

Nina Saniola

# KESTÄVÄN MATKAILUN KEHITYSSUUNNITELMA

Opinnäytetyö

Tradenomi (ylempi AMK)

Tulevaisuuden liiketoiminnan johtamisen koulutus

2023



**Kaakkois-Suomen  
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Tradenomi (ylempi AMK)
Tekijä/Tekijät	Nina Saniola
Työn nimi	Kestävän matkailun kehityssuunnitelma
Toimeksiantaja	Saariselän Keskusvaraamo Oy
Vuosi	2023
Sivut	72 sivua, liitteitä 9 sivua
Työn ohjaaja(t)	Anna-Liisa Immonen

## TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön tavoitteena oli laatia toimeksiantajalle kestävän matkailun kehityssuunnitelma. Tutkimuskysymyksenä oli selvittää, millä tavoin majoituspalveluita välittävä yritys muuttaa toimintatapojaan toimiakseen kestävästi ja vastuullisesti. Alatutkimuskysymysten tarkoituksena oli selvittää yritystoiminnan nykytila, kehitystoimet ja niiden jakautuminen kestävän matkailun osa-alueisiin sekä askeleet, joilla päästään tavoitetilään.

Tutkimuksellisenä lähestymistapana oli laadullinen tapaustutkimus. Aineistoa kerättiin kolmen kohderyhmän haastatteluina. Toimeksiantajan haastattelu toteutettiin lomake- ja teemahaastattelun yhdistelmänä tarkoituksenaan kartoittaa kestävyys- ja tavoitetilaa. Puolistrukturoiduilla yrityshaastattelulla etsittiin kokemukseräistä tietoa samalta matkailualueelta tukemaan kehitystoimien suuntaa. Työntekijöiden lomakehaastattelulla oli tarkoitus kartoittaa resursseja tulevia kehitystoimia silmällä pitäen.

Tutkimuksen sisällönanalyysissä saatiin selville kestävän kehityksen nyky- ja tavoitetilän välinen ero sekä löydettiin kehityskohteita eron kuromiseksi. Kestävyys- ja tavoitteen tähtäävät muutostoimet kohdistuivat yritystoimintaan kautta linjan ja jakautuivat kaikkiin Sustainable Travel Finland -viitekehyksen mukaisiin kestävän matkailun osa-alueisiin. Analyysin perusteella useista kestävän matkailun osa-alueista koostuvat kehitystoimet voitiin jakaa kahteen pääsääntöiseen kokonaisuuteen. Ensimmäinen kokonaisuus oli vastuullisuusasioista viestiminen sidosryhmille. Toinen kokonaisuus oli työntekijöiden toimintaohjeisiin, osaamiseen ja hyvinvointiin liittyvät asiat. Kehitystoimien suunta ja tarpeellisuus vastasivat saman matkailualueen muiden yritysten kokemuksia ja suuntaa. Kohdeyrityksellä ja sen työntekijöillä oli samanlainen tahtotila kestävän ja vastuullisen toiminnan suhteen.

Johtopäätöksenä todettiin, että kohdeyrityksen tulee muuttaa toimintatapojaan useilla käytännön toimenpiteillä, jotta yritystoiminta vastaa määrittelemäänsä tavoitetilaa. Lisäksi todettiin myös suunnitelman systemaattisen noudattamisen ja kehitystoimien huolellisen toteuttamisen tärkeys kestävyystoimien pysyvyyden varmistamiseksi. Opinnäytetyössä on tuotettu toimeksiantajalle Sustainable Travel Finland -viitekehyksen kehityssuunnitelma, joka on salattu. Excel-tiedostona tuotettu kehityssuunnitelma sisältää konkreettisia kehitystoimia sekä toimii yrityksen sisäisenä työkaluna kehitystoimien käyttöönottossa.

**Asiasanat:** kestävä kehitys, kestävä matkailu, vastuullinen yritystoiminta

Degree title	Master of Business Administration
Author (authors)	Nina Saniola
Thesis title	Sustainable travel development plan
Commissioned by	Saariselän Keskusvaraamo Oy
Time	2023
Pages	72 pages, 9 pages of appendices
Supervisor	Anna-Liisa Immonen

## ABSTRACT

The objective of the thesis was to make the sustainable travel development plan for Saariselän Keskusvaraamo Oy. The research question was to find out how the company providing travel services would change its policies in order to operate in a sustainable manner. The purpose of these sub-research questions was to identify the current state of business activity, the development activities needed and the steps towards achieving the goal.

The approach of the study was qualitative case study. The research data was collected as interviews from three target groups. The first interview was conducted as a combination of a form and a theme interview with the aim of mapping the current and target state of sustainability. The semi-structured company interviews sought out experiences from the same tourism area to support the development activities to be. The employee questionnaire interview was intended to map resources for future development activities.

Through this analysis the difference between the current and the target state of sustainability was identified, and the development targets found. The sustainability-oriented change measures were divided into all areas of sustainable tourism within the Sustainable Travel Finland reference framework. Based on the analysis, development activities could be divided into two main themes. The first theme was communicating responsibility issues to stakeholders. The second theme was matters related to employees' operating guidelines, skills, and well-being. The direction and necessity of development measures were in line with the experience of other companies in the same tourism area. The commissioning company and its employees had the same will in terms of sustainable and responsible operations.

To conclude all, the company should change its practices in order to operate in accordance with sustainable development criteria. The importance of systematic implementation was also recognized to ensure the sustainable development measures. As part of this thesis a development plan was devised for the company using the Sustainable Travel Finland framework. The development plan is classified as it is for the company's internal use only.

**Keywords:** sustainable development, sustainable travel, tourism industry

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS.....	7
2.1	Tutkimuksen tavoite ja rajaus .....	7
2.2	Tutkimuskysymykset.....	8
2.3	Tutkimusmenetelmä .....	9
2.3.1	Tapaustutkimus .....	9
2.3.2	Laadullinen tutkimus .....	10
2.4	Aineiston keruu- ja analyysimenetelmät .....	12
2.5	Opinnäytetyöprosessi .....	13
3	PK-YRITYKSEN VASTUULLISUUS .....	15
3.1	Vastuullisuuden perusteet .....	16
3.2	Taloudellinen vastuu.....	18
3.3	Sosiaalinen vastuu.....	19
3.4	Ympäristövastuu.....	21
3.5	Vastuullisuuden tärkeys liiketoiminnalle.....	22
4	KESTÄVÄ KEHITYS MATKAILUALALLA.....	24
4.1	Kestävä kehitys.....	24
4.2	Kestävä matkailu .....	26
4.3	Kestävä matkailun kehittyminen Suomessa .....	28
4.4	Sustainable Travel Finland -sertifiointiohjelma .....	29
5	TOIMEKSIANTAJA.....	31
5.1	Toimeksiantajan esittely .....	31
5.2	Kehittämisen tarve .....	33
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN JA TULOKSET.....	34
6.1	Haastatteluiden toteutus .....	34
6.2	Haastatteluaineiston analysointi .....	37
6.3	Haastatteluaineiston tulokset.....	40

6.3.1	Liiketoiminnan haastatteluaineiston tulokset.....	40
6.3.2	Yrityshaastatteluiden tulokset .....	44
6.3.3	Työntekijähaastatteluiden tulokset.....	47
7	KEHITTÄMISEHDOTUKSET.....	48
7.1	Tavoitetila ja kehittämissuunnitelmat aihealueittain .....	48
7.2	Kehityssuunnitelman toteutus käytännössä.....	60
8	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	61
8.1	Johtopäätökset .....	61
8.2	Tutkimuksen luotettavuus .....	64
9	LOPUKSI .....	67
	LÄHTEET.....	69

## LIITTEET

Liite 1. Sustainable Travel Finland -kysymyspatteristo

Liite 2. Yrityshaastattelun kysymykset

Liite 3. Työntekijähaastattelun kysymykset

## 1 JOHDANTO

Tämä tutkimus käsittelee kestävän ja vastuullinen matkailun kehittämistä matkailupalveluita myyvän organisaation näkökulmasta. Kestävä kehitys ajankohtainen aihe globaalisti läpi toimialojen. Aiheeseen panostetaan kansainvälisesti ja valtakunnallisesti sekä toimialakohtaisesti että yleisillä julkisilla tavoitteilla. Esimerkiksi YK:n kestävän kehityksen toimintaohjelma (ks. Ulkoministeriö 2022) määrittää viitekehysten yleisellä tasolla. Toimialakohtainen valtakunnallinen ohjeistus rajaa kriteeristöä soveltuvammaksi kyseisen maan kyseiseen toimialaan yleisellä tasolla. Tästä esimerkkinä Suomen valtakunnallinen matkailustrategia vuosille 2022–2028: Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun (ks. Työ- ja elinkeinoministeriö 2022).

Toimialalle suunnattu yksityiskohtainen viitekehys rajaa vastuullisuuskriteeristöä jo hyvinkin seikkaperäisesti ja kohdennetusti. Tällaisesta viitekehyksestä esimerkkinä matkailualan Sustainable Travel Finland -ohjelma (ks. Business Finland 2022a; Business Finland 2022b). Toimialakohtaiset ohjeistukset ja sertifiointit antavat yksittäiselle yritykselle vahvat eväät kestävän kehityksen käyttöönottoon sekä tarjoavat yhdenvertaisen ja vertailukelpoisen mittariston koko toimialan käyttöön.

Tässä tutkimuksessa kehitetään yhden yrityksen polkua kohti vastuullisempaa yritystoimintaa matkailualalla. Viitekehystenä käytetään toimialakohtaista Sustainable Travel Finland -ohjelmaa, jonka yritys on valinnut toimintamallikseen. Yritystoimintaa analysoidaan nyky- ja tavoitetilän kautta peilaten sitä Sustainable Travel Finland -ohjelman kestävän ja vastuullisen matkailun kriteeristöön.

Raportissa käydään läpi aluksi tutkimusasetelma, minkä jälkeen kuvataan vastuullista ja kestävä matkailua pk-yrityksen ja matkailualan näkökulmista. Toimeksiantajan esittelyn jälkeen siirrytään kartoittamaan yritystoiminnan nykytilaa. Kartoituksen ja analyysin jälkeen kerrotaan tutkimuksen tuloksista ja johtopäätöksistä. Raportin lopuksi arvioidaan tutkimuksen luotettavuus ja listataan liitteet.

## 2 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS

Opinnäytetyön aihe on työelämälähtöinen. Tutkimusta työstävä opiskelija työskentelee toimeksiantajayrityksessä. Toimenkuvaan sisältyy kestävän ja vastuullisen matkailun implementointi kohdeyritykseen STF-sertifiointiohjelman mukaisesti. Toimeksiantajan on tarkoitus hyödyntää opinnäytetyö sellaisenaan, sen mukaisesti tullaan tekemään kehittämistoimia toimeksiantajan liiketoiminnassa.

### 2.1 Tutkimuksen tavoite ja rajaus

Opinnäytetyön aihe on lähtöisin opiskelijan toimenkuvaan liittyvästä liiketoiminnan kehittämisprojektistä, jossa on tarkoitus kehittää yritystoimintaa kestävämpään ja vastuullisempaan suuntaan. Yrityksen vastuullisuuteen liittyvät kehitystoimet ovat tähän asti olleet yksittäisiä, toisistaan irrallisia toimia. Kehitystoimien vaikutukset eivät ole nousseet esiin halutulla tavalla, esimerkiksi ulkomaan markkinoinnissa hyödynnettäväksi. Kehitystoimista on puuttunut kokonaisvaltaisuus ja todennettavuus. Käsillä olevan kehittämisprojektin tulosten halutaan näkyvän liiketoiminnassa ja tuovan kilpailuetua. Tämän vuoksi yritys on lähtenyt mukaan suomalaiseen, matkailualalle suunnattuun Sustainable Travel Finland -sertifiointiohjelman, jonka päätteeksi yritys saa suorituksesta kertovan tunnustuksen sertifikaatin muodossa.

Saariselän Keskusvaraamo myy majoituspalveluita matkailijoille Saariselän matkailualueella Suomen Lapissa. Matkailijat ovat sekä koti- että ulkomaisia. Kestävä kehitys on kasvava valintakriteeri matkakohteelle ja yhteistyökumppanin valinnalle, erityisesti Keski-Euroopassa, josta haetaan kasvua kohdeyrityksen liiketoiminnalle. Tämän vuoksi kestävä kehitys ja vastuullisuus ovat ajankohtaisia kehityskohteita opiskelija työpaikalla juuri tällä hetkellä. (Lapponia Tours Oy 2021.)

Tutkimuksen tavoitteena on laatia Saariselän Keskusvaraamolle (myöhemmin kohdeyritys) kestävän matkailun kehittämissuunnitelma. Kohdeyrityksen liiketoimintaa on tarkoitus kartoittaa ja analysoida yritykselle uudesta, kestävän ja vastuullisen matkailun, näkökulmasta.

Opinnäytetyön lopputuloksena kohdeyritykselle syntyy Sustainable Travel Finland -sertifikaattiohjelman mukainen, kestävän matkailun -kehittämissuunnitelma. Kehittämissuunnitelmaan kootaan konkreettisia asioita, joita kohdeyrityksessä tullaan kehittämään vuosien 2023 ja 2024 aikana. Kohdeyrityksen tavoitteena on läpikäydä Sustainable Travel Finland -polku ja saada käyttöön siitä kertova sertifiointi vuoden 2024 loppuun mennessä.

Tässä tutkimuksessa kartoitetaan kohdeyrityksen liiketoiminnan kehityskohteita, liiketoiminnan kaikilta osa-alueilta kestävän matkailun sertifiointikriteeristön näkökulmasta. Kyseisiä osa-alueita ovat esimerkiksi yhteistyö sidosryhmien kanssa, ekologinen ja kulttuurinen kestävyys, toiminnan taloudellisuus ja pitkäjänteisyys sekä toiminnan ja palveluiden laadukkuus että turvallisuus.

Kehitystoimille määritellään kehityssuunnitelmassa karkea tärkeysjärjestys, mutta toimien yksityiskohdat ja mahdolliset kustannukset rajataan tämän tutkimuksen ulkopuolelle.

## **2.2 Tutkimuskysymykset**

Tutkimuskysymykset avaavat tutkimukselle tarkoituksen mukaista polkua, ne kertovat mitä tehdään ja mistä näkökulmasta. Tutkimuskysymyksillä pyritään rajaamaan ja kohdentamaan aihetta, löytämään niin sanottu punainen lanka, joka johdattaa opinnäytetyön haluttuun päätökseen. Täsmällisesti määritelty asiaongelma sekä siinä johdetut pää- ja alatutkimuskysymykset toimivat tieteellisen tutkimuksen perustana (Vilkkä 2021b, 60).

Tässä tutkimuksessa päätutkimuskysymys juontuu suoraan opinnäytetyön aiheesta, asettaen koko aihe alueen kattavan avoimen kysymyksen. Päätutkimuskysymyksen rinnalla on alatutkimuskysymyksiä. Ne ovat oikeastaan analysoinnin välietappeja, jotka tulee saavuttaa, jotta päätutkimuskysymykseen voidaan saada vastaus. Toisaalta tutkimusta voidaan myös pilkkoa alatutkimuskysymysten avulla helpommin käsiteltäviin pienempiin kokonaisuuksiin.

Päätutkimuskysymys on seuraava:

- Millä tavoin majoituspalveluita matkailijoille välittävä yritys muuttaa toimintatapojaan toimiakseen kestävästi ja vastuullisesti?

Alatutkimuskysymykset ovat seuraavat:

- Mikä on lähtötilanne kohdeyrityksessä suhteessa kestäväan kehitykseen ja vastuullisuuteen?
- Miten kehityskohteet kohdistuvat sertifi kaattikriteeristön osa-alueille?
- Mitkä ovat askeleet, joilla päästään tavoitteeseen?

Tutkimuskysymyksiin vastatakseen tarvitaan tutkimusaineistoa kohdeyrityksestä. Kohdeyrityksen toimintatapoja tulee kartoittaa niin, että saadaan selville kestävyuden ja vastuullisuuden nykytila sekä tavoitetila. Lisäksi on selvitettävä, minkälaisia asioita tai toimia kartoitetaan ja minkälaisella kriteeristöllä niitä vertaillaan. Edellä mainittujen tietojen avulla voidaan tavoitella vastausta ensin alatutkimuskysymyksiin sitten päätutkimuskysymykseen. Ensimmäiseen alatutkimuskysymykseen vastaamalla saadaan selville kohdeyrityksen toimintatapojen nykytila, mikä on välttämätön tieto kehitystoimien kannalta. Toisen alatutkimuskysymykseen vastaamalla saadaan selville ovatko kehityskohteet tietyntyyppisiä tai onko niillä jokin yhdistävä tekijä. Tietoa voi hyödyntää kohteiden tärkeysjärjestystä suunnitellessa. Kolmanteen alatutkimuskysymykseen vastaamalla saadaan selville askeleet, joilla kohdeyritys johdatellaan tavoitteeseen. Lopulta saadaan vastaus päätutkimuskysymykseen eli siihen millä tavoin kohdeyrityksen tulisi muuttaa toimintatapojaan, jotta toiminta olisi jatkossa vastuullisuutta ja kestäväa kehitystä tukevaa.

## **2.3 Tutkimusmenetelmä**

Tutkimusmenetelmä valitaan tutkimusongelman, -kysymysten ja tiedonintressin perusteella. Toimeksiantajan tarve tietynlaiselle tiedolle voi myös vaikuttaa tutkimusmenetelmän valintaan. Tieteellisen tutkimuksen tutkimusmenetelmää ei tule valita henkilökohtaisten mieltymysten perusteella, vaikkakin tutkimuksen etenemisen kannalta voi olla hyödyllistä, jos menetelmä on tutkijalle tuttu. Tässä tutkimuksessa käytetään laadullista eli kvalitatiivista tutkimusmenetelmää ja tapaustutkimuksen lähestymiskulmaa. (Vilkkä 2021b, 68.)

### **2.3.1 Tapaustutkimus**

Tapaustutkimus on väljä tutkimusstrategia eli tutkimustapa, jolla haetaan vastausta käytännön elämän ilmiöön, sen luonnollisessa kontekstissa. Rajapinta

esiintymisympäristön ja itse ilmiön välillä on häilyvä (Yin 2003, 13). Tapaustutkimus avaa oven teoreettisen tiedon ja empiirisen maailman kohtaamiselle monella eri tavalla, mahdollistaa refleksiivisen aineiston tarkastelun sekä monimenetelmällisyyden, mikäli se tulisi olemaan tarpeellista tutkimuksen etene-  
misen kannalta (Puusa & Juuti 2020, 209–211). Aaltonen ja Högbacka (2015, 20–21) esittävät, että tutkijan tulisi etsiä aktiivisesti haastatteluaineistosta ri-  
vien väleistä paljastuvia merkityksiä sekä sanomatta jätettyjä kysymyksiä että vastauksia ja haastaa tällä tavoin itsensä tutkijana uusien tulkintojen äärelle.

Tieteenalasta riippumaton tapaustutkimus on tutkimuksellinen lähestymistapa, jossa kohteena oleva ilmiö tutkitaan perinpohjaisesti. Tutkimuksessa korostuu yksilöllisten havaintojen merkitys ja pohdiskeleva ote. Ilmiön syy-yhteyksiä py-  
ritään tulkitsemaan ja havainnot konkretisoimaan. Tutkimus keskittyy yhteen analysoitavaan kohteeseen tai rajattuun kokonaisuuteen, sen sijaan havain-  
toja ja tulkintoja voi olla useita. Tapaustutkimuksessa analysoitava ilmiö voi olla myös ajankohtaan sidottu tai ilmiön esiintymistä samassa kontekstissa voidaan analysoida vertailevasti esimerkiksi kahtena eri ajankohtana. Tutkijan tulee pyrkiä tapaustutkimusta tehdessään lisäämään aineiston informaatioar-  
voa sen huolellisella vertailulla ja tarkastelulla. (Given 2008, 68–69; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tutkimuksen kohteelle tilaa antava tapaustutkimus voi olla haasteellista määri-  
tellä tietyn rajauksen piiriin, koska sen raja on aina hieman häilyvä. Tapaustut-  
kimus kuitenkin sisältää aina luonnostaan todellisuudessa ilmenevän tutki-  
muskohteen, eikä se ole koskaan keinotekoinen. Erityisenä piirteenä tässä lä-  
hestymiskulmassa on tutkijan merkittävä rooli tutkimuskohteen ymmärryksen  
lisäämisessä. On hyvä huomioida, että tutkimuskohdetta ilmentävän tapauk-  
sen jotkin piirteet voivat rajautua tapaustutkimuksesta pois teorian ja käsittei-  
den ohjaamana. (Valli 2018a, osa 2.)

### **2.3.2 Laadullinen tutkimus**

Tutkimusmenetelmänä kvalitatiivinen tutkimus on suunniteltu ilmiön ymmärtä-  
miseen ja selittämiseen. Sen vuoksi tutkimuksen tuloksessa kuvataan run-  
saasti kontekstia ja kiinnostavia löydöksiä. Totuuden löytäminen tutkittavasta  
asiasta tai ilmiöstä ei ole laadullisen tutkimuksen tarkoitus, vaan tarkoitus on

saada aikaan informaatiota, joka on välittömän havainnon tavoittamattomissa. Laadullisessa lähestymistavassa korostuu todellisuuden ja siitä saatavan tiedon subjektiivinen luonne. Kvalitatiivisen tutkimuksen yksi ominaisuus on se, että tutkija on tiedonkeruun ja -analyysin ensisijainen väline ja voi näin reagoida välittömästi muutostarpeeseen. Esimerkiksi haastattelutilanteessa, toimimattomia kysymyksiä voi muotoilla uudelleen tai ottaa käyttöön tarkentavia lisäkysymyksiä. Tämä välittömän reagoinnin mahdollisuus tukee kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoitusta tuottaa uutta tietoa, luotettavaa analyysia ja ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä. (Vilka 2021b, 120; Puusa & Juuti 2020, 76–79; Merriam & Grenier 2019, 23–24.)

Laadullisen tutkimuksessa pyrkimys ilmiön kuvaamiseen ja selittämiseen tuomukanaan merkitykset. Merkitysten muodostumiseen vaikuttavat esimerkiksi tutkijan esiyymmärrys aiheesta, asiayhteys ja kielellinen ilmaisu. Laadullinen tutkimus etenee hermeneuttisesti antaen tilaa aineistoille ja tiedon tarkennukselle. Tutkijan rooli on toimia ikään kuin tulkkina tuossa merkityksien ja tulkintojen kehässä. Laadullisen tutkimuksen vaiheita ei välttämättä voi etukäteen jäsenellä, vaan niitä täsmennetään tutkijan tiedon lisääntyessä tutkimusaineistoja kerätessä (Vilka 2021a, 18–19; Vilka 2021b, 118–120.)

Kvalitatiivista tutkimusta voidaan luonnehtia prosessina tai oppimistapahtumana. Tutkijan tieto aiheesta lisääntyy tutkimuksen edetessä, samalla kun tutkija itse on tiedonkeruun väline. Laadulliset aineistonkeruumenetelmät vievät tutkijan lähelle tutkittavaa ilmiötä, jolloin ilmiö avautuu vähitellen tiedonkeruun ja analyysin vuorotellessa jatkuvan kehän kaltaisesti. Tutkijan näkemys muuttuu ja kehittyy tutkimuksen edetessä. Ilmiöstä voi löytyä uusia mielenkiintoisia kohteita ja sellaisia näkökulmia, joita ei alun perin osattu odottaa löytyvän. Tutkija voi hyödyntää aiheajauksen sisällä uusia näkökulmia tutkittavasta ilmiöstä. Näin ollen tieto ja ymmärrys ilmiöstä kasvaa ja syventyy. Laadullisen tutkimuksen joustavuus perustuu hermeneuttiseen kehään, mikä mahdollistaa saman tiedon analysoinnin useasta eri tulokulmasta ymmärryksen ja esitiedon karttuessa (Puusa & Juuti 2020, 80). Laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää, että tutkittava ilmiö ja/tai aihe rajataan. Tehtyjä rajoituksia tulee noudattaa työn edetessä, ettei tutkimus lähde rönsyilemään. Tutkimuksen rönsyily aihealueen reunamille tai ulkopuolelle on eri asia kuin tiedon karttuminen uudesta tulokul-

masta aihealueen sisällä. Rajaukset tuleekin tehdä huolella huomioiden tutkimuksen ydinsanoma sekä mahdolliset muut tekijät, esimerkiksi tarkastelunäkökulma. (Valli 2018b, osa 2.)

## **2.4 Aineiston keruu- ja analyysimenetelmät**

Tutkimus on laadullinen ja aineistoa analysoidaan laadullisin menetelmin. Pääaineisto kerätään liiketoiminnan haastattelulla. Tarvittaessa voidaan käyttää lisäksi kohdeyrityksen liiketoiminnan dokumentteja. Tutkimusta työstävän opiskelijan toimenkuvaan kohdeyrityksessä sisältyy kestävän kehityksen toimenpiteiden suunnittelu ja käyttöönotto kohdeyrityksessä, tämän ansiosta dokumentteja ja muuta tietoa on käytettävissä laajasti tutkimuksen aineistoksi.

Tutkimuksen tavoitteena on tuottaa uutta tietoa toimeksiantajan käyttöön, pitkänaikavälin toimintaan ja päätöksentekoon. Työelämän tutkimuksessa tutkimustoiminta huomioi aina toimeksiantajan lähtökohtia, arvoja ja strategisia painopistealueita (Vilkkä 2021b, 58). Kestävä kehitys ja vastuullisuus ei ole uusi aihe tieteellisessä tutkimuksessa, mutta kohdeyritykselle itselleen se on uusi lähestymiskulma tiedon kartoittamisessa kehittämistoimia silmällä pitäen. Edellä mainitut toimeksiantajan reunaehdot vaikuttavat myös aineiston keruuseen sekä analysointiin.

Kohdeyrityksen liiketoiminnan edustajia lähestytään haastattelulla. Puolistrukturoitu haastattelu soveltuu tähän tutkimukseen aineiston keruumetodiksi, koska sen avulla on mahdollista saada tietoa haastateltavan kokemuksista, ajatuksista ja odotuksista. Puolistrukturoidulla haastattelulla tietoa voidaan kerätä järjestelmällisesti, kuitenkin antaen tilaa vapaamuotoisille lauseille ja ideoinnille. Huomioitavaa on, että tutkija tulkitsee ja analysoi haastattelussa keräämäänsä aineistoa. Tämä tarkoittaa sitä, että tulos on tutkijan tulkinta haastateltavien ajatuksista ja kokemuksista, ei haastateltavan ajatus tai kokemus. (Puusa & Juuti 2020, 103–104, 110–112.)

Tutkimuksen haastattelu on tyypiltään lomakehaastattelun ja teemahaastattelun yhdistelmä. Haastattelun runkona käytetään lomaketta, kysymykset esitetään ennalta suunnitellussa järjestyksessä, haastattelu etenee osa-alueittain

mahdollistaen lomakkeen ulkopuoliset vastaukset ja ideat. Lomakehaastattelussa käytetään valmista kysymyslomaketta, jossa kysymysten ja vastausten järjestys on huolella suunniteltu haastattelua eteenpäin johdantelevaksi. Tavoitteena saada tutkijan vaikutus mahdollisimman pieneksi haastattelutilanteessa. (Vilkkä 2021b, 123–125; Puusa & Juuti 2020, 111.)

Teemahaastattelulle ominaista teemoittain ryhmittelyä nähdään haastattelun runkona käytettävän lomakkeen osa-alueissa. Kyseisistä osa-alueista halutaan tietoa niin nyky- kuin tavoitetilasta. Osa-alueittain jaotellut kysymykset auttavat avaamaan minkälaisilla tiedoilla kartoitusta tehdään sekä tuottavat mahdollisimman paljon yksityiskohtaista tietoa analyysin pohjaksi. (Puusa & Juuti 2020, 113.)

Aineiston keruu- ja analyysivaiheet kulkevat tutkimuksessa limittäin. Samassa haastattelutilanteessa kartoitetaan tietoa, mutta myös analysoidaan sitä asettamalla nykytilaa sekä tavoitetilaa kuten kuvassa 1 havainnollistetaan. Puusa ja Juutin (2020, 145) mukaan aineiston keruun ja analyysin limittyminen on tyypillistä laadullisessa tutkimuksessa. Tutkijan rooli on jalostaa syntyvästä raakadatasta autenttista tekstiaineistoa. Toisin sanoen eritellä kerättyä aineistoa riittävästi, jotta siitä saadaan muodostettua johtopäätöksiä ja tuloksia.

Sisällönanalyysi on väljä monivaiheinen viitekehys, joka mahdollistaa analysoinnin etenemisen ja tulkinnan vuorovaikutteisesti. Aluksi tutkimusaineistoa tiivistetään tutkimusongelman ja -kysymysten johdantelemana. Lopuksi aineisto ryhmitellään uudelleenlaiseksi kokonaisuudeksi. Toisin sanoen sisällönanalyysi perustuu tulkintaan ja päättelyyn, jossa tutkija jäsentää aineistoa pyrkien mahdollisimman todenmukaiseen ja perusteltuun tulkintaan. (Puusa & Juuti 2020, 148–149; Vilkkä 2021b, 163–164.)

## **2.5 Opinnäytetyöprosessi**

Opinnäytetyön ideointi on aloitettu keväällä 2022. Opiskelija on tiennyt jo silloin, että opinnäytetyön toimeksiantaja on kohdeyritys ja työ tulee käsittelemään kestävästä ja vastuullisesta matkailusta laadullisena tutkimuksena. Tämän ansiosta alan kirjallisuuteen ja muuhun materiaaliin on voinut tutustua jo sieltä alkaen.

Tutkimusstrategian valitseminen on ollut haastavaa. Alustava suunnitelma oli toteuttaa opinnäytetyö arviointitutkimuksena. Arvioinnin kohteena oli tarkoitus olla toimeksiantajan projektiluonteinen Sustainable Travel Finland -polun läpiviinti sertifiointineen. Opiskelija tutustui alustavasti kirjallisuuteen ja tietoperustaan arviointitutkimuksen näkökulmasta. Arviointitutkimuksen toteuttaminen ei ollut mahdollista kohdeyrityksen resurssien vuoksi ja syksyllä 2022 tutkimus päädyttiin rajaamaan uudelleen. Uuden rajauksen mukaan opinnäytetyö käsittää vain yhden osan Sustainable Travel Finland -polun läpiviennistä. Kyseinen osa on kestävän matkailun kehityssuunnitelman laatiminen. Uudella rajauksella tutkimusstrategiaksi soveltui tapaustutkimus ja opinnäytetyön ideointitaso jatkui uudesta näkökulmasta. Tapaustutkimus on strategiana opiskelijalle ennestään tuttu aiemmasta opinnäytetyöstään, toisin kuin arviointitutkimus, joka olisi tuonut aivan uudenlaisia haasteita ja mahdollisuuksia tutkimuksen toteuttamiseen.

