

Opas yrityksille

Näin haet STF-edelläkävijämerkkiä

LAB-ammattikorkeakoulu

Restonomi (AMK), Matkailu- ja tapahtumaliiketoiminnan koulutus

2020

Krista Liljeqvist

Tiivistelmä

Tekijä Liljeqvist, Krista	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Valmistumisaika 2022
	Sivumäärä 17	
Työn nimi Opas yrityksille Näin haet STF-edelläkävijämerkkiä		
Tutkinto Restonomi (AMK)		
Toimeksiantajan nimi, titteli ja organisaatio Johanna Laine, projektipäällikkö, Leveämmät hartiat -hanke		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda opas matkailun edelläkävijäyrityksille, kuinka hakea STF-edelläkävijämerkkiä aikaisemman yritys vastuun dokumentoinnin perusteella. Toimeksiantajana työlle oli LAB ammattikorkeakoulun hallinnoima Leveämmät hartiat -hanke. Opinnäytetyön tuloksena syntyi opas matkailun edelläkävijäyrityksille, joiden tarkoituksena on hakea STF-edelläkävijämerkki aikaisemman yritys vastuun dokumentoinnin perusteella. Opinnäytetyö toteutettiin laadullisena konstruktiiivisena kehittämishankkeena, jonka tarkoituksena oli mallintaa käytännönläheinen opas. Tuloksena syntyi opas yrityksille - näin haet STF-edelläkävijämerkkiä.</p> <p>Opinnäytetyönä valmistunutta opasta voidaan käyttää paikallisesti toimeksiantajahankkeen tarkoituksiin tai jakaa valtakunnallisesti kaikkien matkailualan edelläkävijäyrityksien tarpeisiin.</p>		
Asiasanat Vastuullinen matkailu, Sustainable Travel Finland		

Abstract

Author Liljeqvist, Krista	Type of Publication Thesis, UAS	Published 2022
	Number of Pages 17	
Title of Publication Guide For Businesses How Apply for the STF Pioneer Badge		
Name of Degree Bachelor of Hospitality Management		
Name, title and organization of the client Johanna Laine, project manager, Leveämmät hartiat -project		
Abstract <p>The aim of the thesis was to create a guide for tourism pioneer companies on how to apply for the STF pioneer badge based on previous corporate responsibility documentation. The assignment for the work was given Leveämmät hartiat -project managed by LAB University of Applied Sciences. As a result of the thesis work, a guide was created for tourism pioneer companies, the purpose of which is to apply for the STF pioneer badge based on previous corporate responsibility documentation. The thesis work was carried out as a qualitative constructive development project, the purpose of which was to model a practical guide. The result is a guide for companies - how apply for the STF pioneer Badge.</p> <p>The guide completed as a thesis can be used locally for the purposes of the client project or distributed nationwide to the needs of all pioneering companies in the tourism industry.</p>		
Keywords Responsible tourism, Sustainable Travel Finland		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Opinnäytetyön taustaa.....	1
1.2	Opinnäytetyön toimeksiantaja ja yhteistyö	2
1.3	Opinnäytetyön tavoite ja rajaus.....	2
1.4	Opinnäytetyön kehittämismenetelmät, aineiston hankinta ja analyysi	2
1.5	Opinnäytetyön rakenne.....	3
2	Vastuullinen matkailu.....	5
2.1	Vastuullisen matkailun ulottuvuudet.....	5
2.2	Vastuullinen matkailu käytännössä	6
2.3	Vastuullisen matkailun tavoitteet Suomessa	6
2.4	Vastuullisen matkailun STF-laatusertifikaatti.....	7
3	Prosessi.....	8
3.1	Prosessi määritelmä	8
3.2	Prosessi kuvaus	8
4	Projektin toteuttaminen	10
4.1	Oppaan tarve.....	10
4.2	Oppaan tekoprosessi.....	10
4.3	Opas.....	12
5	Yhteenveto	14
5.1	Yhteenveto ja pohdintaa	14
5.2	Kehittämishankkeen luotettavuus	14
5.3	Kehittämishankkeen jatkokehitysehdotukset.....	15
	Lähteet	16

Liitteet

Liite 1. Sähköpostikysely – Business Finlandille

Liite 2. Opas yrityksille – Näin haet STF-edelläkävijämerkkiä, oppaan raakaversio

1 Johdanto

1.1 Opinnäytetyön taustaa

Yritysvastuullisuus matkailun saralla nostaa päätään yhä useammin ja matkailijat haarukoivat yrityksiä vastuullisuuden näkökulmasta. Suomen matkailualan liiton teettämässä tutkimuksessa 73 % matkailijoista kertoo, että vastuullisuusasiat vaikuttavat heidän tuleviin matkustusvalintoihin. Matkailijat arvostavat paikallista kulttuuriperimää ja paikallisia tuotteita, sillä 84 % matkailijoista kertoi arvostavansa paikallisia tuotteita tai palveluita, sekä paikallisen kulttuuriperimän säilyttämistä. Matkailijoiden valintoihin vaikuttivat myös yrityksen tekemät ilmastoteot kierrätyksen ja jätteiden vähentämisen osalta. (SMAL 2021.) Matkailuyrityksien ilmastoteot ei yksinään riitä, vaan jatkossa on panostettava entistä enemmän läpinäkyvään ja suoraan vastuullisuusviestintään, josta käy ilmi matkailun vaikutukset ympäristöön suoraan tai epäsuorasti. Suomalaiset yritykset eivät mielellään jaa kaikkea tekemäänsä tai rehvasitele kestävyysasioissa. Tästä syystä asiakas voi kokea, ettei yritys noudata kestävä matkailun periaatteita. (Dolinšek ym. 2021, 14.)

Suomalaisilla matkailuyrityksillä on halukkuutta lähteä kehittämään palveluitaan vastuullisemmaksi ja saavuttaa STF-edelläkävijämerkki (Dolinšek ym. 2021, 14–15). Tarve oppaan kehittämiseksi tuli toimeksiantajalta, Leveämmät Hartiat -hankkeelta. Hankkeen tarkoituksena on valjastaa opiskelijat matkailuyrityksien vastuullisuus sparraajiksi ja saada matkailuyritykset mukaan STF-polulle (LAB-ammattikorkeakoulu). Oppaan tarkoituksena on konkretisoida miten matkailuyritys voi saada STF-edelläkävijämerkin, aikaisemman yritys vastuun dokumentoinnin perusteella.

Visit Finlandin tavoitteena on tehdä kestävydestä matkailun uusi normi ja Suomesta yksi maailman kestävimmistä matkailukohteista vuoteen 2025 mennessä. Päästäkseen tähän tavoitteeseen tulee olla johtava maa kestävä matkailun saralla ja STF-laatu-merkki on auttamassa haasteen kanssa. Sustainable Travel Finland merkki kertoo yrityksen sitoutuneen kestäväan kehitykseen ja toimintatapoihin, lisäämään yhteisöjen sosiaalista ja kulttuurista elinvoimaa, lisäämään taloudellista hyvinvointia, sekä sitoutunut kestävä matkailun indikaattoreihin. Yrityksestä löytyy myös nimetty kestävä matkailun vastuuhenkilö. (Business Finland f.)

Maavarat loppuvat ennemmin tai myöhemmin. Taklatakseen haasteen Visit Finland halusi tarjota yrityksille alustan, jossa matkailuyritykset pääsevät itsearvioimaan omia vastuullisuustekojaan ja luomaan oman vastuullisuussuunnitelmansa. Yrityksille tarjotaan maksuton kehityspolku, joka tarjoaa konkreettisen työkalupakin vastuullisuusajatteluun, uutta tietoa ja keinot integroida vastuullisuus osaksi liiketoimintasuunnitelmaa. STF-merkki on yrityksille

maksuton ja STF-merkin saaneet yritykset saavat sekä markkinointitukea, että lisänäkyvyyttä Visit Finlandin markkinointikanavissa. Tähän mennessä yksi destinaatio ja alle 200 matkailuyritystä on saanut STF-merkin. Visit Finland tarjoaa omat polut yrityksille, että destinaatioille. Matkailijoille STF-merkki on todiste hyvästä laadusta ja takaa, että matkailuyritys on sitoutunut kestäviin toimintatapoihin ja kehitykseen. (Business Finland b.)

1.2 Opinnäytetyön toimeksiantaja ja yhteistyö

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Leveämmät hartiat -hanke. Hanketta hallinnoi LAB ammattikorkeakoulu. Leveämmät hartiat hankkeen tarkoituksena on valjastaa LAB-ammattikorkeakoulun opiskelijat Lahden matkailualan yrityksiin sparraajiksi, kohti parempia vastuullisuustekoja ja ratkaisuja. (LAB-ammattikorkeakoulu.) Opiskelijoiden tarkoituksena on tutustua Sustainable Travel Finland sertifikaattiin, jalkautua yrityksiin, harjoittaa vastuullisuusviestintää ja viedä yrityksen toimintaa kohti Sustainable Travel Finland sertifikaatin tavoitteita. Tarve oppaan tekemiselle syntyi hankkeen sisällä olevien yritysten tarpeesta, saada lisää tietoa STF-edelläkävijämerkistä.

