

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailu- ja palveluliiketoiminta

Anna Tiippana

SAIMAA GEOPARKIN ALUEELLA TOIMIVIEN YRITTÄJIEN
NÄKEMYKSET VASTUULLISESTA MATKAILUSTA

Opinnäytetyö
Joulukuu 2018



OPINNÄYTETYÖ
Joulukuu 2018
Matkailun koulutus

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
+358 13 260 600 (vaihe)

Tekijä(t)
Anna Tiippana

Nimeke
Saimaa Geoparkin alueella toimivien yrittäjien näkemykset vastuullisesta matkailusta

Toimeksiantaja
Saimaa Geopark ry

Tiivistelmä

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tuoda esille Saimaa Geoparkin alueella toimivien yrittäjien näkemyksiä vastuullisesta matkailusta. Toimeksiantaja on aloittamassa hankkeen yhteistyössä alueen yrittäjien kanssa ja sen yhtenä tavoitteena on painottaa vastuullista matkailua. Geopark on rajattu alue, jolla on merkittävä geologinen perintö. Sen tarkoituksena on myös kasvattaa alueen elinvoimaisuutta yhdessä yrittäjien kanssa. Työ on laadullinen tutkimus ja sen aineistonkeruumenetelmänä käytetään haastattelua.


Opinnäytetyön tietoperustassa paneuduttiin vastuulliseen matkailuun: sen määrittelmään, siihen johtaneisiin syihin sekä sen ulottuvuuksiin. Työssä keskityttiin myös vastuullisiin matkailijoihin, vastuullisuudesta viestimiseen sekä geoparkeihin ja erilaisiin geopark-verkostoihin. Haastattelut tehtiin kuudessa yrityksessä, ja niiden avulla saatiin yrittäjien näkemyksiä siitä, mitä vastuullinen matkailu merkitsee, miten siitä viestitään ja halutaanko siihen panostaa yrityksessä tulevaisuudessa enemmän. Myös mielenkiintoa yhteistyöstä Saimaa Geoparkin kanssa kartoitettiin.

Tulosten avulla toimeksiantaja sai tärkeää tietoa tulevaa yritys yhteistyöhanketta varten. Hankkeen yksi teemoista on vastuullisuus, ja tulosten pohjalta pystyttiin kartoittamaan, mitä olemassa olevaa tietoa yrittäjillä oli jo aiheesta ja mitä asioita tulisi painottaa enemmän. Tuloksista nousi esille, että vastuullisuudesta tiedetään alueen yrittäjien keskuudessa jo paljon ja siihen halutaan panostaa jatkossa vielä enemmän. Myös yhteistyö Saimaa Geoparkin kanssa kiinnostaa alueen yrittäjiä.

Kieli
suomi

Sivuja 41
Liitteet 1
Liitesivumäärä 1

Asiasanat
vastuullinen matkailu, kestävä kehitys, Saimaa Geopark

	<p>THESIS December 2018 Degree Programme in Tourism</p> <p>Tikkarinne 9 80200 JOENSUU FINLAND + 358 13 260 600 (switchboard)</p>
<p>Author (s) Anna Tiippana</p>	
<p>Title Company owners' thoughts on responsible tourism in Saimaa Geopark area</p> <p>Commissioned by Saimaa Geopark ry</p>	
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this thesis is to disclose thoughts about responsible tourism by business owners who work within the Saimaa Geopark area. A geopark is an area with significant geological history, with a purpose to develop the surrounding area while including local companies in activeness. Saimaa Geopark will be collaborating with the participating companies and one of the main themes is going to be responsible tourism.</p> <p>The theory component of this paper will focus on responsible tourism, alongside with the various dimensions and importance of it. Additional topics that will be touched upon are ecologically concious travelers, geoparks in general and the types of geopark networks.</p> <p>The primary research method used was individual company interviews. The six business owners interviewed expressed opinions on responsible tourism, how sustainibility is incorporated into their company, future plans on environmental advancements, and thoughts on collaborating with Saimaa Geopark.</p> <p>The findings extracted from the participants was that companies are knowledgeable about sustainability, and they are willing to make their business more environmentally friendly. Saimaa Geopark has gained important information from the conducted research that will ideally be used in the future.</p>	
<p>Language Finnish</p>	<p>Pages 41 Appendices 1 Pages of Appendices 1</p>
<p>Keywords Responsible tourism, sustainable development, Geoparks, Saimaa Geopark</p>	

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Opinnäytetyön tausta	6
2.1	Tarkoitus ja tutkimuskysymykset	6
2.2	Toimeksiantaja Saimaa Geopark ry	7
3	Vastuullinen matkailu	9
3.1	Vastuullisen matkailun määritelmä	9
3.2	Kestävän kehityksen periaatteet matkailuun	11
3.4	Vastuullinen matkailija	13
3.4	Ympäristösertifikaatit matkailualan yrityksille	14
4	Geologisen perinnön suojelu	15
4.1	Geoparkin idea ja toiminta	15
4.2	Geopark-verkostot	16
5	Saimaan alueen matkailun kehittäminen	18
6	Toteutus ja menetelmälliset valinnat	19
6.1	Opinnäytetyön toteuttaminen	19
6.2	Teemahaastattelu	20
6.3	Aineiston analyysi	22
7	Haastattelun tulokset	23
7.1	Vastuullinen matkailu	23
7.2	Vastuullisuuden merkitys asiakkaille	25
7.3	Ympäristösertifikaatit matkailualan yrityksille	26
7.4	Tiedonhankinta vastuullisuudesta	28
7.5	Verkostoituminen Saimaa Geoparkin kanssa	29
7.6	Tulevaisuus vastuullisuuden kannalta	31
8	Johtopäätökset tuloksista	32
9	Opinnäytetyön luotettavuus ja eettisyys	36
10	Pohdinta	38
	Lähteet	41

Liite 1. Teemahaastattelun teemat ja kysymykset

1 Johdanto

Matkailu on nykyään yksi suurimmista elinkeinoista ja sillä on suuret vaikutukset ympäristöön, talouteen ja paikalliseen väestöön, joten lisäämällä tietoisuutta vastuullisuudesta voidaan matkailun haittoja vähentää. Vastuullinen matkailu pohjautuu kestävän kehityksen periaatteille ja sen vaikutuksia voidaan tutkia ekologisesta, sosio-kulttuurisesta sekä taloudellisesta näkökulmasta. Geomatkailu ja geoparkit ovat uusi trendi luontomatkailussa. Niiden toiminta perustuu geologisen perinnön esiin tuomiseen kestävän kehityksen periaatteita noudattaen.

Nykyajan matkailijat haluavat yhä enemmän käyttää tuotteita ja palveluita, jotka on tuotettu vastuullisesti. Tänä päivänä vastuullisesti tuotettujen palveluiden tarjonta on vielä aika vähäistä, tai niistä ei ole viestitty näkyvästi. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tuoda esille toimeksiantajan, Saimaa Geopark ry:n, alueella toimivien yrittäjien näkemyksiä vastuullisesta matkailusta. Teemahaastattelun avulla yrittäjiltä kerättiin ajatuksia vastuullisesta matkailusta, sen huomioon ottamisesta yrityksen toiminnassa, vastuullisuudesta viestimisestä sekä tulevaisuudesta vastuullisen toiminnan kannalta. Opinnäytetyön tuloksia hyödynnetään toimeksiantajan tulevassa hankkeessa, jonka tarkoituksena on käynnistää yhteistyö alueen yrittäjien kanssa. Hankkeen yhtenä teemana on vastuullisuus, joten haastattelussa selvitettiin myös mitä yrittäjät ajattelevat mahdollisesta yhteistyöstä toimeksiantajan kanssa.

Kirjallisuuteen tutustuessa vastaan tuli monia käsitteitä, kuten ekologinen, reilu, kestävä, eettinen sekä vastuullinen matkailu, jotka kaikki käsittelevät osaltaan matkailun vaikutuksia ympäristöön. Työssä päätettiin käyttää kuitenkin vastuullinen matkailu -termiä, koska se sisältää monipuolisesti näkemyksiä kaikista edellä mainituista käsitteistä.

2 Opinnäytetyön tausta

2.1 Tarkoitus ja tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön tavoitteena on saada tietoa, mitä Saimaa Geoparkin alueella toimivat matkailualan yrittäjät ajattelevat vastuullisesta matkailusta. Aihe valikoitui toimeksiantajan Saimaa Geopark ry:n tarpeen sekä oman mielenkiintoni mukaan. Toimeksiantaja on käynnistämässä hanketta yhteistyössä alueen matkailuyrittäjien kanssa, koska European Geoparks Network (2009) mukaan geoparkin tarkoituksena on kasvattaa alueen elinvoimaisuutta sekä kehittää geomatkailua alueen yrittäjien kanssa.

Yhtenä yhteistyön tavoitteena on myös painottaa vastuullista toimintaa alueella. Ennen yhteistyön aloittamista tutkimusongelmaksi nousi tietämättömyys Saimaa Geoparkin alueen yrittäjien suhtautumisesta vastuulliseen matkailuun sekä tulevaan yhteistyöhön. Saimaan alueen luonnon kannalta matkailu ja vastuullisuus tulisi nähdä toisiaan täydentävinä tekijöinä, koska alueen yritykset hyödyntävät luontoa osana yritystoimintaansa.

Opinnäytetyötä suunniteltaessa toimeksiantajan kanssa esiin nousi seuraavat tutkimuskysymykset:

1. Mitä vastuullinen matkailu merkitsee ja miten se huomioidaan Saimaa Geoparkin alueella toimivissa matkailualan yrityksissä nyt sekä tulevaisuudessa?
2. Tiedetäänkö vastuullisuudesta tarpeeksi ja halutaanko siitä saada lisätietoa yhteistyön kautta?
3. Onko yhteistyölle tarvetta ja tuoko mahdollinen Unesco Global Geopark -status lisäarvoa sille?

Opinnäytetyö on tarpeellinen, koska ympäristöä koskettavat ongelmat, kuten ilmastonmuutos, ekosysteemien tuhoutuminen ja luonnon roskaaminen ovat ajankohtaisia aiheita maailmanlaajuisesti. Vaikka Suomessa vastuullisuus

painottuu yleensä ekologiseen kestävyYTEEN ovat taloudellinen ja sosio-kulttuurinen kestävyys tärkeitä asioita globaalisti.

Hallitusten välinen ilmastonmuutospaneeli IPCC julkaisi lokakuussa vuonna 2018 Global Warming of 1,5°C -raportin, jonka mukaan ihmisten toiminta on kiihdyttänyt ilmaston lämpenemistä ja jättänyt pysyviä jälkiä elämään maapallolla. Raportissa kerrotaan myös keinoista, joilla olisi mahdollista rajoittaa lämpenemistä 1,5 asteeseen. Tämän raportin jälkeen esillä on ollut paljon aiheita siitä, miten jokaisen tulisi pyrkiä vähentämään toimia, jotka kiihdyttävät ilmaston lämpenemistä. Matkailuyritysten tulisi myös osallistua talkoisiin, joilla hidastetaan ilmaston lämpenemistä. (IPCC 2018.)

