, yrityksen koosta ja myös sijainnista. Alueellisen ympäristöohjelman laatimiseksi HimosMaailma Oy veturiyrityksen kannattaa harkita suuremman hankkeen käynnistämistä. Matkailualueen ympäristövastuullisuuden tilasta tulee varmistua ja sopia toimenpidesuunnitelmat ympäristöasioiden kehittämiseksi. Käsikirja on alkua suuremmalle kehittämisprosessille. Ympäristö- ja laadunhallintajärjestelmiä tulee pohtia osakasyrityksien kanssa ja sopia yhtenäisen ympäristöstrategian ja -politiikan luomisesta Himokselle.

### 6.3 Lopuksi

Kiitän perhettäni, omaa sosiaalista verkostoaani, opiskelukollegoja vertaistuesta, opinnäytetyön ohjaajia, opponenttia, HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulua ja Himos-Maailma Oy:tä toimeksiannosta.

Oma oppimiseni opinnäytetyötä varten alkoi joulukuussa 2011 ja aluksi kirjallisuuden opiskelulla. Aiemmin opittu tieto oli käytännössä eli työelämässä hankittua. Esimies-työssäni suunnittelin ravintolan palvelujen tuotantoja huomioiden ympäristövastuullisen liiketoiminnan periaatteet. Koko vastuullisen liiketoiminnan kurssin suoritin opinnäytetyöprosessin aikana. Nyt tietoa on niin käytännönläheisesti kuin teoriassakin opittuna.

Lähdemateriaalia aiheesta löytyi suuret määrät ja lähdekritiikissä oli oltava tarkkana. Kirjoitin jatkuvasti tietoperustaa ja kokonaiskuva tavoitteeseen eli käsikirjaan nähden alkoi hahmottua. Tietoa tiivistin aika ajoin ja hylkäsin osan. Opinnäytetyössä hyödynsin koko prosessin ajan myös A3-kokoista ajatuskarttaa, jonka jaoin kolmeen osaan: tietoperustan runko, käsikirjan runko ja liiketoiminnan kuvauksen runko. Muokkasin runkoja identtisiksi kolmosiksi sitä mukaan kun tietoperusta valmistui. Tietoperusta toimi koko prosessin ajan vahvana kivijalkana.

Käsikirjan aloitusvaiheessa koin takapakkia, sillä yhteistyöpyyntöni käsikirjan tapaustutkimuksia varten ei tavoittanut osakasyrityksiä. Toimintasuunnitelmaa oli tarkennettava ja etsittävä ratkaisu tavoitteen saavuttamiseksi. Pienen tauon jälkeen aloin luomaan käsikirjaa uudella uskolla: vieläkin yksinkertaisempaa ja kompaktimpaa. Visio oli sama kuin alun perinkin ryhtyessäni työhön eli mitä kertoo pienyritykselle käsite ympäristövastuullinen liiketoiminta? Lopputulokseen olen erittäin tyytyväinen ja uskon siitä olevan juuri se hyöty, mitä toimeksiantajana HimosMaailma Oy ja osakasyritykset tarvitsevat.

Raportin tiivistämisvaiheessa luin vielä koko työn korjaten läpi ja voin olla kaikkeen oppimaani vain kiitollinen. Ympäristövastuullisuus ja vastuullinen liiketoiminta kokonaisuutena on osa ammattitaitoani. Tämän kentän hallitsen.

## Lähteet

Anttiroiko, A-V. 2004. Yhteiskuntavastuu ja sen määrittelyprosessi. Teoksessa Järvinen, R. (toim.) Yhteiskuntavastuu – näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen, s. 53. Vammalan Kirjapaino Oy. Vammala.

Autio, S. & Lettenmeier, M. 2002. Ekotehokkuus – Business as Future. Yrityksen ekoteho-opas. Dipoli-raportit/Dipoli-reports C. ympäristökoulutus. TKK Koulutuskeskus Dipoli, Espoo. Karisto Oy. Hämeenlinna.

DQN 2012. DQN-ohjelmat. Green Destination Quality Net. Luettavissa: <http://www.dqn.fi/ohjelmat>. Luettu: 1.2.2012.

Ecostart 2012. EcoStart esite 2011. Luettavissa: [http://www.ecostart.fi/useruploads/files/EcoStart\\_Esite2011\\_uusi.pdf](http://www.ecostart.fi/useruploads/files/EcoStart_Esite2011_uusi.pdf). Luettu: 1.2.2012.

Edlund-Kippo, P. 2006. Ympäristöjohtaminen, ympäristöjärjestelmät ja hankinnat. Teoksessa Sarkkinen, S. (toim.) Ympäristövastuu työpaikalla – säästä luontoa ja rahaa, s. 118–121. Edita Ympäristö-sarja. Edita Publishing Oy. Edita Prima Oy. Helsinki.

Edu 2011a. Etälukio. Yrittäjyysväylä. Luettavissa: <http://www2.edu.fi/etalukio/yrittajyysvayla/?page=287>. Luettu: 4.10.2011.

Edu 2011b. Materiaaleja ja työtapoja. Mikä ihmeen sosiaalinen media? Onko verkostoituminen vain nuoria. Luettavissa: [http://www.edu.fi/materiaaleja\\_ja\\_tyotapoja/tvt\\_opetuksessa/mika\\_ihmeen\\_sosiaalinen\\_media/onko\\_verkostoituminen\\_vain\\_nuoria](http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media/onko_verkostoituminen_vain_nuoria). Luettu: 4.10.2011.

EK 2011. Elinkeinoelämän keskusliitto. Vastuullinen yritystoiminta - käytäntöjä suomalaisissa yrityksissä. Luettavissa:  
[http://www.hpl.fi/businessforums/EKjulkaisu\\_vastuullinen\\_yritystoiminta/fi/kolme\\_ulottuvuutta.php](http://www.hpl.fi/businessforums/EKjulkaisu_vastuullinen_yritystoiminta/fi/kolme_ulottuvuutta.php). Luettu: 28.11.2011.

Ekroos, M.1995. Ympäristövastuu - opas yrityksille. Tummanvuoren kirjapaino Oy Dark. Vantaa.

Elkington, J. 2007. Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21<sup>st</sup>-century. Wiley. Online library. Teoksessa Environmental Quality Management. 14.11.2007. Volume 8/1, 51. Luettavissa:  
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/tqem.3310080106/pdf>. Luettu: 1.2.2012.

Euroopan komissio 5.12.2011. What is EMAS? Luettavissa:  
[http://ec.europa.eu/environment/emas/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm). Luettu: 16.1.2012.

Euroopan komissio 10.1.2012. What is the ecolabel? Luettavissa:  
[http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/about\\_ecolabel/what\\_is\\_ecolabel\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/about_ecolabel/what_is_ecolabel_en.htm). Luettu: 16.1.2012.

Euroopan unioni 2011. Kestävä kehitys. Sanasto. Luettavissa:  
[http://europa.eu/legislation\\_summaries/glossary/sustainable\\_development\\_fi.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/glossary/sustainable_development_fi.htm). Luettu: 25.11.2011.

Find the best 2012. How many ski trails does the Middlebury College Snow Bowl have? Luettavissa: <http://ski-resorts.findthebest.com/q/1065/645/How-many-ski-trails-does-the-Middlebury-College-Snow-Bowl-have>. Luettu: 28.1.2012.

Gaia Group Oy 2012. Gaia footprint – organisaation hiilijalanjälki. Luettavissa:

[http://www.gaia.fi/files/639/ORGANISAATION\\_HIILIJALANJALKI\\_110503\\_FI.pdf](http://www.gaia.fi/files/639/ORGANISAATION_HIILIJALANJALKI_110503_FI.pdf). Luettu: 29.1.2012.

Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto osa 1. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Himokselle.fi-tietopaketti 2011–2012. Esite, s.6.

Ilmastolaskuri 2012a. Hankkeen tausta. Luettavissa:

[http://ilmastolaskuri.fi/fi/fi/user/page/show/name/page\\_history\\_1](http://ilmastolaskuri.fi/fi/fi/user/page/show/name/page_history_1).

Luettu:28.1.2012.

Ilmastolaskuri 2012b. Tervetuloa ilmastolaskuriin! Luettavissa:

<http://www.ilmastolaskuri.fi/fi/fi/user/page/show/name/page1>. Luettu:

28.1.2012.

Jokinen, S. 18.1.2012. Myyntipäällikkö. HimosMaaailma Oy. Sähköposti.

Jussila, M. 2010. Yhteiskuntavastuu. Nyt. Infor Oy. Hansaprint Oy. Vantaa.

Jämsek Oy 2008. Jämsän seudun elinkeinoelämän kehitysyhtiö. Jämsän seudun vetovoimatekijät 2008. Tulosraportti. Lokakuu 2008. Luettavissa:

<http://jamsek-fi->

[bin.directo.fi/@Bin/c44418897c47cb46947fe9aee04b629e/1326869631/application/pdf/50128/13180.pdf](http://bin.directo.fi/@Bin/c44418897c47cb46947fe9aee04b629e/1326869631/application/pdf/50128/13180.pdf). Luettu:18.1.2012.

Jämsek Oy 2011. Jämsän seudun elinkeinoelämän kehitysyhtiö. Matkailun tunnuslukuja 13.11.2011. Julkaisu. Luettavissa:

<http://matkailu.jamsek.fi/images/stories/pdf/jms0911.pdf>. Luettu:

18.1.2012.

Jämsek Oy 2012a. . Jämsän seudun elinkeinoelämän kehitysyhtiö. Aluekehittäminen. Jämsän seudun matkailun Master Plan. Luettavissa:  
[http://www.jamsek.fi/aluekehittaminen/jamsan\\_seutu\\_kehittyypaattyneita\\_hankkeita/jamsan\\_seudun\\_matkailun\\_master\\_p/](http://www.jamsek.fi/aluekehittaminen/jamsan_seutu_kehittyypaattyneita_hankkeita/jamsan_seudun_matkailun_master_p/). Luettu:8.1.2012.