Opinnäytetyö yhteistyössä toimii Business Finland. Business Finland on julkinen toimija ja osa Team Finland-verkoston. Sen tarkoituksena on muun muassa edistää matkailua ja investointeja Suomeen. (Business Finland e.) Business Finlandin tarjoaman online-materiaalin avulla rakentuu opinnäytetyön oppaan tietopohja.

1.3 Opinnäytetyön tavoite ja rajaus

Opinnäytetyö on toiminnallinen työ, johon ei ole erikseen määritelty tutkimusongelmaa tai kysymyksiä. Opinnäytetyön tavoitteena on mallintaa opas yrityksille, joiden tarkoituksena on saada STF-edelläkävijämerkki aikaisemman yritys vastuun dokumentoinnin perusteella.

Opinnäytetyö on rajattu koskemaan vastuullista matkailua Suomessa. Opinnäytetyössä esitellään toimeksiantaja, Visit Finland, Business Finland sekä, STF-merkki. Opinnäytetyössä avataan vastuullisen matkailun ulottuvuudet, vastuullinen matkailu käytännössä, sekä vastuullisen matkailun tavoitteet Suomessa. Opas on tarkoitus mallintaa raakaversioksi, jonka visualisoinnista ja taittamisesta on vastuussa toimeksiantaja.

1.4 Opinnäytetyön kehittämismenetelmät, aineiston hankinta ja analyysi

Opinnäytetyö on laadullinen kehittämishanke, jossa on konstruktivinen kehittämisote. Konstruktivisella kehitystyöllä pyritään vastaamaan toimeksiantoon, jossa tarkoituksena on mallintaa käytännön läheinen opas. Laadullisella kehittämishankkeella tavoitellaan kehitettävän kohteen laajaa ymmärtämistä ja pyritään etenemään ilman hypoteeseja tai ennako-

oletuksia. (Eskola & Suoranta 1998.) Laadullista kehittämistyötä varten käytetään harkinnan varaista aineiston otantaa, jolloin tärkeää on aineiston laatu ja suhde kehityskohteeseen. Laadullista kehittämistä tukee kvalitatiivisen aineiston suosiminen, keskittyminen toimintaan ja toiminnan läsnäolo pienissäkin aineiston paloissa. (Juhila.)

Opinnäytetyön aineisto hankitaan toimeksiantajan valmiita dokumentteja, arkistoja tai koelmia hyödyntäen, sekä sähköpostikyselyinä Business Finlandin yhteyshenkilöltä. Kyselyissä hyödynnetään avoimia kysymyksiä ja niiden tarkoituksena on täydentää aineistossa olevia aukkoja. Lisäksi aineistoa voidaan kerätä omalla havainnoinnilla ja toimeksiantajan kertomuksilla. Toimeksiantajan sisäpiirin tietoa hyödynnetään palautekyselynä oppaan tekemisen eri vaiheissa, sekä puolueettoman tiedon saamiseksi hyödynnetään myös ulkopuolisen käyttäjän käyttökokemusta oppaasta. Aineistoa käsitellään laadullisena analyysinä, joka kehityskohteeseen viitaten voi olla luokittelua, teemoittelua tai tyypittelyä. Luokittelulla pyritään erottamaan aineistosta kehittämishankkeelle olennaisimmat ominaisuudet, teemoittelulla haetaan erilaisten toistuvien asioiden yksityiskohtaisempaa tarkastelua ja tyypittelyllä pyritään yksinkertaistamaan aineistoa. (Jyväskylän yliopisto.) Aineistoanalyysin keskeinen tavoite, on luoda selkeä kuva kehityskohteen ominaisuuksista ja käyttää analysoitua aineistoa apuna oppaan tekemisessä.

Aineistoa analysoidaan rakentamalla kokonaiskuva aiheesta, perehtymällä kehityskohteen viitekehykseen lukemalla, katsomalla, pohtimalla ja havainnoimalla. Aineiston viitekehysten muuttaminen tutkimukseen sopivaan muotoon ja uudelleen järjestelemällä vastaamaan varsinaiseen ongelmaan. Laadullisella analyysillä tavoitellaan aineiston tiivistämistä ja jaostamista. Yhtenä analyysimenetelmänä on käytetty prosessikaaviota.

1.5 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyö alkaa kansilehdellä, tiivistelmällä, sekä sisällysluettelolla. Varsinainen rakenne alkaa johdannosta, jossa kerrotaan opinnäytetyön taustaa, esitellään toimeksiantaja, avataan tavoitteet ja rajaukset, kehittämismenetelmät, aineiston hankinta ja -analysointi ja päättyy opinnäytetyön rakenteeseen. Kuviossa 1 kuvataan opinnäytetyön rakenne.

JOHDANTO		
Taustaa	Toimeksiantajan esittely	Tavoitteet ja rajaukset
Kehittämismenetelmät, aineiston hankinta ja analyysi		Rakenne

TEOREETTINEN OSA	
Vastuullisen matkailun ulottuvuudet	Vastuullinen matkailu käytännössä
Vastuullisen matkailun tavoitteet Suomessa	Vastuullisen matkailun STF-laatusertifikaatti
Prosessi määritelmä	Prosessi kuvaus

EMPIIRINEN OSA		
Oppaan tarve	Oppaan tekoprosessi	Opas

YHTEENVETO
Yhteenveto ja pohdintaa, luotettavuus, jatkokehitysehdotukset

Kuvio 1 Opinnäytetyön rakenne.

Opinnäytetyö koostuu viidestä pääluvusta, jonka lisäksi tulevat lähteet ja liitteet. Opinnäytetyön liitteeksi tulee sähköpostikysely – Business Finlandille, sekä opas yrityksille – Näin haet STF-edelläkävijämerkkiä.

Opinnäytetyön viitekehyksenä vastuullinen matkailu Suomessa. Vastuullisen aineiston viitekehys kootaan Suomen matkailualan liiton, Työ- ja elinkeinoministeriön, Visit Finlandin sekä Business Finlandin materiaaleista. Aineisto oppaaseen kerätään Visit Finlandin sivus-
tolta.

2 Vastuullinen matkailu

2.1 Vastuullisen matkailun ulottuvuudet

Vastuullinen matkailu käsittää matkailun kolme ulottuvuutta, jotka ovat sosio-kulttuurinen-, ekologinen-, sekä taloudellinen vastuullisuus. Näihin laajoihin vastuullisuus kokonaisuuksiin panostamalla, matkailuyritys pitää huolen siitä, että vastuullisuus toteutuu monipuolisesti ja ehkäisee samalla matkailun negatiivisia vaikutuksia. (Business Finland a.)

Sosiaalinen matkailu huolehtii paikallisten asukkaiden huomioimisesta ja yksityisyyden kunnioittamisesta. Yhteisö otetaan mukaan matkapalveluiden suunnitteluun, samalla varmistetaan paikallisten työllistyminen ja taloudellisen hyödyn tasainen jakautuminen yhteisön keskuuteen. Sosiaalinen näkökulma huomio myös turvallisuudesta ja esteettömyydestä huolehtimisen, sekä tasa-arvon ja ihmisoikeuksien toteutumisen. (Business Finland a.)

Kulttuurinen matkailu vaalii paikallisia perinteitä ja kulttuuria, jossa paikallinen arkkitehtuuri saa arvostusta ja arvokohteita suojellaan. Matkailijoita on opastettu paikallisista tavoista ja heillä ei ole ennakkoluuloja paikallisyhteisöjä kohtaan. Paikalliset voivat toteuttaa heille ominaista elämäntyyliä, musiikkia, ruokakulttuuria, elinkeinoelämää, käsityötä ja kaikkea sitä mikä on paikallisille ominaista. Paikallisuutta ei hyväksikäytetä tai muuteta matkailutulojen saamiseksi, vaan se on luonnollisena osana matkailua. (Business Finland a.)

Ekologinen matkailu käsittää ympäristön etujen ja lakien puitteissa toimimisen. Maa-alueilla toimitaan maanomistajan luvalla. Selvitetään ja noudatetaan vesistöjen liikenne-, suojelu- ja virkistysalueita koskevia sääntöjä ja sopimuksia. Rakentaessa pyritään minimoimaan alkuperäiselle luonnolle aiheutuvaa haittaa, sekä maisemoidessa otetaan ensisijaisesti huomioon alueen alkuperäinen luonto ja sen ominaisuudet. Kannustetaan matkailijoita liikkumaan kohteeseen ja kohteessa lihasvoimin. Matkailuyritys ja sen henkilökunta ovat tutustuneet alueen ominaispiirteisiin ja osaavat kertoa niistä asiakkaille, sekä sidosryhmille. (Business Finland a.)