Opinnäytetyösuunnitelman kirjoittaminen on aloitettu laadullisen tutkimuksen kurssilla syksyllä 2022. Kyseisessä vaiheessa opinnäytetyö oli prosessina täysin jäsentymätön ja opiskelijan näkökulmasta kaoottisessa tilassa. Tietojen kaaos alkoi jäsentyä opinnäytetyöksi vasta ihan loppuvuodesta 2022. Opinnäytetyösuunnitelman oli määrä valmistua tammikuussa 2023. Se valmistui helmikuun alussa. Suunnitelmasta tuli lopulta selkeä ja sen avulla oli mahdollista aloittaa varsinaisen tutkimuksen rakentaminen. Opinnäytetyön suunnitelma esittely oli maaliskuun 2023 alun seminaarissa.

Teoreettisen viitekehysten pohjana on käytetty opinnäytetyösuunnitelmaa. Tosin tiedon määrää ja syvyyttä on lisätty moninkertaiseksi. Opiskelija ei ollut ymmärtänyt aiemmin, kuinka laaja ja sanallisesti pitkä tämä opinnäytetyö tulee olla. Teoreettinen viitekehys valmistuu kahdessa osassa. Ensimmäinen osa luvut yksi ja kaksi valmistuivat aikataulun mukaisesti helmikuun alkupuolella. Teoreettinen viitekehys valmistui lopulliseen muotoonsa helmikuun 2023 aikana. Tutkimusaineiston hankinta on aloitettu teoreettisen viitekehysten työstämisen rinnalla.

Tutkimusaineisto on hankittu haastatteluina. Kohdeyrityksen liiketoiminnan haastattelun runkona on käytetty Sustainable Travel Finland -polun kysymyspatteristo, koska se on oleellisesti sidoksissa STF-polun läpikäyntiin. Haastattelussa kartoitettiin yritystoiminnan kestävyys ja vastuullisuuden nykytila sekä tavoitetila. Tulokset on kirjattu Excel-tiedostoon, josta tulee rakentumaan tutkimuksen edetessä interaktiivinen kestävä matkailun kehityssuunnitelma kohdeyritykselle. Aineistoa on kerätty haastattelemalla saman matkailualueen yrityksiä kestävä kehittämissä aihepiiristä. Kartoittaen tietoisuutta vastuullisuudesta sekä minkälaisia vaikutuksia yritykset ovat havainneet vastuullisuustoimistaan. Haastattelu on toteutettu Sustainable Travel Finland -viitekehyksen kyselylomakkeella. Kolmantena aineistoa on kerätty kohdeyrityksen työntekijöiltä. Tarkoituksena kartoittaa työntekijöiden tietämystä kestävästä kehittämisestä.

Tutkimusaineiston analyysi on aloitettu helmikuun lopulla teoreettisen viitekehyksen hiomisen rinnalla. Lopullinen analyysi ja tulkinta on toteutettu maaliskuun puoleenväliin mennessä. Tuloksia on kuvattu tutkimuksessa sanallisesti sekä kaavioina, mutta varsinaiset kehitystoimet yksityiskohtineen kirjataan kestävä matkailun kehityssuunnitelmaan, mikä on toteutettu interaktiivisena Excel-tiedostona. Tutkimustulokset, johtopäätökset ja kehittämissuositukset ovat valmistuneet maaliskuun aikana. Koko raportti on valmis kielenohjaajan tarkastukseen 4.4.2023 mennessä. Valmis opinnäytetyö esitellään seminaarissa 2.5.2023.

### **3 PK-YRITYKSEN VASTUULLISUUS**

Tässä luvussa käsitellään, mitä on vastuullisuus yritystoiminnassa. Vastuullisuus jaotellaan pienempiin osa-alueeseen yrityksen liiketoiminnasta puhuttaessa. Osa-alueita ovat taloudellinen ja sosiaalinen vastuu sekä ympäristövastuu. Jaottelun avulla liiketoiminnan eri puolia voidaan tarkastella vastuullisuuden näkökulmasta, kategorisoida sekä tavoitella hyötyjä liiketoiminnalle esimerkiksi kilpailuetuna.

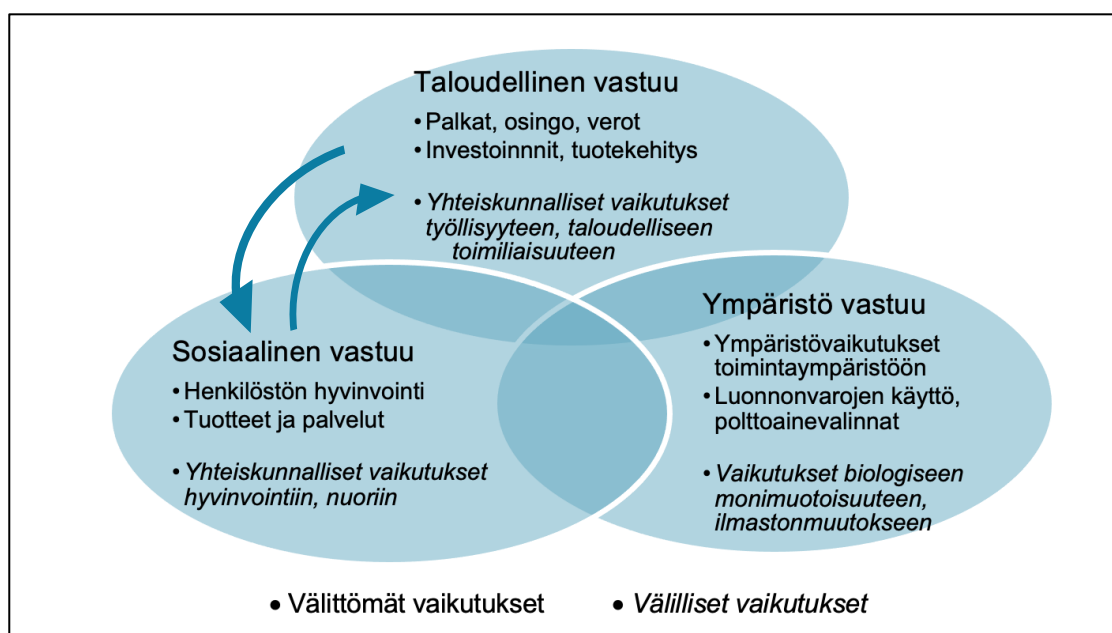
### 3.1 Vastuullisuuden perusteet

Vastuullinen yritystoiminta on yksinkertaisimmillaan kestäväää ja kannattavaa liiketoimintaa. Vastuullisuus yritystoiminnassa on vähimmillään toimimista lakien mukaisesti. Varsinaista ylärajaa vastuullisesti toimimiseen ei ole, joten jokainen yritys määrittelee vastuullisuustoimien riittävyyden omalla kohdallaan esimerkiksi maksimaalisena resurssitehokkuutena. Harmaalan ja Jallinojan (2012, 57) mukaan puhutaan yritysvastuusta silloin, kun yritys toteuttaa lakisääteisten toimien lisäksi vapaaehtoisia vastuullisuuteen liittyviä toimia, integroi niitä liiketoimintaansa ja ennakoii liiketoimintaympäristönsä muutoksia. On olemassa niin kutsuttu harmaata aluetta, jota voidaan kohdata liiketoiminnassa. Harmaa alue tässä yhteydessä on jotain sellaista, mitä ei ole vielä lailla säädetty. Tämän tyyppisissä asioissa yritys voi päättää itse toimintamallinsa ja valinnoillaan pienentää harmaata aluetta omassa liiketoiminnassaan. Usein harmaan alueen toimia toteutetaan liiketoiminnassa joko niin, kuin sidosryhmät ja yhteiskunta mieltävät asian oikein toteutetuksi tai yrityksen ja sen omistajien arvomaailman mukaisesti. Silloin kun yritystä johdetaan kestävyysasiat huomioiden pitkäjänteisesti ja johdonmukaisesti, niin vastuullisuus tukee yrityksen liiketoimintaa. Parhaimmillaan yritysvastuu luo kilpailuetua hyötyjä maksimoimalla ja haittoja minimoimalla. (Juutinen 2016, 29–30; Viitala & Jylhä 2013, luku 21 vastuullinen liiketoiminta.)

Vastuullisuuden kehittäminen vaikuttaa ihan kaikkeen yritystoiminnassa. Tämän vuoksi kategorisointi ja ylipäänsä jaottelu eri näkökulmia hyödyntäen on välttämätöntä kehityskohteiden löytämiseksi. Yritysvastuu jaotellaan kolmeen osaan eli ulottuvuuteen. Ulottuvuudet ovat ekologinen, sosiokulttuurinen ja taloudellinen. Vastuullisuustoimien vaikutukset jaotellaan suoriin ja epäsuoriin vaikutuksiin. Suorat vaikutukset ilmenevät yrityksen välittömässä toimintapiirissä ja epäsuorat vaikutukset kohdistuvat ympäröivään yhteiskuntaan. Toisin sanoen yritysvastuuta ja sen vaikutuksia voidaan tarkastella eri lähestymiskulmista, ottaen huomioon mitä kulloinkin halutaan tietää ja mistä asiasta. Näkökulmia yritysvastuun tarkastelussa voivat olla esimerkiksi toimiala, asiakkaat, omistajat, rahoittajat, ihmisoikeudet tai eri maiden kulttuurit ja lainsäädännöt. Yhdistäen ulottuvuus ja näkökulma, voidaan päästä käsiksi uudenlaisiin yksityiskohtiin yritystoiminnassa ja löytää kehityskohteita. Vastuullisuus ei ole pro-

jekti, vaan se on sisäänrakennettu liiketoiminnan strategiaan. Se toimii perustana kaikkiin valintoihin ja kannanottoihin, joita liiketoiminnassa tehdään. Yritysvastuun toteutuminen liiketoiminnassa voikin arkipäiväistyä ja sen toteuttaminen muuttua itsestään selväksi toiminnaksi. Tällaisessa tilanteessa on mahdollista, ettei yritystoiminnan mielletä olevan erikseen kestäväää tai vastuullista, eikä sitä osata tuoda esille esimerkiksi viestinnässä. (Business Finland 2023; Juutinen 2016, 30, 46, 52.)

Yritysvastuun kolme ulottuvuutta taloudellinen ja sosiaalinen vastuu sekä ympäristövastuu limittyvät toisiinsa, Harmaalan ja Jallinojan (2012, 18) mukaan niiden välillä vallitsee riippuvuussuhde. Vastuullisuus ei ole koskaan irrallinen, päälle liimattu asia, vaan se ilmenee toimintojen sisällä luonnollisena osana kutakin toimintoa. Kuvassa 1 havainnollistetaan edellä mainitut kolme ulottuvuutta, sekä niiden keskinäistä riippuvuutta toisistaan.



Kuva 1. Havainnekuva yritysvastuun ulottuvuuksien keskinäisestä limittymisestä ja vuorovaikutuksesta (Harmaala & Jallinoja 2012, 17)

Yritysvastuun kaikki kolme ulottuvuutta sisältävät sekä välittömiä ja välillisiä vaikutuksia, kuten kuvassa 1 havainnollistetaan. Esimerkiksi sosiaalisen vastuun välitön vaikutus on henkilökunnan hyvinvointiin, kun taas välillinen vaikutus esimerkiksi paikallisten nuorten hyvinvointiin. Välittömät ja välilliset vaikutukset voivat toimia myös vuorovaikutteisesti, kuten kuvassa 1 havainnollistetaan nuolien avulla. Vuorovaikutteisuus voisi käytännössä edetä esimerkiksi näin: Henkilöstö voi hyvin ja innostunut kehittämään uusia tuotteita. Uudet

tuotteet tuovat lisää rahaa palkkoina ja osinkoina. Osingoilla rahoitetaan paikallisten nuorten harrastustoimintaa. Yritys hyötyy kestäväyyden implementoinnista yritystoimintaansa. Hyötyjen saaminen perustuu kolmen ulottuvuuden väliseen vuorovaikutukseen ja siitä seuraavaan tulokseen.

Pienen koon vuoksi pk-yrityksessä on helppoa havaita vastuullisuuden ulottuvuuksien keskinäinen limittyminen. Liiketoiminnan kaikki toiminnot ovat lähellä toisiaan niin teknisesti kuin fyysisesti. Seuraavissa luvuissa avataan pk-yrityksen näkökulmasta yritysvastuun kolmea ulottuvuutta taloudellista, sosiaalista sekä ympäristöllisiä.

### **3.2 Taloudellinen vastuu**

Yritystoiminnan tulee olla kannattavaa, jotta yritys voi saada aikaan taloudellista hyvinvointia yhteiskunnalle. Taloudellinen vastuu pohjautuu pitkälti maittain vaihteleviin lakeihin ja velvoitteisiin sekä niiden noudattamiseen. Suomessa ei ole yhtä säädöstä, joka Vanhalan ja Ristaniemen (2022, 51–52) mukaan velvoittaisi yritystä kokonaisvaltaisen vastuulliseen toimintaan. Velvoitteet ovat ikään kuin pirstaloituina useisiin yritystoimintaa sääteleviin lakeihin ja asetuksiin. Vaikka lainsäädäntö on monien taloudelliseen vastuuseen liittyvien toimien takana, yrityksen asema ja yritystoiminnan merkitys omassa toimintaympäristössään voi olla suuri, esimerkiksi paikallisen yhteisöveron maksajana ja talouselämän lisääjänä. Pienikin yritys voi vaikuttaa merkittävällä tavalla, tarjoamalla työtä paikallisille ja suosimalla paikallisia ostoksia. Edellä mainittujen taloudellisten vaikutusten ansiosta toimintaympäristöön voidaan investoida uutta yritystoimintaa, mikä puolestaan tukee samassa toimintaympäristössä sijaitsevien muiden yritysten toimintaa. Näistä jälleen seuraa hyvinvointia paikallisille ihmiselle, olettaen että uusi yritystoiminta on jokseenkin vastuullista ja arvomaailmaltaan samankaltainen kuin alueen muut toimijat. (Harmaala & Jallinoja 2012, 18–19, 94–95.)

Yrityksen taloudellisen vastuun kulmakivet ovat kannattavuus, tehokkuus ja vahva kassavirta. Harmaala ja Jallinojan (2012, 18) mukaan kulmakiviä voidaan tarkastella ja hyötyjä tavoitella joko lyhyellä tai pitkällä aikavälillä. Esimerkiksi maksimoidaanko tulos seuraavan kvartaalin ajalle vai panostetaanko työhyvinvointihankkeeseen, jonka vaikutukset tulevat näkyviin ajan kuluessa

lisääntyneenä työkykynä ja/tai vähentyneinä sairauspoissaoloina. Kestävää ja vastuullista kehitystä saa aikaan toimintakyvyn systemaattinen rakentaminen pitkällä aikavälillä. Kyseisen rakentamisen toimintatapoja voidaan määritellä esimerkiksi sijoitussuunnitelmin, hinnoittelu- ja ostopolitiikalla, riskienhallinnalla sekä erilaisin ohjeistuksin. Yksinkertaisesti kannattavuus ja vahva kassavirta mahdollistavat palkat, osingot, investoinnit ja tuotekehityksen, jotka kaikki luovat omalta osaltaan kilpailuetua. Pitkän ja lyhyen aikavälin hyötyjen tavoittelu ei ole toisiaan poissulkevaa, vaan optimaalisessa tilanteessa voidaan maksimoida molemmin tavoin saadut hyödyt. (Harmaala & Jallinoja 2012, 18–19; Juutinen 2016, 59.)

Käytännön tasolla taloudellinen vastuu tarkoittaa yrityksen toiminnan olevan taloudellisesti kestäväällä pohjalla. Yritystoiminta tuottaa rahaa ja varat riittävät yritystoiminnan ylläpitämiseen sekä hyvän tuloksen saavuttamiseen. Silloin kuin saavutetaan hyvää tulosta, voidaan huolehtia taloudellisista velvoitteista, kuten yhteiskunnallisten verojen ja työntekijöiden palkkojen maksamisesta. Toisin sanoen taloudellisesti tehoton yritystoiminta ei kata tuotoillaan yritystoiminnan ylläpitoa ja siihen kohdistuvia lakisääteisiä maksuja. Taloudelliset vaikutukset voidaan jakaa välittömiin ja välillisiin vaikutuksiin. Yrityksellä on välitön taloudellinen vastuu sen henkilöstöä ja omistajia kohtaan. Se tarkoittaa, että palkat ja osingot on maksettava sovituksen mukaan ja ajallaan. Välillinen taloudellinen vastuu koostuu yrityksen ympärilleen jakamista hyvinvointivaikutuksista. Esimerkiksi rahoittaen verojen muodossa yhteiskunnallista sosiaaliturvaa, vakuutuksia, eläkkeitä, oppimista koululaitoksen ja kirjaston palveluiden muodossa. Edellä mainitut huomioiden vastuullisuus ja taloudellinen menestys eivät ole toisiaan pois sulkevia. Kyse on pikemminkin liiketoiminnan tahtotilasta ja sen edellyttämällä tavalla toimimisesta. (Liappis, ym. 2019, 7; Viitala & Jylhä 2013, luku 21 vastuullinen liiketoiminta.)

### **3.3 Sosiaalinen vastuu**

Sosiaalinen vastuu pk-yrityksessä kohdistuu ihmisiin, jotka ovat kyseisen yrityksen toimien vaikutuspiirissä. Myös sosiaalisia vaikutuksia voidaan tarkastella useasta näkökulmasta, joista yksi on välilliset ja välittömät vaikutukset. Välitön vaikutus on yrityksen henkilöstöön, niin työntekijöihin kuin omistajiin. Henkilöstöön liittyvän sosiaalisen vastuun katsotaan sisältävän seuraavia:

Työntekijän mahdollisuus kouluttautua ja kehittää omaa osaamista, mahdollisuus kehittää työoloja, kaikkalainen turvallisuus sekä yhdenvertaisuus ja tasa-arvo kanssakäymisessä. Yhteistyökumppanit ja alihankkijat ovat sosiaalisen vastuun välillisten vaikutusten piirissä. Näitäkin vaikutuksia voivat olla yhdenvertaisuus ja tasa-arvo kanssakäymisessä. Pk-yrityksen asiakkaan näkökulmasta sosiaalinen vastuu käsittää ainakin kuluttajansuojan, tuotevastuun ja -turvallisuuden. Sosiaalisen vastuun toteutumista voidaan ja tuleekin mitata. Mittareina voidaan käyttää esimerkiksi henkilöstön vaihtuvuutta, sairauspoissaolojen määrää ja osaamisen kehittämisen kuluja henkilöä kohden. (Harmaala & Jallinoja 2012, 20–21, 93; Vanhala & Ristaniemi 2022, 55.)

Käytännön tasolla yrityksen sosiaalinen vastuullisuus näkyy avoimuutena ja reiluna toimintana niin yrityksen sisällä henkilökunnalle kuin yrityksen ulkopuolella yhteistyökumppaneille ja kuluttajille. Reiluus ja avoimuus näkyy ylipäänsä kaikille, jotka asioivat yrityksen kanssa. Esimerkiksi osataan kertoa asiakkaalle tuotteen alkuperä, valmistusolot tai toimitusketju tai muuta vastaavia tietoja. Matkailupalveluita myydessä osataan kertoa asiakkaalle matkailupalvelun kuluttamiseen liittyviä asioita ja arvomaailmasta, jolle palveluntuottaja on kyseisen tuotteen pohjannut. Sosiaalisesti vastuullista yritystoimintaa on myös systemaattinen henkilöstöpolitiikka, joka ottaa tasa-arvoisesti kantaa henkilöstöön liittyviin asioihin. Yritykselle on etua siitä, että työntekijät voivat hyvin ja ovat inspiroituneita työntekijöinä. Tyytyväinen henkilöstö haluaa olla ylpeä työnantajastaan ja jakaa positiivista tietoa vaikutuspiiriinsä. Sosiaalisesti vastuullista henkilöstöpolitiikkaa ovat esimerkiksi työntekijöiden tukeminen taitojen ja osaamisen kehittämisessä, koulutuksen ja terveydenhuollon tarjoaminen sekä mahdollistaa uralla eteneminen. Hyvän työnantajan maine kiirii paikallisten keskuudessa ja auttaa yritystä rekrytoimaan uusia työntekijöitä. Työntekijät sitoutuvat yritykseen, kun arvomaailmat kohtaavat ja työnantaja on hyvämaineinen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 22; Tynkkynen & Berninger 2017; Juutinen 2016, 61.)

Työyhteisön monimuotoisuus on tänä päivänä myös tärkeä osa sosiaalista vastuuta yritystoiminnassa. Työyhteisön monimuotoisuus tarkoittaa Bärlund ja Sipilän (2023, 175) mukaan työntekijöiden keskinäistä erilaisuutta ja siitä kumpuavia ominaisuuksia. Kuluttajien liikkuminen globaalisti esimerkiksi työn perässä, mahdollistaa monimuotoisuuden laajemminkin. Esimerkiksi erilaiset

ajattelutavat ja kokemusmaailmat voivat saada aikaan uudenlaisia tapoja asioiden tarkastelussa, josta puolestaan voi seurata uudenlaista innovointia. Sosiaaliseen vastuuseen katsotaan kuuluvaksi myös elämänkaaren ja perhe-elämän vaiheiden yhteensovittaminen työn kanssa, esimerkiksi työaikajärjestelyillä. Monimuotoinen työyhteisö voi tuoda yllättäviäkin hyötyjä yritystoiminnalle, mikäli työyhteisöä johdetaan oikein. Hyvin johdetussa työyhteisössä jokainen voi kokea olevansa arvokas ja tarpeellinen, jokaisen työpanos on tärkeä osa onnistumisen ketjussa. Vastuullisesti toimivassa yrityksessä arvostetaan työntekijöitä ja heistä huolehditaan. Samalla yritys turvaa osaavien työntekijöiden käytettävyyden toiminnassaan myös tulevaisuudessa (Viitala & Jylhä 2013, luku 21 vastuullinen liiketoiminta; Bärlund & Sipilä 2023, 175–176, 181; Harmaala & Jallinoja 2012, 99–100.)

### **3.4 Ympäristövastuu**

Ympäristövastuu eli ekologinen vastuu on toimimista ympäristön kannalta parhaalla mahdollisella tavalla. Useat lait määrittelevät suomalaisia yrityksiä tältä osin, esimerkiksi ympäristösuojelulaki ja jätelaki (ks. ympäristölaki & jätelaki). Välitön vastuu käsittää yrityksen itsensä aiheuttamat ympäristövaikutukset. Esimerkiksi omasta tuotannosta syntyvät ilmastopäästöt. Välillisesti vaikuttava ympäristövastuullisuutta on vesien ja ilman suojelu pitkällä tähtäimellä, esimerkiksi kuljetuksista aiheutuvia päästöjä vähentämällä. (Harmaala & Jallinoja 2012, 22.)

Vastuuseen sisältyy tuotteen tai palvelun koko elinkaari, sen synnystä poistoon. Matkailupalveluita tuottavalla pk-yrityksellä palvelun elinkaari voi olla konkreettinen, helposti tunnistettava ja sen elinkaari on yksinkertaista kehittää vastuulliseksi. Jos kyseessä on monikansallisen yrityksen tuote, jonka elinkaari kulkee maanteellisesti laajalla alueella tuotanto-, kulutus- ja poistovaiheissa, voi olla huomattavasti haasteellisempaa löytää ja kehittää ympäristövastuun piiriin lukeutuvia vaikutuksia. Lisäksi vaikutukset voivat vaihdella elinkaaren varrella radikaalistikin positiivisen ja negatiivisen välillä. Ympäristövastuu on kaiken kaikkiaan kokonaisvaltaisempaa ympäristön huomiointia ja toimintaa, kuin vain luonnonsuojelu perinteisesti mielletyissä tarkoituksessa. Ym-

päristövastuuseen liittyy myös kiinteästi esimerkiksi ihmisoikeudet, koska oikeus elämään ja terveyteen ei toteudu ilman puhdasta vettä ja elinkelpoista ympäristöä. (Liappis ym. 2019, 109–110; Bärlund & Sipilä 2023, 32.)

Ympäristövastuu tarkoittaa kehitystä, joka vastaa ihmiskunnan perustarpeisiin tällä hetkellä, mutta mahdollistaa saman myös tuleville sukupolville. Luonnonvaroja käytetään kestäväällä tavalla, jätteiden ja saasteiden määrää pyritään pitämään niin pienenä kuin mahdollista. Ympäristölle muodostuvia haittoja ylipäänsä pyritään vähentämään systemaattisella toiminnalla tällä hetkellä sekä tulevaisuudessa. On hyvä huomioida, että vastuulliseksi koetut teot globaalilla tasolla ovat riippuvaisia kontekstista ja maantieteellisestä sijainnista. Menesty yritysvastuulla kirjassa (Liappis ym. 2019, 111) tätä kuvataan osuvasti seuraavalla tavalla: Suomalaisen naudanlihan tuotannossa suurin ongelma on vesistöjä rehevöittävät päästöt ja ilmastopäästöt, kun taas Brasiliassa naudanlihan tuotanto aiheuttaa metsäkatoa ja kuluttaa niukkoja vesivaroja. Haittojen vähentämisen lisäksi pyritään turvaamaan luonnon kasvi- ja eläinlajistojen monimuotoisuus. Yritystoiminnassa voi hyödyntää ympäristöarvoja, niitä tukevalla tavalla. Palvelut ja tuotekehittely voivat olla ekologista vastuuta tukevaa tai sitä suorastaan hyödyntävää. (Viitala & Jylhä 2013, luku 21 vastuullinen liiketoiminta.)

Käytännössä ympäristövastuullisia toimia yrityksessä voivat olla esimerkiksi tuote- ja palvelumuotoilu, toimistoympäristön kehittäminen, ajotapa ja reittien optimointi kuljetus- tai työmatkaliikenteessä, energiatehokkuus sekä hiilineutraalien tuotteiden tarjoaminen kuluttajille. Samantyyppisillä asioilla voidaan mitata ympäristövastuun toteutumista pk-yrityksessä kohtuullisin resurssein. Mitareina voidaan käyttää esimerkiksi sähkön kulutusta, kuljetusten päästömääriä ja kierrätyksen osuutta jätteen määrästä suhteessa jätteen kokonaismäärään. (Harmaala & Jallinoja 2012, 23, 93.)

### **3.5 Vastuullisuuden tärkeys liiketoiminnalle**

Vastuullisuus koetaan tärkeäksi suomalaisissa pk-yrityksissä. 504 yritykselle tehdyn vastuullisuusbarometrin mukaan keskimäärin 53 % yrityksistä pitää vastuullisuutta merkittävänä asiana liiketoiminnassaan tällä hetkellä (Elinkei-

noelämän keskusliitto 2021). Yritykset arvioivat vastuullisen merkityksen kasvavan tulevaisuudessa. Barometrin mukaan Suomalaiset pk-yritykset määrittelevät vastuullisen toimintansa tärkeimmäksi syyksi yrityksen omat arvot. Toiseksi tärkein syy on asiakkaiden vaatimukset ja odotukset yritykseltä. Kolmantena vastuullisesti toimimiseen vaikuttaa organisaation maineen tai brändin rakentaminen. Neljäntenä ja viidentenä tulevat liiketoiminnan jatkuvuuden turvaaminen sekä riskienhallinta. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2021.)

Yritystoiminnassa kasvu on usein strateginen tavoite. Kasvun myötä saadaan lisää tuloja, joka mahdollistaa kehitystoimiin panostaminen. Elinkeinoelämän keskusliiton vastuullisuusbarometrin (2021) mukaan organisaation arvot ja asiakasvaatimukset ovat tärkeimmät syyt vastuulliseen toimintaan. Tämä voi käytännössä tarkoittaa sitä, että Suomalaisten pk-yritysten tahtotila on vastuullisuutta tukeva ja liiketoimintaa ohjataan huomaamatta samaan suuntaan. Samassa kyselyssä yritykset kertovat merkittävimmän osa-alueen, yhteensä 81 %, koostuvan henkilöstön hyvinvoinnista, työturvallisuudesta ja osaamisen kehittämisestä.

Tulojen kasvu, uudistuminen ja kehitystoiminta muodostavat ikään kuin itseään ruokkivan kehän, josta tulee etuja ja menestystä yritykselle pitkällä aikavälillä. Yrityksen on mahdollista tehdä vastuullisia ja kestäviä valintoja liiketoimintatapoihinsa, jolloin kannattavuus voi olla maltillisempaa, mutta myös pitkäjänteisempää ja vakavaraisempaa. Vastuullisuuden osa-alueet ja yrityksen niille kokema tärkeysjärjestys sekä painopisteet voivat vaihdella toimialakohtaisesti. Vastuullisesta yritystoiminnasta voidaan saada välillisenä hyötynä hyvää mainetta, joka voi vaikuttaa esimerkiksi tuotteiden kysyntään, yhteistyökumppanuuksiin, viranomais- ja toimittajasuhteisiin sekä vaikkapa sijoittajien ja rahoituksen saantiin. (Harmaala & Jallinoja 2012, 59, 72; Viitala & Jylhä 2013, luku 21 vastuullinen liiketoiminta.)

Yritysvastuusta viestiminen tuottaa kilpailuetua yritykselle silloin, kuin toiminta on oikeasti vastuullista. Vastuullisuus näkyy ja se todentuu sidosryhmille silloin, kuin he ovat tekemisissä yrityksen kanssa. Sama toimii toisin päin, sidosryhmät havaitsevat, mikäli yritystoiminta ei ole viestintänsä mukaista. Vastuullisuus yritystoiminnassa on rakennettu liiketoimintastrategian sisään. Käyt-

töönottovaiheessa kestävyys voi tuntua irralliselta asialta, jota ujutetaan toimintoihin. Vastuullisten arvojen juurruttamiseen liiketoiminnan prosesseihin tarvitaan sekä aikaa yrityskulttuurin muutokselle että selkeitä toimintaohjeita esimerkiksi henkilöstölle. Vastuullisuuden aitous lähtee liikkeelle yrityksen ylimmästä johdosta. Johtoportaan tulee johtaa omalla esimerkillä, viestiä vastuullisuudesta ja teoistaan muille sekä uskoa muutoksen onnistumiseen myös itse. Avoin ja rehellinen keskustelu rakentaa luottamusta työntekijöiden ja työnantajan välille. Pitkäjänteisen ja systemaattisen kehitystyön tulos näkyy yritystoiminnasta ulospäin, sitä voidaan hyödyntää markkinoinnissa ja hyötyjä voidaan saada esimerkiksi kilpailuetuna tai taloudellisesti. (Juutinen 2016, 52–55, 105; Bärlund & Sipilä 2023, 182.)

