

## **Suomalaiset mallit kestävän matkailun edistämiseksi Thaimaassa ja Vietnämässä**

Pennanen Minna

<b>Tekijä(t)</b> Minna Pennanen	
<b>Koulutusohjelma</b> Matkailun koulutusohjelma	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Suomalaiset mallit kestävän matkailun edistämiseksi Thaimaassa ja Vietnamissa.	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 50
<p>Tässä opinnäytetyössä selvitetään kestävän matkailun käytäntöjä suomalaisissa matkailuyrityksissä. Työssä selvitetään, miten erilaisissa matkailualan yrityksissä Tampereella on toteutettu kestävää matkailua käytännössä. Tämä opinnäytetyö on osa TOURIST-projektia, joka kehittää kestävää matkailua Thaimaassa ja Vietnamissa. Suomalaisia esimerkkejä voidaan hyödyntää koulutettaessa sikäläisiä matkailun kanssa työskenteleviä tahoja edistämään ja ymmärtämään kestävän matkailun toteuttamista. Työn tavoitteena on siis kestävän matkailun ideologian tunnetuksi tekeminen Thaimaassa ja Vietnamissa suomalaisten esimerkkien avulla.</p> <p>Opinnäytetyön toteutustapana käytettiin kvalitatiivista tutkimusta, joka suunnattiin tampereilaisiin matkailualan yrityksiin keväällä 2019. Tutkimus perustuu avoimiin kysymyksiin ja pohjautuu yritysten julkisiin verkkosivustoihin. Aineistonkeruumenetelmänä käytettiin kirjallista aineistoa ja sisällönanalyysia. Teoriaosuudessa avataan kestävän matkailun käsitteet ja kytketään käytännön tieto teoriaan.</p> <p>Tutkimustulokset osoittavat tutkittujen yritysten keskittyvän eniten ekologiseen kestävyys-teen, joka huomioi ympäristövaikutuksia. Taloudellinen ja sosiokulttuurinen kestävyys eivät olleet tutkittujen yritysten keskiössä. Kestävän matkailun kokonaisvaltainen haltuunotto matkailuyrityksissä vaatii tämän tutkimuksen perusteella kehittämistä. Myös aiheesta tiedottaminen ja viestiminen yritysten taholta osoittautui vajavaiseksi. Tutkimuksella haettiin konkreettisia toimenpiteitä, joita myös löytyi ja jotka esitellään opinnäytetyössä.</p>	
<b>Asiasanat</b> Kestävä matkailu, ekologinen kestävyys, sosiokulttuurinen kestävyys, taloudellinen kestävyys.	

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Matkailun vaikutukset .....	3
3	Kestävä matkailu .....	5
3.1	Sosiokulttuurinen kestävyys .....	9
3.2	Ekologinen kestävyys .....	10
3.3	Taloudellinen kestävyys.....	12
3.4	Vastuullinen matkailupalvelujen tuottaminen .....	12
3.5	Kestävä matkailu Thaimaassa ja Vietnämässä.....	13
3.6	Kestävä matkailu Euroopassa .....	14
3.7	Esimerkkejä kestävästä matkailusta Suomessa .....	15
3.8	Näkökulma menneisyyteen, nykyisyyteen ja tulevaisuuteen .....	16
4	Tutkimus ja sen toteutus .....	17
4.1	Laadullinen tutkimus .....	28
4.2	Sisällönanalyysi aineistonkeruumenetelmänä .....	29
4.3	Tutkimuksen luotettavuus .....	33
5	Tutkimustulokset .....	34
6	Pohdinta.....	41
6.1	Tulosten tarkastelu.....	41
6.2	Johtopäätökset ja kehittämis ehdotukset .....	43
6.3	Oman oppimisen arviointi .....	45
	Lähteet .....	47

# 1 Johdanto

Mitä on matkailu? Matkailussa ihmiset matkustavat tavallisen elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan vuoden ajan vapaa-ajanvieron, liikematkan tai muussa tarkoituksessa. Tähän kuuluvat tavarat ja palvelut, jotka matkailija itse maksaa tai joku muu maksaa hänen puolestaan. Ennen matkaa tai sen jälkeen maksetut menot huomioidaan mukaan. (Tilastokeskus 2019).

Vuonna 2017 maailmassa tehtiin 1,326 miljardia turistimatkaa (UNWTO 2018). Pelkästään Suomessa matkailuun käytettiin 15 miljardia euroa vuonna 2017, kun huomioidaan sekä kotimaisten että ulkomaisten matkailijoiden kulutus. Matkailuala työllisti täällä yli 140 000 henkilöä ja lähes 29 000 yritystä. (Business Finland 2019.)

Tässä opinnäytetyössä selvitetään kestävän matkailun käytäntöjä suomalaisissa matkailuyrityksissä. Työssä selvitetään, miten erilaisissa matkailualan yrityksissä Tampereella on toteutettu kestävää matkailua käytännössä.

Opinnäytetyö on osa TOURIST-projektia, joka kehittää kestävää matkailua Thaimaassa ja Vietnamsissa. Suomalaisia esimerkkejä voidaan hyödyntää koulutettaessa sikäläisiä matkailun kanssa työskenteleviä tahoja edistämään ja ymmärtämään kestävän matkailun toteuttamista. Työn tavoitteena on siis kestävän matkailun ideologian tunnetuksi tekeminen Thaimaassa ja Vietnamsissa suomalaisten esimerkkien avulla.

TOURIST-projekti on osa Euroopan Unionin (EU) Erasmus+ hanketta ja siinä toimii yhteistyössä yliopistoja ja korkeakouluja Itävaltasta, Espanjasta, Thaimaasta, Vietnamsista ja Suomesta Haaga-Helia Ammattikorkeakoulu. Projektin tavoitteena on lisätä paikallisen matkailun myönteistä vaikutusta Thaimaassa ja Vietnamsissa. TOURIST toteuttaa 7 osamiskeskusta Kaakkois-Aasian korkeakouluissa tietoisuuden lisäämiseksi ja kestävän matkailun ajatuksen levittämiseksi. (Tourist 2019.)

Tällä hetkellä lehdistössä ja sosiaalisessa mediassa puhutaan paljon matkailun tuottamista ongelmista, kuten hiilijalanjäljen kasvu, roskaaminen, tulojen virtaaminen ylikansallisille suuryhtiöille, kulttuuriperinteen katoaminen ja yliturismi.

Miten siis voi toimia matkailussa kestävän kehityksen mukaisesti? Miten estää haittavaikutuksia? Miten olla vastuullinen toimija alalla?

Nämä kysymykset ovat niitä, jotka herättivät tämän opinnäytetyön tekijän miettimään ai-  
hetta ja innoittivat kirjoittamaan aiheesta. Kestävän kehityksen edistäminen on yhteiskun-  
nallisesti merkittävä tekijä, jos halutaan säilyttää ihmisen, ympäristön ja talouden tasa-  
paino ja hyvinvointi. Kyse ei ole pelkästään yksittäisen ihmisen toiminnasta, vaan myös  
kansallisesti ja kansainvälisesti päätöksenteosta ja toiminnasta.

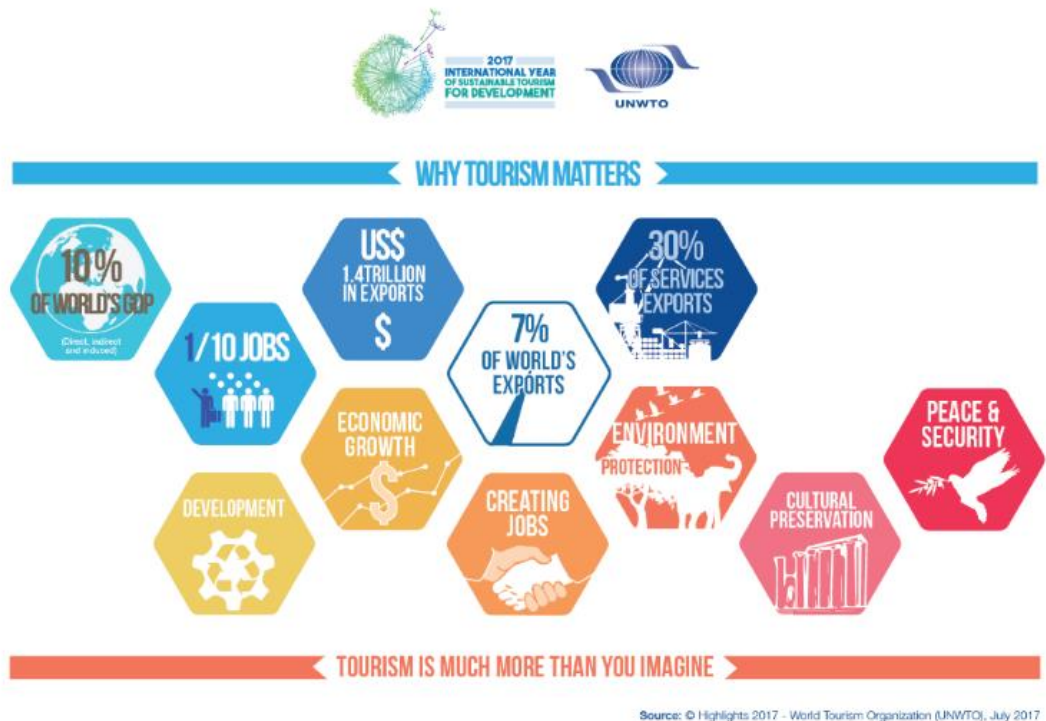
Opinnäytetyön tutkimus toteutettiin avointen kysymysten avulla. Kysymykset rajattiin kos-  
kemaan ainoastaan tamperelaisia matkailualan yrittäjiä, koska tämän tyyppistä tietoa ei ole  
saatavilla aiemmalta ajalta Tampereen alueelta. Opinnäytetyön kirjoittaja asuu itse Tam-  
pereella, joten hänen oli helpompi valita tutun alueen matkailuyrittäjistä mahdollisimman  
erilaisia toimijoita. Kysymykset tehtiin mahdollisimman konkreettisiksi, jotta niistä saatuja  
vastauksia on mahdollista hyödyntää vastaavantyyppisissä matkailuyrityksissä.

Tutkimusongelman kohteena on kestävän matkailun toteuttaminen matkailuyrityksissä.  
Tutkimuksessa haetaan vastausta, miten matkailuyritys käytännössä toteuttaa kestävää  
matkailua itse. Tutkimuksessa etsitään myös vastausta siihen, miten matkailuyritys ohjaa  
asiakkaitaan toimimaan kestäväällä tavalla. Etsitään myös ajatuksia, mitä yritys voi tulevai-  
suudessa tehdä kestävän matkailun edistämiseksi.

Johdannon ja matkailun vaikutusten jälkeen luvussa 3 avataan teoriaa kestävästä matkai-  
lusta ja luku 4 esittelee tutkimusta ja sen toteutusta. Luvussa 5 pureudutaan tutkimustu-  
loksiin ja viimeisessä luvussa pohditaan johtopäätöksiä ja omaa oppimista.

## 2 Matkailun vaikutukset

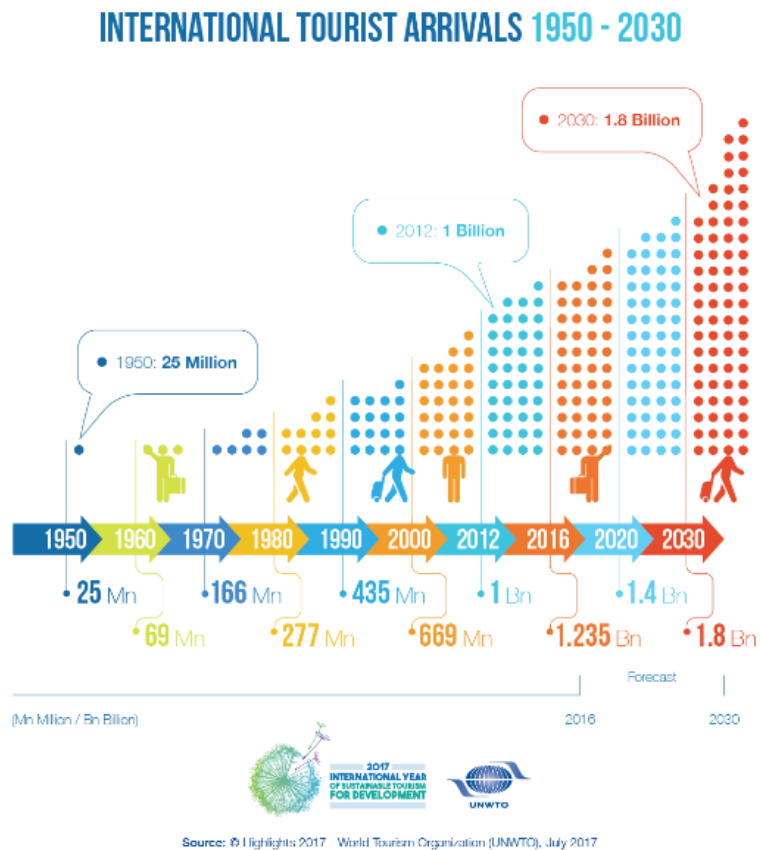
Matkailu vaikuttaa monella saralla, kuten oheisesta Maailman matkailujärjestön kuviosta voidaan havaita. Se on merkittävä osa maailman taloudellista kehitystä, työllisyyttä ja maailmassa tuotettujen palvelujen ja tavaroiden arvoa. Matkailulla on vaikutusta ympäristöön, kulttuuriin ja rauhan- sekä turvallisuudentunteisiin. (UNWTO 2017.)



Kuvio 1. Why tourism matters (UNWTO 2017)

Maailman matkailujärjestö UNWTO (United Nations World Tourism Organisation) on Yhdistyneiden kansakuntien YK:n (UN, United Nations) alainen erityisjärjestö, joka toimii maailmanlaajuisesti auttaen jäsenmaitaan kehittämään kestävää turismia (Yhdistyneet Kansakunnat 2017).

Kuten kuvio osoittaa, matkailu on yksi nopeimmin kasvavista talouden aloista. Kasvu on ollut huomattavaa ja myös tulevat ennusteet näyttävät suuntauksen jatkuvan.