Jämsek Oy 2012b. Jämsän seudun elinkeinoelämän kehitysyhtiö. Aluekehittäminen. Himos-Päijänne Master Plan. Luettavissa:  
[http://www.jamsek.fi/aluekehittaminen/jamsan\\_seutu\\_kehittyypaattyneita\\_hankkeita/himos-paijanne\\_master\\_plan/](http://www.jamsek.fi/aluekehittaminen/jamsan_seutu_kehittyypaattyneita_hankkeita/himos-paijanne_master_plan/). Luettu: 1.2.2012.

Karjalainen, H. 2012. Hiilitassua pienentämään. Keskisuomalainen 13.1.2012, s. 8.

Ketola, T. 2005. Vastuullinen liiketoiminta – sanoista teoiksi. Edita Publishing Oy. Edita Prima Oy. Helsinki.

Koivisto, J. 2011. Pk- yrityksen ympäristövastuut käytännönläheisesti. Helsingin seudun kauppakamari / Helsingin Kamari Oy. Kariston Kirjapaino Oy. Hämeenlinna.

KTM 2006. Kauppa- ja teollisuusministeriö. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 & Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013. Julkaisu- ja21/2006. Elinkeino- osasto. Luettavissa:  
[http://ktm.elinar.fi/ktm\\_jur/ktmjur.nsf/All/3D61DB118241A034C22571800022FEC4/\\$file/jul21elo\\_2006\\_netti.pdf](http://ktm.elinar.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/3D61DB118241A034C22571800022FEC4/$file/jul21elo_2006_netti.pdf). Luettu: 11.1.2012.

Könnölä, T. & Rinne, P. 2001. Elinehtona eettisyys. Vastuullinen liiketoiminta kilpailuetuna. Gaia Group Oy ja Kauppakaari. Talentum media Oy. Tammer- Paino Oy. Tampere.

Lehtipuu, P. & Monni, S. 2007. Synergia. Vastuullisen liiketoiminnan menestysmalli. Talentum Media Oy. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.



Levi 2012. Green Start on Levin oma ympäristöohjelma yrityksille. Luettavissa: <http://www.levi.fi/fi/green-days/green-start-ymparistoohjelma.html>. Luettu: 1.1.2012.

Matkatieto 2012. SMALSER OY: Tutkimuksella tulosta! - seminaari. Luettavissa: <http://www.matkatieto.fi/index.php?583>. Luettu: 11.1.2012.

Merikoski, T. & Staffans, A. 2011. (toim.). Miten kestävä matkailualue tehdään? Käsikirja suunnitteluun ja rakentamiseen. Aalto-yliopisto. Insinööritieteiden korkeakoulu. Arkkitehtuurin laitos. Painotalo Casper. Espoo.

Middlebury 2012. Sustainability. Luettavissa: <http://www.middlebury.edu/sustainability/>. Luettu: 28.1.2012.

Neilimo, K. 2004. Yrityksen yhteiskuntavastuu ja hyvä yrityksen johtaminen. Teoksessa Järvinen, R. (toim.) Yhteiskuntavastuu – näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen, s. 131. Vammalan Kirjapaino Oy. Vammala.

Nurmi, P. 2006. Ympäristöjohtaminen, ympäristöjärjestelmät ja hankinnat. Teoksessa Sarkkinen, S. (toim.). Ympäristövastuu työpaikalla. Säästä luontoa ja rahaa, s. 59. Edita Ympäristö-sarja. Edita Publishing Oy. Edita Prima Oy. Helsinki.

Ojasalo, K., Moilanen, T & Ritalahti J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. WSOYpro Oy. Helsinki.

PK-RH 2011a. Pk-yrityksien riskinhallinta. Ympäristöriskit. Luettavissa: <http://www.pk-rh.fi/riskilajit/ymparistoriskit/ymparistoriskit>. Luettu: 25.11.2011.

PK-RH 2011b. Pk-yrityksien riskinhallinta. Ympäristöriskien tunnistaminen. Luettavissa: <http://www.pk-rh.fi/riskilajit/ymparistoriskit/ymparistoriskien-tunnistaminen>. Luettu: 28.11.2011.

Pesonen, H-L., Härmäläinen, K. & Teittinen O. 2005. Yrityksen ympäristöjärjestelmän rakentaminen. Talentum Media Oy. Karisto Oy Kirjapaino. Hämeenlinna.

Pesonen, H-L. 2012. Jyväskylän yliopisto. Yritysten ympäristöjohtaminen. Luettavissa: <https://www.jyu.fi/jsbe/opiskelijavalinta/opiskeluttk/etusivu/abiytj>. Luettu: 26.1.2012.

Pohjola, T. 2003. Johda ympäristöasioita tehokkaasti. Ympäristöosaaminen menestystekijänä. Talentum Media Oy. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Pyhä 2012. Pyhä on ensimmäinen hiilineutraali hiihtokeskus. Tiedote 17.10.2011. Luettavissa: <http://www.ski.fi/tiedotteet?tiedote=23455130>. Luettu 26.1.2012.

Ruka 2012. Luettavissa: <http://ski.ruka.fi/>. Luettu: 1.2.2012.

SFS – ympäristöjärjestelmä 2012. Suomen standardisoimisliitto SFS ry. ISO 14001 – maailman tunnetuin ympäristöjärjestelmämalli. Luettavissa: <http://www.sfs.fi/iso14000/ymparistojarjestelma/>. Luettu: 31.1.2012.

Shimo-Barry, A. 2009. Plussaa ja miinusta 100 konstia pieneen hiilijalanjälkeen. Suom. Hotakainen Markus. Kustannustoimitus Silja Sarkkinen. Werner Söderström Osakeyhtiö. Helsinki.

SHKY 2012. Suomen Hiihtokeskusyhdistys ry. Suomen hiihtokeskukset. Tunnusluvut 2012. 10 suurimman myynnit 02-12. Tiedotus. Luettavissa: [http://www.ski.fi/files/skifi/Tiedotus/Hiihtokeskukset\\_numeroina\\_11-12.pdf](http://www.ski.fi/files/skifi/Tiedotus/Hiihtokeskukset_numeroina_11-12.pdf). Luettu: 10.1.2012.

SMAL 2011a. Suomen matkatoimistoalan liitto ry. Mitä on kestävä matkailu? Luettavissa: <http://www.smal.fi/index.php?444>. Luettu: 20.12.2011.

SMAL 2011b. Suomen matkatoimistoalan liitto ry. Kestävä palveluketju. Luettavissa: <http://www.smal.fi/index.php?440>. Luettu: 20.12.2011.

Stat 2012. Tilastokeskus. Luokitukset. Toimiala. Luettavissa: <http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/910-2008/index.html>. Luettu: 22.1.2012.

Tahko 2012. Kierrätyspisteet Tahkolla. Luettavissa: <http://www.tahko.com/muut+palvelut/kierratyspisteet/>. Luettu: 1.2.2012.

TEM 2009. Työ- ja elinkeinoministeriö. Vastuullinen yrittäjyys pk-yrityksissä. Luettavissa: [http://www.tem.fi/files/24940/Vastuullinen\\_yrittajyys\\_pkyrityksissa.pdf](http://www.tem.fi/files/24940/Vastuullinen_yrittajyys_pkyrityksissa.pdf). Luettu: 11.1.2012.

TEM 2012. Työ- ja elinkeinoministeriö. Yritysvastuun raportoinnin ensi askeleet. Tietopaketti pk-yrityksille. Luettavissa: [http://www.tem.fi/files/24939/Yritysvastuun\\_raportoinnin\\_ensiaskeleet.pdf](http://www.tem.fi/files/24939/Yritysvastuun_raportoinnin_ensiaskeleet.pdf). Luettu: 19.1.2012.

Toivola, T. 2006. Verkostoituva yrittäjyys. Edita Publishing Oy. Edita Prima Oy. Helsinki.

UN Documents 2010. Gathering a body of global agreements. WCED 1987. Our Common Future, Chapter 2. Towards Sustainable Development. A 42/427. Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development. Luettavissa: <http://www.un-documents.net/ocf-02.htm#I>. Luettu: 1.2.2012.

United Nations 2009. Agenda 21, 3/ 30. Strengthening the Role of Major Groups. Strengthening the Role of Business & Industry. Luettavissa: [http://www.un.org/esa/dsd/agenda21/res\\_agenda21\\_30.shtml](http://www.un.org/esa/dsd/agenda21/res_agenda21_30.shtml). Luettu: 25.11.2011.

Uusipaasto, T. 21.10.2011a. Vt. toimitusjohtaja. HimosMaailma Oy. Sähköposti.

Uusipaasto, T. 15.11.2011b. Vt. toimitusjohtaja. HimosMaailma Oy. Haastattelu. Jämsä.

Value Clinic Oy 2010. Vastuullista liiketoimintaa -tutkimus. Yhteenvedo. Luettavissa: [http://www.fibsry.fi/images/stories/vastuullinen\\_liiketoiminta\\_2010\\_yhteenvedo.pdf](http://www.fibsry.fi/images/stories/vastuullinen_liiketoiminta_2010_yhteenvedo.pdf). Luettu: 19.1.2012.

Wheatley, P. 6.2.2011. The Guardian 2011. Green Ski Holidays Alps. 6.2.2011. Luettavissa: <http://www.guardian.co.uk/travel/2011/feb/06/green-ski-holidays-alps>. Luettu: 28.1.2012.