Ekologisen matkailun piiriin kuuluvat arkiset käytännön teot, kuten energian ja veden kulutuksen vähentäminen ja seuraaminen, jätteiden lajittelu ja kierrätys, fossiilisten polttoainesten käytön vähentäminen sekä, luomu- ja kasvisruuan käytön lisääminen. Näiden ja muiden ympäristötekojen seurattavuus ja mitattavuus on osana ekologista matkailua. (Business Finland a.)

Taloudellinen matkailu käsittää yritystoiminnan läpinäkyvyyden. Matkailuyritys viestii rohkeasti vastuullisuusteostaan, tulevista suunnitelmistaan ja visioistaan, yrityksen yhteystiedot ovat selkeästi näkyvillä sosiaalisessa mediassa, sekä yrityksen verkkosivuilla. Matkailuyritys huomioi investoinneissaan yritystoiminnan pitkäjänteisyyden ja pyrkii vähentämään hiilijalanjälkeään. Taloudellinen vastuullisuus varmistaa matkailusta muodostuvan tulon jäämisen matkailualueelle yhteisöjen ja yksilöiden hyväksi, sekä varmistaa rekrytoinneissaan paikallisten työllistämisen. (Business Finland a.)

2.2 Vastuullinen matkailu käytännössä

Vastuullinen matkailu käytännössä tarkoittaa matkailuyrityksien sitoutumista kestävän matkailun indikaattoreihin. Kestävän matkailun indikaattoreita voidaan määritellä globaalisti tai kansallisesti. Kestävä ja vastuullinen matkailu huomioi nykymatkailijan tarpeet vaarantamatta tulevien sukupolvien mahdollisuutta tyydyttää omia tarpeitaan. Suomen matkailualan liiton vuonna 2021 teettämä tutkimus osoittaa, että matkailijat suosivat vastuullisesti toimivia yrityksiä. (SMAL 2021.)

Vastuullisuusteot mielletään haastaviksi, vaikka todellisuudessa kyse hyvin arkisista asioista kuten kulutuksen pienentämisestä ja järjeistämistä. Matkailuyritykset voivat osoittaa vastuullisuutta monipuolisesti arjen teoissa muun muassa vähentämällä veden- ja sähkön kulutusta, suosimalla biopolttoaineita, vähentämällä ruokahävikkiä sekä kierrättämällä. Yrityksen tulisi suosia paikallisia tuotteita valikoimissaan, valita vastuullisia yhteistyökumppaneita, sekä huomioita paikallisuus yrityksen toiminnassa. (Dolinšek ym. 2021, 15.)

Keskeinen osa vastuullisuutta on tuoda sitä aktiivisesti julki ja omalla esimerkillä kannustaa muita vastuullisuustekoihin. Monet yritykset tekevät aktiivisesti työtä vastuullisuuden eteen, mutta eivät koe tarpeelliseksi tuoda niitä ilmi. Matkailijan näkökulmasta tilanne on haastava, sillä matkailija etsii entistä useammin vastuullisempia palveluita ja odottaa löytävänsä niistä tietoa yrityksen verkkosivuilta. Matkailuyrityksien tulisi panostaa vastuullisuusviestintään keskeisenä osana yrityksen muuta viestintää ja asettautua tarkastelemaan omaa viestinnän laajuuttaan matkailijan näkökulmasta. Vastuullisuus on monipuolinen pelikenttä ja matkailijat etsivät niistä itselleen tärkeitä elementtejä, sekä asioita, joihin voi itse samaistua. (Business Finland h)

2.3 Vastuullisen matkailun tavoitteet Suomessa

Suomen hallitusohjelman tavoitteena on olla maailman ensimmäinen hiilineutraali maa vuoteen 2035 mennessä ja Suomi on sitoutunut YK:n kansainvälisiin kestävän kehityksen tavoitteisiin. Matkailualan tavoitteeksi on asetettu Suomen olevan matkailun kärkimaa

vuoteen 2025 mennessä. Suomen matkailustrategia vuosille 2019–2028 on ”Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun”, joka asettaa matkailun tavoitteet vuoteen 2028 ja toimenpiteet vuosille 2019–2023. Työ- ja elinkeinoministeriöstä kerrotaan, että Suomen tavoitteena on olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde, ja että matkailua kehitetään vastuullisena ja kasvavana palveluliiketoiminnan alana, joka luo hyvinvointia ja työllisyyttä ympärivuotisesti koko Suomessa. Matkailualan neljä strategista painopistettä ovat kestävä kehityksen mukaisen toiminnan tukeminen, digitaaliseen muutokseen vastaaminen, saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioiden, sekä kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen. (Työ- ja elinkeinoministeriö.)

2.4 Vastuullisen matkailun STF-laatusertifikaatti

Yhtenä merkittävimpänä toimijana kotimaisen matkailualan vastuullisuushaasteeseen on tarttunut Visit Finland, joka on lanseerannut vuonna 2019 matkailualan STF-laaturerkin. Sustainable Travel Finland laaturerkin kertoo matkailualan yrityksen sitoutuneen vastuullisen matkailun indikaattoreihin ja kehittämään matkailuyritystään kohti vastuullisempaa huomiota. (Business Finland g.) STF-laaturerkin saaminen edellyttää seitsemän askeleen STF-polun läpikäynnin, jossa varmistetaan yrityksen sitoutuminen, osaaminen, kehittäminen ja toimenpiteet, vastuullisuusviestintä, sertifiointi, auditointi, todentaminen ja mitattavuus, sekä jatkuva kehittäminen. STF-laaturerkin voi saada yksittäinen matkailualan yritys tai destinaatio. Matkailualan yritykselle STF-polku näyttäytyy kolmella eri tavalla. STF-laaturerkin voi saada suoraan matkailualan sertifioitu yritys, jolla on oman alan tietty sertifikaatti, joka vastaa samoja periaatteita, kuin STF-laaturerkin. Toinen tapa saada STF-laaturerkin on käydä läpi STF-polku Visit Finlandin Online alustalla. Kolmas ja tässä opinnäytetyössä esitelty tapa, on hankkia STF-laaturerkin edelläkävijäyrityksenä, joka on dokumentoinut vastuullisuustekojaan kolmen vuoden ajalta ja yrityksellä on kaksi oman alan erityistunnustusta. Kolme eri tapaa saavuttaa STF-laaturerkin, varmistavat sen, että kaikkien matka kohti STF-laaturerkin on tasapuolinen ja palvelee matkailuyrityksiä laidasta laitaan. (Business Finland c.)

Sustainable Visit Finland ohjelma tarjoaa mukana oleville yrityksille muun muassa vastuullisen matkailun työkalupakin, vastuullisuus aiheisia seminaareja ja koulutuksia. Visit Finlandin palveluista löytyy myös kattavasti oppaita erilaisten kulttuurien matkailutottumuksista. STF-ohjelman läpikäyneille yrityksille Visit Finland tarjoaa muun muassa maksutonta näkyvyyttä, joka viestittää kansainvälisille matkailijoille yrityksen toimivan vastuullisten periaatteiden mukaisesti. (Business Finland f.)

3 Prosessi










3.1 Prosessi määritelmä

Prosesseja kuvataan, jotta prosessia voidaan kehittää ja prosessilla tarkoitetaan asioiden kehityksen kulkua. Kehityskohteita on helpompi hahmottaa, kun toimintatapa on saatettu näkyvään muotoon. Se kenelle ja miksi prosessi kuvataan, vaikuttaa prosessikuvaksen muotoon ja tarkkuuteen. Yksinkertaisimmillaan prosessin voi kuvata ranskalaisin viivoin. Ammattilaiselle tietyn asian voi kuvata hyvinkin alkeellisesti ja lyhenteitä käyttäen, mutta luonnolliselle henkilölle, jolle aihe on uusi, tulee prosessi kuvata selkeämmin ja askel askeleelta, jotta prosessin kuvauksesta saavutetaan sama ymmärrys. Hyvin kuvattu prosessi mahdollistaa ennakkoinnin ja toimintatapojen vertailemisen. (Team Laamanen.)