Kuvio 2. International Tourist Arrivals 1950 – 2030 (UNWTO 2017)

Näin suuri kehitys tuo mukanaan myös haasteita. Taloudellisesti kestävä kehityksen pyrkimyksenä on tuottaa hyvinvointia ja tasapainoista taloudellista kasvua, myös tulevat sukupolvet huomioiden. Samalla pyritään estämään pääomavarantojen ylikuluttaminen ja ympäristön kantokyvyn vahingoittuminen. (Suomen YK-liitto 2019.)

### 3 Kestävä matkailu

YK:n jäsenmaat ovat sopineet kestävän kehityksen tavoitteista. Tavoiteohjelma (Agenda 2030) on alkanut vuonna 2016 jatkuen edelleen. Tavoiteohjelman pyrkimyksenä on sitouttaa kaikki maat kestäväan kehitykseen, jossa ympäristö, ihminen ja talous huomioidaan tasavertaisesti. (Yhdistyneet Kansakunnat 2018.)



Kuvio 3. Agenda 2030 – kestävän kehityksen tavoitteet (Yhdistyneet Kansakunnat 2018)

Näitä kestävän kehityksen tavoitteita voidaan soveltaa myös kestäväan matkailuun. Kestävä matkailu on Maailman matkailujärjestön UNWTO:n määritelmän mukaisesti matkailua, jossa otetaan huomioon nykyiset ja tulevat taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset. Kestävässä matkailussa huomioidaan matkailijoiden, alan toimijoiden, ympäristön ja paikallisten yhteisöjen tarpeet. (Edelheim & Ilola 2017, 236.)

Matkailulla on mahdollisuus suoraan tai välillisesti edistää kaikkia Agendan tavoitteita (UNWTO 2019). Agendan tavoitteet matkailun osalta ovat seuraavat:

1. Matkailu tarjoaa tuloja luomalla työpaikkoja sekä paikallisella että yhteisön tasolla
2. Matkailu voi kannustaa kestäväa maataloutta suosittelemalla tuotantoa ja tarvikkeita hotelleille
3. Turismista saadut verotulot voidaan investoida terveydenhuoltoon ja palveluihin
4. Matkailulla on mahdollisuus edistää osallisuutta
5. Matkailu voi voimaannuttaa naisia, erityisesti suorilla tuloilla
6. Matkailun investointivaatimus hyötyjen saavuttamiseksi voi olla ratkaisevassa asemassa veden saatavuuden ja turvallisuuden saavuttamisessa



7. Sektorina, joka on energiatehokas, matkailu voi tehosta siirtymistä kohti lisääntyttä uusiutuvan energian osuutta
  8. Matkailu palveluelinkeinona on yksi neljästä suurimmasta viennin lähteestä maailmanlaajuisesti
  9. Matkailun kehitys nojaa hyvään julkiseen ja yksityiseen infrastruktuuriin
  10. Matkailu voi olla tehokas väline yhteisön kehittämiseen ja eriarvoisuuden vähentämiseen, jos se sitouttaa paikalliset asukkaat ja kaikki avainsidosryhmät sidosryhmien kehitykseen
  11. Matkailu voi edistää kaupunkien infrastruktuuria ja saavutettavuutta, edistää uudistumista ja säilyttää kulttuurista- ja luonnonperintöä, valtteja, joista matkailu riippuu
  12. Matkailualan täytyy omaksua kestävän kulutuksen ja tuotannon mallit
  13. Matkailu vaikuttaa ilmastonmuutokseen
  14. Rannikon ja merellinen matkailu perustuu terveeseen meren ekosysteemiin
  15. Rikas biologinen monimuotoisuus ja luonnonperintö ovat usein tärkeimmät syyt miksi matkailijat vierailevat määränpäässä
  16. Matkailussa tapahtuu miljardeja kohtaamisia eri taustoista tulevien ihmisten välillä, joten se voi edistää monikulttuurista ja uskontojen välistä suvaitsevaisuutta, lisätä ymmärrystä ja luoda perustan rauhallisemmalle yhteiskunnalle
  17. Monitahoisuutensa vuoksi matkailulla on kyky vahvistaa yksityisiä ja julkisia kumppanuuksia
- (Tourism for SDGs 2019.)

Kestävän matkailun kehittämisohjeita ja -käytäntöjä sovelletaan kaikkiin matkailun muotoihin ja kaikenlaisissa kohteissa. Tähän lasketaan mukaan massaturismi ja erilaiset tietyn teeman ympärille rakennetut teemat. Kestävän matkailun saavuttaminen on jatkuva prosessi, joka edellyttää vaikutusten seuranta. Tarvittaessa tulee käyttää ehkäiseviä ja korjaavia toimenpiteitä. Kestävän matkailun tulisi myös ylläpitää matkailijoiden tyytyväisyyttä. Sen tulisi varmistaa matkailijoille mielekäs kokemus, lisätä heidän tietojaan ja tietoisuuttaan ja näin edistää kestävää matkailun käytäntöä. (UNWTO 2019.)

Kestävässä matkailussa matkailua ei ole tarkoitus lopettaa, vaan sitä kehitetään kestäväällä tavalla valinnoilla, jotka tehdään tuotekehityksessä, teknologiassa, palveluissa, laissa, päätöksenteossa ja viranomaisten toiminnassa. Myös matkailijoita ohjataan matkustamaan kestäväällä tavalla ja tekemään tätä kehitystä tukevia valintoja. Kestävä matkailu on siis matkailijoiden, yritysten ja päättäjien tapa toimia ja kantaa vastuunsa ympäristö, kulttuuriperintö ja paikallinen taloudellinen hyöty huomioon. (Verhelä 2014, 143-144.)

Yhdistyneiden kansakuntien kasvatus-, tiede- ja kulttuurijärjestö eli Unesco on antanut seuraavanlaisia ohjeita kestävän matkailun politiikan toteuttamiseksi. Matkailun kehittämishankkeisiin voi kuulua paikallisten edustajien osallistuminen suunnitteluryhmiin. Kehittämishankkeiden on oltava paikallisten yhteisöjen tarpeiden ja käytäntöjen mukaisia. Suunnittelua valvomalla voidaan varmistaa matkailun kehittämisen alueellinen hajauttaminen. Näin vältetään liiallinen alueellinen keskittyminen ja alueellinen eriarvoisuus. Hotellit voidaan vaatia asentamaan jätevesien käsittelylaitoksia. Ympäristönsuojelutoimenpiteitä voidaan soveltaa tiukasti kehitystyössä. Paikallisen työllisyyden ja resurssien vähimmäistasot olisi toteutettava. Riippumattomien ammattiliittojen hyväksymien vähimmäispalkkojen tasot tulisi ottaa käyttöön. Voidaan periä maksuja perinteisten taitojen ja taidemuotojen opetuksen ja kehittämisen rahoittamiseksi. Käytäntöihin liittyviä sääntöjä voidaan laatia ja jakaa matkailupisteissä. (Unesco 2010.)

Kestävä matkailun elementit voidaan jakaa kolmeen osaan UNWTO:n määritelmän mukaisesti.



Kuvio 4. Kestävän matkailun ulottuvuudet (UNWTO 2019)

Näiden kolmen ulottuvuuden välille on luotava sopiva tasapaino pitkän aikavälin kestävyysden takaamiseksi (UNWTO 2019).

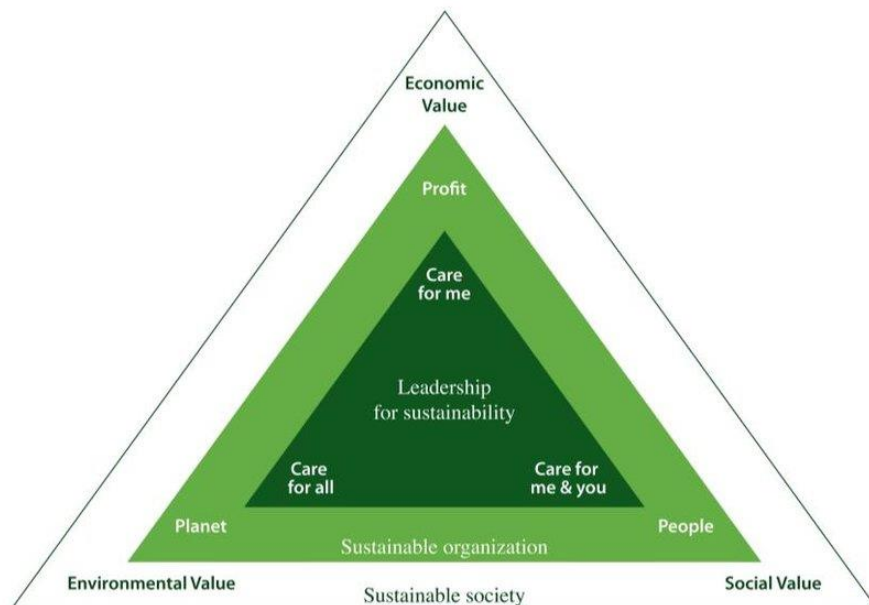
Kestävän kehityksen perimmäinen tarkoitus on turvata parempi elämänlaatu kaikille. Tämä koskee sekä nykyisiä että tulevia sukupolvia. Vastuullinen taloudellinen kasvu, oikeudenmukainen sosiaalinen kehitys ja tehokas ympäristön suojeleminen viittaavat kestävään yhteiskuntaan. Organisaatiot ja yksilöt täytyy kuitenkin saada vakuuttuneiksi asian tarpeellisuudesta, jotta tällainen kestävä yhteiskunta olisi mahdollinen. (Cavagnaro & Curiel 2012, 1.)

Matkailun kohdalla pääkriteereinä ovat tehokas kestävä johtaminen, paikallisiin kohdistuvan taloudellisen ja sosiaalisen hyödyn maksimointi ja paikalliseen väestöön kohdistuvan haitan minimointi. Yhtä lailla pääkriteereihin kuuluvat myös kulttuurillisen perinnön hyötyjen maksimointi ja samalla negatiivisten vaikutusten minimointi. Sama hyötyjen maksimointi ja haittojen minimointi koskee myös ympäristöasioita. (Cavagnaro & Curiel 2012, 216.)

Kestävän matkailun aikaansaamiseksi on otettava vastuu tuottamisesta ja kuluttamisesta. Kehittyminen vaatii kaikkien osapuolien osallistumista, myöskin poliittista johtamista. Päättöksentekijöiltä odotetaan tukea samalla, kun he asettavat myös rajoituksia. (Goodwin 2011, 1, 17, 151.) Jokainen tavoite tai kestävä matkailun mahdollisuudet liittyvät epäsuorasti tai suoraan ihmiseen. Paikallisten yhteisöjen lisäksi huomioidaan myös matkailijoiden tarpeet. (Edelheim & Ilola 2017, 238-239.)

Myönteiseen kehitykseen voi vaikuttaa toteuttamalla johtamisjärjestelmiä, noudattamalla kansainvälisiä ja kansallisia säädöksiä ja lakeja sekä kouluttamalla henkilöstöä kestävään toimintaan. Asiakastytyvyyden mittaaminen ja tarvittavien korjausten tekeminen on osa kestävä kehittämisestä, samoin rehellisen markkinoinnin tuottaminen. Rakennussuunnittelussa ja toteuttamisessa täytyy kunnioittaa pysyvyyttä ja kestävyyttä. Osansa on myös asiakkaille tiedottamisessa ja heidän opastamisessaan. (Cavagnaro & Curiel 2012, 216.)

Vastuu kestävästä kehityksestä ei ole vain omaa, vaan kaikkien yhteistä. Tätä ajatusta tukee oheisessa kuviossa esitetty kehysmalli.



Kuvio 5. Kestävän kehityksen kehys (Cavagnaro & Curiel 2012, 2)

Tulevaisuudessa matkailu on sekä yksi päävaikuttajista kehittyvien maiden taloudelle että kansainvälinen ympäristöllinen haaste (Leigh, Webster & Ivanov 2013, 150-151). On jopa esitetty skenaario, että vuonna 2035 kestävä kehitys on matkailun valtavirta (Postma, Yeoman & Oskam 2013, 150, 155-157).

### **3.1 Sosiokulttuurinen kestävyys**

Matkailun tulisi ottaa huomioon kohteen paikallisväestö ja heidän elinolosuhteensa. Tätä tarkoitetaan sosiokulttuurillisella kestävyydellä ja vastuullisuudella. Matkailusta tulevien hyötyjen tulisi jakautua mahdollisimman tasapuolisesti ja haittojen olla mahdollisimman pienet (Edelheim & Ilola 2017, 229). Paikallisväestö tulisi huomioida matkailuprosessin jokaisessa vaiheessa, alkaen palvelujen suunnittelusta, itse palvelutapahtumassa ja kohtaamisessa sekä jälkitoiminnassa (Verhelä 2014, 146). Matkailijat ja paikallisväestö kunnioittavat toisiaan molemminpuolisesti eikä paikallisväestöä hyväksikäytetä (Reilun matkailun yhdistys 2019).

Paikallista kulttuuriperintöä tulisi suojella (Reilun matkailun Yhdistys 2019) ja paikallisten asukkaiden tapoja ja arvoja kunnioittaa (Edelheim & Ilola 2017, 230). Tämä koskee niin kohteen koko väestöä, etnisiä ryhmiä, perinteitä kuin monumenttejakin (Verhelä 2014, 145).

Haasteiksi nousevat paikallisväestön viihtyvyyden väheneminen ruuhkautumisen ja yliturismin vuoksi, paikallisen kulttuurin kuihtuminen ja kaupallistuminen, elintasoerojen kasvamisen ja paikallisväestön vieraantuminen omasta kulttuurista. Omat arvot ja käyttäytymisen voivat muuttua turismin vaatimusten mukaisiksi ja moraalikäsitykset voivat huonontua. (Verhelä 2014, 146-147.)

Kun ongelmallinen tilanne kohdataan, nousee kysymyksiä siitä mitkä ovat asian prioriteetit, kuka parhaiten voi hoitaa tilanteen, kenellä on vastuu ja miten rohkaista vastuunotossa. Saattaa olla haasteellista saavuttaa yksimielisyys, mitä asioille tehdään ja vielä vakuuttaa siitä, että asioilla on merkitystä. Ei riitä, että tukee kestävän kehityksen ajatusta, vaan on myös ymmärrettävä, että ellei tee mitään, on itse osa ongelmaa. (Goodwin 2011, 160-161.)