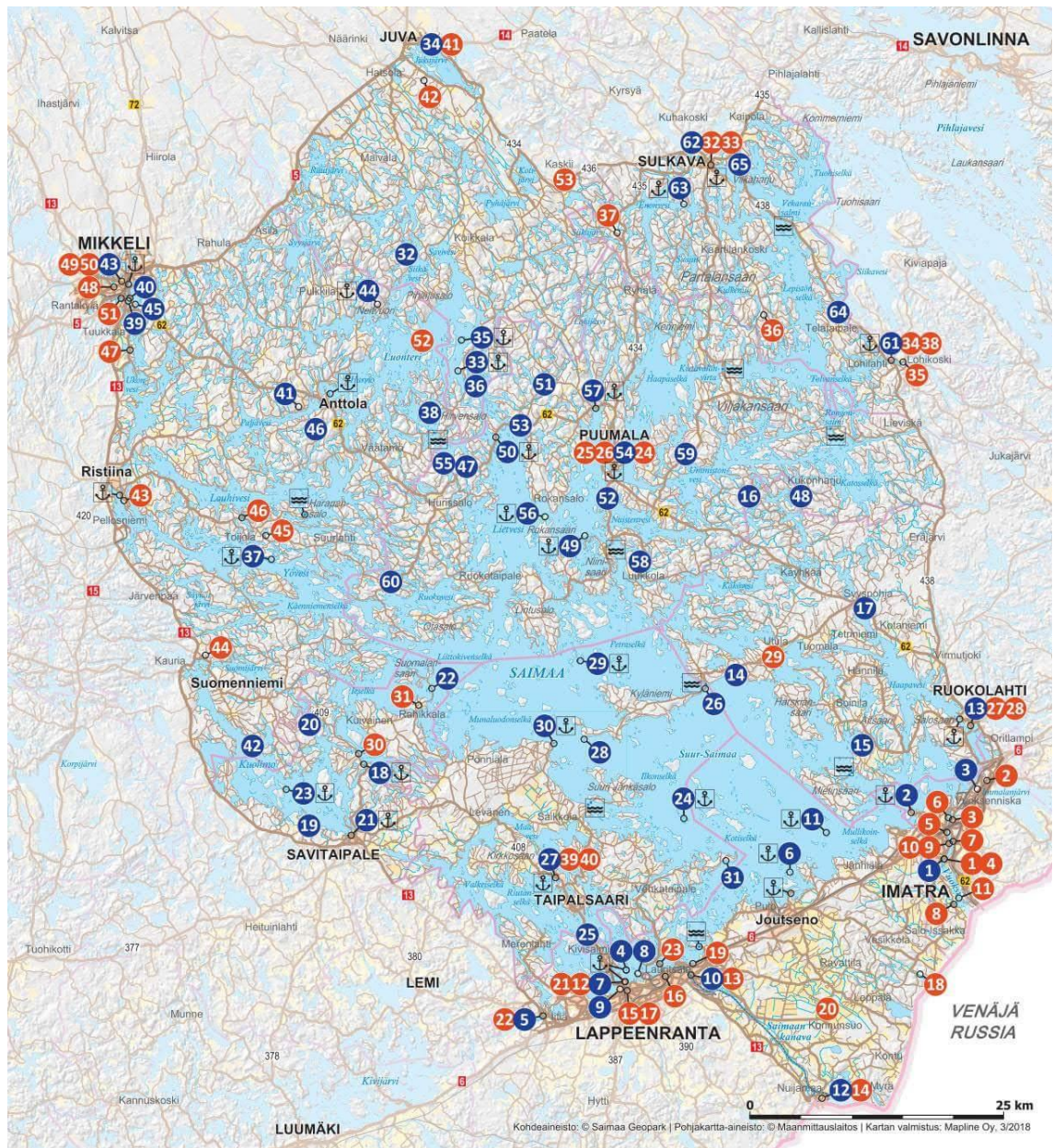
2.2 Toimeksiantaja Saimaa Geopark ry

Opinnäytetyössä toimeksiantajana toimii Saimaa Geopark ry. Yhdistys perustettiin joulukuussa 2016 ja se aloitti toimintansa alkuvuodesta 2017. Se perustettiin geoparkin alueella sijaitsevien kaupunkien Imatra, Lappeenranta ja Mikkeli sekä kuntien Juva, Puumala, Ruokolahti, Savitaipale, Sulkava ja Taipalsaari toimesta. (Rautanen 2018.) European Geoparks Network (2009) määrittelee geoparkin merkittävän geologisen perinnön omaavaksi alueeksi.

Yhdistys perustettiin vuosina 2014–16 toteutetun Saimaa Geomatkoilukohteeksi -hankkeen pohjalta. Hanke aloitti työn Saimaan alueen geomatkoilun kehittämiseksi ja sillä pyrittiin saamaan uutta geologista sisältöä luontomatkoilun kestävään kehittämiseen. Hankkeessa olivat mukana Etelä-Karjalan ja Etelä-Savon maakuntaliitot, Imatran, Lappeenrannan ja Mikkelin kaupungit sekä Saimaa Geoparkin jäsenkunnat Savitaipaletta lukuun ottamatta. Hankkeen toteuttamisesta huolehti Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy ja Geologinen Tutkimuskeskus. Hankkeen pohjalta määriteltiin geologisia kohteita, joita pystyttäisiin hyödyntämään alueen matkoilussa. (Etelä-Karjalan liitto 2014.)

Saimaa Geopark ry:n yhdeksän jäsenkuntaa sijaitsevat Etelä-Karjalan ja Etelä-Savon maakunnissa. Geopark-alueen pinta-ala on yhteensä 6 063 km², josta vesialue on 2 031 km² ja maa-alue 4 032 km². Geoparkin alueella on 65

geokohdetta sekä 53 luonto- ja kulttuurikohdetta (kuva 1). Jokaisella geoparkilla on oma teemansa. Saimaa Geoparkin teemana on Saimaan vesistölabyrintin synty ja kehittymisen tarina. Alueella olevat kohteet ovat valikoituneet teeman mukaisesti ja niiden avulla tuodaan esille Saimaan synnyn ja kehittymisen vaihteita. (Saimaa Geopark 2018a.) Suomessa Pohjois-Pohjanmaalla sijaitsevan Rokua Geoparkin teemana on jääkausi. (Rokua Geopark 2018b).



Kuva 1. Saimaa Geoparkin alueen kartta (Kuva: Saimaa Geopark 2018).

Yhdistys on myös käynnistämässä yritys yhteistyöhanketta, jonka tarkoituksena on saada alueen matkailuyritykset toimimaan yhdessä Saimaa Geoparkin alueella. Yhteistyöhön liittyen on järjestetty tapahtumia, joissa kartoitettiin hankkeen tarpeellisuutta. Yhteistyöllä on tarkoitus myös vahvistaa alueen matkailun vastuullista toimintaa. (Rautanen 2018.) Pohjois-Pohjanmaalla sijaitseva Rokua Geopark tekee myös tiivistä yhteistyötä sen alueen yrittäjien kanssa. Yhteistyön myötä Rokua Geoparkissa on tarjolla majoitus-, ravintola- ja ohjelmapalveluita. Yrittäjät sitoutuvat toimimaan geoparkin määrittelemien arvojen ja laatukriteerien mukaan, jotta he saavat käyttää markkinoinnissa Rokua Geoparkin logoa. (Rokua Geopark 2018b.)

Yhdistys tekee myös yhteistyötä paikallisten oppilaitosten kanssa ja on luonut oppimateriaaleja ala- ja yläkoululaisille sekä lukiolaisille. Saimaa Geopark on myös tehnyt yhteistyötä alueen kansalaisopistojen kanssa, joissa on järjestetty kaikille avoimia alueen geologiaan perehtyviä lyhytkursseja. (Saimaa Geopark 2018b.)

3 Vastuullinen matkailu

3.1 Vastuullisen matkailun määritelmä

Matkailua, joka perustuu kestävän kehityksen periaatteisiin ja ottaa toiminnallaan huomioon taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset voidaan määritellä vastuulliseksi matkailuksi (UNEP & UNWTO 2005, 11). Kestävä kehitys on käsite, jolla tarkoitetaan ”kehitystä, joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa” (Kalmari & Kelola 2009, 10). Sen tavoitteena on ollut luoda uusia toimintatapoja, joilla turvataan tulevaisuus niin, ettei tulevien sukupolvien elämisen mahdollisuuksia tai oikeuksia hyödyntää luontoa ja luonnonvaroja riskeerata (Borg, Kivi & Partti 2002, 34).

Toisin sanoen, maapallon luonnonvaroja tulisi pyrkiä käyttämään kohtuudella niin, että niitä olisi mahdollista käyttää myös tulevaisuudessa. Luonnonvaroja ei kuitenkaan ole mahdollista käyttää loputtomiin, joten sataprosenttisesti kestävää toimintaa ei ole olemassa. Kestävän kehityksen periaatteiden mukainen toiminta tulisikin ennemmin nähdä pyrkimyksenä johonkin aiempaa kestävämpään. (Borg ym. 2002, 34.) Matkailun vaikutukset ympäristöön ovat olleet nähtävissä jo pitkään: matkailu on kiihdyttänyt ilmastonmuutosta, lisännyt hiilidioksidipäästöjä sekä vahingoittanut merkittävästi haavoittuvia ekosysteemejä. Kestävyyden tavoittelun ei tulisi olla vain yksi osa-alue matkailussa, vaan kaikissa matkailuun liittyvissä toiminnoissa. Esimerkiksi palveluiden tuottamisessa ja niiden suunnittelussa tulisi pyrkiä ottamaan huomioon kestävä kehityksen periaatteet (UNEP & UNWTO 2005, 2.)

Ilman vastuullisia tekoja ja niitä koskettavia päätöksiä ei voi olla kehitystä, joka hyödyttäisi kaikkia matkailuun liittyviä osa-alueita, säästäisi luonnonvaroja tai ratkaisisi maailman laajuisesti koskettavia ongelmia ihmisten hyvinvointia unohtamatta. Näiden edeltä mainittujen syiden takia maailman matkailujärjestö UNWTO haluaisi, että kestävyden periaatteet otettaisiin huomioon matkailualalla, ja ne koskettaisivat kaikkia alan toimijoita. (UNEP & UNWTO 2005, 3.) Parhaiten aikaan saataisiinkin muutoksia, jos kestävä kehityksen periaatteet otettaisiin huomioon jo ylimmissä päätöksentekoeleimissä ja tuettaisiin enemmän alan tahoja, jotka perustavat toimintansa näille periaatteille. Vastuullisella matkailulla pyritään siis yhdistämään kestävä kehityksen periaatteet ja taloudellinen toiminta. (Borg ym. 2002, 8.)

Kestävyttä matkailussa voidaan tarkastella ekologisen, taloudellisen ja sosio-kulttuurisen kestävyden kannalta. Näiden osa-alueiden ollessa tasapainossa taataan yhteiskunnalle pidempiaikaista kestävyttä. (UNEP & UNWTO 2005, 11.) Visit Finlandin mukaan myös esteettömyys on tärkeää matkailussa ja se edesauttaa kaikkien asiakkaiden tasavertaista kohtelua (Visit Finland 2018a). Vastuullisessa matkailussa tulisi ottaa huomioon ihmisarvojen säilyvyys, oikeudenmukaisuus ja reiluus, jotka koskettavat matkailuelinkeinon harjoittajia, matkailijoita, työntekijöitä, ympäristöä sekä kohdeyhteisöä (Reilun matkailun yhdistys 2018).

Ekologisessa kestävydessä huomioidaan ympäristö ja siihen liittyvien haittojen vähentäminen. Suositaan uusiutuvien luonnonvarojen käyttöä, säädellään veden- ja energiankulutusta sekä lajitellaan jätteet. Toiminnoilla pyritään myös vähentämään ilmastonmuutosta kiihdyttävien kasvihuonekaasujen päästöjä. Taloudellisesti kestävässä matkailussa pyritään siihen, että matkailu olisi kannattavaa sekä siitä saatavat tulot jäisivät alueelle. Paikallisten työllistäminen, lähialueiden tuotteiden ja palveluiden käyttö edistävät paikallistaloutta sekä paikallisyhteisön hyvinvointia. Sosio-kulttuurisella kestävyydellä pyritään vaalimaan paikalliskulttuuria ja kunnioittamaan sitä. On myös tärkeää, että työntekijöillä on inhimilliset olot eikä kohdeyhteisöä hyväksikäytetä. Paikalliset asukkaat tulisi saada myös mukaan alueen matkailuun vaikuttavaan päätöksentekoon ja suunnitteluun. (Reilun matkailun yhdistys 2018.)

Vastuullisuuden tavoittelu on tärkeää eikä se tarkoita keskittymistä pelkästään sen negatiivisiin vaikutuksiin ympäristössä. Matkailulla voi tehdä myös hyvää, se on tuonut vaurautta sellaisille alueille, joiden asukkaat voivat itse vain haaveilla matkustamisesta. Monessa köyhässä maassa matkailuala työllistää muita aloja enemmän ja se on antanut naisille ja kouluttamattomille mahdollisuuden työskennellä. Matkailulla voidaan myös lisätä matkailijoiden ja paikallisten yhteisöjen tietoisuutta sen ympäristövaikutuksista. (Kalmari & Kelola 2009, 7–9.)

3.2 Kestävän kehityksen periaatteet matkailuun

Matkailu hyödyntää myös muiden elinkeinojen tavalla luonnonvaroja jättäen ympäristöön jälkensä. Puhdas ilma, hyvälaatuiset uimavedet ja metsät ovat olleet ihmiskunnalle itsestäänselvyys eikä niitä ole osattu arvostaa aikaisemmin tarpeeksi, joten niiden uhkaava ehtyminen on jäänyt huomaamatta. (Borg ym. 2002, 44.) Yhtenä ympäristöystävällisyyden käännekohtana on pidetty sitä, kun vuonna 1987 YK määräsi Brundtlandin komission selvittämään, miten kiihtyvä ympäristön tuhoutuminen ja sen vaikutukset saataisiin hidastettua. (Kalmari & Kelola 2009, 10–13.)

Selvityksessä syntyi käsite kestävä kehitys ja ensimmäistä kertaa ihmisten taloudelliset ja sosiaaliset tarpeet rinnastettiin ympäristön kantokyvyn kanssa. Aikaisemmin ihmisten hyvinvointiin liittyviä ongelmia oli pidetty erillään ympäristöön liittyvistä ongelmista. Esiin nousi myös köyhyyden yhteys ympäristöongelmiin sekä huomattiin, että taloudellinen kasvu perustuu usein luonnonvarojen kestäättömään käyttöön. Selvityksen jälkeen alettiin puhumaan uusiutuvien energialähteiden käytöstä sekä teollistumisen haittojen ja köyhyyden vähentämisestä. Erilaiset kansalaisjärjestöt ja tutkijat alkoivat vaatia myös matkailualalla toimimaan kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti, vaikka kyseinen selvitys ei suoranaisesti alaa koskenutkaan. (Kalmari & Kelola 2009, 10–13.)

Aate sai jatkoa, kun vuonna 1992 Rio de Janeirossa järjestettiin YK:n ympäristö- ja kehityskonferenssi, jossa luotiin kestävän kehityksen toimintaohjelma Agenda 21. Ohjelman allekirjoitti 156 valtiota ja sen tarkoituksena oli saada kaikki elinkeinoelämän alat toimimaan kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti. Pääteemoina esiin nousi elinympäristön laadun parantaminen, luonnon- ja kulttuuriperinnön säilyttäminen sekä paikallisyhteisöjen elinvoiman eheyttäminen taloudellisen ja sosiaalisen näkökulman kannalta. (Borg ym. 2002, 33.)