Virtanen, S. 18.1.2012. Matkailuneuvoja. Jämsek matkailuinfo 2012. Jämsekin matkailupalvelut. Puhelinhaastattelu 18.1.2012. Jämsä.

Voutilainen, P., Ritola, O. & Moisio, P. 2001. IMS-johtamisjärjestelmä -laatu, ympäristö ja turvallisuus liiketoiminnan kehittämisessä. Edita Oyj. Helsinki.

Vuoristo, K-V. & Vesterinen N. 2009. Lumen ja suven maa. Suomen matkailumaantiede. WSOYproOy. 3.painos. Helsinki.

WWF 2012. Mikä Green Office? Luettavissa:

<http://wwf.fi/maapallomme/vaikuta/greenoffice/mika-green-office/>.

Luettu: 1.2.2012.

Ympäristömerkki 2010. Vuosijulkaisu 2010, s.9.

Ympäristö 2011a. Ympäristöjohtaminen. Luettavissa:

<http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=26628&lan=FI>. Luettu:

20.12.2011.

Ympäristö 2011b. Ympäristöjärjestelmät ja johtaminen. Luettavissa:

<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=354802&lan=fi&clan=fi>.

Luettu: 20.12.2011.

Ympäristö 2011c. Ympäristö- ja yhteiskuntavastuuraportointi. Luettavissa:

<http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=182&lan=fi>. Luettu:

20.12.2011.

Ympäristömerkki 2011. Joutsenmerkin myöntämisperusteet. Hotellit ja

retkeilymajat. 14.6.2007-30.6.2013. 072 versio 3.3. 11.5. 2011. Luettavissa:

[http://www.ymparistomerkki.fi/files/1401/072fi3\\_3\\_hotelli.pdf](http://www.ymparistomerkki.fi/files/1401/072fi3_3_hotelli.pdf). Luettu:

17.1.2012.

Yritystoimintajulkaisu 2004. Vastuullinen yrittäjyys - kokoelma pienten ja keskisuurten yritysten hyviä toimintatapoja Euroopan eri maissa. Yritysjulkaisut. Euroopan komissio. Yritystoiminnan pääosasto. Euroopan yhteisöt. Belgia.

## **Liitteet**

Liite 1. Teemahaastattelun muistio 15.11.2011

Liite 2. Yhteistyöpyyntö osakkaille 6.2.2012

Liite 3. Käsikirja ympäristövastuulliseen liiketoimintaan 2012

## **Liite 1. Teemahaastattelun muistio 15.11.2011**

Satu Riipinen

RLM13

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu

**TEEMAHAASTATTELUN MUISTIO**

15.11.2011

HimosMaailma Oy

Patalahdentie 20

Jämsä

### **TEEMAHAASTATTELUN MUISTIO**

1. Yrityksen taustatiedot, perustettu, omistussuhteet, liikeidea ym.
2. Toimintaympäristö, sijainnin merkitys verkostoyritykselle
3. Verkostoyrityksen organisaatiokuvaus, toimialat ym.
4. Kehittämistyön rajaus, tavoite ja tarkoitus
5. Onko osakasyrityksillä ympäristönhallintajärjestelmiä, - merkkejä tai muita esim. laadunhallintajärjestelmiä?

## Liite 2. Yhteistyöpyyntö osakasyrityksille 6.2.2012

HimosMaailma Oy  
Patalahdentie 20  
Jämsä

**YHTEISTYÖPYYNTÖ**  
6.2.2012

### **Hyvä HimosMaailma Oy – yrittäjä!**

Nimeni on Satu Riipinen ja olen restonomiopiskelija HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulusta, Helsingistä. Olen saanut Tarja Uusipaastolta toimeksiannon 15.11.2011 laatia HimosMaailma Oy:n osakkaille käsikirjan ympäristövastuullisesta liiketoiminnasta. Opinnäytetyön prosessi on kolmiosainen ja ensimmäinen prosessivaihe, teoriaperusta käsikirjalle valmistui 31.1.2012. Nyt työstettävä produktiosuus eli käsikirja valmistuu helmikuun loppuun mennessä.

Opinnäytetyössä ohjaajina toimivat HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun lehtorit Mia Tarhanen ja Kristiina Havas. Opinnäytetyön tekijän visiosta käsikirjan sisällöllisestä rakenteesta syntyi ohjaava käsikirja. Käsikirjassa on seitsemän askelta ympäristövastuulliseen liiketoimintaan ja kokoamalla tiedot yhteen, jokainen yrittäjä voi laatia omasta liiketoiminnastaan ”hyvien toimintatapojen kuvauksen”. Aikaisempaa tutkimusta hyvistä toimintatavoista on laatinut vuonna 2004 Euroopan komission asiantuntijaryhmä yritystoimintajulkaisussa ”Vastuullinen yrittäjyys – kokoelma pienten ja keski suurten yritysten hyviä toimintatapoja Euroopan eri maissa.”

Käsikirjan toimivuus tulee todeta ja tähän tarvitsen Teidän apuanne hyvät osakkaat! Ymmärrän kiireellisen ajankohdan ja toivon teidän ajastanne noin tunnin haastattelua varten. Luonnollisesti etuna yritykselle on, että laadin yritystoimintakuvauksen Teidän puolestanne. Haastattelut on mahdollista suorittaa uusinta teknologiaa hyödyntäen puhelinhaastatteluna ja haastattelut litteroituvat PDF -tiedostoon. Tässä hyötynä on haastatteluaineiston luotettavuus. Henkilökohtaiset haastattelut ovat tutkijalle parasta antia ja on myös ilo tutustua Teihin!

Yhteistyöterveisin ja -tapaamisiin, joko kuullen tai nähden!

Satu Riipinen



2012

Käsikirja  
ympäristövastuulliseen  
liiketoimintaan



Satu Riipinen  
HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu  
31.5.2012

## Sisälllys

1	Käsikirja ympäristövastuulliseen liiketoimintaan .....	1
1.1	Matkailuklusteri HimosMaailma Oy .....	2
1.2	HimosMaailma Oy osakkaat .....	3
2	Ympäristövastuullinen liiketoiminta .....	4
2.1	Yrityksen ympäristövastuun määrittely.....	6
2.1.1	Ympäristövaikutusten tunnistaminen .....	7
2.1.2	Sidosryhmien odotusten tunnistaminen .....	8
2.2	Visio kestävästä matkailusta .....	9
2.2.1	Yrityksen ympäristöstrategia .....	9
2.2.2	Yrityksen ympäristöpolitiikka .....	10
3	Ympäristöjohtaminen .....	11
3.1	Ympäristöohjelma .....	11
3.2	Ympäristöjohtamisen käytännön välineet .....	12
3.3	Ympäristöviestintä ja ympäristöraportointi .....	13
3.3.1	Edut sidosryhmien ja liiketoiminnan kannalta .....	13
3.3.2	Edut kestävä matkailun kannalta .....	13
4	Liiketoiminnan kuvaus -HimosMaailma Oy.....	14
5	Liiketoiminnan kuvaus -lomake .....	16
	Lähteet .....	17
	Litteet.....	20
	Lite 1. Keskeiset ympäristövastuullisuuden käsitteet .....	21
	Lite 2. Keskeiset ympäristölait ja -asetukset .....	22
	Lite 3. Blueprint eli prosessikaavio asiakkaan hiihtijalanjalkimittariin .....	23
	Lite 4. Blueprint eli prosessikaavio yrittäjän hiihtijalanjalkimittariin .....	24



## 1 Käsikirja ympäristövastuulliseen liiketoimintaan

Tämä käsikirja on laadittu opinnäytetyönä toimeksiantaja HimosMaailma Oy:lle. Ta-  
voitteena on ollut laatia kompakti käsikirja, joka haastaa yrittäjän itse tunnistamaan lii-  
ketoimintansa ympäristövastuullisuuden nykytilan. Käsikirjan tekstiosan ja kysymyksien  
avulla yritys käy läpi ympäristövastuullisen liiketoiminnan keskeiset edellytykset ja pe-  
rehtyy ympäristöjohtamiseen. Yritys oppii yhdistämään ympäristöasiat osaksi liiketoi-  
mintojaan ja havaitsee kehittämiskohteita ympäristöasioiden saattamiseksi ajantasaisek-  
si. Yritys tunnistaa miksi ympäristövastuullinen liiketoiminta kannattaa ja mitä etuja se  
tuo yritykselle ja sidosryhmille. Kun käsikirjan kysymyksiin on kirjattu vastaukset, tiedot  
yhdistetään liiketoimintojen kuvaus -lomakkeeseen. Liiketoimintojen kuvaukset kerä-  
tään veturiyhtiys HimosMaailma Oy:n tietokantaan.

Käsikirjan tarkoituksena on nostaa esille ympäristövastuullisen liiketoiminnan tärkeys ja  
merkitys HimosMaailma Oy:n osakasyrityksille. ”Yritysvastuuta ei voi ohittaa tällä het-  
kellä missään liiketoiminnassa ja yritys vastuuttomat yritykset eivät kykene kauan pitä-  
mään kilpailukykyään.” Yritysvastuun osa-alueet on tunnistettava ennakkoluulottomasti  
ja vaikutukset liiketoimintaan on tulkittava osana laajempaa kontekstia (Juutinen &  
Steiner 2011, 20).