Toisaalta positiiviset vaikutukset voivat näkyä hyvinvoinnin lisääntymisenä matkailun myötä. Suhtautuminen kohteen kulttuuriin voi nousta sekä paikallisväestön että matkailijoiden keskuudessa. Mahdollisuudet palveluihin ja harrastamiseen voivat lisääntyä, vuorovaikutus kasvaa ja vaikutusmahdollisuudet järjestelmien rakenteisiin lisääntyä. (Verhelä 2014, 146-147.)

Hankkeiden tukeminen yhteisön kehittämiseksi sekä menettelytapojen suunnittelu ja toteutus yhdessä paikallisten kanssa ovat kriteereitä, joilla sosiaalista kestävyyttä voi tukea. Samoin taistelemalla lasten kaupallista hyväksikäyttöä vastaan ja toimimalla vaarantamatta paikallisen yhteisön pääsyä veden ja muiden resurssien pariin. (Cavagnaro & Curiel 2012, 216.)

Kulttuurista kestävyyttä edistäviä toimia ovat turistien kohteeseen aiheuttamien vaikutusten pienentäminen ja paikallisten yhteisöjen ja taiteilijoiden henkisten tekijänoikeuksien kunnioittaminen. Myymättä, vaihtamatta tai esittelemättä historiallisia tai arkkitehtuurisia luomuksia ilman lain sallimusta säilytetään kulttuurillista perintöä. Lahjoittamalla rahaa paikallisten historiallisesti, arkeologisesti, kulttuurillisesti tai hengellisesti tärkeiden kohteiden suojeluun, voi vaikuttaa kulttuurisen kestävyyden edistämiseen. Paikallisten asukkaiden pääsyä edellä mainittuihin kohteisiin ei myöskään tulisi estää. (Cavagnaro & Curiel 2012, 216.)

### **3.2 Ekologinen kestävyys**

Matkailun tulee tapahtua luonnon kanto- ja uusiutumiskyky huomioiden sekä mahdollisia haitallisia ympäristövaikutuksia minimoiden. Kestävällä matkailulla halutaan myös vahvistaa matkailun positiivisia vaikutuksia luonnonympäristöön ylläpitämällä ympäristön laatua ja kannustamalla luontoperinnön arvostamiseen ja suojeluun. (Edelheim & Ilola 2017, 230, 235-237.) Luonnon kantokyvyllä tässä tarkoitetaan sitä kohteen luonnon ja luonnonvarojen matkailukäytön määrää, joka ei aiheuta haittaa ympäristölle (Verhelä 2014, 145).

Matkailun aiheuttamia kielteisiä vaikutuksia ovat uusiutumattomien luonnonvarojen (esim. polttoaineet, kuten öljy) väheneminen sekä eläin- ja kasvilajiston häiriintyminen. Uhanalaisten alueiden (esim. koralliriutat) tuhoutuminen, historiallisten alueiden kuluminen, ilmastoinen saastuminen ja jätteiden määrän kasvu. (Verhelä 2014, 147-148.)

Ilmastonmuutos on ihmisen aikaansaama suora tai välillinen vaikutus ilmastoon. Ihmisten toiminnan seurauksena ilmakehään vapautuu kasvihuonekaasuja, jotka estävät lämmön säteilemistä maan pinnalta ja joiden häviämisaika voi olla muutamasta päivästä satoihin vuosiin. Matkailun osalta suurimpana päästöjen aiheuttajana pidetään liikennevälineitä: sekä tie-, laiva- että lentoliikennettä. Päästöjen lisäksi ilmastonmuutos vaikuttaa matkailukohteiden valintaan. Kun esimerkiksi tutussa kohteessa ei olekaan enää lunta, siirtyvät matkailijat pohjoisemmaksi tai yrittäjä voi tarjota vaihtoehtoisia aktiviteetteja. (Verhelä 2014, 148-151.)

Hiilijalanjälki tarkoittaa tuotteen, palvelun tai toiminnan aiheuttamia päästöjä (Verhelä 2014, 153). Matkailun aiheuttamasta hiilijalanjäljestä on uutisoitu viime aikoina entistä enemmän, mm. Yle otsikoi viime vuonna ”Matkailijoiden hiilijalanjälki moninkertainen verrattuna aiempiin arvioihin” (Yle 8.5.2018). Monilla matkailuyrityksillä onkin sivuillaan laskuri, jolla voi laskea palvelun käytöstä aiheutuneet päästöt. Vaikkapa Finavian sivujen kautta pääsee useampaan lentoliikenteen laskuriin (Finavia 2018). Myös sosiaalinen media on reagoinut erityisesti lentoliikenteen päästöihin ja mm. Facebookista löytääkin jäsenmääräänsä jatkuvasti kasvattavan ryhmän, joka keskittyy matkustamiseen ilman lentokoneita (Maata pitkin matkustavat 2019).

Ympäristöjärjestelmät ja -merkit ohjaavat yritysten johtamista niin, että ympäristön kestävyys huomioidaan sekä päätöksenteossa että kaikissa toiminnan vaiheissa. Tavoitteena on edistää ekologista tehokkuutta ja pienentää ympäristöhaittoja. Yhteistä eri ympäristöjärjestelmille ovat tavoitteiden asettaminen, toimenpideohjelmat näiden tavoitteiden saavuttamiseksi ja toteutumisen järjestelmällinen seuranta. Pyritään myös parantamaan ympäristötehokkuutta uusilla tavoitteilla ja raportoidaan tuloksista. (Verhelä 2014, 155.)

Kestävyyttä toteutetaan, kun matkailun aiheuttamaa energian- ja vedenkulutusta minimoidaan ja jätettä tuotetaan mahdollisimman vähän. Matkailu itsessään voi myös sisältää luonnonsuojelua tukevaa toimintaa. Myös päästöjä pyritään minimoimaan ilmastonmuutoksen hidastamiseksi. (Reilun matkailun yhdistys 2019.) Luonnonvarojen, luonnon monimuotoisuuden, ekosysteemien ja maisemien säilyttäminen yhtä lailla kuin päästöjen vähentäminen, ovat kestävän matkailun edistämistä (Cavagnaro & Curiel 2012, 216).

### **3.3 Taloudellinen kestävyys**

Taloudellisesti kestävässä matkailussa kohteen väestö itse hyötyy matkailun tuotoista, eivätkä tulot ohjaudu kohteen ulkopuolelle kansainvälisille yhtiöille (Reilun matkailun yhdistys 2019). Matkailu siis tuottaa kohteeseen tuloja, luo työpaikkoja, ei haittaa muita elinkeinoja eikä epätasa-arvoista taloudellisesti (Edelheim & Ilola 2017, 230).

Negatiivisina taloudellisina vaikutuksina voi olla jo mainittu tulovirran kääntyminen ylikansallisiin yrityksiin, matkailun sesonkiluonteisuus ja palkkauksen tai työolojen huono taso. Hinnat voivat nousta ja muut investoinnit kärsiä, vaikka hiipuvat elinkeinot korvautuisivatkin matkailulla. (Verhelä 2014, 145-146.)

Elinolosuhteet ja elintaso Tampereella ja Suomessa teollisuusmaana ovat hyvät verrattuna kehittyviin maihin, joten täällä matkailu ei esimerkiksi vaaranna paikallisen väestön elinolosuhteita tai hyväksikäytä lapsityövoimaa (Cavagnaro & Curiel 2012, 216).

Paikallisten työllistäminen, myös naisten ja vähemmistöjen, aina johtotehtäviä myöten, edistää taloudellista kehitystä. Kansainvälisten työllistämismäärien noudattaminen on tarpeellista. Paikallisilta ostaminen reilulla hinnalla on yksi keinoista. (Cavagnaro & Curiel 2012, 216.)

### **3.4 Vastuullinen matkailupalvelujen tuottaminen**

Miten matkailualan toimijat voivat olla kestävää matkailua edistäviä ja toteuttavia?

Vastuulliseen matkailupalvelujen tuottamiseen kuuluu yritysten yhteiskuntavastuu CSR (corporate social responsibility). Vastuunsa tuntevat yritykset toteuttavat vapaaehtoisesti sosiaalisia ja ympäristöllisiä tavoitteita omassa toiminnassaan, vaikka laki ei siihen velvoittaisikaan. (Edelheim & Ilola 2017, 232.)

CSR toimii työkaluna kokonaisvaltaiseen lähestymistapaan, jolla yritys huomioi ympäristön tilan, taloudellisen hyödyn, ihmiset ja eettiset periaatteet. CSR pyrkii yrityksen toimintojen läpinäkyvyyteen, joka perustuu sisäiseen seurantaan ja ulkoiseen raportointiin vaikutuksista ja tavoitteista. Yritys ottaa vastuun toimitusketjusta, erityisesti jos käytetään ulkoistamista osana palvelua. CSR toimii parhaiden käytäntöjen levittämisen ja sidosryhmien markkinoinnin välineenä. Se on osa yrityksen kokonaisstrategiaa, tuotetta, palvelua ja brändiä tuoden parhaimmillaan kilpailuetua ja vaikuttaen maineeseen ja riskienhallintaan. (Konttinen 14.3.2017.)

Vastuullisen vapaaehtoisuuden lisäksi olemassa olevilla ohjeistuksilla ja säädöksillä vaikutetaan kestävän matkailun kehittymiseen. Global Sustainable Tourism Council (GSTC) on luonut kriteeristön, joka toimii perusstandardina matkailun kestävyydelle maailmanlaajuisesti. Kriteerejä käytetään koulutukseen ja tietoisuuden lisäämiseen, yritysten, valtion virastojen ja muiden organisaatioiden päätöksentekoon, mittaamiseen ja arviointiin sekä sertifiointin perustana. Kriteerit ovat vähimmäisvaatimus, jotka yritysten, hallitusten ja kohteiden tulisi saavuttaa sosiokulttuurisen, ympäristöllisen ja taloudellisen kestävyuden saavuttamiseksi. Matkailukohteilla on oma kulttuurinsa, ympäristönsä, tulli ja lait, joten kriteerit on suunniteltu mukautettaviksi paikallisiin olosuhteisiin. Oma kriteeristönsä on hotelleille ja matkanjärjestäjille ja omansa kohteille. Lisäksi GSTC ohjeistaa ja auttaa matkustajia matkustamaan vastuullisesti ja valitsemaan kestävä matkailua tukevia matkailualan toimijoita. (Global Sustainable Tourism Council 2019.)

GSTC:n jäsenjärjestö Green Destinations Foundation on määritellyt kestävän matkailun kohteille seuraavia määreitä. Kohde on aito ja alkuperäinen, siellä tuetaan paikallista kulttuuria ja perinteitä. Kohteen vastuullisuus ilmenee ihmisten puolustamisena hyväksikäyttöä ja ihmisoikeusloukkauksia vastaan sekä parantamalla saavutettavuutta vammaisille. Taloudellisesti kestävässä kohteessa osallistutaan paikalliseen elinkeinoelämään yhteisön työllisyyden parantamiseksi lomakausien aikana ja niiden jälkeen. Kohde on ympäristöystävällinen, kun se varmistaa kansanterveyden, turvallisuuden ja moitteettoman ympäristönsä hallinnan. Luonnon ja maiseman puolesta kohteessa suojellaan näköalaa, elinympäristöä ja luontoa sekä kunnioitetaan matkailussa käytettyjä eläimiä. (Green Destinations 2019.)

Jotta moraalisten periaatteiden ja ohjeistusten toimivuus ja toteutus käytännössä selviää, on selvitettävä konkreettisesti millaisia toimia yritykset oikeasti käyttävät jokapäiväisessä toiminnassaan ja viestinnässään. Siksi tämä opinnäytetyö on tehty.

### **3.5 Kestävä matkailu Thaimaassa ja Vietnamin**

Thaimaan ja Vietnamin matkailuala on yksi maailman nopeimmin kasvavista työllistäen suuren määrän paikallisia. Matkailusta saavutettujen hyötyjen säilyttämiseksi tulevaisuudessa, on tärkeää suojella luonnonvaroja, ympäristöä ja ihmisiä. Kestävän matkailun käsite tarkasti sovellettuna voi tukea matkailualaa kasvamaan edelleen kestävällä tavalla. Itse käsite on melko uusi Thaimaassa ja Vietnaminissa jopa korkeakouluille, siksi on tärkeää lisätä ymmärrystä ja tietoisuutta kestävästä matkailusta. (Tourist 2019.)



CSR Asia on organisaatio, joka pyrkii kasvattamaan kestävän kehityksen tietoisuutta alueella ja auttaa yrityksiä omaksumaan kestävyys toteuttamista organisaatioiden kaikilla tasoilla (CSR Asia 2019). CSR:n julkaisemaan artikkeliin on tiivistetty tilannetta Aasian matkailun osalta otsikoituna ”Pitkä matka kestäväan matkailuun”. Artikkelissa todetaan, että vaikka kestävä matkailu on ollut olemassa jo vuosia, sitä pidetään edelleen erillisenä markkinatoimena, eikä perustekijänä sille, mitä kaikki matkailu voisi olla. Aasian matkailuala kasvaa nopeasti ja sen osuus Aasian bruttokansantuotteesta oli enemmän kuin kaivos-, kemian- ja autoteollisuudessa. Alalla oli myös vuonna 2016 lähes kaksinkertainen määrä työpaikkoja kuin rahoituspalvelualalla. Thaimaa ja Vietnam kuuluvat Aasian viiteen kärkimaahan matkailun osalta. Nämä viisi maata kattavat 80 prosenttia Aasian kansainvälisistä saapumisista sekä kokonaisliikenteen ja matkailun bruttokansantuotteesta. Vietnamin matkailun kehittäminen kohtaa haasteita nopean kasvun vuoksi, erityisesti kohteiden kilpailukykyyn ja kestävyys osalta. Alan kasvaessa nopeasti, kasvavat myös ympäristölliset ja sosiaaliset mahdollisuudet ja riskit. Kestävän kehityksen toimenpiteille on kiireellinen tarve, jotta niistä tulisi valtavirtaa alalla. (Sze Zen Wong 6.12.2017.)