Vuosien aikana tehty mittava työ kestävän kehityksen eteen on edennyt siihen, että se on matkailualalla jo nykypäivää. Toiminnoilla pyritään luonnonvarojen maltillisempaan käyttöön, ympäristön suojelemiseen, globaaliin tasa-arvoon, oikeudenmukaisuuteen ja edistetään kulttuurien säilymistä. YK:n vuonna 2015 julkaisema tavoiteohjelma (Agenda 2030) sisältää 17 kestävän kehityksen mukaista tavoitetta, joihin jäsenmaiden tulisi pyrkiä vuoteen 2030 mennessä. Tavoitteet käsittelevät teemoiltaan köyhyyden vähentämistä, tasa-arvon saavuttamista, kestävän talouskasvun edistämistä sekä ympäristön monimuotoisuuden säilyttämistä. (YK 2015.) Samana vuonna pidettiin myös YK:n ilmastopöytäkirjaan liittyvä kokous Pariisissa. Kokouksessa sovittiin uudesta laajemmasta ja oikeudellisesta ilmastopöytäkirjasta, joka sitoo maita toimimaan niin, että maailman keskilämpötilan nousu pysyisi alle kahdessa asteessa. (Ympäristöministeriö 2016.) Vuonna 2017 vietettiin YK:n julistamaa kestävän matkailun kehittämisen vuotta, jonka tarkoituksena oli edesauttaa vuoden 2015

toimintaohjelman (Agenda 2030) tavoitteiden saavuttamista (Visit Finland 2018a).

Matkailijoiden ollessa tietoisia matkailun aiheuttamista ympäristöhaitoista arvostetaan yritysten tarjoamissa palveluissa yksilöllisyyttä, laatua ja ympäristövastuullisuutta. Ympäristön noustessa tärkeäksi arvoksi matkailussa, siitä on tullut myös yksi kilpailukykyyn vaikuttava tekijä. Jo matkailupalveluiden suunnittelusta lähtien on otettava huomioon niiden vaikutukset luontoon. Ympäristöhaittojen tietoisuuden lisääntyessä, voidaan tulevaisuudessa rakentaa yhä kestävämpiä vaihtoehtoja. (Borg ym. 2002, 11.)

3.4 Vastuullinen matkailija

Jokainen matkailija kuluttaa ympäristöä, kuitenkin vastuullisilla valinnoilla ja toiminnoilla voidaan vähentää matkailun negatiivisia vaikutuksia. Valistunut matkailija ottaa selvää etukäteen kohteesta, sen kulttuurista ja tavoista sekä ympäristövaikutuksista. Vastuullisuuteen voi vaikuttaa matkustustavan, -kohteen ja majoituksen osalta, parhaiten tämä onnistuu hankkimalla tarpeeksi tietoa kohteen vaihtoehtoista. Kattavan taustatutkimuksen myötä ennakkoluulot matkakohdetta kohtaan laskevat ja näin matkasta voi saada enemmän irti. (Kalmari & Kelola 2009, 17.)

Vastuullisen matkailijan vaikutuksia voidaan tarkastella ekologisesta ja eettisestä näkökulmasta. Ekologisesti kestävässä matkassa pyritään mahdollisimman vähän luonnonvaroja kuluttavaan toimintaan sekä ympäristöystävällisiin valintoihin. Huomio kiinnittyy usein lentoliikenteen saastuttaviin vaikutuksiin, majoitustoiminnan ekologisuuteen sekä palveluiden käyttöön, jotka on suunniteltu ympäristövastuullisiksi. Matkan eettisyys keskittyy ihmisoikeuksiin, tasa-arvoon sekä paikallisten tapojen ja kulttuurin arvostamiseen. Matkan aikana voi omilla valinnoilla vaikuttaa, kannattaako toimintaa, joka on ristiriidassa eettisyyteen pyrkivän toiminnan kanssa. (Kalmari & Kelola 2009, 17–19; 109.)

Vastuullinen toimintatapa alkaa olemaan merkittävässä roolissa matkailualan yritysten toiminnassa. Megatrendit kuten ilmastonmuutos puhuttavat

maailmanlaajuisesti paljon ja yritysten on yhä tärkeämpi viestiä vastuullisista teoistaan. Booking.com julkaisi raportin Sustainable Travel Report (2017), jossa tutkittiin asiakkaiden mieltymyksiä vastuulliseen toimintaan majoituspalveluita käytettäessä. Tutkimus osoitti, että 65 % kansainvälisistä matkailijoista haluaisi seuraavalla kerralla valita ympäristöystävällisemmän majoituksen. Tuloksista voidaan päätellä kasvua niiden kysynnässä tulevaisuudessa, koska vain 34 % asiakkaista todellisuudessa valitsi yöpymispaikakseen ympäristöystävällisen majoitusvaihtoehdon. Myös 68 % kansainvälisistä matkailijoista vastasi, että valitsisi jatkossa majoituksen ympäristöystävällisyyden perusteella.

Tulevaisuudessa on tärkeää viestiä asiakkaille vastuullisesta toiminnasta varsinkin, jos pyritään kilpailukykyiseen liiketoimintaan. Yrityksellä, joka ottaa huomioon toiminnassaan niin ekologisen, taloudellisen kuin sosio-kulttuurisen kestävyuden sekä toimii turvallisesti ja eettisesti, on vahva perusta menestykseen liiketoimintaan. Viestinnässä olisi tärkeää tuoda esille yrityksen arvot, koska ne antavat syyn sille, miksi yritykset haluavat toimia vastuullisesti ja palveluita etsivät voivat samaistua arvoihin. Koko yrityksen tulee sitoutua samoihin arvoihin, joten esimerkiksi työntekijät tulee perehdyttää huolella, jotta asiakkaalle jäisi yhtenäinen kuva yrityksen arvoista. Tärkeää on myös perehtyä aiheeseen hyvin sekä toimia lupauksen mukaan vastuullisesti sekä viestiä niistä asiakkaille. (Visit Finland 2018b.)

3.4 Ympäristösertifikaatit matkailualan yrityksille

Suomessa on käytössä erilaisia ympäristöohjelmia matkailupalveluiden tuottajille, kun toimitaan vastuullisesti tiettyjen kriteerien mukaan, voidaan markkinoinnissa käyttää sertifiointilogoja. Jokaisella ohjelmalla on omat kriteerinsä, millaista yrityksen toiminta pitäisi olla, jotta siihen voidaan liittyä mukaan. Esimerkiksi veden- ja sähkönkulutusta tulee rajoittaa, jätteet pitää lajitella sekä työntekijöitä pitää kohdella tasavertaisesti. Ympäristöohjelmien avulla voidaan asiakkaille viestiä uskottavasti, että toimitaan vastuullisesti. Pääsääntöisesti ohjelmat koskettavat vielä ainoastaan majoitus- ja ravintolapalveluita. (Visit Finland 2018c.)

Vuonna 1994 perustettiin maailmanlaajuinen ympäristösertifikaatti Green Key, joka on suunniteltu majoitusliikkeille. Suomessa on tällä hetkellä lähes 90 majoitusliikettä, jotka noudattavat ohjelman ympäristökriteerejä. Green Key pyrkii edistämään YK:n luoman kestävän kehityksen tavoiteohjelman (Agenda 2030) tavoitteita ja ohjelmalla on pakollisia peruskriteereitä käytössä 66 kappaletta. Esimerkiksi päivittäiseen siivoukseen käytettävien puhdistusaineiden tulee olla ympäristömerkittyjä sekä 75 % käytettävistä valaisimista tulee toimia led- tai energiansäästölamppuilla. Täyttämällä nämä peruskriteerit ja maksamalla jäsenmaksun yritys pääsee mukaan verkostoon, josta saadaan käytännön vinkkejä ja ohjeita vastuullisuuteen sekä ympäristösertifikaattia voidaan käyttää markkinoinnissa. (Viljasaari 2018.)

Joutsenmerkki on tunnetuin ympäristömerkki Suomessa, ja se on käytössä kaikissa Pohjoismaissa. Merkkiä on käytetty vuodesta 1990 asti ja alun perin se oli suunnattu kulutustavaroille, mutta nykyään se on käytössä myös hotelleissa, kongressitiloissa sekä ravintoloissa. Suomessa on jo pitkään huomioitu ekologinen kestävyys yritystoiminnassa ja merkillä on haluttu edistää vastuullisuutta ja erityisesti ekologista kestävyttä. Merkkiä voidaan hakea tuotteelle tai palvelulle ja sen vaatimukset perustuvat Joutsenmerkin luomien kriteerien täyttymiseen koko niiden elinkaaren ajan. (Visit Finland 2018c.)

4 Geologisen perinnön suojele

4.1 Geoparkin idea ja toiminta

National Geographic määrittelee geomatkailun matkailuksi, joka ylläpitää ja vahvistaa alueen maantieteellistä luonnetta: sen ympäristöä, perintöä, esteettisyyttä, kulttuuria ja asukkaiden hyvinvointia. Näin ollen se on matkailumuoto, jossa otetaan huomioon kaikki vastuullisen matkailun periaatteet sekä vastataan nykyajan matkailijoiden vaatimuksiin. (National Geographic & TIA 2003, 1.) Geomatkailu on käsitteenä vielä varsin tuntematon. Se on kuitenkin luontomatkailua, jossa huomioidaan alueen maisemat, geologia,

kestävän kehityksen periaatteet sekä kannustetaan matkailuun, joka kuluttaisi mahdollisimman vähän. (Rautanen 2018.)

Geologisen perinnön suojelusta heräsi huoli, jonka seurauksena syntyi geopark-käsite. Sen ideana oli tuoda geologista perintöä esille ja näin nostaa sen arvostusta. Geoparkiksi kutsutaan rajattua aluetta, jolla on merkittävä geologinen perintö, joka tuo toiminnoillaan esille alueen geologista perintöä paikallisille asukkaille sekä matkailijoille. Geoparkin tarkoituksena on myös kasvattaa alueen elinvoimaisuutta alueen yrittäjien kanssa sekä kehittää geomatkailua paikallisten matkailualan vaikuttavien tahojen kanssa. (European Geoparks Network 2009.)

Geoparkin toiminnan tulee olla johdonmukaista, sitä on hallinnoitava kansallisen lainsäädännön mukaisesti sekä sen tulee tukea alueen kestävästä kehityksestä. Sen alueella tulee sijaita tietty määrä geologisesti, historiallisesti ja kulttuurillisesti tärkeitä käyntikohteita. (European Geoparks Network 2009.) Geoparkin tavoitteena onkin kehittää alueen taloudellista kasvua geomatkailun avulla, tukea paikallisten asukkaiden geologista kasvatusta sekä toimia vahingoittamatta geologista perintöä. Tärkeää on ottaa toiminnoissa huomioon kaikki vastuullisen matkailun periaatteet sekä herättää alueen kiinnostusta niin paikallisiin kuin matkailijoihinkin. (Saimaa Geopark 2018c.)

4.2 Geopark-verkostot

Geoparkeille on perustettu maailmanlaajuisia verkostoja, jotta ne pystyisivät tekemään yhteistyötä kansainvälisesti maapallon perinnön suojelemiseksi sekä viemään eteenpäin kestävästä kehityksestä periaatteita. Verkostojen tarkoituksena on myös kehittää geokasvatusta ja -matkailua sen jäsenten toimimilla alueilla. Jokaisen Geoparkin tulee erikseen hakea jäsenyyttä ja verkoston asiantuntijat ovat vastuussa sen jäsenten toimintojen ja palveluiden arvioinnista. Verkostoon pääsemiseksi on luotu kriteerit, jotka tulee täyttää ja jotta se tunnettaisiin korkealaatuisena brändinä. Hakuprosessi kestää noin kaksi vuotta. (Suomen Geopark toimikunta 2018.)

Vuonna 2004 Unesco perusti voittoa tavoittelemattoman The Global Geopark -organisaation (GGN) luodakseen kansainvälisen sillan kaikkien geoparkien välille. Vuonna 2015 perustettiin Unescon yleiskokouksessa ohjelma International Geosciences and Geoparks programme, jonka myötä käyttöön otettiin Unesco Global Geopark -status. Aikaisemmat GGN-verkoston jäseninä olleet 120 geoparkia siirtyivät Unesco Global Geopark -kohteiksi. Verkostoon hakiessa geopark-alueen on täytettävä neljä keskeistä kriteeriä: Alueella on oltava kansainvälisesti merkittävä geologinen perintö, sillä on oltava selkeä hallinto, johon alueen toimijat ovat sitoutuneet. Geoparkin toiminnan pitää olla näkyvää, joten sen toiminnasta on saatava tietoa helposti, ja sen tulee myös verkostoitua muiden geoparkien kanssa kuulumalla Global Geoparks -verkostoon. (Suomen Geopark toimikunta 2018.)

Jäsen geoparkit saavat myös käyttää markkinoinnissaan Unesco:n omaa geopark-logoa, joka lisää alueen tunnettuutta kansainvälisesti. Matkailullisesta näkökulmasta alueet ovat verrattavissa Unesco:n maailmanperintökohteisiin ja suojeltuihin kansallispuistoihin. Kuitenkaan Unesco Global Geoparkien alueille ei tule omaa luonnonsuojeluohjelmaa vaan alueilla sovelletaan jo olemassa olevia suojeluohjelmia. (Global Geoparks Network 2018.) Saimaa Geopark on hakenut YK:n kasvatus-, tiede- ja kulttuurijärjestö Unescon Global Geopark -verkoston jäsenyyttä vuonna 2017. Hakuprosessi kestää noin kaksi vuotta, joten päätös verkostoon pääsemisestä saadaan vuonna 2019. (Rautanen 2018.) Rokua Geopark on tällä hetkellä ainut Unesco Global Geopark -kohde Suomessa (Rokua Geopark 2018a).