3.2 Prosessi kuvaus

Prosessin kuvaaminen alkaa kehittämistarpeen havaitsemisesta ja prosessien tunnistamisesta, sekä kuvattavan prosessin valitsemisesta. Prosessien tunnistamisella etsitään arvoa tuottavia työvaiheita, sekä mahdollisia hidasteita. Tunnistamisen jälkeen, prosessit nimitään ja ryhmitellään. Prosessilla tulee olla perustiedot, sekä määritellä mitä halutaan ratkaista tai kehittää. Ennen perustietojen laatimista, ei voida määrittää prosessin laatua tai kestoa. Perustietojen laatimisen jälkeen, sanoitetaan, kenelle työ tehdään ja miksi se tehdään, mitkä ovat tilaajan tarpeet, joita lähdetään täyttämään. Työn tavoitteet sanoitetaan. (Team Laamanen.)

Ennen prosessien kuvaamista tulee pohtia, mitä halutaan kehittää tai ratkaista ja mitkä ovat tavoitteet. Kenelle kuvaus tehdään ja mihin tarpeeseen. Prosessien kuvaaminen auttaa tunnistamaan pullonkaulat ja turhat vaiheet prosessissa. Erilaisia prosessien kuvaustasoja ovat muun muassa prosessikartta, toimintamalli, prosessin kulku tai työnkulku. Prosessien kuvaamisessa on tärkeää rajata mitä halutaan kehittää tai ratkaista, jotta kuvaus vastaa tarpeeseen. Kaikkea ei voida kehittää tai ratkaista yhdellä kertaa, siksi rajaaminen on osa onnistunutta prosessikuvausta. Kuvaamisen helppouteen ja ymmärtämiseen liittyy sovitut kuvauksen säännöt, jotka liittyvät esimerkiksi käytettäviin merkintätapoihin. Prosessien kuvaamiseen on vakiintuneet merkintätavat. (Saarinen 2021.) Kuviossa 2 esitellään prosessien kuvaamiseen vakiintuneet merkintätavat.

Merkintä	Selitys
	Aloitus tai lopetus
	Tehtävä tai prosessi
	Materiaali- tai tietovirta (voidaan merkitä esim. eri värein tai viivatyypein)
	Päätös
	Dokumentti
	Tietojärjestelmä/varasto
	Varasto
	Data
	Viive, odotus

Kuvio 2. Vakiintuneet prosessien merkintätavat (Martinsuo & Blomqvist 2010).

Prosessien kuvaaminen alkaa ja päättyy ovaalin muotoiseen kuvioon. Näiden välistä löytyy koko prosessin toimenpide skaala, joka voi sisältää muun muassa erilaisia tehtäviä, päätöksiä, dokumentteja tai dataa. Kuviot auttavat prosessikuvauksen lukijaa ymmärtämään minkälaisia toimenpiteitä vaaditaan päästäkseen kuvauksen alusta loppuun. Näitä kuvioita voidaan käyttää esimerkiksi vuokaaviossa. (Oamk.)

4 Projektin toteuttaminen

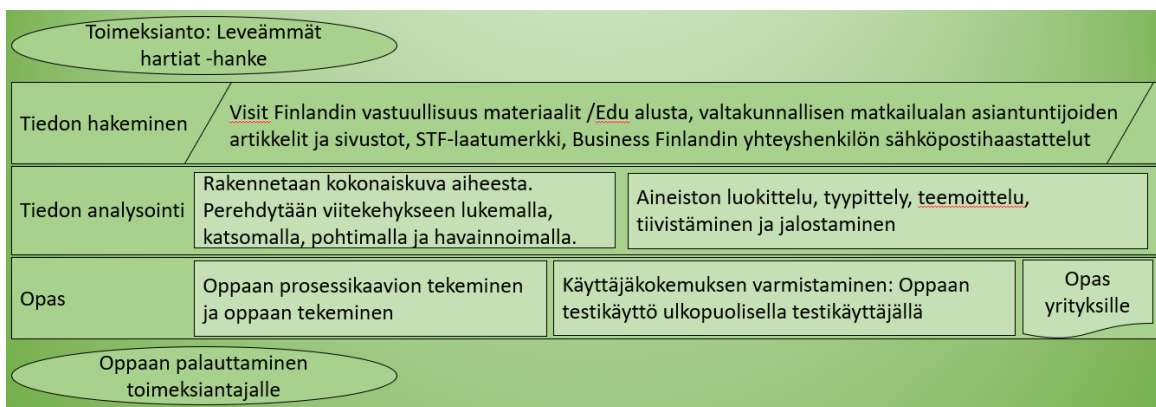
4.1 Oppaan tarve

Vastuullinen matkailu on tullut jäädäkseen. Ehdotus oppaan tekemiselle tuli Leveämmät harti-at hankkeen projektipäälliköltä ja oppaan tarve tuli Leveämmät harti-at hankkeen sidosyrityksiltä. Matkailuyritykset haluavat toimia vastuullisesti ja haluavat saavuttaa STF-edelläkävijämerkin kriteerit, mutta STF-edelläkävijä polku koettiin haastavaksi, monimutkaiseksi ja aikaa vieväksi prosessiksi. Tarve oppaalle on selkeä. Oppaan tarkoitus on selkeyttää STF-edelläkävijämerkin saantia, auttaa matkailuyrityksiä kohti vastuullisuustekoja ja lopulta saamaan STF-edelläkävijämerkki. (LAB-ammattikorkeakoulu.)

Oppaan tarvetta perustelee myös STF-laatumerkin vähäinen suorituspäättämäärä. Työ- ja elinkeinoministeriön vuonna 2019 julkaiseman avainluvut-raportin mukaan Suomessa on 28 232 matkailualan yritystä (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2019). Vuonna 2019 lanseerattu STF-laatu-merkki on tavoittanut 0,52 % Suomen matkailuyrityksistä. STF-ohjelmassa on mukana 876, joista 147 yritystä on saanut STF-laatumerkin. STF-laatumerkin suorittaneita tavataan eniten Järvi-Suomen suuralueella, vaikka Helsinki on Suomen suurin matkailun suuralue. (Business Finland e.)

4.2 Oppaan tekoprosessi

Prosessi alkaa teoriaan tutustumisella ja lähtökohtien selvittämisellä. Oppaan tekeminen alkoi tutustumalla toimeksiantajan tavoitteisiin, STF-laatu-merkkiin sekä, Visit Finlandin vastuullisuustavoitteisiin. Teoriapohjan kartoittamisen jälkeen alkaa ideointivaihe ja varsinaisen prosessin mallintaminen, jossa kuvataan miten yritys saa STF-edelläkävijämerkin. Pohjatyo oppaan tekemiselle vaati STF-polun läpikäymistä matkailuyrittäjän näkökulmasta ja tiedon soveltamista oppaaseen. Oppaan tulisi sisältää selkeät askelmerkit edelläkävijäyrityksille, kuinka he voivat hyödyntää aikaisempaa vastuullisuusdokumentointiaan STF-edelläkävijäpolulla. Oppaan tekemisessä pyrittiin huomioimaan matkailuyrityksien monialaisuus ja tehdä oppaasta kaikille aloille soveltuva. Seuraavassa kuviossa kuvataan oppaan tekoprosessi. Jäljempänä esitetystä kuvio 4:sesta voidaan seurata edelläkävijäyrityksen polkua STF-polulla.



Kuvio 3. Oppaan tavoitteena on tarjota toimeksiantajalle työkalu, joka lisää STF-edelläkävijämerkin saaneiden yritysten määrää.

Kehittämishankkeen eri vaiheissa on käytetty puolueetonta, sekä puolueellista näkökulmaa. Oppaan tekemisen eri vaiheissa kysyttiin palautetta toimeksiantajalta ja muokattiin opasta saadun palautteen perusteella. Opasta esiteltiin myös puolueettomalle, eli ulkopuoliselle testikäyttäjälle, joka kommentoi oppaan selkeyttä ja ymmärrettävyyttä.

Tässä opinnäytetyössä kuvatut prosessit kuvataan vuokaavioilla. Vuokaavio esittää prosessia, joka kertoo prosessin eri vaiheet nuolilla ja erityyppisillä kuvioilla. Kuviot kertovat lukijalle, minkälaista toimenpidettä odotetaan, jotta voidaan siirtyä seuraavaan kuvioon. Vuokaaviot etenevät yleensä ylhäältä alaspäin tai vasemmalta oikealle, mutta rajallisessa tilassa kuvioden järjestys voi vaihdella ja nuolet kertovat seuraavan kuvion. Vuokaaviossa on vain yksi aloitus ja lopetuskuvio. (Oamk.)