### **3.6 Kestävä matkailu Euroopassa**

Euroopan matkailualan kilpailukyky on läheisesti sidoksissa sen kestävyys eli kilpailukyky ja kestävyys kulkevat siis käsi kädessä. Euroopan komissio työskentelee tällä alalla useiden aloitteiden parissa. Komissio tunnustaa matkailualan keskeisen roolin EU:n taloudessa. Niinpä Komissio hyväksyi maaliskuussa 2006 uudistetun matkailupolitiikan. Sen pää tavoitteena on edistää Euroopan matkailualan kilpailukykyyn parantamista ja luoda enemmän ja parempia työpaikkoja turismin kestävan kehityksen kasvun mukaisesti, Euroopassa ja maailmanlaajuisesti. Komissio on myös esittänyt, että kasvun ja työpaikkojen luominen liittyy yhteiskunnallisten tai ympäristötavoitteiden edistämiseen. Komissio ilmoitti matkailualan eurooppalaisen agenda 21:n valmistelusta, joka perustuu matkailualan kestävan kehityksen ryhmän työhön. (European Commission 2019.)

Osana EU:ssa tarjottavien matkailukokemusten monipuolistamista, komissio rahoittaa kestäviä kansainvälisiä matkailutuotteita, jotka voivat edistää matkailun kasvua. Tällaisia ovat esimerkiksi pyöräilyreitit, urheilu- ja hyvinvointimatkailu, luontomatkailu ja Euroopan halki kulkevat kulttuurireitit. (European Commission 2019.)

Matkailukohteita kehoitetaan yhä enemmän mittaamaan niiden suorituskyykyä kestävyyden suhteen. Komissio onkin kehittänyt eurooppalaisen matkailun indikaattorijärjestelmän (ETIS) yksinkertaisena menetelmäksi kestävän kehityksen mittaamisessa. ETIS tarjoaa tuen ja selkeät selitykset siitä, mitä indikaattorit ovat ja miten niitä käytetään. Siitä selviää myös, miten ETIS täydentää muita olemassa olevia välineitä ja menetelmiä kansainvälisesti ja Euroopan tasolla. ETISin sähköiset asiakirjat koostuvat kohdeprofiilista, tietolomakkeista, sanastosta, tutkimuksista ja kutsukirjepohjista. Kohde-aineisto puolestaan on Excel-dokumentti, jota voidaan käyttää manuaalisesti ETIS-toteutuksen aikana kerättyjen tietojen keräämiseen. (European Commission 2019.)

EU:n ympäristömerkki ja EMAS EU:n ympäristömerkki ovat vapaaehtoisia välineitä, jotka ovat saatavilla matkailualan majoituspalveluille, jotka ovat valmiita todistamaan ja edistämään ympäristöllisyyttään. Erityinen EU:n ympäristömerkin kriteeristö on kehitetty majoitus- ja leirintäalueiden palveluihin. EMAS-rekisteröinti antaa matkailualan toimijoille mahdollisuuden parantaa ympäristönsuojelun tasoa ja edistää palvelujen laatua. (European Commission 2019.)

### **3.7 Esimerkkejä kestävästä matkailusta Suomessa**

Pohjoismaiden laajin hotelliketju Scandic on hyvä esimerkki kestävän matkailun huomiointista toiminnassaan. Vastuullisuus on yksi Scandicin arvoista ja he pyrkivät kehittämään ja muuttamaan toimintamallejaan jatkuvasti. Näin he ovat saavuttaneet kustannussäästöjä ja huomioineet ympäristöhyödyt. Vastuullisuuskäytäntö alkoi, kun yrityksen johto päätti yrityksen haluavan olla kestävän kehityksen edelläkävijä majoitusalaalla. Tässä ensimmäisenä toimenpiteenä oli uusi pyyhekäytäntö. Ideana oli ripustaa pyyhe, mikäli sitä haluaa käyttää uudelleen. Käytännöllä säästetään yli 3000 kiloa pesujauhetta vuosittain. Käytäntö on levinnyt yleiseen käyttöön maailman hotelleissa. Scandic myös luopui kertakäyttökosmetiikasta hotellihuoneissa, jolloin säästetään yli 50 miljoonaa muovipakkausta vuosittain. Vedenkulutuksen seurannalla on saatu kulutusta pienennettyä 240 litrasta per asiakas alle 200 litraan. Scandicissa pyritään mahdollisimman paljon käyttämään ympäristömerkittyjä ja sertifioituja tuotteita, kuten Reilun kaupan kahvia ja joutsenmerkittyä wc-paperia. Muovisten vesipullojen käyttö on lopetettu, samoin muovipillien ja häkkikananmunien. Aamiaisen uudistettiin kaikille sopivaksi allergioista ja ruokarajoitteista riippumatta. Jätteet lajitellaan ja huoneistakin löytyy lajitteluohjeistus. Myös henkilökunta otettiin mukaan luomaan kestävän kehityksen ideoita kisan avulla. (Scandic 2019.)

Toinen esimerkki on hiukan erilainen ja edustaa uudenlaista ajattelu- ja toimintatapaa päästöjä koskien. Markkinointialan tapahtumatoimisto Tapaus tarjoaa asiakkailleen mahdollisuuden kompensoida toteuttamiensa projektien hiilijalanjäljen. Kompensointi lasketaan automaattisesti laskurilla, muutetaan euroiksi ja lisätään asiakkaan budjettiin. Kompensointi lasketaan viisinkertaisena, koska päästöjä on ilmakehässä niin paljon, että pelkkä hiilineutraaliuteen pääsy ei riitä. Tapaus tilittää saadut maksut Compensate-säätiölle. Kompensaatiomaksu on asiakkaille vapaaehtoinen, mutta Tapauksen toimitusjohtaja ei usko asiakkailta saamiensa palautteiden perusteella, että haluttomuutta kompensatioon on. Tapahtumakohtainen kompensaatiomaksu vaihtelee kymmenistä satoihin euroihin, riippuen esim. siitä saapuvatko osanottajat pitkän matkan lennoilla ja mitä ruokatarjoilua valitaan. Ajatus kompensaatiomaksun käytöstä oli lähtenyt liikkeelle työntekijöiden toiveista. (Alkula 9.5.2019.)

### **3.8 Näkökulma menneisyyteen, nykyisyyteen ja tulevaisuuteen**

The World Travel & Tourism Council (WTTC) työskentelee lisätäkseen tietoisuutta matkailusta ja yksi heidän prioriteeteistään on kestävä kasvu. WTTC:n Tourism for Tomorrow-palkintoja on haettu ja myönnetty parhaille kestävä matkailun käytäntöjä eri puolilla maailmaa edistävälle taholle. Nähdäkseen miten kestävä matkailun toimintaympäristö on muuttunut, he ovat tutkineet vuodesta 2005 alkaen finalisteja ja voittajia. Siitä on selvinnyt, että kestävä kehityksen priorisointi on kasvanut urbaaneissa kohteissa. Huomion kiinnittäminen ilmastonmuutokseen katsotaan välttämättömyydeksi jokaiselle luotettavalle matkailuohjelmistolle. Entistä useammat sosiaaliset yritykset ovat sitoutuneet matkailun aktiviteetteihin. Ihmiset ovat myös kriittisiä kestävä tulevaisuutta kohtaan. Luonnon monimuotoisuus on yhä etusijalla oleva asia. Standardien taso jatkaa nousua mitattavuuden ja valvonnan ansiosta. Kestävä kehityksen rajat laajenevat.

Palkintokisaan osallistuneet ovat osoittaneet kestävä matkailun mahdollisuuksia, inspiroineet ja ajaneet muutosta. He ovat kuitenkin edustaneet enemmän poikkeusta kuin sääntöä. Todellisen muutoksen aikaansaamiseksi tarvitaan kuitenkin vielä enemmän omaaloitteisuutta ja projekteja, joissa yhdistyy matkailun eri aloja. Tarvitaan kestävä kehityksen osaamista myös matkailualan ulkopuolelta, jotta saadaan ratkaistuksi ongelmia, joihin yritykset eivät itse löydä ratkaisuja. Kestävä kehityksen tulee olla osa yritysten todellista toimintaa, eikä vain jaloja periaatteita. Tarvitaan medianäkyvyyttä ja sitoutumista kestävä matkailun kysymyksiin ja aloitteisiin, painostusta parannuksiin, menestystarinoiden jakamista ja parhaiden käytäntöjen levittämistä. (WTTC 2016.)

## 4 Tutkimus ja sen toteutus

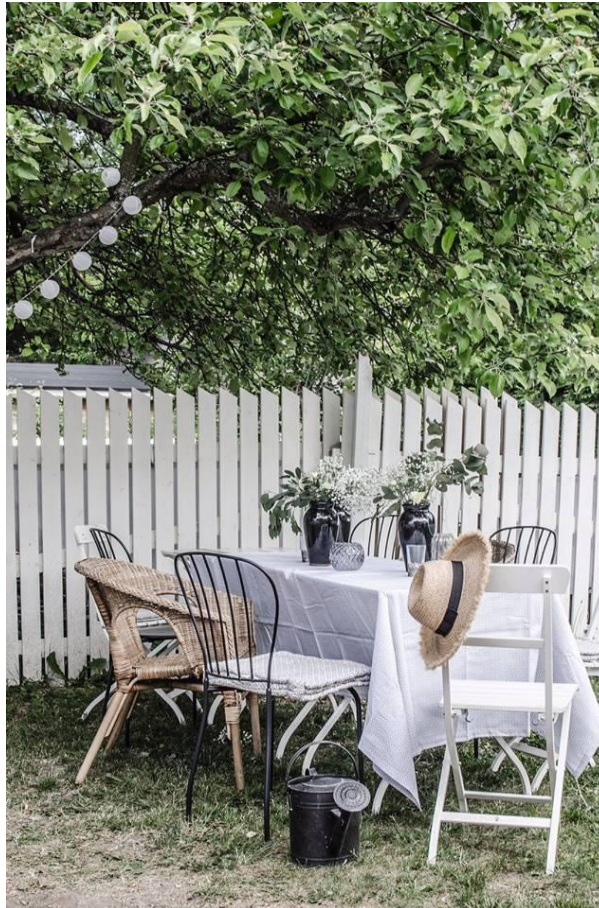
Tutkimuksessa käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Tutkimuksessa etsittiin vastausta avoimiin kysymyksiin eri kokoisista ja eri toimintoihin keskittyvistä Tampereen alueen matkailualan yrityksistä.

Solo Sokos Hotel Torni Tampere on 2014 avattu S-ryhmään kuuluva hotelli, jossa on majoitushuoneiden lisäksi kolme ravintolaa ja kongressikeskus. Rakennus on 88 metriä korkea ja hotellin kerrotaan olevan kunnianosoitus Tampereen historialle. Julkisivun Signaali-valoteos juhlistaakin Tampereen historiaa, sillä Pohjoismaiden ensimmäinen sähkölamppu syttyi nimenomaan Tampereella 1800-luvun lopulla. Tamperelaisuus ja Tampereen historia on esillä myös tekstiileissä, tapeteissa, materiaaleissa ja julkisivussa. Hotelli myös suosittelee ajankohtaisia paikallisia kulttuuritapahtumia. Tampereen kaupunki on myöntänyt hotellille vuoden 2014 Hyvän rakentamisen palkinnon, koska hotellin katsotaan olevan kaupunkikuvallisesti yksi Tampereen historian merkittävimmistä rakennuksista. Museoviraston suojelemat veturitallit on kunnostettu osaksi hotellia. Ylimmän 25. kerroksen Moro Sky Barista on tullut suosittu kohtaamis- ja näköalapaikka. Asukkaille on tarjolla kuntosali, asiakassaunat ja maksuton langaton laajakaista. Hotelli on sitoutunut toimimaan ympäristön hyvinvoinnin huomioiden. Sille on myönnetty Green Key -ympäristömerkki. Myös Sokos Hotels -ketju mainitsee olevansa Suomen vastuullisin hotelliketju perustuen menestykseen Pohjoismaiden laajimmassa kestävä kehityksen brändivertailussa Sustainable Brand Indexissa. (Sokoshotels 2019.)



Kuva 1. Tampereen kulttuurihistoriallista maisemaa sisustuksessa (Solo Sokos Hotel Torni Tampere 2019)

Lillan Hotel Café Butik on nimensä mukaisesti pieni, yksityinen boutiquehotelli, kahvila ja sisustusputiikki. Lillanissa tarjoillaan viikonloppuisin suosittua brunssia ja Caféssa on tarjolla mm. itseleivottuja suolaisia piiraita. Butikin tarjonta on esteettistä ja maanläheistä ja tuotevalikoimaa laajennetaan asiakkaiden toiveiden mukaisesti. Butikissa on myynnissä paikallisia tuotteita. Kokousta tai juhlaa voi viettää 25 henkilön sisätiloissa tai Lillanin puutarhassa. Lillan on savuton yritys ja sijaitsee paikallisasutuksen keskellä parin kilometrin päässä Tampereen keskustasta. (Lillan 2017).



Kuva 2. Lillanin puutarhassa pääsee nauttimaan luonnosta (Lillan 2018)

Tullin Sauna on yleinen korttelisauna ja bistro, josta löytyy myös työ- ja kokoustilat. Kaksi sekasaunaa ovat käsin veistettyjä yli satavuotiaista hirsistä. Ravintolan filosofiana on eettinen ruoka ja ekologisuus. Keittiössä käytetään kotimaista riistaa, kalaa ja paikallisia erikoisuuksia, mm. mustaamakkaraa. Ravintolan päivän keittoonkin käytetään kauden satoa. Siellä pyritään myös hävikin minimointiin. Tuotteina hankitaan esimerkiksi sieniä suoraan paikallisilta kerääjiltä, oman pihan omenoita, karitsaa paikalliselta tilalta, juustoja läheisestä tilapuodista, leipää lähileipomosta sekä ankkaa Pohjanmaalta eettisen ankanlihan tuottajalta. Lisäksi samaan kokonaisuuteen kuuluu myös Dream Hostel ja Dream Hotel.