Käsikirjan esimerkkitapauksiin on otettu yrityksiä Villi Pohjola, Levi, Ruka ja Pyhä-  
tapoja toimia. Toimitusjohtaja Tarja Uusipaaston haastattelun pohjalta laadittu Hi-  
mosMaailma Oy:n liiketoiminnan kuvaus toimii myös esimerkkinä muille osakasyrityk-  
sille. Käsikirjan liitteeseen 1 on koottu käsikirjassa käytettyjä keskeisiä ympäristövas-  
tuullisuuden käsitteitä. Liitteessä 2 on koottu keskeiset ympäristölait ja -asetukset link-  
keinä Valtion säädöstietopankin (Finlex) tietokantaan. Liitteissä 3 ja 4 havainnolliste-  
taan Blueprint: n eli prosessikaavion keinoin asiakkaan polku Himoksella. Asiakkaalle  
näkyvän osan ja asiakkaalle näkymättömän osa avulla kuvataan prosessiin vaikuttavat  
ympäristövaikutukset. Käyttämällä ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja valinnoissaan, niin  
asiakas kuin yritys voi vähentää hiilidioksidipäästöjä. Ohje tullaan tuotteistamaan osaksi  
hiilijalanjälkimittareita, jotka asennettiin osaan vuokramökeistä ja kiinteistöistä Himos-  
Maailma Oy:n hiilijalanjälkihankkeen myötä. Tarkoituksena ohjeistuksella on pysäyttää  
asiakkaat ja yrittäjät miettimään ympäristöystävällisiä valintoja toiminnoissaan.

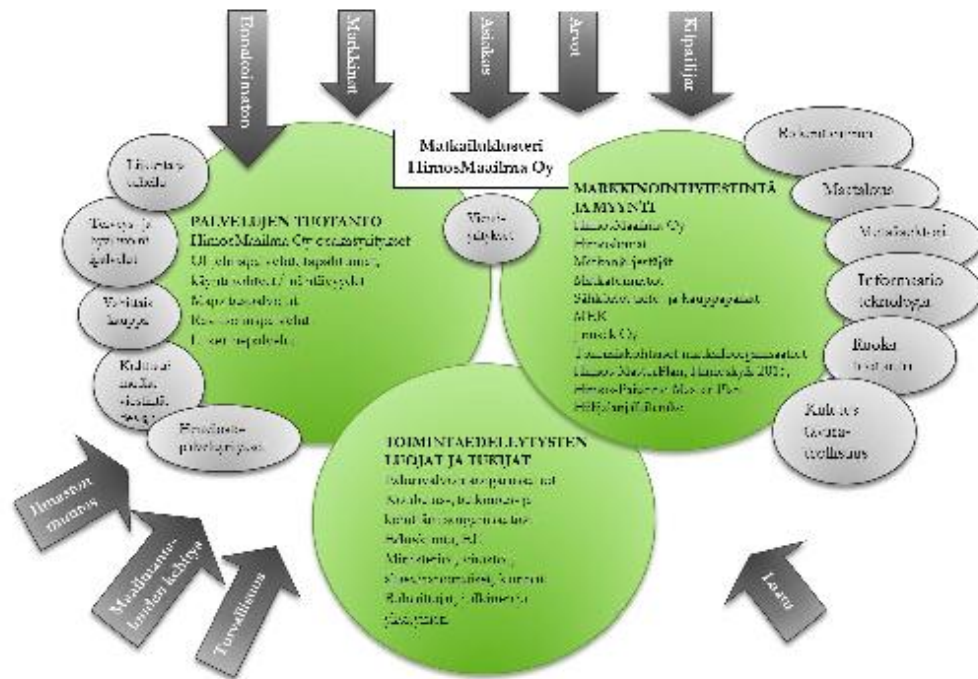
Ympäristövastuullisuus on oltava osa yrityskulttuuria ja tapa toimia, joka päivä. Yhteis-  
työllä luodaan liiketoimintaa kohti kestävä kehitys ja HimosMaailma Oy:n kaikille  
osakasyrityksille tärkeistä syistä: **kohti kestävä matkailua.**



## 1.1 Matkailuklusteri HimosMaailma Oy

Matkailutoimialan klusteri on laaja kehys, jossa matkailutoimijat työskentelevät. Jokaisen toimijan tulee tunnustaa oma roolinsa laajassa toimintaympäristössä. Klusterimaisuus luo mahdollisuuksia, mutta on myös haaste alan kehittämiseksi. Suomen matkailustrategiassa vuosille 2009–2013 esitetään, että on huomioitava klusterin osat ja yhteydet toisiinsa. Yhteistyöllä koko paikallisen klusterin toiminta tehostuu (KTM 2006, 39).

Kuviossa 1. kuvataan HimosMaailma Oy:n ympärille rakentuva matkailuklusteri.



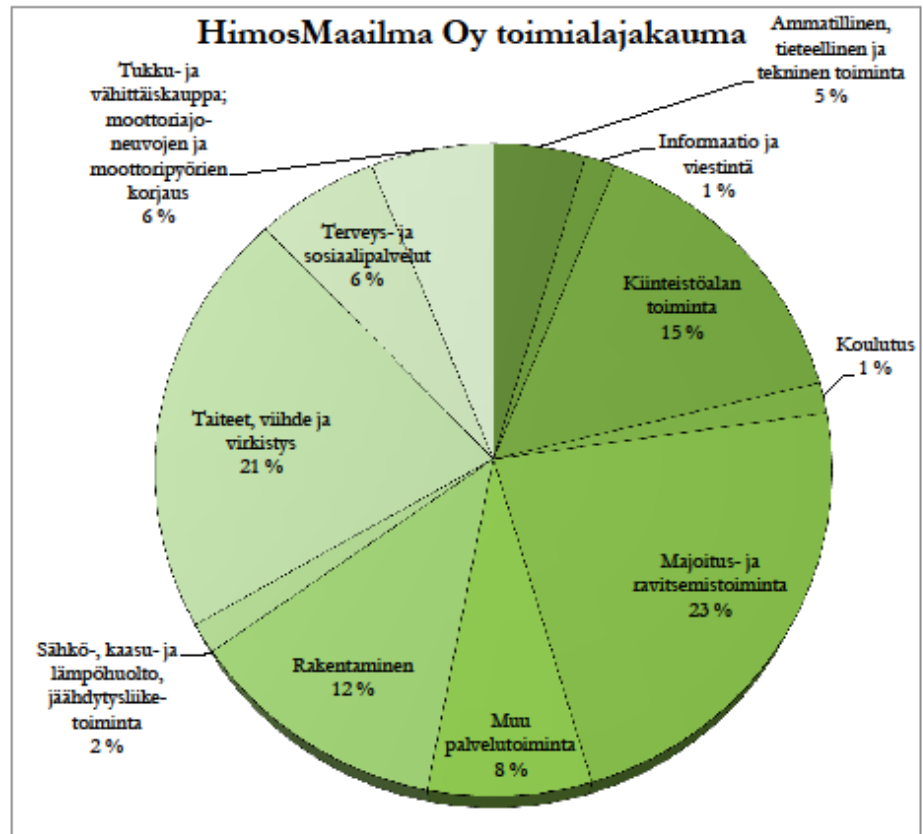
Kuvio 1. Matkailuklusteri HimosMaailma Oy

Matkailuklusterin toimintaan vaikuttavat maailmantalouden kehitys, huoli ilmastonmuutoksesta ja turvallisuudesta. Laatu vaikuttaa kaikkeen mitä klusterin sisällä tapahtuu.



## 1.2 HimosMaailma Oy osakkaat

HimosMaailma Oy on perustettu vuonna 2008 liittämään yhteen Jämsän matkailualueen yrityksiä ja se on nyt 70 yrityksen verkostoyritys. HimosMaailma Oy:n omistavat osakkaat ja veturyrityksen tehtävä on toimia osakkaiden myynti-, markkinointi- ja kehittämisyntyksenä (Uusipaasto, T. 15.11.2011). Kuviossa 2. kuvataan HimosMaailma Oy:n osakasyrityksien toimialajakauma.



Kuvio 2. HimosMaailma Oy osakasyrityksien toimialajakauma

Osakastietojen mukaan (Jokinen, S. 18.1.2012) yritys muodostaa verkostoyrittäjineen monialaisen matkailualueen klusterin ja toimialat jakautuvat vuonna 2008 voimaan tulleen tilastokeskuksen toimialaluokituksen (Stat 2012) mukaan 11 eri toimialaan.



## 2 Ympäristövastuullinen liiketoiminta

Ympäristövastuullisessa liiketoiminnassa on kolme vastuutasoa: 1) arvot eli ajatukset, 2) teot eli käytännöt ja 3) sanat eli puheet. Yrityksen kaiken liiketoiminnan tulee olla ympäristövastuullista. Periaatteellisesti arvot johtavat sanoihin ja sanat tekoihin (Ketola 2005, 56–57.). Taulukkoon 1. yritys kirjaa ympäristövastuullisen liiketoiminnan periaatteet.

Taulukko 1. Yrityksen ympäristövastuullinen liiketoiminta (Ketola 2005, 56–57.)

Yrityksen ympäristövastuullinen toiminta	Yritys kirjaa
Yrityksen arvot ja ajatukset ovat	
Yrityksen sanat ja puheet ovat	
Yrityksen teot ja käytännöt ovat	

### Case: Villi Pohjola

”Toimintamme on kestävän ja reilun matkailun mukaista. Periksi antamaton työmme ympäristöystävällisemmän toiminnan puolesta jatkuu. Arvomaailmamme on vihreä. Matkailumme on ekologisesti, kulttuurisesti, sosiaalisesti ja taloudellisesti kestävää. Valitsemme yhteistyökumppanit, jotka sitoutuvat toimimaan arvojemme mukaan”. Villi Pohjolan arvomaailma on luonnonläheinen ja erähenkinen. (Villi Pohjola 2011–2012, 8; Villi Pohjola 2011).