Kehitystyön aineisto kerättiin Business Finlandin yhteyshenkilön sähköpostihaastatteluun, valtakunnallisen matkailualan asiantuntijoiden artikkeleita ja sivustoja, sekä yhteistyökumppanin valmiita aineistoja hyödyntäen. Sähköposti haastattelut olivat avoimia kysymyksiä ja niillä pyrittiin täydentämään yhteistyökumppanin Online-alustalla olevia tietoaaukkoja, jotka vaikuttivat oleellisesti oppaan tekemiseen. Osa aineistoista on sisäisesti saatavilla matkailuyrityksille sekä destinaatioille, Visit Finlandin verkkosivuilla STF-polulle rekisteröityessä. Yhteistyökumppanin sisäiset aineistot ovat samoja, mitä STF-laatu-merkkiä hakeva yritys saa käyttöönsä rekisteröityessään STF-polulle. Aineistot sisältävät muun muassa vastuullisuuswebinaari tallenteita, STF-ohjelman läpikäynnin ja johdatusta kestäväan matkailuun. Sisältöä käsitellessä aiheesta pyrittiin luomaan selkeä kuva, luokittelemaan materiaalit prosessin tarpeeseen, jäsentämään tietoa ja tiivistämään materiaali oppaan sisällöksi.

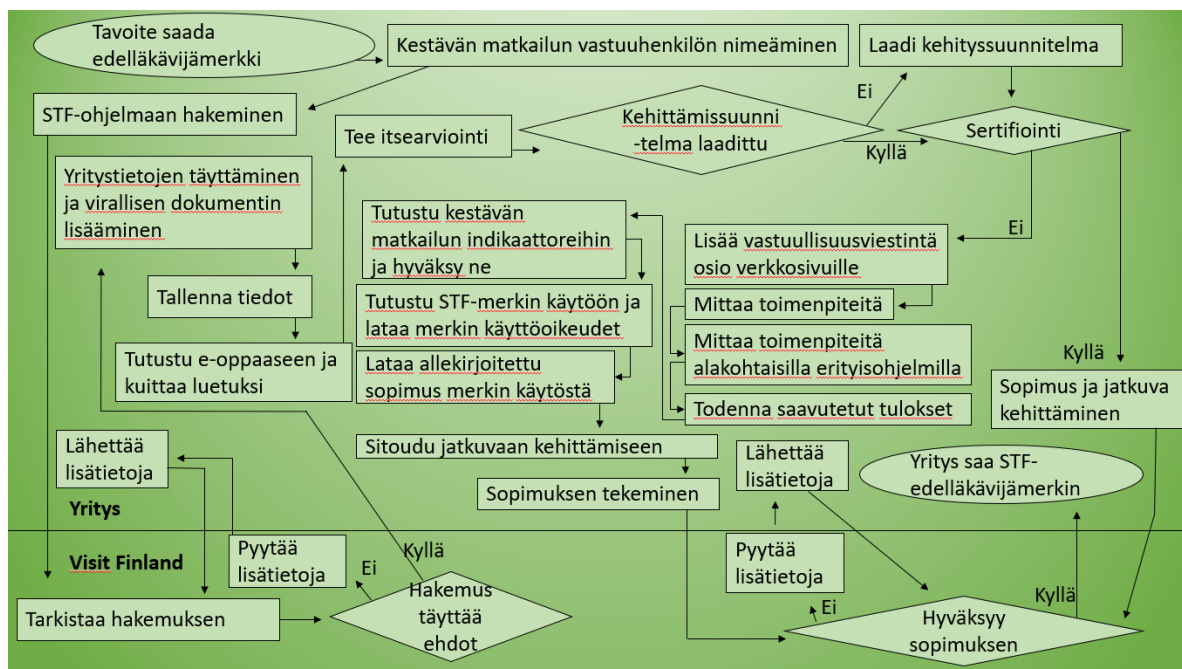
Oppaan raakaversio tehtiin PowerPoint -diaesitysohjelmistolla. Oppaan visualisointi, taittaminen ja jakaminen ovat toimeksiantajan vastuulla. Yhteistyö toimeksiantajan kanssa jatkuu Leveämmät Hartiat -hankkeen merkeissä ja opasta hiotaan vielä opinnäytetyön julkaisun

jälkeen. Oppaan luonteen vuoksi toimeksiantaja saa oppaaseen laajan käyttöoikeuden, sekä tarvittaessa muokata sanamuotoja tai hienosäätää opasta.

4.3 Opas

Opinnäytetyönä mallinnettu opas sisältää virtaviivaiset toimintaohjeet matkailualan edelläkävijäyrityksille, kuinka he voivat hakea STF-edelläkävijämerkkiä aikaisemman yritys vastuun dokumentoinnin perusteella. Opas toimii työkaluna ja askelmerkkien näyttäjänä STF-edelläkävijä polulla, sellaisille yrityksille, jotka ovat dokumentoineet vastuullisuustekojaan kolmen vuoden ajalta ja ovat tutustuneet STF-laatumerkkiin. Mallinnettu opas ei esittele STF-edelläkävijämerkkiä tai selitä itseään, vaan oppaan käyttäjän tulee hankkia perusymmärrys STF-edelläkävijämerkistä itse.

Yhdeksi STF-laatumerkin suorittamiseen liittyväksi haasteeksi on nimetty aika. Matkailuyritykset kokevat STF-polun sitovan liikaa aikaa ja mieltävät itselleen ajan arvokkaammaksi, kuin suoritettun STF-laatumerkin. Opas on tehty täysin noudattaen aitoa STF-polun läpikäyntiä, mutta suurena erona on sen esitys muoto. Oppaasta on tehty napakka ja tiivistetty STF-polun läpikäynti prosessi, josta löytyy step by step tyylisesti, mitä milloinkin tehdään ja minkälaisia toimenpiteitä tai dokumentteja, milloinkin edellytetään. Oppaasta matkailun edelläkävijäyritys saa nopealla vilkaisulla käsityksen prosessin kestosta ja osaa helpommin määrittellä, kuinka paljon aikaa prosessi vie. Seuraavassa kuviossa 4 esitetään oppaan prosessikaavio.



Kuvio 4. Edelläkävijäpolun hakuprosessin vuokaavio

Kuviota 4 luetaan ylhäältä alaspäin. Edelläkävijäyrityksen tulee ensimmäisenä nimetä kestävän matkailun vastuuhenkilö. Kestävän matkailun vastuuhenkilö hakee STF-ohjelmaan. Visit Finland käsittelee hakemuksen. Edelläkävijäyritys pääsee online-alustalle, täyttää yritystiedot ja luo dokumentin, jossa kerrotaan yrityksen sitoutumisesta kestävän matkailun periaatteisiin. Edelläkävijäyritys tutustuu ja kuittaa e-oppaan luetuksi. Yritys tekee itsearvioinnin. Kehittämissuunnitelman kohdalla etenemiseen vaikuttaa, onko yrityksellä entuudestaan kehittämissuunnitelmaa. Kehittämissuunnitelman puuttuessa, yritys luo kehittämissuunnitelman jatkaakseen polkua. Sertifiointin kohdalla varmistetaan mahdolliset sertifikaatit, joilla STF-laatumerkin voi saavuttaa suoraan ja siirtyään sopimuksen tekoon ja jatkuvan kehittämisen piiriin. Mikäli sertifikaattia ei ole jatketaan STF-polkua ja lisätään vastuullisuusviestintä verkkosivuille, esitetään kaksi alan eritystunnustusta, todennetaan teot ja varmistetaan niiden mitattavuus. Seuraavaksi tutustutaan kestävän kehityksen indikaattoreihin ja hyväksytään. Tutustutaan STF-merkin käyttöön ja ladataan merkin käyttöoikeudet, ladataan ja allekirjoitetaan sopimus merkin käyttämisestä. Sitoudutaan jatkuvaan kehittämiseen, tehdään sopimus Visit Finlandin kanssa ja lopuksi yritys saa itselleen STF-laatusertifikaatin.

5 Yhteenveto

5.1 Yhteenveto ja pohdintaa

Tavoitteena oli luoda opas matkailualan yrityksille, jotka hakevat STF-edelläkävijämerkkiä aiemman yritys vastuun dokumentoinnin perusteella. Edelläkävijäoppaan tarvetta perustellee STF-laatumerkin vähäinen suoritusmäärä, suhteessa Suomessa oleviin matkailualan yrityksiin. Opinnäytetyön tavoitteessa onnistuttiin ja toimeksiantaja oli samaa mieltä asiasta. Opinnäytetyö oli laadullinen konstruktivinen kehittämishanke ja tämä toteutustapa sopi työhön hyvin. Opinnäytetyön varsinainen prosessi, jonka tuloksena opas syntyi, oli pitkälti yhteistyökumppanin aineistoihin perehtymistä ja tarkentavien tietojen hakemista opasta varten. Prosessissa tuli asettua oppaan käyttäjän rooliin ja kuvitella erilaisten käyttäjien haasteet oppaan kanssa ja yksi kerrallaan muokata opas selkeämpään muotoon, jotta se olisi mahdollisimman käyttäjäystävällinen. Oppaan tarkoituksena on tarjota käytännön työkalu toimeksiantajalle ja se tullaan visualisoimaan ja taittamaan PDF muotoon. Valmiin, visualisoidun ja taitetun oppaan tarkoitus palvelee yrityksiä ja voidaan jakaa valtakunnallisesti kaikkien edelläkävijämerkkiä hakevien matkailuyrityksien käyttöön.