## **4 KESTÄVÄ KEHITYS MATKAILUALALLA**

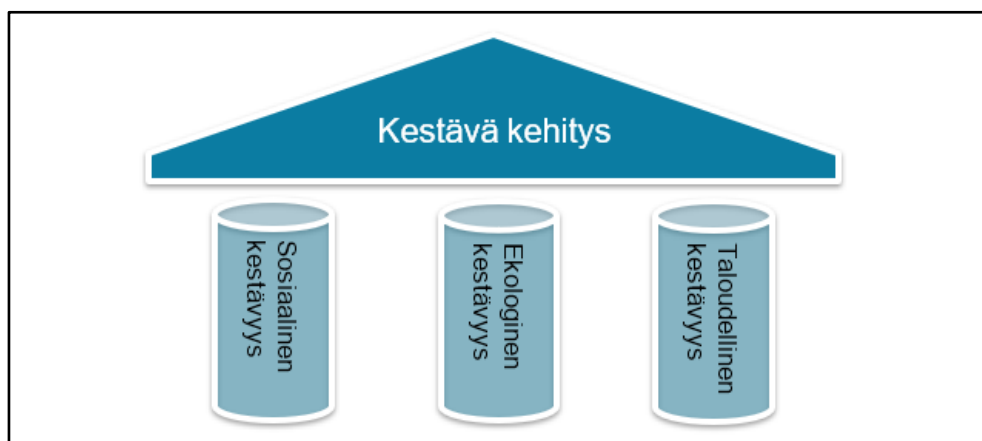
Kestävää kehitys ja vastuullinen liiketoiminta on toimialasta riippumatonta. Kestävä matkailu on termi, jota käytetään silloin kuin puhutaan kestävästä kehityksestä ja vastuullisesta toiminnasta matkailualalla. Kestävä kehitys matkailualalla -luvussa avataan kestävää kehitystä yleisesti ja matkailualalla. Lopuksi kerrotaan mikä on matkailualalle suunnattu Sustainable Travel Finland -ohjelma.

### **4.1 Kestävä kehitys**

Kestävä kehitys on otettu osaksi maailmanpolitiikkaa Yhdistyneiden Kansakuntien toimesta vuonna 1992. Silloin on otettu käyttöön ensimmäiset kansainväliset sopimukset, jotka ovat keskeisiä kestävä kehityksen kannalta. Yhdistyneiden Kansakuntien kestävä ja vastuullisen kehityksen tavoitteet liittyvät ihmisten perusoikeuksiin. Tavoitteina ovat: Pyrkiä poistamaan äärimmäistä köyhyyttä, saada aikaan sosiaalista oikeudenmukaisuutta, edistää ihmisten terveyteen ja työhön liittyviä osa-alueita sekä talouden kasvu. YK:n asettamien tavoitteiden käytännön toteuttaminen tapahtuu valtioittain, hallitusten vetämänä. Globaalilla tasolla kestävä kehitystä pyritään toteuttamaan pienemmissä ryhmittymissä, esimerkiksi maantieteellisesti samankaltaisten maiden yhteisillä toimilla. Yhtenä esimerkkinä Arktinen neuvosto (ks. Ulkoministeriö 2023), jossa Suomi on osallisena. Arktinen neuvosto edesauttaa kestävyttä ja vastuullisuutta arktisen sijainnin ja jäsenmaidensa näkökulmista. Suomella

on arktinen politiikka, johon on linjattu kestävän kehityksen osa-alueita nimenomaan arktisen sijainnin tulokulmasta. (Suomen YK-liitto 2022; Valtioneuvosto 2021.)

Kestävän kehityksen politiikka voidaan yleisellä tasolla jakaa kolmeen ulottuvuuteen, jotka ovat ekologinen, taloudellinen ja sosiaalinen. Eräässä tutkimuksessa (Rouhinen 2014, 91) näitä ulottuvuuksia kuvataan pilareina, jotka asettuvat saman katon alle. Kuvaustavalla halutaan korostaa kunkin ulottuvuuden yhtäläistä tärkeyttä. Kuvassa 2 havainnollistetaan kolmea ulottuvuutta samankokoisina pilareina ja niiden varaan tasaisesti asettuvaa kattoa.



Kuva 2. Havainnekuva kestävän kehityksen politiikan kolmen ulottuvuuden yhtäläisestä tärkeydestä (Rouhinen 2014, 91)

Ekologinen, taloudellinen ja sosiaalinen ulottuvuus tarvitsevat toisiaan eli kolmea samankokoista pilaria, jotta kestävä kehitys eli katto pysyy tasaisesti paikoillaan. Ekologisen kestävyuden politiikkaulottuvuus käsittää luontopääoman ylläpitoa ja vahvistamista. Tavoitteena on turvata ekosysteemien kyky tuottaa tulevaisuudessakin ihmiskunnalle hyödyllisiä ekosysteemipalveluita sekä turvata ekosysteemien itsensä toiminta- ja palautumiskyky. Kestävä talouspolitiikka sisältää resurssitehokkuutta esimerkiksi pääoman, teknologian ja osaamisen jatkuvana kehittämisenä. Sosiaalisen kestävyuden politiikkaulottuvuus tavoittelee oikeudenmukaisuutta, tasa-arvoa sekä ihmisten hyvinvointia ja toimintakykyä. (Rouhinen 2014, 88, 92.)

Suomen matkailustrategian mukaan Suomen tavoitteena on olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde. Matkailualan kehittäminen koetaan tärkeäksi, koska matkailulla on suuri merkitys Suomen kansantalouteen ja

työllisyyteen sekä lisäksi matkailualan kasvupotentiaalin katsotaan olevan suuri (Marski 2021, 10; Työ- ja elinkeinoministeriö 2022, 9). Suomen matkailustrategiassa on neljä painopistettä, jotka mahdollistavat matkailualan uudistumisen ja kestävän kasvun. Painopisteet ovat seuraavat:

1. Kestävän kehityksen mukaisen toiminnan tukeminen.
2. Digitaaliseen muutokseen vastaaminen.
3. Saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioiden.
4. Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen

Edellä mainitut neljä painopistettä koskettavat laajempaa toimialajoukkoa. Yhteistyö eri toimialojen välillä on tekijä, joka mahdollistaa neljän painopisteen toteutumisen ja luo puitteita matkailualan kehittymiselle kestävään ja vastuulliseen suuntaan. Matkailuala voi tuottaa kotimaiselle ja kansainväliselle kuluttajalle lisäarvoa innovaatioiden muodossa, joita voi syntyä alojen välisen yhteistyön tuloksena. Lisäksi matkailu luo alueellista hyvinvointia ja kasvattaa työllisyyttä lisääntyneiden työpaikkojen muodossa. Myös ne sisältyvät osa-alueina vastuulliseen ja kestävään liiketoimintaan. (Marski 2021, 52; Työ- ja elinkeinoministeriö 2022, 9–10, 36.)

## **4.2 Kestävä matkailu**

Kestävä matkailu huomioi nykyiset ja tulevat ympäristölliset, sosiaaliset ja taloudelliset vaikutukset. Se huomioi yhtäläisesti ympäristön, paikallisväestön, matkailukohteiden ja -yritysten sekä matkailijoiden tarpeet. Kestävä matkailu käyttää optimaalisesti ympäristön resursseja, jotka ovat keskeinen osa matkailun kehittämistä, auttaa varjelemaan luonnon monimuotoisuutta sekä minimoi matkailun haitalliset ympäristövaikutukset. Kestävässä matkailussa kunnioitetaan kulttuuriperintöä sekä isäntäyhteisön aitoutta ja arvoja. Varmistetaan elinkelpoiset taloudelliset toimet pitkälle aikavälille ja luodaan mahdollisuuksia toimeentuloon vakailta työllistämisolosuhteilla. (Business Finland 2023; FCG Suunnittelu ja tekniikka Oy & Business Finland 2018, 1–3.)

Kestävää matkailua markkinoidaan kuluttajille ja yrityksille positiivisilla mielikuvilla, samankaltaisesti kuten luvussa aiemmin kuvailtiin. Suomalaisille matkailualan toimijoille suunnatun kyselyn perusteella yritysten tahtotila suosii kestävän matkailun arvoja ja niiden implementointi yrityksen toimintaan on merkityksellistä. (FCG Suunnittelu ja tekniikka Oy & Business Finland 2018, 8–11.)

On hyvä huomioida, että toisenlaisiakin lähestymiskulmia on kestävän matkailun tarkasteluun. Sharpley (2000, 14) käsittelee artikkelissaan kestävä matkailun kehittämistä suhteessa kestävään kehitykseen. Artikkelin mukaan matkailuun liittyy aina rahallisen tuoton ja/tai muun taloudellisen hyödyn kasvattaminen. Taloudellista hyötyä kasvattavaan kehitykseen tähtäävien valintojen kriteeri on tuoton maksimointi kestävän matkailun arvojen kustannuksella. Kestävän matkailun käsite vie huomion matkailun kehittämisen realiteeteista, jotka ovat ristiriidassa useiden kestävän kehityksen käsitteeseen sisältyvien periaatteiden ja tavoitteiden kanssa (Karhu 2019, 7–8; Sharpley 2000, 14).

Euroopan komission laajassa tutkimuksessa kartoitettiin skenaarioiden avulla kuluttajien kiinnostusta matkustaa Euroopan Unionin matkakohteeseen sekä matkustamisesta tai matkustamattomuudesta seuraavia taloudellisia vaikutuksia. Yksi nouseva trendi tutkimuksen mukaan on saavutettavuus esteettömyyden näkökulmasta. Matkailuun ja turismiin liittyvien palveluiden ja varusteluiden esteettömyyden lisäämisellä, todetaan olevan kerrannallinen vaikutus työllisyyteen ja talouden kasvuun. Tutkimuksessa ei oteta kantaa ovatko vaikutukset kestävän matkailun ja/tai kestävän kehityksen periaatteiden mukaisia, vaikkakin esteettömyyden lisääminen sisältyy vastuullisen matkailun periaatteisiin. (European Commission 2014, 449–462.)

Miksi kestävän matkailun kehittäminen on tärkeää? Matkailualan yritysten kehitykseen ja sen suuntaan vaikuttaa yritysten ominaispiirteet. Erään teoksen (Konu ym. 2020) mukaan suurin osa Suomen matkailuyrityksistä on pieniä perheyrityksiä. Se on monessakin mielessä sekä mahdollisuus että haaste. Pienessä perheyrityksessä yrittäjän ja yrityksen arvomaailma on käytännössä sama asia. Oman yritystoiminnan vastuullisuutta voidaan kehittää yrittäjän arvomaailmaan sopiva määrä. Matkailuyrityksen tuotteet ovat yleensä osa palvelukokonaisuutta, jonka tuottamiseen osallistuu useita yrityksiä kyseiseltä matkailualueelta. Tuote itsessään on sidottu matkakohteeseen ja on riippuvainen tietyistä luonnonilmiöistä tai luontokohteista. Palvelukokonaisuutta tuottavien yritysten resurssit ja arvomaailma voivat olla erilaiset. Erilaisista vastuullisuuskäsityksistä voi syntyä haasteita vastuulliseen toimintaan ja kestävään kehittämiseen. Tämän vuoksi on tärkeää edesauttaa matkailualan kestävää

kehittämistä matkailualueena, maakuntana sekä valtion tasolla. (Konu ym. 2020.)

### 4.3 Kestävä matkailun kehittyminen Suomessa

Suomessa on tehty työtä vastuullisen ja kestävän matkailun eteen 1990-luvulta alkaen. Silloin luotiin mittarit sekä vastuullisuuden jaottelu kolmeen osa-alueeseen, jotka ovat ympäristöllinen sosiaalinen ja taloudellinen. Suomeen perustettiin vuonna 1993 maailman ensimmäisiin kuuluva kansallisen kestävän kehityksen komissio. Sen tehtävä oli koordinoida ja ylipäänsä edistää kestävän kehityksen käyttöönottoa eri tahoille. 1990-luvun puolenvälin jälkeen Suomessa järjestettiin kasvavalla vauhdilla kestävän kehityksen hankkeita ja koulutustilaisuuksia sekä luotiin standardeja. Nykyinen Visit Finland, silloinen Matkailun edistämiskeskus, toimi aktiivisena osapuolena kestävän kehityksen implementoinnissa yhteiskuntaan ja matkailu sisältyi jollain tavalla toimiin jo silloin. Vuonna 2017 matkailualan yrityksille mahdollistui yhteneväinen ja systemaattinen kestävän kehityksen käyttöönotto yritystoimintaan. Vuonna 2017 luotiin Visit Finlandin vastuullisen matkailun kriteerit. Sen jälkeen otettiin käyttöön matkailualan toimijoiden käyttöön suunnattu viitekehys Sustainable Travel Finland. (FCG Suunnittelu ja tekniikka Oy & Business Finland 2018, 3–5.)

Suomen matkailustrategian 2019–2028 mukaan Suomen tavoite on olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde. Kohti tavoitteen toteutumista pyritään toimenpiteillä, jotka jaotellaan neljään osa-alueeseen. Osa-alueet ovat seuraavat:

- matkailun kestävydestä kilpailuvaltti
- matkailualan digitalisointi
- matkailupalveluiden kasvua tukeva saavutettavuus
- kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen.

Suomessa matkailuun liittyvien palveluiden tuottaminen ja kasvu perustuvat kulttuurisiin elämyksiin sekä erityisiin luonnonolosuhteisiin, liiketoimintaan, joka rakentuu niiden ympärille. Matkailustrategian on tarkoitus mahdollistaa kyseinen liiketoiminta ja sen kehittyminen, esimerkiksi infrastruktuurin ylläpitoa tukien sekä tiedon ja taidon lisäämisen mahdollistaminen erilaisin laatu järjestelmin ja vastaavin. Asiaa voidaan tarkastella myös vastakkaiselta suunnalta.

Matkailun avulla luodaan perusinfrastruktuuri ja laadukkaampia palveluita paikallisille asukkaille sekä mahdollistetaan kulttuuriperinnön säilyminen vahvistamalla oman alueen kulttuuri-identiteettiä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2022, 37–40, 14.)

Vuonna 2020 Suomessa käynnistettiin Kestävä matkailu 2030 -ohjelma. Työ- ja elinkeinoministeriön koordinoiman ohjelman on tarkoitus edistää Suomen matkailustrategian mukaista matkailualan kestävästä kasvusta. Painotusalueina saavutettavuus, ympärivuotisuus, ilmasto- ja luontokestävyys. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2023.)

#### **4.4 Sustainable Travel Finland -sertifiointiohjelma**

Sustainable Travel Finland on Suomessa luotu kestävä matkailun viitekehys. Sustainable Travel Finland -ohjelma on tarkoitettu suomalaisten matkailualan yritysten hyödynnettäväksi, kestävä kehityksen implementoinnissa yritystoimintaansa. Suomessa toimivat matkailualan yritykset voivat vuonna 2022 hyödyntää useita erisältöisiä sertifiointeja, ohjelmia ja järjestelmiä, joiden avulla voidaan ilmentää oman yrityksen vastuullisuutta kansainvälistenkin kriteeristöjen mukaisesti. (FCG Suunnittelu ja tekniikka Oy & Business Finland 2018, 3–6.)

Sustainable Travel Finland -ohjelmassa matkailun kestävyys jaetaan kolmeen ulottuvuuteen, jotka ovat seuraavat:

1. ekologinen ulottuvuus
2. sosiokulttuurinen ulottuvuus
3. taloudellinen ulottuvuus.

On hyvä huomioita, että ulottuvuudet ovat jaotukseltaan samat, kuin kestävyyspolitiikan yleisellä tasolla kansainvälisesti. Eroa syntyy siitä, että STF-ohjelman ulottuvuuksien sisällöt ovat spesifioituja matkailualalle, Suomalaisesta näkökulmasta. Ekologinen, sosiokulttuurinen ja taloudellinen ulottuvuus ovat sidoksissa toisiinsa. Esimerkiksi ekologinen muutos voi vaatia pitkällä aikavälillä ihmisten asenteiden muuttumista. Taloudellisia vaikutuksia voi muodostua esimerkiksi välittömistä kuluista ja/tai pitkän aikavälin säästöistä. Kuvassa 3 luetellaan STF-viitekehysten mukaiset kolmen ulottuvuuden keskeisimmät sisällöt. (Business Finland 2023.)

Ekologinen ulottuvuus	Sosio-kulttuurinen ulottuvuus	Taloudellinen ulottuvuus
Lajittelu, kierrätys, jätemäärän vähentäminen	Paikallisen kulttuurin säilyttäminen ja elinvoimaisuuden lisääminen	Paikallisen palvelujen ja tavaroiden ostot
Energian ja vedenkäytön vähentäminen	Paikallisten osallistaminen ja kuuleminen	Ympärivuotiset työsuhteet
Palvelujen tuottaminen luontoympäristön haittavaikutukset minimoiden	Paikallisten tuotteiden ja palveluiden hyödyntäminen alkuperää kunnioittaen ja niiden suosittelu	Paikallisten työllistäminen
Hiilijalanjäljen pienentäminen, laskeminen ja kompensointi	Esteettömien palvelujen tarjoaminen	Kestävät hankinnat ja investoinnit
Henkilökunnan ja asiakkaiden sitouttaminen, koulutus ja vastuullinen viestintä	Henkilökunnan ja asiakkaiden tasa-arvoinen kohtelu	Toiminnan läpinäkyvyys
	Paikalliskulttuurista ja sen erityispiirteistä viestittäminen	Pitkäjänteinen toiminta ja seuranta
		Ruokahävikin vähentäminen, luomu- ja lähiruuan suosiminen

Kuva 3. STF-viitekehyksen mukaiset matkailun kolme ulottuvuutta (Business Finland 2023)

Kuvassa 3 esitellyt matkailun kolme ulottuvuutta ekologinen, taloudellinen ja sosiokulttuurinen, pitävät sisällään erityisesti matkailualalle suunnattuja pääkohtia. Pääkohdat jaetaan hyvinkin yksityiskohtaisiin väittämiin ja kysymyksiin (liite 1), joihin vastaamalla saadaan seikkaperäistä tietoa liiketoiminnan toimintatavoista. Esimerkkinä yhden pääkohdan jakaminen yksityiskohtaisiksi kysymyksiksi. Ekologisen ulottuvuuden pääkohta: Lajittelu, kierrätys ja jätemäärän vähentäminen jaetaan kysymyksiksi seuraavasti:

- Seuraamme aiheuttamaamme jätteen määrää, tarkoituksena vähentää jätettä.
- Olemme huomioineet sekä tarpeellinen jätteen määrän että sijainnin roskaamisen estämiseksi.
- Kannustamme asiakkaita jätteen lajitteluun tietoa jakamalla ja selkein opastein.
- Kompostoimme, kierrätämme ja / tai hyöty käytämme biojätteet.
- Työntekijöidemme tiloista löytyvät lajitteluastiat jätteille.
- Kierrätämme tai hyöty käytämme:
  - a. paperijätteen,
  - b. pahvi- ja kartonkijätteen,
  - c. muovijätteen,

- d. palautuspullot,
  - e. kangasmateriaalit ja
  - f. elektroniikan.
- Teemme toimenpiteitä ruokahävikin minimoimiseksi ja hyödyntämiseksi.

Sustainable Travel Finland -polulla etenevä yritys konkretisoi kestävän matkailun eteen tekemänsä teot hakemalla sertifikaattia. Hakijayritys toimittaa arviointia varten nykytilan analyysin, tulevaisuuden tavoitteet ja mittarit sekä muun oheisaineiston. Yrityksen kelpoisuus arvioidaan ja sertifikaatit uusitaan säännöllisesti kahden vuoden välein. (Business Finland 2023.)

## **5 TOIMEKSIANTAJA**

Toimeksiantaja on Suomen Lappiin, vuonna 1987 perustettu matkailualan pk-yritys. Vuonna 2022 Saariselän Keskusvaraamo Oy työllisti kuusi henkilöä ja liikevaihto oli 3,9 miljoonaa euroa (Suomen Asiakastieto Oy 2022). Kestävä kehitys ja vastuullisuus ovat ajankohtaisia aiheita matkailualalla, toimeksiantajan liiketoiminnan sekä opiskelijan omassa työssä kyseisessä yrityksessä.

### **5.1 Toimeksiantajan esittely**

Liiketoiminnan alkuajoista saakka toimeksiantajan toiminta-ajatus on ollut lomailuun suunnattujen majoituskohteiden välitysmyynti Pohjois-Lapin alueella. Toimintaa ohjaavat perusarvot joustavuus, luotettavuus, täsmällisyys, empatiisuus ja uudistumishaluisuus. Ratkaisut ja valinnat on pyritty perustamaan kyseisiin arvoihin. (Saariselän Keskusvaraamo 2023.)

Suomessa toimii matkailun kattojärjestöjä, jotka edesauttavat ja tukevat matkailualan toimijoiden liiketoimintaa, esimerkiksi järjestämällä rahoitusta ja koulutusta. Toimeksiantaja on jäsenenä seuraavissa: Suomen matkailualan liitto ry (ks. Suomen matkailualan liitto 2023) ja Visit Finland (ks. Visit Finland 2022). Koko Suomen kattavat matkailun edistystoimet koetaan hyödyllisiksi toimeksiantajan liiketoiminnalle. Kohdeyritys on jossain määrin mukana Lapin maakunnan alueellisissa yhteistyöorganisaatioissa ja -hankkeissa, joiden tavoitteena on edistää matkailua elinkeinona Lapin maakunnan alueella. Tämän tyyppisissä edistämistoimissa toimenpiteet kohdistetaan usein koko laajan

maakunnan sijaan maantieteellisesti tai liiketoiminnallisesti suppeammalle alueelle. Hyödyn saaminen on marginaalista, koska maantieteellisesti laajassa maakunnassa on paljon toimijoita, joiden liiketoiminta liittyy tavalla tai toisella matkailuun.

Toimeksiantaja on jäsenenä oman lähialueensa yhteismarkkinointiorganisaatiossa ja osallistuu alueen yhteisiin matkailua edistäviin toimiin. Lapland North-matkailualueella toimii suuri määrä matkailualan liiketoimintaa harjoittavia yrityksiä, jotka sijaitsevat Inarin ja Utsjoen kuntien alueelta. Yhteistyö eri toimialojen yritysten välillä luo kuluttajaa kiinnostavan matkailukokonaisuuden, joka halutaan nähdä ja kokea. Kuluttajaa kiinnostava kokonaisuus voisi olla esimerkiksi hyvä ruoka, helppo liikkuminen alueella, lämpimät vaatteet, hyvä urheiluvälineistö, viihtyisä majoituskohta ja aktiivinen seikkailu luontoon oppaan johdolla. Matkailualue pyrkii luomaan yhdessä edellä mainittuja kokonaisuuksia ja panostamaan yhdessä kestäväyteen ja vastuullisuuteen. Alueen yrittäjiä kannustetaan ja aktivoidaan päivittämään liiketoimintaansa kestävien arvojen mukaiseksi. (Saariselän Keskusvaraamo 2023; Lapponia Tours Oy 2021.)

Saariselän Keskusvaraamon liiketoiminta painottuu majoituspalveluiden myyntiin ja markkinointiin. Asiakashankinta ja -kontaktointi tapahtuu pääsääntöisesti digitalisaation mahdollistamien sähköisten kanavien kautta. Vain pieni osa liiketoiminnasta on niin sanottua face-to-face-kanssakäymistä kuluttajien / asiakkaiden kanssa. (Saariselän Keskusvaraamo 2022a; Saariselän Keskusvaraamo 2023.)

Majoituspalvelut ovat käytännössä ulkopuolisten tahojen omistamia mökkejä ja huoneistoja sekä niiden oheispalveluita, kuten liinavaatteiden vuokraus ja majoituskohteen siivous asiakkaan lähdettyä. Kohdeyritys ja majoituskohteen omistaja muodostavat keskinäisen sopimuksen majoituskohteen markkinoinnista ja myynnistä. Lisäksi majoituskohteella on paikan päällä huoltaja, joka huolehtii majoituskohteen viikoittaisesta ylläpidosta ja huoltotöistä. Majoituskohteen omistaja ja huoltaja solmivat keskinäisen huolintasopimuksen. Tässä vaiheessa on hyvä huomioida, että kohdeyrityksellä ei ole päätäntävaltaa majoituskohteeseen tai sen huoltoon liittyvissä asioissa. (Saariselän Keskusvaraamo 2022b.)

Kohdeyritys toimii fyysisesti uudisrakennuksessa sijaitsevassa toimitilassa, jossa sijaitsevat myyntitoimisto ja asiakaspalvelutilat. Työntekijät työskentelevät pääsääntöisesti toimitiloissa. Etätöitä tehdään jonkin verran ja maantieteellisesti muualla oleviin tilaisuuksiin ja tapahtumiin osallistutaan useita kertoja vuodessa.

## 5.2 Kehittämisen tarve

Kestävään ja vastuulliseen kehittämiseen panostaminen on tärkeää matkailualalla. Matkailuyritykset toimivat usein alueilla, joissa luonto ja ympäristö on vetovoimaista, mutta samalla myös erityisen herkkää muutoksille. Esimerkiksi kohdeyritys toimii tunturialueella, jossa luonnon uusiutuminen on hidasta. Matkailun tulisi luoda paikallisesti ja kansallisesti hyvinvointia työllistymismahdollisuuksina sekä taloudellisenä kasvuna. Sen tulisi luoda kulttuurista ja sosiaalista lisäarvoa sekä vähentää ympäristöön kohdistuvia haittoja. Tämän lisäksi matkailijoiden tulisi saada rahoilleen ja odotuksilleen vastinetta sekä tuntoa itsensä tervetulleeksi. Edellä mainittujen valossa, kestävä ja vastuullinen kehitys on äärimmäisen tärkeää juuri matkailualalla. (Business Finland 2023.)

Liiketoiminnan harjoittaminen vastuullisesti ja kestävä kehitystä tukevasti on kohdeyrityksen arvojen mukaista. Kyseisten arvojen systemaattisella käyttöönotolla ja erityisesti niiden dokumentoinnilla on suuri merkitys yritykselle ja opiskelijan työlle yrityksessä. Asiakaskunta ja sidosryhmät ovat valveutuneita kestävä kehityksen ja vastuullisuuden osalta. Yhteistyön jatkuvuuden kannalta on oleellista, että yritys voi osoittaa toimivansa kestävä matkailun ehtoilla ja osoittaa sen alalle suunnatulla sertifikaatilla.

Uudistamalla ja kehittämällä liiketoimintaa yritys säilyy kilpailukykyisenä ja pystyy vastaamaan kuluttajan tarpeisiin. Markkinatutkimuksen (Lapponia Tours 2021) mukaan yrityksen asiakaskunta suosii tai käyttää ainoastaan vastuullisia ja kestävä kehitystä toteuttavia matkakohteita. Tänä päivänä asiakkaalla on mahdollisuus valita, koska matkailupalveluita on runsaasti tarjolla. Asiakaskunta vaatii vastuullisuuden ja kestävyden toteennäyttämistä ostopäätöksensä tueksi. Yksittäisen yrityksen lisäksi, matkailualueen yhteinen tah-

totila on olla kestävästi kehittävä ja vastuullinen matkakohde. Vastuullisen toiminnan systemaattinen toteuttaminen ja toteennäyttäminen loppuasiakkaalle on merkittävin syy kehitystoimille. Niin yksittäisenä yrityksenä kuin osana laajempaa matkailupalveluiden kokonaisuutta.

## **6 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN JA TULOKSET**

Tässä luvussa esitellään opinnäytetyön aineistonkeruu, joka toteutettiin kolmelle eri kohderyhmälle haastatteluna. Ensimmäisen haastattelu oli kohdeyrityksen sisäinen haastattelu. Toinen haastattelu oli muiden yritysten haastattelu. Kolmantena haastateltiin kohdeyrityksen työntekijöitä.

### **6.1 Haastatteluiden toteutus**

Kohdeyrityksen haastattelu oli haastatteluista pitkäkestoisin ja aineiston lähteenä merkittävin, koska se sisältää hyvin laajasti tietoa kohdeyrityksen toimintatavoista. Toinen haastattelu oli saman matkailualueen vertaisyritysten haastattelu, joka on sisällöltään toiseksi laajin haastattelutyyppi. Kolmas haastattelutyyppi koskee kohdeyrityksen työntekijöitä. Se on sisällöltään suppein ja kartoittaa työntekijöiden suhtautumista kestävään kehittämiseen yrityksen työntekijänä.

#### *Kohdeyrityksen haastattelu*

Ensimmäinen haastattelu oli kohdeyrityksen liiketoiminnan kahden edustajan yhteishaastattelu, joka toteutettiin 24.1.2023. Haastattelu oli kestoaltaan kolme ja puoli tuntia. Haastattelu oli tyypiltään puolistrukturoitu, teemahaastattelun ja lomakehaastattelun yhdistelmä. Se oli luontevin toteutustapa liiketoiminnan edustajille ja mahdollisti ennalta määritellyn sekä spontaanisti esiin nousevan tiedon keräämisen. Haastattelun runkona täytettiin Sustainable Travel Finland -polun kysymyspatteristoa (ks. liite 1), jolla kartoitettiin kohdeyrityksen nyky- ja tavoitetilaa suhteessa kestävään kehitykseen. Samalla toteutettiin teemahaastattelua, joka eteni lomakkeen osa-alueista koostuvin teemoin. Tarkoituksena oli löytää ja kirjata ylös ideoita, ajatuksia sekä haasteita aiheen tiimoilta. Haastattelu eteni vapaamuotoisen keskustelun kaltaisesti, jossa haastattelija osallistui keskusteluun. Haastattelija kirjasi vastaukset, vapaamuotoiset kommentit ja muut tutkimuksen kannalta relevantit esiin nousseet asiat Excel-tiedostoon.