Ympäristövastuullinen yritystoiminta sisältää tiettyjä velvoitteita (Hemmi 2005, 114; Yritystoimintajulkaisu 2004, 5) ja yritys kirjaa totuudenmukaisesti velvoitteiden todellisen tilan taulukkoon 2. Ympäristöasiat on hyvä käydä läpi yhdessä henkilöstön kanssa, jolloin motivoidaan kaikki ryhtymään toimiin ympäristöasioiden kehittämiseksi.



Taulukko 2. Yrityksen ympäristövastuullisuuden velvoitteet (Hemmi 2005, 114; Yritystoimintajulkaisu 2004, 5; TEM 2009, 4 ja 18–19)

	Kyllä	Ei	Osittain	Aikataulu	Vastuuhenkilö	Tila
<b>Ympäristövastuun velvoite</b>						
Yritys sitoutuu ympäristönsuojelun parantamiseen (julkiset ympäristöperiaatteet ja lain asettamat vaatimukset)						
Yrityksellä on ympäristöhallinnan toimenpideohjelma						
Henkilöstö hyväksyy ympäristöhallinnan toimenpideohjelman, toteutusta seurataan ja tiedotetaan (tavoitteet ja aikataulut toiminnoittain)						
Yritys tuntee liiketoimintansa ympäristövaikutukset (välittömät, välilliset, elinkaaritarkastelun avulla ja listaten häiriötekijät)						
Yritys motivoi ja kouluttaa henkilöstöään ympäristöasioista						
Yritys motivoi ja kouluttaa sidosryhmiään ympäristöasioista						
Yritys edellyttää ympäristövastuullisuutta alihankkijoilta ja yhteistyökumppaneilta						
Yritys kunnioittaa luonnonvaroja ja ympäristöä liiketoiminnassaan						
Yrityksellä on ympäristöystävällisiä tuotteita ja tuotantoprosesseja						
Yritys suosii hankinnoissaan ympäristöystävällisiä tuotteita ja palveluja						
Yritys pyrkii vähentämään:						
- hankintoja, materiaalin käyttöä						
- energian käyttöä						
- veden käyttöä						
- vähentää, kierrättää jätteiden määrää						

Yrityksen tulee kehittää ja laajentaa puutteellisista kohdista kattavammaksi jolloin ympäristövastuullisuuteen sitoutumisesta tulee osa koko liiketoimintaa. (TEM 2009, 4–6.) Velvoitteet, joita yritys ei nykytilanteessa täytä eli vastaukset ovat kielteisiä tai velvoite toteutuu osittain, on laadittava toimenpidesuunnitelma asioiden korjaamiseksi ympäristövastuullisen toiminnan tasolle. Suunnitelmaan on asetettava aikataulu, vastuhenkilö ja kirjata mikä asian hoidon tila on. Dokumentit tulee säätää (mieluiten sähköisesti) ja tarkastella ympäristön muutoksia säännöllisesti.





## 2.1 Yrityksen ympäristövastuun määrittely

Yrityksen tulee määrittellä mistä yritys on liiketoimintaa harjoittaessaan vastuussa. Yrityksen tulee olla selvillä omaan liiketoimintaansa vaikuttavista keskeisistä tekijöistä. Toimialakohtaiset ympäristölait ja -säädökset on huomioitava ja konteksti liiketoiminnossa huomioitava. (Pohjola 2003, 37–44.) Keskeisimmät matkailun alueen yritysten ympäristönsuojeluun liittyvät lait ja asetukset ovat liitteessä 2. Yritys määrittelee taulukon 3. oman liiketoimintansa ympäristövastuun.

Taulukko 3. Yrityksen ympäristövastuun määrittely (mukaillen Pohjola 2003, 37–44)

Yritys	Yritys kirjaa
Mikä toimiala on kyseessä?	
Missä verkostossa/ ketjussa/yhtiössä toimitaan? Onko yrityksellä erillinen ympäristöohjeistus?	
Mitkä ympäristölait ja -säädökset vaikuttavat yrityksen ydinliiketoimintaan?	

Taulukossa 4 on kuvattu ympäristövastuullisuuden kolme eri tasoa: 1) yritys tunnistaa strategisiin valintoihin ja operatiiviseen toimintaan liittyvät ympäristöriskit, 2) yritys toteuttaa liiketoimintaan vaikuttavien ympäristölain vaatimukset ja noudattaa vapaaehtoista sitoutumista 3) yritys vastuu on liiketoiminnan mahdollisuus, jossa otetaan huomioon mm. ilmastonmuutos ja kuluttajien asennemuutokset yritys vastuuta kohtaan. (Juutinen & Steiner 2011, 50.) Yritys tunnistaa ja kirjaa oman liiketoimintansa tason.

Taulukko 4. Yrityksen ympäristövastuullisuuden taso (mukaillen Juutinen & Steiner 2011, 50)

Yrityksen ympäristövastuullisuuden taso	Yritys kirjaa	Aikataulu	Vastuuhenkilö	Tila
1. Yritys tunnistaa ympäristöriskit				
2. Yritys täyttää toimialaan vaikuttavien ympäristölakien vaatimukset				
3. Yritys erottautuu strategisesti huomioiden mm. kuluttajien odotukset ja ilmastonmuutos				

Vaikka yritys vastuullisuus on vapaaehtoista, kestävään kehitykseen pyrkivät yritykset toteuttavat ympäristövastuullisuuttaan erottamalla strategisesti. Yritys voi laajentaa ympäristövastuullisuuden tasoa asteittain kehittämällä toimintojaan järjestelmälliseen ympäristöasioiden hallintaan ja ympäristöjohtamiseen. Yritys asettaa tavoitteille aikataulun, vastuuhenkilön ja kirjaa tilan. Dokumentit tulee säätää (mieluiten sähköisesti) ja tarkastella ympäristön muutoksia säännöllisesti.







## 2.1.2 Sidosryhmien odotusten tunnistaminen

Yrityksen tulee huomioida liiketoiminnassaan yhteistyön ja vuorovaikutuksen eri sidosryhmien kanssa ei-toivottujen vaikutuksien tunnistamiseksi ja hallitsemiseksi. (Lehtipuu & Monni 2007, 62–63.) Kuviossa 3. on kuvattu yrityksen toimintaan vaikuttavia sidosryhmiä.



Kuvio 3. Matkailuyrityksen sidosryhmät (mukaan Merikoski & Staffans 2010, 22)

Sidosryhmät odottavat yrityksen ympäristövastuulliselta toiminnalta erilaisia asioita ja odotukset saattavat olla täysin vastakkaisia. Osakeyhtiön ympäristövastuullisuuden kehittämiseksi tarvitaan omistajien hyväksyntä ja asioita tulee johdon lisäksi viestiä myös omistajille (Jussila 2010, 26–27). Asiakkaat odottavat, että yritys on tunnistanut toimintansa ympäristöriskit ja sitoutunut ympäristöasioiden jatkuvaan parantamiseen. Yrityksellä on ympäristöpolitiikka, valmius toimia poikkeustilanteissa ja mahdollisesti ympäristöjärjestelmä tai -merkki. Yritys käyttää tiettyjä materiaaleja, aineita tai tuotantomenetelmiä ja toiminnassa vähennetään päästöjä ym. Asiakkaalla on mahdollisuus huomauttaa puutteista. Henkilöstöä koulutetaan ja yritys on tietoinen toiminnan ympäristövaikutuksista (Voutilainen, Ritola & Moisio 2001, 42). Yritys kirjaa taulukkoon 6. toiminnassaan huomioimat sidosryhmät ja miten tieto selvitetään ympäristövastuun kannalta.

Taulukko 6. Yrityksen huomioimat sidosryhmät ja odotusten selvittäminen

Yrityksen tiedot	Yritys kirjaa
Mitkä sidosryhmät yritys huomioi?	
Miten eri sidosryhmien odotukset selvitetään? esim. palautteet, analyysit, tutkimustiedon kerääminen, asiakaskyselyt ym.	



## 2.2 Visio kestävästä matkailusta

Yrityksen visio kertoo mihin suuntaan yritys on menossa. Kestävällä matkailulla viitataan kokonaisvaltaiseen, ekologiset, sosiokulttuuriset ja taloudelliset näkökohdat huomioon ottavaa matkailukehitystä, joka tyydyttää matkailijoiden, elinkeinon ja paikallisyhteisön tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa. Kestävässä matkailussa on kyse matkailun kehitystä suuntaavasta pääperiaatteesta, johon koko matkailusektorin eri toimijoineen on sitouduttava. (Merikoski & Staffans 2011, 10.)

### Case: Jämsek Oy

Kestävä matkailutoiminta tarkoittaa kestävyyttä niin sosiaalisesti, kulttuurisesti, taloudellisesti, ympäristöllisesti kuin asiakastyytyväisyydenkin näkökulmasta. Tulevaisuudessa useampi matkailija tekee päätöksen eettisistä lähtökohdista. Matkailukeskus ei menesty ilman, että kaikessa toiminnassa huomioidaan nämä periaatteet ja niiden vaikutus matkailualueen imagoon (Jämsek 2012).

Taulukko 7. Yrityksen visio ja kestävä matkailun periaatteet

Yrityksen tiedot	Yritys kirjaa
Yrityksen visio tulevaisuudesta	
Kestävä matkailun periaatteet liiketoiminnassa	

### 2.2.1 Yrityksen ympäristöstrategia

Ympäristöstrategia määrittelee ympäristövastuun perusteet ydinliiketoiminnassa ja suhteessa sidosryhmään. Tärkeää on määritellä missä kulkee yritysverkoston ympäristövastuun rajat. Verkostojen muodostuessa tulee jokaisen omasta osa-alueestaan vastaavan hallita ympäristöasioita. Yrityksen johdon ja henkilöstön operatiivisella tasolla tulee olla sitoutunut ympäristöasioiden kehittämiseen. (Pohjola 2003, 14 ja 40–42.) Ylimmän johdon tulee säännöllisesti laatia johdon katselmus yrityksen ympäristöasioiden tilanteesta.