The European Geopark -verkosto (EGN) on Unesco:n tukema liitto ja se perustettiin vuonna 2000. Verkostoon kuuluu tällä hetkellä 73 geoparkia, jotka toimivat 23:ssa eri Euroopan maassa. Euroopassa sijaitsevan geoparkin saadessa Unescon Global Geopark -statuksen kuuluvat ne automaattisesti myös EGN-verkostoon. (European Geoparks Network 2009.) Suomessa perustettiin vuonna 2013 Suomen Geopark toimikunta, jonka tehtävänä on toimia virallisena asiantuntijana geoparkeille sekä toimia siltana niin Suomen Unescon toimikunnan kuin Geopark-verkostoiden välillä. (Suomen Geopark toimikunta 2018.)

5 Saimaan alueen matkailun kehittäminen

Visit Finland, jonka tehtävänä on markkinoida Suomea matkailukohteena kansainvälisillä markkinoilla, on nimennyt yhdeksi Suomen matkailun painopisteeksi vastuullisuuden. Ulkomaanmarkkinoilla Suomesta halutaan nostaa esille neljä tärkeää matkailualueita: Helsinki, Järvi-Suomi, Lappi sekä rannikko- ja saaristoalueet. Markkinoinnin myötä alueilla pyritään vilkastuttamaan matkailua sekä kasvattamaan kansainvälisten matkailijoiden määrää. (Visit Finland 2018d.) Saimaa Geoparkin alue kuuluu Järvi-Suomen alueeseen ja alueeseen kohdistuvien tavoitteiden takia olisi tärkeää, että alueen yrittäjät toimisivat vastuullisesti.

Saimaa Geopark on myös yksi Etelä-Savon matkailustrategian (2014–2020) kärkihankkeista, sen painopisteenä on Saimaan alueen merkittävyys kansainvälisillä markkinoilla sekä kestävä matkailu. Yhtenä pääkohtana mainitaan myös matkailun toimintaympäristön kehittäminen. (Etelä-Savon Maakuntaliitto 2014.) Saimaa Geoparkin myötä alueelle saadaan uudenlaista sisältöä matkailuun, joten sen avulla pystytään luomaan ja kehittämään toimintaympäristöjä matkailualalla.

Etelä-Karjalan matkailustrategian (2015–2020) tavoitteena on, että Saimaan alue on vuoteen 2020 mennessä yksi kolmesta tärkeimmästä matkailualueesta Suomessa. Pääteemoina strategiassa on paikallisuus, luonnon ja kulttuurin yhdistäminen, infrastruktuurin parantaminen sekä markkinoiden kansainvälistyminen. Näihin tavoitteisiin pyritään pääsemään tekemällä yhteistyötä alueen matkailuelinkeinon vaikuttavien tahojen kanssa. Etelä-Karjalaa pidetään hyvänä matkailukohteena ulkomaalaisille sekä suomalaisille matkailijoille. (Etelä-Karjalan liitto 2015.)

Etelä-Karjalan alueen yhteismarkkinointia toteuttava yhtiö GoSaimaa on aloittanut yhteistyössä Etelä-Karjalan liiton kanssa Lake Saimaa Purest Finland-hankkeen (2017–2020). Hankkeen tavoitteena on kehittää koko Saimaan alueen

matkailua ja sen kansainvälistä vetovoimaa. Sillä pyritään tukemaan alueen matkailualan toimijoita uusilla keinoilla ja toimintamalleilla, joita hankkeessa luodaan. Sen tarkoituksena on saada Visit Finlandin tavoin Järvi-Suomi yhdeksi keskeisimmäksi matkailualueeksi Suomessa. (GoSaimaa 2018.)

Kiinalaisten matkailijoiden määrä Suomessa on ollut kasvussa ja erityisesti kasvu on ollut Saimaan alueella merkittävä. Etelä-Karjalan matkailun yhteismarkkinointi yhtiö GoSaimaa solmi kesäkuussa 2018 yhteistyösopimuksen kiinalaisen digitaaliyritys Tencentin kanssa. Yritys omistaa WeChat-palvelun, jota voidaan käyttää esimerkiksi matkojen varaukseen. Tarkoituksena on markkinoida Saimaan-aluetta palvelussa, jolla tavoitetaan 1,4 miljardia kiinalaista. Sopimuksen myötä kiinalaisten matkojen Saimaan alueelle odotetaan kasvavan merkittävästi. (Etelä-Karjalan liitto 2018.)

6 Toteutus ja menetelmälliset valinnat

6.1 Opinnäytetyön toteuttaminen

Opinnäytetyö on laadullinen tutkimus ja siinä pääpiirteinä on yleensä todenmukaisen elämän selittäminen. Tutkimuksessa pyritään saamaan mahdollisimman kokonainen kuva tutkimuskohteesta ja huomioon on otettava arvot, jotka ohjaavat ymmärrystä tutkittavaan ilmiöön. Sen tavoitteena on löytää uusia näkemyksiä ilmiöön eikä vaan pohjautua jo olemassa oleviin selityksiin ilmiöstä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 161.) Opinnäytetyön yhtenä keskeisenä arvona on vastuullisuus ja sen aineistonkeruumenetelmänä käytettiin teemahaastattelua.

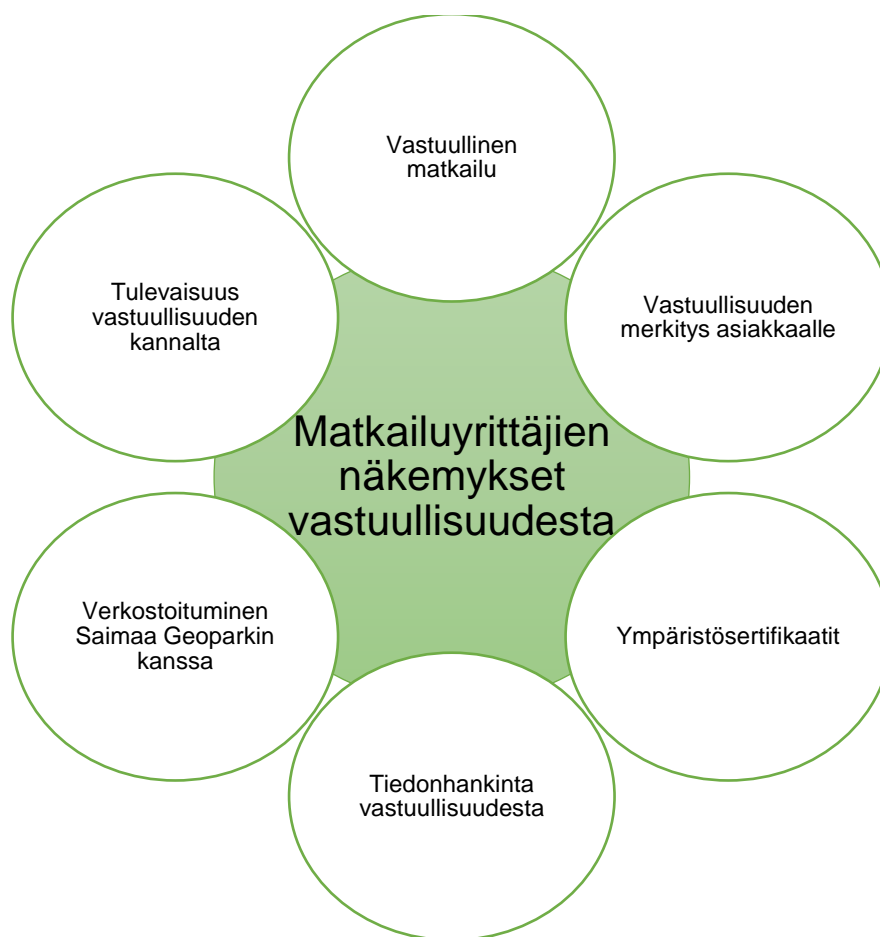
Teemahaastattelu on yksi laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmistä. Hirsjärven ja Hurmeen (2011, 35) mukaan haastattelu antaa vastaajille mahdollisuuden tuoda omia näkemyksiään esille vapaasti sekä itse haastattelutilanteessa vastauksiin on mahdollista saada selvennyksiä. Työssä haastateltiin kuutta matkailualanyrittäjää, jotka toimivat Saimaa Geoparkin

alueella. Yritykset valikoituvat toimeksiantajan suosituksesta ja mielenkiinnosta kyseisten matkailuyrittäjien näkemyksiin vastuullisesta matkailusta. Saimaa Geopark sijaitsee Etelä-Karjalan ja Etelä-Savon maakuntien alueilla, joten kohderyhmään haluttiin valita yrityksiä molempien maakuntien alueelta. Haastatteluun osallistuneista matkailualanyritykset olivat suhteellisen pieniä ja kaksi niistä toimi Etelä-Savossa ja neljä muuta Etelä-Karjalassa.

Kun yritykset oli valittu, heihin otettiin yhteyttä sähköpostitse ja tiedusteltiin mahdollista halukkuutta osallistua haastatteluun. Yhden yrittäjän kanssa haastattelun ajankohdasta sovittiin sähköpostitse, muiden yrittäjien kanssa niistä sovittiin puhelimitse. Teemahaastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina, jokaisen yrittäjän itse valitsemassa paikassa. Yrittäjien taustoja ei erikseen selvitetty, koska ajateltiin, että tieto ei ole oleellista tutkimuksen kannalta, kuitenkin suurin osa haastatteluun osallistuvista kertoi taustoistaan. Haastattelut nauhoitettiin ja tähän kysyttiin lupa kunkin haastattelun alussa. Haastattelut suoritettiin marraskuun 2018 aikana ja niiden kesto vaihteli suuresti noin 15 minuutista puoleentoista tuntiin. Osan yrittäjien kanssa keskustelu sujui mutkattomasti ja asioista keskusteltiin myös aiheen ulkopuolelta, kuitenkin jokaiselta yrittäjältä saatiin näkemyksiä teemoihin liittyen.

6.2 Teemahaastattelu

Haastattelulla pyrittiin saamaan vastauksia jo aikaisemmin nousseisiin tutkimuskysymyksiin. Teemahaastattelun pääpiirteisiin kuuluu, että haastattelu etenee tiettyjen teemojen mukaan eikä niinkään yksityiskohtaisesti suunniteltujen kysymysten mukaan (Hirsjärvi & Hurme 2011, 48). Teemat (kuva 2) suunniteltiin huolella aiheen ympärille, tutkimuskysymykset ja kohderyhmä mielessä pitäen.



Kuva 2. Opinnäytetyön teemahaastatteluluun valitut teemat.

Teemahaastatteluluun valmisteltavan haastatteluluun tulisi yksityiskohtaisten kysymyksien sijaan keskittyä teemoihin, joihin tulevat haastattelukysymykset liittyvät. Haastatteluluun tulisi haastattelutilanteessa toimia tukena teemoihin pohjautuvassa keskustelussa. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 66.) Haastatteluluun (Liite 1.) merkittiin teemojen alle aiheeseen liittyviä tukikysymyksiä, jotta kaikki halutut teemat tulisivat käsitellyiksi ja tutkimuskysymyksiin saataisiin vastaukset. Teemahaastatteluluun oli apuna jokaisessa haastattelutilanteessa ja sen laatimiseen saatiin apua toimeksiantajalta sekä opinnäytetyön ohjaajilta.

Teemahaastattelussa ei ole määritelty, kuinka syvällisesti aihetta käsitellään. Se etenee teemojen varassa ja tärkeintä on ihmisten käsitykset ja merkitykset tutkittavasta teemaan kuuluvasta aiheesta. (Hirsjärvi ym. 2011, 48.) Tärkeintä haastattelussa olikin juuri haastateltavan eli kyseisen yrittäjän käsitykset

aiheesta. Teemahaastattelun haittoiksi voidaan määritellä haastattelijan kokemattomuus, siihen kuluva aika sekä siitä koituvat kustannukset. Haastattelun luotettavuutta heikentävät myös vastaukset, jotka eivät välttämättä kerro koko totuutta asiasta sekä tulosten läpikäynti, koska välttämättä ei ole oikeaa tapaa analysoida vastauksia. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 35.)

6.3 Aineiston analyysi

Tutkimuksessa kerätty aineisto on tärkeä analysoida ja tulkita sekä tehdä johtopäätöksiä niiden pohjalta (Hirsjärvi ym. 2009, 221). Aineisto tulisi käsitellä ja analysoida mahdollisimman nopeasti sen keruuvaiheen jälkeen. Yleensä laadullisesta tutkimuksesta saatu aineisto tulee litteroida eli kirjoittaa tekstimuotoon, jotta sitä voitaisiin analysoida. Tutkimuksessa käytettävä analysointitapa määrittelee, kuinka tarkasti aineisto litteroidaan. (Hirsjärvi ym. 2009, 222–223.) Opinnäytetyön teemahaastatteluista kerätyn aineiston analysoinnissa käytettiin sisällönanalyysiä ja se aloitettiin, kun kaikki haastattelut oli suoritettu. Sisällön analyysissä aineisto ensin pilkotaan pienempiin osiin, yhdistellään tiettyjen merkitysten mukaan sekä sen jälkeen luodaan uusi kokonaisuus aineistosta (Tuomi & Sarajärvi 2002, 109–116).