### *Vertaisyritysten haastattelu*

Toisen haastattelun kohteena olivat kohdeyrityksen kanssa samalla matkailualueella yritystoimintaa harjoittavat yritykset. Tavoitteena oli haastatella kestävään kehitykseen panostavia vertaisyrityksiä, riippumatta siitä missä vaiheessa kehityspolkuja kyseinen yritys on. Haastatteluilla pyrittiin kartoittamaan kestävä matkailun toimien vaikutusta ja näkyvyyttä kyseisellä matkailualueella matkailualan liiketoimintaa harjoittavien yritysten toiminnassa. Sustainable Travel Finland -viitekehys on tunnettu matkailualueella, koska sen käyttöä suositellaan alueen yrityksille. STF-viitekehys huomioidaan myös tässä opinnäytetyö tutkimuksessa. Edellä mainittujen seikkojen vuoksi oli luontevaa käyttää yrityshaastatteluiden runkona Sustainable Travel Finland -viitekehysten tuottamaa, tarkoitukseen soveltuvaa lomaketta (ks. liite 2).

Toisen kohderyhmän haastattelut toteutettiin ajalla 27.–28.2.2023 neljälle matkailupalveluita tuottavalle yritykselle kunkin toimitilassa. Haastattelija kertoi paikan päällä opinnäytetyönsä pääpiirteet sekä tiedusteli kiinnostusta osallistua opinnäytetyön puitteissa tuotettavaan haastatteluun aiheesta: Kestävä matkailun huomioiminen ja merkitys liiketoiminnassa. Haastattelut toteutettiin välittömästi paikan päällä runkoon paperinen haastattelulomake (ks. liite 2), joka täytettiin haastateltavan toimesta. Lisäksi oli mahdollisuus antaa vapaaehtoista palautetta, jonka haastateltava saattoi itse kirjata ylös lomakkeen kääntöpuolelle. Vaihtoehtoisesti haastattelija olisi voinut kirjata ylös vapaaehtoisen palautteen. Seuraavaksi kuvataan kyseisten neljän haastattelun kulkua.

Yritys 1 on pitkään matkailualueella toiminut ohjelmapalveluita tuottava pk-yritys. Haastatteluun osallistui alemman johtoportaasta henkilö. Yritys 1 on haastatteluista yrityksistä pisimmällä vastuullisuustoimissaan. Sustainable Travel Finland -ohjelman mukaisia kestävä matkailun kehitystoimia on toteutettu yritystoiminnassa yli kahden vuoden ajan ja markkinoinnissa on hyödynnetty sertifiointia ja siitä kertovia merkkejä. Yrityksen 1 edustaja osallistui empimättä haastatteluun. Haastattelutilanne oli mutkaton ja nopea, pystypalaverin kalta-

nen kestoaltaan noin kymmenen minuuttia. Yrityksen edustaja täytti haastattelulomakkeen vauhdikkaasti ja huolellisesti, minkä jälkeen haastattelutilanne oli ohi.

Yritys 2 on ohjelmapalveluita tuottava mikroyritys, josta haastateltiin johtoportaan henkilöä. Yritys 2 on lähtenyt kehittämään yritystoimintaansa Sustainable Travel Finland -ohjelman mukaisesti. Onnistuneista kestävyystoimista tunnustuksena on saavutettu sertifiointi ja siitä kertova merkki. Yritys 2 on hyödyntänyt kestävyystoimiaan myös markkinoinnissa. Yrityksen 2 edustajan haastattelu oli kestoaltaan alle puoli tuntia. Haastateltavan ja haastattelijan välillä oli jonkin verran vuorovaikutteista keskustelua, haastateltavan täyttäessä lomaketta.

Yritys 3 on hyvinvointipalveluita tuottava mikroyritys ja haastateltavana oli johtoportaan henkilö. Yritystoiminta on omistajansa arvomaailman mukaisesti vastuullista ja kestävä, suunnitteilla on todentaminen sertifiointin avulla. Yrityksen 3 edustajan haastattelu kesti ajallisesti kauemmin kuin kolmen muun yrityksen haastattelutilanne, ja haastattelun kesto lähenteli tuntia. Yrityksen 3 edustaja täytti haastattelutilanteessa itsenäisesti haastattelulomaketta välillä kysyen haastattelijalta tarkennusta.

Yritys 4 on ohjelmapalveluita tuottava pk-yritys. Haastatteluun osallistui alemman johtoportaan henkilö. Yritys 4 ei ole osallisena kestävä matkailun toimissa. Haastattelutilanne oli rauhallinen ja vuorovaikutteinen, palaverityyppinen, ja siinä haastateltava täytti lomaketta haastattelun edetessä. Haastattelu oli kestoaltaan alle puoli tuntia sekä sisälsi eniten keskustelua haastateltavan ja haastattelijan välillä. Keskustelua käytiin haastattelun sisällöstä ja kestävästä kehityksestä kyseisellä matkailualueella. Keskustelua ei kirjattu vapaamuotoisena kommentointina.

### *Työntekijöiden haastattelu*

Kolmannen haastattelun kohderyhmänä olivat kohdeyrityksen työntekijät. Työntekijät ovat tienneet jo aiemmin kohdeyrityksen osallistumisesta kestävä matkailun kehittämistoimiin sekä opinnäytetyöstä, joka tuottaa kestävä mat-

kailun kehittämissuunnitelman. Työntekijöiden haastattelu oli tyypiltään lomakehaastattelu, joka toteutettiin 24.–28.2.2023 välisenä aikana. Forms-sovelluksella tuotetun lomakkeen (ks. liite 3) laati haastattelija. Haastattelun tarkoitus oli kartoittaa työntekijöiden valmiutta ja halukkuutta kestävän kehityksen implementointiin kohdeyrityksessä. Työntekijöiden haastattelut toteutuivat niin, että haastattelija kertoi yhteisesti paikan päällä lomakehaastattelusta, johon toivotaan työntekijöiden vastauksia. Työntekijöillä oli mahdollisuus täyttää lomake itsenäisesti tai haastattelijan kanssa keskustellen. Haastatteluun osallistui kolme työntekijää viidestä ja kaikki täyttivät haastattelulomakkeen itsenäisesti. Haastattelut kestivät noin viisitoista minuuttia per työntekijä. Vastaajista kaksi toivoi anonymiteettiä, joten kaikki työntekijöiden vastauksen käsiteltiin nimettöminä.

## **6.2 Haastatteluaineiston analysointi**

Kolmen haastattelutyypin tutkimusaineistot analysoitiin sisällönanalyysi-menetelmällä. Luvun alussa kuvataan ensimmäisen eli kohdeyrityksen haastattelun aineiston analyysia. Luvun lopussa kuvataan toisen ja kolmannen eli muiden yritysten sekä kohdeyrityksen työntekijöiden haastattelun analysointia.

### *Aineisto kohdeyrityksen haastattelusta*

Aineisto analysoitiin kysymyspatteristosta (ks. liite 1) muodostettuun taulukkoon sisällönanalyysi-menetelmällä. Nyky- ja tavoitetilä aineistot jaoteltiin Excel-taulukkoon rinnakkain, jotta tietojen vertailu ja visualisointi ympyräkaaviona oli mahdollista. Taulukossa 1 havainnollistetaan, miten tieto järjesteltiin ja analysoitiin osa-alueittain Excel-taulukossa. Kyllä / ei -vastauksilla kartoitettiin, onko yritystoiminta nykyhetkellä kyseisen väittämän mukaista vai ei. Tavoitetilä sarakkeisiin merkittiin, onko yritystoiminta tulevaisuudessa väittämän mukainen vai ei. Vastaamalla kysymyksiin vain vaihtoehtoilla kyllä tai ei, oli tarkoitus päästä laajojen kehitystoimien alkuun niin sanotusti epätoivoon vai pumatta. Haastattelutilanteessa ei tarvinnut tietää mitkä yksityiskohtat ovat pielessä ja millä toimilla niitä pitäisi kehittää. Vastauksiin tullaan palamaan kohdeyrityksessä myöhemmin, yksityiskohtaisten toimenpiteiden suunnittelun merkeissä.

Taulukko 1. Havainnekuva haastattelussa kerätyn tiedon analyysitaulukosta

		Nykytila		Tavoite	
		Kyllä	Ei	Kyllä	Ei
<b>8.</b>	<b>Vastuullisuus</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>0</b>
1.	Viestimme asiakkaillemme toimintaympäristömme luonnon- ja kulttuurihistoriasta ja ympäristön tilasta		1	1	
2.	Viestimme asiakkaillemme kulttuurimme ja elämäntapamme erikoispiirteistä	1		1	
3.	Viestimme asiakkaillemme alueen tuotteista ja palveluista, kannustan niiden hyödyntämiseen		1	1	

Kysymyksiin on pyritty vastaamaan rehellisesti. Kyllä-vastaus tarkoittaa, että kaikki väittämään liittyvät asiat ovat parhaalla mahdollisella tavalla, kehitystoimia ei tarvita. Ei-vastaus puolestaan tarkoittaa, että jotain kehitettävää on väittämään liittyen, joko paljon tai vähän. Negatiivinen vastaus ei välttämättä tarkoita suuria toimenpiteitä. Kyseessä voi olla jokin pienikin asia, mikä on aiemmin jäänyt huomiotta. Tämän tyyppisiä yksityiskohtia, huomioita, lisäyksiä ja tulevia toimenpiteitä sekä resurssien käyttöön liittyviä muistiinpanoja tarvitaan kehitystoimien käyttöönotossa, vaikka ne eivät kuulu tämän tutkimuksen piiriin. Kyseisistä tiedoista käytetään tässä tutkimuksessa nimitystä vapaamuotoiset kommentit. Kohdeyrityksen liiketoiminnan edustajien haastattelussa, haastattelija kirjasi vapaamuotoiset kommentit taulukossa 1 havainnollistetun Excel-tiedoston taulukkoon kunkin osa-alueen kohdalle. Kestävän ja vastuullisen matkailun osa-alueita on kymmenen ja ne ovat seuraavat:

1. Yhteistyö
2. Ekologinen kestävyys
3. Kulttuurinen kestävyys
4. Sosiaalinen kestävyys
5. Pitkäjänteisyys ja paikallisuus
6. Laatu ja turvallisuus
7. Ilmastonmuutos
8. Vastuullisuus
9. Taloudellinen kestävyys
10. Sitoutuminen

Vapaamuotoiset kommentit on kirjattu taulukossa 1 esitetyn taulukon ulkopuolelle niin, että kommentit ovat hyödynnettävissä taulukkoa katsellessa ja yksityiskohtaisia kehitystoimia suunniteltaessa.

### *Aineistot vertaisyritysten haastatteluista*

Yritysten haastattelulomakkeita (ks. liite 2) täytettiin neljä kappaletta. Vastausten keskenään vertailun lisäksi oleellista oli vastausten sisältö, koska haastattelulomakkeella oli myös monivalintakysymyksiä, joissa vastausvaihtoehtoja oli keskimäärin kaksikymmentä. Lisäksi tarjottiin vapaan tekstin vastausmahdollisuuksia. Edellä mainittujen vuoksi tietojen siirto paperisilta lomakkeilta sähköiseen muotoon ja tulosten esittäminen esimerkiksi kaaviona ei olisi tuonut lisäarvoa tai selkeyttä analyysiin. Sisällönanalyysi suoritettiin asettamalla vastauspaperit rinnakkain pöydälle. Tällä tavoin käytettävissä oli kaikki lomakkeisiin kirjattu tieto autenttisenä. Yksiselitteiset vastaukset sekä vapaamuotoiset tekstit huomioitiin sellaisenaan, esimerkiksi yrityksen koko. Monivalintavastauksien sisältöjä vertailtiin silmämääräisesti, peilaten niitä monivalintavastauksien määriin.

### *Aineistot työntekijöiden haastatteluista*

Työntekijähaastatteluiden vastauksia on määrällisesti vähän, joten haastatteluiden vastaukset siirrettiin papereilta Excel-tiedostoon manuaalisesti. Kysymykset ja vastaukset aseteltiin taulukkoon niin, että vastaukset voitiin muuntaa numeeriseen muotoon. Taulukossa 2 havainnollistetaan sisällönanalyysin käytännön toteutusta, esimerkiksi kysymykseen yksi on vastattu kolme kertaa kyllä.

Taulukko 2. Havainnekuva työntekijähaastattelun sisällönanalyysitaulukosta

nro	Kysymykset työntekijälle	Vastaukset:	Jonkin		
			Kyllä	verran	Ei
1.	Tiedän mitä tarkoittaa kestävä matkailu ja vastuullinen toimiminen		3	0	0
2.	Toimin vastuullisesti ja kestävää kehitystä tukien työpaikallani		3	0	0

Rinnakkain taulukkoon asetellut vastaukset mahdollistivat vertailun sisällönanalyysi-menetelmällä sekä tuloksien esittämisen prosentteina ja visuaalisena kaaviona.

### **6.3 Haastatteluaineiston tulokset**

Kolmen kohderyhmän haastatteluiden tulokset avataan tässä luvussa. Ensiksi käsitellään kohdeyrityksen liiketoiminnan haastattelun tulokset. Toiseksi kuvataan vertaisyritysten haastatteluiden tuloksia ja kolmantena avataan työntekijöiden haastattelun tuloksia.

#### **6.3.1 Liiketoiminnan haastatteluaineiston tulokset**

Liiketoiminnan edustajien haastattelulla kartoitettiin yritystoiminnan nyky- ja tavoitetila suhteessa kestävään ja vastuulliseen kehittämiseen. Käytännössä nykytilan kartoituksessa kirjattiin ylös toimintojen ominaisuudet kuten taulukossa 1 havainnollistetaan. Aineiston analyysissä nousi esiin kehityskohteita sekä sellaisia asioita, jotka ovat jo kestävä matkailun periaatteiden mukaisia. Kohdeyrityksen tulee huolehtia jo hyvin olevien asioiden ylläpidosta, esimerkiksi sisällyttämällä asiat käytössä oleviin toimintamalleihin ja vuosikelloihin. Mikäli toiminnon nykytila ei ollut sama kuin toiminnon tavoitetila, niin käsillä oleva toiminto on potentiaalinen kehityskohde. Realistisia kehityskohteita lisätään kehityssuunnitelmaan. Kaikenlainen kehittäminen kohdeyrityksen liiketoiminnassa ei ole välttämättä yrityksen intressien mukaista tai mahdollistakaan tällä hetkellä. On hyvä huomioida, että vastuullista liiketoimintaa kasvatetaan ydintoiminnan ohessa. Resurssien tulee riittää ydintoiminnan pyörittämiseen sekä kehitystoimintaan.

Yksittäisten vastausten sijaan kohdeyrityksen nykytilaa kuvataan sanallisesti yleisellä tasolla. Minkä tyyppiset asiat kussakin Sustainable Travel Finland -ohjelman osa-alueessa ovat hyvin kohdeyrityksessä ja mitkä puolestaan vaativat kehittämistoimia. Sanallisten kuvausten lisäksi Excel-tilaukseen asetellut tiedot mahdollistavat osa-alueiden tulosten kuvaamisen prosentuaalisena kehitystä vaativiin ja ei kehitystä vaativiin. Seuraavaksi avataan liiketoiminnan haastattelun tulokset. Jaotteluna käytetään Sustainable Travel Finland -ohjelman kestävä matkailun osa-alueita.

#### **Yhteistyö, ekologinen ja kulttuurinen kestävyys**

Kohdeyritys kuuluu matkailualueensa yhteismarkkinointi- ja kehittämisorganisaatioon. Yhteistyö alueen toimijoiden ja kohdeyrityksen välillä on sujuvaa ja

alueen yhteisiin kehittämistoimiin osallistutaan aktiivisesti. Alihankkijoita kohdellaan reilusti ja arvostavasti kohdeyrityksessä. Hankinnoissa suositaan lähialueen yritysten palveluita ja tuotteita. Yhteistyö-osa-alueen tulokset jakautuvat seuraavasti: 62 % toiminnoista on vastuulliseksi luokiteltavia, 38 % osa-alueen toiminnoista on kehitystä vaativia.

Kohdeyritys on tietoinen vastuullisesta luonnon käytöstä sekä noudattaa siihen liittyviä ohjeistuksia ja sopimuksia, niiltä osin, joihin on liiketoimintansa puitteissa sitoutunut. Rakennus- ja maisemointiprojekteissa pyritään toimimaan vahingoittamatta alkuperäistä luontoa sekä huomioidaan luonnon erityispiirteet. Lähiympäristön kantokyvystä ja sen asettamista rajoista ollaan tietoisia. Henkilökuntaa ja asiakkaita neuvotaan sekä kannustetaan jonkin verran ekologisesti vastuulliseen toimintaan. Ekologinen kestävyys -osa-alueen tulokset jakautuvat seuraavasti: 75 % toiminnoista on vastuulliseksi luokiteltavia, 25 % osa-alueen toiminnoista on kehitystä vaativia.

Alueen historia ja kulttuuriperinteet tunnetaan kohdeyrityksessä. Aineellista ja aineetonta kulttuuriperintöä sekä paikallista osaamista hyödynnetään tuotteissa ja palveluissa. Paikallisuutta arvostetaan kohdeyrityksessä sekä suositaan, aina kun se on liiketoiminnan puitteissa mahdollista. Kulttuurisen kestävyden -osa-alueen tulokset jakautuvat seuraavasti: 62 % toiminnoista on vastuulliseksi luokiteltavia, 38 % osa-alueen toiminnoista on kehitystä vaativia.

### **Sosiaalinen kestävyys sekä pitkäjänteisyys ja paikallisuus**

Kohdeyritys on jonkin verran perheystävällinen työpaikka. Yritys huomioi henkilökunnan elämänkaareen liittyviä asioita, mahdollistaa joustamisen niin työajoissa kuin -tehtävissä. Henkilökuntaa kohdellaan aina tasa-arvoisesti. Optimaalinen työergonomia mahdollistuu jonkin verran. Työntekijät tuntevat kohdeyrityksen arvot ja ohjeistuksen, kuinka arvoja voi käytännössä toteuttaa ja huomioida. Arvot toteutuvat jonkin verran käytännön tasolla. Toimintamalleja työympäristön tai -yhteisön ongelmatilanteisiin ei ole. Henkilökunnan koulutautuminen ja oman osaamisen kehittäminen toteutuu jonkin verran. Työtyytyväisyydestä ei kerätä tietoa systemaattisesti eikä henkilökohtaisia kehitysuunnitelmia tai vastaavia ole käytössä. Työntekijöiden hyvinvointiin ja osaamisen kehittämiseen liittyviä toimia on jonkin verran. Sosiaalinen kestävyys -

osa-alueen tulokset jakautuvat seuraavasti: 38 % toiminnoista on vastuulliseksi luokiteltavia, 62 % osa-alueen toiminnoista on kehitystä vaativia.

Pääsääntöisesti kohdeyrityksessä ei toteudu pitkäjänteinen vuorovaikutus paikallisten ja muiden alueen yritysten kanssa. Kohdeyritys ottaa huomioon matkailualueen muut elinkeinot omassa toiminnassaan. Ympärivuotisuutta tuetaan työpaikkoina, niiden ylläpitona sekä kehittämällä aktiivisesti tuotteita hyljaisille vuodenajoille Yrityksellä on paikallinen hyväntekeväisyyskohde, jota tuetaan säännöllisesti. Pitkäjänteisyys ja paikallisuus -osa-alueen tulokset jakautuvat seuraavasti: 20 % toiminnoista on vastuulliseksi luokiteltavia. 80 % toiminnoista on kehitystä vaativia.

### **Laatu ja turvallisuus sekä ilmastonmuutos**

Kohdeyrityksessä on panostettu laatu ja turvallisuus -osa-alueen sisältöihin. Liiketoiminta on toteuttanut riskianalyysin ja toimii alueen turvallisuusverkoston kanssa. Tietoisuus matkailuun vaikuttavista laeista, säädöksistä ja luvista on vahva ja toiminta on niiden alaista. Asiakkaille tarjotaan yrityksen laatutavoitteet sekä asiakaslupauksen täyttäviä matkailupalveluita. Palveluprosessit ovat laadukkaita ja pitkälle vietyjä. Niissä huomioidaan asiakkaan hyvinvointi ja turvallisuus palvelua käytettäessä. Asiakaspalautetta kerätään, mutta sen systemaattista jatkokäyttöä ei ole. Asiakkaita ja asiakasryhmiä kohdellaan tasa-arvoisesti asiakaspalvelussa ja tasa-arvo on vahva tahtotila kohdeyrityksessä. Yhdenvertaisuus käytännön tasolla ei toteudu laajamittaisesti. Esimerkiksi fyysisesti rajoittuneiden liikkumismahdollisuudet. Laatu ja turvallisuus -osa-alueen tulokset jakautuvat seuraavasti: 74 % toiminoista on vastuulliseksi luokiteltavia, 26 % toiminnoista on kehitystä vaativia.

Ilmastonmuutokset huomioivia ratkaisuja on toteutettu kohdeyrityksen uudisrakennuksessa sijaitsevissa toimitiloissa rakenteellisesti sekä varustelussa. Esimerkiksi maalämmön käyttöönotto, osittainen automaattivalaistus sekä vedsäästöominaisuuksia. Toimitiloissa suljetaan tarpeettomat sähkölaitteet silloin kuin niitä ei käytetä sekä kierrätetään paperit ja pahvit. Asiakkaita ohjeistetaan jätteiden käsittelyyn ja kierrätykseen liittyvistä mahdollisuuksista matkailualueella. Yrityksen toimitilojen sisäisiin toimintatapoihin liittyvää systemaattista

seuranta, dokumentointia ja toimintaohjeita ei ole. Ilmastonmuutosta ehkäisevät toimet perustuvat työntekijöiden oma-aloitteisuuteen ja vapaaehtoisuuteen. Ilmastonmuutos -osa-alueen tulokset jakautuvat seuraavasti: 48 % toiminnoista on vastuulliseksi luokiteltavia. 52 % toiminnoista on kehitystä vaativia.

### **Vastuullisuus, taloudellinen kestävyys sekä sitoutuminen**

Vastuullisuus-osa-alue sisältää viestimistä sidosryhmille yrityksen vastuullisesta toiminnasta. Tästä osa-alueesta toteutuu nykytilassa yksittäisiä toisistaan irrallisia asioita ja viestimistä asiakkaille. Asiakkaille viestitään alueen kulttuurin ja elämäntavan erikoispiirteistä. Asiakkaille viestitään julkisilla kulkuvälineillä saapumisesta matkailualueelle samoin niillä liikkumisesta matkailualueella. Kohdeyrityksessä on, erityisesti lapsiperheille suunnattua informaatiota on ja siitä viestitään asiakkaille. Vastuullisuus viestimisessä -osa-alueen tulokset jakautuvat seuraavasti: 29 % toiminnoista on vastuulliseksi luokiteltavia, 71 % toiminnoista on kehitystä vaativia.

Taloudellinen kestävyys on kohdeyrityksessä hyvä. Liiketoimintasuunnitelmaa päivitetään, tavoitteita asetetaan ja niiden toteutumista seurataan. Tuotekehitykseen ja uusasiakashankintaan panostetaan. Matkailualan trendejä seurataan ja tietoa pyritään hyödyntämään tulevaisuuden suunnittelussa. Yritys hyödyntää liiketoiminnassaan alueen muiden toimijoiden tuotteita. Matkailutuotteet ja -palvelut ovat reaaliaikaisesti, digitaalisesti ostettavissa. Ajantasaista tietoa kohdeyrityksestä ja sen tarjoamista matkailutuotteista on laajasti saatavilla nettisivuilla usealla kielellä. Kohdeyrityksen yhteystietoja sekä tuotetietoja on saatavilla useissa digitaalisissa palveluissa. Kohdeyritys jakaa ajantasaisia tietoja sosiaalisen median kanavissa systemaattisesti ja aktiivisesti. Kohdeyritys työllistää paikallisia ihmisiä ympärivuotisesti, vaikka työ on sesonkipainotteista. Liiketoiminta panostaa tuotekehitykseen, joka tukee huippuseasonkien ulkopuolista tuotantoa. Taloudellinen kestävyys -osa-alueen tulokset jakautuvat seuraavasti: 81 % toiminnoista on vastuulliseksi luokiteltavaa, 19 % toiminnoista on kehitystä vaativia.

Vastuulliseen ja kestävään matkailuun sitoutuminen -osa-alue liittyy pääosin Sustainable Travel Finland -polun läpivientiin ja STF-merkin saantiin. Kohdeyritys on STF-polun ja kehitystoimien alkumetreillä, minkä vuoksi tämä osio koettiin nykytilan kartoituksessa hyödylliseksi ohjenuoraksi juuri nykyhetkeen. Sitoutuminen-osa-alueen nykytilan kartoitukseen on huomioitu osittain sellaisia asioita, joita ei vielä ole mutta jotka on jo päätetty toteutettavaksi mahdollisimman pian. Esimerkiksi vastuuhenkilö, joka koordinoi STF-polulla etenemistä, hänelle koulutusta ja aikaa toteuttaa toimeaan. Vastuullisuuteen sitoutuminen -osa-alueen tulokset jakautuvat seuraavasti: 40 % toiminnoista on vastuulliseksi luokiteltavia, 60 % toiminnoista on kehitystä vaativia.

### 6.3.2 Yrityshaastatteluiden tulokset

Tässä luvussa kuvataan vertaisyritysten haastatteluiden tulokset. Kaikki neljä haastateltua yritystä tuottaa aktiviteetteihin lukeutuvia matkailualan palveluita. Kaikki haastatteluun osallistuneet yritykset ovat kooltaan pieniä yrityksiä ja kansainvälisten asiakkaiden osuus on yli 60 %. Kaksi pääsyytä kestävän kehityksen käyttöönottoon ovat seuraavat:

1. Markkinoinnilliset hyödyt ja mahdollisuudet.
2. Asiakkaat arvostavat ja vaativat todennettua vastuullisuutta.

Kaikki neljä yritystä kokivat markkinoinnillisten syiden olevan se pääsyy, jonka vuoksi kehitystoimiin on ryhdytty tai ollaan ryhtymässä. Kolme yritystä tiedottaa asiakkaiden arvostavan ja/tai vaativan vastuullista ja kestävää toimintaa käyttämältään matkailupalveluyritykseltä. Muita kriteereitä ovat halu luonnonsäästämiseen, ilmastomuutoksen hillitsemiseen sekä jatkuvuuden luontiin. Lisäksi yrittäjän oman ideologian ja arvojen tuominen osaksi yrityksen arvomaailmaa. Syyt kestävän kehityksen käyttöönottoon olivat hyvin yhteneväiset kaikilla vastaajilla, riippumatta käytännön toimien vaiheesta kyseisessä yrityksessä.

Vastanneissa yrityksissä viimeisen vuoden aikana tehtyjä matkailun ekologista kestävyttä edistäviä toimia ovat tärkeysjärjestyksessä seuraavat:

1. Jätteiden lajittelu, kierrätys sekä jätemäärän todennettava vähentäminen.
2. Energia- ja vedenkäyttökulujen seuraaminen ja vähentäminen.
3. Asiakkaiden kannustaminen kohtuulliseen energian- ja vedenkäyttöön.

Yrityksistä kolme on toteuttanut jätteiden lajittelua sekä energian ja veden säästämistä. Lisäksi yritysten toiminnassa tuetaan ruokahävikin vähentämistä, henkilökunnan kouluttamista ympäristöasioissa ja ympäristömerkittyjen pesuaineiden käyttöä. Nämä toimet näkyvät yksittäisinä toimina, mutta voivat yrityksen sisällä liittyä johonkin laajempaan kokonaisuuteen. Kuten Yrityksen 1 kohdalla ruokahävikin vähentäminen on yksittäinen toimi, mutta samalla osa laajempaan ruokapalveluihin liittyvään kokonaisuutta.

Viimeisen vuoden aikana tehdyistä matkailun sosiokulttuurista kestävyttä edistävästä toimista ainoa oli seuraava:

1. Paikallisen kulttuuriperinnön säilymisen ja elinvoimaisuuden tukeminen omalla toiminnalla.

Kolme vastaajaa on tehnyt toimia paikallisen kulttuuriperinnön säilyttämiseksi ja tukemiseksi. Haastattelussa ei pyydetty erittelemään mitä kyseiset toimet tarkalleen ottaen ovat. Ne voivat olla yksittäisiä, kertaluontoisia toimia tai useamman toimen vaikkapa toistuva sarja. Matkailualue sijaitsee alueella, jossa vaikuttavat vahvasti esimerkiksi saamelaiskulttuuri ja kultahistoria. Suurin osa vastaajista on tehnyt kulttuuriperinnön säilyttämiseen liittyviä asioita, joten voitane tulkita, että aihe koetaan tärkeäksi matkailualueella ja siihen halutaan panostaa. Kulttuuriperinnön säilyttämiseen liittyvät teot voivat olla käytännön tasolla yrityksen ulkopuolelle helpostikin näkyviä toimia ja tekoja. Tällöin kyseisistä teoista saadaan suoraa hyötyä esimerkiksi näkyvyytenä mediassa, positiivisen yrityskuvan kasvuna sekä luotettavuuden lisääntymisenä paikallisille sidosryhmille. Mikäli tavoitteena on pysyvästi kestävä ja vastuullinen yritystoiminta on hyvä huomioida, ettei tuoteta jotain pelkän lyhytaikaisen näkyvyyden vuoksi. Tuotetaan sellaisia tekoja, joiden vaikutukset ovat vastuullisia ja pitkäkestoisia sekä arvomaailmaan sopivia.

Viimeisen vuoden aikana tehtyjä matkailun taloudellista kestävyttä edistäviä toimia ovat tärkeysjärjestyksessä seuraavat:

1. Palvelu- ja tavaraostot tehdään paikallisilta toimijoilta.
2. Ensisijaisesti työllistetään paikallisia.

Kaikki neljä vastaajaa suosivat paikallisia toimijoita hankinnoissaan sekä työllistävät ensisijaisesti paikallisia. Lisäksi yksi yritys asetti pitkäntähtäimen tavoitteita, seurasi tavoitteiden saavuttamista ja kehitti yritystoiminnan läpinäkyvyyttä. Vastauksien perusteella paikallisuutta arvostetaan ominaisuutena niin työntekijällä kuin alihankkijalla. Paikallisuutta halutaan tukea omalla yritystoiminnalla. Paikallisuuden tukemisen tulee olla molempia osapuolia tukevaa, muutoin sille ei ole perusteita. Tuloksista voidaan tulkita että, pitkän tähtäimen tavoitteita ei juurikaan aseteta tai niiden olemassaoloa ei tuoda julki ulkopuolisille. Kyse voi olla yritystoiminnan läpinäkyvyyden lisäämistarpeesta. Läpinäkyvyys on rehellisyyttä ja se luo luotettavuutta. Edellä mainittujen seurauksena yritys on houkuttelevampi asiakkaalle ja yhteistyökumppanille.

