

## **Suomalaiset matkanjärjestäjät ja hiilidioksidipäästöjen kompensointi**

Sami Kullberg

Opinnäytetyö  
Matkailun liikkeenjohdon  
koulutusohjelma

2014



Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma

<p><b>Tekijä tai tekijät</b> Sami Kullberg</p>	<p><b>Ryhmä tai aloitusvuosi</b> 2011</p>
<p><b>Opinnäytetyön nimi</b> Suomalaiset matkanjärjestäjät ja hiilidioksidipäästöjen kompensointi</p>	<p><b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 46 + 3</p>
<p><b>Ohjaaja tai ohjaajat</b> Mia Tarhanen</p>	
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää suomalaisten matkanjärjestäjien kokemuksia ja asenteita matkailutoiminnan hiilidioksidipäästöjen kompensointiin ja siihen käytettäviin ohjelmiin liittyen. Työn toimeksiantaja oli Reilun matkailun yhdistys ry. Työn tietoperustassa käydään läpi matkailun ilmastovaikutuksiin, ilmastonmuutokseen, ilmastoasenteisiin sekä CO<sup>2</sup>-päästöjen kompensointiin liittyvää tematiikkaa.</p> <p>Tutkimusaineisto opinnäytetyöhön kerättiin suomalaisille matkanjärjestäjille syyskuussa 2014 lähetetyn sähköisen lomakekyselyn avulla. Yrityskohtaisella kyselyllä pyrittiin selvittämään, kuinka moni matkanjärjestäjä on käyttänyt CO<sup>2</sup>-päästöjen kompensointiohjelmaa tai harkinnut ohjelman käyttöönottoa, millaisia kokemuksia ja palautetta ohjelmien käytöstä on saatu, mistä syistä ohjelma on tai sitä ei ole otettu käyttöön, sekä käyttävätkö matkanjärjestäjät ilmastoystävällisyyttä markkinoinnissaan ja nähdäänkö se yrityksessä kilpailuetuna. Kyselyn yhteydessä kerättiin myös tietoja yritysten kokoon ja matkatuotantoon liittyen. Kysely lähetettiin 245 yritykselle, joista 32 vastasi kyselyyn.</p> <p>CO<sup>2</sup>-päästöjen kompensointi on suomalaisten matkanjärjestäjien keskuudessa tällä hetkellä vähäistä: Kyselyyn vastanneista 32 yrityksestä kompensointiohjelmaa oli käyttänyt neljä. Kyselyyn vastanneista yrityksistä vajaassa 19 %:ssa oli käytössä kompensointiohjelman sijasta jokin muu päästöjen vähentämishjelma tai -käytäntö. Kompensointiohjelmaa oli käytetty tai sen käyttämistä oli harkittu 37,5 %:ssa yrityksistä. Ohjelmien käyttöönottoa oli todennäköisemmin harkittu suuremmissa yrityksissä. Koska kompensointiohjelmaa käyttäneiden yritysten määrä oli vähäinen, kokemuksia ohjelmien käytöstä saatiin valitettavan vähän.</p> <p>Ilmastoystävällisyyttä on käyttänyt markkinoinnissaan yli 40 % vastanneista yrityksistä, mukaan lukien kaikki keskisuuret ja suuret yritykset. Ilmaliikenteeseen verrattuna vähäpäästöisiä juna- ja linja-automatkoja järjestävät yritykset osaavat tulosten perusteella hyödyntää asian markkinoinnissaan. Yli 53 % vastanneista yrityksistä ei pitänyt ilmastoystävällisyyttä kilpailuetuna. Ympäristöystävällisyyden merkityksen kilpailussa arvioitiin kuitenkin kasvavan tulevaisuudessa. Pienyrityksissä ilmastoystävällisyys nähtiin harvemmin mahdollisena kilpailuetuna kuin suuremmissa yrityksissä. Tärkeimpiä syitä kompensointiohjelmien käyttöön tai käyttämättä jättämiseen olivat ajan ja tiedon puute, negatiiviset mielikuvat kompensoinnista, sekä taloudelliset syyt.</p>	
<p><b>Asiasanat</b> matkailu, lentoliikenne, hiilidioksidipäästöt, CO<sup>2</sup>-päästöt, kompensointi, matkanjärjestäjät, kompensointiohjelmat</p>	

Degree Programme in Tourism Management

<p><b>Author or authors</b> Sami Kullberg</p>	<p><b>Group or year of entry</b> 2011</p>
<p><b>The title of thesis</b> Finnish tour operators and carbon balancing</p>	<p><b>Number of pages &amp; appendices</b> 46 + 3</p>
<p><b>Supervisor or supervisors</b> Mia Tarhanen</p>	
<p>The objective of the thesis was to find out what kind of experiences and attitudes the Finnish tour operators had towards balancing the carbon dioxide emissions of their operations, and the programs used for this purpose. In first parts of the thesis, the scientific, economic, and political debate concerning the effects of tourism activities on climate, climate change and CO<sup>2</sup> emissions are discussed.</p> <p>The material for the thesis survey was collected from Finnish tour operators with an e-mailed questionnaire. The survey was conducted in order to find out how many tour operators in Finland have used carbon balancing programs or have considered using one, what kind of experiences have they had concerning these programs, what are their main reasons for decisions of using or not using carbon balancing, do they utilize their climate friendly practices in marketing, and are these practices seen as competitive advantage. Information about the size and destination portfolio of the companies was also collected. The questionnaire was sent to 245 companies, of which 32 answered.</p> <p>Balancing CO<sup>2</sup> emissions is currently rare among Finnish tour operators; Four of the 32 companies had been using a carbon balancing program. Slightly less than 19 % of the companies were using some other type of program or practice for reducing CO<sup>2</sup> emissions. 37,5 % of the respondent companies had either used or considered using a carbon balancing program. Bigger companies were more likely to have considered using such program. Since the number of companies who had used carbon balancing was low, only a limited amount of user experiences was received.</p> <p>Over 40 % of the companies, including all mid-size and large ones, have promoted climate friendly practices in their marketing. According to results, the companies arranging train or bus journeys that have lower carbon footprint than air traffic are promoting this in their marketing. Over 53 % of the companies did not see climate friendly practices as competitive advantage. However, the importance of these in competition was estimated to be higher in the future. Small companies had more negative views than bigger ones regarding climate friendly practices as competitive advantage. The most important reasons identified for using or not using carbon balancing were: lack of time and knowledge; negative impressions of carbon balancing; and financial reasons.</p>	
<p><b>Key words</b> tourism, air traffic, carbon balancing, CO<sub>2</sub> emissions, tour operators, carbon balancing programs, Finland</p>	

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet .....	2
1.1.1	Opinnäytetyön rajaus .....	2
1.1.2	Toimeksiantaja .....	3
2	Matkailu ja ilmastonmuutos .....	5
2.1	Lentoliikenteen hiilidioksidipäästöt .....	7
2.2	Ilmastonmuutoksen vaikutukset matkailuun .....	9
2.3	Torjunta vai sopeutuminen? .....	10
2.4	Matkailijoiden ympäristö- ja ilmastoasenteet .....	11
3	Hiilidioksidipäästöjen kompensointi .....	13
3.1	Hiilidioksidipäästöjen kompensointiohjelmat ja päästölaskurit .....	13
3.2	Kompensointi asiakkaan näkökulmasta .....	15
3.3	Kompensointi matkailuyritysten näkökulmasta .....	17
3.4	Matkanjärjestäjät ja hiilidioksidipäästöjen kompensointi käytännössä .....	18
4	Tutkimus: Suomalaisten matkanjärjestäjien hiilidioksidipäästöjen kompensointiin liittyvät kokemukset ja asenteet .....	20
4.1	Tutkimuksen tavoitteet ja menetelmät .....	20
4.2	Tutkimustulokset .....	23
4.2.1	Taustakysymykset .....	23
4.2.2	Kompensointiohjelmien käyttö .....	24
4.2.3	Motivaatiotekijät ja kokemukset kompensointiohjelmista .....	27
4.2.4	Muita esille tulleita asioita .....	31
5	Yhteenveto ja johtopäätökset .....	32
5.1	Keskeiset tulokset ja johtopäätökset .....	32
5.1.1	Suomalaisten matkanjärjestäjien suhde kompensointiohjelmiin .....	33
5.1.2	Kokemuksia kompensointiohjelmista .....	33
5.1.3	Markkinointi ja asenteet .....	34
5.2	Lopuksi .....	35
5.2.1	Tutkimuksen validiteetti & reliabiliteetti .....	38
5.2.2	Opinnäytetyöprosessi ja oppimiskokemus .....	39
	Lähteet .....	41

Litteet.....	47
Liite 1. Sähköisen kyselylomakkeen kysymykset. ....	47
Liite 2. Sähköisen kyselylomakkeen saatekirje. ....	49

# 1 Johdanto

Maapallon ilmasto muuttuu nykyisin nopeammin kuin koskaan aikaisemmin planeettamme historiassa. Nyt ja lähitulevaisuudessa koettava ilmastonmuutos on ilmakehän niin sanotun kasvihuoneilmiön ansiota. Ilmiötä ruokkivat erilaiset ilmakehään pääsevät yhdisteet, ns. kasvihuonekaasut, joista yleisin on hiilidioksidi (CO<sub>2</sub>). Tutkijat ovat nykyisin lähes yksimielisiä ihmistoiminnan merkittävästä osuudesta nykyiseen ilmastonmuutokseen, joka ilmenee muun muassa keskilämpötilojen nousuna ja ilmaston ääri-ilmiöiden yleistymisenä. Ilmiön tulevaa nopeutta ja sen moninaisia vaikutuksia sen sijaan ei ole toistaiseksi kyetty kattavasti ennustamaan.

Maailmanlaajuisesti suurimpia ilmastonmuutosta aiheuttavien yhdisteiden eli kasvihuonekaasujen tuottajia ovat energiantuotanto ja maatalous (Burney, Kennel & Victor 2013, 50). Myös matkailutoiminta tuottaa ilmakehään ilmastonmuutosta edistäviä yhdisteitä. Matkailuala on myös erityisen haavoittuvainen ilmastonmuutoksen vaikutusten kannalta, sillä erityisesti vapaa-ajanmatkailun on todettu olevan voimakkaasti riippuvaista suotuisasta ilmastosta ja sääolosuhteista. Ilmastonmuutoksen arvioidaan vaikuttavan erityisesti matkailukohteisiin niiden houkuttelevuutta ja kilpailukykyä heikentävästi (Jopp, DeLacy & Mair 2010, 591), mutta vaikutukset näkyvät myös lähtöalueilla ja matkailun kokonaiskysynnässä.

Ilmastonmuutoksen torjuminen ja siihen sopeutuminen ovat tärkeitä tulevaisuuden haasteita etenkin matkailualalla. CO<sub>2</sub>-päästöjen vähentäminen tai niiden kompensointi ovat nykyisin käytettävistä käytännön torjuntakeinoista yleisimpiä. Matkailuyritysten on mahdollista osallistua ilmastonmuutoksen torjuntaan sekä matkailun lähtö- että kohdealueilla eri tavoin. Yksi tavoista on hiilidioksidipäästöjen kompensointi, mikä tarkoittaa aiheutettujen päästöjen korvaamista muualla samaan aikaan toteutettavilla, hiilidioksidia esimerkiksi puustoon sitovilla projekteilla. Käytäntö on tuttu teollisuuden päästökauppajärjestelmästä. Yritykset voivat myös pyrkiä tukemaan muiden kasvihuonekaasujen päästöjen vähentämistä sekä hiilineutraaliutta matkailutoiminnassa.

## 1.1 Opinnäytetyön tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kartoittaa suomalaisten matkanjärjestäjien kokemuksia ja asenteita matkailutoiminnan hiilidioksidipäästöjen kompensointiin ja siihen käytettäviin ohjelmiin liittyen. Opinnäytetyö on laadultaan tutkimustyyppinen ja menettelmiltään pääosin kvantitatiivinen. Työ pyrkii vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

- Kuinka moni suomalainen matkanjärjestäjä käyttää tai on käyttänyt CO<sub>2</sub>-päästöjen kompensointiohjelmaa?
- Kuinka monessa yrityksessä kompensoinnin käyttöönottoa on harkittu?
- Millaisia kokemuksia ja palautetta ohjelmien käytöstä on saatu?
- Nähdäänkö ”ilmastoystävällisyys” yrityksissä kilpailuetuna?
- Mikä on ollut yritysten motivaationa kompensointiohjelman käyttöönotossa tai käyttämättä jättämisessä?

Tutkimusaineisto opinnäytetyöhön kerättiin sähköisen lomakekyselyn avulla, joka lähetettiin suomalaisille, Kilpailu- ja kuluttajaviraston valmismatkarekisterissä (KKV 2014) oleville matkanjärjestäjille. Lomakekyselyllä selvitettiin mm. kuinka suuressa osassa yrityksistä CO<sub>2</sub>-päästöjen kompensointia on suunniteltu tai toteutettu, ja pidetäänkö toimintaa kilpailuetuna. Niiden yritysten osalta, joilla on tai on ollut käytössään CO<sub>2</sub>-päästöjen kompensointiohjelma, selvitettiin myös ohjelmien sisältöä ja kattavuutta, mm. perustuuko ohjelma vapaaehtoisiin maksuihin, käytetäänkö ulkopuolista vai yrityskonsernin omaa ohjelmaa ja millä periaatteella ohjelma toimii. Yrityksiltä kerättiin myös tietoja niiden kokoon ja harjoitettavan toiminnan tyyppiin liittyen.

### 1.1.1 Opinnäytetyön rajaus

Hiilidioksidipäästöjen kompensointiin liittyviä kokemuksia ja asenteita matkanjärjestäjien keskuudessa ei ole tutkittu Suomessa aikaisemmin. Maailmanlaajuisestikaan aiheetta ei ole juuri tutkittu tieteellisesti. Kompensointi ja siihen käytettävät ohjelmat ovat nousseet esille maailmalla viime aikoina teollisuuden päästökauppakäytännön kehittämisen myötä. Tarjolla olevien lukuisien kompensointiohjelmien keskinäistä vertailua on tehnyt mm. ympäristöjärjestö WWF (2008).

Matkailualalla hiilidioksidipäästöjen kompensoinnin mahdollisuuteen ovat tarttuneet erityisesti lentoyhtiöt. Suomessa pääpaikkaansa pitäviä lentoyhtiöitä on niin vähän, että niiden tutkiminen kvantitatiivisesti ei ole järkevää. Sen sijaan opinnäytetyötutkimuksen kohderyhmäksi ovat valikoituneet suomalaiset matkanjärjestäjät, jotka käyttävät toiminnassaan joko tilaus- tai reittilentoja, juna-, laiva- tai linja-autoliikennettä, tai monissa tapauksissa useita näistä vaihtoehdoista.

Opinnäytetyön aihe on rajattu Suomeen ja matkanjärjestäjiin pääasiallisesti siitä syystä, jotta tutkimusalue ei muodostuisi liian laajaksi. Matkanjärjestäjät ovat matkailualan ilmaston vaikuttavien päästöjen ja ilmastokestävän matkailun kehittämisen kannalta tärkeässä roolissa: heidän kauttaan myydään suurin osa suomalaisten ostamista ulkomaanmatkoista.

### **1.1.2 Toimeksiantaja**

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Reilun matkailun yhdistys ry. Vuonna 2003 perustettu Reilun matkailun yhdistys on kansalaisjärjestö, joka tiedottaa ja kouluttaa muun muassa matkailuun liittyvistä sosiaalisista ja ympäristökysymyksistä. Yhdistyksen jäsenistöön kuuluu niin tutkijoita, opiskelijoita kuin matkailualan ammattilaisiakin. (RMY 2013a)

Yhdistys toteutti vuonna 2013 Ilmastokestävää matkailua -hankkeen, jossa laadittiin Ulkoministeriön rahoituksella matkailualan ammattilaisille suunnattu Ilmastokestävää matkailua -verkkosivusto antamaan tietoa matkailun ilmastovaikutuksiin liittyvistä aiheista, kuten matkailun osuudesta ilmastonmuutokseen, ilmastonmuutoksen vaikutuksista matkailuelinkeinoon, sekä ilmastokestävän matkailun toteuttamismahdollisuuksista ja hyödyistä yrityksille. Verkkosivusto on avoinna osoitteessa [www.ilmastokestavaamatkailua.fi](http://www.ilmastokestavaamatkailua.fi). Suomalaisille matkailualan yrityksille painettiin ja lähetettiin sivustoa mainostava postikortti (kuvio 1). Hankkeen yhteydessä toteutettiin myös Ilmastokestävää matkailua -seminaari syyskuussa 2013. (Jänis, J. 20.12.2013)



Matkusta osoitteeseen:

**ilmastokestavaamatkailua.fi**

**Löydä vastauksia ja tietoa aiheesta:**

- Mikä on matkailun osuus kasvihuonepäästöistä?
- Miten ilmastonmuutos vaikuttaa Suomen matkailuun?
- Miten yritys voi toteuttaa hiilineutraalia matkailua?
- Miten ilmastokestävä matkailu hyödyttää yrityksiä taloudellisesti?