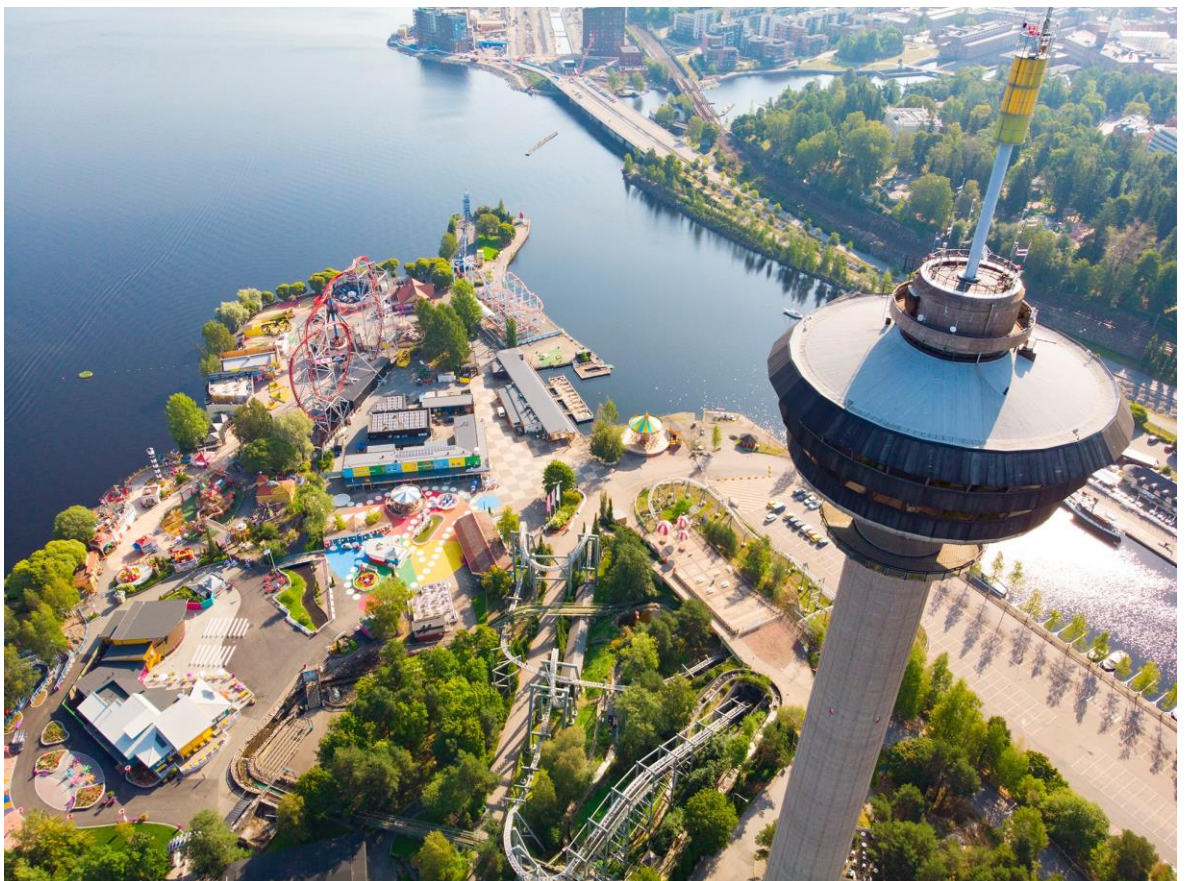
Hotelli on arkkitehtipiireissäkin kiinnostusta herättänyt skandinaavisen moderni design-hotelli. Myös Hostel on valittu kymmenen parhaan luksushostellin joukkoon brittilehti The Guardianissa. Dream Hostel ja Hotel on perheomisteinen majoitusliike. Tilat sijaitsevat kokonaan remontoitussa vanhassa teollisuusrakennuksessa keskustassa. Hotelli edistää tamperalaista kulttuuria suosittelemalla Tampereen tapahtumia, näyttelyitä ja Muumimuseota. (Tullin Sauna 2019.)



Kuva 3. Satavuotiaista kelohirsistä käsinveistetyt saunat entisöidyssä teollisuusrakennuksessa (Tullin Sauna 2019)

Särkänniemi on viidestä elämyskohteesta koostuva kokonaisuus. Nämä viisi ovat huvipuisto, akvaario, planetaario, näkötorni Näsinneula ja satumaatila Koiramäki. Lisäksi alueella on monia kioskeja, ravintoloita, sisäaktiviteettipuisto Superpark ja Sara Hildénin taidemuseo. Särkänniemi on Tampereen kaupungin omistama matkailuyhtiö. Liikevaihto vuonna 2018 oli 19,5 miljoonaa euroa. Työntekijöitä oli samana vuonna sesongin vilkkaimpaan aikaan yli 500 henkilöä. Kävijämäärä vuonna 2018 oli yli 650 000 henkilöä. Särkänniemi on sitoutunut vastuullisen kesätyön periaatteisiin ja on mukana Vastuullinen kesäduuni -kampanjassa 2019. Särkänniemi haastattelee kaikki kausityöpaikkoja hakevat henkilöt osana sosiaalisen vastuullisuuden ohjelmaansa. Yritys tekee hyväntekeväisyystoimintaa, jonka kohteena ovat paikalliset ryhmät. Se on mukana yhdessä Pirkanmaan sairaanhoitopiirin kanssa sairaalahuvipuiston kehittämisessä keskussairaalan lasten ja

nuorten keskuksen. Lisäksi se on alueen asemakaavoitustyössä yhteistyössä kaupungin kanssa. Yrityksen ympäristö- ja turvallisuuspolitiikan ajanmukaisuutta ja toteutumista arvioidaan säännöllisesti. Yhtiöllä on tähän liittyen ympäristölainsäädännön ISO 14001-seurantajärjestelmä ja myös korkea luottoluokitus. Särkänniemestä tuli 2018 Pohjoismaiden ensimmäinen huvipuisto, joka ryhtyi laajamittaisesti käyttämään aurinkosähköä: katoille rakennettiin aurinkovoimala. Lähes 100 % tuotetusta jätteestä menee hyötykäyttöön: 66 % hyödynnetään materiaalina ja 28 % energiana. Särkänniemi ilmoittaa sitoutuneensa jatkuvan parantamiseen, ympäristön pilaantumisen ehkäisemiseen ja energiatehokkuudenparantamiseen Matkailu- ja ravintolaelinkeinon energiatehokkuus-sopimuksen mukaisesti. "Uusi Särkänniemi"-hankkeen tähtäimessä on olla tulevaisuudessa kestävä matkailun ja elämysten kärkikohde yhteistyössä kaupungin kanssa. (Särkänniemi 2019.)



Kuva 4. Särkänniemen sijainti Näsijärven rantamaisemassa velvoittaa huolehtimaan ympäristönsuojelusta parhaalla mahdollisella tavalla (Särkänniemi 2019)



Tampere-talo on Pohjoismaiden suurin kongressi- ja konserttikeskus, joka tuottaa Tampereen alueelle 47 miljoonaa euroa vuosittain. Samoissa tiloissa ovat myös Tampere Filharmonia, Muumimuseo ja à la carte ravintola Tuhto. Kulttuuria tuetaan myös pitämällä paikallisen taiteilijan taidetta esillä ja sosiaalisen vastuun ohjelmassa on hyväntekeväisyshankkeita, ilmaistapahtumia ja matalan kynnyksen toimintaa. Yhteistyökumppaneina on paikallisia yrityksiä ja tavoitteena henkinen hyvinvointi, asiakkaiden viihtyminen, henkilöstön virkistyminen, nuorisotyöhön ja suomalaiseen kulttuuriin panostaminen. Tampere-talo on saanut ensimmäisenä kongressikeskuksena Pohjoismaissa Joutsenmerkin ja he pitävätkin ympäristövastuullisuutta yhtenä tärkeimmistä arvoistaan, jotka ohjaavat heidän toimintaansa. Tampere-talon ympäristövastuu ja ekologinen ajattelu sisältävät oman aurinkoenergiavoimalan katolla, kattopuutarhan sekä mehiläisyhdyskunnan, uudet led-tekniikkaan perustuvat valaisimet, ilmaa puhdistavan katteen katolla, ilmastoinnin kaukojäähdytyksen, ravintolassa lämmön talteenottojärjestelmän ja kemiallisia puhdistusaineita osittain korvaavan otsoniveden käytön. Uusi talon yhteyteen valmistuva Marriott-hotelli vahvistaa kokonaisvaltaista palvelua kävijälle. (Tampere-talo 2019.)



Kuva 5. Kattopuutarha, jonka tuotteita käytetään omassa ravintolassa (Tampere-talo 2019)



Tampereen Messut on Suomen toiseksi suurin messuyhtiö, joka järjestää erilaisia tapahtumia ja messuja Tampereen Messu- ja Urheilukeskuksessa. Messukävijöitä on vuosittain noin 150 000 ja näytteilleasettajia yli 3500. Henkilökuntaa keväällä 2018 oli 35 ja sitä edellisen vuoden liikevaihto oli 8,3 miljoonaa euroa. Tampereen Messut perustettiin 1967 ja perustajia olivat Tampereen kaupunki, Pirkanmaan Yrittäjät, Tampereen kauppakamari ja Tampereen Käsityö- ja teollisuusyhdistys. Pirkkahalli rakennettiin 1985 Härmälän vanhojen lentokonehallien läheisyyteen. Vuosien mittaan toiminta on laajentunut ja kansainvälistynyt, joten laajennusrakentamisen yhteydessä 2006 Pirkkahalli muuttui Tampereen Messu- ja Urheilukeskukseksi säilyttäen edelleen vanhat lentokonehallit, mutta uudistettuina. Konserniin kuuluu Tampereen Messut Oy:n lisäksi tapahtumatoimisto Finland Events, messurakentaja Expotec ja ravintolatoiminnasta vastaava Finnresta. Koko konsernin liikevaihto vuonna 2017 oli noin 13 miljoonaa euroa. (Tampereen Messut 2019.)



Kuva 6. Tampereen Messu- ja Urheilukeskuksen rakentamisessa on hyödynnetty entisiä lentokonehalleja (Tampereen Messut 2019)

Visit Tampere on Tampereen matkailu- ja tapahtuma-alan asiantuntijaorganisaatio. Se on Tampereen kaupunkiseudun kuntien omistaman Business Tampereen tytäryhtiö, jonka rahoitus tulee pääasiassa Tampereen kaupungilta. Tampereen kaupungin tavoitteena on vähentää kasvihuonekaasupäästöjä 80 prosenttia vuoden 1990 tasosta vuoteen 2030 mennessä. Kestävä kehitys huomioidaan kaupungin toiminnassa ja päätöksenteossa.

Osana tätä tavoitetta Visit Tampere on koonnut sivustolleen vinkkejä kaikille, kuinka jokainen voi vaikuttaa. Vinkit koskevat niin matkailua ja aktiviteettejä, majoitusta, vastuullisia kongresseja ja tapahtumia kuin ympäristösertifiointejakin. Se tarjoaa kestävyyskoulutusta kumppaneille ja tapahtuma- ja kongressijärjestäjille, viestii kumppaneiden vastuullisuussaavutuksista ja kehittää vastuullisen matkailun ohjelmaa yhteistyössä Visit Finlandin kanssa. Visit Tampereen tavoite on kaupungin vahvistaminen matkailu-, tapahtuma- ja kongressikaupunkina, sekä kansallisesti että kansainvälisesti. Samalla tavoitteena on Tampereen kaupunkiseudun elinvoimaisuuden lisääminen. Visit Tampereen toimintaan kuuluvat mm. hankkeet ja matkailuneuvonta ja se pyrkiikin toiminnallaan tuomaan esiin paikallisuutta. Omassa toiminnassaan se suosii kierrätettyjä ja ympäristöystävällisiä materiaaleja, jätteen vähentämistä hankkimalla vain tarvittavia määriä tuotteita ja olemassa olevan materiaalin hyödyntämistä. Henkilökuntaa opastetaan lajittelussa ja kannustetaan työmatkailuun pyörällä, jalkaisin tai julkisilla liikennevälineillä. Kasvisruoan määrää myös lisätään tilaisuuksissa. Kestävä kehitys huomioidaan päätöksenteossa ja johto on sitoutunut kestävän kehityksen edistämiseen ja resursointiin. Visit Tampereen tavoitteena on Global Destination Sustainability Index -kaupunkien top 10 listalle. (Visit Tampere 2018.)



Kuva 7. Visit Tampere on mukana tavoitteessa tehdä Tampereesta hiilineutraali vuoteen 2030 mennessä (Visit Tampere)



Vapriikki on Tampellan tehtaan entisissä tiloissa Tammerkosken rannalla sijaitseva museokeskus, joka koostuu kerrallaan yli kymmenestä näyttelystä. Näyttelyt kertovat erityisesti Tampereen ja Pirkanmaan historiasta. Vapriikissa sijaitsevat Tampereen Luonnontieteellinen Museo, Suomen Jääkiekkomuseo, Suomen Pelimuseo, Tampereen Kivimuseo, Postimuseo, Mediamuseo Vapriikki ja Nukkemuseo. Myös museoravintola, myymälä ja tilat kokousvieraille löytyvät samasta rakennuksesta. Vapriikki avattiin 1996 ja sen vanhimmat osat on rakennettu 1880-luvulla. Sata metriä pitkä ja kuusitoista metriä korkea suurin näyttelytila on peräisin 1910- ja 20-luvuilta. Vapriikin kokonaispinta-ala on noin 14 000 neliötä ja siihen kuuluvat museoiden lisäksi tutkimus- ja toimistotilat, arkeologinen toiminta, puutyöverstas, kuva-arkisto, käsikirjasto ja auditorio. Tammerkosken kansallismaisemaan vesistön päälle avattiin yleisölle tämän vuoden huhtikuussa Vapriikin-raitti osana Tampereen keskustan kehittämisohjelmaa. Vuonna 1999 Suomi oli Euroopan Unionin neuvoston puheenjohtajamaa. Yhdeksi kokouspaikaksi oli valittu Vapriikki. (Vapriikki 2014.)