Vastaajista kaksi ovat kokeneet haasteita vastuulliseen toimintaan ja kestävään kehittämiseen liittyen. Haasteet ovat molemmilla vastaajilla samat ja ne ovat seuraavat: Vastuullisten valintojen kalleus ja jätteiden lajittelun vaikeus, koska kunta ei järjestä biojätteen keräystä. Kaikki vastaajat kokevat osaamisvajetta ja ovat halukkaita osallistumaan koulutukseen kestävän matkailun tiimoilta. Vastauksista ei selvinnyt ovatko koulutustarpeet samanlaisia kestävästä kehitystä pidempään toteuttaneella ja vasta aloittelevalla yrityksellä.

Kolmessa yrityksessä on havaittu että, vastuullisten arvojen huomioiminen yrityksen toiminnassa ja siitä viestiminen ovat vaikuttanut asiakkaan ostopäätökseen. Yritykset viestivät toimistaan asiakkaille digitaalisesti ja paikan päällä toimitiloissaan. Viestinnässä käytetään visuaalisina elementteinä saavutettuja sertifiointeja ja niistä kertovia merkkejä. Lisäksi käytetään sanallisia kuvauksia yrityksen vastuullisuustoimista, niiden etenemisestä ja onnistumisesta. Vastuullisesta toiminnasta saatuja käytännön hyötyjä ovat: Myönteinen yrityskuva, toiminnan uskottavuuden lisääntyminen sekä lisähuomio mediassa.

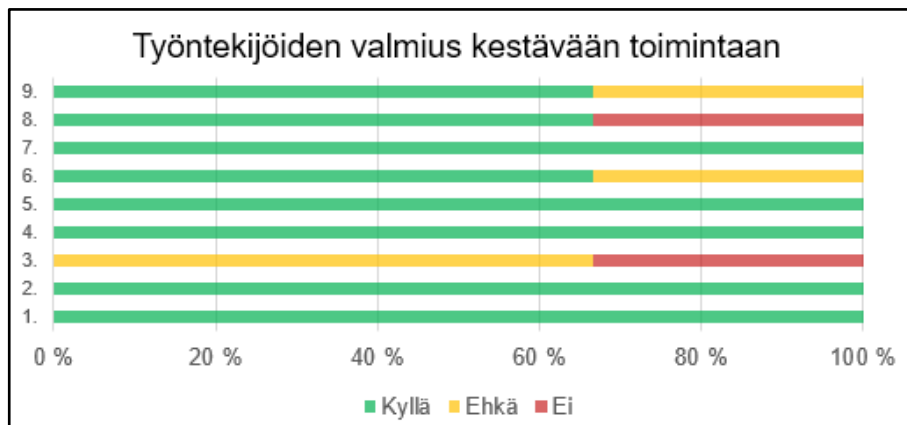
Yrityksen 2 haastattelutilanteessa oli eniten osapuolien välistä keskustelua ja haastateltavan omaa pohdiskelua. Yrityksessä 2 ollaan kestävyyspolun alkumetreillä. Tästä voisi tulkita, että kestävyys on ajankohtainen teema yrityksessä. Aihetta työstetään henkiselällä tasolla ja uusia toimintamalleja suunnitellaan. Kestävään ja vastuulliseen yritystoimintaan liittyvät asiat kiinnostavat, ja pyörivät mielessä. Vastuullisuuteen liittyvät toimet eivät ole vielä niin tuttuja, että olisivat muodostuneet automaattisiksi käytänteiksi, joita toteutetaan sen

kummemmin ajattelematta. Vastuullisuustoimien implementoituessa osaksi yritystoimintaa, ne muuttuvat osaksi normaalia toimintaa. Yrityksen 3 haastattelu oli ajallisesti pitkäkestoisin. Haastateltava paneutui kestävän matkailun maailmaan ja pohti vastauksiaan. Tästä voisi tehdä samankaltaista tulkintaa kuin yrityksellä 2. Kestävyys asiat ovat mielessä ja aikaansaavat pohdintaa. Mikä voitaisiin tulkita positiiviseksi asiaksi, koska Yrityksen 3 arvomaailma on vastuullinen, mutta arvojen todentaminen on ajankohtainen aihe kyseisessä yrityksessä. Yritys 4 on tunnistanut tarpeen lähteä kestävän kehittämisen polulle. Painetta kestävyystoimien käyttöönottoon ja todentamiseen luovat asiakkaat ja yhteistyökumppanit.

### **6.3.3 Työntekijähaastatteluiden tulokset**

Osa vastaajista toivoi anonymiteettiä, joten kaikki työntekijöiden vastauksen käsiteltiin nimettöminä. Koska vastaukset käsiteltiin nimettöminä, niin suoria toimenpiteitä ei voida tämän haastattelun perusteella toteuttaa, esim. koulutukseen tai tehtävien jakoon liittyen. On todennäköistä, että työntekijät ovat kokeneet voivansa vastata rehellisemmin, mikäli vastaus ei kulje nimen kanssa. Kehitystoimia tehdään normaalin työn ohessa ja on mahdollista, että työntekijöillä on huoli kuormittavuudesta tai omasta riittämättömyydestä. Haastattelulla haluttiin selvittää missä määrin vastuullisuus asiat ovat tuttuja, mutta myös työntekijöiden halukkuutta kehitystoimiin.

Työntekijähaastattelun (ks. liite 3) tuloksia visualisoidaan kuvassa 4. Kysymykset yksi, kaksi ja viisi koskivat työntekijän omaa tietämystä vastuullisesta toiminnasta sekä tukeeko oma käyttäytymismalli kyseistä tietämystä. Kaikki vastaajat tietävät mitä tarkoittaa kestävä matkailu ja vastuullinen toiminta. Henkilökohtainen toiminta arvioidaan kestävästä kehitystä tukevaksi. Kysymykset neljä ja kuusi käsittelevät työntekijän valmiutta kehittää omia toimintatapoja ja käyttäytymismalleja. 66 % vastaajista ovat valmiita kehittämään toimintatapoja sekä kommunikointiaan vastuullisten arvojen mukaiseksi. 33 % vastaajista empii muuttaa kommunikointiaan ja tapansa kohdella muita. Kysymykset kolme, seitsemän, kahdeksan ja yhdeksän koskevat kohdeyrityksen toimitiloissa yhdessä toimimista. 33 % vastaajista kokee, ettei toimitiloissa toimita lainkaan vastuullisesti sekä kestävästä kehitystä tukien. 66 % vastauksista kertoo toimitiloissa olevan jonkin verran kestävästä kehitystä tukevaa toimintaa.



Kuva 4. Työntekijöiden tietämys kestävästä kehityksestä ja käyttöönottovalmiudesta

Yleissilmäyksellä kohdeyrityksen työntekijöiden valmius kestävyuden implementointiin on hyvä, kuten kuvassa 4 voidaan havaita vihreänä palkkina. Empiiviä keltaisia ja kielteisiä punaisia vastauksia on hyvin vähän. Vapaan sanan -kenttään tuli yksi vastaus, jossa toivotaan lisää kierrätystä.

## 7 KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Tässä luvussa esitetään kohdeyrityksen vastuullisen toiminnan tavoitetilaa verrattuna nykytilaan sekä annetaan konkreettisia kehittämissuhteita, joiden avulla päästään kohti tavoitetilaa. Lopussa kuvataan, millä tavalla kehityssuunnitelma toteutetaan käytön tasolla sellaiseksi, että se on toimiva työkalu kohdeyrityksessä.

### 7.1 Tavoitetila ja kehittämissuhteet aihealueittain

Kohdeyrityksen toiminnan nykytilaa kartoittaessa asetettiin myös tavoitetila jokaiselle käsiteltävälle kysymykselle / väittämälle, kullekin kestävä ja vastuullisen matkailun kymmenelle osa-alueelle. Haastatteluaineiston analyysiin peilausten muodostetaan käsitys nyky- ja tavoitelilan eroista eli tulevista kehitystoimenpiteistä. Ne lisätään kohdeyrityksen kestävä matkailun kehityssuunnitelmaan.

Seuraavaksi kuvataan sanallisesti osa-alueiden sisältöjä, muodostaen ikään kuin polkua kohti tavoitetilaa. Minkä tyyppiset asiat kussakin Sustainable Travel Finland -ohjelman osa-alueessa vaativat kehittämistoimia. Sanallisten ku-

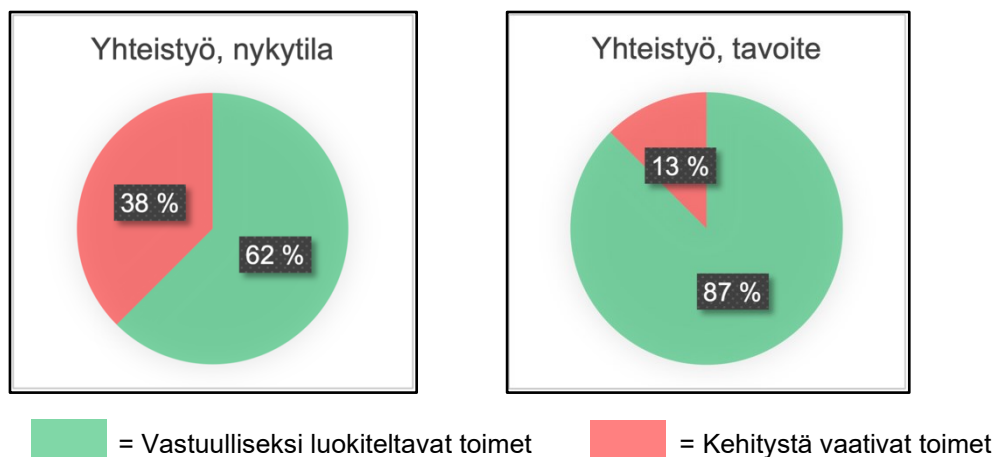
vausten lisäksi tietojen analysointi Excel-taulukossa mahdollistaa osa-alueiden tulosten kuvaamisen ympyräkaaviona nykytilasta tavoitetilaa. Seuraavaksi avataan liiketoiminnan haastattelu analyysiin perustuvat kehittämistoimet Sustainable Travel Finland -ohjelman kestävän matkailun osa-alueiden mukaisesti.

## Yhteistyö

Yhteistyö-osa-alueen toiminta nykytilassaan vastaa melko hyvin vastuullisiin ja kestäviin arvoihin näin ollen myös osa-alueen tavoitetilaa. Yhteistyö-osa-alue sisältää vain kahdeksan kysymystä ja on sisällöltään suppeampi kuin loput yhdeksän osa-aluetta. Näennäisesti kohdeyrityksen liiketoiminta perustuu eri tahojen väliseen yhteistyöhön, koska kaikki myytävät palvelut ovat alihankkijoiden tuottamia. Kestävyyden ja vastuullisuuden kannalta katsottuna sidosryhmiin liittyvän yhteistyön prosessit ja erityispiirteet jakautuvat yhdeksään muuhun osa-alueeseen, yhteistyö-osa-alueen sijaan.

Yhteistyö-osa-alueen kehityskohteet ovat keskenään samantyyppisiä, puutteelliseen viestintään liittyviä. Kehittämistä tarvitaan onnistuneiden käytänteiden jakamisessa sekä sidosryhmien osallistamisessa, tämän vuoksi kehittämissuunnitelmaan lisätään tästä osa-alueesta seuraavat:

- Sidoryhmien osallistaminen vastuullisen matkailun kehittämiseen, esimerkiksi yhteisin viestein ja toimenpitein.
- Onnistuneista kestävän kehityksen käytänteistä viestiminen sidosryhmille.



Kuva 5. Yhteistyö-osa-alueen nyky- ja tavoitetilän vertailu

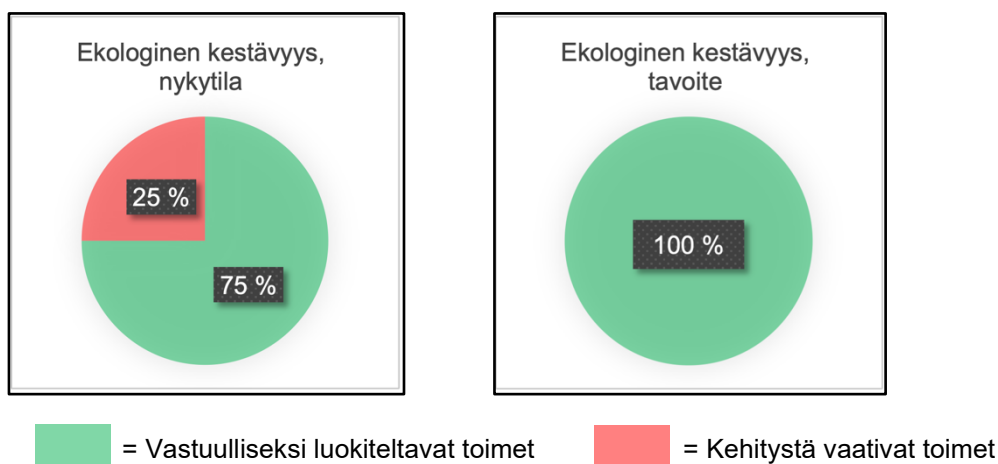
Kuvassa 5 havainnollistetaan osa-alueen nyky- ja tavoitetilaa sekä niiden välistä eroa. Tavoitetila yhteistyö-osa-alueelle on 87 % vastuullisuuskriteeristön mukaisia toimia ja 13 % ei. Kehittämistoimien toteutuessa tavoitetilan mukaisesti, yhteistyö-osa-alueen toimet kehittyvät yhteensä 25 prosenttiyksikköä.

## Ekologinen kestävyys

Nykytilan kartoituksessa nousi esille liiketoiminnan vahva tahtotila ekologiseen toimintaan sekä oletus, että toiminta on sen mukaista. Ekologisen kestävyden käytännön toimet tulee saattaa kaikilta osin tahtotilan ja oletuksen mukaiseksi. Henkilöstöä halutaan kannustaa toimimaan ekologisesti kestävästi työajalla sekä sen ulkopuolella. Kehityskohteita on vähän tässä osa-alueessa ja niitä yhdistävä tekijä on tiedon määrä, joka on työntekijöiden käytettävissä asiakaspalvelussa. Merkille pantavaa on, että ekologiseen kestävyteen liittyvät toimet ovat pääosin yrityksen tahtotila, liiketoiminnan luonteen vuoksi käytännön toimien toteuttaminen on marginaalista yrityksen omassa liiketoiminnassa.

Ekologisen kestävyden osa-alueesta kehittämissuunnitelmaan lisätään seuraavat:

- Metsähallituksen Luontopalveluiden ja UNESCO:n Suomen maailmaperintökohteiden yhteisiin kestävä matkailun periaatteisiin perehtyminen.
- Lähiympäristön tilaa ja huolenpitoa koskevan tiedon lisääminen työntekijöiden käyttöön.



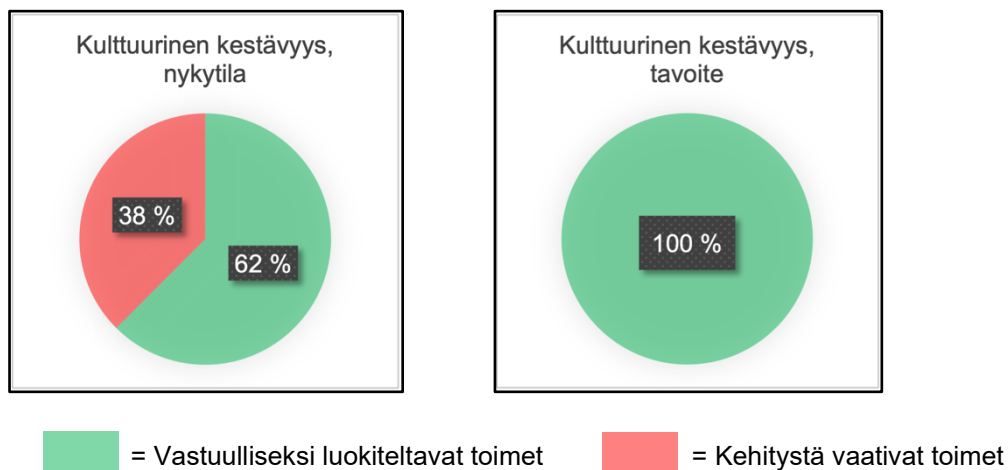
Kuva 6. Ekologinen kestävyys -osa-alueen nyky- ja tavoitetilan vertailu

Kuvassa 6 havainnollistetaan osa-alueen nyky- ja tavoitetila sekä niiden välistä eroa. Mikäli kehitystoimet toteutetaan tavoitetilan mukaisesti, ekologisen kestävyden osa-alue tulee vastaamaan 100 % vastuullisen matkailun periaatteita. Kehittyminen olisi 25 prosenttiyksikköä nykytilasta.

### Kulttuurinen kestävyys

Kulttuuriperinteet ja alueen historia ovat sinänsä tuttuja aiheita kohdeyrityksessä. Kohdeyritys on pitkään alueella toiminut paikallinen yritys, paikallisine työntekijöineen. Kehittämistoimet kohdistuvat henkilökunnan systemaattiseen osaamisen vahvistamiseen ja ylläpitoon, minkä vuoksi kehittämissuunnitelmaan lisätään tästä osa-alueesta seuraavat kohteet:

- Työntekijöiden perehdyttäminen alueen historiaan ja kulttuuriperintöön sekä tietojen ylläpito tarvittavalla syklillä.
- Työntekijöiden perehdyttäminen alueen kulttuuripalveluiden tarjontaan.
- Ohjeistus miten käyttää edellä mainittuja tietoja omassa työssään.
- Työntekijöiden perehdytys asiakkaan lähtömaan kulttuurin ominaispiirteisiin yleisellä tasolla. Rajataan pääasiallisten kohdemaiden mukaan.



Kuva 7. Kulttuurinen kestävyys -osa-alueen nyky- ja tavoitetilan vertailu

Kulttuurisen kestävyden toimien kehittäminen tavoitteen mukaiseksi, koetaan kohdeyrityksessä jo tavoitetilan kartoitusvaiheessa helpoksi ja resurssitehokkaiksi toteuttaa. Toteuttamiseen on olemassa valmiit välineet ja tarjonta matkailualueella. Kuvassa 7 havainnollistetaan osa-alueen nyky- ja tavoitetilaa

sekä niiden välistä eroa. Kun tavoitetilä toteutuu kohdeyrityksessä, kulttuurinen kestävyys on paras mahdollinen. Tällöin kehitystä on tapahtunut 38 prosenttiyksikköä.

### **Sosiaalinen kestävyys**

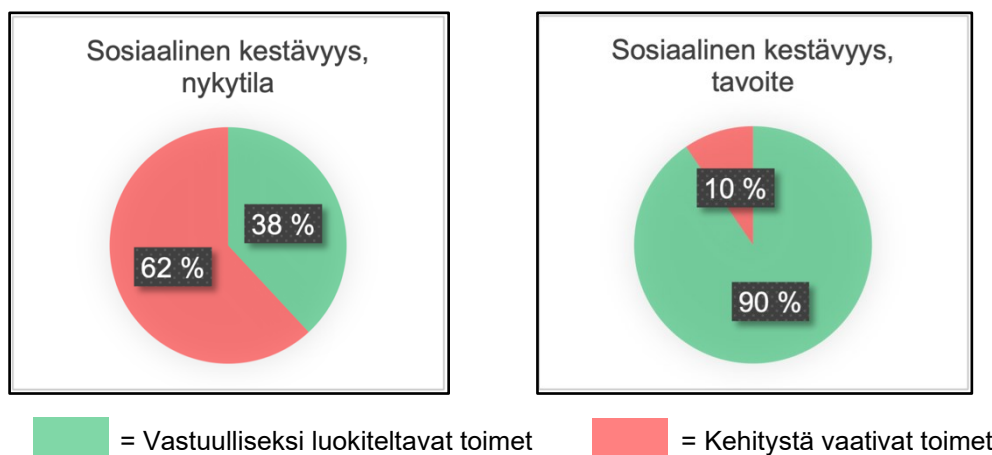
Sosiaalinen kestävyys vaatii kehittämistä kohdeyrityksessä. Työntekijöiden huomioiminen työn jatkuvuuden kannalta ei toteudu. Kohdeyritys toimii pitkälti työntekijöiden tuottaman itseohjautuvuuden periaatteella. Tästä toimintamallista puuttuu systemaattinen kannustus ja panostus työntekijöiden koulutukseen sekä hyvinvointiin. Toimintamalli panostaa yksittäisiin, kulloisellakin hetkellä tärkeiksi koettuihin kohteisiin sekä asiakaspalvelussa että työntekijöiden hyvinvoinnissa. Yksittäisiin kohteisiin saatetaan investoida näennäisen paljon, mutta nämä panostukset eivät välttämättä vaikuta kokonaisuuteen työntekijän hyvinvoinnissa ja liiketoiminnan vastuullisuudessa

Työntekijät tuntevat kohdeyrityksen arvot ja ohjeistuksen, kuinka arvoja voi käytännössä toteuttaa ja huomioida. Arvojen käytännön toteutus perustuu työntekijän oma-aloitteisuuteen. Henkilökunnan kouluttautuminen ja oman osaamisen kehittäminen on täysin omaehtoista. Kohdeyritys ei edesauta työntekijää osaamisensa kehittämisessä, mutta ei myöskään estele, mikäli työntekijä on omatoimisesti kehittämässä osaamistaan työn siitä häiriintymättä. Työtyytyväisyydestä ei kerätä tietoa systemaattisesti eikä henkilökohtaisia kehityssuunnitelmia tai vastaavia ole käytössä. Työntekijöiden hyvinvointiin ja osaamisen kehittämiseen liittyvät toimet perustuvat täysin työntekijän oma-aloitteisuuteen. Liiketoiminnan huomautuksena osa-alueelle: Henkilökunnan toiveiden kuuntelu ja itseohjautuvuus.

Henkilökuntaan liittyvä kehittäminen osaamisen, hyvinvoinnin ja toimintatapojen osalta tulee saattaa tavoitetilan mukaiseksi, minkä vuoksi kehittämissuunnitelmaan lisätään sosiaalinen kestävyys -osa-alueesta seuraavia kohteita:

- Henkilökunnan tukeminen kouluttautumiseen ja itsensä kehittämiseen.
- Henkilökunnan hyvinvoinnin tukeminen, esimerkiksi liikuntamahdollisuuksilla.
- Jätteiden kierrätys henkilöstön tiloihin ja motivointia arjen ekotekoihin.

- Henkilökohtaiset kehityssuunnitelmat, joissa on huomioitu pätevyys, kehittymishalu ja muuta vastaavaa.
- Toimintamalli työpaikkakiusaamiseen ja muihin mahdollisiin poikkeustilanteisiin työyhteisössä.
- Systemaattinen tiedonkeruu työtyytyväisyydestä ja toiminnan kehittäminen tulosten mukaisesti.



Kuva 8. Sosiaalinen kestävyys -osa-alueen nyky- ja tavoitetilan vertailu

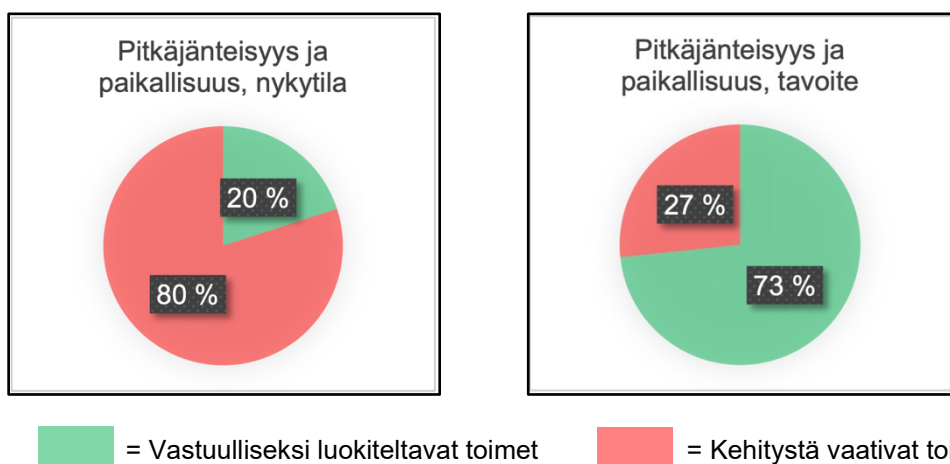
Kuvassa 8 havainnollistetaan osa-alueen nyky- ja tavoitetilan välistä eroa. Sosiaalinen kestävyys -osa-alueelle on 38 % vastuullisuuskriteeristön mukaisia toimia ja 62 % kehitystä vaativia. Kehittämissuunnitelman toteutuessa tavoitetilan mukaisesti, sosiaalinen kestävyys -osa-alueen toimet kehittyisivät yhteensä 52 prosenttiyksikköä.

### Pitkäjänteisyys ja paikallisuus

Koko pitkäjänteisyys ja paikallisuus -osa-alue vaatii osakseen kehitystoimia olakseen vastuullista ja kestävää yritystoimintaa. Osa-alueen kehityskohteita yhdistävä tekijä on vuorovaikutus toisen osapuolen kanssa. Vuorovaikutusta toki on, mutta tässä peräänkuulutetaan yhteneväistä ja eteenpäin pyrkivää vuorovaikutusta. Avoin systemaattinen yhteistyö ja tiedottaminen alueen yrityksille sekä asukkaille. Vastuullista vuorovaikutusta kohdeyrityksen ja sen sidosryhmien välillä kehittääkseen, kehittämissuunnitelmaan lisätään seuraavat:

- Järjestämme säännöllisesti asukasillan kuullaksemme paikallisia (vakituiset ja vapaa-ajan asukkaat).
- Tarjoamme ostosaikeissa oleville asiakkaille mahdollisuuden tutustua paikallisiin tuotteisiin.
- Yritys kannustaa paikallisia tuottajia (esim. viljelijät, taiteilijat) tarjoamaan tuotteitaan alueen matkailuyrityksille.

- Yritys tarjoaa yrityksen työntekijöille tietopaketin alueesta, jossa on otettu huomioon mm. alueen historia, kulttuuri, luontoarvo ja paikalliset palvelut.
- Yrityksessä seurataan systemaattisesti matkailualan trendejä ja hyödynnetään tietoa yritystoiminnan kehittämisessä.
- Yrityksessä kerätään systemaattisesti markkinatietoutta yrityksen fokusmarkkinoista ja tietoa hyödynnetään tuotekehityksessä ja/tai henkilökunnan koulutuksessa.
- Vähintään yksi henkilö yrityksessä on osallistunut / osallistumassa matkailualan trendejä tai markkinatutkimuksia koskevaan koulutustilaisuuteen.



Kuva 9. Pitkäjänteisyys ja paikallisuus -osa-alueen nyky- ja tavoitetilan vertailu

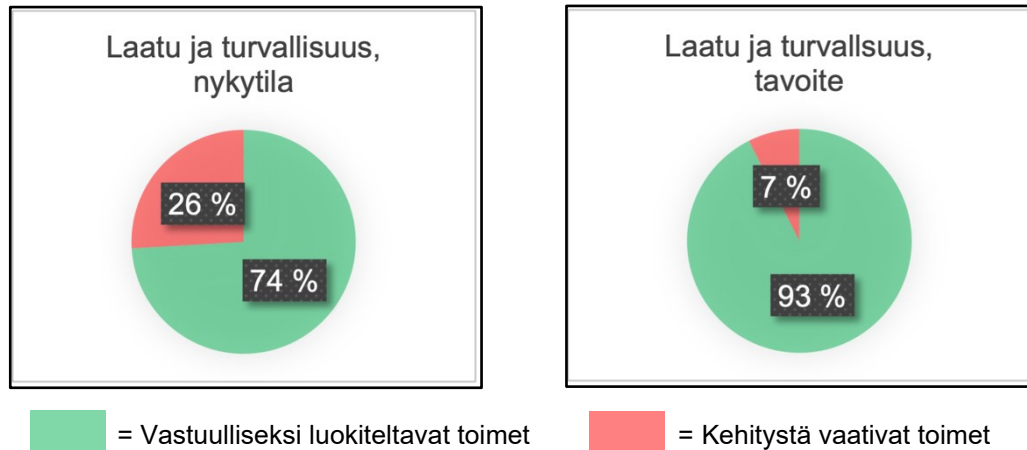
Kuvassa 9 havainnollistetaan osa-alueen nyky- ja tavoitetilaa sekä niiden välistä eroa. Pitkäjänteisyys ja paikallisuus -osa-alueen toiminnoista 20 % on vastuullisuuskriteerit täyttävää. Toimista 80 % tarvitsee kehitystoimia. Mikäli kehitystoimet toteutuvat, niin pitkäjänteisyys ja paikallisuus -osa-alueen kehitys olisi 53 prosenttiyksikköä.

### Laatu ja turvallisuus

Kohdeyrityksessä laatu ja turvallisuus asiat ovat vastuullisuuskriteeristön mukaisia niin sisäisissä toimissa kuin asiakaspalvelussa ja tuotteistuksessa. Pääsääntöisesti laatu ja turvallisuus asiat ovat myös kohdeyrityksen tavoitetilan mukaisia. Kehityskohteita on vähän ja ne liittyvät henkilökunnan kouluttamiseen sekä yritystoiminnan pitkäjänteiseen kehittämistoimintaan. Jotta edellä mainitut saadaan tavoitetilan mukaiseksi, laatu ja turvallisuus -osa-alueesta lisätään kehittämissuunnitelmaan seuraavat asiat:

- Ajantasainen turvallisuussuunnitelma kriisin varalle.

- Henkilöstömme on perehdytetty toimimaan kriisin sattuessa turvallisuusohjeiden mukaisesti.
- Henkilökunnan ensiaputaidot ajan tasalle ja ylläpito.
- Huomioimme erilaiset uskonnot ravitsemuspalveluissa.
- Esteettömyys asiakastiloissa.