Kuvio 1. Reilun matkailun yhdistyksen Ilmastokestävää matkailua -verkkosivustoa mainostamaan painettu postikortti.

Tämä opinnäytetyö tarjoaa toimeksiantajalle tietoa CO<sub>2</sub>-päästöjen kompensoinnin suosiosta ja maineesta suomalaisten matkanjärjestäjien keskuudessa. Uusi tieto taas antaa toimeksiantajalle mahdollisuuden suunnitella Ilmastokestävää matkailua -hanketta edelleen. Tutkimustulokset tarjoavat toivottavasti hyödyllistä tietoa myös kyselytutkimukseen osallistuneille matkanjärjestäjille itselleen.

## 2 Matkailu ja ilmastonmuutos

Ilmastonmuutosta aiheuttavia, ihmistoiminnan tuottamia yhdisteitä, ns. kasvihuonekaasuja on lukuisia: hiilidioksidi (CO<sub>2</sub>), metaani (CH<sub>4</sub>), typen oksidit (NO<sub>x</sub>), noki ja muut pienhiukkaset, vesihöyry sekä alailmakehän otsoni ovat niistä yleisimpiä. Matkailutoiminnassa hiilidioksidia syntyy ja pääsee ilmakehään etenkin lentokoneiden polttoaineen palaessa (Lentoliikenne ja ilmasto 2014).

Matkailun on arvioitu tuottavan noin 5 - 12,5 % maailmanlaajuisista kasvihuonekaasujen päästöistä (Respect 2010; UNEP/UNWTO 2008). Valtaosa tästä muodostuu kuljetuksen, erityisesti lentoliikenteen, päästöistä. Koska matkailun on laskettu toisaalta tuottavan noin 10 % maailman bruttokansantuotteesta ja 9 - 10 % työpaikoista (UNWTO 2014; WTTC 2014), matkailualan osuutta ilmastonmuutokseen ei ole aina pidetty merkittävänä, varsinkaan alan sisällä. Matkailun hiilijalanjälki jakautuu kuitenkin epätasaisesti: lentoliikenne, joka tuottaa arviolta 40 - 70 % matkailutoiminnan hiilidioksidipäästöistä, liittyy vain alle 50 %:iin ulkomaanmatkailusta (T&E & CAN Europe 2006; UNEP/UNWTO 2008, 123). Ulkomaanmatkailu taas edustaa vain noin 16 %:ia kaikesta matkailusta (UNEP/UNWTO 2008, 122). Suurimman osan matkailutoiminnan tuottamista päästöistä aiheuttavat siis maailmanlaajuisessa mittakaavassa pienehkön matkailijajoukon kuljetukset.

Tilastokeskus (2013, 9) arvioi Suomen kasvihuonekaasupäästöjen vuonna 2011 olleen noin 67 000 000 tonnia, josta 56 500 000 tonnia (84 %) oli hiilidioksidia. Suomessa vuoden 2011 kasvihuonepäästöistä suurin osa syntyi energiantuotannosta. Liikenteen osuus kasvihuonekaasujen päästöistä oli 19,7 % (Tilastokeskus 2013, 10-11). Suomen vuoden 2011 kasvihuonekaasupäästöt lähteittäin esitetään taulukossa 1.

Tarkasteltaessa pelkästään hiilidioksidipäästöjä, VTT:n (2009) mukaan lentoliikenteen osuus Suomen liikenteen tuottamista hiilidioksidipäästöistä oli 5,9 %. Toisaalta lentoliikenteen osuus kaikesta liikenteestä oli samaan aikaan vain 1,6 % (RMY 2013b). Lentoliikenne onkin eniten kasvihuonekaasupäästöjä matkustajaa kohden tuottava liikennemuoto (T&E & CAN Europe 2006). Suomen vuoden 2010 hiilidioksidipäästöistä (yh-

teensä 66 112 434t) ilmaliikenteen päästöt olivat 3 029 457 tonnia. Toisaalta päästöt suomalaisten liikenteestä ulkomailla olivat samana vuonna yhteensä 5 871 422 tonnia. (Tilastokeskus 2013, 24)

<b>Päästöjen lähde</b>	<b>tonnia CO2-ekv.</b>	<b>%-osuus kokonaispäästöistä</b>
Energian tuotanto	24 600 000	36,7 %
Liikenne	13 230 000	19,7 %
Teollisuuden oma energian tuotanto	9 650 000	14,4 %
Muut energiaperäiset päästöt	5 850 000	8,7 %
Teollisuusprosessit	5 600 000	8,3 %
Maatalous	5 900 000	8,8 %
Jätteiden käsittely	2 100 000	3,2 %
Muut päästöt (liuottimet ym.)	70 000	0,1 %
<b>Yhteensä</b>	<b>67 000 000</b>	<b>100 %</b>

Taulukko 1. Suomen kasvihuonekaasupäästöt lähteittäin vuonna 2011 (Tilastokeskus 2013).

Ilmastonmuutoksen torjumiseen kasvihuonekaasujen päästöjä rajoittamalla on pyritty kansainvälisellä poliittisella yhteistyöllä, joka ei kuitenkaan toistaiseksi ole tuottanut mainittavia tuloksia. Kansallisia päästörajoituksia on pyritty sopimaan YK:n ilmastopöytäkirjalla vuonna 1992 ja sitä toimeenpanevalla Kioton sopimuksella vuonna 1997. Kioton sopimuksen voimassaoloaika umpeutui vuonna 2012, jonka jälkeen useat sopimuksen allekirjoittajavaltiot ovat sopineet sopimusehtojen jatkamisesta vuoteen 2020.

Eräs ilmastonmuutoksen hillitsemisen tärkeimpiä markkinaperusteisia keinoja on tällä hetkellä päästökauppajärjestelmä, joka on ollut käytössä Euroopan Unionissa vuodesta 2005 lähtien. Liikenteen päästöt ovat olleet Euroopan Unionin päästökauppajärjestelyn ulkopuolella, kunnes lentoliikenne lisättiin ensimmäisenä liikennemuotona EU:n päästökauppajärjestelyyn vuonna 2012. Suomen luonnonsuojeluliitto (2014) toivoo päästökaupan lisäksi myös Euroopan Unionin yleisten päästövähennystavoitteiden ulottuvan jatkossa myös meri- ja lentoliikenteen päästöihin.

Ilmastonmuutosta aiheuttavia, ns. kasvihuonekaasuja ovat hiilidioksidin (CO<sub>2</sub>) lisäksi mm. metaani (CH<sub>4</sub>), typen oksidit (NO<sub>x</sub>), vesihöyry ja alailmakehän otsoni. Ilmaston-

muutoksen torjunnassa on poliittisella tasolla käytännössä kuitenkin keskitytty vain yleisimpään yhdisteeseen, hiilidioksidiin, ja ilmastonmuutoksen torjunta poliittisin keinoin on Burneyn ym. (2013, 51) mukaan toistaiseksi epäonnistunut. Viivytely ilmastonmuutoksen torjunnassa tuoneekin tulevaisuudessa sekä matkailualalle että koko ihmiskunnalle maksettavaksi korkeammat sopeutumiskustannukset ja mahdollisesti myös peruuttamattomia vahinkoja (Jopp ym. 2010, 596).

## **2.1 Lentoliikenteen hiilidioksidipäästöt**

Lentoliikenne on eniten hiilidioksidipäästöjä matkustajaa kohden tuottava liikennemuoto ja pääasiallinen matkailutoiminnasta aiheutuvien hiilidioksidipäästöjen lähde (T&E & CAN Europe 2006). Sen arvioidaan yleisesti tuottavan 40–70 % kaikista matkailuun liittyvistä kasvihuonekaasujen päästöistä (UNEP/UNWTO 2008, 132). YK:n alaiset järjestöt UNEP ja UNWTO (2008, 125) arvioivat ilmaliikenteen hiilidioksidipäästöistä olevan suoraan matkailuun liittyviä 80,5 %.

Hiilidioksidia syntyy ja pääsee ilmakehään lentokoneiden polttoaineen palaessa. Toisin kuin eräiden muiden kasvihuonekaasujen, sen ilmastoa lämmittävä vaikutus ei riipu lentokorkeudesta (VTI 2009). Lentoliikenteen lisäksi myös risteilymatkailun hiilidioksidipäästöt ovat Jäniksen (20.12.2013) mukaan huomattavat. Myös muu matkailuun liittyvä liikenne, kuten laiva-, juna- ja tieliikenne tuottavat hiilidioksidipäästöjä, mutta niiden päästömäärät ovat matkustajaa kohden ilmaliikennettä vaatimattomampia (UNEP/UNWTO 2008, 126).

Suomessa lentoliikenteen hiilidioksidi- ja muiden päästöjen määriä tilastoi Teknologian tutkimuskeskus VTT, jolle suomalaiset lentoyhtiöt toimittavat tiedot lentojen polttoainenkulutuksesta, päästöistä, matkustajamäärästä sekä lentoreittien pituudesta. Matkustaja- tai rahtimääräkohtaiset päästöt tilastoidaan jakamalla lennonaikainen polttoainenkulutus ja päästöt kuljetulla etäisyydellä ja matkustajien määrällä, tai rahtiliikenteen osalta kuljetun etäisyydellä ja kuljetetun rahdin määrällä (VTI 2009). Tieteellistä tietoa ilmastonmuutoksesta tuottaa Suomessa myös Ilmatieteen laitos. Kansainvälisellä tasolla tutkimusta ja arvioita päästöistä ja niiden vaikutuksista tekee YK:n alainen hallitustenvälinen ilmastonmuutospaneeli IPCC. IPCC myös tuottaa kansallisille ilmastontutki-

muslaitoksille standardisoituja ohjeita kasvihuonekaasujen päästöjen laskennasta (Ilmatieteen laitos 2013; IPCC 2006).

Teknologisia ratkaisuja matkailuun liittyvän liikenteen kasvihuonekaasupäästöjen rajoittamiseen on olemassa ja niitä on myös otettu käyttöön mm. lentoyhtiöiden toimesta. Lentoyhtiöt ovat esimerkiksi pyrkineet säästämään käyttämänsä polttoaineen määrää, ja vähäpäästöisiä polttoainetyyppejä kehitetään ja kokeillaan. T&E & CAN Europen (2006, 7) mukaan polttoainetehokkuuden kehitys ei kuitenkaan tosiasiaassa ole juuri edennyt 1950-luvulta. Koska lentoliikenteen kokonaismäärä kasvaa nopeasti, teknologisten ratkaisujen avulla saaduilla päästövähennyksillä ei RMY:n (2013b) mukaan toistaiseksi ole ollut vaikutusta siihen, että päästöjen kokonaismäärä jatkaa kasvuaan. Lentoliikenteen päästöjen arvioidaan kasvavan Euroopassa 4 %:n vuosivauhtia (Lentoliikenne ja ilmasto 2014).

Poliittisia ratkaisuja voidaan pitää vaihtoehtona teknologisille ratkaisuille päästöjen rajoittamiseksi. Tällä hetkellä tärkein poliittinen toimintakeino ilmastonmuutoksen hillinnässä on YK:n kansainvälinen ilmastopöytäkirja (Ilmatieteen laitos 2013). Toistaiseksi poliittisten ratkaisujen vaikutus on jäänyt vähäiseksi, sillä suuri osa valtioista on ollut haluttomia päästömääriä tehokkaasti vähentäviin toimiin ja sopimuksiin. Päästövähennyksistä keskustellaan silti edelleen kansainvälisesti, ja useat ilmastonmuutoksen vaikutuksista jo kärsivät valtiot, esimerkiksi Tyynenmeren saarivaltiot, vaativat enemmän aktiivisia kansainvälisiä poliittisia toimia.

Euroopan Unionissa on ollut vuodesta 2005 lähtien käytössä päästökauppajärjestelmä, jonka tavoitteena on vähentää kasvihuonekaasujen päästöjä kustannustehokkaasti vaihdannan parissa olevien päästöoikeuksien avulla. Lentoliikenne päätettiin lisätä päästökauppajärjestelmään vuonna 2008, ja ensimmäinen päästökauppaus alkoi lentoliikenteen osalta vuoden 2012 alussa (TEM 2014). Suomessa päästökauppaa valvovat Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi ja Energiavirasto. Päästökauppaa pidetään yhtenä kansainvälisesti tärkeimmistä lentoliikenteen energia- ja ilmastopoliittisista ohjauskeinoista tulevaisuudessa (Trafi 2010). Osa ympäristöjärjestöistä, esimerkiksi Suomen luonnonsuojeluliitto (2014) esittää käyttöönotettavaksi myös kansallista lentoveroa.

## 2.2 Ilmastonmuutoksen vaikutukset matkailuun

Ilmastonmuutos vaikuttaa matkailuun monin eri tavoin. Monet matkailun tärkeimmistä vetovoimatekijöistä liittyvät ilmastoon. Samoin ilmasto ja sen vakaus vaikuttavat voimakkaasti kuluttajien matkapäätöksiin ja kokemuksiin (Gössling, Scott, Hall, Ceron & Dubois 2011, 37-38; RMY 2013b). Toisaalta myös ilmastonmuutoksen mahdolliset tulevat torjuntatoimet tulisivat vaikuttamaan etenkin lentomatkailuun ja sen hintaan. Säästä ja luonnonoloista matkailun vetotekijöinä riippuvaiset kohdealueet tulevat Reilun matkailun yhdistyksen (RMY 2013b) mukaan todennäköisesti kärsimään ilmastonmuutoksen vaikutuksista eniten.

Ilmastonmuutoksen taloudelliset, sosiaaliset ja ekologiset vaikutukset ovat moninaisia ja usein vaikeasti mitattavissa. Niiden kattava ennustaminen ja hallinta ovatkin osoittautuneet hankaliksi. Toisaalta myös matkailu on moninaisuutensa vuoksi vaikeasti arvioitavissa. Ilmastonmuutoksen vaikutukset matkailuun esimerkiksi näkyvät sekä matkailun kohde- että lähtöalueilla (Hein, Metzger & Moreno 2009, 170), ja matkakohteiden houkuttelevuuteen vaikuttavia osa-alueita, joihin ilmastonmuutos saattaa vaikuttaa, on runsaasti. Myös ilmastonmuutoksen mahdollisilla tulevilla torjuntatoimilla voi olla väliaikainen negatiivinen vaikutus matkailijamääriin varsinkin vapaa-ajanmatkailun osalta, kun matkustamisen hinta nousee ja matkailijoiden ympäristötietoisuus kasvaa (Gössling ym. 2011, 40).

Ilmastonmuutoksen vaikutuksista kärsivät erityisesti matkakohteet, mutta koska vaikutukset ovat todennäköisesti moninaisia ja kohdistuvat laajalti talouden, yhteiskunnan ja ympäristön eri alueille, ne tulevat todennäköisesti vaikuttamaan myös lähtöalueilla toimiviin matkailun toimialoihin (IPCC 2013). Esimerkiksi ilmastonmuutoksen mahdollisesti mukanaan tuoma taloudellinen laskusuhdanne vaikuttaisi sekä matkailutottumuksiin, hintoihin, matkailun sosiaaliseen hyväksyttävyyteen että matkailupalveluiden kysyntään. Matkailun kysynnän ja matkailijoiden toimintatapojen muutoksilla olisi Gösslingin ym. (2011, 37) mukaan merkittäviä vaikutuksia matkailuun sekä paikallisella ja kansallisella tasolla että maailmanlaajuisesti.

Ilmastonmuutoksen potentiaalisia vaikutuksia matkakohteisiin ja kohdevaltioihin on tutkittu muun muassa Espanjan (Hein ym. 2009) ja Australian (Zeppel & Beaumont 2012) osalta. Maailmanlaajuisella tasolla ilmastonmuutoksen arvioidaan siirtävän hitaasti matkailukohteiden kysyntää kääntöpiirien ympäristöstä lähemmäs napa-alueita, kun lauhkeiden alueiden asukkaat, joita on tällä hetkellä suurin osa kansainvälisistä matkailijoista, viettävät lomansa lähempänä kotiseutuaan (Gössling ym. 2011, 38).