Ensiksi kuudesta haastattelusta kerätyt nauhoitukset litteroitiin, jättäen pois aiheen kannalta merkityksettömät asiat. Aineisto litteroitiin sanatarkasti ja tekstiä syntyi noin 10 sivua. Tämän jälkeen aineistot järjesteltiin teemojen mukaan, mutta eri haastatteluista saadut aineistot pidettiin kuitenkin erillään toisistaan ja jokaiselle haastattelulle luotiin oma tiedosto. Seuraavaksi aineisto typistettiin ja yhdistettiin niin että, jokaisen yrittäjän vastaukset kerättiin yhteen tiedostoon jakamalla ne teemojen alle. Vastaukset merkattiin eri värein, jotta pysyttiin selvillä, kuka oli sanonut mitäkin. Vastauksia lyhennettiin merkitsemällä ne pelkistetyin lausein teemojen alle, kuitenkin pyrkimällä poimimaan tärkeimmät merkitykset kuhunkin teemaan liittyen.

Tämän jälkeen aineisto luokiteltiin. Luokittelu on tärkeä osa aineiston analyysiä, koska sen avulla aineistoa voidaan helpommin tulkita ja tiivistää (Hirsjärvi & Hurme 2011, 147). Jokaisen teeman alta vastauksista etsittiin yhtäläisyyksiä,

jonka jälkeen ne luokiteltiin jokaiseen teemaan liittyvien luokkien avulla. Aikaisemmin teoriasta saadut tiedot sekä tekijän omat valinnat ohjasivat luokkien valintaa. Tulosten analyysin jälkeen niitä pitäisi pystyä tulkitsemaan ja tekemään johtopäätöksiä. Tulokinnassa tutkija tekee omia johtopäätöksiään analyysin avulla saatujen tulosten pohjalta (Hirsjärvi ym. 2009, 229). Haastattelun tuloksia esitellessä haastateltavien vastauksia lainatessa tekijöiksi on merkitty satunnaisjärjestyksessä yritykset 1–6, koska työssä halutaan pitää anonyymina vastauksen antajat.

7 Haastattelun tulokset

7.1 Vastuullinen matkailu

Haastattelun ensimmäisenä teemana oli vastuullinen matkailu. Teemahaastattelun avulla haluttiin kartoittaa ajatuksia vastuullisesta matkailusta sekä sen näkymisestä yritystoiminnassa. Sisällönanalyysin avulla haastateltavien vastaukset luokiteltiin kuvan 3 mukaisesti.



Kuva 3. Teeman vastuullinen matkailu haastattelun tulosten luokittelu.

Tuloksissa ekologiseen kestävyteen liitettiin luonnon säilyminen ja suojeleminen, veden- ja sähkönkulutuksen vähentäminen sekä mahdollisimman pieni hiilijalanjälki. Matkailussa vastuullisuus koskettaa tasapuolisesti kaikkia niin matkailupalveluiden tuottajia kuin matkailijoitakin. Ekologisesti kestävä matkailu olisi yksinkertaista ja mahdollisuuksien mukaan käytettäisiin julkista liikennettä. Myös kierrätys ja tavaroiden sekä rakennusten uudelleen käyttäminen nousivat esille.

Taloudellisesti kestäväan matkailuun liitettiin paikallisten tuotteiden, palveluiden ja työvoiman käyttäminen. Alueen elinvoimaisuuden säilyttämistä, niin, että tuotot jäisivät alueelle, pidettiin myös tärkeänä. Liiketoiminnan tulisi myös olla suunnitelmallista ja pitkäjänteistä, jolloin taattaisiin toiminnan säilyvyys. Yksi yrittäjä totesi näin pohtiessaan vastuullisen matkailun merkitystä:

Monipuolisesti kaikkee että ite jos miettii et meet johoki että siellä on oma kulttuuri et pitäis osata siihen joteki suhtautuu. Sitten voidaan miettii hiilijalanjälkee kuin paljon sie lotraat vettä suihkussa, eli ekologista kestävyttä. Sitte ku tänne tulee et meillähän on aika isot vastuut yrityksinä niiku ohjeistaa ja kertoa miten täällä toimitaan. (Yritys 5.)

Sosio-kulttuurisiin näkökulmiin liitettiin paikallisen kulttuurin ja tapojen esiintuominen sekä sosiaalisesta yhteisöstä ja sen hyvinvoinnista huolehtiminen. Haastatteluissa todettiin myös, että matkailu ei ole koskaan sataprosenttisesti kestävä ja yhtenä tärkeänä tekijänä kuuluisi olla turvallisuus. Arvoihin pohjautuvat valintoja pidettiin tärkeinä ja arvot tulisi ottaa huomioon kaikessa päätöksenteossa ja toiminnassa. Suurin osa haastateltavista toi esille, että vastuullisesti toimiminen on tärkeää ja syiksi mainittiin luonnon tärkeys sekä elämäntavan perustuminen vastuullisuuteen. Yksi yrittäjä totesi näin: ”Kestävä matkailussa ne arvot pitää miettii ja ottaa pöydälle ainaku teet päätöksiä ja pysyy siinä linjassa koska muuten se on vaan sanahelinää se vastuullisuus” (Yritys 4).

Yritysten toiminnassa vastuullisuus näkyi ekologisen kestävyden osalta kierrättämisessä, uusiutuvien luonnonvarojen käyttämisessä, tavaroiden ja huonekalujen uusiokäytössä, veden- ja sähkönkulutuksen vähentämisessä sekä lihasvoimaisten luontoaktiiviteettien tarjoamisessa. Taloudellisen kestävyden

kannalta esiin nousi paikallisten työllistäminen sekä lähialueella tuotettujen raaka-aineiden ja tuotteiden käyttö. Sosio-kulttuurisesta kestävydestä painotettiin yhteisön hyvinvoinnista huolehtimista, paikallisen kulttuurin ja historian esiintuomista sekä paikallisten tapojen vaalimista esimerkiksi kertomalla asiakkaille jokamiehenoikeuksista. Tuloksissa painotettiin myös yritysten eettistä, esteetöntä ja arvoihin perustuvaa toimintaa. Yksi yrittäjä kertoi, miten omassa yrityksessä otetaan vastuullisuus huomioon:

Meidän raaka-aineet ja hankinnat tulevat isosti ottaen tästä läheltä et myös iha keittiön raaka-aineita ni käytämme paljon näitä paikallisia tuotteita ja se nyt tieteki on yks tärkeä asia. Tietekii me sitten mietitään prosesseissamme ja toiminnoissamme, että esimerkiksi vesi- ja sähkö asiat ja tän tyyppiset, että ne olisivat kunnossa. (Yritys 2)

7.2 Vastuullisuuden merkitys asiakkaille

Toisena teemana haastattelussa oli vastuullisuuden merkitys asiakkaille. Teemaan liittyen haluttiin selvittää yritysten viestintää vastuullisuudesta sekä ovatko asiakkaat kysyneet vastuullisesta toiminnasta. Haastattelusta haluttiin saada myös näkemyksiä vastuullisen toiminnan tuomasta lisäarvosta. Tulokset luokiteltiin kuvan 4 mukaisesti.



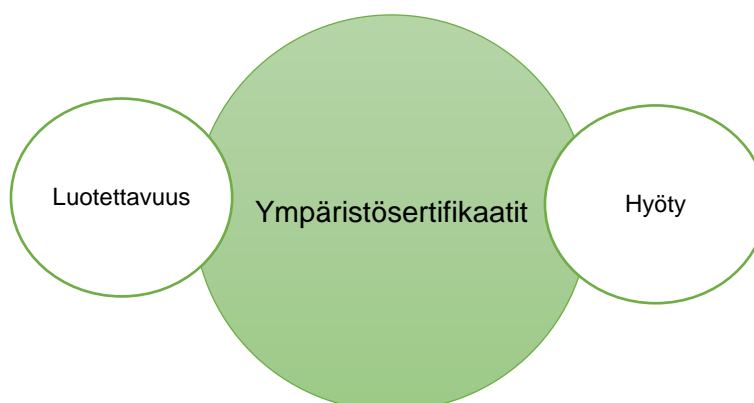
Kuva 4. Teeman vastuullisuuden merkitys asiakkaille haastattelun tulosten luokittelu.

Haastattelun tuloksista kävi ilmi viestinnän osalta, että asiakkaita opastetaan kierrättämään, nettisivuilla kerrotaan vastuullisista teoista ja asiakaskontaktissa esitellään sekä suositellaan esimerkiksi paikallisia tuotteita. Paikallisista nähtävyyksistä, kulttuurista ja historiasta kerrotaan sekä osa vastaajista oli sitä mieltä, että puhdas luonto viestii jo itsessään vastuullisuudesta. Vastauksista nousi esille myös, että vastuullisesti tuotetut palvelut ja tuotteet ovat vaatineet enemmän vaivaa ja viestinnän keinoin niistä voitaisiin kertoa enemmän. Teemaan liittyen yksi yrittäjä kommentoi näin vastuullisuuden merkityksestä asiakkaille: ”Yllättävän vähän tullut asiakkailta kyselyitä ympäristö vastuullisuudesta. Se kertoo miun mielestä sitä, että ne ketkä meiltä kysellee on kiinalaiset ketkä on kiinnostuneet siitä.” (Yritys 1.)

Vastuullisen matkailijan kannalta yrittäjät pitivät vastuullista toimintaa kilpailuvaltina nyt ja erityisesti tulevaisuudessa. Vastuullisuuden tiedettiin olevan iso trendi keskieurooppalaisten matkailijoiden keskuudessa ja kysynnän uskottiin kasvavan merkittävästi lähivuosina. Yksi yrittäjä totesi näin: ”Joo uskon, että tulee olemaan kilpailuvaltti tulevaisuudessa matkailussa et liittyen just tohon luontomatkailuun et ehtottomasti” (Yritys 4). Matkailijat haluavat yhä enemmän elää kuin paikalliset ja luontomatkailusta kiinnostuneet olettavat jo yritysten toimivan vastuullisesti. Yksi yrittäjä sanoi uskovansa, että tulevaisuudessa matkailija tekee valinnan vastuullisuuden perusteella.

7.3 Ympäristösertifikaatit matkailualan yrityksille

Seuraavana teemana haastatteluissa olivat ympäristösertifikaatit. Teemahaastattelun avulla pyrittiin selvittämään haastateltavien ajatuksia ympäristösertifikaattien luotettavuudesta sekä niiden hankinnasta. Tulokset luokiteltiin kuvan 5 mukaisesti.



Kuva 5. Teeman ympäristösertifikaatit haastattelun tulosten luokittelu.

Ympäristösertifikaattien luotettavuuden puutteeksi mainittiin niiden määrän lisääntyminen ja tunnettuuden vähentyminen. Suomessa tunnetut sertifikaatit todettiin luotettaviksi. Maailmanlaajuisesti ympäristösertifikaattien valvonnan uskottiin puuttuvan niiden toiminnasta sekä niitä pidettiin tuotteistettuina, joten ne eivät saaneet kannatusta. Yhdelläkään haastatellulla yrityksellä ei ollut käytössä mitään ympäristösertifikaatteja. Vastauksista ilmeni myös, että tiedetyt ympäristösertifikaatit voivat olla liian kalliita hankittavaksi ja ilman niitäkin voidaan toimia vastuullisesti. Yksi yrittäjä totesi näin keskustellessa ympäristösertifikaatin hankinnan esteistä:

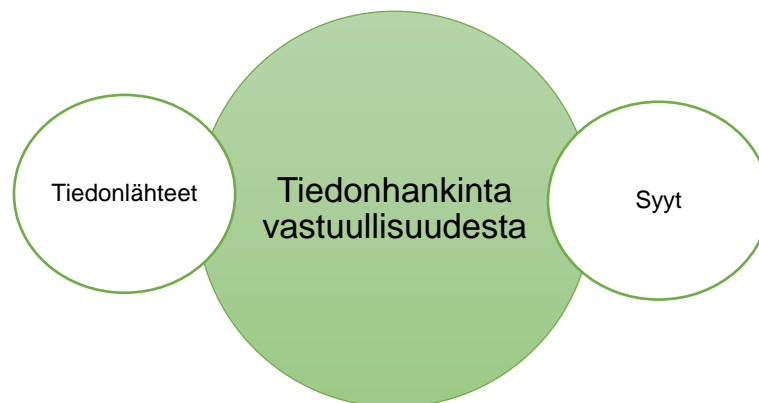
En osaa sanoa et mikä estäisi hankkimasta, kun en niin paljon tiedä niistä, mutta jos se hinta on sama meille mikä esimerkiksi isoille hotelliketjuille niin sit se ois meille liian kallis (Yritys 3).

Hyödyksi katsottiin ympäristösertifikaattien merkittävyys asiakkaille ja varsinkin ulkomaalaisille. Myös matkanjärjestäjät kyselevät niiden perään sekä niitä pidettiin nykyaikaisina. Kuitenkaan niiden hyötyjä ei pidetty riittävinä niiden hankintaa ajatellen. Sertifikaatin hankinnan ajateltiin myös tuovan lisää sääntöjä ja kriteereitä, joita pitäisi noudattaa ja se tuottaisi huomattavasti lisätöitä pienelle yritykselle. Seuraavaksi muutama vastaus puhuttaessa niiden hankkimisesta: ”Mie en välttämättä itse koe tarvitsevani tätä sertifikaattia mutta ehkä sekin on

tätä nykypäivää” (Yritys 1). ”Ite ehkä koen sen, että haluan luonnostaan toimii sillee kaikin puolin ekologisesti ja vastuullisesti, mut sitä pitää miettiä jatkossa et jos se oikeesti vaikuttaa siihen päätöksentekoon” (Yritys 5).