Taulukko 8. Yrityksen ympäristövastuun perusteet (Pohjola 2003, 14 ja 40–42)

Ympäristövastuun perusteet	Yritys kirjaa
Ydinliiketoiminta	
Yrityksen ympäristövastuun rajat esim. suhteessa ydinliiketoimintaan, alihankkijoiden ja yhteistyökumppanien kanssa	

### Case: Levi

Levin ympäristöstrategia on uutta etsivä: edelläkävijä. Edelläkävijäyritykset etsivät jatkuvasti kilpailuetuja ja ovat ennakkoluulottomia uuden edessä. (Levi 2012.)



## 2.2.2 Yrityksen ympäristöpolitiikka

Ympäristöpolitiikka määrittelee päämäärät ja tavoitteet kestävän kehityksen ja jatkuvan parantamisen periaatteiden mukaisesti. Ympäristöpolitiikassa asetetaan yrityksen ympäristötoiminnan periaatteet pitkälle aikavälille ja politiikkaa muutetaan tarvittaessa. Yrityksen johdon ja henkilöstön tulee sitoutua periaatteisiin. Ympäristöpolitiikan kannattaa olla yrityksen näköinen ja laadittaessa politiikkaa tulee lähteä liikkeelle yritykselle merkittävistä ympäristönäkökohdista kertoen mitä voidaan ja aiotaan tehdä. (Pohjola 2003, 43 ja 53; Pesonen yms. 2005, 45–46.) Yritys kirjaa taulukkoon 9 ympäristöpäämäärät ja -tavoitteet sekä vastuuhenkilön ja tilan missä vaiheessa kehitysprosessi on. Ympäristöpolitiikka on yrityksen yleisluontoinen linjaus siitä mitkä ovat yrityksen tärkeimmät toimenpidealueet ja kuinka yritys aikoo toimia.

Taulukko 9. Ympäristöpäämäärien ja -tavoitteiden asettaminen (mukaan Pesonen yms. 2005, 45–46)

Päämäärä	Tavoite	Aikataulu	Vastuuhenkilö	Tila

### Case: Levi

Levin ympäristöpolitiikan lähtökohtana on puhdas luonto. Levillä valitaan energiaystävällisiä ja -tehokkaita toimintatapoja ja materiaaleja. Ympäristöä rakennetaan suunnitelmallisesti esteettisyyttä vaalien. Ympäristöpolitiikan huomiseksi on tunnistettu ympäristökatselmuksella toiminnan ympäristönäkökohdat joista merkittävimmät ovat energiankulutus, hankinnat, jätehuolto ja liikenne. Nämä määrittävät ympäristötyön tavoitteet. Alueellinen yhteistyö ja henkilöstön sitoutuminen ovat kaiken edellytys toiminnassa. Asiakkaiden tuella pääsemme parhaisiin tavoitteisiin. (Levi 2012).





### 3.2 Ympäristöjohtamisen käytännön välineet

Ympäristöjärjestelmät, -standardit, -indikaattorit sekä -laskenta ovat ympäristöjohtamisen käytännön välineitä (Ympäristö2011b). Yritykset pyrkivät liiketoimintaan vaikuttavien ympäristövaikutusten vähentämiseen käyttämällä erilaisia välineitä kuten ympäristöasioiden hallintajärjestelmiä, muodollisia (EMAS, ISO 14001) ja epämuodollisia ympäristömyötäisen tuotesuunnittelun työkaluja, puhtaampia tuotantotekniikoita sekä ympäristömerkkejä. (Yritystoimintajulkaisu 2004, 33.) Kuviossa 4 esitetään keskeisimpiä ympäristöjärjestelmiä, -merkkejä ja ympäristölaskennan mittareita.



Kuvio 4. Ympäristöjärjestelmät, -merkit ja mittarit

Yritys kirjaa liiketoiminnan kuvaus -lomakkeeseen käytössä olevan ympäristöjärjestelmän, -merkin tai mittarin.

#### Case: Villi Pohjola

Villin Pohjolan toiminta on sertifioitu ISO 14001 – ympäristöstandardin mukaisesti. Villillä Pohjolalla on ollut kansainvälinen sertifikaatti jo yli 10 vuotta. Kerromme asiakkaillemme kestävä- ja reilun matkailun periaatteista ja valitsemme yhteistyökumppanit, jotka sitoutuva toimimaan arvojemme mukaan. Valvomme ja kehitämme toimintamme laatua toimintaprosessien avulla. (Villi Pohjola 2011–2012, 8; Villi Pohjola 2011).





### 3.3 Ympäristöviestintä ja ympäristöraportointi

Vastuullisessa liiketoiminnassa kerrotaan avoimesti yrityksen asioista suurelle yleisölle ja erilaiset kannanotot ja lausunnot tulee olla tarkkaan harkittuja ja ennen kaikkea rehellisiä. (Pohjola 2003, 172–173.) Ympäristöjärjestelmän tuottamaa tietoa voidaan käyttää sidosryhmille ja viranomaisille laadittavaan ympäristöraporttiin (ympäristötilinpäätös) sekä markkinointiin ja viestintään (Edlund-Kippo 2006, 120–121). Yritys kirjaa taulukkoon 11 yrityksen tavat toimia ympäristöviestinnän kannalta.

Taulukko 11. Yrityksen ympäristöviestintä ja tavat toimia ympäristöviestinnän kannalta

Yrityksen tapa toimia	Kyllä	Ei	Osittain	Aikataulu	Vastuuhenkilö	Tila
Yritys raportoi tai viestii sidosryhmilleen ympäristövastuullisuudesta						
Mitkä viestintäkanavat?						
Mistä ympäristöasioista yritys viestii?						

#### Case: Villi Pohjola

Otamme kestävän ja reilun matkailun näkökohdat huomioon kaikessa toiminnassamme. Kerromme asiakkaillemme kestävän ja reilun matkailun periaatteista. Valitsemme yhteistyökumppanit, jotka sitoutuvat toimimaan arvojemme mukaan. Asiakkaana voit tukea kestävää kehitystä vuokraamalla tunnelmallisen eräkämpän. Ohjeistamme asiakkamme lajitteluun, kestävään toimintaan ja kuuntelemme asiakkaidemme palautteita. Viestimme laadukkaasti huomioiden ympäristölliset ja kulttuuriset arvot. (Villi Pohjola 2011–2012, 8; Villi Pohjola 2011).

#### 3.3.1 Edut sidosryhmien ja liiketoiminnan kannalta

Ympäristövastuulliset yritykset hyötyvät vastuullisesta toiminnastaan imagon ja liiketoiminnan kasvuna. Vastuulliset yritykset tuottavat asiakkailleen lisäarvoa ja tulevaisuudessa yritys erottuu kilpailijoista. Yritys tunnetaan vastaanottavana ja välittävä yhteistyökumppanien ja muiden sidosryhmien keskuudessa. Eettiset arvot ohjaavat yrityksen toimintaa ja se välittyy kaikille sidosryhmille laadukkaana palveluna ja hyvin huolehdittuina asioina.

#### 3.3.2 Edut kestävän matkailun kannalta

Yritys on sitoutunut jatkuvaan parantamiseen ja huomioimaan toiminnassaan ympäristövaikutukset. Yritys osoittaa omalla toiminnallaan esimerkillisyyttä ja viestii asiakkaille matkailuympäristön kehittämiseksi. Ympäristönsuojelulla turvataan kestävä kehitys ja huolehtimalla matkailun vaikutuksista liiketoiminnoissa, yritykset kykenevät ympäristövastuullisella toiminnallaan vaikuttamaan luonnon monimuotoisuuden säilymiseen.



#### 4 Liiketoiminnan kuvaus -HimosMaailma Oy

Esimerkki on laadittu haastatteleamalla toimitusjohtaja Tarja Uusipaastoa 29.5.2012.