Kuva 10. Laatu ja turvallisuus -osa-alueen nyky- ja tavoitetilan vertailu

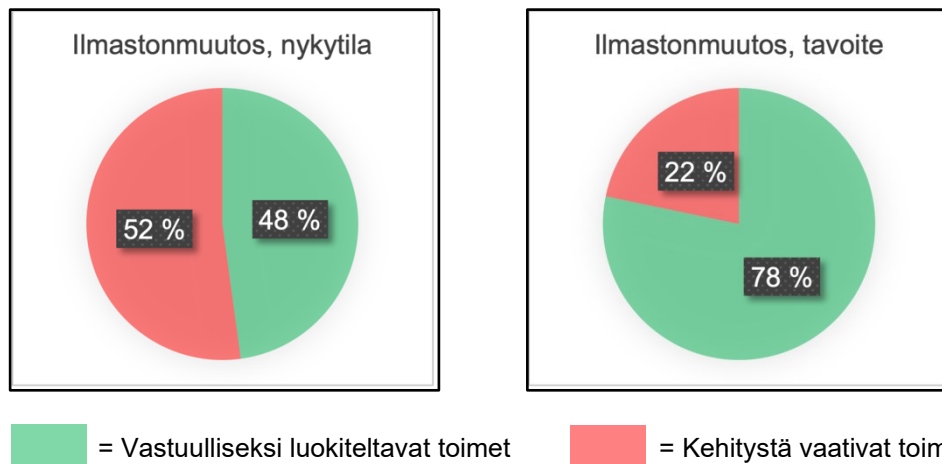
Kuvassa 10 havainnollistetaan osa-alueen nyky- ja tavoitetilaa sekä niiden välistä eroa. Laatu ja turvallisuus -osa-alueen toiminnoista vastuullisuuskriteeristön täyttävää on 74 % ja 26 % kehitystä vaativia. Kun kehitystoimet toteutetaan tavoitetilan mukaiseksi, niin laatu ja turvallisuus -osa-alueesta 93 % on vastuullista.

## Ilmastonmuutos

Kohdeyrityksen toimitilat ja sen varustelu uudisrakennuksessa ovat ilmastonmuutosta huomioivia. Ihmisten toiminta toimitiloissa on valtaosin ilmastonmuutosta huomioivaa. Toiminta on kuitenkin vapaaehtoista ja perustuu työntekijän omiin arvoihin. Yrityksen yhteiset toimintaohjeet, systemaattinen seuranta ja dokumentointi tulee ottaa käyttöön ilmastonmuutosta huomioiviin toimiin. Osa-alueen kehityskohteet ovat keskenään samantyyppisiä ja liittyvät toiminnan systemaattiseen ohjeistamiseen. Jotta ilmastonmuutos-osa-alue saadaan tavoitetilan mukaiseksi, kehityssuunnitelmaan lisätään seuraavat kohdat:

- Hankintojen laadun ja määrän dokumentointi. Tavoitteena ympäristöä vähiten kuormittavat hankinnat.
- Hankinnoissa käytämme kriteerinä vähäistä energiankulutusta.
- Seuraamme ja dokumentoimme toiminnan hiilijalanjälkeä, tavoitteen pienentää sitä.

- Seuraamme aiheuttamamme jätteen määrää, tarkoituksena vähentää sitä.
- Hyöty käytämme ja kierrätämme biojätteet ja muovit.
- Valvomme systemaattisesti, ettei sisätilan lämmitystä pidetä kohtuuttoman korkealla.
- Henkilökunnan ohjeistus energiaa käyttävien laitteiden käytöstä energiankulutuksen vähentämiseksi.
- Emme käytä tarjoilussa yksittäispakattuja tuotteita.



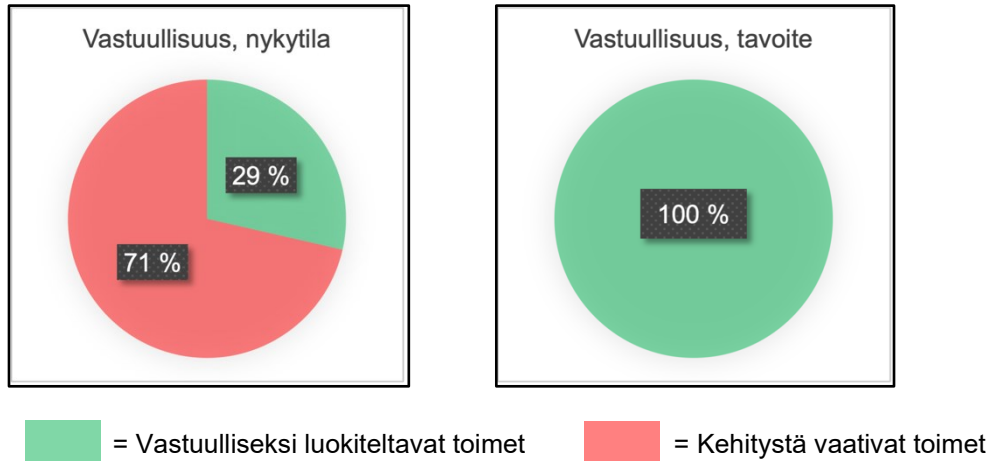
Kuva 11. Ilmastonmuutos-osa-alueen nyky- ja tavoitetilan vertailu

Kuvassa 11 havainnollistetaan osa-alueen nyky- ja tavoitetilaa sekä niiden välistä eroa. 48 % toimintatavoista huomioi nykytilassa ilmastonmuutoksen ja 52 % tarvitsee kehitystoimia. Tavoitetila toteutuessa yrityksen toiminnoista 78 % on ilmastonmuutosta huomioivaa. Kehitys on tällöin 36 prosenttiyksikköä.

## Vastuullisuus

Vastuullisuus-osa-alueen koettiin jo nykytilan kartoitusvaiheessa todella tärkeäksi. Tavoitetilaksi määriteltiin 100 %:n vastaavuus kriteeristöön. Toimenpidesuunnitelman teko tavoitteen mukaiseksi ja toteutus mahdollisimman nopealla aikataululla.

Vastuullisuus-osa-alue sisältää kestävästä toiminnasta ja toimintaperiaatteista viestimistä sidosryhmille. Vastuullisuus-osa-alueen sisältö koetaan liiketoiminnan taholta ensisijaisen tärkeäksi kehityskohteeksi. Osa-alueen sisältö toteutuu yrityksessä jo tällä hetkellä lähes kaikilta osin tavoitetilan mukaisesti, mutta viestiminen sidosryhmille puuttuu. Tämän vuoksi vastuullisuus-osa-alue lisätään kokonaisuudessaan kehityssuunnitelmaan, tärkeysjärjestyksessä ensimmäiseksi.



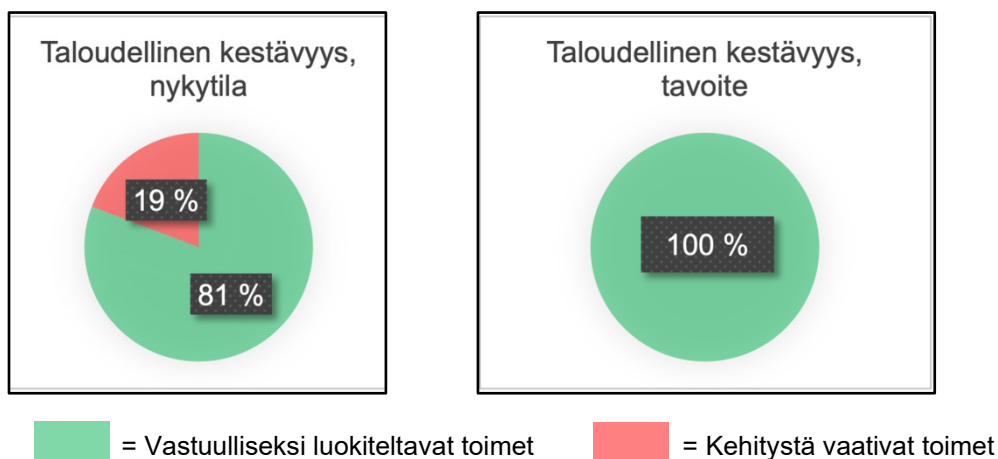
Kuva 12. Vastuullisuus-osa-alueen nyky- ja tavoitetilan vertailu

Kuvassa 12 havainnollistetaan osa-alueen nyky- ja tavoitetilaa sekä niiden välistä eroa. Vastuullisuus ja siitä viestiminen toteutuu nykytilassa 29 %, kehitystä tarvitsee 71 % toimista. Kehystoimien jälkeen vastuullisuus ja siitä viestiminen on tavoitetilassaan, joka on 100 %.

### Taloudellinen kestävyys

Taloudellinen kestävyys on hyvä kohdeyrityksessä. Kehitystä vaativat kohteet ovat yksittäisiä ja systemaattisuuteen liittyviä. Lähinnä yhdistävä tekijä on erilaisten tulevaisuuteen tähtäävien toimien systemaattisuus. Toimia tehdään satunnaisesti ja/tai epäsäännöllisesti. Saattaakseen taloudellisen kestävyden toimet systemaattisiksi ja tavoitetilan mukaisiksi, kehityssuunnitelmaan lisätään tästä osa-alueesta seuraavat:

- Seuraamme säännöllisesti pitkántähtäimen tavoitteiden savuttamista.
- Meillä on systemaattinen malli seurata toimintaamme vaikuttavia alan trendejä.
- Keräämme ja hyödynnämme systemaattisesti vertausarviopalveluihin (esimerkiksi TripAdvisor) tullutta palautetta.



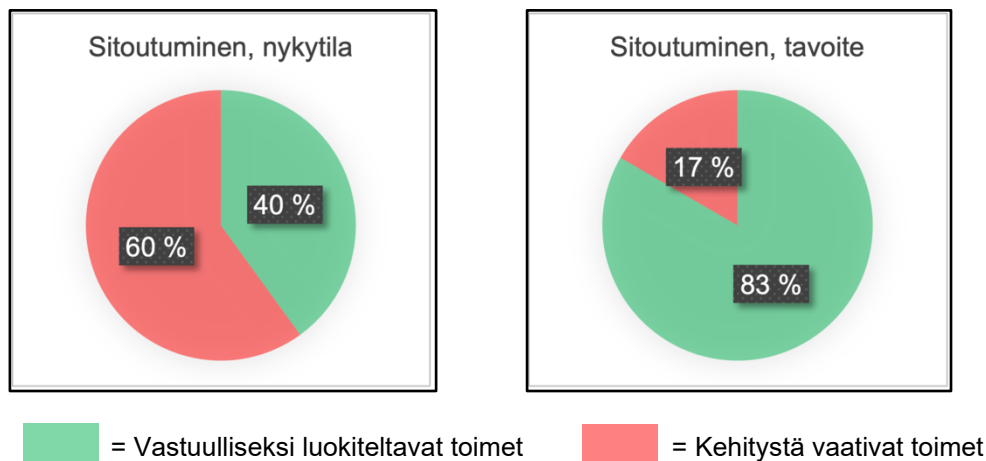
Kuva 13. Taloudellinen kestävyys -osa-alueen nyky- ja tavoitetilan vertailu

Kuvassa 13 havainnollistetaan osa-alueen nyky- ja tavoitetilaa sekä niiden välistä eroa. Kohdeyrityksen toiminnasta 81 % on taloudellisesti kestävää ja 19 % vaatii kehittämistä. Mikäli kehitystoimet toteutuvat tavoitteen mukaisesti, kohdeyrityksen taloudellinen kestävyys tulee olemaan 100 %.

### Sitoutuminen

Osa-alueessa käydään läpi, minkälaisia toimia yritykseltä vaaditaan, jotta Sustainable Travel Finland -polun läpivienti ja siitä kertovan merkin saanti ovat mahdollisia. Tällaisia toimia ovat esimerkiksi sellaisen vastuuhenkilön nimeäminen, joka koordinoi yrityksen kestävä matkailun mukaisten toimenpiteiden omaksumista ja toteutumista. Koulutuksen järjestäminen vastuuhenkilölle sekä muille työntekijöille. Henkilötyöpäivien kartoitus ja laskeminen kuinka paljon kehitystoimet tarvitsevat aikaa henkilötyöpäivinä. Työajan järjestäminen vastuuhenkilölle ja muille työntekijöille kehitystoimia varten, esimerkiksi uudelleen organisoimalla työtehtäviä. Kirjallisen toimenpideohjelman suunnittelu, josta käy ilmi vastuualueet, mittarit seuranta, tavoitteiden asetus ja aikataulu.

Vastuulliseen ja kestävä matkailuun sitoutuminen -osa-alueen kehitystoimia on jo toteutettu kohdeyrityksessä, esimerkiksi nimeämällä vastuuhenkilö. Lisäksi on kartoitettu koulutusvaihtoehtoja henkilöstölle.



Kuva 14. Sitoutuminen-osa-alueen nyky- ja tavoitetilan vertailu

Kuvassa 14 havainnollistetaan osa-alueen nyky- ja tavoitetilaa sekä niiden välistä eroa. Sitoutuminen-osa-alueella kehitystoimet voidaan katsoa toteutetuiksi ja tavoitetila saavutetuksi tämän opinnäytetyö prosessin aikana.

### Huomioita yrityshaastattelusta

Kaikki haastatellut yritykset olivat tehneet kestäväan kehitykseen tähtääviä toimia, riippumatta siitä oliko yritys jo sitoutunut kestäväan kehittämiseen vai ei. Tämä voi johtua monestakin asiasta. Matkailualue profiloituu luontokohteena ja arvomaailma voi olla jo ennestään kestäväa kehitystä tukevaa. Kyseisellä matkailualueen yhteismarkkinointiorganisaatio ja useita yrityksiä on mukana Sustainable Travel Finland -ohjelmassa. Alueen yrityksiä kannustetaan aktiivisesti kestäväan matkailun piiriin. Paikallisten ihmisten toiminta ja käyttäytyminen voi olla opitusti vastuullista ja kestäväa kehitystä tukevaa. Toiminta ja käyttäytyminen työntekijänä yrityksessä, jatkaa vain samaa yksityiselämässä opittua mallia. On myös mahdollista, että asiakkaiden suunnalta matkailuyrityksiin luodaan niin kova paine vastuulliseen toimintaan, että yrityksen on mahdotonta olla huomioimatta sitä toiminnassaan.

Mielenkiintoisena huomiona mainittakoon, että yrityshaastatteluun vastanneet olivat varsin tietoisia vastuullisuuden todentamisen vaikutuksista asiakkaan ostopäätökseen, vaikkeivat olleet olleet aktiivisesti mukana tai sitoutuneina kestäväan kehityksen toimiin.

## 7.2 Kehityssuunnitelman toteutus käytännössä

Kestävän matkailun kehityssuunnitelma toteutetaan käytännössä interaktiivisena Excel-tiedostona. Excel-sovelluksen käyttö on kohdeyrityksessä luontevaa ja siksi se on luonteva toteutustapa myös tälle kehityssuunnitelmalle.

Tiedosto rakentuu useasta eri taulukosta, joiden välillä voi liikkua manuaalisesti tai taulukkoihin luotujen pikalinkkien avulla. Ensimmäinen taulukko on etusivu, josta käy ilmi tiedoston sisältö ja tarkoitus. Etusivulle voidaan lisätä linkkejä ulkopuolisiin aineistoihin tai muita tarpeellisia yleisasioita. Nyky- ja tavoitetilan kartoitus ympyräkaavioineen on toinen taulukko. Kullekin kymmenelle kestävän ja vastuullisen matkailun osa-alueelle on luotu oma taulukko, johon kirjataan yksityiskohtaisia kehitystoimia ja niihin liittyviä tietoja. Osa-aluekohtaisiin taulukkoihin kirjataan kaikki tulevat toimenpiteet seuraavasti:

- Konkreettinen kehitystoimenpide
- Yksityiskohtainen toteuttamisohje
- Toimenpiteen tärkeys
- Kuka tekee / vastuuhenkilö
- Päivämäärä milloin kehitystoimenpide aloitetaan
- Välitavoitteiden päivämäärät
- Mihin mennessä tulee olla kokonaan valmis

Kehitystoimien tärkeysjärjestys merkitään numeroilla ja niin halutessaan värikoodein seuraavasti:

- **1 kk** = tärkein, toteuta mahdollisimman pian. Visuaalinen korostus punaisella.
- **3 kk** = toiseksi tärkein, toteutus aloitetaan viimeistään 3 kuukauden kuluttua. Visuaalinen korostus keltaisella.
- **6 kk**, = viimeiseksi tärkein, toteutus aloitetaan viimeistään vuoden kuluttua. Ei tarvitse visuaalista korostusta.

Toimeksiantajan kestävään matkailuun tähtäävät kehitystoimet on jaoteltu tärkeysjärjestykseen, kartoituksessa nousseiden seikkojen valossa. Kyseisiä seikkoja ovat muun muassa kehityskohteiden määrä osa-alueita kohden, kehityskohteen ja siihen liittyvien toimien näkyvyys sekä toteuttamiseen tarvittavat resurssit. Tärkeysjärjestys osa-alueittain on seuraava:

1. Vastuullisuus osana viestintää
2. Kulttuurinen kestävyys
3. Sosiaalinen kestävyys
4. Laatu ja turvallisuus
5. Ilmastonmuutos

6. Sitoutuminen
7. Taloudellinen kestävyys
8. Yhteistyö
9. Pitkäjänteisyys ja paikallisuus
10. Ekologinen kestävyys

Tärkeysjärjestys on luotu opinnäytetyön yhteydessä, jolloin kohdeyrityksen kehitysoikeus on vasta alkutekijöissään. Kehitysoikeusjärjestys voi muuttua projektin edetessä ja on oletettavaa, että niin tuleekin tapahtumaan. Lisäksi yksityiskohtaisten toimenpiteiden tärkeysjärjestys voi vaihdella osa-alueesta riippumatta. Tärkeysjärjestystä voidaan helposti päivittää Excel-tiedostossa osa-alueittain sekä toimenpidekohtaisesti.

## **8 JOHTOPÄÄTÖKSET**

Tämän luvun ensimmäisessä alaluvussa kuvataan tutkimuksen johtopäätöksiä, samalla antaen vastauksia tutkimuskysymyksiin. Toisessa alaluvussa käsitellään tieteellisen tutkimuksen luotettavuutta sekä arvioidaan sen toteutumista tässä opinnäytetutkimuksessa.

### **8.1 Johtopäätökset**

Kohdeyrityksen yritystoiminnan nykytilaan peilaten, kohdeyrityksen tulee muuttaa toimintatapojaan tavoitetilan mukaisiksi, jotta yritystoiminta on vastuullista ja kestävä matkailua tukevaa. Opinnäytetyön päätutkimuskysymyksenä oli selvittää, millä tavoin majoituspalveluita matkailijoille välittävä yritys muuttaa toimintatapojaan toimiakseen kestävästi ja vastuullisesti. Harmaalan ja Jallinojan (2012, 17–18) mukaan vastuullisuuden kehittäminen implementoituu liiketoimintastrategiaan ja näin ollen liittyy vuorovaikutteisena kaikkeen yrityksen toiminnassa. Kohdeyrityksen tuleekin muuttaa toimintatapojaan usealla tavalla läpi yritystoiminnan, jotta toimintatavat vastaavat kestävä ja vastuullista yritystoimintaa. Toimintatapoihin kohdistetaan useista toimenpiteistä koostuvia kehitysoikeuksia, jotka puolestaan jakautuvat useampaan käytännön kokonaisuuteen kohdeyrityksen liiketoiminnassa. Toimenpiteet ovat kuvataan kehityssuunnitelmassa.

Ensimmäisenä alatutkimuskysymyksenä oli selvittää, mikä on kohdeyrityksen lähtötilanne suhteessa kestäväan kehitykseen ja vastuullisuuteen. Lähtötilanne selvitettiin kartoittamalla kohdeyrityksen nykytila suhteessa kestäväan matkailun vaatimuksiin. Aaltonen ja Högbacka (2015, 20–21) esittävät, että uutta informaatiota ilmiöstä tulisi etsiä haastatteluaineiston rivien väleistä paljastuvina merkityksinä sekä sanomatta jätetyistä vastauksista. Ilmeisten vastausten lisäksi kohdeyrityksen nykytilan kartoituksessa pyrittiin paljastamaan merkityksiä rivien väleistä sekä vastauksista, jotka jäivät sanomatta. Nykytilan huolellisella analysoinnilla saatiin selville kipukohtat, joihin puuttumalla voidaan pyrkiä kohti vastuullisen yritystoiminnan tavoitetilaa.

Toisena alatutkimuskysymyksenä oli selvittää, miten kehityskohteet kohdistuvat kestäväan matkailun sertifikaattikriteeristön osa-alueille. Kohdeyrityksen kehityskohteet kertyvät useaan osa-alueeseen liittyvistä toimista. Toisin sanoen mikään yksittäinen osa-alue ei ole täysin kestäväan matkailun arvojen mukainen ja toisaalta, mikään osa-alue ei myöskään ole täysin kestäväan matkailun arvojen vastainen. Osa-alueet eivät kuitenkaan ole keskenään täysin samantaisia, mitä tulee nyky- ja tavoitetilan väliseen eroon. Osassa nykytila on lähtökohtaisesti lähellä tavoitetilaa, kun taas osassa osa-alueista tavoitetila on näennäisen kaukana nykytilanteesta. Kun tarkastellaan osa-alueista kehityssuunnitelmaan lisättyjä kohteita, havaitaan yksittäisiä ikään kuin irrallisia kehityskohteita, mutta myös yhteneväisyyksiä useiden kehityskohteiden välillä. Kyseisten yhteneväisyyksien perusteella kehitystoimet voidaan jakaa kahteen merkittävimpään muutostyökokonaisuuteen, jotka ovat seuraavat:

- Vastuullisuusasioista viestiminen sidosryhmille.
- Henkilökunnan toimintaohjeisiin, osaamiseen ja hyvinvointiin liittyvät asiat.

Vastuullisuudesta viestiminen sidosryhmille, kulloiseenkin tarkoitukseen soveltuvalla tavalla tai kanavassa, jakautuu useampaan kestäväan matkailun osa-alueeseen. Selkeitä, kiireellisiä kehitystarpeita määriteltiin kohdeyritykselle jo nykytilan kartoituksessa. Kyseisistä kehityskohteista ensisijaisin kokonaisuus on yritystoiminnassa jo toteutuvasta vastuullisuudesta kertominen kohdeyrityksen kotisivuilla. Kokonaisuuteen liittyvät yksittäiset kehityskohteet on määriteltä kehityssuunnitelman tärkeysjärjestyksessä ensimmäiseksi, mikä tarkoittaa

taa sitä, että kohdeyrityksen on varattava kotisivuille tuotettavan vastuullisuus-sisällön toteutukseen resursseja pikaisesti, lähinnä henkilötyötunteina ja tiedon saantina.

Kohdeyrityksen toimitila on luotu sellaisiksi, että kestävän matkailun edellytykset täyttyvät. Ihmisten toimiminen kyseisissä tiloissa kaipaa yhtenäistämistä, ohjeistamista ja systematisointia, jotta kestävän matkailun tavoitetila saavutetaan. Yksittäiset kehityskohteet jakautuvat useaan kestävän matkailun osa-alueeseen. Kohteita yhdistää se tekijä, että ne liittyvät ihmisten toimimiseen kohdeyrityksen toimitiloissa. Mainitut ihmiset ovat pääosin kohdeyrityksen työntekijöitä, mutta myös sen asiakkaita ja alihankkijoita. Yritystoiminnan itseohjautuvuus on monelta osin hyvä asia, se luo esimerkiksi pohjaa joustavalle ja yksilölliselle asiakaspalvelulle palveluyrityksessä. On kuitenkin hyvä huomioida, että itseohjautuvuus ei ole synonyymi välinpitämättömyydelle. Kohdeyrityksen tapauksessa tulisi panostaa johtamistoimiin, jotka luovat raamit myös itseohjautuvuudelle. Juutisen (2016, 55) mukaan liiketoimintastrategian pohjalta laadituilla johtamistoimilla varmistetaan, että yritystoiminta kulkee kohti samaa päämäärää ja samojen tavoitteiden saavuttamista. Kestävä kehitys on sarja yksittäisiä toimia, joista yhdessä kertyy kokonaisuus, minkä vuoksi yksi teko ja yksi ihminen voi vaikuttaa kyseessä olevan kokonaisuuden muodostumiseen.

Matkailualueen muilta yrityksiltä haastatteluilla kerätyn aineiston valossa kohdeyrityksen suunta on yhdenmukainen alueen muiden yritysten linjausten ja kokemusten kanssa. Vertaisilta yrityksiltä saatu tieto tukee kohdeyrityksen pyrkimystä kohti kestävämpään toimintaan, niin yksittäisenä yrityksenä kuin osana yritysten vertostoa matkailualueella. Analyysin perusteella matkailun parissa toimiva yritys hyötyy kestävän matkailun implementoinnista, erityisesti sen todentavasta sertifiointista. Kohdeyritys voi saada näkyviä hyötyjä nopeastikin kilpailuetuna markkinoinnissa ja uusasiakashankinnassa, mistä konkreettisena esimerkkinä uudet jälleenmyyjäkumppanuudet. Pitkän aikavälin hyötyihin voidaan lukea positiivinen yrityskuva ja tunnettuuden lisääntyminen omalla alueella sekä niistä seuraavat positiiviset lieveilmiöt.

Kohdeyrityksen työntekijöiden haastattelusta käy ilmi, että työntekijöiden ajatusmaailma tukee kestävästä kehityksestä ja tahtotilasta vastuulliseen toimintaan on

myös työpaikalla. Käytännön toimia työpaikalla on haasteellisia toteuttaa ilman selkeitä toimintaohjeita ja vaatimusta toimia systemaattisesti ohjeiden mukaan. Johtopäätöksenä voidaan todeta, että halukkuutta on osallistua kestävä kehittämissä toimien suunnitteluun ja toteuttamiseen, kunhan kaikilla osapuolilla ovat resurssit tiedossa ja ohjeistus selkeää.

Kolmas alatutkimuskysymys selvittää, mitkä ovat askeleet, joilla kohdeyrityksessä päästään tavoitteeseen. Analyysin perusteella kestävä matkailun kehityspolku kohdeyrityksessä voidaan jakaa kolmeen pääaskeleeseen, jotka ovat seuraavat:

- Päätös tavoitteeseen pääsemisestä.
- Konkreettisten toimien toteutus.
- Toimien sulauttaminen käytänteiksi.

Ensiksi kohdeyrityksen tulee tehdä päätös systemaattisesta pyrkimisestä kohti määrittelemäänsä kestävä matkailun tavoitetilaa. Asettaa konkreettisia tavoitteita ja välitavoitteita päämäärän toteutumiseksi. Opinnäytetyössä tuotettu kestävä matkailun kehityssuunnitelma on interaktiivinen Excel-tiedosto, joka toimii käytännön työkaluna kehitystoimien yksityiskohtien määrittelyssä sekä aikataulutuksessa. Toiseksi on ryhdyttävä tuumasta toimeen ja aloitettava konkreettiset kehitystoimet. Tässäkin työkaluna toimii kehityssuunnitelma ja sieltä löytyvä asioiden tärkeysjärjestys, jonka määrittelyssä on huomioitu yritystoiminnan ominaisuudet. Kolmanneksi kehitystoimien implementointia yritystoimintaan jatketaan, kunnes tavoitetilaa on saavutettu ja kehitystoimet ovat muuttuneet normaaleiksi käytänteiksi yritystoiminnassa. Vastuullisuuden ja kestävyuden käyttöönotto tähtää pysyviin muutoksiin yritystoiminnassa, minkä vuoksi huolellinen toteutus on oleellisempaa kuin käyttöönottovaiheen kiireinen aikataulu.

## 8.2 Tutkimuksen luotettavuus

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan tarkastella kolmen käsitteen avulla, jotka ovat uskottavuus, luotettavuus sekä eettisyys. Uskottavuus tarkoittaa sitä, että tutkimuksen aineistot on kerätty ja analysoitu huolellisesti. Tutkimusta lukeva osapuoli voi tällöin luottaa tuloksien todenmukaisuuteen. Luotettavuus koostuu uskottavasta, asioiden perinpohjaisesta perustelusta sekä tutkimuksen vaiheiden yksityiskohtien avaamisesta lukijan nähtäville.

Eettisyyteen lukeutuvaksi katsotaan se, että tutkimuksessa käytetyt analyysitavat ja menetelmät täyttävät ne kriteerit, jotka niille on asetettu. Tutkimuksen eettisyyttä on myös se, että tutkimus pyrkii aikaan saamaan hyviä asioita eikä tutkimus missään tilanteessa vaaranna sen kohteena olevia ihmisiä tai heidän elämäänsä. Eettisyyttä on myös yleisesti miellettyjen hyvien tapojen noudattaminen ja tutkimuksen läpinäkyvyys ylipäänsä. (Puusa & Juuti 2020, 175.)

Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuutta tarkastellaan tutkimukseen käytettyjen menetelmien mukaan, tutkimuksen itsensä luomissa kehyksissä. Luotettavuutta ei voida mitata esimerkiksi määrällisesti, kuten voitaisiin tehdä kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Laadullisen tutkimuksen ominaispiirteitä ovat se, että lukijan on mahdollista ymmärtää tutkimuksen perustana olevat ratkaisut sekä se, että lukija voi vakuuttua tutkijan vilpittömyydestä aineiston tulkinnaissa sekä tietojen hankinnassa. Organisaatioon liittyvässä tutkimuksessa tutkija on usein osallisena siinä ilmiössä, jota hän tutkii. Tästä seuraa se, että tutkijan refleksiivisyys vaikuttaa merkittävästi luotettavuuden kehittymisen suuntaan. Tutkijan tulee toki pyrkiä siihen, etteivät omat mielipiteet ja asenteet vaikuta tutkimuksen kulkuun ja olla mahdollisimman puolueeton tutkimusta tuottaessa. Siitä huolimatta refleksiivisyys saa yksilöllisiä piirteitä riippuen tutkimusta tuottavasta henkilöstä, koska kyseinen henkilö on tutkijana vuorovaihteisessa suhteessa tutkittavaan ilmiöön. (Puusa & Juuti 2020, 178–180.)

Eettisyys on läsnä tutkimuksessa alusta loppuun limittyen kaikkeen mitä tutkimuksen varrella tehdään. Eettisyys koostuu sääntöjen noudattamisesta sekä hyvään pyrkimisestä. Tieteelliselle tutkimuksille asetettuja raameja, tekijänoikeuksia ja vastaavia tulee noudattaa. Lainaukset ja viitteet tulevat olla asiallisesti, vääristelemättä sekä ketään loukkaamatta toteutettuja. Eettisyyden ja puolueettomuuden toteuttaminen voi olla haasteellistakin laadullisessa tutkimuksessa. Esimerkiksi tutkijan todella läheinen suhde tutkittavaan ilmiöön tai haastateltavaan voi vaikuttaa aineistoon sen monipuolistajana, mutta myös heikentäjänä. Esimerkiksi haastattelutilanne on sosiaalinen tilanne, johon vaikuttaa osapuolien välinen luotettavuus ja dynamiikka. Haastateltavan ja haastattelijan tuttuus sekä sen asettama roolitus voi myös vaikuttaa haastattelutilanteen etenemiseen ja aineiston kertymiseen joko hyödyllisesti tai heikentävästi. (Vilkkä 2021a, 197–202.)