Kuva 8. Museo kunnioittaa kulttuuriperinnettä ja jakaa tietoa mm. Tampere 1918 -näyttelyssä (Vapriikki 2014)

Saunaravintola Kuuma on kaksi saunaa, pulahdusaltaan, kahvila-ravintolan ja kaksi terassialuetta käsittävä kokonaisuus. Kaksikerroksinen Kuuma sijaitsee aivan Tampereen keskustassa Laukontorin ja Ratinan suvannon reunalla. Yleisistä kaikille avoimista seksaunoista toinen on puilla lämpiävä kertalämmitteinen sauna ja toinen on moderni savusauna. Saunaista pääsee ympäri vuoden kastautumaan Pyhäjärvestä olevaan omaan pulahdusaltaaseen. Ravintolan filosofiana on puhtaat maut höystettynä pienillä yllättävillä twisteillä ja ruokalista vaihtuu sesonkien mukaan. Kuuma haluaa luoda niin paikallisille kuin matkailijoille yhteisen olohuoneen, joka yhdistää suomalaiseen saunakulttuuriin pohjoismaista gastronomiaa ja miljöötä. (Saunaravintola Kuuma 2019.)



Kuva 9. Pulahdusallas Pyhäjärvestä (Saunaravintola Kuuma)

Hopealinjat on järvimatkailuun keskittynyt laivayhtiö, joka muodostuu kahdesta yhtiöstä; Suomen Hopealinja Oy ja Oy Runoilijan tie. Yhtiön laivat liikennöivät Näsijärvellä, Pyhäjärvellä ja Vanajavedellä reiteillä välillä Virrat-Tampere-Valkeakoski-Hämeenlinna. Osa reiteistä on kulttuurihistoriallisia ja yhdellä laivareiteistä on myös mahdollisuus tutustua paikalliseen taiteilijakotiin. Pyöräilijän aktiivipassilla mahdollisuus yhdistää järvien ekologiset pyöräilyreitit laivamatkaan. Laivoja yhtiöllä on seitsemän kappaletta ja niiden yhteenlaskettu kapasiteetti matkustajamäärissä on yli 1100 matkustajaa. Vakituista henkilökuntaa on 7 henkilöä. Laivojen ravintoloissa panostetaan kotimaisiin raaka-aineisiin, paikallisten tuottajien valikoimaan ja tarjotaan järvimaisemiin sopivaa nykyaikaista suomalaista ruokaa. Laivoilla hyödynnetään sesonkiruokia ja yksityiskohtana ovat tuotteet, jotka on valittu Hopealinjojen laivareittien varrella sijaitsevilta tuottajilta. Tästä esimerkkinä on Tampere–

Ruovesi–Virrat -reittiä liikennöivä höyrylaiva Tarjanne, jolla on tarjolla Raija Asunnan ruisleipää, joka on peräisin Ruovedeltä. Kyseinen höyrylaiva on historiassaan osallistunut 20-luvulla paikalliseen laivan pelastusoperaatioon ja ollut myös sodassa mukana. (Hopealinjat 2019.)



Kuva 10. Laivareittiin voi yhdistää ekologisen pyörämatkailun Pyöräilijän aktiivipassilla (Hopealinjat 2019)

Tallipiha on entisen Finlaysonin puuvillatehtaan yhteyteen kuulunut talouspiha, jossa nykyisin toimii kahvila ja kymmenkunta putiikkia, joiden tarjonta on paljolti käsityönä tehtyä. Esimerkkeinä tuotteista ovat mm. käsintehty kortit ja lasityöt sekä käytöstä poistetuista suomalaisista kolikoista ja vanhoista hopeisista aterimista tehdyt korut. Tallipihalla järjestettävien tapahtumien (esim. lasten ja nuorten pihakirppiksen) yhteydessä on mahdollista päästä vossikka-ajelulle tutustumaan Finlaysonin alueeseen. Tallipihalla on vanhan ajan tunnelmaa ja jopa kasvillisuudesta vanhimmat säilytetyt puut ovat todennäköisesti peräisin jo viime vuosisadalta. (Tallipiha 2019.)





Kuva 11. Tallipihan tunnelmaa historiallisessa miljöössä (Tallipiha 2019)

Hotelli Ville on erityisesti työ- ja liikematkustajille suunnattu itsepalveluhotelli. Ville sijaitsee noin puolitoista kilometriä keskustasta ja viitisentoista kilometriä Tampere-Pirkkala lentoasemalta. Hotelli myös ohjeistaa kuinka pääsee perille julkisilla liikennevälineillä. Huoneet ovat savuttomia ja vaihtoehtona on myös maksimissaan kuudelle henkilölle soveltuva isompi huoneisto. Lähellä on myös Hatanpään Kartano ja arboretumin puistoalue Pyhäjärven rannassa, joita hotelli suosittelee käyntikohteiksi. Hotellin kanssa samassa yhteydessä toimii myös yksityinen ruoka- ja olutravintola. Ravintola panostaa raaka-aineissaan kotimaisiin, tuoreisiin ja laadukkaisiin tuotteisiin, käyttäen itse tekemässään ruoassa mahdollisimman paljon lähituottajien ja Kauppahallin tuotteita. Juomapuoli painottuu paikallisiin ja ulkomaisiin pienpanimotuotteisiin. (Hotelli Ville 2017.)



Kuva 12. Hotellin ravintolassa tarjotaan itsetehtyä ruokaa paikallisia tuottajia hyödyntäen (Hotelli Ville 2017)

#### 4.1 Laadullinen tutkimus

Laadullinen tutkimus on ymmärtämiseen pyrkivää tutkimusta. Siinä tutkitaan jotakin ilmiötä, sen koostumusta, tekijöitä ja tekijöiden välisiä suhteita. Siinä ei pyritä yleistykseen, sillä selitys perustuu vain tutkittavaan ilmiöön. Laadullisen tutkimuksen tuottona on selitys käytännöstä eli empiriasta. Tähän perustuen laadullista tutkimusotetta kutsutaan induktioksi eli käytännöstä teoriaan suuntautuvaksi. Toisinaan laadullista tutkimusta kutsutaan myös aineistolähtöiseksi tutkimukseksi. (Kananen 2017, 41-44.)

Laadullisen tutkimuksen avulla pyritään tuloksiin ilman tilastollisia menetelmiä tai määrällisiä keinoja. Verrattaessa määrälliseen tutkimukseen, joka perustuu lukuihin, laadullisessa tutkimuksessa käytetään sanoja ja lauseita, se on kuvailevaa eli deskriptiivistä. Laadullisessa tutkimuksessa ei ole tiukkoja tulkintasääntöjä. Siinä tutkitaan yksittäistä tapausta ja etupäässä prosesseja. Laadullinen tutkimus on kiinnostunut ihmisten kokemuksista ja merkityksistä. Siinä edetään usein yksittäisistä havainnoista tuloksiin eli siinä käytetään induktiivista päättelyn logiikkaa. (Kananen 2017, 35-36.)

Laadullisessa tutkimuksessa aineistosta löytyy useinkin kiinnostavia ja yllättäviä asioita. Tämä tuo kuitenkin mukanaan haasteita. Uusien mielenkiintoisten asioiden löytyessä tutkijan on muistettava, että kaikkea ei voi laittaa yhteen tutkimukseen. On keskityttävä juuri kyseisen tutkimuksen aiheeseen ja rajattava raportointi suhteessa tutkimusongelmaan tai tehtävään. (Tuomi & Satajärvi 2018, 104-105.)

Aineistoa kerätessä ei voida tehdä yksityiskohtaisia kysymyksiä, muuten kyseessä olisi määrällinen tutkimus. (Kananen 2017, 33). Tutkijan roolina on olla ulkopuolinen osallistuja ja hän toimii aineiston kerääjänä, tavoitteena ymmärtää ilmiötä. Tutkija päättää mitä, paljonko ja keneltä hän kysyy, joten tutkimuksessa jää paljon tutkijan oman harkinnan varaan. (Kananen 2017, 33-34, 41-43.)

Opinnäytetyöhön valittiin tämä tutkimusmenetelmä, koska haluttiin käyttää avoimia kysymyksiä. Valitut matkailuyritykset ovat hyvin eri kokoisia ja matkailun eri osa-alueilla, joten ne eivät ole yhtenäinen ryhmä, jonka voi olettaa toimivan samoilla tavoin. Pelkästään valmiiksi rajatut kysymykset olisivat rajanneet vastauksia liikaa ja jotain oleellista olisi voinut jäädä tulematta ilmi. Numeraalisten määrien kerääminen ei antaisi vastausta tutkimuskysymykseen mitä toimenpiteitä heidän yrityksissään tehdään kestävän matkailun eteen. Laadullisella tutkimuksella voidaan saada vastaajilta esiin myös ideoita, joita tutkija ei olisi itse ymmärtänyt kysyä tiukasti rajatussa määrällisessä tutkimuksessa. Määrällinen tutki-

mus olisi myös vaatinut laajemman otoksen yleiskuvan ymmärtämiseksi. Siihen ei kuitenkaan tässä pyritty, vaan nimenomaan löytämään olemassa olevia, joko toimivia tai kehitettäviä, käytänteitä kestävän matkailun edistämiseksi.

## **4.2 Sisällönanalyysi aineistonkeruumenetelmänä**

Sisällönanalyysi on perusanalyysimenetelmä, jota voidaan käyttää laadullisessa tutkimuksessa. Se toimii yksittäisenä metodina, mutta myös väljänä teoreettisena kehyksenä, kun kyseessä on kirjoitetun, kuullun tai nähdyn sisällön analyysi. Sisällönanalyysi kuuluu laadullisen tutkimuksen ryhmään, jossa analysointia lähtökohtaisesti ei ohjaa teoria tai filosofinen tieto-oppi, mutta joihin voidaan soveltaa monenlaisia teoreettisia lähtökohtia. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 103.)

Tutkimuskysymysten ratkaisemisessa voidaan käyttää kirjallista aineistoa. Tällaisia aineistoja kutsutaan sekundäärisiksi eli olemassa oleviksi aineistoiksi. Niitä voivat olla pöytäkirjat, organisaatioiden kuvaukset, vuosikertomukset, muistiot ja muut dokumentit, jotka liittyvät tutkittavaan aiheeseen. Näitä dokumentteja ei erikseen tuoteta laadullista tutkimusta varten, vaan ne ovat jo olemassa olevia. Tutkimusmateriaalina voidaan käyttää kirjallisia aineistoja sellaisenaan tai vaikkapa haastattelujen täydentämiseksi. (Kananen 2017, 120-122.)

Tässä opinnäytetyössä käytettiin mukaan valikoitujen yritysten verkkosivuja kirjallisena aineistona. Kirjallisen aineiston käyttöön päädyttiin, koska alkuperäiseen yritysten itse vastattavaksi suunnattuun kyselyyn ei saatu yrityksiltä vastauksia.

Laadullisessa analyysissä voidaan käyttää joko induktiivista tai deduktiivista päättelyä. Jos tutkija ottaa teorian mukaan päättelyyn jo analyysin alkuvaiheessa, on kyse deduktiivisesta päättelystä. Jos taas teoria ohjaa päättelyä vasta loppuvaiheessa, ollaan induktiivisen päättelyn käsitteessä. Induktiivisen päättelyn ongelmaksi katsotaan se, ettei uuden teorian voida katsoa syntyvän pelkkien havaintojen perusteella. Deduktiivisessa päättelyssä puolestaan pohjaideana on totuuden säilyttäminen päättelyprosessin edetessä. Näitä analyysin muotoja tukemaan käytännössä tarvitaan vielä kolmaskin tieteellisen päättelyn logiikka, joka on abduktiivinen päättely. Sen pohjalta teoriaa voidaan muodostaa, kun havaintoja tehdään jonkin johtoajatuksen mukaisesti. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 107, 113.)



Teoriaohjaavassa analyysissä aiempi tieto ohjaa ja auttaa analyysia yhdistelemään osia, koska tutkittava asiasta on jo tiedetty teoriaa. Tutkimuksen aineisto voidaan kerätä melko vapaasti. Aluksi edetään aineistolähtöisesti ja analyysivaiheessa tarkastellaan tutkimuksessa saatua tietoa teoriassa esitettyyn jakoon pohjautuen. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 109-112.)

Aineistoanalyysissä on oma osansa myös keksimisen logiikalla. Yleistäen voidaan sanoa, että ei ole olemassa totuuden etsinnän menestyksen takaavaa tieteellistä metodologiaa. Tutkijan on itse tuotettava analyysinsä viisaus. Tutkijalta vaaditaan metodien noudattamisen lisäksi vastaanottokykyä, oivalluksia ja ehkäpä myös onnekkuutta. Toisin sanoen tutkijan on löydettävä aineistosta teemoja oman ymmärryksensä avulla. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 113.)

Sisällönanalyysin tavoitteena on kuvailla aineistoa sanallisesti. Sisällönanalyysillä voidaan systemaattisesti ja näkemyksestä riippumattomasti analysoida dokumentteja. Dokumentiksi voidaan huomioida miltei mikä tahansa kirjalliseen muotoon muutettu materiaali. Sisällönanalyysin tarkoitus on saada tutkittavasta aiheesta tiivis ja yleisessä muodossa oleva kuvaus. Sisällönanalyysillä kerätään tutkittu aineisto yhteen johtopäätöksiä varten. Apuna siihen voidaan käyttää kvantifiointia eli sisällön erittelyä määrällisesti. Kvantifioinnissa lasketaan, monestiko sama asia esiintyy tai kuinka moni tutkittavista esittää saman asian. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 117-119, 135.)

Tässä tutkimuksessa tutkija etsi selkeästi kolmeen kestäväan matkailun ulottuvuuteen, ekologiseen, sosiokulttuuriseen ja taloudelliseen kehitykseen liittyviä käytännön toimenpiteitä. Selkeä raja-alue auttoi etsimään tarvittavia vastauksia ja erotti oikeat asiat runsaasta muusta mielenkiintoisesta tiedosta. Löydetty asiat teemoitettiin ja lopuksi kirjoitettiin yhteenveto. Käsittelyssä noudatettiin laadullisen tutkimuksen analyysirunkoa. Rungon mukaisesti päätetään mikä aineistossa on kiinnostavaa, erotellaan läpikäynnissä kiinnostavat asiat, jätetään muu pois, kerätään asiat yhteen, luokitellaan, teemoitetaan tai tyypitellään aineisto ja viimeiseksi kirjoitetaan yhteenveto (Tuomi & Sarajärvi 2018, 104).