Mikäli opinnäytetyö tehtäisiin uudelleen samalla toimeksiannolla ja samaa kehittämismenetelmää käyttäen, työ kannattaisi aloittaa tutustumalla prosessityöskentelyyn ja sen eri vaiheisiin, ennen oppaan tekemistä. Prosessia aloittaessa olisi hyvä tehdä selkeä suunnitelma mitä tehdään, miksi tehdään ja kenelle tehdään.

5.2 Kehittämishankkeen luotettavuus

Kehittämistyön luotettavuudella eli validiteetilla tarkoitetaan tutkimusmenetelmän kykyä näyttää toteen sitä, mitä sillä on tarkoitus selvittää. Validiteetti kertoo miten tulokset vastaavat todellisuutta tai miten käsitteiden yhdistäminen kehityshankkeeseen kohteena oleviin ilmiöihin on toteutettu. Toimintatutkimusta arvioidessa luotettavuutta ja käyttökelpoisuutta arvioinnin kriteerit perustellaan valitun lähestymistavan keskeisillä sitoumuksilla. Osallistavien menetelmien oikeellisuutta voidaan arvioida, sekä kehittämismenetelmien tarkoituksenmukaisuutta. (Diak.)

Kehittämishankkeen tarkoituksena oli luoda opas edelläkävijä yrityksille, jotka hakevat STF-laatumerkkiä, aikaisemman yritys vastuun dokumentoinnin perusteella. Päämäärän saavuttamiseksi käytettiin konstruktivista kehittämistöytä, jonka keskeisenä tavoitteena on löytää käytännön ratkaisu ongelmaan, eli luoda konkreettinen opas. Kehittämishankkeen toteuttamiseen käytettiin tarkkaan valittuja, valmiita aineistoja, jotka ovat olennaisesti kytköksissä oppaaseen. Empiirisen osuuden kirjoittamiseen on käytetty valmiiden aineistojen lisäksi,

valtakunnallisen matkailualan asiantuntijoiden artikkeleita ja verkkosivuja, jotka takaavat tiedon luotettavuuden. Täydentäviä tietoja oppaan tekemiselle saatiin sähköpostikyselyn avulla, joka oli kohdennettu Business Finlandin yhteyshenkilön suuntaan, joten tietoihin voidaan luottaa.

Oppaan tekemisessä, oppaan luotettavuutta kohdassa ”Sitoutuminen”, sekä ”Sertifiointi ja auditointi” voi heikentää tietoihin kertaluontoinen pääsy, sekä omaan päättelyyn perustuva ohjeistus. Opinnäytetyön tekijänä on saatu mahdollisuus rekisteröityä Sustainable Travel Finland online-alustalle, jotta Sustainable Travel Finland vastuullisuus materiaalit saadaan käyttöön. Rekisteröitymisvaiheessa, olisi pitänyt kirjoittaa muistiin rekisteröitymisprosessi, sillä rekisteröitymisprosessiin ei ollut mahdollista palata uudelleen. Oppaan kappaleessa ”Sertifiointi ja auditointi” on osaltaan käytetty omaa päättelyä yhdessä toimeksiantajan kanssa, dokumenttien sisällöstä, sekä dokumenttien sijoituskohdasta STF-polussa.

5.3 Kehittämishankkeen jatkokehitysehdotukset

Kehittämishanke itsessään oli äärimmäisen mielenkiintoinen ja rajauksiin perustuen se jäi melko suppeaksi. Yhdelle opiskelijalle työmäärä oli sopiva, mutta jos opinnäytetyön olisi tehnyt parityönä, olisi opasta voitu laajentaa koskemaan myös tavallista STF-polkua. Jatkokehitysehdotuksena STF-laatumerkin tietoisuutta matkailuyrityksien keskuudessa voisi selvittää kyselytutkimuksena. Samalla voisi selvittää, mikä olisi liikkeelle työntävä voima, jotta matkailuyritykset saataisiin lumipalloefektimäisesti lähtemään STF-polulle.

Opinnäytetyön prosessiin puretuessa ilmeni STF-laatumerkin heikko suoritusprosentti, suhteessa STF-polulle lähteneiden määrään. Syystä tai toisesta yrityksiä matka kohti STF-merkkiä on jäänyt kesken tai se ei edisty toivotulla tavalla. Pohjautuen prosessissa tullessiin havaintoihin, yritykset pitävät STF-laatumerkin saavuttamista aikaa ja resursseja vievänä prosessina, josta yritykset eivät saa riittävästi lisäarvoa. Jatkokehitysehdotuksena kehittämishanketta voisi jatkaa kyselytutkimuksen muodossa, mitä lisätietoa tai lisäarvoa tarvittaisiin, jotta yritykset lähtisivät STF-polulle.

Lähteet

Business Finland, a. Kestävän matkailun periaatteet. Artikkel. Viitattu 21.3.2022. Saatavissa <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestavan-matkailun-periaatteet>

Business Finland, b. Kestävän matkailun puolesta. Artikkel. Viitattu 13.4.2022. Saatavissa <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland>

Business Finland, c. Kirjautu STF-Online alustalle. Viitattu 14.4.2022. Saatavilla vain rekisteröityneille käyttäjille. Saatavissa <https://auth.sustainabletravel.businessfinland.fi/login>

Business Finland, d. Sustainable Travel Finland. Artikkel. Viitattu 11.4.2022. Saatavissa <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tutkimukset-ja-tilastot/sustainable-travel-finland-tilastot>

Business Finland, e. Tehtävämme on Suomen kokoinen. Artikkel. Viitattu 13.4.2022. Saatavissa <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/tietoa-meista/lyhyesti>

Business Finland, f. 2019. Vastuullisen matkailun puolesta. Artikkel. Viitattu 13.4.2022. Saatavissa <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/tiedotteet/2019/vastuullisen-matkailun-puolesta>

Business Finland, g. Visit Finland Strategia 2021–2025. Viitattu 14.4.2022. Saatavissa <https://www.businessfinland.fi/492562/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/visit-finland-strategia-2021-2025-suomi.pdf>

Business Finland, h. Älä unohda viestintää!. Viitattu 13.4.2022. Saatavissa <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/viesti-vastuullisuudesta>

Diak. Tutkimus- ja kehittämistyön luotettavuus. Opetusmateriaali. Viitattu 20.4.2022. Saatavissa <https://libguides.diak.fi/c.php?g=670543&p=4760642>

Dolinšek, S., Kulusjärvi, O., Ojala, S. & Tervo-Kankare, K. 2021. Vastuullisen matkailun osaamistarpeet matkailuyrityksissä. Viitattu 13.4.2022. Saatavissa https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahU-KEwiO8_Xk8pD3AhXnlosKHURzD90QFnoECAUQAQ&url=https%3A%2F%2Fnordiatiedonantoja.journal.fi%2Farticle%2Fdownload%2F107277%2F62726%2F191121&usq=AOvVaw10VAINNQBzFleyGleKhwrD

LAB-ammattikorkeakoulu. Leveämmät hartiat - uusi toimintamalli vastuullisen matkailun kehittämiseen Viitattu 13.4.2022. Saatavissa <https://lab.fi/fi/projekti/leveammahartiat>

Lukka, K. 2001. Kari Lukka: Konstruktiivinen tutkimusote. Viitattu 13.4.2022. Saatavissa <https://metodix.fi/2014/05/19/lukka-konstruktiivinen-tutkimusote/>

Martinsuo, M. & Blomqvist, M. 2010. Prosessien mallintaminen osa toiminnan kehittämistä. Tampereen teknillinen yliopisto. Viitattu 21.4.2022. Saatavissa https://tutcris.tut.fi/portal/files/2098668/prosessien_mallintaminen.pdf

Oamk. Tietojenkäsittelyn dokumentoinnista. Opetusmateriaali. Viitattu 19.4.2022. Saatavissa http://www.oamk.fi/~jviitala/TD404_materiaalit/16_tekn_dok_tietojenk_dok_1.5.pdf

Saarinen, T. 2021. Prosessien kuvaamisen ensiaskeleet – Mitä tehdä ennen kuin aloitat kuvaamisen?. Blogi. Viitattu 18.4.2022. Saatavissa <https://www.arter.fi/prosessien-kuvaamisen-ensiaskeleet-mita-tehdä-ennen-kuin-aloitat-kuvaamisen/>