Ilmasto-olosuhteiden muutokset vaikuttavat negatiivisesti varsinkin alueisiin, joissa vapaa-ajanmatkailu on tärkeä osa taloutta, ja joissa matkailutoiminnot ovat voimakkaasti riippuvaisia ilmasto- ja sääolosuhteista. Tällainen tilanne on Heinin ym. (2009, 171) mukaan esimerkiksi Espanjassa. Ilmasto-olosuhteista voimakkaasti riippuvaisia matkailukohteita ovat esimerkiksi hiihtokeskukset, kun taas kaupunkikohteisiin suuntautuvaan matkailuun ilmasto- ja sääoloilla on vähemmän vaikutusta (Jopp ym. 2010, 593).

### **2.3 Torjunta vai sopeutuminen?**

Ilmastonmuutoksen riskien hallintaan on Joppin ym. (2010, 592) mukaan olemassa kaksi päästrategiaa: torjunta ja sopeutuminen. Valtiolliset toimijat ovat Zeppelinin ja Beaumontin (2012: 85) mukaan yksityisiä yrityksiä tärkeämmässä roolissa ilmastonmuutoksen torjunnassa ja siihen kannustamisessa. Australiassa valtion ja osavaltioiden matkailuviranomaiset ovatkin heidän mukaansa tarttuneet jo toimeen ilmastonmuutoksen torjunnassa tarvittavan tiedon ja neuvonnan jakamisessa.

Ilmastonmuutoksen torjunnassa hiilidioksidipäästöjä rajoittamalla on Burneyn ym. (2013) mukaan jo epäonnistuttu: Hiilidioksidin ja muiden kasvihuonekaasujen määrä ilmakehässä on nyt korkeimmillaan koskaan maapallon historiassa, ja etenkin hiilidioksidi säilyy ilmakehässä parhaimmillaan yli vuosisadan. Koska etukäteistorjunta on epäonnistunut, seuraavana päähaasteena on taloudellisiin, ekologisiin ja sosiaalisiin riskeihin varautuminen ja niiden hallinta (Burney ym. 2013, 50). Koska hiilidioksidi säilyy ilmakehässä yli vuosisadan, eikä fossiilisten polttoaineiden käytölle löydy toistaiseksi tarpeeksi laajamittaista vaihtoehtoa, Burney ym. (2013, 52) ehdottavat, että hiilidioksidipäästöjen rajoittamisen sijaan tai sen lisäksi keskittyminen ilmakehässä lyhyemmän

ajan säilyviin kaasuihin kuten nokeen ja metaaniin toisi ilmastonmuutoksen torjuntaan nopeammin nähtävissä olevia tuloksia.

Matkailukohteiden kannalta sopeutuminen ilmastonmuutoksen mukanaan tuomiin vaikutuksiin on tulevaisuudessa entistä tärkeämpää. Jopp ym. (2010) ovat laatineet holistisen mallin matkailukohteille ilmastonmuutokseen sopeutumisen edistämiseksi ja haavoittuvuuden vähentämiseksi. Mallissa otetaan huomioon myös ilmastonmuutoksen kohdealueen matkailutoiminnalle mahdollisesti tarjoamat edut.

## **2.4 Matkailijoiden ympäristö- ja ilmastoasenteet**

Yksittäisillä matkailijoilla on kuluttajina osaltaan valtaa ja vastuuta ilmastonmuutoksen torjunnassa. Eurobarometerin (2009) tutkimuksessa havaittiin, että Euroopan Unionin kuluttajista valtaosa on huolissaan ostamiensa ja kuluttamiensa tuotteiden ympäristövaikutuksista, ja että 72 % heistä on sitä mieltä, että tuotteelle lasketun hiilijalanjäljen osoittava merkki tulisi olla pakollisena kaikissa tuotteissa tulevaisuudessa. Asenteet ja oma valmius toimia eivät kuitenkaan aina kohtaa. Jäniksen (20.12.2013) mukaan useissa aihetta käsittelevissä tutkimuksissa on saatu ristiriitaisia tuloksia: matkailijoiden periaatteellinen valmius ja käytännön toiminta poikkeavat toisistaan.

Brouwer, Brander ja Van Beukering (2008) selvittivät kansainvälisten lentomatkailijoiden valmiutta maksaa hiilidioksidipäästöistään, ja toteavat, että vaikka alueelliset erot asenteissa ovat huomattavia, kysyntä päästöjen kompensoinnille on suurta. Gössling ym. (2011) taas tutkivat ilmastonmuutoksen vaikutusta matkailijoiden käytökseen ja kysyntään, ja havaitsivat matkailijoiden asenteiden olevan riippuvaisia mm. matkatyy-  
pistä ja matkailijan iästä. Tiedotusvälineet vaikuttivat heidän mukaansa asenteisiin voimakkaasti. Tutkimuksessa havaittiin myös, että tietämys ilmastosta ja sen muuttujista oli vähäistä, ja näkemykset ilmastonmuutoksesta olivat usein tieteelliseen tietoon perustumattomia ja voimakkaasti polarisoituneita.

Matkailijoiden valmius osallistua taloudellisesti ilmastonmuutoksen torjuntaan riippuu myös tavasta, jolla mahdolliset maksut esitetään. Araña, León, Moreno-Gil ja Zubiaurre (2013) ovat tutkineet matkailijoiden potentiaalista maksuvalmiutta ja käytöstä kahdella



vaihtoehdolla, joissa ilmastonmuutoksen torjuntaan liittyvä maksu joko sisältyy matkailutuotteen hintaan tai on erikseen ns. ylimääräisenä maksuna. Tutkimuksen tuloksena kaikkien matkailutuotteiden osalta oli, että matkailijoiden oli helpompi hyväksyä maksu, joka sisältyy tuotteen hintaan (Araña ym. 2013, 90).

### 3 Hiilidioksidipäästöjen kompensointi

Hiilidioksidipäästöjen kompensoinnin periaate on yksinkertainen: vastineeksi esimerkiksi lentoliikenteen aiheuttamista päästöistä yritys tai asiakas rahoittaa päästöjä vähentäviä tai hiilidioksidia sitovia hankkeita. Kompensoinnin edellytyksenä on kompensoitavien päästöjen määrän laskenta. Lentoliikenteen CO<sub>2</sub>-päästöjen määrä asiakasta kohden on laskettavissa useilla eri tavoilla, ja tarkoitusta varten on kehitetty lukuisia määramittareita ja päästölaskureita. Kompensointitoimilla sidotaan hiilidioksidia esimerkiksi istutettavaan puustoon, jonka sitoma määrä hiilidioksidia lasketaan ennalta määrättyinä aikana, tai korvataan CO<sub>2</sub>-päästöjä toisaalla tukemalla uusiutuvan energian käyttöä.

#### 3.1 Hiilidioksidipäästöjen kompensointiohjelmat ja päästölaskurit

Hiilidioksidipäästöjen kompensointiohjelmien tarjonta maailmalla on nykyisin melko laajaa, ja niistä on tullut osa laajempaa hiilidioksidin päästökauppajärjestelmää, johon lentoliikenteen päästötkin Euroopan Unionissa nykyisin kuuluvat. Kompensointiohjelmat tarjoavat moninaisia tapoja päästöjen kompensointiin, yleisimmin joko puita istuttamalla tai uusiutuvien energiamuotojen osuuden käytettävästä energiasta lisäämiseen tähtääviä hankkeita tukemalla. Puidenistutusprojektit ovat yleisimmin käytännössä eroosiosta kärsivien alueiden metsittämistä, ja uusiutuvien energiamuotojen tukeminen taas pienimuotoisia energiankäyttöön ja -tuotantoon liittyviä hankkeita kehitysmaissa.

Kompensointiohjelmiä tarjoavat sekä järjestöt että yritykset, niitä tarjotaan sekä yrityksille että yksityishenkilöille, ja niiden toimintaperiaatteet, käyttäjäyritysten määrä, hinnat kompensoitavaa hiilidioksidimäärää kohden sekä tulokset vaihtelevat laajalti. Suomessa hiilidioksidipäästöjen kompensointia tarjoavat mm. Nordic Offset ja Maan Ystävät. Myös monet lentoyhtiöt tarjoavat asiakkailleen hiilidioksidipäästöjen kompensointia joko oman tai ulkopuolisen kompensointiohjelman kautta.

Kompensointiohjelmien lisäksi kuluttajille ja yrityksille on tarjolla lukuisia päästölaskureita, jotka arvioivat yksittäisten lentojen hiilidioksidimäärän mahdollista toisaalla tapahtuvaa kompensointia varten. Näistä muun muassa YK:n alaisen kansainvälisen siviili-ilmailujärjestö ICAO:n (2013) laskuri on laajassa käytössä lentoyhtiöiden taholla. Len-

toyhtiöillä, kuten Suomessa Finnairilla, on myös omia päästölaskureita. Lentoliikenteen erilaisia päästölaskureita on listattu muun muassa Ekomatka.fi -sivustolla (2014). Myös Rantanen (2010) on listannut päästölaskureita laajemmin kandidaatintyössään. Kansainvälinen lentokenttäjärjestö ACI on kehittänyt myös lentoasemille oman CO<sub>2</sub>-päästöjen laskenta- ja hallintaohjelman (Finavia 2011, 8).

Kansainvälisen ympäristöjärjestö WWF:n (2008) mukaan päästölaskurit eivät kuitenkaan usein anna todenmukaista kuvaa lentoliikenteen kokonaisvaikutuksista ilmastoon, koska niissä otetaan huomioon vain hiilidioksidipäästöt, eikä esimerkiksi vesihöyryn ja otsonin päästöjä ja niiden vaikutuksia huomioida. WWF (2008) suosittelee tarjolla olevista lukuisista laskuri- ja kompensointiohjelmavaihtoehdoista käytettäväksi saksalaista Atmosfair.de:a tai australialaista Climatefriendly.com:ia.

Erilaisia hiilidioksidipäästöjen kompensointiohjelmiä ja niiden vertailua käsitteleviä tieteellisiä tutkimuksia ei toistaiseksi ole julkaistu montakaan. Gössling, Broderick, Upham, Ceron, Dubois, Peeters ja Strasdas (2007) ovat vertailleet kompensointia tarjoavia yrityksiä ja niiden tapaa laskea ja kompensoida hiilidioksidipäästöjä, ja toteavat, että alalla on käytössä moninaisia käytäntöjä ja tarve valvontaan on selvä. Smith ja Rodger (2009) taas tutkivat viiden käytössä olevan kompensointiohjelman mahdollisuuksia kaikkien Uuteen-Seelantiin saapuvien ja sieltä lähtevien lentojen hiilidioksidipäästöjen korvaamiseen, ja toteavat, että yksikään tutkittavista ohjelmista ei olisi tuloksiltaan realistinen päästöjen kokonaismäärään nähden.

Myös tieteellinen keskustelu hiilidioksidipäästöjen kompensoinnista tai neutralisoinnista verrattuna todellisten päästöjen vähentämistekniikoihin on jäänyt toistaiseksi vähin. Kriitikkiä päästökaupasta, päästömaksuista ja niiden käytöstä kompensointiin on sen sijaan esitetty useilta tahoilta (esim. Smith 2007; Lohmann 2008). Kriitikin suuri määrä kertoo epäilemättä päästökauppajärjestelmän kehittämisen aiheuttamien huolien ja päästöjen vähennykseen liittyvien asenteiden lisäksi myös päästökaupaan ja kompensointikäytäntöihin liittyvistä todellisista ongelmista. Mm. Smith (2007, 24-25) pitää kompensointiprojektien toteuttamista pääosin kehitysmaissa ”hiilikolonialismina” ja tuo esille useita paikallisväestön hyvinvoinnin kannalta kyseenalaisia hankkeita. Toisaal-

ta Laukia (2013) taas toteaa, että toisin kuin pääosassa muista Euroopan Unionin valtioista, joissa lentoliikenteen päästökaupan valmistelusta vastasi ympäristöhallinto, Suomessa valmisteluun osallistuneet tahot edustivat lähinnä liikennesektoria.

Jäniksen (20.12.2013) mukaan suuri osa hiilidioksidipäästöjen kompensointiin kohtaan esitetystä kritiikistä on aiheellista ja johtuu siitä, että päästöjen kompensoinnin suoraa vaikutusta on vaikea osoittaa, sillä kompensoinnin yhteydessä toteutettavat projektit ovat haasteellisia, eikä niiden tuloksista ole täyttä varmuutta. Maan Ystävien (2013) mukaan ongelmia on ollut nähtävissä eniten puiden istutusprojekteissa, mutta vaikutukset ovat osin kyseenalaisia ja vaikeasti ennustettavissa myös uusiutuvan energian hankkeissa. Jäniksen (20.12.2013) mukaan yritysten tulisikin pyrkiä ensisijaisesti päästöjen vähentämiseen, mutta mahdollisuus kompensointiin on silti hyvä olla tarjolla.

Maan Ystävien (2013) mukaan päästöjen kompensoinnin perusongelmana on se, että lentämisen aiheuttamat CO<sub>2</sub> -päästöt syntyvät fossiilisten polttoaineiden käytöstä, kun taas kompensointi tapahtuu useimmiten uusiutuvan energian hankkeilla tai puita istuttamalla. Käytännössä ilmakehään jo joutunutta hiilidioksidia ei siis kyetä poistamaan kompensoimalla. Myös kannustaminen itse saastuttavan toiminnan vähentämiseen kompensointia tarjoavien ja siitä maksavien yritysten taholta jää puuttumaan, kun molemmat käytännössä hyötyvät päästöjen tuottamisesta. Kompensointimahdollisuutta tarjoamalla yritykset voivat Reilun matkailun yhdistyksen (RMY 2013b) mukaan periaatteessa siirtää vastuun päästöistä matkustajille.

Kritiikistä huolimatta CO<sub>2</sub> -päästöjen kompensointiohjelmat eivät ole täysin vailla valvontaa. Myös kompensoinnissa ja ohjelman valinnassa on mahdollista seurata standardeja ja sertifiikaatteja. Ympäristöjärjestöistä WWF (2008) suosittelee päästöjen kompensoinnin kestävän kehityksen Gold Standard -standardia ([www.cdmgoldstandard.org](http://www.cdmgoldstandard.org)). Sitä käyttää Suomessa esimerkiksi Carlson Wagonlit Travel.

### **3.2 Kompensointi asiakkaan näkökulmasta**

Matkailijoiden vapaaehtoisuuteen ja omaan aktiivisuuteen perustuvia CO<sub>2</sub> -päästöjen kompensointiohjelmia on tarjolla Euroopassa ja Pohjois-Amerikassa melko laajalti.

Suomessa tällaista ohjelmaa tarjoaa esimerkiksi Maan Ystävät ry. Yhdistys kehottaa lentomatkustajia tukemaan ilmastonmuutoksen torjuntatyötä maksamalla vapaaehtoisena lentomaksuna määrän, esimerkiksi 10 % lentolipun hinnasta vapaaehtoisena lentomaksuna. Maksujen tuotto käytetään sekä yhdistyksen omaan ilmastopoliittiseen vaikuttamiseen että ulkomaisiin päästövähennyshankkeisiin, joita on toteutettu yhdessä paikallisten kansalaisjärjestöjen kanssa muun muassa Keniassa, Ugandassa ja Sambiassa (Maan Ystävät 2013).

Vapaaehtoisuuteen perustuva CO<sub>2</sub> -päästöjen kompensointi on riippuvaista matkailijan omista ympäristöasenteista. Toistaiseksi vapaaehtoisia maksuja maksaa vain pieni määrä matkailijoita. Brouwer ym. (2008) kuitenkin arvioivat, että lentomatkustajien nykyisen maksuhalukkuuden perusteella matkustajilta kerättävillä maksuilla voitaisiin hankkia noin 23 miljardia euroa vuodessa maailmanlaajuisesti ilmastonmuutoksen torjuntaan.

Mair (2010) tutki vapaaehtoisia päästömaksuja Isossa-Britanniassa ja Australiassa matkailijoiden ympäristöasenteita, ja havaitsi, että vaikka kompensointimaksujen maksaminen oli yhteydessä yksilön asenteiden ekosentrisyyden kanssa, vain osa ekosentrisiksi itsensä kokevista oli käytännössä valmis maksamaan vapaaehtoisia päästömaksuja. Toisaalta matkailijoiden ja matkailualan ammattilaisten asenteita Australiassa ja Uudessa-Seelannissa tutkineen Beckenin (2004) mukaan matkailijat olivat matkailualan ammattilaisia valmiimpia osallistumaan itse vapaaehtoiseen ilmastonmuutoksen torjuntatyöhön.