7.4 Tiedonhankinta vastuullisuudesta

Neljäntenä teemana haastattelussa oli tiedonhankinta vastuullisuudesta. Teemaan liittyen pyrittiin kartoittamaan, mistä tietoa vastuullisuudesta hankitaan sekä haluavatko yrittäjät saada lisätietoa aiheesta esimerkiksi erilaisten yhteistyökuvioiden kautta. Tuloksista esille nousi myös ajatuksia siitä, miksi halutaan toimia vastuullisesti. Teemaan liittyvät tulokset luokiteltiin kuvan 6 mukaisesti.



Kuva 6. Teeman tiedonhankinta vastuullisuudesta haastattelun tulosten luokittelu.

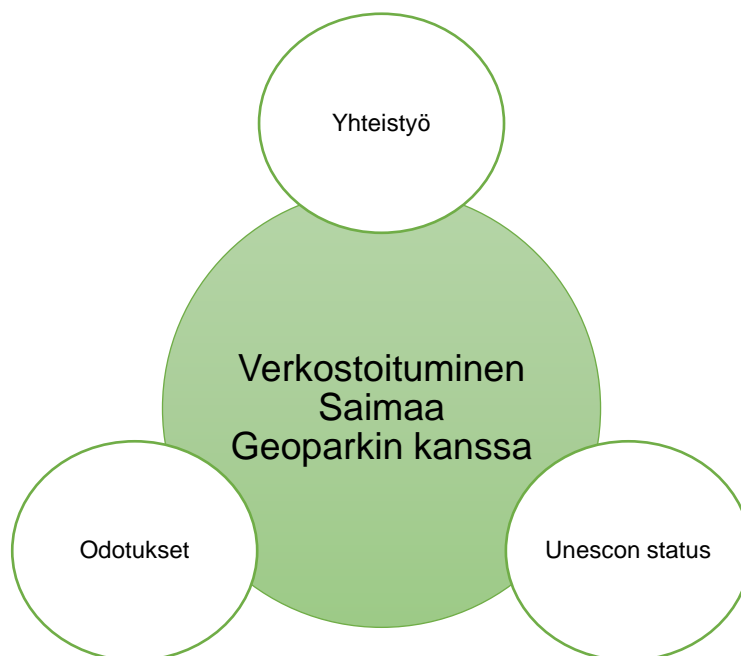
Tuloksissa tiedonlähteiksi mainittiin internetistä saatu tieto ja ympäristöviranomaisten neuvonta vastuullisuudesta. Myös toimialan kautta pystyttiin osallistumaan aiheeseen liittyviin koulutuksiin, mutta tiedonsaantia pidettiin kuitenkin vähäisenä suhteessa siihen, miten paljon vastuullisuudesta puhutaan. Haastattelussa vastuullisen toiminnan syiksi mainittiin oma

mielenkiinto aiheeseen, arvot, koulutuksen pohjautuminen vastuullisuuteen sekä yleistieto ympäristöasioista. Tiedonhankintaa kommentoi yksi yrittäjä näin:

Kyllähän siihen nähden, että kuin paljon siitä vastuullisuudesta puhutaan niin sitä tietoa on tarjolla todella vähän. Että et joku aktiivisesti tuottais sitä tietoa, niin se on kyllä ihan omasta aktiivisuudesta kiinni, et kylhän sitä tietoa netistä löytyy ja voit plärätä vaikka niitä sertifikaatteja et mitä asioita on nostettu esille. Mut me ehkä ajatellaan et sellane vastuullinen elämäntapa itsessään, että itse on perehtynyt moneen aiheeseen ja siinä omassa elämässä ottaa ne huomioon ja soveltaa sitä sit siihen matkailusegmenttiin. (Yritys 4.)

7.5 Verkostoituminen Saimaa Geoparkin kanssa

Teema viisi käsitteli verkostoitumista Saimaa Geoparkin kanssa. Teemahaastattelulla selvitettiin, haluavatko yritykset tehdä yhteistyötä geoparkin kanssa ja millaista sen kuuluisi olla. Myös mahdollisen Unesco Global Geopark –statuksen vaikutuksia yhteistyölle kartoitettiin. Teemaan liittyvät tulokset luokiteltiin kuvan 7 mukaisesti.



Kuva 7. Teeman verkostoituminen Saimaa Geoparkin kanssa haastattelun tulosten luokittelu.

Suurin osa yrittäjä ilmaisi haluavansa tehdä yhteistyötä Saimaa Geoparkin kanssa, kuitenkin tuloksista nousi esille, että geoparkin toiminnassa tulisi ottaa

enemmän alueen yritykset huomioon. Yhteistyöllä haluttaisiin vahvistaa tietoa geo-, luonto- ja kulttuurikohteista sekä geoparkia pidettiin yhtenä alueen yrittäjiä yhdistävänä tekijänä. Yksi yrittäjä totesi näin: ” Meidän mielestä se on tärkeätä et niiku se on yks merkittävä tulokulma niille asiakkaille tänne alueelle se geoparkki et sillai ollaa tietenki kiinnostuttu siitä et halutaan olla siinä mukana.” (Yritys 3.) Kaikki yrittäjät eivät kuitenkaan ajatelleet niin myönteisesti yhteistyöstä ” Ensimmäiseksi tulisi ottaa yritykset huomioon ja vasta sen jälkeen mainostaa kohteista” (Yritys 6).

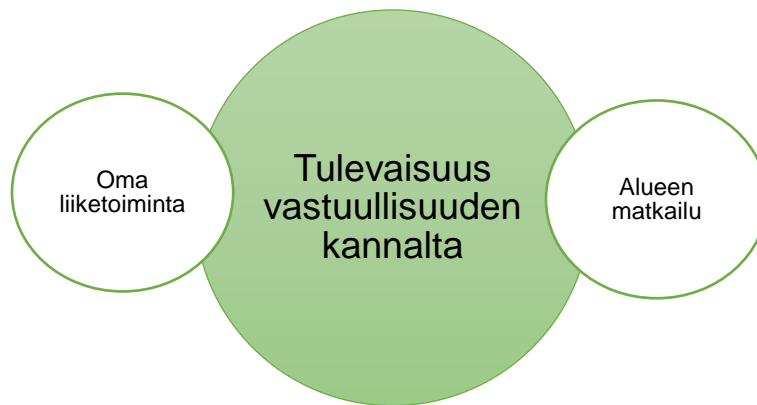
Mahdollisen Unesco Global –statuksen myötä yrittäjät uskovat matkailijoiden määrän nousevan, koska se toisi uuden motiivin matkustaa alueelle. Statuksen myötä arvostuksen aluetta kohtaan odotetaan kasvavan varsinkin, kun lähialueella ei sijaitse yhtäkään kansallispuistoa. Suurin osa yrittäjistä olisi valmiita toimimaan tiettyjen kriteerien mukaan, jos markkinoinnissa voitaisiin tuoda ilmi yhteistyö Unesco Global geoparkin kanssa. Yksi yrittäjä totesi: ”Palatessani näihin sertifikaatteihin ni Unesco esimerkiksi on niin semmoisen pitkän historian omaava maailmanlaajuinen juttu. Tollasessa vois olla mukana, jos hinta ois kohtuullinen” (Yritys 1).

Verkostoitumiselta toivottiin, että Saimaa Geoparkilla olisi vahva rooli alueen vastuullisessa matkailussa sekä yhteisten toimintatapojen luomisessa. Yrittäjät toivoisivat myös, että geopark toimisi yhteisen kehittämisen keskuksena kaikille matkailuun vaikuttaville tahoille. Geopark voisi hyödyntää teknologiaa toiminnassaan, kuten esimerkiksi geokohteiden tarinallistamisessa. Yksi yrittäjä pohti mahdollisia toimintatapoja Saimaa Geoparkille:

Positiivisena nään sen jutun et hienoja paikkoja on nii paljo ja ne tarvii sen tarinan sinne taustalle mitä geoparkki nyt tarjoaa, et siel on muutaki niiku sota- ja kulttuurihistoriaa sekä kivikautista asutusta et nää kaikki pitää tuotteistaa ja tarinallistaa teknologiaa hyödyntäen. Geopark tarttee niitä yrityksiä tänne alueelle. (Yritys 5.)

7.6 Tulevaisuus vastuullisuuden kannalta

Viimeisenä teemana oli tulevaisuus vastuullisuuden kannalta. Haastattelussa pyrittiin kartoittamaan tulevaisuuden liiketoiminta suunnitelmia vastuullisen toiminnan osalta. Tulokset luokiteltiin kuvan 8 mukaisesti.



Kuva 8. Teeman tulevaisuus vastuullisuuden kannalta haastattelun tulosten luokittelu.

Suurin osa yrittäjistä halusi panostaa omassa liiketoiminnassaan vastuulliseen toimintaan jatkossa enemmän. Viestittäessä vastuullisuudesta haluttiin lisätä konkretiaa ja korostaa yrityksen arvoja. Palveluista haluttaisiin saada mahdollisimman vähän kuluttavia sekä asiakkaan viipymää pidentää. Myös uusiutuvien luonnonvarojen käyttöä mahdollisuuksien mukaan pidettiin tärkeänä.

Alueen matkailuun toivottiin yhtenäistä linjaa esimerkiksi siitä, millaista matkailua alueelle halutaan. Yrittäjät toivoivat, että alueella toimivat pienet yritykset pysyisivät elinvoimaisina sekä tarjottaisiin palveluita, jotka kuluttaisivat mahdollisimman vähän. Matkailun päätöksentekoon tulisi vaikuttaa yhtenäiset arvot eikä vain siitä saatavat tulot. Yksi yrittäjä totesi näin pohtiessaan tulevaisuuden matkailun näkymiä alueella:

Haluisin että matkailu perustuis enemmän arvoihin ja lähettäis sieltä liikkeelle eikä sieltä, miten saadaan mahdollisimman suuri tulo. Toivon tulevaisuudessa, että Saimaan alueella ois edelleen paljon pieniä yrityksiä, jotka ovat vastuussa tästä alueesta ja toivon, että heidän päätökseen ees puolet suhteessa siihen rahaan vaikuttais vastuullisuus. (Yritys 4.)

8 Johtopäätökset tuloksista

Haastattelusta nousi esille asioita kaikista UNEPin ja UNWTON (2005, 11) mainitsemista kestävyiden ulottuvuuksista, joita ovat ekologinen, sosio-kulttuurinen ja taloudellinen kestävyys. Kuitenkin haastateltavien tiedot vastuullisuudesta ja yrityksissä vastuulliset toiminnot perustuivat eniten ekologiseen kestävyteen. Kaikki yritykset toimivat Saimaan ympäristössä, jonka vetovoimatekijänä on luonto, joten vastuullisuus keskittyy sen säilyttämiseen eli ekologiseen kestävyteen. Kestävyiden muihin ulottuvuuksiin liittyviä asioita, kuten työntekijöiden tasavertainen kohtelu sekä heille inhimillisten olojen tarjoaminen voivat kuulostaa kaukaisilta, koska Suomessa on voimassa lakeja, joilla ne turvataan automaattisesti. Paikallisuus, kuten kulttuurin ja tapojen esiintuominen, nousi myös vahvasti esille haastatteluissa.

Visit Finlandin (2018a) mainitsema esteettömyys puhutti myös haastatteluissa ja yritykset halusivat ottaa palveluissaan huomioon tasavertaisesti kaikki matkailijat. Kuitenkin tuloksista voi todeta, että vaikka vastuullisuudesta tiedetään aika paljon, ei se välttämättä näy yritysten toiminnassa. Osa mukana olevista yrityksistä oli aloittanut toimintansa hiljattain, joten välttämättä vastuullisuuteen liittyviä asioita ei ollut ehditty vielä miettiä. Suurta vaihtelua vastuullisuudessa kuitenkin näkyi yritysten välillä niin ajattelussa kuin toiminnassakin.

Kalmarin ja Kelolan (2009, 7–9) mukaan matkailulla voi olla myös positiiviset vaikutukset paikalliseen yhteisöön esimerkiksi alueen arvostuksen nousulla ja työllistymisellä. Suurin osa yrittäjistä toimi kotipaikkakunnallaan, joten paikallisen kulttuurin ja tapojen esiintuomista pidettiin tärkeänä. Osa yrittäjistä oli myös sitä mieltä, että matkailu on alueen kannalta merkittävä elinkeino. Sillä on ollut

vaikutuksia alueen kehittymiseen ja matkailun halutaan kasvavan. Kuitenkin vastuullisuuteen haluttaisiin tulevaisuudessa panostaa, jotta matkailun suurilta negatiivisilta vaikutuksilta vältyttäisiin, varsinkin puhuttaessa luontoon kohdistuvasta paineen kasvusta. Saimaan alueen matkailulle haluttaisiin yhteiset säännöt ja tavoitteet, koska matkailun alueella odotetaan kasvavan niin VisitFinlandin kuin GoSaimaan tekemän markkinoinnin ansiosta.