Tutkimuksessa käytettiin avoimia kysymyksiä. Avointen kysymysten avulla saadaan enemmän tietoa kuin suljetuilla kysymyksillä, eikä niihin voida vastata kyllä tai ei. Avoimilla kysymyksillä tutkija tavoittelee laajempaa ymmärrystä vastaajien suhteesta tutkittavaan aiheeseen. Hypoteettisiin kysymyksiin liittyy oletus vastauksesta. Sen vuoksi tässä opin- näytetyössä ei haluttu käyttää hypoteettisia kysymyksiä eikä myöskään strukturoituja eli kysymyksiä, joihin on annettu valmis vastausvaihtoehto. (Kananen 2017, 93-99.)

Esitetyt kysymykset perustuvat tutkimusongelmaan ja niillä pyritään kartoittamaan vastaajien kokemusmaailmaa yleisten näkemysten sijasta. Kysymykset ovat käytännöllisiä ja perustuvat mitä-kysymyksiin (kuvaileva eli deskriptiivinen kysymys) ja syy-seuraus-kysymyksiin kuten miten, kuinka, miksi. (Kananen 2017, 101-102.)

Tässä tutkimuksessa käytetyt kysymykset oli jaoteltu neljään eri osa-alueeseen. Kysymykset 1-3 koskivat ekologista kestävyyttä, kysymykset 4-6 sosiokulttuurisuutta, 7-9 kysymykset käsittelivät taloudellista kestävyyttä ja viimeinen kestävän matkailun tulevaisuutta. Purkuvaiheessa tämä auttoi myös löydettyjen vastausten teemoittamista ja käsittelyä. Apuna käytettiin käsitteistä julkaistua teorian tietoa, joka on koostettuna opinnäytetyöhön. Analyysiin koottiin tieto sanallisesti, mutta luokittelussa käytettiin myös kvantitatiivisia määreitä, kun etsittiin, oliko sama asia ilmennyt useasti eri yritysten vastauksissa.

Tässä opinnäytetyössä etsittiin matkailuyrityksistä vastausta seuraaviin kysymyksiin.

1. Miten huomioitte ympäristön ja luonnon toiminnassanne?
2. Miten huomioitte energiankulutuksen ja jätteen tuottamisen yrityksessänne?
3. Miten huomioitte hiilijalanjäljen eli palvelunne mahdollisesti tuottamat päästöt?
4. Millä tavoin paikallinen kulttuuri näkyy toiminnassanne?
5. Millä tavoin paikallinen väestö on osa toimintaanne?
6. Millä tavoin osallistutte matkailua koskevaan paikalliseen suunnitteluun tai päätöksentekoon?
7. Mitä toimenpiteitä teette matkailusta saatavien tulojen jäämiseksi Pirkanmaan alueelle?
8. Mitä toimenpiteitä teette tukeaksenne paikallista työllistymistä tai yhteistyötä?
9. Mitä toimenpiteitä teette, jotta asiakkaanne toimisivat kestävän matkailun mukaisesti?
10. Miten aiotte tulevaisuudessa kehittää kestäväää matkailua yrityksessänne?

Tutkija aloitti työskentelyn valitsemalla mukaan 12 paikallista matkailualan yritystä. Valintakriteereinä olivat paikallisuuden lisäksi tavoite saada mukaan mahdollisimman erikokoisia ja matkailun eri osa-alueilla toimivia yrityksiä. Tutkimuksen tiedonlähteenä olivat yritysten omat verkkosivut, joten mukaan ei luonnollisestikaan päässyt yrityksiä, joilta ne puuttuvat. Tutkija ei halunnut ottaa mukaan vain yrityksiä, joilla ennakolta tiedetyn mukaisesti olisi jo olemassa kestäväään matkailuun liittyviä toimenpiteitä. Mikäli tutkittavat olisi rajattu näin, olisi ollut mahdollista, että kestävän matkailun tilanteesta ei olisi saatu realistista kuvaa ja lopputulema olisi ollut liian optimistinen kestävyuden toteuttamisen suhteen.

Tutkija jatkoi lukemalla valittujen yritysten verkkosivut kokonaisvaltaisesti läpi, myös mahdolliset liitteet, kuten toimintakertomukset. Kokonaiskartoituksen jälkeen tutkija kirjoitti tiivistetysti yleisesittelyt yrityksistä, jotta lukijallekin muodostuisi mielikuva millaisista yrityksistä on kyse.

Tämän jälkeen tutkija aloitti verkkosivujen tietojen läpikäynnin yritys kerrallaan. Kun kokonaismielikuva oli muodostunut ensimmäisellä lukukerralla, tällä kierroksella etsittiin nimenomaan mitä tietoa oli tarjolla kestävän matkailun aihepiiristä. Lisäksi tutkija käytti tässä kohden myös sivujen omia hakukoneita etsien sanoja kuten kestävä matkailu, kestävyys ja vastuullisuus. Runkona toimivat tutkimuksen aiemmin esitellyt kymmenen kysymystä. Kysymys ja yritys kerrallaan etsittiin verkkosivuilta löytyvä tieto kyseiseen kohtaan liittyen. Pienistä pätkistä koostuva tieto koottiin yhteen manuaalisesti paperille, luettiin läpi samalla perinteisesti alleviivaten ja ympyröiden huomioita. Näistä tiivistettiin lyhyt sanallinen yhteenveto sitä varten koostettuun taulukkoon. Näin toimittiin jokaisen yrityksen ja kysymyksen kohdalla. Kestävän matkailun kolme ulottuvuutta ja sen tulevaisuus toimivat johtotähtinä tiedon etsinnässä ja koostamisessa, koska ne olivat tutkimuksen kannalta oleelliset asiat.

Taulukointi tehtiin helpottamaan tutkijaa vastausten vertailussa ja se mahdollisti myös samsaisältöisten vastausten määrällistä koontia. Taulukon käyttö oli perusteltua myös siksi, että se tuo lukijalle lyhyesti esiin käytännön toimenpiteet yrityskohtaisesti. Myös yritysten esittelyn yhteyteen työhön lisätyt valokuvat teksteineen olivat merkityksellisiä. Sekä kuvalla että kuvatekstillä pyrittiin tuomaan esiin jotain kyseisen yrityksen kestävyyyteen liittyvää.

Analysointivaiheessa tutkija vertasi käytännön toimenpiteistä löytämäänsä tietoa teoreettiseen pohjaan. Analyysi jakautui neljään eri osioon kestävän matkailun ulottuvuuksien ja tulevaisuuden mukaisesti. Nämä osiot valittiin, koska ne ovat merkityksellisiä tutkimukselle. Tutkijan mielestä jako näihin osioihin auttoi myös hahmottamaan kokonaisuuden yritysten tilanteesta kestävän matkailun suhteen. Analysoinnissa kiinnitettiin huomioita myös seikkoihin, joita tutkija ei ollut osannut ajatella ennen tutkimukseen ryhtymistä.

### 4.3 Tutkimuksen luotettavuus

Kirjallisen aineiston dokumenttien käyttö laadullisessa tutkimuksessa on haasteellista. Dokumenteissa tuodaan esiin asioita, jotka on pakko ilmoittaa lakiin perustuen. Niissä voidaan tuoda näiden pakollisten asioiden lisäksi esiin asioita, jotka ovat organisaatiolle tai julkaisijataholle eduksi. Samalla voidaan jättää pois tietoja tai asioita, joista ei haluta puhua ääneen. Dokumenteilla saatetaan myös haluta vaikuttaa tiettyihin tahoihin ja teksti on kirjoitettu tätä silmällä pitäen. Kyseessä on siis aineisto, jota yritykset ovat valmiit ilmoittamaan verkkosivuillaan. (Kananen 2017, 121.)

Toisaalta kirjalliset dokumentit voivat olla haastatteluja luotettavampia, koska tällöin eliminoidaan inhimillinen muistin ja muistikuvien vaihtelu. Edellyttäen tietenkin, että dokumenteissa esitetään asiat totuudenmukaisesti. (Kananen 2017, 122.)

Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuus on usein tutkijan arvioinnin varassa. Selkeästi mitattavia arvoja ei ole kuten kvantitatiivisessa tutkimuksessa, joka pohjautuu määriin. Laadullisessa tutkimuksessa tutkija päättää ketä, mitä ja miten tutkitaan ja analysoidaan. Luotettavuutta voi lisätä keräämällä tietoa eri lähteistä (triangulaatio), luetuttamalla aineiston haastateltavalla (informaatin vahvistus), riittävällä dokumentoinnilla ja perusteluilla (arvioitavuus) ja ristiriidattomuudella kahden tutkijan johtopäätöksissä (sisäinen validiteetti). Eri lähteistä kerättyjen tulosten toistuvuus (saturaatio) ja aikaisempien tutkimustulosten käyttö voivat myös lisätä tutkimuksen luotettavuutta. (Kananen 2017, 176-180.)

Tässä tutkimuksessa luotettavuuden arvioinnissa on huomioitava kaksi seikkaa. Tulokset perustuvat yritysten julkisiin verkkosivuihin ja tiedon tulkinta perustuu osittain tutkijan näkemykseen. Verkkosivuilla näkyy vain se, mitä yritykset ovat itse halunneet tuoda nähtäväksi ja verkkosivuja käytetään myös markkinointivälineenä tiedottamisen lisäksi. Luotettavuutta lisää se, että osalla yrityksistä löytyy verkkosivujen kautta myös toimintakertomus, jossa tuodaan konkreettisemmin esille kysytyjä asioita. Toisaalta Suomessa yritysten tiedottaminen on yleisesti ottaen luotettavalla tasolla verrattuna kehittyviin tai itsevaltiassuhteisiin maihin. Koska kaikkiin kyselyssä esitettyihin kysymyksiin ei löydy suoraa vastausta, joutui tutkija myös itse tulkitsemaan sivustoilta löytyvää tietoa. Esitetyn tiedon kohdalla joutui miettimään, kuuluuko tämä nimenomainen asia johonkin kestävästä matkailun kolmesta ulottuvuudesta. Tutkija etsi tietoa myös toisinpäin eli miettien mitä kaikkea kunkin ulottuvuuden alle kuuluu ja löytyykö sellaista tietoa kyseiseltä sivustolta. Medialukutaito ja -kriittisyys ja annetun tiedon riittävä totuudenmukaisuus muodostivat tutkimuksen luotettavuuden. Saatua tietoa voidaan pitää luotettavana, joskaan ei kattavana.

## 5 Tutkimustulokset

Yritysten verkkosivujen perusteella tutkitut vastaukset on tiivistetty oheisiin neljään tauluk-  
koon vastaten tutkimuksen avoimia kysymyksiä. Taulukoiden alta löytyvät selitykset  
\*-merkittyihin kohtiin.

Taulukko 1. Yritysvertilu kestävän matkailun käytänteistä (Solo Sokos Hotel Torni Tam-  
pere 2019, Lillan Hotel Café Butik 2017, Tullin Sauna 2019)

Kysymys	Solo Sokos Hotel Torni Tampere	Lillan Hotel Café Butik	Tullin Sauna
1. Ympäristön ja luon- non huomiointi	Green Key -ympäristömerkki *1		ravintolassa kauden satoa
2. Energiankulutuksen ja jätteen tuottamisen huomiointi			hävikin minimointi ra- vintolassa
3. Hiilijalanjäljen eli pal- velun tuottamien päästöjen huomiointi			filosofiana eettinen ruoka ja ekologisuus
4. Paikallisen kulttuurin näkyvyys toiminnassa	tamperelaisuus ja Tampereen historia esillä teksteileissä, tape- teissa, materiaaleissa ja julkisi- vussa		vanha teollisuuskiin- teistö remontoitu yrityk- sen käyttöön
5. Paikallinen väestö osana toimintaa			
6. Paikalliseen suunnit- teluun tai päätöksen- tekoon osallistuminen	Museoviraston suojelemat vetu- ritallit kunnostettu osaksi hotellia		
7. Tulojen jääminen alu- eelle			
8. Paikallisen työllistymi- sen tai yhteistyön tu- keminen	suosittelee ajankohtaisia paikal- lisiä kulttuuritapahtumia	myynnissä paikallisia tuotteita	raaka-aineita paikalli- silta tuottajilta  suosittelee Tampereen tapahtumia, näyttelyitä ja Muumimuseota
9. Asiakkaiden toimimi- nen kestävän matkai- lun mukaisesti			
10. Kestävän matkailun kehittäminen tulevai- suudessa			

\*1 Green Key -merkin saanut majoituskohte on sitoutunut henkilöstön ja asiakkaiden ym-  
päristötietoisuuden kasvattamiseen. Samoin myös energian- ja vedenkäytön tehostami-  
seen sekä majoitustoiminnan ympäristörasituksen pienentämiseen. Green Key -ohjelmaa  
hallinnoi kotimaassa Suomen Ympäristökasvatus Oy ja kansainvälisesti Foundation for  
Environmental Education, FEE. (Green Key 2019.)