Matkailututkimuksessa ja sekä matkailijoiden ja matkailualan toimijoiden taholta on esitetty erilaisia näkemyksiä siitä, tulisiko CO<sub>2</sub> -päästöjen kompensoinnin olla vapaaehtoisista vai sisältyä matkan hintaan. Esimerkiksi Maan Ystävien (2013) kannattaessa vapaaehtoisuuteen perustuvaa järjestelmää, Reilun matkailun yhdistyksen Jänis (20.12.2013) näkisi automaattisen kompensointijärjestelmän parempana vaihtoehtona, jolloin vastuu asiassa ei siirtyisi asiakkaalle. Araña ym. (2013, 90) toteavat automaattisen kompensoinnin olevat matkailijoiden kannalta helpommin hyväksyttävissä. T&E & CAN Europe (2006, 18) suosittelee Euroopan Unionin lentoliikenteelle polttoaineveroa, jonka tuotto voitaisiin käyttää työnteon verotuksen vähentämiseen. Itävaltalainen tutkimusinstituutti Respect (2010) taas suosittelee pakollisia hiilijalanjälkimerkintöjä

matkailualalle, sillä se tukisi sekä matkailijoiden että matkanjärjestäjien ilmastotietouden kehittymistä, sekä parantaisi matkailijoiden mahdollisuuksia saada tietoa tarjolla olevien tuotteiden ympäristövaikutuksista.

### **3.3 Kompensointi matkailuyritysten näkökulmasta**

Hiilidioksidipäästöjen kompensointi on nähtävissä osana matkailuliiketoimintaa joko yritys vastuun, kilpailuedun tavoittelun tai markkinoinnin kautta. Osa alalla toimivista yrityksistä näkee kompensoinnin osana yrityksen laajempaa vastuullisuutta tai hakee toiminnalla vastuullista imagoa, joka voidaan nähdä kilpailuetuna tai markkinointikeinona. Esimerkiksi Brouwer ym. (2008) pitävät lentomatrustajien maksuhalukkuutta hiilidioksidipäästöjen kompensoinnista taloudellisesti erittäin merkittävänä. Lisäksi käytännön päästövähennyksillä saatetaan tavoitella ja saada myös taloudellisia säästöjä esimerkiksi pienemmän polttoaineenkulutuksen muodossa.

Matkailu- ja ilmailualalla on hiilidioksidi- ja muiden kasvihuonekaasupäästöjen lisäksi luonnollisesti myös muita ympäristövaikutuksia. Esimerkiksi Finavia (2011, 5) listaa lentotoiminnan tärkeimpinä ympäristöhaasteina lentokentän kannalta kiitoteiden liukaudentorjunnan, lentokoneiden jäänestön ja -poiston, energiatehokkuuden ja melunhallinnan. Hiilidioksidi on kuitenkin suurin yksittäinen kasvihuonekaasu ja ilmailu matkailualan merkittävin yksittäinen päästölähde, joten ympäristövaikutusten pienentämistä ja ilmastomuutoksen hillitsemistä on loogista lähteä lähestymään sen kautta.

Kuten matkailijoillakin, ympäristöasenteet ovat ratkaisevassa asemassa myös matkailuyritysten suhtautumisessa ilmastomuutoksen torjuntatoimiin. Matkailijoiden ja matkailualan ammattilaisten ympäristöasenteita Australiassa ja Uudessa-Seelannissa vertailut Becken (2004, 343) toteaa, että vaikka ilmastomuutos tunnustetaan uhkaksi molemmissa ryhmissä, matkailualan ammattilaiset eivät pitäneet omaa alaansa merkittävänä vaikuttajana asiaan. Myös ammattilaisten ja matkailijoiden asenteissa havaitut erot osoittivat matkailijat ainakin periaatteessa matkailualan ammattilaisia valmiimmiksi käytännön toimiin ilmastomuutoksen torjumiseksi.

Myös yhteiskunnan yleiset asenteet vaikuttavat yritysten päätöksiin. Suomessa ilmastoystävällisyyttä ei Jäniksen (20.12.2013) mukaan ole koettu samalla lailla asiakkaille merkitykselliseksi kuin esimerkiksi Keski-Euroopassa tai Ruotsissa. Päästöjen kompensointia ja hiilineutraaliutta ei hänen mukaansa koeta Suomessa kilpailuetuna, koska käsite on tavalliselle kuluttajalle vaikea, eikä tietämys asiasta vielä ole kovin korkealla tasolla. Toisaalta kymmenen vuoden päästä tilanne saattaa jo olla toinen, joten edelläkäviäisyys saattaa osoittautua yritykselle pitkällä aikavälillä kannattavaksi.

Yrityksen maine ja brandi ympäristövastuullisena toimijana vaikuttaa yhtenä tekijänä matkailuyritysten asenteisiin. Holistista yritysvastuumallia kehittäneen Ketolan (2008) mukaan osa kotimaisista yrityksistä suhtautuu yritysvastuuseen defensiivisesti, mikä voi näkyä esimerkiksi vapaaehtoisuuden ja asiakkaan vastuun painottamisena ilmasto- ja ympäristöasioissa. Ketola (2008, 430-431) toteaa eettisiä arvoja noudattavan yrityksen arvojen integroituvan pelkän diskurssin sijasta sen taloudelliseen, sosiaaliseen ja ekologiseen toimintaan, jolloin myös yrityksen työntekijät ja yhteistyökumppanit voivat tuntea ylpeyttä yrityksen toimista.

### **3.4 Matkanjärjestäjät ja hiilidioksidipäästöjen kompensointi käytännössä**

Keski-Euroopassa ja esimerkiksi Ruotsissa hiilidioksidipäästöjen kompensointiohjelmat ovat olleet käytössä kauemmin ja laajemmin kuin Suomessa. Näillä alueilla myös matkanjärjestäjät ja muut matkailualan yritykset ovat lähteneet lentoyhtiöiden lisäksi mukaan kompensointitoimintaan. Esimerkiksi eräässä suurimmista matkanjärjestäjäyrittäjäryhmistä, TUI-konsernissa on käytössä useita eri hiilidioksidipäästöjen kompensointiohjelmiä. Useat konserniin kuuluvat matkanjärjestäjät Saksassa, Iso-Britanniassa, Alankomaissa, Sveitsissä ja Pohjoismaissa tarjoavat vapaaehtoista CO<sub>2</sub>-päästöjen kompensointia yhteistyökumppanijärjestöjensä (myClimate, World Care Fund, GreenSeat, AtmosFair ja Climatecare) kautta (TUI AG 2013). Näistä järjestöistä esimerkkinä Climatecare (2013) toteuttaa hiilidioksidipäästöjä vähentäviä projekteja mm. Ghanassa ja Ugandassa sekä noudattaa Gold Standard -säännöstöä.

Osalla eurooppalaisista matkanjärjestäjistä on käytössä kompensoinnin lisäksi myös suoranaiseen päästöjen vähentämiseen pyrkiviä ohjelmia. Esimerkiksi Saksan TUI on

liittänyt pakettimatkojensa hintaan Saksan sisäisen toisen luokan junalipun kotipaikkakunnalta lentokentälle matkustamista varten. Lippu sisältää myös julkisen liikenteen käytön 12 Saksan julkisen liikenteen yhdistyksen alueella, jotka kattavat suurimman osan maasta. Näin asiakkailta on mahdollisuus matkustaa lentokentälle ilman omaa autoa ja lisäkustannuksia sekä välttää samalla muun muassa pysäköintiongelmia ja vähentää yksityisautoilun ympäristövaikutuksia. (TUI AG 2013)

Suurilla matkanjärjestäjillä on luonnollisesti pieniä paremmat resurssit kehittää ja tutustua kompensointiohjelmiin ja päästöjen vähentämiseen. Pienet matkanjärjestäjät ulkoistavatkin usein ympäristöohjelmansa esimerkiksi lento- tai risteily-yhtiöiden omiin päästövähennysohjelmiin tai siirtävät vastuun asiassa täysin kuluttajalle.



## 4 Tutkimus: Suomalaisten matkanjärjestäjien hiilidioksidipäästöjen kompensointiin liittyvät kokemukset ja asenteet

Hiilidioksidipäästöjen kompensointitoiminta ei ole ollut erityisen näkyvässä asemassa Suomessa ja suomalaisissa matkailualan yrityksissä. Tällä hetkellä vain muutamat matkanjärjestäjät, esimerkiksi Carlson Wagonlit Travel -konserniin kuuluva Kaleva Travel tarjoaa kotisivuillaan asiakkaille mahdollisuutta kompensoida matkansa CO<sub>2</sub>-päästöjä. Vapaaehtoiseen kompensointiin kannustavia linkkejä päästölaskureihin näkyy hieman useammilla sivuilla. Lisäksi esimerkiksi TUI-konserniin kuuluvilla Finnmatkoilla on tarjolla lomalentojensa asiakkaille vapaaehtoinen 1 euron ilmastomaksu. Lentoyhtiöiden osalta esimerkiksi Finnair tarjoaa asiakkaiden käyttöön oman lentojen päästölaskurin.

### 4.1 Tutkimuksen tavoitteet ja menetelmät

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää suomalaisten matkanjärjestäjien kokemuksia ja asenteita matkailun hiilidioksidipäästöjen kompensointiin ja siihen käytettäviin ohjelmiin liittyen. Tutkimus on toteutettu pääosin kyselytutkimuksen keinoin elektronisena lomakekyselynä, mutta apuna on käytetty myös kirjallisia lähteitä ja asiantuntijan teemahaastattelua.

Tutkimuksessa pyritään vastaamaan kerätyn ja analysoidun tutkimusaineiston avulla seuraaviin kysymyksiin:

- Kuinka moni suomalainen matkanjärjestäjä käyttää tai on käyttänyt CO<sub>2</sub>-päästöjen kompensointiohjelmaa?
- Kuinka monessa yrityksessä kompensoinnin käyttöönottoa on harkittu?
- Millaisia kokemuksia ja palautetta ohjelmien käytöstä on saatu?
- Nähdäänkö ilmastoystävällisyys yrityksissä kilpailuetuna?
- Mikä on ollut yritysten motivaationa kompensointiohjelman käyttöönotossa tai käyttämättä jättämisessä?

Matkanjärjestäjien kokemuksia ja asenteita tutkimusaihetta kohtaan kartoitettiin sähköisellä lomakekyselyllä, joka lähetettiin suomalaisille, Kilpailu- ja kuluttajaviraston valmismatkarekisterissä (KKV 2014) oleville matkanjärjestäjille. Kyselyiden lähetyksessä käytettiin apuna myös Suomen matkatoimistoalan liiton (SMAL 2014) jäsenrekisteriä. Saadut vastaukset on käsitelty tutkimuksessa luottamuksellisesti, yksittäisten yritysten nimiä tai muita yrityksen paljastavia tietoja mainitsematta.

Kvantitatiivinen kyselytutkimus lomakekyselyn avulla valikoitui tutkimusmenetelmäksi sillä oletuksella, että sähköisen lomakekyselyn avulla tavoitetaan esim. Taanilan (2014) mukaan enemmän yrityksiä ja saadaan laajempi tutkimusaineisto vertailua varten kuin yksittäisten haastattelujen avulla. Kyselyllä pyrittiin ensisijaisesti saamaan vastauksia asetettuihin tutkimusongelmiin. Samalla pyrittiin selvittämään myös yritysten käyttämien kompensointiohjelmien sisältöä, kattavuutta ja toimintaperiaatteita. Lisäksi vastaajayrityksiltä kerättiin vertailun mahdollistamiseksi tietoja niiden kokoon ja toiminnan laatuun liittyen.

Kyselytutkimuksen perusjoukkona olivat Kilpailu- ja kuluttajaviraston ja/tai SMAL:n rekistereissä olevat, Suomessa toimivat matkanjärjestäjät. Lopullinen tutkimusaineiston määrä muodostui kyselyn vastausprosentin mukaan. Aineiston analysointi suoritettiin pääosin kvantitatiivisella menetelmällä, joka mahdollisti tehokkaan vertailun vastanneiden yritysten välillä. Vertailussa käytettiin apuna excel- ja Webropol- ohjelmia. Osa kysymysten vastauskentistä mahdollisti vapaamuotoisen vastaamisen ja kommentoinnin. Näissä tapauksissa tutkimusaineistoa käytiin läpi myös kvalitatiivisesti tekstianalyysin keinoin. Lomakekyselyn lisäksi tutkimuksen yhteydessä haastateltiin toimeksiantajan, Reilun matkailun yhdistyksen puheenjohtajaa Julia Jänistä teemahaastattelun keinoin hiilineutraalista matkailusta ja Ilmastokestävää matkailua -hankkeesta.

Opinnäytetyötutkimukseen kuuluva lomakekysely suomalaisille matkanjärjestäjille tehtiin Webropol-ohjelmalla ja siinä oli 14 vastattavaa kysymystä. Vastaaminen osaan kysymyksistä oli pakollista, osaan vapaaehtoista. Kysymysten määrä pyrittiin rajaamaan siten, että vastaamiseen kuluva aika jäisi alle 10 minuuttiiin. Elektronisen lomakekyselyn kysymykset ja vastausvaihtoehdot ovat nähtävillä liitteessä 1. Ennen kyselyn lähettämistä

tä matkanjärjestäjille sen täyttämiseen kuluvaan aikaan ja kysymysten ymmärrettävyyttä testattiin kahden matkailualan opiskelijan avulla. Linkki kyselyyn lähetettiin matkanjärjestäjien edustajille sähköpostitse saatekirjeen (liite 2) kera.

Elektroninen kyselylomake oli täytettävissä 1.-30.9.2014. Saatekirje pyyntöineen kyselyn täyttämistä ja linkki kyselylomakkeeseen (liite 2) lähetettiin sähköpostitse yhteensä 245 Kilpailu- ja kuluttajaviraston valmismatkarekisteriin ja/tai Suomen matkatoimistoalan liiton SMAL:n jäsenrekisteriin kuuluvalle yritykselle 1.-21.9.2014 välisenä aikana. Niille yrityksille, jotka eivät olleet vastanneet kyselyyn 28.9. mennessä lähetettiin vielä uusintapyyntö edellä mainittuna päivänä.

Lomakekyselyssä esitettiin strukturoituja kysymyksiä, joihin saatuja vastauksia käsiteltiin Webropol- ja excel-ohjelmilla, sekä avoimia kysymyksiä, joihin kyselyyn vastaajat vastasivat omin sanoin. Lomakekyselyn kysymykset ja vastausvaihtoehdot, joita oli tarjottu osassa kysymyksistä, ovat nähtävillä liitteessä 1. Kysyttäviä asioita olivat muun muassa:

- onko vastaajayritys käyttänyt hiilipäästöjen kompensointiohjelmaa;
- jos on käytetty, millä aikavälillä ja millaisia kokemuksia ohjelmasta on saatu;
- jos ei ole käytetty, onko ohjelman käyttöönottoa pohdittu yrityksessä;
- jos on/ei ole käytetty, mikä on ollut tähän pääasiallisena motivaatiotekijänä;
- nähdäänkö ilmastoystävällisyys kilpailuetuna markkinoinnissa.

Valtaosa lomakekyselyn kysymyksistä laadittiin tuomaan vastauksia asetettuihin tutkimusongelmiin, jotka listataan luvuissa 1.1 ja 4.1. Lisäksi kyselyn avulla kerättiin myös muutamia perustietoja yrityksistä niiden kokoon ja matkatarjontaan liittyen tulosten laajemman vertailun mahdollistamiseksi. Yritysten kokoa määrittelevät luvut ja kriteerit ovat Tilastokeskuksen (2014) käyttämiä. Tilastokeskus puolestaan käyttää yritysten kokoa tilastoidessaan Euroopan Unionin komission määritelmiä.

Tilastokeskus (2014) määrittelee keskisuuriksi yritykset, joiden palveluksessa on vähintään 50 ja vähemmän kuin 250 työntekijää, ja joiden vuosiliikevaihto on vähintään 10 ja enintään 50 miljoonaa euroa tai vuosittaisen taseen loppusumma enintään 43 miljoonaa euroa. Pieneksi yritys määritellään, jos sillä on 10 - 49 työntekijää ja liikevaihto 2 - 10

miljoonaa euroa. Mikroyrityksiksi luokitellaan yritykset, joilla vastaavat luvut ovat: alle 10 työntekijää ja vuosittainen liikevaihto tai taseen loppusumma alle 2 miljoonaa euroa.

## **4.2 Tutkimustulokset**

Sähköinen kyselylomake täytettiin 1.-30.9.2014 välisenä aikana 32 yrityksen puolesta. Tämä vastaa 13,1 %:a yrityksistä, joille kysely lähetettiin. 213 yritystä, eli 86,9 % yrityksistä, joille kysely lähetettiin, jätti vastaamatta kyselyyn. Webropol-ohjelman kävijärekisterin mukaan kysely avattiin vastauksia jättämättä 59 kertaa. Seuraavissa alaluvuissa käsitellään kyselytulokset teemoittain. Kyselyn kysymykset ja mahdolliset vastausvaihtoehdot ovat kokonaisuudessaan nähtävillä liitteessä 1.