Yrityksen nimi	HimosMaailma Oy
Liikeidea	70 osakasyrityksen veturiyritys, myynti-, markkinointi- ja kehittämissyritys
Osoite, Internet-sivut	Patalahdentie 20, Jämsä <a href="http://www.himosmaailma.fi/">http://www.himosmaailma.fi/</a>
Perustamisvuosi	2008
Henkilökunta	3+1
Ympäristöjärjestelmä, -mittari tai merkki (kuvio 4)	Ei
Laatupalkinnot, tunnustukset	Ei
Ympäristöasioista vastaava (t)	Satu Jokinen
Ympäristövastuullinen liiketoiminta (taulukot 1-9) (kuvio 3)	<p>HimosMaailma Oy veturiyrittäjien arvot ja ajatukset ovat: luonnonympäristön ja asiakkaiden kunnioittaminen, ympäristövastuuprosessien läpivienti verkostoyrityksessä. Sanat ja puheet vastuullinen Himos ja sanat tulevat esin veturiyrittäjien edustamana koko verkostoyrityksen markkinointiviestinnässä. Teot ja käytännöt: veturiyrittäjien on käynnistänyt useita hankkeita ympäristövastuullisen liiketoiminnan kannalta kuten vuonna 2011 aloitettu hiihtojalanjälkihanke ja nyt meneillään oleva vastuullisuusviestintäprosessi JAMK:n kanssa. Vastuullisuusviestintäprosessissa opiskelijat vievät sanaa konkreettisesti verkostoyrittäjiin ja ohjeistavat viestintään. Yritys vastaa ympäristövastuullisten tuotteiden kehittämisestä yhteistyössä verkostoyrittäjien kanssa esim. Joulumaa -tuotteen (ympäristöstä säästävällinen ohjelmapalvelu).</p> <p>HimosMaailma Oy veturiyrittäjien täyttää ympäristövastuun velvoitteet. Puutteina on, että yrityksellä ei ole henkilöstön hyväksymää ympäristöhallinnan toimenpideohjelmaa. (Tämä käsikirja kuitenkin toimii osittain ympäristöhallinnan toimenpideohjelmana, jonka henkilöstö hyväksyy.)</p> <p>Ympäristövastuun määrittelyssä yrityksen toimiala on varauspalvelu (muun palvelutoiminta) eli toimisto. Yritys toimii Himoksen yritysverkoston veturina ja verkostolla ei ole erillistä ympäristöhallintajärjestelmää tai ohjeistusta. (Tämä käsikirja on alkua verkoston yhteisille toimenpiteille.) Yrityksen ydinliiketoimintaan vaikuttavia ympäristövastuullisuuteen liittyviä lakeja ovat osakeyhtiölaki, kiinteistöhuoltolaki, jätelaki. Ympäristövastuullinen taso on, että yritys tunnistaa riskit ja täyttää toimialaan liittyvät ympäristölain vaatimukset. Tavoitteena on strateginen erottautuminen vuoden 2012–2013 aikana.</p> <p>Yritys listaa toimintoista, tuotteista tai palveluista suurimmiksi ympäristövaikutuksien aiheuttajiksi sähköisen varausjärjestelmän, markkinointimateriaalin, kirjanpidon, hankinnat eli koneet ja toimistotarvikkeet. Näistä vaikutuksista löytyi myös hyviä käytänteitä: yritys hyödyntää yhteismarkkinointia, sähköisiä myynti-, markkinointi- ja jake-lukanavia, kaksipuolinen tulostus, A-energialuokan yksi iso tulostin on kaikkien osakkaiden käytettävissä, värikasettien kierrätys, kierrätyskuoret, toimistossa on valot ja laitteet päällä vain aukioloaikana sekä toimiston laitteissa on A-energialuokitus.</p> <p>Yritys huomioi liiketoiminnassaan kaikki matkailuyrityksen sidosryhmät (kuvio 3.) lukuun ottamatta ympäristö- ja luonnonsuojelujär-</p>





	<p>jestöjä. Eri sidosryhmien odotukset selvitetään suurimmaksi osaksi päivittäisessä johtamisessa, yhteistyössä eri toimijoiden kanssa ja eri palautteiden, tutkimuksien ja kyselyiden perusteella.</p> <p>HimosMaailma Oyn visio on olla vastuullisen matkailun edelläkävijä. Kestävän matkailun periaatteet toiminnassa ovat asiakaslähtöinen matkailutoiminta huomioiden sosiaaliset, kulttuuriset, taloudelliset ja ekologiset näkökulmat toiminnassa. HimosMaailma Oy tarjoaa vastuullisia vaihtoehtoja asiakkailleen (mm. energiamökkit, ympäristöstävälliset ohjelmapalvelut, lähi- ja luomuruokapalveluja).</p> <p>Ympäristövastuun perusteissa ydinliiketoiminta on osakasyrityksien toimintojen, tuotteiden ja palvelujen myynti-, markkinointi ja jakelukanava. HimosMaailma Oy myy vain toimintaan sitoutuneiden ja yhteistyösopimuksen laatuisten osakasyrityksien palveluja. Osakasyrityksiltä edellytetään sopimuksissa itsenäistä, ympäristövastuullista liiketoimintaa.</p> <p>Yrityksen ympäristöstrategia on: luontomatkailijoiden paratiisi vuonna 2020.</p> <p>HimosMaailma Oyn ympäristöpolitiikka on tuottaa ja kehittää ympäristövastuullisia tuotteita ja palveluja yhteistyökumppaneiden kanssa. Tuotteiden teemoja ovat lähi- ja luomuruoka, kulttuuri, majoitus ja elämys. Tavoitteen aikataulu on 2015 mennessä.</p>
Ympäristöjohtaminen (taulukot 10 ja 11)	<p>Ympäristöjohtamisessa yritys on suunnitellut HimosMaailma Oyn toimiston ekologisuuden lisäämisen. Päämääränä on entistä tehokkaammin lajitella jäte ja huomioida toimiston hankintojen ekologisuus. Myös energiankäyttöön (sähkö) suunnitellaan ympäristöstävällisen sähkön käyttöönottoa. Tavoite on vuoden 2012 loppuun mennessä.</p> <p>Ympäristöviestinnässä HimosMaailma Oy tiedottaa osittain kaikille sidosryhmille toiminnastaan. Puutteellisen viestinnän tavoitteen aikataulu on vuoden 2012 loppuun mennessä. Viestintäkanavina yritys hyödyntää sähköisen liiketoiminnan keinoja: sähköistä suoramarkkinointia kaikille sidosryhmille, blogeja ja yrityksen kotisivuja entistä tehokkaammin. HimosMaailma Oy osallistuu messuille, hankkeisiin ja projekteihin. Lehtimainontaa ja mediatiedotteita hyödynnetään paikallisesti ja valtakunnallisesti. HimosMaailma Oy jatkaa hiilijalanjälkihankkeen viestintää, energiamökkien viestintää ja työtä verkostoyrityksien vastuullisuusviestinnän kanssa.</p>
Edut sidosryhmien ja liiketoiminnan kannalta (luku 3.3.1)	<p>Tasa-arvoisuuden lisääminen ja arvostaminen suhteissa osakasyrityksiin ja sidosryhmiin. Asiakaslähtöisyyden korostaminen ja pääasiallisille kohderyhmille (yritykset, venäläiset) lisäarvon tuottaminen ja odotuksiin vastaaminen ympäristövastuullisilla vaihtoehdoilla.</p>
Edut kestävän matkailun kannalta (luku 3.3.2)	<p>Osakasyrityksien ympäristövastuullisuuden esille nostaminen ja edesauttaminen liiketoimintojen kehittämiseksi. Yritys käynnistää hankkeita, projekteja ja tutkimuksia tukeakseen omalla toiminnallaan alueen ja yritysten kehittämistä.</p>



## 5 Liiketoiminnan kuvaus -lomake

Yritys kirjaa liiketoiminnan tiedot ja kerää käsikirjan kysymyksiä avulla laaditut vastaukset yhteenvetona liiketoiminnan kuvaukseen. Liiketoiminnan kuvauksen tarkoituksena on selvittää mikä on yrityksen ympäristövastuullisuuden tila tällä hetkellä ja mitkä ovat kehittämistoimenpiteet tulevaisuudessa. Rivit suurenevat automaattisesti tekstinsyötössä ja yritys voi palauttaa HimosMaailmaan koko käsikirjan tai liiketoiminnan kuvaus lomakkeen (mieluiten sähköisesti). Tiedot ovat luottamuksellisia.

Yrityksen nimi	Yritys kirjaa
Liikeidea	
Osoite, Internet -sivut	
Perustamisvuosi	
Henkilökunta	
Ympäristöjärjestelmä, -mittari tai merkki (kuvio 4)	
Laatupalkinnot, tunnustukset	
Ympäristöasioista vastaava (t)	
Ympäristövastuullinen liiketoiminta (taulukot 1-9) (kuvio 3)	
Ympäristöjohtaminen (taulukot 10 ja 11)	
Edut sidosryhmien ja liiketoiminnan kannalta (luku 3.3.1)	
Edut kestävän matkailun kannalta (luku 3.3.2)	



## Lähteet

Autio, S. Lettenmeier, M. 2002. Ekotehokkuus – Business as Future. Yrityksen ekoteho-opas. Dipoli-raportit/Dipoli-reports C. ympäristökoulutus. TKK Koulutuskeskus Dipoli, Espoo. Karisto Oy. Hämeenlinna.

Edlund-Kippo, P. 2006. Ympäristöjohtaminen, ympäristöjärjestelmät ja hankinnat. Teoksessa Sarkkinen, S. (toim.) Ympäristövastuu työpaikalla – säästä luontoa ja rahaa. Edita Ympäristö-sarja. Edita Publishing Oy. Edita Prima Oy. Helsinki.

Ekroos, M. 1995. Ympäristövastuu - opas yrityksille. Tummanvuoren kirjapaino Oy Dark. Vantaa.

Ec.europa.eu 10.1.2012. What is the ecolabel? Luettavissa: [http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/about\\_ecolabel/what\\_is\\_ecolabel\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/about_ecolabel/what_is_ecolabel_en.htm). Luettu 16.1.2012.

Gaia 2012. Gaia footprint – organisaation hiilijalanjälki. Luettavissa: [http://www.gaia.fi/files/639/ORGANISAATION\\_HIILIJALANJALKI\\_110503\\_FI.pdf](http://www.gaia.fi/files/639/ORGANISAATION_HIILIJALANJALKI_110503_FI.pdf). Luettu: 29.1.2012.

Hämäläinen, K. Pesonen, H-L. Teittinen, O. 2001. Yrityksen ympäristöjärjestelmän rakentaminen. Sanasto s.123–127. Kauppakaari/Talentum Media Oy. Tammer-Paino Oy. Tampere.

Hämäläinen, K. Pesonen, H-L. Teittinen O. 2005. Yrityksen ympäristöjärjestelmän rakentaminen. Talentum Media Oy. Karisto Oy Kirjapaino. Hämeenlinna.

Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto osa 1. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Jokinen, S. 18.1.2012. Myynti- ja markkinointipäällikkö. HimosMaailma Oy. Sähköposti.

Juntinen, S. Steiner, M-L. 2010. Strateginen yrittäjä. WS Bookwell Oy. Juva.

Jussila, M. 2010. Yhteiskuntavastuu. Nyt. Infor Oy. Hansaprint Oy. Vantaa.