SMAL. 2021. Mediatiedote. Matkailun vastuullisuus ohjaa yhä useamman suomalaisen matkavalintoja. Viitattu 21.3.2022. Saatavissa [loader.aspx \(smal.fi\)](loader.aspx (smal.fi))

Team Laamanen. 2020. Miten ja miksi prosessit kannattaa kuvata?. Blogi. Viitattu 13.4.2022. Saatavissa <https://teamlaamanen.fi/prosessien-kuvaaminen/>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2019. Matkailun avainlukuja. Viitattu 11.4.2022. Saatavissa [Työ- ja elinkeinoministeriö - Matkailu \(emmi.fi\)](Työ- ja elinkeinoministeriö - Matkailu (emmi.fi))

Työ- ja elinkeinoministeriö. Suomen matkailustrategia vuosille 2019–2028. Viitattu 9.4.2022. Saatavissa [Suomen matkailustrategia vuosille 2019-2028 - Työ- ja elinkeinoministeriön verkkopalvelu \(tem.fi\)](Suomen matkailustrategia vuosille 2019-2028 - Työ- ja elinkeinoministeriön verkkopalvelu (tem.fi))

Juhila, K. Laadullisen tutkimuksen ominaispiirteet. Tietoarkisto. Viitattu 13.4.2022. Saatavissa <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/laadullisen-tutkimuksen-ominaispiirteet/>

Jyväskylän yliopisto. Aineiston analyysimenetelmät. Viitattu 13.4.2022. Saatavissa [Aineiston analyysimenetelmät — Jyväskylän yliopiston Koppa \(jyu.fi\)](Aineiston analyysimenetelmät — Jyväskylän yliopiston Koppa (jyu.fi))

Jyväskylän yliopisto. Laadullinen tutkimus. Viitattu 13.4.2022. Saatavissa <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere. Vastapaino.

Liitteet

Liite 1. Sähköpostikysely – Business Finlandille

Opinnäytetyötä varten tehty sähköpostikyselyt Business Finlandin yhteyshenkilölle.

23.2.2022

"Tervehdys X,

Teen opinnäytetyönä "Opas yrityksille - Näin haet STF-edelläkävijämerkkiä".
Tarvitsisin seuraaviin kysymyksiin apuja, päästäkseni eteenpäin:

- Tarvitseeko edelläkävijä yrityksen tehdä itsearviointia?
- Tarvitseeko edelläkävijä yrityksen todentaa Online-alustan jokainen askel ja vaadittava dokumentti?
- Tuodaanko 3 vuoden aikana tehdyt toimenpiteet ilmi kohdassa "kehittämissuunnitelma"?
- "Tehdyt toimenpiteet, palvelukuvaukset, oman toimialan erityisohjelmat ja sertifiointit, tunnustukset ja palkinnot, yhteistyö ja asiakaspalaute mikä tukee erikseen arvioitavan kestävän matkailun edelläkävijäyrityksen toimia, tulee todentaa Sustainable Travel Finland -onlinealustalla kuvauksin ja liitetiedostoin." Näille edellä mainituille ei löydy Online alustalta varsinaisia todennuspaikkoja. Voiko yritys itse soveltaa, missä kohtaa näitä tuodaan ilmi?

Online alusta käy täysin järkeen käytäväksi kokonaisuudessaan läpi myös edelläkävijäyrityksenä."

10.3.2022

"Tervehdys,

Opinnäytetyö etenee hyvää vauhtia ja tänään palaveerasimme X:n kanssa ja mietimme miten edelläkävijäyrityksen opasta saa vieläkin selkeämmäksi.

Oppaasta puuttuu tällä hetkellä tarkemmat tiedot, jotka koskevat:

"Osoitettavissa vähintään kahdella oman toimialan erityisohjelmalla/tunnustuksella, joita on esimerkiksi"

Tähän kohtaan tarvittaisiin selvennystä, minkälainen erityisohjelma / tunnustus riittää. Onko tämä ehdoton painotus, jota ilman edelläkävijämerkkiä ei voi saada? Siirrän tämän omaan oppaaseeni kärkipäähän, jos näin on.

Tehdyt toimenpiteet, jotka liittyvät kyseisen toimialan keskeisiin vaikutuksiin ja niiden minimointiin, on oltava osoitettavissa systemaattisella seurantajärjestelmällä (toimenpide, mittari ja tulokset) viimeisten 3 vuoden ajalta esimerkiksi;

Tähän kohtaan tarvitaan lisätietoa, että kuinka monta mitattavaa toimenpidettä tulee olla. Esimerkiksi, riittäisikö jos on kolmen vuoden ajalta dataa veden ja sähkön käytön kulutuksen pientymisestä, sekä tavoitteet, kuinka näitä tullaan jatkossa pienentämään /kehittämään.

Lisäksi mietimme mitkä ovat selkeät erot edelläkävijämerkille, sekä tavalliselle STF-polulle. Mitä konkreettista eroa tai hyötyä matkailuyritys saa edelläkävijäpolun käymisestä, verraten normaaliin STF-polkuun. Jos yrityksellä olisi ideaali tilanteessa kaikki tarvittavat dokumentit, mikä on se aika

Opas yrityksille

Näin haet STF-edelläkävijämerkkiä aiemman yritysvastuun dokumentoinnin perusteella

Krista Liljeqvist

Johdanto

Tämä opas on tarkoitettu matkailualan edelläkävijäyrityksille, joiden tarkoituksena on hakea STF-edelläkävijämerkki aiemman yritysvastuun dokumentoinnin perusteella.

Opas on tarkoitettu yrityksille, joka on jo perehtynyt kestäväan matkailuun, dokumentoinut vastuullisuustekojaan kolme vuotta ja pyrkii teoillaan lisäämään omaa kestävyystietouttaan ja tekojaan.

Opas tiivistää Visit Finlandin tarjoaman E-oppaan ohjeet ja sisällön.

Oppaan tarkoitus ei ole esitellä STF-edelläkävijämerkkiä ja opas edellyttää yrityksen itseopiskelemista ja ymmärrystä STF-edelläkävijämerkistä.

Aloita STF-polkusi osoitteesta:

<https://auth.sustainabletravel.businessfinland.fi/login>

Verkkosivun alanurkasta löydät painikkeen "Luo STF-profiili". Klikkaa tästä aloittaaksesi.

Askel 1 – Sitoutuminen (1/3)

- Nimeä kestävän matkailun yhteyshenkilö
- Suunnittele ja varmista tehtävään valitun henkilön kestävän matkailun koulutus ja kehitystarpeet, sekä varmista sitoutuminen tehtävään.
- Sisällytä tehtävä henkilön työnkuvaan ja laske tehtävään vaadittavan henkilötyöpäivät.
- Tehtävään valittu on se henkilö joka luo profiilin STF -alustalle; eli hakee mukaan STF -ohjelmaan.
- Tästä eteenpäin vastuun STF -edelläkävijämerkin hakemiseen voi luovuttaa valitulle henkilölle, tukien tätä tehtävässään.



Askel 1 – Sitoutuminen (2/3)

- Virallisen päätöksen tekeminen kestävän matkailun edistämisestä
 - ➡ Valmistelee dokumentti, jossa kerrotaan, että yritys on tehnyt virallisen päätöksen, että kestävä matkailu on tärkeä osa yrityksen liiketoimintaa.
 - ➡ Liitä päätökseen tieto, että yritys ja sen henkilökunta sitoutuvat lähtemään mukaan Sustainable Travel Finland-ohjelmaan ja kestävän matkailun kehittämiseen.
 - ➡ Päätös on vapaamuotoinen ja se ladataan Online alustalle.
- Sitoutuminen kestävän matkailun [valtakunnallisiin periaatteisiin](#)



Dokumentti esimerkki

- ”Yritys X on tehnyt päätöksen, että kestävä matkailu on tärkeä osa liiketoimintaamme. Yritys X henkilökunta on sitoutunut Sustainable Travel Finland -ohjelmaan ja kestävän matkailun kehittämiseen.

Allekirjoittanut
Yritys X”

Dokumenttiin voi halutessaan lisätä, miten ja miksi yritys haluaa jatkossa panostaa ympäristötekoihin ja mitä yritys itse saa siitä.