### **4.2.1 Taustakysymykset**

Kysymyksen 1 (vastaavan yrityksen nimi) vastaukset eivät ole julkisia, eikä niitä käsitellä tutkimustulosten yhteydessä. Kysymys oli mukana kyselylomakkeella vain vastausten kertymisen seuranta ja uusintapyyntöjen lähettämistä varten.

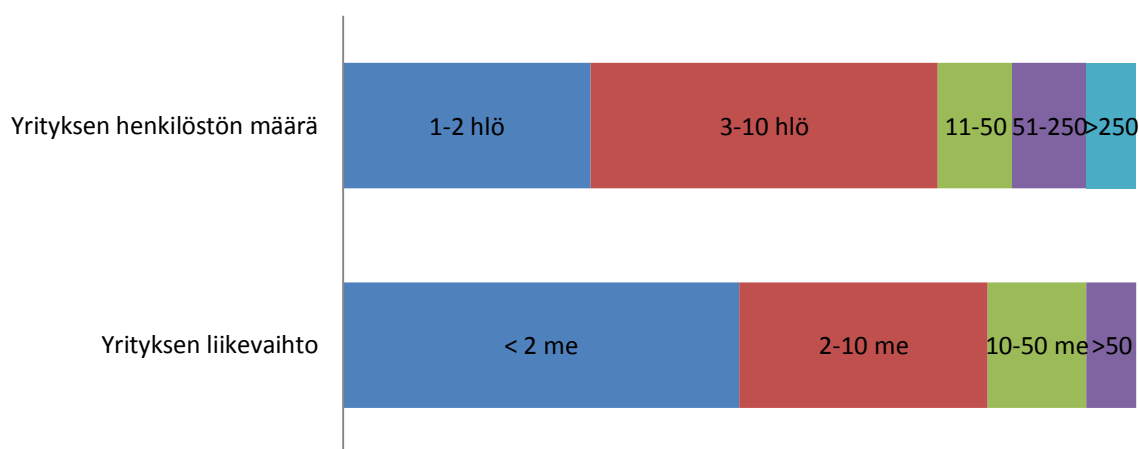
Kysymyksessä 2 kysyttiin yrityksen tämänhetkistä liikevaihtoa. Vastausvaihtoehdot oli strukturoitu Tilastokeskuksen (2014) jaotteluun perustuen. Kysymys oli vastaajille pakollinen ja siihen saatiin 32 vastausta.

Vastanneista yrityksistä 16:lla, eli 50 %:lla vastanneista, oli alle 2 000 000 euron liikevaihto. Nämä yritykset voidaan Tilastokeskuksen (2014) kriteerien perusteella luokitella mikroyrityksiksi. 2 000 000 - 10 000 000 euron liikevaihto, joka täyttää pienyrittäjän kriteerit, oli vastanneista kymmenellä yrityksellä (31,25 % vastaajista). Vastanneista yrityksistä neljä (12,5 %) täytti 10 000 000 - 50 000 000 euron liikevaihdollaan keskisuuren yrityksen tunnusmerkit, ja yli 50 000 000 euron, suuren yrityksen kriteerit täyttävä liikevaihto oli kahdella vastanneista yrityksistä (6,25 % vastaajista).

Kysymyksessä 3 kysyttiin yrityksessä tällä hetkellä työssä olevien määrää, mukaan lukien yrittäjät. Myös tämän kysymyksen vastausvaihtoehdot oli strukturoitu Tilastokeskuksen

(2014) jaotteluun perustuen. Kysymys oli vastaajille pakollinen ja siihen saatiin 32 vastausta.

Vastanneista yrityksistä 1-2 työntekijän pienimpiä mikroyrityksiä oli 10 kpl (31,25 % vastanneista) ja 3-10 työntekijän suurempia mikroyrityksiä 14 kpl (43,75 % vastanneista). 11-50 työntekijän pienyrityksiä oli vastanneista 3 kpl (9,38 %) ja keskisuuria, 51-250 työntekijän yrityksiä 3 kpl (9,38 %). Yli 250 työntekijää oli yrityksistä kahdella (6,25 % vastanneista). Yrityksen kokoon liittyvien kysymysten 2 ja 3 vastausten jaottelu esitetään kuviossa 2.



Kuvio 2. Kyselytutkimukseen osallistuneiden yritysten koko (N=32).

Kysymyksellä 4 kartoitettiin vastaajayritysten järjestämien ja/tai myymien matkojen suuntautumista. Kysymykseen oli annettu kolme vaihtoehtoa, joista oli mahdollista valita yksi tai useampia. Kysymys oli vastaajille pakollinen ja siihen saatiin 32 vastausta.

Matkoja Suomeen järjesti ja/tai myi vastanneista yrityksistä 15 kpl (46,88 % vastanneista). Muualle Eurooppaan matkoja järjesti ja/tai myi vastaajista 27 kpl (84,38 %) ja kaukokohteisiin eli Euroopan ulkopuolelle 15 kpl (46,88 %).

#### 4.2.2 Kompensointiohjelmien käyttö

Kysymyksessä 5 kysyttiin, onko yritys käyttänyt toiminnassaan hiilipäästöjen kompensointiohjelmia. Kysymys oli vastaajille pakollinen ja siihen saatiin 32 vastausta. Vastan-

neista yrityksistä neljä (12,5 %) oli käyttänyt tai käytti kompensointiohjelmaa. 28 vastanneessa yrityksessä (87,5 % vastanneista) kompensointiohjelmaa ei ollut käytetty.

Kompensointiohjelmaa käyttäneistä yrityksistä kaksi oli Tilastokeskuksen (2014) määrittelyn mukaan liikevaihdoltaan keskisuurten yritysten luokkaa ja kaksi mikroyritysten luokkaa. Työntekijämäärältään yritykset sijoittuivat suuryritysten (1 kpl), keskisuurten yritysten (1 kpl) ja suurempien mikroyritysten (2 kpl) luokkiin. Kaikki kompensointiohjelmaa käyttäneet yritykset järjestivät ja / tai myivät matkoja kaukokohteisiin. 75 % näistä yrityksistä järjesti ja / tai myi matkoja myös Suomeen.

Kysymys 6 oli suunnattu vain niille yrityksille, joissa kompensointiohjelmaa käytettiin tai oli käytetty. Vastaajilta kysyttiin, minkä niminen ohjelma on kyseessä, sekä milloin ja kuinka pitkään ohjelmaa on yrityksessä käytetty. Kysymys oli vapaaehtoinen ja siihen saatiin 4 vastausta.

Kaikki neljä vastannutta yritystä käyttivät tai olivat käyttäneet eri kompensointiohjelmaa. Käytössä olleet ohjelmat olivat Nordic Offset, The Carbon Neutral Company, Carbonfund, sekä yrityksen käyttämän lentoyhtiön oma, nimeämätön ohjelma. Ohjelmat olivat olleet käytössä keskimäärin 3,5 vuotta. Kaikilta vastaajilta ei kuitenkaan saatu vastauksia ohjelmien käyttöajasta, sillä kysymyslomakkeen väärin valittu vastauskenttä hyväksyi valitettavasti vain tekstiarvot.

Myös kyselyn kohta 7 oli suunnattu vain niille yrityksille, joissa kompensointiohjelmaa käytetään tai on käytetty. Kysymyksessä pyydettiin kertomaan lisätietoja ohjelmasta: Millä periaatteella ohjelma toimii, perustuuko ohjelma vapaaehtoisiin maksuihin, ja käytetäänkö ulkopuolista vai yrityskonsernin omaa ohjelmaa. Kysymys oli vapaaehtoinen ja siihen saatiin 4 vastausta.

Kolme vastanneista yrityksistä käytti ulkopuolista ohjelmaa yhden vastauksen jäädessä tulkinnanvaraiseksi. Vastanneista yrityksistä kolme käytti tai oli käyttänyt vapaaehtoisin maksuihin perustuvaa ohjelmaa, kun taas yhdessä yrityksessä kaikki omat ja ryhmämatka-asiakkaiden lennot oli kompensoitu.

Kysymys 8 oli suunnattu vain niille yrityksille, joissa kompensointiohjelmaa ei ole käytetty. Vastaaajilta kysyttiin, onko jonkin päästökompensointiohjelman käyttöönottoa pohdittu yrityksessä. Kysymys oli vapaaehtoinen ja siihen saatiin 27 vastausta.

Vastanneista yrityksistä kahdeksassa (29,63 % vastanneista) oli harkittu kompensointiohjelman käyttöönottoa. Vastanneista yrityksistä 19 (70,37 % vastanneista) ei ollut harkinnut asiaa. Jos tarkasteluun otetaan mukaan kaikki kyselyyn vastanneet yritykset, kompensointiohjelmaa oli käytetty tai sen käyttämistä oli harkittu 37,5 %:ssa yrityksistä, kun taas 59,38 % ei ollut harkinnut asiaa. Yksi vastanneista yrityksistä, jossa kompensointiohjelmaa ei ollut käytetty ei vastannut kysymykseen 8.

Vertailtaessa vastauksia kysymykseen 8 vastanneiden yritysten kokoon havaittiin, että niistä vastaajista, joissa kompensointiohjelman käyttöä ei ollut harkittu, yli puolet (52,6 %) oli mikroyrityksiksi luettavia yrityksiä. Suurin osa muista yrityksistä, joissa asiaa ei ollut harkittu oli pienyrityksiä, mutta yksittäisiä kielteisesti vastanneita oli myös keski suurten ja suurten yritysten joukossa. Kysymykseen 8 kielteisesti vastanneista kauko-kohteisiin matkoja järjesti 31,6 %, eli kauko-kohteisiin matkoja järjestävissä yrityksissä kiinnostus kompensointiohjelmaa kohtaan oli hieman keskimääräistä korkeampaa.

Myös kysymys 9 oli suunnattu vain niille yrityksille, joissa kompensointiohjelmaa ei ollut käytetty. Vastaaajilta kysyttiin, onko yrityksellä käytössään jokin muunlainen päästöjen vähennysohjelma tai käytäntö. Kysymys oli vapaaehtoinen ja siihen saatiin 23 vastausta.

Vastanneista yrityksistä 17 (73,91 %) ei käyttänyt mitään päästöjen vähennysohjelmaa tai käytäntöä. Vastanneista yrityksistä kuudessa (26,09 % kysymykseen 9 vastanneista ja 18,75 % kaikista kyselyyn vastanneista) oli käytössä yksi tai useampi päästöjen vähentämiseen tähtäävä ohjelma tai käytäntö. Tällaisia olivat mm. yrityksen käyttämien lentoyhtiöiden omat ohjelmat, päästönormien mukainen oma linja-autokalusto, suorien lentojen ja uuden lentokaluston suosiminen, paikallisen puunistutusohjelman tukeminen, sekä hitaan matkustamisen ja junamatkojen suosiminen tuotannossa.

### 4.2.3 Motivaatiotekijät ja kokemukset kompensointiohjelmista

Kyselyn kohdassa 10 kysyttiin, onko ilmastoystävällisyys ollut esillä yrityksen markkinoinnissa ja pyydettiin kertomaan lyhyesti, millä tavoin. Kysymys oli kaikille vastaajille pakollinen ja siihen saatiin 32 vastausta.

Vastanneista yrityksistä 13 (40,63 % vastaajista) ilmoitti, että ympäristöystävällisyys on ollut esillä yrityksen markkinoinnissa. Tähän ryhmään kuuluivat 75 % kompensointiohjelmaa käyttäneistä yrityksistä, sekä lähes kaikki vastanneet kooltaan keski- tai suuret yritykset. Useat vastanneista kuitenkin totesivat, että ilmastoystävällisyyden osuus yrityksen markkinoinnissa ei ole ollut merkittävä. Ilmastoasioita ei ollut käytetty markkinoinnissa 19 kyselyyn vastanneessa yrityksessä (59,38 % vastanneista). Nämä olivat lähes kaikki kooltaan mikro- tai pienyrityksiä.

Ilmastoystävällisyyttä markkinoinnissaan käyttäneistä yrityksistä monet olivat juna- tai linja-automatkoja järjestäviä yrityksiä, jotka hyödynsivät näiden kuljetusmuotojen vähäpäästöisyyttä markkinoinnissaan. Osa yrityksistä kertoi mainitsevansa ilmastoystävällisyydestä tarjouksissaan, ja myös päästölaskureita oli näkyvillä yritysten kotisivuilla. Ilmastoasiat näkyivät yritysten markkinoinnin lisäksi myös alihankkijoiden valinnassa ja erilaisiin ympäristöohjelmiin osallistumisessa.

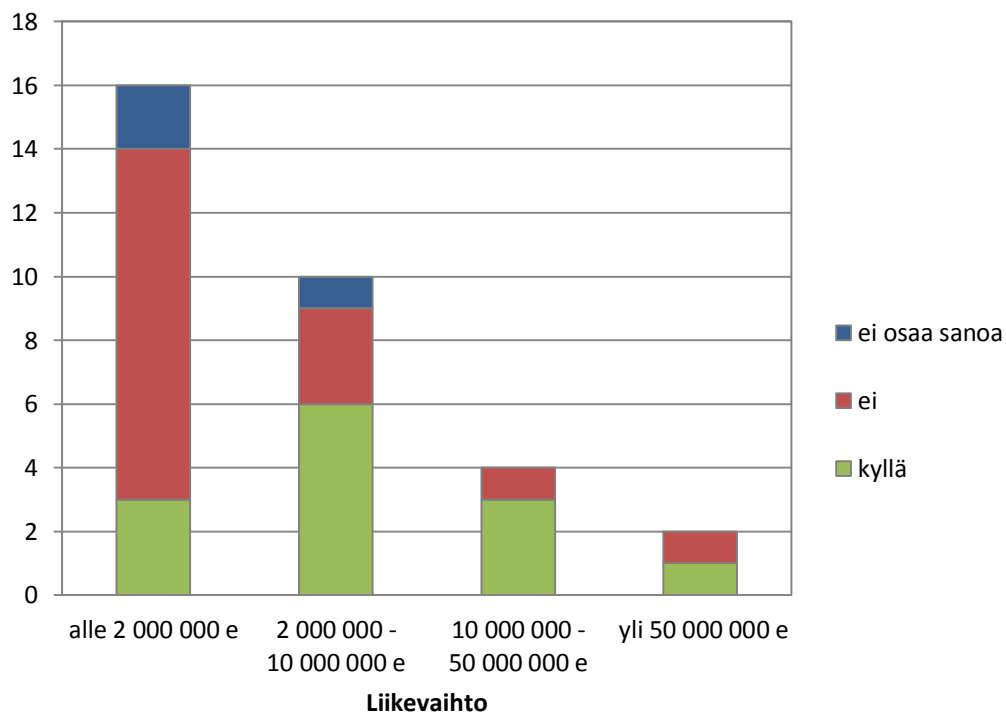
Kysymyksessä 11 tiedusteltiin vastaajilta, nähdäänkö ilmastoystävällisyys ja hiilineutraalius yrityksessä kilpailuetuna, ja mistä syistä. Kysymys oli vastaajille pakollinen ja siihen saatiin 32 vastausta (kuvio 3).

Kyselyyn vastanneista yrityksistä 17 (53,13 %) ei pitänyt ilmastoystävällisyyttä ja hiilineutraaliutta kilpailuetuna, vaikka osa vastanneista mainitsikin pitävänsä asiaa tärkeänä. Osa vastaajista mukaan asia ei kiinnosta heidän asiakkaitaan, eikä sillä ole juuri vaikutusta ostopäätöksiin. Osa oli myös sitä mieltä, että asia on merkityksellisempi hotelleille ja lentoyhtiöille, tai että ilmastoystävällisyys ei tällä hetkellä ole erottuvuustekijä. Useat vastaajat kuitenkin arvioivat ympäristöystävällisyyden merkityksen kilpailuetuna mahdollisesti kasvavan tulevaisuudessa.



Vastanneista yrityksistä 12 (37,5 %) piti ilmastoystävällisyyttä ja hiilineutraaliutta kilpailuetuna ainakin osittain ja tulevaisuudessa. Tähän joukkoon kuului sekä mikro-, pienettä suurempia yrityksiä. Osa vastaajista totesi aiheen tulevan usein esille tarjouspyynnöissä, näki asian merkityksen olevan kasvussa, tai mainitsi vastuullisuuden olevan tärkeä osa yrityksen arvomaailmaa. Osa vastaajista totesi tarjoavansa vähäpäästöisiä matkatapoja, joiden markkinoinnissa ympäristöseikkoja voidaan mahdollisesti käyttää. Kolme vastaajista (9,38 %) ei osannut sanoa, onko ilmastoasioista kilpailueduksi.