Tieteellinen tutkimus pyrkii aina olemaan objektiivinen ja ennakkokäsityksistä riippumaton. Tosiasiassa tutkimus on kuitenkin aina jossain määrin subjektiivinen, koska lopulliset ratkaisut tekee tutkija omiin valintoihinsa perustuen. Kyseiset valinnat ovat perustuneet kulloisenkin hetken näkemykseen sen hetkessä kontekstissa. Toisin sanoen käytännönelämän ilmiön tutkiminen ihmisen toimesta on aina sidoksissa aikaan, paikkaan ja tilanteeseen sekä tutkimusta tuottavan ihmisen rehellisyyteen. Josta voidaan vetää johtopäätös, että jokainen laadullisin menetelmin tuotettu tutkimus on ainutlaatuinen. (Puusa & Juuti 2020, 189; Vilka 2021b, 196.)

Tieteelliseen tutkimusprosessiin sisältyy aina arviointi. Ulkopuolisten antama arvio tutkimuksesta sekä tutkijan itsensä tuottama kriittinen arvio tutkimuksestaan. Tutkijan tulee voida perustella omat valintansa sekä seistä oman työnsä takana, vaikka työ saisi osakseen kritiikkiä ja vaikkei työn tulos olisikaan ilmiön ainoa oikea ratkaisu. Absoluuttinen totuus ei ole laadullisen tutkimuksen tarkoitus vaan laadullisen tutkimuksen tarkoitus on tuottaa uutta syvällistä ja monipuolista tietoa käsillä olevasta ilmiöstä. Laadullista tutkimusta voidaan arvioida myös vertaamalla ovatko kerätty aineisto, laadittu teoria ja tutkimusmenetelmät keskenään yhteensopivia. (Puusa & Juuti 2020, 194–195; Vilka 2021b, 196.)

Opinnäytetyön suunnitteluvaihe on aloitettu hyvissä ajoin perehtymällä tutkimuskirjallisuuteen, jotta tutkimuksellinen viitekehys on voitu rakentaa monipuolisten ja laadukkaiden lähteiden varaan. Teoriaosuus varsinaisesta aiheesta on tuotettu aikataulullisesti nopeammin kuin tutkimuksellisen teorian osuus, mutta laadukkaita lähteitä käyttäen. Lähteitä olisi voinut käyttää runsaammin. Opiskelijan oman arvion mukaan luotettavuus teoreettisessa viitekehyksessä toteutuu hyvin. Tutkimusaineistoa on kerätty kolmelta kohderyhmältä haastatteluina. Yksilön käsitys tutkittavasta ilmiöstä sen hetkessä kontekstissa vaikuttaa tulosten muodostumiseen kertovat Puusa ja Juuti (2020, 79). Toisin sanoen hypoteettisesti jonkun muun toistaessa saman tutkimuksen haastattelut ja työstäessä samaa tutkimusta uudestaan, tulkinnat voisivat olla erilaisia, minkä seurauksena lopputuloskin voisi olla aivan erilainen. Tutkimuksessa olisi voinut käyttää lukumääräisesti enemmän haastatteluja, mikä olisi voinut lisätä aineiston yleistettävyyttä.

Ymmärryksen muotoutuminen ja sen tulkitseminen tutkimuksen kuluessa ei ole täysin yksiselitteistä. Puusa ja Juuti (2020 78–79) kertovat kirjassaan, kuinka tutkijan esiymmärrys muuttuu ilmiön tutkimisen myötä riippuen kontekstista. Teoksessa esitetään, ettei täysin objektiivista tietoa ole edes olemassa. Opinnäytetyön tekijän ymmärrys tutkittavan ilmiön ympärillä on muuttunut opinnäytetyöprosessin aikana ja ajatusmaailma on nyt erilainen kuin se oli opinnäytetyön alkaessa. Ajatusmaailman muuttuminen on vaikuttanut opinnäytetyöprosessin aikana ristiriitoina tekstin tuottamisessa, vaikka pyrkimys onkin ollut olla objektiivinen. Tästä päästäänkin siihen, että kumpi on oikea objektiivinen näkemys, ennen muutos ollut vai muutoksen jälkeen oleva. Opinnäytetyön tekijä arvioi tutkimusaineiston keruun, analyysin ja tulokset melko luotettaviksi. Merkittävästi pidempi aika opinnäytetyön työstämiseen olisi voinut tasata ymmärryksen muutoksesta ja ajatusmaailman kasvusta aiheutuvia ristiriitoja.

Tieteellisen tutkimuksen luotettavuuden tarkasteluun kuuluu myös tutkimuksen toistettavuus. Toistettavuuden mahdottomuus vaikuttaa käsillä olevan tutkimuksen luotettavuuden arviointiin heikentävästi. Kohdeyrityksen liiketoiminta päättyy suurin piirtein samaan aikaan kuin tämä opinnäytetyö valmistuu. Tieto liiketoiminnan päättymisestä on vaikuttanut aineiston keruuseen ja aineistot olisivatkin voineet olla hyvin erisisältöisiä, mikäli ne olisi kerätty esimerkiksi kuukautta aiemmin tai kuukautta myöhemmin. Opinnäytetyön tekijä on joutunut turvautumaan tutkimuksen edetessä tietoon, jota ei nykyhetkessä oikeastaan ole enää olemassa. Opinnäytetyön tekijä on hyödyntänyt kohdeyrityksen tietoja ja arvoja, jotka olivat voimassa ennen tietoa liiketoiminnan päättymisestä.

## **9 LOPUKSI**

Opinnäytetyö eteni prosessina vaihtelevasti suunnitteluvaiheen ollessa hyvinkin pitkä, kun taas toteutusvaihe oli kestollisesti huomattavasti lyhyempi ja varsin intensiivinen. Tutkimuksellisen osuuden pariin oli luonteva siirtyä perusteellisen teoriaosuuden valmistuttua. Kestävän kehityksen ja vastuullisen yritystoiminnan käyttöönotto oli aiheena ajankohtainen toimeksiantajalle ja mielenkiintoinen opiskelijalle toteuttaa. Opinnäytetyönä tuotettu kehityssuunnitelma on sellaisenaan hyödynnettävissä toimeksiantajan Sustainable Travel

Finland -polulla. Valmis kestävän matkailun kehityssuunnitelma on yksi merkittävä askel kohti vastuullisuustoimista kertovaa sertifiointia, jota toimeksiantaja tavoittelee. Toimeksiantajan on mahdollista hyötyä opinnäytetyössä kartoitetuista yritystoiminnan tiedoista käydessään läpi Sustainable Travel Finland -polun muita askelia. Erityisen paljon hyötyä on saatavissa kestävän matkailun kehityssuunnitelmasta. Se on toimeksiantajan yritystoimintaan räätälöity interaktiivinen työkalu, jota voidaan käyttää vastuullisuustoimien käyttöönotossa ihan käytännön tasolla arkipäivän työssä.

Jatkokehittämisenä voidaan syventää kestävyys- ja vastuullisuuteen liittyviä toimia omassa yrityksessä, kunhan ensin Sustainable Travel Finland -polku on kuljettu läpi ja siitä kertova STF-merkki on saatu mukaan yritystoimintaan. STF-polun varrella ja kehitystoimia tehdessä, nousee varmasti esiin uusia kohteita, joiden kehittämisestä olisi hyötyä yritystoiminnalle. Lisäksi yritystoiminnan luonteeseen matkailualueen keskusvaraamona soveltuisi hyvin rooli, joka panostaa myös alihankkijoidensa kestävyystoimiin. Hyvä jatkokehittämissuunnitelma olisi suunnitella yhteinen kestävä kehittäminen panostava toimintasuunnitelma alihankkijoiden kanssa.

Opinnäytetyöprosessi opetti tekijälleen tieteellisen tutkimuksen tekemisen täsmällisyyttä ja syvensi tietämystä ydinaiheesta eli vastuullisesta yritystoiminnasta matkailualalla, mikä on odotettavaakin tässä yhteydessä. Opinnäytetyön tekijä on saanut opinnäytetyöprojektista myös toisenlaisia hyötyjä, jotka liittyvät ammatilliseen osaamiseen. Kyseisiä hyötyjä ovat omien vahvuuksien tiedostaminen projektinhallinnassa ja itsenäisessä työskentelyssä sekä omaan ammattitaitoon luottaminen. Yhteenveto opinnäytetyöprojektista voidaan todeta, että opinnäytetyö toteutui suunnitelman mukaisesti ja siinä päästiin suunniteltuun lopputulemaan. Vastaukset tutkimuskysymyksiin löytyivät ja kestävän matkailun kehityssuunnitelma toimeksiantajan käyttöön valmistui.

## LÄHTEET

Aaltonen, S. & Högbäck, R. 2015. Umpikujasta oivallukseen. Nuorisotutkimusseura, julkaisu 164. Tampere: Tampere University Press. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-44-9786-5> [viitattu 30.1.2023].

Business Finland. 2022a. Kestävyys matkailuvaltina. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestava-matkailu-lyhyesti> [viitattu 17.12.2022].

Business Finland. 2022b. Sustainable Travel Finland. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland> [viitattu 17.12.2022].

Business Finland. 2023. Kestävän matkailun e-learning. Kestävä matkailu – sitoutumista, tasapainoilua ja jatkuvuutta. WWW-dokumentti. Intranet.

Bärlund, A. & Sipilä, K. 2023. Vastuullinen hallituksen jäsen. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari. Saatavissa: [https://kauppakamaritieto.fi.ezproxy.xamk.fi/ammattikirjasto/teos/vastuullinen-hallituksen-jasen-2023#kohta:Vastuullinen\(\(20\)hallituksen\(\(20\)\)\(\(e4\)sen](https://kauppakamaritieto.fi.ezproxy.xamk.fi/ammattikirjasto/teos/vastuullinen-hallituksen-jasen-2023#kohta:Vastuullinen((20)hallituksen((20))((e4)sen) [viitattu 20.2.2023].

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2021. Pk-vastuullisuusbarometrin tulokset. PDF-dokumentti. Saatavissa: [https://ek.fi/wp-content/uploads/2021/11/EK\\_Pk-Vastuullisuusbarometri\\_2021.pdf](https://ek.fi/wp-content/uploads/2021/11/EK_Pk-Vastuullisuusbarometri_2021.pdf) [viitattu 15.1.2023].

European Commission. 2014. Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism of Europe – Final report. Service Contract SI2.AC-PROCE052481700 European Commission, DG Enterprise and Industry.

FCG Suunnittelu ja tekniikka Oy & Business Finland. 2018. Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehittämistarpeet. PDF-dokumentti. Saatavissa: [https://www.businessfinland.fi/48e79a/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/loppuraportti\\_selvitys\\_kestavan\\_matkailun\\_nykytila\\_ja-kehittamistarpeet-...pdf](https://www.businessfinland.fi/48e79a/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/loppuraportti_selvitys_kestavan_matkailun_nykytila_ja-kehittamistarpeet-...pdf) [viitattu 17.12.2022].

Given, L. 2008. The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Harmaala, M-M & Jallinoja, N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Helsinki: Alma Talent. Saatavissa: [https://verkkokirjahylly-almatalent.fi.ezproxy.xamk.fi/teos/FAEBHXBTDG#kohta:Yritysvastuu\(\(20\)ja\(\(20\)menestyv\(\(e4\)\)\(\(20\)liiketoiminta](https://verkkokirjahylly-almatalent.fi.ezproxy.xamk.fi/teos/FAEBHXBTDG#kohta:Yritysvastuu((20)ja((20)menestyv((e4))((20)liiketoiminta) [viitattu 14.1.2023].

Juutinen, S. 2016. Strategisen yritys vastuun käsikirja. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Saatavissa: [https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.ezproxy.xamk.fi/teos/IAFBHXCTEB#kohta:STRATEGISEN\(\(20\)YRITYS-VASTUUN\(\(20\)K\(\(c4\)SIKIRJA/piste:b0](https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.ezproxy.xamk.fi/teos/IAFBHXCTEB#kohta:STRATEGISEN((20)YRITYS-VASTUUN((20)K((c4)SIKIRJA/piste:b0) [viitattu 20.2.2023].

Jätelaki 646/2011.

Karhu, J. 2019. Kestävän luontomatkailun uhat ja mahdollisuudet Kolin ja Urho Kekkosen kansallispuistoissa. *Matkailututkimus* 15(1), 7–26. Saatavissa: <https://doi.org/10.33351/mt.79625> [viitattu 21.1.2023].

Konu, H., Pesonen, J. & Reijonen, H. 2020. Matkailuliiketoimintaa teoriasta käytäntöön. Tampere: Vastapaino. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.225813> [viitattu 22.2.2023].

Lapponia Tours Oy. 2021. Markkina-analyysi. PDF-dokumentti. Intranet.

Liappis, H., Pentikäinen, M. & Vanhala, A. 2019. Menesty yritys vastuulla – Käsikirja kokonaisuuteen. Helsinki: Edita Publishing. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.225489> [viitattu 16.2.2023].

Marski, L. 2021. Matkailun suuntana kestävä ja turvallinen tulevaisuus. TEM toimialaraportit 2021:1. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-773-1> [viitattu 30.1.2023].

Merriam, S & Grenier, R. 2019. Qualitative Research in Practice: Examples for Discussion and Analysis. 2. painos. Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, Incorporated.

Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. 2. painos. Helsinki: Gaudeamus.

Rouhinen, S. 2014. Matkalla mallimaaksi? Kestävän kehityksen juurtuminen Suomessa. Itä-Suomen yliopisto. Yhteiskuntatieteiden ja kauppatieteiden tiedekunta. Väitöskirja. Publications of the University of Eastern Finland, Dissertations in Social Sciences and Business Studies, No 88. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-61-1596-2> [viitattu 31.1.2023].

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto – Tapaustutkimus. WWW-dokumentti. Saatavissa: [https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L5\\_5.html](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_5.html) [viitattu 7.2.2023].

Saariselän Keskusvaraamo. 2022a. Myyntiraportti virkailijoittain vuosi 2022. Intranet.

Saariselän Keskusvaraamo. 2022b. Mökin omistajalle. WWW-dokumentti. Päivitetty 01/2022. Saatavissa: <https://saariselka.com/info/yhteistyokumppaneille/mokin-omistajalle/> [viitattu 29.12.2022].

Saariselän Keskusvaraamo. 2023. Uuden työntekijän perehdytysopas. PDF-dokumentti. Intranet.

Sharpley, R. 2000. Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divide. PDF-dokumentti. Saatavissa: [https://www.researchgate.net/publication/249023970\\_Tourism\\_and\\_Sustainable\\_Development\\_Exploring\\_the\\_Theoretical\\_Divide](https://www.researchgate.net/publication/249023970_Tourism_and_Sustainable_Development_Exploring_the_Theoretical_Divide) [viitattu 20.1.2023].

Suomen Asiakastieto Oy. 2022. Yritysten talous- ja taustatietorekisteri. Saatavissa: <https://www.asiakastieto.fi/yritykset/fi/saariselan-keskusvaraamo-oy/06512138/yleiskuva> [viitattu 28.12.2022].

Suomen matkailualan liitto. 2023. Liiton jäsenyys. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.smal.fi/fi/Jasenyys> [viitattu 17.2.2013].

Suomen YK-liitto. 2022. Kestävä kehitys - historiaa ja toiminnan taustoja. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.ykliitto.fi/kestava-kehitys/kestava-kehitys-historiaa-ja-toiminnan-taustoja> [viitattu 16.12.2022].

Tynkkynen, O. & Berninger, K. 2017. Nettopositiivisuus: menestyvän ja vastuullisen liiketoiminnan uusi taso. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Saatavissa: [https://bisneskirjasto-almatalent.fi.ezproxy.xamk.fi/teos/EAEBBXXTBBAED#kohta:NETTOPOSITIIVISUUS\(\(20\)\)](https://bisneskirjasto-almatalent.fi.ezproxy.xamk.fi/teos/EAEBBXXTBBAED#kohta:NETTOPOSITIIVISUUS((20))) [viitattu 16.2.2023].

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2019. Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:34. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-430-3> [viitattu 22.2.2023].

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2022. Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2022:51. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-772-4> [viitattu 29.1.2023].

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2023. Hallituksen matkailualoitteet. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://tem.fi/hallituksen-matkailualoitteet> [viitattu 17.2.2023].

Ulkoministeriö. 2022. Agenda 2030 – kestävä kehityksen tavoitteet. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://um.fi/agenda-2030-kestavan-kehityksen-tavoitteet> [viitattu 29.12.2022].

Ulkoministeriö. 2023. Keskeiset arktiset ja antarktiset toimijat. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://um.fi/arktiset-toimijat> [viitattu 20.1.2023].

Valli, R. 2018a. Ikkunoita tutkimusmetodeihin. 1, Metodien valinta ja aineistonkeruu: Virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. E-kirja. Jyväskylä: PS-kustannus. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789524515160> [viitattu 9.2.2023].

Valli, R. 2018b. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. E-kirja. 5. uudistettu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789524518758> [viitattu 15.2.2023].

Valtioneuvosto. 2021. Suomen arktisen politiikan strategia. Valtioneuvoston julkaisu 2021:53. Helsinki: Valtioneuvosto. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-383-872-7> [viitattu 20.1.2023].

Vanhala, A & Ristaniemi, M. 2022. Yritysvastuu ja oikeus. Helsinki: Helsingin Kamari Oy.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen – Menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita Publishing Oy. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.180956> [viitattu 16.2.2023].

Vilka, H. 2021a. Näin onnistut opinnäytetyössä – Ratkaisut tutkimuksen umpikujiin. Jyväskylä: PS-kustannus.

Vilka, H. 2021b. Tutki ja kehitä. 5. painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Visit Finland. 2022. Visit Finlandin tehtävä. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.visitfinland.fi/etusivu/visit-finlandin-tehtava> [viitattu 17.2.2023].

Yin, R. 2003. Case Study Research: Design and Methods. Applied Social Research Methods. 5. painos. Thousand oaks, CA, USA: Sage Publishing.

Ympäristölaki 527/2014.

## SUSTAINABLE TRAVEL FINLAND -POLUN KYSYMYSKÄYTTÖ

<b>1.</b>	<b>Yhteistyö</b>	
1.	Kuulumme alueemme matkailun markkinointi- ja kehittämisorganisaatioon	
2.	Osallistumme alueellamme järjestettäviin matkailualan tapahtumiin, kuten seminaari ja koulutukset	
3.	Kehitämme yritystoimintaamme yhteistyössä alueen muiden yritysten kanssa	
4.	Teemme yhteishankintoja muiden yritysten kanssa	
5.	Osallistamme sidosryhmiämme vastuullisen matkailun kehittämiseen, esim. sopimalla yhteisistä viesteistä ja toimenpiteistä	
6.	Ostamme ensisijaisesti palveluita ja tuotteita lähialueemme yrityksiltä	
7.	kohtelemme alihankkijoitamme reilusti myös heidän taloutta tukien, jonka huomioimme hintakilpailussa	
8.	Kerromme onnistuneista kestävästä kehityksen käytännöistä myös muille, kannustaen heitä esimerkillä	
<b>2.</b>	<b>Ekologinen kestävyys</b>	
1.	Toimissamme yksityisillä maa-alueilla, olemme selvittäneet maanomistajan ja toimimme aina maanomistajan luvalla	
2.	Olemme tietoisia ja noudatamme vesistöjen liikenne-, suojelu- ja virkistysalueita koskevia sääntöjä ja sopimuksia	
3.	Olemme tietoisia Metsähallituksen Luontopalveluiden ja UNESCO:n Suomen maailmaperintökohteiden yhteisistä kestävästä matkailun periaatteista	
4.	Kunniotamme ja noudatamme Metsähallituksen Luontopalveluiden ja UNESCO:n Suomen maailmaperintökohteiden yhteisistä kestävästä matkailun periaatteista	
5.	Toimimme suojelualueilla (esim. kansallispuistot) ja miellä on Metsähallituksen luontopalveluiden kanssa tehty aiheeseen liittyvä sopimus	
6.	Vahingoitamme rakentaessa mahdollisimman vähän alkuperäistä luontoa	
7.	Maisemoidessamme rakennettuja alueita, otamme ensisijaisesti huomioon alueen alkuperäisen luonnon	
8.	Edistämme uhanalaisten lajien säilymistä, esim. ottamalla nämä huomioon kalastaessa, maanhoidossa tai reittisuunnittelussa	
9.	Siivoamme toimintaympäristöstä myös muiden jättämiä roskia	
10.	Kannustamme ja ohjaamme vieraitamme liikkumaan alueella ja kohteissa lihasvoimin	
11.	Tarjoamme asiakkaille mahdollisuuden polkupyörien lainaukseen / vuokraukseen	
12.	Henkilökuntamme tuntee alueen luonnon, ympäristön sekä maisema ja osaa ottaa niiden erityispiirteet ja suojelutarpeet huomioon toiminnassaan	
13.	Olemme tietoisia lähiympäristömme kantokyvystä ja sen asettamista rajoista ja otamme nämä huomioon esim. reittisuunnittelussa	
14.	Välitämme tietoa lähiympäristöstä sekä sen tilasta ja huolenpidosta myös työntekijöillemme	
<b>3.</b>	<b>Kulttuurinen kestävyys</b>	
1.	Tuntemme alueen historian	
2.	Tuntemme alueen kulttuuriperinteet	
3.	Hyödynnämme tuotteissamme ja palveluissamme ensisijaisesti alueen omaa aineellista ja aineetonta kulttuuriperintöä sen alkuperää kunnioittaen	
4.	Hyödynnämme tuotteissamme ja palveluissamme ensisijaisesti alueen omaa kulttuuriperintöä edustavaa osaamista, tietämystä ja kokemusta	
5.	Paikallisuus näkyy sisustuksessamme ja materiaalivalinnoissa	
6.	Tuemme omalla toiminnallamme paikallisen kulttuuriperinnön säilymistä ja elinvoimaisuutta, esim. sisällyttämällä paikallista kulttuuritarjontaa tuotteisiimme	
7.	Olemme huomioineet yrityskäytössä olevien rakennusten soveltuvuuden kulttuuriympäristöön	
8.	Suosittellemme paikallisia kulttuuritapahtumia asiakkaillemme tai ne ovat osa tuotteitamme	
9.	Kehitämme henkilökuntamme osaamista siten, että työntekijämme tuntevat hyvin alueen aineellisen ja aineettoman kulttuurin	
10.	Kehitämme henkilökuntamme osaamista siten, että työntekijämme tuntevat hyvin alueen aineellisen ja aineettoman kulttuurin	
11.	Kehitämme henkilökuntamme osaamista siten, että työntekijämme tuntevat hyvin alueen kulttuuripalveluiden tarjonnan	
12.	Henkilökuntamme tuntee myös asiakkaidemme lähtömaan kulttuurin ominaispiirteitä, osaten ottaa näitä huomioon toiminnassaan, esim. tervehtimis- ja ruokailutavat	
<b>4.</b>	<b>Sosiaalinen kestävyys</b>	
1.	Teemme toimenpiteitä henkilökuntamme hyvinvoinnin eteen, esim. tukemalla henkilökunnan liikuntamahdollisuuksia	
2.	Kohtelemme henkilökuntaa tasa-arvoisesti työsuhteen pituudesta riippumatta, esim. tarjoamalla samat mahdollisuudet osallistua työ-toimintaan	
3.	Pyrimme työllistämään paikallisia asukkaita osallistumalla esim. alueen yhteisiin rekrytointikampanjoihin tai tekemällä yhteistyötä alueen koulutusinstituutioiden kanssa	
4.	Olemme perheystävällinen työpaikka. <i>Perheystävällisyys koskee koko elämäntaakkaa. Siihen kuuluvat raskausaika, perhevapaat, pikkulapsivaihe, muut lapsiperhevaiheet ja murrosikäisten vanhemmuus, erilaiset hoivavastuut, kuten sairaista tai iäkkäistä lähiomaisista huolehtiminen sekä erilaiset elämäntilanteet. Perheystävällisyys on tasa-arvoon, ihmisoikeuksiin ja työpaikkojen monimuotoisuuteen liittyvä tekijä. Lähde: Väestöliitto</i>	
5.	Teemme toimenpiteitä työllistääksemme vaikeasti työllistettäviä	
6.	Koulutamme henkilökuntaa ympäristöasioissa	
7.	Olemme järjestäneet jätteiden kierrätyksen myös työntekijöiden tiloissa	
8.	Motivoimme henkilöstöä arjen ekotekoihin myös työpaikan ympäristössä / ulkopuolella	
9.	Tarjoamme henkilökunnalle mahdollisuuden kehittyä työtehtävissään, esim. järjestämällä erilaisia koulutustilaisuuksia	
10.	Tarjoamme henkilökunnalle mahdollisuuden kouluttautua työn ohessa, esim. tarjoamalla liukuvat työpajat	
11.	Kaikilla henkilökunnan jäsenillä on henkilökohtainen kehityssuunnitelma, jossa on huomioitu henkilön pätevyys ja kehityshalu	
12.	Olemme huomioineet optimaalisesti ergonomiset työtilat	

13. Perekdytämme työntekijät työtehtäviin systemaattisesti ja suunnitelmallisesti huomioiden myös tähän vaaditun ajan ja resurssit
14. Yrityksemme johtavissa asemissa työskentelee myös naisia
15. Yrityksemme tekee toimenpiteitä kurokseen kiinni naisten ja miesten väliset palkkaerot (samanarvioisessa työssä).  
*Naisten ja miesten väliset palkkaerot Suomessa koko työmarkkinoilla ovat noin 17 prosenttia. Tähän lukuun päädytään silloin, kun verrataan keskimäärin säännöllisen työajan perusteella maksettuja palkkoja (Lähde: Tilastokeskus, Ansiotasoindeksi 2013)*
16. Yrityksellä on malli toimia työpaikkakiusaamistapauksissa ja huolehtia ennaltaehkäisystä kehittämällä työyhteisön toimintaa
17. Keräämme systemaattisesti tietoa työtyytyväisyydestä ja kehitämme toimintaamme tulosten mukaisesti
18. Kiinnitämme huomioita henkilökunnan jaksamiseen ja toimimme proaktiivisesti asian suhteen
19. Työntekijämme tuntevat yrityksen arvot, ja tietävät kuinka pystyvät niitä käytännössä toteuttamaan ja huomioimaan
20. Matkailutuotteemme / -palvelumme on rakennettu palvelemaan myös paikallisia
21. Olemme ottaneet paikallisasutuksen huomioon ja järjestänyt yritykseen suuntautuvan liikenteen paikallisia mahdollisimaan vähän häiritseväksi

<b>5.</b>	<b>Pitkäjänteisyys ja paikallisuus</b>	
-----------	----------------------------------------	--

1. Osallistamme ja toimimme vuorovaikutuksessa paikallisten kanssa, esim. tiedottamalla järjestämistämme (isoista) tapahtumista, rakentamisesta ja keskustelemalla toimintamme paikallista vaikutuksista
2. Keskustelemme alueen muiden yritysten kanssa kehityssuunnitelmistamme
3. Otamme huomioon alueen muut elinkeinot omassa toiminnassamme
4. Valitsemme yhteistyökumppaneiksi samaa arvomaailmaa noudattavia toimijoita
5. Järjestämme säännöllisesti asukasillna kuullaksemme paikallisia (vakituiset ja vapaa-ajan asukkaat)
6. Toteutamme säännöllisesti asukaskyselyn (vakituiset ja vapaa-ajan asukkaat) huomioidaksemme paikallisten näkemyksiä toimintamme kehittämisessä
7. Kehitämme aktiivisesti ympärivuotista toimintaa ja ympärivuotisia työpaikkoja, esim. kehittämällä tuotteita hiljaiselle sesongille
8. Tarjoamme ostosaikeissa oleville asiakkaille mahdollisuuden tutustua paikallisiin tuotteisiin
9. Yrityksellä on hankintaohje, jonka tavoitteena on omien hankintojen paikallisuus
10. Yritys kannustaa paikallisia tuottajia (esim. viljelijät, taiteilijat) tarjoamaan tuotteitaan alueen matkailuyrityksille
11. Yrityksellä on paikallinen hyväntekeväisyyskohde tai sponsorikohde, johon yritys aktiivisesti tekee lahjoituksia / tukee sponsoroimalla
12. Yritys tarjoaa yrityksen työntekijöille tietopaketin alueesta, jossa on otettu huomioon mm. alueen historia, kulttuuri, luontoarvo ja paikalliset palvelut
13. Yrityksessä seurataan systemaattisesti matkailualan trendejä ja hyödynnetään tietoa yritystoiminnan kehittämisessä
14. Yrityksessä kerätään systemaattisesti markkinatietoutta yrityksen fokusmarkkinoista ja tietoa hyödynnetään tuotekehityksessä ja/tai henkilökunnan koulutuksessa
15. Vähintään yksi henkilö yrityksessä on osallistunut / osallistumassa matkailualan trendejä tai markkinatutkimuksia koskevaan koulutustilaisuuteen

<b>6.</b>	<b>Laatu ja turvallisuus</b>	
-----------	------------------------------	--