Jämsek 2012. Strategiset päätavoitteet. Luettavissa: [http://www.jamsek.fi/aluekehittaminen/jamsan\\_seutu\\_kehittyy/paattyneita\\_hankkeita/jamsan\\_seudun\\_matkailun\\_master\\_p/strategiset\\_paatavoitteet/](http://www.jamsek.fi/aluekehittaminen/jamsan_seutu_kehittyy/paattyneita_hankkeita/jamsan_seudun_matkailun_master_p/strategiset_paatavoitteet/). Luettu: 23.4.2012.

Ketola, T. 2005. Vastuullinen liiketoiminta – sanoista teoksi. Edita Publishing Oy. Edita Prima Oy. Helsinki 2005.



KTM 2006. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 & Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013. Luettavissa:  
[http://ktm.elinar.fi/ktm\\_jur/ktmjur.nsf/All/3D61DB118241A034C22571800022FEC4/\\$file/jul21elo\\_2006\\_netti.pdf](http://ktm.elinar.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/3D61DB118241A034C22571800022FEC4/$file/jul21elo_2006_netti.pdf). KTM Julkaisuja21/2006. Elinkeino- osasto. Luettu: 11.1.2012.

Lehtipuu, P. Monni, S. 2007. Synergia. Vastuullisen liiketoiminnan menestysmalli. Talentum Media Oy. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Levi 2012. Green days. Levin ympäristöarvot. Luettavissa:  
<http://www.levi.fi/fi/green-days/levin-ymparistoarvot.html>. Luettu: 23.5.2012.

Merikoski, T. & Staffans, A. 2011. (Toim.) Miten kestävä matkailualue tehdään? Käsikirja suunnitteluun ja rakentamiseen. Aalto-yliopisto. Insinööritieteiden korkeakoulu. Arkkitehtuurin laitos. Painotalo Casper. Espoo.

Pohjola, T. 2003. Johda ympäristöasioita tehokkaasti. Ympäristöosaamisen menestystekijänä. Talentum Media Oy. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Shimo-Barry, A. 2009. Plussaa ja miinusta 100 konstia pieneen hiihtijalanjälkeen. Suom. Hotakainen Markus. Kustannustoimitus Silja Sarkkinen. Werner Söderström Osakeyhtiö. Helsinki.

SkiRuka 2012. Rukan ja Pyhän ympäristöohjelma. Luettavissa:  
<http://ski.ruka.fi/etusivu/?id=56>. Luettu: 23.5.2012.

Stat 2012. Luokitukset. Toimiala. Luettavissa:  
<http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/910-2008/index.html>. Luettu: 22.1.2012.

TEM 2009. Vastuullinen yrittäjyys pk-yrityksissä. Luettavissa:  
[http://www.tem.fi/files/24940/Vastuullinen\\_yrittajyys\\_pkyrityksissa.pdf](http://www.tem.fi/files/24940/Vastuullinen_yrittajyys_pkyrityksissa.pdf). Luettu: 11.1.2012.

Uusipaasto, T. 15.11.2011. Toimitusjohtaja. HimosMaailma Oy. Haastattelu.

Uusipaasto, T. 29.5.2012. Toimitusjohtaja. HimosMaailma Oy. Haastattelu.

Villi Pohjola 2011. Kestävää matkailua kaikille 2011–2012. Matkaesite.

Villi Pohjola 2011a. Kestävää matkailua. Luettavissa:  
[http://www.villipohjola.fi/sivustot/VilliPohjola/fi/villipohjola\\_esittely/Sivut/Kestavaamatkailua.aspx](http://www.villipohjola.fi/sivustot/VilliPohjola/fi/villipohjola_esittely/Sivut/Kestavaamatkailua.aspx). Luettu: 18.5.2012.



Voutilainen, P. Ritola, O. Moisio, P. 2001. IMS-johtamisjärjestelmä – laatu, ympäristö ja turvallisuus liiketoiminnan kehittämisessä. Edita Oyj. Helsinki.

Ympäristö 2011b. Ympäristöjärjestelmät ja johtaminen. Luettavissa: <http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=354802&clan=fi&clan=fi>. Luettu: 20.12.2011.

Ympäristömerkki 2011. Joutsenmerkin myöntämisperusteet. Hotellit ja retkeilymajat. 14.6.2007-30.6.2013. 072 versio 3.3. 11.5. 2011. Luettavissa: [http://www.ymparistomerkki.fi/files/1401/072fi3\\_3\\_hotelli.pdf](http://www.ymparistomerkki.fi/files/1401/072fi3_3_hotelli.pdf). Luettu: 17.1.2012.

Yritystoimintajulkaisu 2004. Vastuullinen yrittäjyys - kokoelma pienten ja keskisuurten yritysten hyviä toimintatapoja Euroopan eri maissa. Yritysjulkaisut. Euroopan komissio. Yritystoiminnan pääosasto. Euroopan yhteisöt. Belgia.



## **Liitteet**

**Liite 1. Keskeiset ympäristövastuullisuuden käsitteet**

**Liite 2. Keskeiset ympäristölait ja -asetukset**

**Liite 3. Blueprint eli prosessikaavio asiakkaan hiilijalanjälkimittariin**

**Liite 4. Blueprint eli prosessikaavio yrittäjän hiilijalanjälkimittariin**



## **Liite 1. Keskeiset ympäristövastuullisuuden käsitteet**

**EMAS- asetus** = Euroopan yhteisön asetus organisaatioiden vapaaehtoisesta osallistumisesta ympäristöasioiden hallintajärjestelmään

**EU-kukka** = hoitu (1992) kannustamaan yrityksiä markkinoimaan ympäristöystävällisempiä tuotteita. EU-kukkamerkin myöntämiselle on kovat ympäristökriteerit, tiukat ympäristö- ja suorituskykyvaatimukset ja perusteista on sovittu Euroopan tasolla.

**Hilijalanjälkimittari** = Laskennassa hyödynnetään kasvihuonekaasuprotokollaa, laskenta antaa kuvan laskentakohteen ilmastovaikutuksista.

**ISO 14001-standardi** = ISON (International Organization for Standardization) laatima ympäristöasioiden hallintajärjestelmän rakentamista ohjaava kansainvälinen standardi

**Johdon katselmus** = Ylimmän johdon ympäristöjärjestelmän tilannekatsaus

**Joutsenmerkki** = vapaaehtoinen pohjoismaainen ympäristömerkki (1989), toimintaa valvoo jokaisessa pohjoismaassa maan hallitus

**MIPS**= MIPS (Material Input per Service) tarkoittaa materiaalianostaa, joka tarvitaan hyödyn tuottamiseen. MI on elinkaaren aikaisten materiaalianosten summa ja S on tuotteen koko käyttökänsä aikana tarjoamien palvelusuoitteiden kokonaismäärä.

**Sertifikaatti** = Ulkopuolisen sertifiointiorganisaation myöntämä todistus siitä, että yrityksen ympäristöjärjestelmä vastaa ISO 14001- standardin vaatimuksia

**Ympäristöarviointi** = Selvitys yrityksen tai jonkin toimipaikan ympäristönsuojelun tasosta ja ympäristövaikutuksista

**Ympäristöjärjestelmän rakentaminen** = Ympäristövaikutusten hallitsemiseksi tarvittavien toimenpiteiden ja toimintatapojen suunnittelu, henkilökunnan opastaminen ja kouluttaminen

**Ympäristökatselmus** = Alustava selvitys yrityksen toimintaan liittyvistä ympäristökysymyksistä ja – vaikutuksista sekä ympäristötoimien tehokkuudesta

**Ympäristökäsikirja** = Dokumenttikokonaisuus, joka sisältää kuvauksen yrityksen ympäristöjärjestelmästä, ohjeistuksesta ja tiedostoista

**Ympäristöohjelma** = Toimenpiteet ympäristötavoitteiden saavuttamiseksi aikatauluineen ja vastuhenkilöineen

**Ympäristöpolitiikka** = Ympäristöjärjestelmän peruskirja yrityksen ympäristönhoidon periaatteista, ympäristöarvoista ja ympäristöpyrkimyksistä

**Ympäristövaikutus** = haitallinen tai hyödyllinen muutos ympäristössä





## Liite 2. Keskeiset ympäristölait ja -asetukset

### Ympäristönsuojelu

Ympäristönsuojelulaki: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2000/20000086>

Ympäristönsuojeluasetus: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2000/20000169>

Laki ympäristövahinkojen korvaamisesta:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19940737>

Laki ympäristövahinkovakuutuksesta:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1998/19980081>

### Jäte

Laki jätelain muuttamisesta: <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2012/20120195>

Valtioneuvoston asetus jätteistä: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2012/20120179>

### Vesi

Vesilaki: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110587>

Vesiasetus: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1962/19620282>

Valtioneuvoston asetus vesienhoidon järjestämisestä:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20061040>

Vesihuoltolaki: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2001/20010119>

Vesiliikennelaki: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1996/19960463>

### Ilma

Valtioneuvoston asetus ilmanlaadusta: <http://www.finlex.fi/data/sdliite/liite/5916.pdf>

Valtioneuvoston päätös otsonikerrosta heikentävistä aineista:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1998/19980262>

### Maankäyttö ja rakennukset

Maankäyttö- ja rakennuslaki: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990132>

Maankäyttö- ja rakennusasetus: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990895>

### Kemikaalit

Kemikaalilaki: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1989/19890744>

Kemikaaliasetus: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19930675>

### Muut

Terveystoimintalaki: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19940763>

Pelastuslaki: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/kumotut/2003/20030468>

Luonnonsuojelulaki: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1996/19961096>

Maastoliikennelaki: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1995/19951710>

Meluntorjunta-asetus: <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1988/19880169>

Osakeyhtiölaki:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060624>

Laki osakeyhtiölain muuttamisesta:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2011/20110981>