### Yrityksen liikevaihto ja suhtautuminen ilmastoystävällisyyteen kilpailuetuna



Kuvio 3. Yrityksen koko verrattuna suhtautumiseen ilmastoystävällisyyteen kilpailuetuna (N=32).

Verrattaessa kysymykseen vastanneiden yritysten kokoa kysymykseen 11 annettuihin vastauksiin havaittiin, että yrityksen koko vaikutti näkemyksiin. Valtaosa vastanneista pienistä ja keskisuurista yrityksistä näki ympäristöystävällisyyden toiminnassaan ainakin jossain määrin kilpailuetuna, kun taas valtaosa mikroyrityksistä ei pitänyt asiaa ainakaan

nykyisellään kilpailuetuna. Vastanneiden yritysten suhtautuminen ilmastoystävällisyyteen kilpailuetuna verrattuna niiden kokoon esitetään kuviossa 3.

Kysymys 12 oli vapaaehtoinen ja suunnattu niille yrityksille, jotka käyttivät tai olivat käyttäneet hiilidioksidipäästöjen kompensointiohjelmaa. Siinä kysyttiin, millaisia kokemuksia ja palautetta ohjelman käytöstä on saatu. Kysymykseen saatiin 10 vastausta. Näistä 7 vastaajaa oli vastannut, että kompensointiohjelmaa ei ole ollut käytössä.

Ohjelmaa käyttävistä tai käyttäneistä neljästä yrityksestä kolme vastasi kysymykseen. Kaksi vastaajaa (50 % ohjelmaa käyttävistä tai käyttäneistä) vastasi kokemusten ja palautteen olleen positiivisia. Toinen edellä mainituista vastaajista tosin lisäsi, että ohjelman käyttäminen ei ole tuonut yritykselle mainittavaa kilpailuetua. Molemmat olivat liikevaihdoltaan keskisuuria yrityksiä. Yksi ohjelmaa käyttävistä tai käyttäneistä vastaajista totesi, että asia ei ole tuntunut oikeastaan kiinnostavan yrityksen asiakkaita tai mediaa, ja että asiakkailta ei juuri saatu palautetta aiheesta.

Kysymyksessä 13 tiedusteltiin, mikä tai mitkä ovat vastaajien mielestä olleet pääsyitä kompensointiohjelman käyttöönottoon tai ottamatta jättämiseen vastaajayrityksessä. Kysymys oli vapaaehtoinen ja siihen saatiin 23 vastausta. Erilaisia syitä mainittiin vastauksissa runsaasti. Vastauksissa mainittuja syitä tarkastellaan graafisesti kuviossa 4.

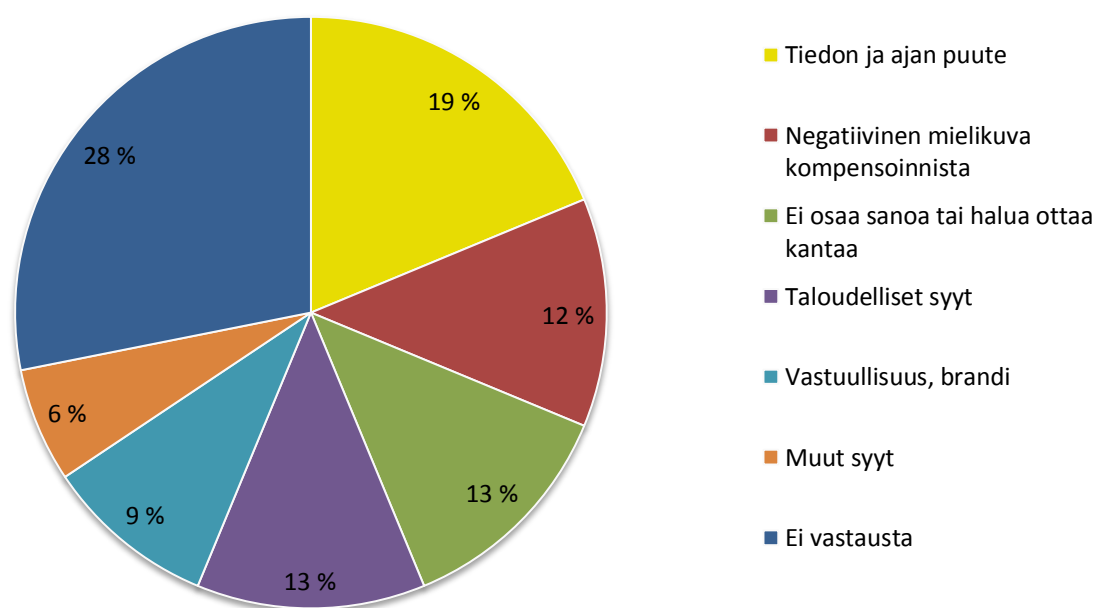
Tärkeimpiä vastauksissa mainittuja syitä eriteltyinä teemoittain olivat:

- Ei tietoa tai ei aikaa perehtyä asiaan: 6 kpl (26,09 % vastauksista)
- Saatu negatiivinen mielikuva kompensoinnista: 4 kpl (17,39 % vastauksista)
- Ei osaa sanoa tai halua ottaa kantaa: 4 kpl (17,39 % vastauksista)
- Taloudelliset syyt: kustannukset, resurssipula, ei kilpailuetua: 4 kpl (17,39 %)
- Vastuullisuussyyt, brandimielikuva: 3 kpl (13,04 % vastauksista)

Vastauksissa mainituista syistä kompensointiohjelman käyttämättä jättämispäätökseen suosituimmaksi nousi ajan ja tiedon puute. Myös saatu negatiivinen mielikuva kompensoinnista, taloudelliset syyt ja se, ettei ohjelma tuo kilpailuetua olivat useasti mainittuja

syitä. Vastauksissa todettiin muun muassa että vastaajat eivät ole halunneet tehdä päällekkäisiä kompensointiohjelmaa lentoyhtiöiden kanssa, suuri osa ohjelmista on osoittautunut huijauksiksi, ohjelmien konkreettinen toimivuus on jäänyt epäselväksi, ja että kompensointi on ”tekopyhyyttä ruohonjuuritasolla”. Toisaalta osa vastaajista oli myös sitä mieltä, että ohjelma vaikutti positiivisesti mielikuvaan yrityksestä, ja että kompensointiohjelman tarjoaminen asiakkaille koettiin vastuullisena yritystoimintana.

### Pääsyyt kompensointiohjelman käyttöönottoon tai ottamatta jättämiseen (N=32)



Kuvio 4. Pääsyyt kompensointiohjelman käyttöönottoon tai ottamatta jättämiseen vastaajayrityksissä.

Vertailtaessa vastanneiden yritysten nimeämiä pääsyyt vastajien antamiin taustatietoihin havaittiin, että kaikki vastanneet, jotka nimesivät pääsyyksi kompensointiohjelman käyttämättä jättämiseen ajan, tiedon tai resurssien puutteen tai kustannussyyt, olivat pien- tai mikroyrityksiä, kun taas kaikki vastuullisuus- ja mielikuvasyitä nimenneet olivat mikrotasoa suurempia yrityksiä. Kompensoinnista saadun negatiivisen mielikuvan tai kilpailuedun puutteen pääsyyksi nimenneissä vastaajissa oli mukana sekä mikrotason

että suurempia yrityksiä. Yrityksen matkojen suuntautumisella esimerkiksi kaukokohteisiin ei ollut havaittavaa vaikutusta kysymyksen 13 vastauksiin.

#### 4.2.4 Muita esille tulleita asioita

Kyselyn kohdassa 14 tarjottiin vastaajille mahdollisuutta halutessaan kirjoittaa lisätietoja ja kommentteja kyselyn aihepiiriin liittyen, sekä jättämään yhteystietonsa, mikäli ovat kiinnostuneita tutustumaan kyselytutkimuksen tuloksiin. Kysymys oli vapaaehtoinen ja siihen saatiin 9 vastausta. Näistä 6 vastaajaa jätti sähköpostiosoitteensa tutkimustulosten lähettämistä varten.

Jätetyistä kommenteista kävi ilmi, että ainakin osa vastaajista oli perehtynyt aiemmin kyselyn aihepiiriin. Kaksi vastaajista pohti päästömaksujen standardisoinnin mahdollisuutta, sekä sitä, että asiakkaat tuntevat mahdollisesti itsensä huijatuiksi, jos tai kun maksut menevät kompensointiyritysten organisaatioiden ylläpitoon. Toisaalta yksi vastaaja myös kommentoi, että ei ymmärrä mitä hiilidioksidipäästöjen kompensointi tarkoittaa, ja pohti, olisiko kyseessä ” taas joku diipadaapa viherpiipertäjien juttu, joka ei liity elämään mitenkään”. Yksi vastaajista taas oli sitä mieltä, että nämä kysymykset eivät oikeastaan kuulu heille.

Kommenteissa esille tulleita kysymyksiä olivat myös suomalaisten asiakkaiden maksuhalukkuus ja oletukset matkustamisen ekologisuuden suhteen. Eräs vastaajista viittasi kansallisuuksien välisiin eroihin asiakaskäyttäytymisessä: ”Ruotsalainen ostaa mielellään hyvän omatunnon, kun taas suomalainen ei edes kärsi siitä”. Eräs vastaaja taas totesi laivaliikenteen uuden rikkidirektiivin olevan heidän yrityksensä enemmän vaikuttava asia kuin hiilidioksidipäästöjen vähennys.

## 5 Yhteenveto ja johtopäätökset

Matkailutoiminnan hiilidioksidipäästöjen kompensointiin liittyviä kokemuksia ja asenteita matkanjärjestäjien keskuudessa on tutkittu Suomessa ja maailmalla toistaiseksi niukasti. Tässä opinnäytetyössä selvitettiin kotimaisten matkanjärjestäjien kokemuksia ja asenteita CO<sup>2</sup>-päästöjen kompensoinnin suhteen ja ilmastoystävällisyydestä mahdollisena kilpailuetuna. Suomalaisille matkanjärjestäjille lähetetyssä kyselytutkimuksessa pyrittiin selvittämään, kuinka moni yritys on käyttänyt kompensointiohjelmaa tai harkinnut ohjelman käyttöönottoa, millaisia kokemuksia ja palautetta ohjelmista on saatu, mistä syistä kompensointiohjelma on tai ei ole otettu käyttöön, sekä käyttävätkö matkanjärjestäjät ilmastoystävällisyyttä markkinoinnissaan ja koetaanko se kilpailuetuna.

### 5.1 Keskeiset tulokset ja johtopäätökset

Sähköinen kyselylomake lähetettiin syyskuussa 2014 yhteensä 245 Suomessa toimivalle matkanjärjestäjälle. 32 yritystä vastasi kyselyyn, vastausprosentin ollessa 13,1 %. Kysely avattiin vastauksia jättämättä 59 kertaa, mikä kuvastanee sekä kyselylomakkeen kysymysten että käsiteltävän aiheen vaikeutta ja kenties myös arkaluontoisuutta yrityksille.

Vastanneista yrityksistä 50 % oli liikevaihdoltaan Tilastokeskuksen (2014) määritelmän mukaan mikroyrityksiä ja 31,25 % pienyrityksiä. Työntekijämäärältään 75 % kyselyyn vastanneista yrityksistä lasketaan kuuluviksi mikroyrityksiin, ja vajaassa kolmanneksessa vastanneista yrityksistä oli työssä vain 1-2 henkilöä. Tämä kuvastaa hyvin yleistä tilannetta esimerkiksi KKV:n (2014) listaamassa suomalaisessa matkanjärjestäjäkentässä, jossa valtaosa alalla toimivista yrityksistä on pieniä.

Vastanneista yrityksistä yli 84 % järjesti tai myi matkoja Eurooppaan, kun taas kauko-kohteisiin ja kotimaahan matkoja järjesti tai myi vajaa 47 % vastanneista yrityksistä. Tutkimustuloksia tulkittaessa on myös muistettava, että monet vastanneista yrityksistä järjestävät lentomatkojen sijaan tai lisäksi laiva-, juna- ja linja-automatkoja. Myös tämä on SMALin (2014) ja KKV:n (2014) listausten perusteella suomalaiselle matkanjärjestäjäkentälle tyypillistä.

### **5.1.1 Suomalaisien matkanjärjestäjien suhde kompensointiohjelmiin**

Kyselytutkimukseen vastanneista suomalaisista matkanjärjestäjistä hiilidioksidipäästöjen kompensointiohjelmaa käytti tai oli käyttänyt vain neljä, eli 12,5 % vastanneista. Näistä puolet oli liikevaihdoiltaan keskisuuria ja puolet mikroyrityksiä. Pienimpiä, 1-2 henkilön mikroyrityksiä ei ollut joukossa. 87,5 % vastanneista eli 28 yrityksessä ohjelmaa ei ollut käytetty. Kaikki kompensointiohjelmiä käyttäneet yritykset järjestivät matkoja kauko-kohteisiin. Kompensointiohjelman käyttö on suomalaisten matkanjärjestäjien keskuudessa siis tällä hetkellä vähäistä, mutta vastausten perusteella tilastollisesti sitä todennäköisempää, mitä suurempi yritys on kyseessä. Kyselyyn vastanneista yrityksistä kuudessa (18,75 %) oli käytössä kompensointiohjelman sijaan jokin muu päästöjen vähentämiseen tähtäävä ohjelma tai käytäntö.

Kompensointiohjelmaa oli käytetty tai sen käyttämistä oli harkittu yhteensä 37,5 %:ssa kyselyyn vastanneista yrityksistä, kun taas 59,38 % vastanneista yrityksistä ei ollut harkinnut asiaa. Yli 70 %:ssa yrityksistä, joissa kompensointiohjelmaa ei ollut käytössä, sen käyttöönottoa ei ollut myöskään harkittu. Yrityksen koko vaikutti tilastollisesti siihen, oliko kompensointiohjelmien käyttöönottoa harkittu yrityksessä. Mitä suurempi yritys, sitä todennäköisemmin asiaa oli tutkittu. Kompensointiohjelmien käyttöä oli harkittu suhteellisesti hieman enemmän niiden matkanjärjestäjien keskuudessa, jotka järjestivät matkoja kauko-kohteisiin, mutta ero ei ollut suuri.

### **5.1.2 Kokemuksia kompensointiohjelmista**

Suurimmalla osalla kompensointiohjelmaa käyttäneistä yrityksistä oli käytössä yrityksen ulkopuolinen, asiakkaan vapaaehtoisuuteen perustuva ohjelma. Kaikki vastanneet käyttivät eri ohjelmia. Luotettavaa tietoa siitä, kuinka kauan ohjelmat olivat olleet käytössä yrityksissä, ei saatu virheellisen lomakekentän vuoksi.

Koska kompensointiohjelmaa käyttäneiden yritysten määrä oli vähäinen, ja yksi ohjelmaa käyttänyt yritys ei vastannut käyttökokemuksia koskevaan kysymykseen, kokemuksia ohjelmien käytöstä saatiin valitettavan vähän. Puolet ohjelmaa käyttäneistä yrityksistä oli sitä mieltä, että kompensointiohjelmasta saadut kokemukset ja palaute olivat ol-

leet pääosin positiivisia. Molemmat näistä yrityksistä olivat liikevaihdoltaan keskisuuria, joten on mahdollista, että ohjelmat ovat toimineet parhaiten suurempien yritysten kannalta. Yksi ohjelmaa käyttäneistä pienemmistä yrityksistä taas oli pettynyt asiakkaiden ja median vähäiseen kiinnostukseen ohjelmaa kohtaan. Koska tutkimuksessa saadun tiedon määrä jäi tämän aiheen suhteen vähäiseksi, aiheesta ei ole suositeltavaa vetää joih-topäätöksiä tähän tutkimukseen perustuen.

### 5.1.3 Markkinointi ja asenteet

Ilmastoystävällisyys ei ole vieras aihe suomalaisille matkanjärjestäjille. Aihetta oli ehkä yllättäen käyttänyt jollain tavoin markkinoinnissaan yli 40 % vastanneista yrityksistä, mukaan lukien lähes kaikki vastanneet keskisuuret ja suuret yritykset. Ilmastoasioita ei kuitenkaan erityisesti painotettu markkinoinnissa. Lähes 60 %:ssa vastanneista yrityksistä ilmastoasiat eivät olleet esillä markkinoinnissa. Tähän ryhmään kuului yllättäen myös yksi kompensointiohjelmaa käyttäneistä yrityksistä. Kyselyvastausten perusteella esimerkiksi UNEP/UNWTO:n (2008, 126) mukaan ilma- ja laivaliikenteeseen verrattuna vähäpäästöisiä juna- ja linja-automatkoja järjestävät yritykset osaavat jo hyödyntää asian markkinoinnissaan.