1. Toimimme yhteistyössä alueen turvallisuusverkoston kanssa
2. Olemme toteuttaneet toimintamme riskianalyysin
3. Meillä on ajantasainen turvallisuussuunnitelma kriisin varalle
4. Henkilöstömme on perehdytetty toimimaan kriisin sattuessa turvallisuusohjeiden mukaisesti
5. Yrityksellä on omavalvontaohjelma ja hoidamme toimintamme omavalvonnan säädösten mukaisesti
6. Olemme tietoisia matkailuun vaikuttavista luvista ja ilmoituksista, esim. pelastussuunnitelma, rakennuslupa
7. Olemme tietoisia matkailuun vaikuttavista laeista ja säädöksistä, esim. matkapakettilaki, pelastuslaki, tietosuojala
8. Olemme tietoisia alkoholilainsäädännöstä ja relevantilla henkilökunnalla on alkoholipassi
9. Olemme tietoisia elintarvikehygienian perusasioista ja relevantilla henkilökunnalla on hygieniapassi
10. Tarvittavalla määrällä henkilökuntaa on hyvät ja ajantasaiset ensiaputaidot ja taitoja päivitetään säännöllisesti
11. Palveluprosessiimme kuuluu ohjeistaa asiakkaat liikkumaan turvallisesti alueella, esim. laduilla liikkumisen ohjeistus, talven ajo-olosuhteiden huomioiminen, jäällä liikkuminen
12. Tarjoamme kävijöille laadukkaita alueen ja kohteen luontaisille vetovoimatekijöille rakentuvia palveluja
13. Olemme asettaneet toimintamme laadulle tavoitteen ja ja seuraamme systemaattisesti niiden toteutumista
14. Asiakaslapauksemme vastaa palvelujemme todellista laatua
15. Keräämme säännöllisesti ja systemaattisesti asiakaspalautetta
16. Otamme asiakaspalautteen systemaattisesti huomioon toimintamme kehittämisessä
17. Osallistamme asiakkaamme asiakaskokemuksen kehittämiseen (muutoinkin kuin palautetta keräämällä)
18. Meillä on riittävästi henkilökuntaa takaamaan laadukas asiakaskokemus
19. Tiedämme, kuinka kohtaamme asiakkaat tasa-arvoisesti ja yhdenvertaisesti kulttuurista riippumatta
20. Tiedämme, kuinka kohtaamme asiakkaat tasa-arvoisesti ja yhdenmukaisesti uskonnosta riippumatta
21. Tiedämme, kuinka kohtaamme asiakkaat tasa-arvoisesti ja yhdenvertaisesti seksuaalisesta suuntautumisesta riippumatta
22. Tiedämme, kuinka kohtaamme asiakkaat tasa-arvoisesti ja yhdenvertaisesti fyysisestä rajoittuneisuudesta riippumatta
23. Tiedämme, kuinka kohtaamme asiakkaat tasa-arvoisesti ja yhdenvertaisesti aistirajoittuneisuudesta riippumatta
24. Huomioimme asiakkaiden erilaiset uskontoon liittyvät erityispiirteet ravitsemispalveluissa
25. Huomioimme asiakkaiden erilaiset eettisiin valintoihin liittyvät erityispiirteet ravitsemispalveluissamme, esim. vegaaninen ruokavalio
26. Olemme taanneet liikuntarajoitteisille esteettömän liikkumisen toiminnassamme, mukaan lukien kaikki\* yrityksen asiakastilat ja tarjottavat palvelut  
*\*On ymmärrettävää, että suojelluissa ja historiallisissa kohteissa ei välttämättä ole mahdollista huomioida esteettöntä liikkumista kaikissa tiloissa tai palveluissa*
27. Olemme tietoisia ja huolehdimme ohjelmalpalveuluissa käytettävien eläinten oikeuksista ja asianmukaisesta kohtelusta

7.	<b>Ilmastonmuutos</b>	
1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46.	<p>Olemme huomioineet yrityksen käytössä olevien ajoneuvojen päästöt, tavoitteena mahdollisimman vähäpäästöisest ajoneuvot</p> <p>Seuraamme ja dokumentoimme myös muiden hankintojemme laatua ja määrää: Tavoitteena ympäristöä mahdollisimman vähän kuormittavat hankinnat</p> <p>Seuraamme ja dokumentoimme toimintamme hiilijalanjälkeä, tavoitteena pienentää sitä</p> <p>Olemme laskeneet yksittäiset asiakkaan hiilijalanjälje, tavoitteena pienentää sitä</p> <p>Asiakkaamme on mahdollista kompensoida aiheuttamansa hiilijalanjälki tai kompensoimme sen hänen puolestaan</p> <p>Käytämme pääsääntöisesti sertifioitua ekoenergiaa</p> <p>Käytämme pääsääntöisesti uusiutuvia energianlähteitä</p> <p>Olemme siirtyneet vihreämpään energiamuotoon esim. vaihtamalla maalämpöön</p> <p>Suosimme uusiokäyttöä eli uutena hankitaan vain välttämätön</p> <p>Käytämme vain kestäviä, pitkäikäisiä astioita, tavoitteena eliminoida kertakäyttövälineet</p> <p>Hankinnoissa suosimme lähellä valmistettuja tuotteita ja dokumentoimme paikallisten hankintojen määrää</p> <p>Hankinnoissamme suosimme ympäristösertifioituja tuotteita</p> <p>Kannustamme asiakkaitamme resurssiuisauteen, esim ohjeistamalla vähäisempään veden- ja energiakulutukseen tai ruokajätteen vähentämiseen</p> <p>Seuraamme aiheuttamaamme jätteen määrää, tarkoituksena vähentää jätettä</p> <p>Meillä on huomioitu sekä tarpeellinen jäteastioiden määrä että sijainti roskaamisen estämiseksi</p> <p>Kannustamme asiakkaita jätteiden lajitteluun tietoa jakamalla ja selkein opastein</p> <p>Kannustamme asiakkaita jätteiden lajitteluun tietoa jakamalla ja selkein opastein, ja olemme huomioineet kohderyhmät (esim asiakkaan kotikielellä tuotettu ohjeistus)</p> <p>Kompostoimme, kierrätämme ja / tai hyötykäytämme biojätteet</p> <p>Kierrätämme tai hyötykäytämme paperijätteen</p> <p>Kierrätämme tai hyötykäytämme pahvi- ja kartonkijätteen</p> <p>Kierrätämme tai hyötykäytämme muovijätteen</p> <p>Kierrätämme tai hyötykäytämme palautuspullot</p> <p>Kierrätämme tai hyötykäytämme käytöstä poisjääneet kangasmateriaalit (kuten vaatteet, sisustus)</p> <p>Kierrätämme tai hyötykäytämme käytöstä poisjääneen elektroniikan</p> <p>Teemme toimenpiteitä ruokahävikin minimoimiseksi</p> <p>Teemme toimenpiteitä ruokahävikin hyödyntämiseksi</p> <p>Olemme vähentäneet pulloveden käyttöä</p> <p>Ohjeistamme asiakkaita hanaveden puhtaudesta kannustan hanaveden käyttöön pulloitetun veden sijaan</p> <p>Olemme säättäneet vesiverkoston vedenpaineen käyttöä säästävämmäksi</p> <p>Meillä on vettä säästävät vesilaitteet, esim suihkut, hanat, WC:n huuhtelu</p> <p>Olemme tarkastaneet energian käyttökohteet (kuten sähkö, lämpö, veden lämmitys, valaistus, koneet, kuljetukset) ja tehneet suunnitelman energiankäytön vähentämiseksi</p> <p>Hyödynnämme toiminnastamme johtuvaa hukkalämpöä</p> <p>Valvomme systemaattisesti ettei sisätilojen lämmitystä pidetä kohtuuttoman korkealla</p> <p>Käytämme viherkasveja ilmanpuhdistajina ja kosteuttajina</p> <p>Olemme huomioineet kylmälaitteiden tiivisteiden tarkistamisen ja laitteiden optimaalisen sijoittamisen hukkaenergian välttämiseksi</p> <p>Olemme ohjeistaneet henkilökunnan energiaa käyttävien laitteiden käytöstä energiakulutuksen vähentämiseksi</p> <p>Kytämme valot (automaattisesti) pois kun niitä ei tarvita</p> <p>Käytämme pääsääntöisesti vain ympäristömerkittyjä pesu- ja puhdistusaineita</p> <p>Valitsemme sisustuksessa kestäviä ja mahdollisimman vähän ympäristöä kuormittavia materiaaleja</p> <p>Elintarvikehankinnoissamme suosimme paikallisesti tuotettuja elintarvikkeita ja lähiruokaa</p> <p>Elintarvikehankinnoissamme suosimme luonnonmukaisesti tuotettuja elintarvikkeita</p> <p>Emme käytä tarjoilussa yksittäispakattuja tuotteita</p> <p>Teemme toimenpiteitä jotka rohkaisevat henkilökuntaamme käyttämään työmatkoihin mahdollisuuksien mukaan julkista liikennettä tai liikkumaan työmatkat lihasvoimin</p> <p>Kompensoimme asiakkaiden hiilijalanjäljen, esim. istuttamalla puita tai investoimalla soihin</p> <p>Käytämme elinkaariajattelua hankinnoissa</p> <p>Hankinnoissa käytämme kriteerinä vähäistä energiankulutusta</p>	
8.	<b>Vastuullisuus</b>	
1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19.	<p>Viestimme asiakkaillemme toimintaympäristömme luonnon- ja kulttuurihistoriasta ja ympäristön tilasta</p> <p>Viestimme asiakkaillemme kulttuurimme ja elämäntapamme erikoispiirteistä</p> <p>Viestimme asiakkaillemme alueen tuotteista ja palveluista, kannustan niiden hyödyntämiseen</p> <p>Viestimme asiakkaillemme toimipisteemme saavutettavuudesta julkisilla kulkuvälineillä nettisivuillamme</p> <p>Viestimme asiakkaillemme alueen sisäistä julkisista liikenneyhteyksistä</p> <p>Viestimme kestävästä matkailusta nettisivuillamme kertomalla omista kestävästä matkailun mukaisista toimenpiteistämme</p> <p>Viestimme kestävästä matkailusta nettisivuillamme kertomalla omista kestävästä matkailun mukaisista toimenpiteistämme myös muilla kuin kotimaisilla kielillä</p> <p>Kerromme kannustavasti sidosryhmillemme ja yhteistyökumppaneillemme kestävästä matkailun toimenpiteistämme</p> <p>Koska meille on asiakkaat tervetulleita heidän lähtömaasta, kansalaisuudesta tai kulttuuritaustasta riippumatta, viestimme heille siitä</p> <p>Koska meille on asiakkaat tervetulleita uskontokunnasta riippumatta, viestimme kohderyhmälle siitä</p> <p>Koska meille on asiakkaat tervetulleita seksuaalisesta suuntautumisesta riippumatta, viestimme LGBTQ+ kohderyhmälle siitä</p> <p>Koska meille on asiakkaat tervetulleita fyysisestä rajoittuneisuudesta riippumatta, viestimme kohderyhmälle esteettömistä palveluistamme, huomioiden myös saavutettavuuden</p> <p>Koska meille on asiakkaat tervetulleita aistirajoittuneisuudesta riippumatta, viestimme kohderyhmälle asianmukaisesti</p> <p>Koska meille on lapsiperheet tervetulleita, viestimme kohderyhmälle siitä</p> <p>Sustainable Travel Finland -laatumerkki on näkyvissä nettisivuillamme</p> <p>Kannustamme asiakkaitamme allekirjoittamaan 'Sustainable Finland Pledge' vastuullisen matkailijan sitoumuksen, esim hyödyntäen varausvahvistusta sitoumuksesta viestimiseen</p> <p>Vastuullisen matkailijan 'Sustainable Finland Pledge' -sitoumus on esillä toimintaympäristössämme</p> <p>Visit Finlandin laatimat valtakunnalliset kestävästä matkailun periaatteet ovat näkyvillä toimintaympäristössämme</p> <p>Kannustamme sidosryhmiämme noudattamaan Visit Finlandin laatimia valtakunnallisia kestävästä matkailun periaatteita</p>	

<b>9.</b>	<b>Taloudellinen kestävyys</b>	
-----------	--------------------------------	--

1. Meillä on säännöllisin väliajoin päivitettävä liiketoimintasuunnitelma
2. Toimimme pitkänteisesti asettamalla pitkän tähtäimen tavoitteita ja seuraamalla säännöllisesti niiden saavuttamista
3. Olemme uusiutumiskykyinen, huolehtien kilpailukyvyistä (esim kyky reagoida nopeasti vähentyneeseen kysyntään tietyltä markkinalta)
4. Panostamme tuotekehitykseen laajentaaksemme asiakaskantaa
5. Panostamme uusasiakashankintaan, meillä on esim malli liidien seurantaan
6. Meillä on systemaattinen malli seurata toimintaamme vaikuttavia alan trendejä
7. Seuraamme jatkuvasti toimintaamme vaikuttavia alan trendejä ja hyödynnämme tietoa toimintamme kehittämisessä
8. Olemme varmistaneet, että tuotamme lisäarvoa tuotteisiin ja palveluihin verrattaessa kilpailijoihimme
9. Olemme tehneet pitkän aika välin laskelmat ja sitä kautta varmistanut, että toimintamme on liiketoiminnallisesti kattavaa
10. Tuotteemme ja palvelumme on digitaalisesti varattavissa
11. Tuotteemme ja palvelumme ovat ostettavissa (ja maksettavissa) suoraan omien verkkosivujemme kautta
12. Tuotteemme ja palvelumme on digitaalisesti varattavissa monikanavaisesti (eli esim oma verkkokauppa + muu onlinekanava, OTA tms kv-jakelukanava)
13. Digitaalisissa saavutettavuudessa olemme huomioineet, että olemme saavutettavissa riippumatta asiakkaan toimintarajoitteista tai ominaisuuksista, esim. iästä, näkö- tai kuulokyvystä tai vammoista.
14. Yhteystietomme ovat löydettävissä sosiaalisessa mediassa
15. Yhteystietomme ovat löydettävissä nettisivuillamme
16. Yhteystietomme ovat ajantasalla sosiaalisessa mediassa ja nettisivuillamme
17. Yrityksen tiedot ovat ajantasalla palveluissa kuten Google Business ja Tripadvisor (tai vastaavissa vertausarvioinneissa)
18. Keräämme vertausarviopalveluihin (esim Tripadvisor) tullutta palautetta hyödyntäen sitä esim asiakaspalvelua tai tuotevalikoimaamme kehittäessä
19. Vastamme vertausarviopalveluihin (esim Tripadvisor) tulleeeseen palautteeseen välittömästi, esim 1-2 päivän sisällä
20. Keskitymme palaavien asiakkaiden eteen tehdyille työlle, esim aftersales
21. Olemme huomioineet, että yrityksemme arvot välittyvät asiakkaillemme
22. Toiminnastamme on saatavilla tietoa, huomioiden yrityksemme kansainväliset kohderyhmät, vähintään kahdella vieraalla kielellä
23. Yrityksessämme on myynnissä muiden tuottamia paikallisia tuotteita tai palveluita.
24. Työllistämme pääsääntöisesti paikallisia ihmisiä
25. Työsuhteiden ympärivuotistaminen on lähtökohtamme
26. Panostamme ympärivuotiseen toimintaan aktiivisella tuotekehityksellä

<b>10.</b>	<b>Sitoutuminen</b>	
------------	---------------------	--

1. Meillä on vastuuhenkilö joka koordinoi yrityksen kestävän matkailun mukaisten toimenpiteiden omaksumista ja toteutumista
2. Kestävän matkailun toimenpiteiden koordinointi yrityksessämme on sisällytetty toimenpiteitä koordinoivan henkilön työnkuvaukseen
3. Olemme laskeneet henkilötyöpäivät (HTP), minkä kestävän matkailun toimenpiteiden koordinointi yrityksessä vaatii, ja tämä on huomioitu kestävän matkailun toimenpiteitä koordinoivan henkilön työnkuvassa
4. Kestävää matkailua yrityksessämme koordinoiva henkilö saa asiaan tarpeenmukaista koulutusta osaamisen kartuttamiseksi
5. Meillä on voimassa oleva kestävää matkailua tukeva laatuohjelma tai sertifikaatti
6. Meillä on kirjallinen kestävän kehityksen mukaisen matkailun toimenpideohjelma joka sisältää vastuualueet ja mittarit tavoitteiden saavuttamiseksi (kehittämissuunnitelma)
7. Olemme läpikäyneet kestävän matkailun ohjelmamme / kehittämissuunnitelmamme yhdessä henkilökunnan kanssa
8. Seuraamme kestävän kehityksen mukaisen matkailun toimenpideohjelmamme / kehittämissuunnitelman toteutumista ja päivitämme ohjelmaa vuosittain
9. Koulutamme ja motivoimme henkilökuntaamme toteuttamaan kestävän matkailun mukaisia toimenpiteitä
10. Vähintään yksi henkilö yrityksestä on osallistunut / osallistumassa kestävää matkailua koskevaan koulutustilaisuuteen viimeisen kahden vuoden aikana / lähitulevaisuudessa
11. Julkaisemme vuosittain raportin, missä kerromme toimenpiteistämme ja sitoutumisestamme kestävän kehityksen mukaisen matkailun edistämiseksi
12. Yrityksemme on tehnyt kestävän kehityksen "Sitoumus2050" yhteiskuntasitoumuksen

## HAASTATTELUN KYSYMYKSET

### Lomakehaastattelu matkailuyrityksille kestävän matkailun huomioimisesta ja merkityksestä liiketoiminnassa

#### 1. Yhteystiedot:

Vastaajan nimi \*

Sähköposti \*

Yrityksen nimi \*

Toimipaikka

#### 2. Mikä on yrityksenne pääasiallinen toimiala? (valitse yksi vaihtoehto) \*

- Majoitustoiminta
- Ravitsemistoiminta
- Henkilöliikenne tai sitä palveleva toiminta, sis. autovuokraamo
- DMC / incoming-toimisto
- Muu matkatoimistot, matkanjärjestäjät, varauspalvelut -toiminta
- Ohjelmapalvelut
- Kulttuurikäyntikohteet ja niiden palvelut (esim. museot)
- Urheilu / liikuntakohteet ja niiden palvelut (esim. hiihtokeskus)
- Luontokohteiden palvelut (esim. kansallispuistot)
- Vähittäiskauppa
- Muu, mikä

#### 3. Toimipaikan sijaintialue \*

#### 4. Yrityksen koko henkilötyövuosissa \*

- Suuryritys (> 250 työntekijää)
- PK-yritys (51-250 työntekijää)
- Pieni yritys (10-50 työntekijää)
- Mikroyritys (alle 10 työntekijää)

#### 5. Kansainvälisten matkailijoiden osuus \*

- alle 10 %
- 10-25 %
- 26-40 %
- 41-60 %
- yli 60 %

#### 6. Mitkä ovat keskeiset syyt siihen, että kestävä kehitys kuuluu yrityksenne arvoihin? Voit valita useampia vaihtoehtoja. \*

- Markkinoinnilliset / viestinnälliset syyt
- Asiakkaat arvostavat / vaativat
- Omat / yrityksen henkilökohtaiset arvot ja ideologia
- Luonnon säästämisen halu/luonnon arvostus
- Sijainti/kohde/alue on kulttuurillisesti merkittävä
- Halu luoda jatkuvuutta
- Alueen elinvoimaisuuden lisääminen (esim. lähituotannon tukeminen)
- Ilmastonmuutoksen hillitseminen
- Jokin muu, mikä:
- Kestävä kehitys ei kuulu arvoihimme

#### 7. Onko yrityksellänne jokin vastuullisuuteen/kestävyyteen liittyvä toimintasuunnitelma? \*

- Kyllä
- Ei
- Suunnitteilla

#### 8. Kerro suunnitelmasta (lisää esimerkiksi linkki suunnitelmaan)

**9. Onko alueenne matkailun alueorganisaatiolla vastuullisen matkailun / kestävän matkailun ohjelmaa/toimintasuunnitelmaa? \***

- Kyllä  
 Ei  
 En tiedä

**10. Millaisia toimenpiteitä olette viimeisen vuoden aikana tehneet edistääksenne matkailun ekologista kestävyyttä? Valitse väittämistä kaikki ne, jotka kuvaavat omaa toimintaanne. \***

- Jätteiden lajittelu, kierrätys ja jätemäärän todennettava vähentäminen kuuluu arkipäiväämme  
 Käytämme ekoenergiaa eli kestäväillä luonnonvaroilla tuotettua energiaa  
 Käytämme ekologista lämmitysjärjestelmää  
 Seuraamme ja vähennämme energian- ja vedenkäyttökuluja ja tiedotamme niistä henkilökunnalle  
 Kannustamme ja opastamme asiakkaitamme kohtuulliseen energian- ja vedenkäyttöön  
 Tuotamme palvelut ympäristöystävällisesti, jättämättä jälkiä ympäristöön ja kuluttamatta luontoa  
 Huolehdimme eläinten elinoloista aktiviteeteissa, joissa eläimet ovat osa elämystä  
 Suosimme yhteishankintoja esim. alueen muiden yritysten kanssa  
 Valitsimme sisustuksessa ja markkinoinnissa esteettisiä sekä kestäviä ja mahdollisimman vähän ympäristöä kuormittavia materiaaleja  
 Suosimme hankinnoissa ympäristömerkittyjä tuotteita  
 Käytämme ympäristömerkittyjä pesu- ja puhdistusaineita  
 Toimintamme tukee ruokahävikin vähentämistä ja hyödyntämistä  
 Tarjoamme yhä enenevässä määrin luomu- ja kasvisruokaa  
 Rohkaisemme asiakkaita käyttämään julkista liikennettä, pyöräilemään ja kävelemään  
 Toteutamme kiertotalouden käytäntöjä (synnytämme mahdollisimman vähän hukkaa ja jätettä)  
 Käytämme hiilijalanjälkilaskuria  
 Kompensoimme asiakkaiden hiilijalanjäljen esim. istuttamalla puun  
 Koulutamme henkilökuntaa ympäristöasioissa  
 Motivoimme henkilöstöä arjen ekotekoihin  
 Viestimme asiakkaillemme kestävän matkailun tärkeydestä ja motivoimme heidät arjen ekotekoihin  
 Muuta, mitä?   
 Emme ole tehneet mitään mainituista toimenpiteistä

**11. Millaisia toimenpiteitä olette viimeisen vuoden aikana tehneet edistääksenne matkailun sosiaalkulttuurista kestävyyttä? Valitse väittämistä kaikki ne, jotka kuvaavat omaa toimintaanne. \***

- Tuemme omalla toiminnallamme paikallisen kulttuuriperinnön säilymistä ja elinvoimaisuutta  
 Kunnioitamme paikallista kulttuuria ja hyödynnämme sitä mahdollisimman aidosti osana omaa toimintaamme  
 Hyödynnämme toiminnassa olemassa olevia rakennuksia ja palveluinfrastruktuuria  
 Osallistamme ja toimimme vuorovaikutuksessa paikallisten kanssa  
 Kunnioitamme ja arvostamme paikallisyhteisön mielipiteitä ja hyvinvointia osana omaa liiketoimintaamme  
 Suosimme lähiruokaa  
 Suosimme omassa toiminnassamme ja suositlemme matkailijoille paikallisia tuotteita kuten matkamuistoja sekä palveluja  
 Hyödynnämme paikallisia ja suomalaisia ominaispiirteitä markkinoinnissamme alkuperää kunnioittaen  
 Hyödynnämme paikallisia elementtejä matkailutuotteissa niiden alkuperää kunnioittaen  
 Otamme huomioon alueen muut mm. perinteiset elinkeinot omassa toiminnassamme  
 Viestimme asiakkaillemme paikalliskulttuurista ja sen erityispiirteitä, nähtävyyksistä ja tapahtumista sekä omista kulttuurisesti kestävästä toimistamme  
 Edistämme esteettömyyttä ja esteetöntä liikkumista  
 Valitsimme yhteistyökumppaneiksi samaa arvomaailmaa noudattavia toimijoita  
 Kohtelemme ja kohtaamme henkilöstöä (myös sesonkityöntekijät) ja asiakkaita tasavertaisesti/tasa-arvoisesti  
 Muuta, mitä?   
 Emme ole tehneet mitään mainituista toimenpiteistä

**12. Millaisia toimenpiteitä olette viimeisen vuoden aikana tehneet edistääksenne matkailun taloudellista kestävyyttä? Valitse väittämistä kaikki ne, jotka kuvaavat omaa toimintaanne. \***

- Teemme palvelu- ja tavaraostot mahdollisuuksien mukaan paikallisilta toimijoilta  
 Suosimme ympärivuotisia työsuhteita  
 Pyrimme työllistämään paikallisia  
 Toimintamme hyödyntää paikallistaloutta  
 Toteutamme investoinnit kestävän periaatteiden mukaisesti  
 Toimimme pitkänteisesti asettamalla pitkän tähtäimen tavoitteita ja seuraamalla jatkuvasti niiden saavuttamista  
 Yrityksemme toiminta on läpinäkyvää  
 Muuta, mitä?   
 Emme ole tehneet mitään mainituista toimenpiteistä

13. Onko teillä kiinnostusta kehittää yhdessä Visit Finlandin kanssa yrityksenne kestävän kehityksen mukaista matkailua? \*

- Kyllä  
 Ei

14. Jos kyllä, mitä osa-aluetta haluaisitte mieluiten kehittää

- Taloudellinen kestävyys  
 Sosio-kulttuurinen kestävyys  
 Ympäristöllinen kestävyys  
 Jokin muu, mikä

15. Minkälaisia vastuullisen toiminnan haasteita olette kokeneet? Voit valita useampia. \*

- Meillä ei ole tarpeeksi tietoa asiasta  
 Liian vaivalloista ja aikaa vievää  
 Emme ole ajatelleet asiaa lainkaan/ei ole ajankohtainen  
 Vastuulliset valinnat ovat aina kalliimpia  
 Onko hyötyä suhteessa kustannuksiin?  
 Jätteiden lajittelu ei onnistu, koska kunta ei kerää esim. biojätettä  
 Ympäristö/ilmastoystävällistä rakentamista ei tueta tarpeeksi  
 Yhteistyökumppaneillamme ei ole kiinnostusta (kaikkien verkostonjäsenten tulisi noudattaa samoja periaatteita)  
 Asiakkaat eivät ole kiinnostuneet asiasta  
 Muuta, mitä?   
 Emme ole kokeneet haasteita vastuullisessa toiminnassa

16. Onko teillä kestävään matkailuun liittyviä osaamisvajeita? \*

- Kyllä, mihin liittyviä   
 Ei

17. Olisitteko kiinnostuneita osallistumaan Visit Finlandin järjestämään kestävän matkailun koulutukseen? \*

- Kyllä  
 Ei

18. Onko mielestänne kestävän matkailun arvojen huomioimisella vaikutusta asiakkaidenne ostopäätökseen? \*

- Kyllä  
 Ei  
 En osaa sanoa

19. Näkyykö vastuullisen/kestävän matkailun mukainen toimintanne viestintäkanavissanne? \*

- Kyllä, miten ja missä? Liitä linkki esim. nettisivulle, missä asiasta viestitään   
 Ei

20. Onko yrityksellänne jokin vastuullisuutta ilmentävä sertifikaatti / merkki? Sertifikaatteja / merkkejä ovat esimerkiksi:

Laatu- ja vastuullisuusohjelmat:	Elintarvikemerkinnot:	Ympäristösertifikaatit ja muut merkit *
EMAS Green DQN Green Start ISO 14001 Laatuonni Ruoppa Sateilla WWF Green Office Energiatohokkuussopimus Metsähallituksen kestävän matkailun sopimuksen	Avainlippu Eurolehti Hyvää Suomesta Luomu – Aurinkomerkki Leppäkarttumerkki M3C-osa Liifikaatu Reilu Kauppa merkki Sirkkalehti	Joutsenmerkki Ekokompassi EUROPARC Charter for Sustainable Tourism EU-kukka European Charter National Parks Purini Aulians Reisen Geopark Green Globe Green Key GTF - Green Tourism of Finland Suomen Luomumatkailuyhdistys ECEAT TripAdvisor Green Leaders UNESCO kohde Yrityksen oma ohjelma

- Kyllä  
 Ei. Miksi?

**21. Jos vastasitte "kyllä", niin mikä sertifiikaatti / merkki käytössänne on? \*****Laatu- ja vastuullisuusohjelmat sekä ympäristöjärjestelmät**

- EMAS
- Green DQN
- Green Start
- ISO 14001
- Laatu-tonni
- Roope Satama
- WWF Green Office
- Allekirjoittanut energiatehokkuussopimuksen
- Allekirjoittanut Metsähallituksen kestävän matkailun sopimuksen

**Elintarvikemerkinnot**

- Avainlippu
- Eurolehti
- Hyvää Suomesta
- Luomu – Aurinko-merkki
- Leppäkerttu-merkki
- MSC-sertifiikaatti
- Reilu Kauppa merkki
- RSPO-merkintä/Green Palm-merkintä
- Sirkkalehti

**Ympäristösertifikaatit ja muut merkit**

- Joutsenmerkki
- Ekokompassi
- EUROPARC Charter for Sustainable Tourism
- EU-kukka
- European Charter National Parks
- Forum Anders Reisen
- Geopark
- Green Globe
- Green Key
- GTF - Green Tourism of Finland
- Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT
- TripAdvisor Green Leaders
- UNESCO kohde
- Jokin muu, mikä (esim. yrityksen oma ohjelma)

**22. Mitkä ovat olleet pääasialliset syyt siihen, että päätitte läpikäydä sertifiointiprosessin? \***

**23. Mitä käytännön hyötyä sertifiointista on yrityksellenne ollut? Voit valita useampia. \***

- Olemme säästäneet kustannuksissa
- Asiakasmäärät ovat kasvaneet
- Markkinaosuus on kasvanut
- Olemme saaneet lisähuomiota mediassa
- Myönteinen yrityskuva
- Lisää toiminnan uskottavuutta
- Olemme kehittäneet liiketoimintaamme prosessin avulla
- Sertifiikaatti viestii yrityksemme arvoista
- Muuta hyötyä, mitä?
- Sertifiikaatti ei ole tuonut käytännön hyötyä yrityksellemme

**24. Edellyttäkö myös alihankkijoilta tai yhteistyökumppaneilta kestävän kehityksen ohjelmaa / vastuullista toimintaa? \***

- Kyllä
- Ei

## VASTUULLINEN TOIMINTA TYÖPAIKALLAMME

Lomakehaastattelulla selvitetään työntekijöiden tietämystä ja asenteita vastuullisesti toimimisesta

1. Tiedän mitä tarkoittaa kestävä matkailu ja vastuullisesti toimiminen

- Kyllä tiedän
- En tiedä
- En ole ihan varma

2. Toimin vastuullisesti ja kestävää kehitystä tukien työpaikallani (kierrätän, säästän sähköä jne.)

- Kyllä, se tulee minulta luonnostaan
- En juurikaan
- En ole varma toiminko vastuullisesti

3. Miten vastuullisesti ylipäänsä toimimme toimitiloissa. Valitse yksi numero (1 = ei yhtään, 5 = pääsääntöisesti aina)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. Olen valmis muuttamaan omaa toimintaani ja tapojani

- Kyllä
- Ei
- Muu

5. Kohtelen kaikkia tasa-vertaisesti ja kommunikoin osapuolia kunnioittaen

- Kyllä
- Ei
- Silloin tällöin

6. Olen valmis kehittämään kommunikointiani ja tapaan kohdella muita, vastuullisten arvojen mukaisiksi

- Kyllä
- Ei

7. Olen valmis kehittämään kestävää ja vastuullista toimintaan työpaikallani

- Kyllä
- Ei
- Muu

8. Haluan olla suunnittelemassa millä toimilla kehitämme toimitilojen vastuullisuutta. Valitse yksi numero (1 = ei ollenkaan, 5 = aktiivisesti)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

9. Ideoita miten voisimme kehittää toimintaamme vastuullisemmaksi toimitiloissa?

Kirjoita vastaus

10. Vapaa sana:

Kirjoita vastaus

11. Haluan osallistua koulutukseen aiheen tiimoilta

- Kyllä
- Ei
- Ehkä