Myös sillä, millainen koulutustausta vastaajilla oli, vaikutti haastattelun vastauksiin. Osalle tärkeimpänä nousi sosiaalisen yhteisön hyvinvoinnista huolehtiminen esimerkiksi paikallisia työllistämällä ja osa taas piti esimerkiksi kierrätystä ja vähähiilistä toimintaa itsestänselvyytenä. Esille nousi myös, että ilmastonmuutoksesta ja syistä ilmaston lämpenemiseen ajatellaan hyvin eri tavalla, joidenkin keskustelujen lomassa puitiin ihmisten tekojen merkitystä siihen ja osa taas ei uskonut ollenkaan ihmisten toiminnalla olevan vaikutusta siihen. Pohdiskelua oli myös ristiriidasta tuottoisan liiketoiminnan ja vastuullisuuden välillä, koska helposti ympäristöasiat voivat unohtua, jos tarjolla on suurta tuottoa. Kuitenkin osa haastateltavista oli sitä mieltä, että jos vastuullisuudesta halutaan pitää kiinni, tulee periaatteet ottaa huomioon kaikessa toiminnassa ja päätöksenteossa. Muuten vastuullisesti toimiminen jää vain puheeksi taustalle. Vastuullisella matkailulla pyritään siihen, että taloudellisesti kannattavassa liiketoiminnassa otettaisiin kestävän kehityksen periaatteet huomioon (Borg ym. 2002, 8).

Käsitteet viestintä ja vastuullinen matkailija liittyvät vahvasti toisiinsa, kun puhutaan matkailijoista, jotka tulevat Saimaan alueelle. Niin kuin Kalmari ja Kelola (2009, 17–19; 109) toteavat vastuullisen matkan eettisyyteen liittyviä tekoja ovat paikallisten tapojen ja kulttuurin arvostaminen. Suomessa on käytössä jokamiehenoikeudet, jotka puhuttivat paljon melkein kaikissa haastatteluissa. Ulkomaalaiset eivät välttämättä tiedä, mitä oikeuksia ja vastuita ne oikeasti sisältävät, joten niistä tulisi viestiä enemmän. Visit Finland (2018c) toteaa myös, että viestinnässä on tärkeää tuoda esille yrityksen arvot, koska ne antavat syyn vastuulliselle toiminnalle ja asiakkaat pystyvät samaistumaan näihin arvoihin. Kaikki haastatteluun osallistuvat edustivat suhteellisen pieniä yrityksiä

ja liiketoiminta perustui tiettyihin arvoihin, joten niistä haluttiin pitää kiinni tulevaisuudessakin.

Booking.com julkaiseman raportin Sustainable Travel Report (2017) mukaan matkailijat haluavat yhä enemmän käyttää vastuullisia palveluita. Suurin osa haastatteluun osallistuneista yrittäjistä oli myös sitä mieltä, että vastuullisuus tulee merkitsemään matkailijoille yhä enemmän tulevaisuudessa. Asiakkaille olisi tärkeä viestiä tarinoita tuotteiden ja palveluiden takana, koska pelkkä tieto sen ekologisuudesta ei välttämättä houkuttele niin paljon kuin tarina esimerkiksi paikallisten raaka-aineiden käytöstä tuotteen valmistuksessa.

Visit Finlandin (2018c) mukaan ympäristön sertifiointiohjelmiin mukaan liittyminen on luotettava tapa viestiä siitä, että toimitaan vastuullisesti. Tuloksista kuitenkin ilmeni, etteivät Saimaa Geoparkin alueella toimivat pienyrittäjät anna arvoa ohjelmille. Syiksi nimettiin monia: esimerkiksi niiden nykyisen määrän uskottiin olevan haitaksi luotettavuudelle, myös niistä saatavia hyötyjä pidettiin pieninä suhteessa niiden osallistumisen hintaan. Olen samalla kannalla yrittäjien kanssa siinä suhteessa, etten ole ymmärtänyt mikä siitä saatava hyöty on, josta niin sanotusti maksetaan. Yritys joutuu maksamaan kuukausittain tai vuosittain jäsenmaksua, jotta saa käyttää sertifikaattia markkinoinnissaan. Osalta ohjelmista tulee selkeät kriteerit, joita noudatetaan, mutta mielestäni voi toimia vastuullisesti ilman mitään sertifikaattejakin.

Tuloksista nousi myös esille, että ulkomaalaiset asiakkaat sekä matkanjärjestäjät ovat yleensä niitä, jotka haluavat tietää yrityksen ympäristösertifikaateista. Uskon, että ulkomailla nämä ympäristöohjelmat ovat niin suosittuja ja samalla tuotteistettuja, että niin matkailijat kuin matkailupalveluiden tuottajat pitävät niitä arvossaan. Ulkomailla matkustaessa tuntuu, että yrityksen jokainen ikkuna on täynnä erilaisia merkkejä, joista pitäisi sitten lukea, miksi yritys on sen saanut. Suomessa arvostetaan ehkä paria tunnetumpaa sertifikaattia. Mielestäni parempana markkinointikeinona toimisi asian konkretisointi sekä erilaiset tarinat vastuullisten valintojen taustalla, jotka nousivat esille myös haastatteluissa. Kuitenkin tulevaisuudessa, jos vastuullisen toiminnan kysyntä kasvaa, voi myös

erilaisten ympäristösertifikaattien merkitys olla suuremssa roolissa asiakkaan valitessa käytettäviä palveluita.

Yritykset etsivät tietoa vastuullisuudesta internetistä ja erilaisista koulutuksista, joita alueella järjestetään. Kuitenkin tiedonsaantia pidettiin aika vähäisenä siihen nähden, kuinka paljon vastuullisuudesta puhutaan. Jos halutaan noudattaa Pariisin ilmastopimusta, tulisi vastuulliseen toimintaan panostaa jokaisella elinkeinoalalla. Yritysten vastuullista toimintaa tulisi tukea esimerkiksi vähentämällä verotusta, jos yrityksen hiilijalanjälki on tietyn suuruinen. Yrittäjän oma aktiivisuus merkitsee paljon tiedonhankinnassa ja tottahan se on, että vastuullisen toiminnan ollessa osana omaa elintapaa on sitä helppo soveltaa myös liiketoimintaan.

Yhteistyö Saimaa Geoparkin kanssa nähtiin useimpien yrittäjien mielestä positiivisena asiana. Kuitenkin yksi yrittäjästä jätti asiaan kommentoimatta ja uskoisin syyksi hänen ajatuksensa siitä, että geoparkin toimintaan kuuluisi aluksi löytää yrityksiä, jotka voivat tarjota palveluita alueella ennen kuin kohteita markkinoidaan. Matkailuun liittyvät toiminnat eivät ole vielä olleet kovin suuria Saimaa Geoparkin toiminnassa, mutta kuten Saimaa Geopark (2018c) nettisivuillaan mainitsee matkailun ohella geoparkin keskeinen tehtävä on tukea paikallisten asukkaiden geokasvatusta sekä tuoda tietoisuuteen alueen geologista perintöä. Geoparkin toimintaa seuranneena voi todeta, että aluksi on panostettu geo-, luonto- ja kulttuurikohteiden esiin tuomiseen sekä geokasvatukseen. Yhdistys on aloittamassa yhteistyötä alueen yrittäjien kanssa ja tällä pyritään vahvistamaan matkailua geoparkin alueella.

Mahdollisen Unesco Global Geopark –statuksen sanottiin tuovan lisäarvoa yhteistyölle esimerkiksi alueelle lisääntyvien matkustusmotiivien myötä. Vaikka ympäristösertifikaateille yrittäjät eivät antaneet arvoa, kuitenkin tiettyjen kriteerien mukaan oltiin valmiita toimimaan yhteistyössä, jos esimerkiksi saataisiin käyttää logoa markkinoinnissa. Jos Saimaa Geopark hyväksytään Unesco Global Geopark –verkostoon on jäsengeoparkeilla oikeus käyttää logoa markkinoinnissaan (Global Geopark Network 2018), joten mahdollisesti yritykset voisivat hyötyä tällaisesta mainonnasta.

Yhteistyöltä odotettiin lisätietoa geoparkin toiminnasta ja sen kohteista sekä geoparkilta toivottiin vahvaa roolia alueen vastuullisessa matkailussa sekä yhteisten arvojen eteenpäin viemisessä. Myönteisen suhtautumisen yhteistyöhön uskon johtuvan siitä, että Saimaa geopark toimii laajalla alueella ja sen katsotaan olevan matkailuyrityksiä yhdistävä tekijä. Geoparkin uskotaan myös lisäävän matkailijoiden määrää ja Unescon tunnettuus lisää varmasti halua toimia yhteistyössä geoparkin kanssa.

Haastatellut yritykset haluavat panostaa jatkossa enemmän vastuullisuuteen. Kierrätystä, veden- ja sähkön kulutuksen vähentämistä sekä luonnon roskaamista pidettiin ajoittain keskustelun lomassa itsestäänselvyytenä. Yleistietoon vastuullisuudesta ja sen mukaiseen toimintaan vedottiin usein ja, koska kuitenkin toiminta-alueena on ikään kuin maaseutu ollaan luonnon kanssa oltu pitkään tekemisissä ja sitä osataan arvostaa. Kuitenkin vastuullinen matkailu katsotaan toimintoina, jotka kehittyvät koko ajan ja aina on parantamisen varaa mitattaessa sen vaikutuksia ympäristöön, talouteen kuin paikalliseen yhteisöönkin. Haastattelun tuloksien perusteella positiivisena asiana voi pitää sitä, että melkein jokainen yrittäjä oli jo osaltaan miettinyt, miten jatkossa vastuullisuuteen voitaisiin panostaa.

9 Opinnäytetyön luotettavuus ja eettisyys

Tieteellisesti toteutetussa opinnäytetyössä tulee noudattaa hyvää tieteellistä käytäntöä, jotta se olisi luotettava ja eettisesti tyydyttävä sekä siitä saatavat tulokset olisivat uskottavat. Hyvän tieteellisen käytännön perusteena on, että koko opinnäytetyöprosessin aikana noudatetaan huolellisuutta sekä totuuden mukaisuutta. Työssä tulisi käyttää siihen eettisesti soveltuvia aineistonkeruu-, tutkimus- ja analysointimenetelmiä. Työ tulisi suunnitella huolella ja jos työ pohjautuu muiden tekemiin tutkimuksiin, tulee niihin viitata asianmukaisella tavalla. Opinnäytetyön tekijä itse vastaa näiden käytänteiden noudattamisesta koko työn aikana. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2018.)

Teemahaastattelun laatuun voidaan vaikuttaa tekemällä hyvä ja kattava haastattelurunko. Teemoihin liittyviä lisäkysymyksiä tulisi miettiä ennalta, jotta haastattelu ei keskittyisi vain pääteemaan ja aihetta voitaisiin tarkastella syvällisemmin. Haastattelun aikana laatua voidaan parantaa käyttämällä toimivia teknisiä laitteita, kuten nauhoittamiseen ja videokuvaamiseen käytettäviä välineitä. (Hirsjärvi ym. 2011, 184.) Laatua parannetaan myös, jos tutkimuksessa kerätyt aineistot käsitellään mahdollisimman nopeasti sekä niiden käsittelijänä toimisi sama henkilö, joka toimi haastattelijana. Haastattelun laadusta riippuu myös sen luotettavuus. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 185.)

Opinnäytetyön lähteinä on käytetty alan kirjallisuutta ja niissä on pyritty löytämään mahdollisimman tuoreita teoksia, jotta niistä saatu tieto olisi luotettavaa. Nettilähteinä on käytetty alan toimijoiden julkaisemia aineistoja, jotka on julkaistu virallisilla kotisivuilla tai tiedotuskanavilla.

Luotettavuutta voidaan myös miettiä siltä osalta, saatiinko nousseelle tutkimusongelmalle vastaus sekä vastattiinko tutkimuskysymyksiin, joiden avulla ongelmaa lähdettiin selvittämään. Teemahaastattelun tulosten avulla saatiin vastaus tutkimusongelmaan, joka oli tietämättömyys Saimaa Geoparkin alueen yrittäjien suhtautumisesta vastuulliseen matkailuun sekä tulevaan yhteistyöhön. Tutkimuskysymysten pohjalta luotu teemahaastattelun runko oli mielestäni erittäin kattava ja sen avulla saatiin myös vastauksia siihen, miten asiakkaille viestitään vastuullisuudesta ja halutaanko vastuulliseen toimintaan panostaa jatkossa enemmän. Tulosten pohjalta voidaan sanoa, että opinnäytetyössä tutkittiin oikeita asioita.

Vastuullisuuteen liittyvät toiminnot yrityksissä olivat suurimmaksi osaksi tuttuja, joten tulevalla yhteistyöllä voitaisiin myös kartoittaa keinoja, miten vastuullisuudesta viestittäisiin asiakkaille. Tietoperustassa sekä tuloksissa esille nousi vastuullisuudesta kiinnostuneiden matkailijoiden määrien kasvu jatkossa. Saimaa Geopark voisi yhteistyössä alueen yrittäjien kanssa pyrkiä houkuttelemaan näitä vastuullisia matkailijoita alueella, jolloin alueen tunnettavuus myös vastuullisuuden osalta nousisi.

10 Pohdinta

Matkailulla on suuret vaikutukset ympäristöön ja lisäämällä tietoisuutta kestävästä valinnoista voidaan niihin vaikuttaa. Vielä ei ole matkailua, joka ei kuormittaisi ympäristöä ollenkaan. Saimaa Geoparkin alueen suurimpana vetovoimatekijänä on Saimaa ja sitä ympäröivä luonto. Jos vastuullisuuteen ei panosteta tarpeeksi, saattaa matkailulla olla hyvinkin negatiiviset vaikutukset alueeseen.