Kysymys siitä, nähdäänkö ilmastoystävällisyys yrityksessä kilpailuetuna, jakoi vastaajia ja aiheutti pohdintaa. Yli 53 % vastanneista matkanjärjestäjistä ei pitänyt ilmastoystävällisyyttä kilpailuetuna. Osa vastaajista piti asiaa merkityksellisempänä lentoyhtiöiden ja hotellien kuin matkanjärjestäjien kannalta. Toisaalta ympäristöystävällisyyden merkityksen kilpailussa arvioitiin kasvavan tulevaisuudessa, ja vastaajista 37,5 % piti ilmastoystävällisyyttä kilpailuetuna ainakin osittain ja tulevaisuudessa. Koko vaikutti yritysten näkemyksiin siten, että mikroyrityksissä ilmastoystävällisyys nähtiin harvemmin mahdollisena kilpailuetuna kuin suuremmissa yrityksissä.

Kysyttäessä matkanjärjestäjiltä, mikä on ollut yritysten pääasiallisena motivaationa kompensointiohjelman käyttöönotossa tai käyttämättä jättämisessä, vastausten hajonta oli laaja. Tärkeimmiksi syiksi nousivat ajan ja tiedon puute, johon viittasi yli neljännes kysymyksen vastanneista, negatiiviset mielikuvat kompensoinnista huijauksena ja tekeytymisenä, sekä taloudelliset syyt. Ajan, tiedon ja taloudellisten resurssien puutetta

pitivät pääsyynä pien- ja mikroyritykset. Osa vastanneista suuremmista yrityksistä näki kompensointiohjelman käytön myös liittyvän vastuullisuuteen ja yrityksen brandiin.

Tietoisuus hiilidioksidipäästöjen kompensoinnista on kyselyvastausten perusteella suomalaisten matkanjärjestäjien keskuudessa melko korkea. Osa vastaajista oli selvästi tietoisia myös luvussa 3.1 mainitusta, kompensointiohjelmaa ja päästökauppajärjestelmää laajemmin kohtaan esitetystä kritiikistä, mikä lienee myös vaikuttanut asenteisiin kompensointia kohtaan. Toisaalta osa vastaajista myönsi, etteivät olleet perehtyneet asiaan, tai että kompensoinnin käsite oli jäänyt heille kokonaisuudessaan vieraaksi

Osa vastanneiden yritysten näkemyksistä suomalaisten kuluttajien ostokäyttäytymisestä myötäilee Jäniksen (20.12.2013) näkemyksiä siitä, että Suomessa ollaan jäljessä Keski-Eurooppaa kulutuskäyttäytymisen muutoksessa. Useat vastaajat näkivät suomalaisten asiakkaiden ympäristöasenteet melko välinpitämättöminä. Toisaalta useat kyselyyn vastanneista myös olettivat ympäristönäkökulmien nousevan tulevaisuudessa matkailualalla kilpailuetekijöiksi myös Suomessa, joten ehkäpä asiakaskäyttäytyminen on hiljalleen muuttumassa. Vastanneiden yritysten koko vaikutti myös niiden asenteisiin kompensointiohjelmaa ja ympäristöystävällisyydellä markkinointia kohtaan: pienissä yrityksissä aika ja resurssit eivät usein riitä vaihtoehtoisten markkinointinäkökulmien pohtimiseen ja kompensointiohjelmiin syvällisesti perehtymiseen.

## **5.2 Lopuksi**

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että CO<sup>2</sup>-päästöjen kompensointi on suomalaisten matkanjärjestäjien keskuudessa tällä hetkellä vähäistä. Vastausten perusteella kompensointiohjelma on tilastollisesti todennäköisemmin käytössä suuremmilla yrityksillä. Mitä suurempi yritys, sitä todennäköisemmin kompensointia on myös harkittu. Valtaosa yrityksistä luottaa CO<sup>2</sup>-päästöjen kompensoinnissa tavalla tai toisella asiakkaiden vapaaehtoisuuteen tai ei tiedä tai välitä aiheesta. Vajaalla viidenneksellä kotimaisista matkanjärjestäjistä on kompensointiohjelman sijaan käytössä jokin muu päästöjen vähentämiseen tähtäävä ohjelma tai käytäntö. Kompensointiohjelmien käytön harvinaisuudesta johtuen niistä Suomessa saadun kokemusten ja asiakaspalautteen analysointi jäi tutkimuksen osalta valitettavan vähäiseksi.



Yrityksen koon merkitys korostuu matkanjärjestäjien asenteita tarkasteltaessa. Keski- ja suuret suomalaiset matkanjärjestäjät käyttävät yleisesti ilmastoystävällisyyttä yhtenä monista markkinointikeinoistaan. Se on kuitenkin harvoin pääosassa yritysten markkinoinnissa. Valtaosa pienistä matkanjärjestäjistä taas ei käytä ilmastoasioita markkinointikeinona eikä näe ilmastoystävällisyyttä kilpailuetuna. Toisaalta pienimmät matkanjärjestäjät myös kokevat pitkäjänteisen perehtymisen aiheeseen taloudellisesti ja ajankäytöllisesti haastavana. Osa vastaajista piti ilmastoystävällisyyden periaatteita joka tapauksessa eettisesti tai yrityksen imagon kannalta tärkeinä.

Eettiset näkökohdat olivat kyselytutkimuksessa esillä ilmastoasenteiden lisäksi mahdollisesti myös siinä, että tutkimuksen aiheita saatettiin pitää kiusallisena ja yrityksen maineen kannalta haitallisena. Tämä selittäisi yrityksissä vallitsevan kiireen tai aiheeseen kohdistuvan mielenkiinnon puutteen lisäksi osaltaan tutkimuksen vähäistä vastausprosenttia. Tutkimus on kuitenkin toteutettu yksittäisten yritysten kannalta luottamuksellisesti. Vastausten luottamuksellisuuteen viitattiin kyselytutkimuksen saatekirjeessä (liite 2) ja asia mainittiin myös itse kyselylomakkeessa, sekä lomakkeen alussa olleessa kyselyn esittelyssä että liitteessä 1 näkyvän kysymyksen 1 yhteydessä.

Yrityksen koko vaikuttaa sen mahdollisuuksiin panostaa ilmastoystävällisyyteen ja hyödyntää sitä kilpailussa myös matkailualalla. Matkanjärjestäjien käytettävissä olevat taloudelliset resurssien vertailu niiden käyttöön ilmastoasioihin tarjoaisi aiheita lisätutkimukselle, samoin kuin yrityksen järjestämien matkojen pääasiallisen kuljetustavan vaikutus ilmastoystävällisyyden kokemiseen kilpailuetuna. Olisi myös mielenkiintoista tutkia aiheita suomalaisten matkailijoiden näkökulmasta, kuten esimerkiksi sitä, onko liike- ja vapaa-ajan matkailijoiden asenteissa ja CO<sup>2</sup>-päästöjen kompensointihalukkuudessa havaittavissa eroja matkailijatyypin perusteella.

Matkailuala on paitsi osallinen ilmastonmuutokseen myös eräs ilmastonmuutoksen mukanaan tuomista haitoista pahimmin kärsivistä talouden aloista (Gössling ym. 2011; Hein ym. 2009; RMY 2013b). Ilmastonmuutoksen torjunta olisikin alalle tärkeää jo matkailualan tulevan taloudellisen kestävyuden vuoksi. Hiilidioksidipäästöjen kompensointi ei kuitenkaan suoranaisesti vähennä ilmakehään joutuvan hiilidioksidin määrää

vaan vain korvaa tuotetut päästöt toisaalla. Lisäksi kompensointiohjelmissa on puutteita, kompensointi on laskennallisesti haastavaa, eikä yhteistä standardisoitua laskentajärjestelmää ole. Muun muassa näistä syistä kompensointiohjelmat eivät ole nousseet maailmalla eivätkä Suomessa laajaan suosioon, eivätkä myös tarjoa suoraa ratkaisua matkailutoiminnan ilmastopäästöjen vähentämiseen. Taloudellisesti merkittävällä osalla matkanjärjestäjien asiakkaista on silti Brouwerin ym. (2008) mukaan periaatteessa halu toimia sekä päästöjen kompensoimiseksi että niiden vähentämiseksi. Beckenin (2004) mukaan asiakkaat itse asiassa ovat aiheen suhteen innokkaampia kuin matkailualan ammattilaiset.

Lentoliikenteen osalta Euroopan Unionissa on jo siirrytty päästökauppajärjestelmään. Matkanjärjestäjien osalta vastaavaa järjestelmää ei ole näköpiirissä. Osa suomalaisista matkanjärjestäjistä on RMY:n (2013b) tavoin sitä mieltä, etteivät pelkkä päästökauppa ja lentoyhtiöiden teknologisten ratkaisujen avulla saadut päästövähennykset riitä tilanteen korjaamiseen, kun lentoliikenteen päästöjen kokonaismäärä kasvaa edelleen. Osa taas pitää päästöjen kompensointiohjelmiä turhina tai suorastaan huijauksena, päästövähennyksiä muiden asiana, eikä kannata maksuja, joita asiakkaat eivät halua.

Koska suurin osa suomalaisista matkanjärjestäjistä on KVV:n (2014) ja SMAL:in (2014) listausten perusteella mikroyrityksiä, joilla on hyvin rajalliset mahdollisuudet perehtyä ja vaikuttaa päästöjen vähentämiseen ja kompensointiin, siirtyy vetovastuu matkanjärjestäjien päästöjen vähentämisen ja/tai kompensoinnin etenemisestä käytännössä alan suurimmille yrityksille ja poliittisille päätöksentekijöille. Siirtyminen vapaaehtoisuudesta matkan hintaan automaattisesti sisältyviin päästömaksuihin mahdollistaisi yritysten välisen tasa-arvoisen kohtelun tulevaisuudessa. Myös päästölaskurien standardisointi tulevaisuudessa olisi toivottavaa, jotta kompensointijärjestelmä voisi toimia uskottavasti.

Onko hiilidioksidipäästöjen kompensoinnista markkinointivaltiksi, ja kehittykö matkailupalveluiden ilmastoystävällisyys tulevaisuudessa kilpailueduksi? Tutkimustulosten perusteella vain osa suomalaisista matkanjärjestäjistä on toistaiseksi tätä mieltä. Suurissa yrityksissä asia kuitenkin nähdään keskimäärin tärkeämpänä kuin pienissä, joten on mahdollista, että sekä asiakaskäyttäytyminen että yritysten toiminta on ilmastoasioiden

suhteen muuttumassa. Toisaalta esimerkiksi Jopp ym. (2010) ja Burney ym. (2013) jakavat kannan siitä, että päästöjen torjuntataistelu on jo hävitty ja vääjäämättömään ilmastomuutokseen sopeutuminen tulee tulevaisuudessa keskeisemmäksi strategiaksi. Millainen rooli matkailualalla ja matkanjärjestäjillä on tässä, jää nähtäväksi.

### **5.2.1 Tutkimuksen validiteetti & reliabiliteetti**

Tutkimuksen yleistä luotettavuutta tarkastellaan validiteetin ja reliabiliteetin käsitteiden kautta. Validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksessa käytettyjen mittareiden, tämän tutkimuksen osalta kysymysten, tehokkuutta niiden asioiden osalta, jota tutkimuksessa on pyritty selvittämään. Kysymysten heikosta validiteetista syntyy epätarkkoja ja tulkinnanvaraisia tuloksia. Reliabiliteetti taas viittaa tutkimusprosessin toteutuksen luotettavuuteen. Luotettava tutkimus on toistettavissa samalla etukäteen suunnitellulla tavalla, eivätkä satunnaiset tekijät pääse vaikuttamaan tuloksiin. (Taanila 2014.)

Litteessä 1 nähtävillä olevat kyselytutkimuksessa käytetyt kysymykset pyrittiin valitsemaan vastaamaan mahdollisimman hyvin selvitettäviin tutkimusongelmiin. Vastaamiseen kuluvan ajan minimoimiseksi kysymysten määrä rajoitettiin neljääntoista, joista seitsemän oli pakollisia ja seitsemän vapaaehtoisia. Kyselylomakkeen kysymyksiin 2-5 ja 8 oli mahdollista vastata numeerisesti, kun taas kysymyksiin 6-7 ja 9-14 vastattiin omin sanoin. Kyselyn sulkeuduttua vastaukset analysoitiin ja/tai luokiteltiin tutkimuksen tekijän toimesta. Kysymyksen 1 vastauksia ei käsitelty muutoin kuin kyselyn lähetyslistaa tarkistettaessa. Kysymysten validiteetti oli kaiken kaikkiaan kohtuullisen onnistunut. Kysymysten 10, 11 ja 13 vastauksissa esiintyi kuitenkin jonkin verran päällekkäisyyttä, mikä viittaa siihen, että kysymyksenasettelua olisi voinut vielä tarkentaa tai tiivistää.

Kyselytutkimuksen teknisessä toteutuksessa ei täysin onnistuttu, sillä kyselyn lähettämisen jälkeen kävi ilmi, ettei Webropol-ohjelmalla tehdyn kyselyn kirjoittamalla täytettäviin vastauskenttiin voinut syöttää lainkaan numeerisia arvoja. Tämä heikensi tulosten hyödynnettävyyttä jonkin verran kysymyksen 6 ja mahdollisesti myös kysymyksen 12 vastausten osalta. Numeeristen vastauskenttien käyttäminen useammassa kysymyksissä olisi tehnyt vastausten analysoinnin yksinkertaisemmaksi myös kysymysten 9, 10, 11 ja 13 osalta. Kysymysten ymmärrettävyyteen olisi myös kenties pitänyt panostaa enem-

män, sillä osa vastaajista myönsi mm. kysymyksen 14 avoimessa kommenttikentässä, ettei ymmärrä kaikkia kyselytutkimuksen käsitteitä. Tutkimuksen reliabiliteettia heikensi jonkin verran myös vastausten vähäinen kokonaismäärä; yhteensä 32 yritystä vastasi kyselyyn. Lisäksi kompensointiohjelmia käyttäneitä yrityksiä oli mukana tutkimuksessa vain neljä, eikä neljältä vastaajalta saatuja tietoja vertailemalla voitu tehdä luotettavia johtopäätöksiä käytetyistä ohjelmista eikä niiden käyttöön liittyvistä kokemuksista.

Tutkimusaineiston keruu sähköisenä lomakekyselynä osoittautui kohtuullisen onnistuneeksi, sillä noin 13 % matkanjärjestäjistä vastasi kyselyyn. Voidaan kuitenkin pohtia, vaikuttiko kyselyn aihepiiri vastaamiseen tai vastaamatta jättämiseen yritysten osalta? Jotkin matkanjärjestäjät ovat saattaneet pitää kyselyyn vastaamista kiusallisena, mikäli yrityksessä ei ole kiinnitetty huomiota ilmastoasioihin. Epäselväksi jää, onko tällaista vaikutusta esiintynyt, ja onko se mahdollisesti ollut kyselytutkimuksen tulosten kannalta merkittävää.

Kyselytutkimuksen tulokset vahvistavat Reilun matkailun yhdistyksen puheenjohtajan oletuksia matkanjärjestäjien ja heidän asiakkaidensa ilmastoasenteista Suomessa, ja tarjoavat toimeksiantajalle uutta tietoa suomalaisten matkanjärjestäjien suhtautumisesta matkailun ilmastokestävyyteen. Tutkimustuloksia voitaneen hyödyntää Ilmastokestävää matkailua -kampanjan jatkoa suunniteltaessa. Tulokset tarjoavat myös taustatietoa mahdolliselle jatkotutkimukselle vastauksissa ja niiden analyysissä esiin nousseista kysymyksistä ja aihepiireistä.

## **5.2.2 Opinnäytetyöprosessi ja oppimiskokemus**

Tämän opinnäytetyön osalta opinnäytetyöprosessi alkoi HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun Haagan toimipisteen opinnäytetyöseminaarista alkusyksyllä 2013 ja päättyi työn lopulliseen palauttamiseen 17.12.2014. Prosessiin kuuluivat sopivan opinnäytetyön aiheen ja toimeksiantajan etsiminen syksyllä 2013, opinnäytetyösuunnitelman laatiminen vuoden 2013 lopulla, työn tietoperustan kokoaminen alkuvuodesta 2014, kyselytutkimuksen laatiminen, testaaminen ja toteuttaminen alkusyksyllä 2014, sekä saatujen tulosten analysointi, johtopäätösten tekeminen, opinnäytetyön viimeistely ja esitys lop-

pusyksyllä 2014. Prosessiin kulunutta alun perin oletettua pidempää aikaa selittänee osaltaan se, että olen ollut suuren osan vuodesta 2014 kokopäivätyössä.