Askel 1 – Sitoutuminen (3/3)

Varaa valmiiksi hakemusta varten seuraavat tiedot:

- Y-tunnus
- Yrityksen virallinen nimi
- Yrityksen postiosoite, postinumero, kunta
 - Visit Finlandin suuralue, jonka alueelle kuulutte (Helsinki region, Lakeland, Lapland, coast & archipelago)
- Kuulutteko jonkin alueorganisaation (DMO/destinaatio) yritysverkostoon?
- Kansainvälisten matkailijoiden osuus (ilmoitetaan arvioitu luku prosentteina)
- Yrityksen liikevaihto
- Yrityksen toimiala
- Yrityksen ympärivuotisuus aukiolokuukausina
- Yrityksen ympärivuotisuus aukiolokuukausina

Täytä seuraavat tiedot englanniksi:

- Yrityksen markkinointinimi
- Verkkosoite <https://> muodossa
- Yrityksen kuvaus

Onnea! Olet nyt hakenut mukaan Sustainable Travel Finland -ohjelmaan. Hakemuksesi on nyt käsiteltävänä ja voit valmistautua seuraaviin vaiheisiin.



Askel 2 – Osaamisen kasvattaminen (1/2)

- Seuraavien päivien sisällä Visit Finland tarkastaa hakemuksesi.
- Kutsu e-oppaaseen lähetetään kaikille STF -ohjelmaan hakeneille ja hyväksytyille. E -opas **luetaan** ja **kuitataan** tutuksi onlinealustalla.
- Voit osallistua Visit Finland Akatemian Sustainable Travel Finland -valmennuksiin
- Osana STF-polkua yrityksen tulee tehdä itsearviointi.
- Itsearviointi löytyy Onlinealustalta.



Askel 2 – Osaamisen kasvattaminen (2/2)

- Itsearviointi sisältää noin 300 kysymystä ja itsearviointiin on hyvä varata riittävästi aikaa. Kysymykset liittyvän seuraaviin aiheisiin;
 - Yhteistyö
 - Ekologinen kestävyys
 - Kulttuurinen kestävyys ja kulttuuriperintö
 - Sosiaalinen kestävyys ja hyvinvointi
 - Pitkäjänteisyys ja paikallisuus
 - Laatu ja turvallisuus
 - Ilmastonmuutos ja resurssiviisaus
 - Vastuullisuusviestintä
 - Taloudellinen kestävyys ja kilpailukyky
 - Sitoutuminen



Askel 3 – Kehittämissuunnitelman laatiminen (1/2)

- Sisällöllisesti kestävä matkailun kehittämissuunnitelmassa tulee ottaa huomioon kaikki kestävyys ulottuvuudet (taloudellinen, ekologinen ja sosio-kulttuurinen) ja ottaa kantaa seuraaviin asioihin:

- Yrityksen tahtotila ja henkilökunnan osallistuminen ja sitouttaminen
- Yrityksen kestävä kehityksen nykytilaanalyysi / kartoitus
- Vierailijakokemuksen kehittäminen
- Oman toimintojen haittavaikutusten minimoiminen ja hyötyjen maksimointi omassa toimintaympäristössä
- Omien toimintojen vaikutus käytettävän infrastruktuuriin
- Ilmastonmuutokseen sopeutuminen ja sen hillitseminen
- Paikallisyhteisön huomioiminen osana omaa yritystoimintaa
- Taloudellinen kannattavuus ja matkailun aluetaloudellisten vaikutusten maksimointi
- Kestävää matkailua edistävä ja tukeva tuotekehitys, markkinointi ja sidosryhmäviestintä
- Vastuullisuustyöstä viestiminen asiakkaille
- Osaamisen kehittäminen
- Tarvittavat rahalliset ja henkilöresurssit sekä Toimenpidesuunnitelma
- Mittarit ja niiden indikaattorit*



Askel 3 – Kehittämissuunnitelman laatiminen (2/2)

- Jos yrityksellä on jo kestävä matkailun kehittämissuunnitelma, tulee se **tarvittaessa** päivittää esimerkiksi kattamaan toimenpiteitä kaikilta kestävä matkailun osa-alueilta; ekologinen, sosio-kulttuurinen ja taloudellinen.
- Suunnitelman tulee sisältää myös **toimenpidesuunnitelma**, jossa on oltava seuraavat asiat:
 - Toimenpiteet - Aikataulu - Vastuuhenkilöt
 - Tavoitteet - Budjetti - Raportointi
 - Mittarit*
- Saatuasi STF-merkin tälle askeleelle ladataan jatkossa päivitetty toimenpidetaulukko säännöllisin väliajoin.



Askel 4 – Vastuullisuusviestintä

Lisää Onlinealustalle verkko -osoite, jossa kerrotaan yrityksen vastuullisuudesta, muulla kuin kotimaisella kielellä.

Yritys voi kertoa esimerkiksi omista vastuullisuus saavutuksistaan tai tulevista vastuullisuus tavoitteistaan, esimerkiksi englanniksi.

Mikäli yrityksellä on verkkosivuilla vastuullisuusosio ja verkkosivut on mahdollista kääntää englanniksi, tämä riittää.



Askel 5 – Sertifiointi ja auditointi (1/2)

Edelläkävijyys on osoitettava tehdyillä toimenpiteillä ja kahdella oman toimialan erityisohjelmalla/tunnustuksella.

Tehdyt toimenpiteet, jotka liittyvät kyseisen toimialan keskeisiin vaikutuksiin ja niiden minimoointiin, on oltava osoitettavissa systemaattisella seurantajärjestelmällä (toimenpide, mittari ja tulokset) viimeisten 3 vuoden ajalta esimerkiksi sähkön, veden-, lämmön ja polttoaineen kulutus sekä palvelukuvauksin.

Esimerkki toimenpiteistä:

Yritys X tarjoaa koirasafari-palveluita. Yritys on tähän mennessä ostanut koirien valjaat uutena ja hävittänyt vanhat. Kehittävänä toimenpiteenä Yritys X on alkanut huoltamaan paremmiin koirien valjaita, jotta ne kestäisivät pidempään, sekä uusien valjaiden ostamisen sijaan korjannut ja yhdistellyt vanhoja valjaita. Lopulta kun valjaat ovat tulleet käyttöikänsä päähän, Yritys X on kierrättänyt ne asianmukaisesti.

Yritys Z tarjoaa Bed&Breakfast palvelua. Yritys on tähän mennessä vaihtanut kaikki pyyhkeet, jokaisen yöpyjän jälkeen ja valmistanut standardimäärän aamupaloja, joista menee aina marginaalimäärä hävikkiin. Kehittävänä toimenpiteenä Yritys Z on vienyt huoneisiin asiakastiedotteen, jossa kehoitetaan jättämään likaiset ja vaihtoon menevät pyyhkeet lattialle, jotta vain käytetyt pyyhkeet päätyvät puhdistettavaksi. Lisäksi Yritys Z on alkanut pitämään kirjaa yöpyjien määrästä ja alkanut valmistamaan vain tarvittavan määrän aamupaloja, hävikin minimoimiseksi.

Pääpointti on, että kaikkien niiden toimenpiteiden osalta tulee esitellä data, mikä on oman toiminnan osalta mahdollista ja teollista.

Data voidaan esittää osana toimenpidesuunnitelmaa, jo tehtyinä toimenpiteinä ja kuinka niitä jatkossa kehitetään.



Askel 5 – Sertifiointi ja auditointi (2/2)

- Oman toimialan erityisohjelma/tunnus:
- Tähän hyväksytään sertifikaatteja kevyempiä ohjelmia, joihin ei sisälly välttämättä vaikka auditointia, mutta jotka kuitenkin perustuvat todellisiin tekoihin.
- Esimerkiksi Suomen Rallilla on FIA:n sustainability accreditation, mikä on erityisesti moottoriurheilulle luotu ohjelma.



Askel 6 – Todentaminen ja mitattavuus

- Visit Finland on julkaissut alkuvuodesta 2022 kestävän matkailun valtakunnalliset indikaattorit.
- Edelläkävijäryityksen tulee ymmärtää, että kestävän matkailun indikaattorit ovat osa STF -ohjelmaa ja edellyttävät vuosittaista onlinealustalla tapahtuvaa tiedonsyöttöä.
- Tällä askeleella tutustut indikaattoreihin ja osoitat ymmärtäväsi asian laittamalla rastin ruutuun ja siirryt eteenpäin. ☒



Askel 7 – Sopimus ja jatkuva kehittäminen

- Tutustu Online alustalla STF -merkin käyttöön liittyviin visuaalisiin ohjeisiin ja vahvista hyväksyväsi ne. ☒
- Lataa Online alustalta Sustainable Travel Finland -merkin käyttö säännöt itsellesi ja vahvista hyväksyväsi ne. ☒
- Lataa Online alustalta itsellesi Sustainable Travel Finland -merkin käyttöehtosopimus. Huomaa, että sopimukseen tulee allekirjoituksen lisäksi täyttää yrityksen perustiedot. Perustiedot suositellaan täytettäväksi sopimus pohjaan digitaalisesti.
- Lataa täytetty ja allekirjoitettu sopimus Onlinealustalle.



Onnittelut

Olet kulkenut STF -edelläkävijäpolun ja hakemustasi tarkastetaan.