Toimeksiantaja pystyy hyödyntämään opinnäytetyön tuloksia tulevassa hankkeessa. Työn tuloksista selvisi, miten Saimaa Geoparkin alueen yrittäjät suhtautuvat vastuullisuuteen, ja mitä he tietävät siitä jo ennestään. Näin ollen tulosten pohjalta voidaan kartoittaa, mitä olennaista vastuullisuudesta tuodaan vielä esille hankkeessa, jotta myös alueen yrittäjät saisivat siitä mahdollisimman suuren hyödyn irti.

Opinnäytetyön tekeminen kokonaisuutena oli erittäin opettavainen kokemus. Toimeksiantajan kanssa työ sujui mutkattomasti, ja jos tarvitsin apua johonkin asiaan, oltiin valmiita heti siinä auttamaan. Aiheeni oli mielenkiintoinen ja pystyin siihen itse vaikuttamaan keskustelemalla toimeksiantajani kanssa. Henkilökohtaisesti vastuullisesti toimiminen on minulle tärkeää varsinkin luonnon säilymisen kannalta. Motivaatiota myös työssäni lisäsi toimeksiantajan tarve tälle opinnäytetyölle. Tätä työtä varten paneuduin kunnolla aiheeseen ja sainkin mielestäni kerättyä kattavan teoriapohjan työlle. Kuitenkin laadullisen tutkimuksen työvaiheisiin olisin voinut ennakkoon perehtyä enemmän, jotta sitä tehtäessä olisi ollut selkeämpi ajatus siitä, mihin opinnäytetyössäni seuraavaksi etenen.

Opinnäytetyö toteutettiin haastattelemalla yrittäjiä, jotka toimivat Saimaa Geoparkin alueella. Haastatteleminen oli minulle uutta ja sen ehkä huomasi myös itse haastattelutilanteissa, koska kaikkien haastateltavien kanssa keskustelu ei syventynyt. Jos voisin tehdä jotain toisin, olisin harjoitellut haastattelua etukäteen enkä vaan luottanut siihen, että se menee hyvin omalla painollaan. Kuitenkin aineistonkeruumenetelmänä teemahaastattelu oli oikea valinta, koska tärkeintä

työssä oli saada yrittäjien näkemykset esille mahdollisimman monipuolisesti aiheeseen liittyen. Se, kuinka todenmukaisesti haastatellut vastasivat kysymyksiin voi vaikuttaa tulosten luotettavuuteen. Tietoperustassa esiintyneen Booking.com julkaiseman raportin Sustainable Travel Report (2017) tulokset eivät välttämättä ole luotettavia, koska yöpyjät ovat voineet sanoa haluavansa valita seuraavaksi ympäristöystävällisen majoituksen ilman takuuta siitä, tulevatko he sen oikeasti valitsemaan.

Kohderyhmän valinta oli mielestäni onnistunut, vaikka haastateltiin vain kuutta yritystä, saatiin kaikkiin tutkimuskysymyksiin kattavat vastaukset. Toimeksiantajalla oli vahva rooli haastateltavien valinnassa, mutta pystyin myös omalla mielipiteelläni vaikuttamaan valintaan. Koska haastatteluita suoritettiin kuusi kappaletta näin sen oikeastaan vain vahvuutena, vaikka aluksi pelkäsin, ettei tietoa tule riittävästi. Purkaessani haastatteluista saatavia vastauksia, pystyin palaamaan mielessäni haastattelutilanteeseen, joten se sujui ongelmitta. Päätin myös purkaa kaikki haastattelut kerralla mikä osoittautui aika suuritöiseksi. Haastattelut olisi voinut purkaa yksi kerrallaan heti haastattelutilanteen jälkeen.

Aineiston analysointi oli oikeastaan ainoa vaihe opinnäytetyön toteuttamisessa mikä oli mielestäni hankalaa. Tämä johtui mielestäni siitä, että minulla ei ollut selkeää analysointitapaa mietittynä työn suunnitteluvaiheessa. Kuitenkin onnistuin analysoimaan haastattelun tulokset ja esittelemään ne selkeästi. Jatkotutkimusaiheiksi voitaisiin ottaa alueen matkailijat ja perehtyä siihen, miten tärkeänä he pitävät vastuullista toimintaa matkailuyrityksissä. Vastuullisuuden viestintään ei ollut yrityksissä vielä panostettu, joten samalla voitaisiin tutkia myös, millaisia viestintäkeinoja tulisi käyttää, jotta matkailijoiden mielenkiinnon saisi herätettyä.

Ajankohta opinnäytetyönteossa on sopiva, koska Saimaan alueen matkailun odotetaan kasvavan merkittävästi lähivuosien aikana. Alueen yrittäjät tarjoavat ja tuottavat palveluita matkailijoille Saimaan ympäristössä, joten on tärkeää kuunnella, mitä juuri kyseiset yritykset ajattelevat vastuullisuudesta. Opinnäytetyö oli myös työelämälähtöinen, koska toimeksiantaja voi hyödyntää tuloksia ja haastattelujen avulla saatiin kontaktit mahdollisiin yhteistyöyrityksiin.

Toivon, että toimeksiantajan tuleva hanke edesauttaa kaikkia Saimaan alueen matkailuyrityksiä toimimaan vastuullisesti. Alue on uniikki niin Suomen suurimman järven kuin sen ympäröimän luonnon vuoksi, joten vastuullisuuteen tulisi panostaa nyt ennen kuin oletettu matkailun kasvu alueella tapahtuu.

Lähteet

- Booking.com. 2017. Booking.com Reveals 2017 Sustainable Travel Intentions, Goals and Considerations. Booking.com. https://globalnews.booking.com/bookingcom-reveals-2017-sustainable-travel-intentions-goals-and-considerations/#_edn1. 22.11.2018.
- Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. WS Bookwell Oy.
- Global Geoparks Network. 2018. Global Geoparks Network. Global Geoparks Network. <http://www.globalgeopark.org/aboutGGN/51.htm>. 17.9.2018.
- GoSaimaa. 2018. Lake Saimaa Purest Finland -hanke. GoSaimaa. <https://www.gosaimaa.com/fi/Tietoa-alueesta/goSaimaa-Oy/Ota-yhteytta/Lake-Saimaa-Purest-Finland--hanke>. 9.10.2018.
- Etelä-karjalan liitto. 2014. Saimaa geomatkailukohteeksi. Etelä-Karjalan liitto. http://www.ekarjala.fi/liitto/wpcontent/uploads/2014/11/Tiedote_Saimaa-Geomatkailukohteeksi_2014.pdf. 6.10.2018.
- Etelä-Karjalan liitto. 2015. Etelä-Karjalan matkailustrategia 2015-2020. Etelä-Karjalan liitto. http://www.ekarjala.fi/liitto/wp-content/uploads/2015/09/Liite-1_Etel%C3%A4-Karjalan-matkailustrategia-2014-2020-vedos.pdf. 10.10.2018.
- Etelä-Karjalan liitto. 2018. Saimaa alue miljardin kiinalaisen kännykkään. Etelä-Karjalan liitto. <http://www.ekarjala.fi/liitto/blog/saimaan-alue-miljardin-kiinalaisen-kannykkaan/>. 15.10.2018.
- Etelä-Savon maakuntaliitto. 2014. Etelä-Savon matkailustrategia 2014-2020. Etelä-Savon maakuntaliitto. https://issuu.com/esavo/docs/esavo_matkailustrategia14-20_net_06. 10.10.2018.
- European Geoparks Network. 2009. European Geoparks. Natural history museum of the Lesvos Petrified Forest.
- European Geoparks Network 2018. Meet our Geoparks. European Geoparks Network. http://www.europeangeoparks.org/?page_id=168. 17.9.2018.
- Hallitusten välinen ilmastonmuutospaneeli IPCC. 2018. Global Warming of 1.5 °C. Hallitusten välinen ilmastonmuutospaneeli IPCC. http://www.ipcc.ch/pdf/special-reports/sr15/sr15_spm_final.pdf. 18.11.2018.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2011. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Gaudeamus
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Kalmari, H. & Kelola, K. 2009. Vastuullisen matkailijan käsikirja. Helsinki: Image Kustannus Oy.
- National Geographic Traveler. 2018. About Geotourism. National Geographic Traveler. <https://www.nationalgeographic.com/maps/geotourism/about>. 15.9.2018.
- National Geographic Traveler & TIA. 2003. Geotourism: The New Trend In Travel. National Geographic Traveler & Travel Industry Association of America.

- <http://www.egret.us/clinton/Geotourism%20The%20New%20Trend%20in%20Travel.pdf>. 17.9.2018.
- Rautanen, R. 2018. Toiminnanjohtaja. Saimaa Geopark ry. Haastattelu 21.9.2018.
- Reilun matkailun yhdistys. 2018. Mitä on reilu matkailu. Reilun matkailun yhdistys. <http://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/mita-on-reilu-matkailu/>. 14.9.2018.
- Rokua Geopark. 2018a. Rokua Geopark koe. Rokua Geopark. <http://www.rokuageopark.fi/fi/koe>. 18.11.2018.
- Rokua Geopark. 2018b. Yrityskehitys. Rokua Geopark. <http://www.rokuageopark.fi/index.php?cID=177>. 18.11.2018.
- Saimaa Geopark. 2018a. Geopostia Saimaalta. Saimaa Geopark. <https://saimaageopark.fi/wp-content/uploads/2018/04/geopostia-saimaalta-1-18.pdf>. 3.10.2018.
- Saimaa Geopark. 2018b. Geokasvatus. Saimaa Geopark. <https://saimaageopark.fi/saimaa-geopark/geopark-opetuksessa/>. 3.10.2018.
- Saimaa Geopark. 2018c. Mikä on geopark. Saimaa Geopark. <https://saimaageopark.fi/mika-on-geopark/>. 19.9.2018.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2018. Hyvä tieteellinen käytäntö. Tutkimuseettinen neuvottelukunta. <https://www.tenk.fi/fi/hyva-tieteellinen-kaytanta>. 22.11.2018.
- UNEP & UNWTO. 2005. Making tourism more sustainable. United Nations Environment Programme & World Tourism Organization.
- Viitasaari, M. 2018. Konkretiaa ympäristövastuullisuuteen. Green Key. https://www.xamk.fi/wp-content/uploads/2018/05/Ymparistotyö-konkreettisesti_Visit-Finland_Mikkeli_31.10.2018.pdf. 18.11.2018.
- Visit Finland. 2018a. Kestävä kehitys matkailuyrityksessä. Visit Finland. <http://www.visitfinland.fi/kestava-kehitys-matkailuyrityksessa/>. 19.9.2018.
- Visit Finland. 2018b. Työkaluja vastuullisuuteen ja viestintään. Visit Finland. http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2018/07/tyokaluja_vastuullisuusviestintaan_a5-web.pdf?dl. 19.11.2018.
- Visit Finland. 2018c. Sertifiointeja. Visit Finland. <http://www.visitfinland.fi/kestava-kehitys-matkailuyrityksessa/sertifiointeja/>. 19.11.2018.
- Visit Finland. 2018d. Matkailutarjonnan kehittäminen. Visit Finland. <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/tuoteteemat/>. 5.10.2018.
- YK. 2018. Agenda2030 – kestävän kehityksen tavoitteet. YK. <https://www.yk.fi//sdg>. 15.9.2018.
- Ympäristöministeriö. 2016. Pariisin Ilmastopöytäkirja. Ympäristöministeriö. <http://www.ymparisto.fi/pariisi2015>. 20.11.2018.

Teemahaastattelun teemat ja kysymykset

Liite 1

<p>Vastuullinen matkailu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Miten määrittelisitte vastuullisen matkailun ja mitä tekoja siihen mielestänne liittyy? • Pidätekö vastuullista toimintaa tärkeänä? • Miten yrityksenne toiminnassa otetaan vastuullisuus huomioon?
<p>Vastuullisuuden merkitys asiakkaille</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Miten viestitte vastuullisesta toiminnasta asiakkaille? • Ovatko matkailijat kysyneet vastuullisesta toiminnasta? • Oletteko saaneet erilaisten kanavien kautta, esimerkiksi Tripadvisorissa palautetta vastuullisesta toiminnasta? • Miten vastuullisesti toimiminen tuo lisäarvoa yrityksellesi? • Onko se tärkeä kilpailuvaltti nyt ja tulevaisuudessa?
<p>Ympäristösertifikaatit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mitä sertifikaatteja alalla on käytössä, joilla ”todistetaan” vastuullisuus? • Ovatko ne luotettava tapa osoittaa yrityksen toimivan kestävästi? • Olisitteko kiinnostunut hankkimaan sertifikaatteja yrityksellesi? Jos niin mitä ja miksi? • Mikä estäisi teitä hankkimaan sertifikaatin?
<p>Tiedonhankinta vastuullisuudesta</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mistä saatte tietoa vastuullisuudesta? • Haluaisitko tietää enemmän aiheesta esimerkiksi erilaisten yhteistyökuvioiden kautta?
<p>Verkostoituminen Saimaa Geoparkin kanssa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oletteko kiinnostuneet tekemään yhteistyötä Saimaa Geoparkin kanssa? • Millaista yhteistyön tulisi mielestänne olla? • Toisiko UNESCON myöntämä GLOBAL GEOPARK -status lisäarvoa yhteistyölle? Miten? • Olisitteko valmis toimimaan tiettyjen kriteerien mukaan, jotta saisitte käyttää UNESCO:n logoa esimerkiksi markkinoinnissa?
<p>Tulevaisuus vastuullisuuden kannalta</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Miten voisitte yrityksenne toiminnassa panostaa vastuullisuuteen jatkossa? • Minkälaisia ympäristöystävällisiä palveluita voisitte tarjota?