Opinnäytetyön aihepiiriä pidin ja pidän edelleen sekä haastavana että kiinnostavana. Tutkimukseen liittyvät analyysit tein pääosin Webropol-ohjelmalla, kuvaajat taas excel-ohjelmalla, joiden käytöstä sain näin lisäharjoitusta. Oppimiskokemuksena tämä opinnäytetyö ei kuitenkaan epäilemättä ole ollut minulle yhtä antoisa kuin useimmille opiskelutovereilleni, koska olen jo aiemmin kirjoittanut Pro gradu -työn, jonka myötä olen jo käynyt läpi opinnäytetyön laatimisessa opittavia taitoja ja asioita. Toisaalta aiemmasta opinnäytetyöstä saatuja kokemuksia, mm. sitä, ettei työtä ja sen mukanaan tuomaa työmäärää kannata kasvattaa liian suureksi, olen onnistunut mielestäni hyödyntämään tätä työtä laatiessani. Tämän opinnäytetyön tekoa on ohjattu ohjaavan opettajan taholta huomattavasti enemmän kuin Helsingin yliopistolle aiemmin tekemääni työtä, minkä olen kokenut pelkästään positiivisena asiana.

Lähdekritiikin oppiminen lienee olennainen osa opinnäytetyöprosessin opetuksellista antia. Siksi toteankin työn lopuksi varoituksen sanana, etteivät kaikki tämän opinnäytetyön tietoperustassa käytetyt lähteet ole tieteellisiä eivätkä neutraaleja. Niitä on kuitenkin käytetty työssä faktojen esittämisen sijasta tutkimuksen aihepiiriin liittyvien moninaisten näkökulmien, mielipiteiden, vaatimusten ja toiveiden esittelyyn, minkä vuoksi niiden käyttö on mielestäni perusteltua.

## Lähteet

Araña, J., León, C., Moreno-Gil, S. & Zubiaurre, A. 2013. A Comparison of Tourists' Valuation of Climate Change Policy Using Different Pricing Frames. *Journal of Travel Research*, 52, s. 82-92.

Becken, S. 2004. How Tourists and Tourism Experts Perceive Climate Change and Carbon-offsetting Schemes. *Journal of Sustainable Tourism*, 12, 4, s. 332-345.

Brouwer, R., Brander L., & P Van Beukering. 2008. "A convenient truth": air travel passengers' willingness to pay to offset their CO2 emissions. *Climatic Change*, 90, s. 299-313.

Burney, J., Kennel, C. & Victor, D. 2013. Getting serious about the new realities of global climate change. *Bulletin of the Atomic Scientists*, 69, 4, s. 49-57.

Climatecare. 2013. Climatecare.org. Luettavissa: <http://climatecare.org>. Luettu: 5.12.2013.

Ekomatkailu.fi. 2014. päästölaskurit. Luettavissa: <http://www.ekomatkailu.fi/reilumatkailu/paastolaskurit/>. Luettu: 7.11.2014.

Eurobarometer. 2009. Europeans' attitudes towards the issue of sustainable consumption and production. Analytical report. Luettavissa: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_256\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_256_en.pdf). Luettu: 20.12.2013.

Finavia. 2011. Finavian ympäristöraportti 2011. Finavia Oyj. Luettavissa: <http://www.finavia.fi/fi/tietoa-finaviasta/vastuullisuus/ymparisto/ymparistojulkaisut/>. Luettu: 24.11.2013.

Gössling, S., Broderick, J., Upham, P., Ceron, J-P., Dubois, G., Peeters, P. & Strasdas, W. 2007. Voluntary Carbon Offsetting Schemes for Aviation: Efficiency, Credibility and Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 15, 3, s. 223-248.

Gössling, S., Scott, D., Hall, M. Ceron, J. & Dubois, G. 2011. Consumer behaviour and demand response of tourists to climate change. *Annals of Tourism Research*, 39, 1, s. 36-58.

Hein, L., Metzger, M. & Moreno, A. 2009. Potential impacts of climate change on tourism; a case study from Spain. *Current opinion in Environmental Sustainability*, 10, 1, s. 170-178.

ICAO. 2013. Carbon Emission Calculator. Luettavissa: <http://www2.icao.int/en/carbonoffset/Pages/default.aspx>. Luettu: 24.11.2013.

Ilmatieteen laitos. 2013. Ilmasto-opas.fi. Luettavissa: <http://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/hillinta/>. Luettu: 5.12.2013.

IPCC. 2013. Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability. Intergovernmental Panel on Climate Change. Fifth assessment report. Luettavissa: [http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar5/wg2/WGIIAR5-Chap19\\_FINAL.pdf](http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar5/wg2/WGIIAR5-Chap19_FINAL.pdf). Luettu: 07.11.2014.

IPCC. 2006. 2006 IPCC guidelines for national greenhouse gas inventories. Overview. Luettavissa: [http://www.ipcc-nggip.iges.or.jp/public/2006gl/pdf/0\\_Overview/V0\\_1\\_Overview.pdf](http://www.ipcc-nggip.iges.or.jp/public/2006gl/pdf/0_Overview/V0_1_Overview.pdf). Luettu: 10.10.2014.

Jopp, R., DeLacy, T. & Mair, J. 2010. Developing a framework for regional destination adaptation to climate change. *Current Issues in Tourism*, 13, 6, s. 591-605.

Jänis, J. 20.12.2013. Julia Jänis, puheenjohtaja, Reilun matkailun yhdistys. Haastattelu 20.12.2013.

Ketola, T. 2008. A Holistic Corporate Responsibility Model: Integrating Values, Discourses and Actions. *Journal of Business Ethics*, 80, 3, s. 419-435.

KKV. 2014. Matkatoimistorekisteri. Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Luettavissa: <http://www.kkv.fi/matkatoimistorekisteri>. Luettu: 20.8.2014.

Laukia, J. 2013. Lentoliikenteen päästökauppa Suomessa – Valmistelu ja implementointi politiikkaverkostossa. Pro gradu -työ. Helsingin yliopisto. Helsinki. Luettavissa: <http://hdl.handle.net/10138/39886>. Luettu: 24.11.2013.

Lentoliikenne ja ilmasto. 2014. Lentoliikenteen päästöt. Liikenne- ja viestintäministeriö, Ilmailuhallinto, Finnair Oyj, Blue 1 Oy, Air Finland Oy ja Ilmailulaitos Finavia. Luettavissa: <http://www.lentoliikennejailmasto.fi/paastot>. Luettu: 7.11.2014.

Lohmann, L. 2008. Carbon trading: Solution or Obstacle? Luettavissa: <http://www.thecornerhouse.org.uk/sites/thecornerhouse.org.uk/files/Indiachapter.pdf>. Luettu: 12.10.2014.

Maan Ystävät. 2013. Vapaaehtoinen lentomaksu. Luettavissa: <http://www.lentomaksu.fi>. Luettu: 5.12.2013.

Mair, J. 2010. Exploring air travellers' voluntary carbon-offsetting behavior. *Journal of Sustainable Tourism* 19, 2, s. 215-230.

Rantanen, E. 2010. Lentoliikenteen päästölaskurit. Kandidaatintyö. Aalto-yliopisto. Espoo. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:aalto-201305164570>. Luettu: 20.11.2013.



- Respect. 2010. Compulsory Carbon Footprint labelling for tourism and travel services? Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung. Vienna. Luettavissa: [http://www.nfi.at/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=132](http://www.nfi.at/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=132). Luettu: 20.12.2013.
- RMY. 2013a. Reilun matkailun yhdistys. Luettavissa: <http://www.reilumatkailu.fi>. Luettu: 16.12.2013.
- RMY. 2013b. Ilmastokestävää matkailua. Reilun matkailun yhdistys. Luettavissa: <http://www.ilmastokestavaamatkailua.fi>. Luettu: 16.12.2013.
- SMAL. 2014. SMALin varsinaiset jäsenet / päätoimistot. Suomen matkatoimistoalan liitto ry. Luettavissa: <http://www.smal.fi/index.php?194>. Luettu 12.9.2014.
- Smith, I. & Rodger, C. 2009. Carbon emission offsets for aviation-generated emissions due to international travel to and from New Zealand. *Energy Policy*, 37, 9, s. 3438–3447.
- Smith, K. 2007. The Carbon Neutral Myth. Offset indulgences for your Climate Sins. Carbon Trade Watch. Transnational Institute. Imprenta Hija de J. Prats Bernadás.
- Suomen luonnonsuojeluliitto. 2014. Liikenne. Luettavissa: <http://www.sll.fi/mita-me-teemme/ilmastoliikenne>. Luettu: 5.8.2014.
- Taanila, A. 2014. Määrällisen aineiston kerääminen. Luettavissa: <http://myy.haaga-helia.fi/~taaak/t/suunnittelu.pdf>. Luettu: 10.9.2014.
- TEM. 2014. Lentoliikenteen päästökauppa. Työ- ja elinkeinoministeriö. Luettavissa: <http://www.tem.fi/?s=1879>. Luettu: 7.11.2014.
- Tilastokeskus. 2013. Ympäristötilasto. Vuosikirja 2013. Edita Prima Oy. Helsinki.

Tilastokeskus. 2014. Käsitteet ja määritelmät: Pienet ja keskisuuret yritykset. Luettavissa: [http://www.stat.fi/meta/kas/pienet\\_ja\\_keski.html](http://www.stat.fi/meta/kas/pienet_ja_keski.html). Luettu: 12.8.2014.

Trafi. 2010. Lentoliikenteen päästökauppa käyntiin - tavoitteena yhdenvertaisuus. Liikenteen turvallisuusvirasto. Luettavissa: [http://www.trafi.fi/tietoa\\_trafista/ajankohtaista/1199/lentoliikenteen\\_paastokauppa\\_kayntiin\\_-\\_tavoitteena\\_yhdenvertaisuus](http://www.trafi.fi/tietoa_trafista/ajankohtaista/1199/lentoliikenteen_paastokauppa_kayntiin_-_tavoitteena_yhdenvertaisuus). Luettu: 7.11.2014.

TUI AG. 2013. Climate. Retail & Tour Operator. TUI Aktiengesellschaft. Luettavissa: [http://www.tui-group.com/en/sustainability/env\\_management/climate/to\\_vertrieb](http://www.tui-group.com/en/sustainability/env_management/climate/to_vertrieb). Luettu: 5.12.2013.

T&E & CAN Europe. 2006. Clearing the Air. The Myth and Reality of Aviation and Climate Change. European Federation for Transport and Environment & Climate Action Network Europe. Luettavissa: [http://www.transportenvironment.org/sites/default/files//docs/Publications/2006/2006-06\\_aviation\\_clearing\\_the\\_air\\_myths\\_reality.pdf](http://www.transportenvironment.org/sites/default/files//docs/Publications/2006/2006-06_aviation_clearing_the_air_myths_reality.pdf). Luettu: 10.12.2013.

UNEP / UNWTO. 2008. Climate Change and Tourism. Responding to Global Challenges. Luettavissa: <http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/climate2008.pdf>. Luettu: 2.4.2014.

UNWTO. 2014. Tourism Highlights. Luettavissa: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition>. Luettu: 2.4.2014.

VTT. 2009. Ilmaliikenteen yksikköpäästöjen määrittämisperusteet. LIPASTO - liikenteen pakokaasupäästöjen ja energiankulutuksen laskentajärjestelmä. Teknologian tutkimuskeskus VTT. Luettavissa: [http://lipasto.vtt.fi/yksikkopaastot/henkiloliikenne/ilmaliikenne/maaritysperusteet\\_ilma.htm](http://lipasto.vtt.fi/yksikkopaastot/henkiloliikenne/ilmaliikenne/maaritysperusteet_ilma.htm). Luettu: 5.12.2013.

WTTC. 2014. Travel and Tourism Economic Impact. World Travel and Tourism Council. Luettavissa: <http://www.wttc.org/eng/home/>. Luettu: 2.4.2014.

WWF. 2008. WWF: lentoliikenteen ilmastovaikutus on pelkkiä hiilidioksidipäästöjä suurempi. Luettavissa: <http://wwf.fi/wwf-suomi/viestinta/uutiset-ja-tiedotteet/WWF-Lentoliikenteen-ilmastovaikutus-on-pelkkia-hiilidioksidipaastoja-suurempi-206.a> Luettu: 7.11.2014.

Zeppel, H. & Beaumont, N. 2012. Climate change and tourism futures: Responses by Australian tourism agencies. *Tourism and Hospitality Research*, 12, 2, s. 73-88.

## **Liitteet**

Liite 1. Sähköisen kyselylomakkeen kysymykset.

**1. Yrityksen nimi** (Huom: kaikki tiedot käsitellään täysin luottamuksellisesti):

**2. Yrityksen tämänhetkinen liikevaihto:**

alle 2 000 000 € / 2 000 000 - 10 000 000 € / 10 000 000 - 50 000 000 € / yli 50 000 000 €

**3. Yrityksessä tällä hetkellä työssä olevien määrä:**

1-2 / 3-10 / 11-50 / 51-250 / yli 250

**4. Yrityksen järjestämät/myymät matkat suuntautuvat:**

Suomeen / Eurooppaan / Kaukokohteisiin

**5. Onko yritys käyttänyt toiminnassaan hiilipäästöjen kompensointiohjelmaa?**

Kyllä / Ei (siirry kysymykseen 8)

**6. Jos on käytetty, minkä niminen ohjelma on kyseessä?** Milloin ja kuinka pitkään ohjelmaa on yrityksessä käytetty?

**7. Jos on käytetty, kerro lisätietoja ohjelmasta:** Millä periaatteella ohjelma toimii, perustuuko ohjelma vapaaehtoiisiin maksuihin, ja käytetäänkö ulkopuolista vai yrityskonsernin omaa ohjelmaa.

**8. Jos ei ole käytetty, onko jonkin päästökompensointiohjelman käyttöönottoa pohdittu yrityksessä?**

**9. Jos ei ole käytetty, onko yrityksellä käytössään jokin muunlainen päästöjen vähennysohjelma tai käytäntö?**

**10. Onko ilmastoystävällisyys ollut esillä yrityksen markkinoinnissa?** Jos on, kerro lyhyesti, millä tavoin:

**11. Nähdäänkö ilmastoystävällisyys ja hiilineutraalius yrityksessä kilpailuetuna?**

Mistä syistä?

**12. Jos yrityksessä on käytetty hiilidioksidipäästöjen kompensointiohjelmaa, millaisia kokemuksia ja palautetta ohjelman käytöstä on saatu?**

**13. Mikä tai mitkä ovat mielestänne olleet pääsyitä kompensointiohjelman käyttöönottoon tai ottamatta jättämiseen?**

**14. Tähän voitte halutessanne kirjoittaa lisätietoja ja kommentteja kyselyn aihepiiriin liittyen.** Jos olette kiinnostunut tutustumaan kyselytutkimuksen tuloksiin, jotka valmistuvat joulukuussa 2014, kirjoittakaa tähän myös sähköpostiosoitteenne.

Liite 2. Sähköisen kyselylomakkeen saatekirje.

## **Matkanjärjestäjät ja hiilidioksidipäästöjen kompensointi -kysely**

Hei,

Pyydän teitä ystävällisesti täyttämään yrityksenne puolesta oheisen lyhyen kyselyn (linkki kyselyyn alla). *Mikäli yritysvastuuasiat eivät ole vastuullanne, voisitteko ystävällisesti lähettää tämän viestin yrityksenne yhteiskuntavastuuasioista vastaavalle henkilölle.*

Kysely on yrityskohtainen ja sen tarkoituksena on kartoittaa suomalaisten matkanjärjestäjien kokemuksia ja asenteita hiilidioksidipäästöjen kompensoinnin suhteen. Kysely on osa HAAGA-HELIA Ammattikorkeakoulun matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelman opinnäytetyötäni.

Kyselyssä on 13 kysymystä, joista osa on vapaaehtoisia, ja sen täyttämiseen menee aikaa tapauskohtaisesti 5-12 minuttia.

Antamanne tiedot käsitellään luottamuksellisesti, eikä yrityksenne nimi tule esille opinnäytetyössä.

Vastausaikaa on **30.09.2014** asti.

Vastaamaan pääsette oheisesta linkistä:

<https://www.webpolsurveys.com/S/9631302E1AAF0A59.par>

Paljon kiitoksia vaivannäöstänne!

Ystävällisin terveisin,

Sami Kullberg

HAAGA-HELIA Ammattikorkeakoulu,

Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma

sami.kullberg@myy.haaga-helia.fi