Taulukko 2. Yritysvertilu kestävän matkailun käytänteistä (Särkänniemi 2019, Tampere-talo 2019, Tampereen Messut 2019)

Kysymys	Särkänniemi	Tampere-talo	Tampereen Messut
1. Ympäristön ja luonnon huomiointi	ISO 14001 -ympäristöjohtamisen järjestelmä *2	Joutsenmerkki *4	
2. Energiankulutuksen ja jätteen tuottamisen huomiointi	aurinkosähkö: katoille rakennettu aurinkovoimala  lähes 100 % tuotetusta jätteestä hyötykäyttöön: 66 % hyödynnetään materiaalina ja 28 % energiana	aurinkoenergiavoimala katolla  kattopuutarha ja mehiläisyhdyskunnat  lämmöntalteenottojärjestelmä  kaukojäähdytys  led-valaisimet	
3. Hiilijalanjäljen eli palvelun tuottamien päästöjen huomiointi		ilmaa puhdistava bitumikate  otsoniveden käyttö	
4. Paikallisen kulttuurin näkyvyys toiminnassa		paikallisen taiteilijan taidetta esillä	säilytetty vanhat lentokonehallit uudistettuina
5. Paikallinen väestö osana toimintaa	hyväntekeväisyystoimintaa, kohteena paikalliset ryhmät	sosiaalisen vastuun ohjelmassa hyväntekeväisyshankkeita, ilmaistapahtumia ja matalan kynnyksen toimintaa	
6. Paikalliseen suunnitteluun tai päätöksentekoon osallistuminen	Pirkanmaan sairaanhoitopiirin kanssa sairaalahuvipuiston kehittäminen  alueen asemakaavoitustyö kaupungin kanssa		
7. Tulojen jääminen alueelle		talon yhteyteen valmistuva Marriott vahvistaa kokonaisvaltaista palvelua	
8. Paikallisen työllistymisen tai yhteistyön tukeminen	haastattelee kaikki kausityöpaikkoja hakevat henkilöt osana sosiaalisen vastuullisuuden ohjelmaansa	yhteistyökumppaneina paikallisia yrityksiä ja tavoitteena henkinen hyvinvointi, viihtyminen, virkistyminen, nuorisotyöhön ja suomalaiseen kulttuuriin panostaminen	konserniyhteistyö tapahtumatoimiston, messurakentajan ja ravintolatoiminnan kanssa
9. Asiakkaiden toimiminen kestävän matkailun mukaisesti			
10. Kestävän matkailun kehittäminen tulevaisuudessa	"Uusi Särkänniemi"-hanke: tähtäimessä olla kestävän matkailun ja elämysten kärkikohde yhteistyössä kaupungin kanssa *3		

\*2 ISO 14001 on kansainvälinen standardi, jossa määritellään ympäristöjärjestelmää koskevat vaatimukset, joilla organisaatio voi tehostaa ympäristönsuojelun tasoaan. Standardin sisältyvät ainakin ympäristönsuojelun tason parantaminen, sitovien velvoitteiden täyttäminen ja ympäristötavoitteiden saavuttaminen. (SFS 2019.)

\*3 Tampere on asettanut tavoitteekseen olla hiilineutraali kaupunki vuonna 2030. Yksi tämän hankkeen toteuttajista on Särkänniemi alueensa kehittämisellä. Uudistuvasta Särkänniemestä rakennetaan ympärivuotista matkailun ja elämysten keskittymää. Tähtäimessä on olla kestävän matkailun ja elämysten kärkikohde. Suunnitteilla on Järvikeskus, kylpylähotelli, satama-alueen elävöittäminen ja uusia ravintolapalveluita, joissa sijainti Näsijärven rannalla toimii valttina. (Särkänniemi 2019.)

\*4 Joutsenmerkki on pohjoismainen ympäristömerkki, jonka tavoitteena on edistää kestävä kehitystä. Yritykset voivat hakea merkkiä toiminnalleen, jos asetetut kriteerit täyttyvät. Kriteereitä tarkistetaan noin 3-5 vuoden välein mm. uuden ympäristötiedon tai tekniikan kehittymisen vuoksi. Tarkistuksen yhteydessä yritykset joutuvat hakemaan merkkiä uudelleen. Hotelleja, ravintoloita ja kongressikeskuksia koskevassa kriteeristössä Joutsenmerkki edellyttää esim. energiankulutuksen raja-arvojen toteuttamista, aktiivista jätemäärän ja vedenkulutuksen vähentämistä sekä raaka-aineiden hankintaa koskevien vaatimusten toteutumista. (Joutsenmerkki 2019.)

Taulukko 3. Yritysvertilu kestävän matkailun käytänteistä (Visit Tampere 2018, Vapriikki 2014, Saunaravintola Kuuma 2019)

Kysymys	Visit Tampere	Vapriikki	Saunaravintola Kuuma
1. Ympäristön ja luonnon huomiointi	kierrätettyjen ja ympäristöystävällisten materiaalien suosiminen		
2. Energiankulutuksen ja jätteen tuottamisen huomiointi	jätteen vähentäminen hankkimalla vain tarvittavia määriä tuotteita, olemassa olevan materiaalin hyödyntäminen  henkilökunnan opastus lajittelussa		
3. Hiilijalanjäljen eli palvelun tuottamien päästöjen huomiointi	henkilökunnan kannustaminen työmatkailuun pyörällä, jalkaisin tai julkisilla liikenevälineillä  kasvisruoan lisääminen		sesonkien mukaista puhdasta ruokaa
4. Paikallisen kulttuurin näkyvyys toiminnassa	toiminta pyrkii tuomaan esiin paikallisuutta	näyttelyt kertovat erityisesti Tampereen ja Pirkanmaan historiasta  toimii Tampellan vanhassa tehtaassa	
5. Paikallinen väestö osana toimintaa	ohjeistaminen kuinka toimia vastuullisesti retkeilijänä, matkailijana, tapahtumiin osallistujana, kaupunkilaisena jne.		saunat ovat kaikille avoimia yleisiä sekasaunoja
6. Paikalliseen suunnitteluun tai päätöksentekoon osallistuminen	kestävän kehityksen huomioiminen päätöksenteossa  johto sitoutunut kestävän kehityksen edistämiseen	Tammerkosken kansallismaisemassa vesistön päällä Vapriikinraitti osana Tampereen keskustan kehittämisohjelmaa	
7. Tulojen jääminen alueelle	tavoitteena Tampereen kaupunkiseudun elinvoimaisuuden lisääminen		
8. Paikallisen työllistymisen tai yhteistyön tukeminen	kumppaneiden vastuullisuussuhteista viestiminen		
9. Asiakkaiden toimiminen kestävän matkailun mukaisesti	koulutusta kumppaneille ja tapahtuma- ja kongressijärjestäjille		
10. Kestävän matkailun kehittäminen tulevaisuudessa	vastuullisen matkailun ohjelma  tavoitteena nousta Global Destination Sustainability Index -kaupunkien top 10 listalle		



Taulukko 4. Yritysvertilu kestävän matkailun käytänteistä (Hopealinjat 2019, Tallipiha 2019, Hotelli Ville 2017)

Kysymys	Hopealinjat	Tallipiha	Hotelli Ville
1. Ympäristön ja luonnon huomiointi		viime vuosisadalta olevat puut säilytetty pihapiirissä	
2. Energiankulutuksen ja jätteen tuottamisen huomiointi			
3. Hiilijalanjäljen eli palvelun tuottamien päästöjen huomiointi			ohjeistus kuinka pääsee perille julkisilla liikennevälineillä  ravintolassa itsetehtyä ruokaa
4. Paikallisen kulttuurin näkyvyys toiminnassa	osa reiteistä kulttuurihistoriallisia  höyrylaiva osallistunut 20-luvulla paikalliseen laivan pelastusoperaatioon ja ollut myös sodassa mukana	entisen Finlaysonin puuvilatehtaan miljööseen rakennettu	
5. Paikallinen väestö osana toimintaa			
6. Paikalliseen suunnitteluun tai päätöksentekoon osallistuminen			
7. Tulojen jääminen alueelle			
8. Paikallisen työllistymisen tai yhteistyön tukeminen	yhdellä laivareiteistä mahdollisuus tutustua paikalliseen taiteilijakotiin	putiikeissa paikallisia käsi-työryttäjiä	ravintolassa käytetään mahdollisimman paljon paikallistuottajien ja Kauppahallin tuotteita
9. Asiakkaiden toimiminen kestävän matkailun mukaisesti	pyöräilijän aktiivipassilla mahdollisuus yhdistää järvien pyöräilyreitit laivamatkaan		suosittelee virkistytymistä läheisessä arboretumpuistossa
10. Kestävän matkailun kehittäminen tulevaisuudessa			

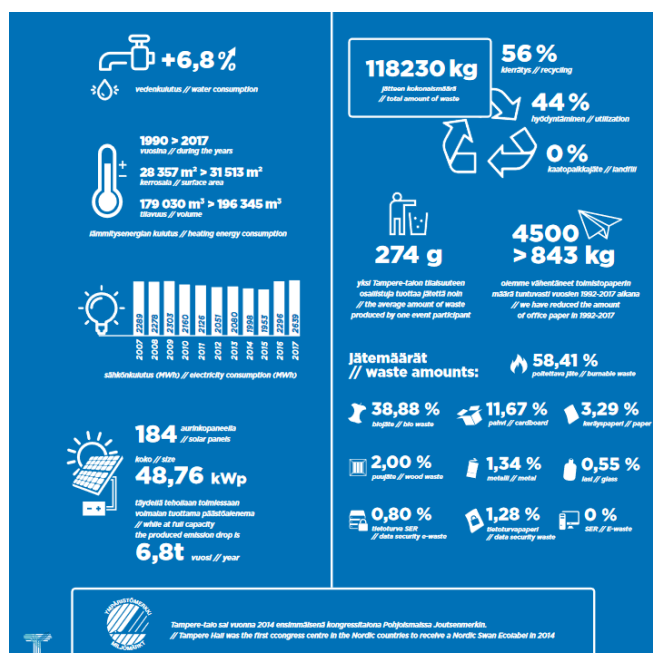
Vertailussa oli mukana 12 toiminnoiltaan erilaista ja eri kokoluokan matkailualan yritystä Tampereelta. Osaan kysymyksistä oli löydettävissä vastaukset yritysten omista verkkojulkaisuista. Osa kysymyksistä jäi vaille vastausta, koska asiaa ei mainittu heidän verkkosivuillaan tai niiltä löytyvistä toimintakertomuksista.

Ympäristön ja luonnon huomioinnissa kolme yritystä ilmoitti saaneensa ja käyttävänsä ympäristömerkkiä toiminnassaan.

Energiankulutuksen ja jätteen tuottamisen suhteen kolmessa yrityksessä kiinnitettiin huomiota hävikin minimointiin tai hyötykäyttöön. Omaa aurinkoenergiaa sähköntuotannossa hyödynsi kaksi yritystä. Muita teknisiä ratkaisuja ilmoitti käyttävänsä yksi yritys, joka myös hyödynsi omaa viljelyä tuotannossaan. Yhdessä yrityksessä kerrottiin ohjeistettavan henkilökuntaa lajittelussa ja mahdollistavan sen tuomalla sopivan välineistön.

Hiilijalanjälkeä ei suoranaisesti maininnut nimeltä yksikään yritys. Epäsuorasti kuitenkin yksi yritys ilmoitti käyttävänsä teknisiä ratkaisuja päästöjen huomioimiseksi. Yhden yrityksen filosofiana on eettisyys ja ekologisuus, vaikka käytännön toimenpiteitä hiilijalanjäljen suhteen ei mainittu. Asiakkaiden tai henkilökunnan ohjeistamista julkisen liikenteen tai pyöräilyyn käyttöön käytettiin kahdessa yrityksessä. Tekemällä itse tarjottava ruoka tai tarjoamalla kasvisruokaa pyrki vaikuttamaan kaksi yritystä.

Yhden yrityksen sivuilta löytyi selkeät luvut mitatuista arvoista ja kulutuksesta. Tämä malli löytyy oheisesta kuviosta.



Kuvio 6. Esimerkki yrityksen vastuullisuuden mittaamisesta (Tampere-talo toimintakertomus 2017)

Paikallisen kulttuurin näkyvyys ilmeni kolmessa yrityksessä tamperelaisuuden esiin tuomina. Puolet yrityksistä kertoi Tampereen historian tai kulttuurihistorian tulevan esiin toiminnassa tai historiallisen miljööhyödyntämisessä. Paikallisia taiteilijoita ja taideyhteistyötä toi esiin yksi yritys.

Paikallisen väestön osana toimintaa huomioi kaksi yritystä hyväntekeväisyystoiminnalla. Toinen näistä yrityksistä ilmoitti sen olevan osa sosiaalisen vastuun ohjelmaansa. Yksi yrityksistä ohjeisti vastuulliseen kuluttamiseen ja käyttäytymiseen käytännön ohjeilla. Yksi yrityksistä ilmoitti palvelunsa olevan kaikelle yleisölle avointa yksityisten varausten sijasta.

Paikalliseen suunnitteluun tai päätöksentekoon ilmoitti osallistuvansa projektien kautta kaksi yritystä. Kaavoitusyhteistyöstä kertoi yksi yritys, samoin yksi kehittämisohjelmaan osallistumisesta. Yhdessä yrityksessä kerrottiin yleisellä tasolla huomioitavan kestävä kehitys päätöksenteossa.

Tulojen käytöstä oman alueen hyväksi ei maininnut yksikään yritys. Epäsuorasti kuitenkin yksi yritys mainitsi yritysysteistyön lisäävän asiakkaan kokonaisvaltaista palvelua. Yhden yrityksen selkeä tavoite oli kaupunkiseudun elinvoiman kehittäminen.

Paikallisen työllistymisen tai yritysysteistyön mainitsi suurin osa, kaikkiaan kymmenen yritystä. Työllistymisen osalta yhdessä yrityksessä mainittiin haastateltavan kaikki työnhakijat osana yrityksen sosiaalista vastuuta. Yhteistyötä toteutettiin kolmessa yrityksessä suosittelimalla asiakkaille omia yhteistyökumppaneita. Paikallisia tuotteita tai tuottajia omassa toiminnassaan mainitsi käyttävänsä neljä yritystä. Yhteistyö tarkemmin määrittelemättä mainittiin kolmessa yrityksessä.

Asiakkaiden toimimiseen kestävä matkailun arvojen mukaisesti kiinnitettiin huomiota yhteensä kolmessa yrityksessä. Yksi näistä järjestää aiheen mukaista koulutusta kumppaneilleen ja asiakkailleen. Yhdellä on omaa päätoimintaa tukeva lisätuote, jossa huomioidaan kestävä matkailua. Yksi yritys puolestaan suosittelee oman toimintansa oheen käyntikohteeksi ympäristökohdetta jalkaisin.

Kestävä matkailun kehittämisestä tulevaisuudessa kertoo selkeästi kaksi yritystä. Molemmat osallistuvat tulevaisuuteen tähtääviin yhteistyöhankkeisiin ja ovat asettaneet selkeät tavoitteet tälle.

## 6 Pohdinta

Tutkimustulosten kerääminen oli haastavaa. Tutkijana käytin paljon aikaa verkkosivujen läpikäyntiin yksityiskohtaisesti, käytin sivujen omia hakukoneita löytääkseni tiettyjä avainsanoja ja luin paljon myös linkeistä avautuvia lisätiedostoja ja toimintakertomuksia. Liiketoiminnasta kertovia lukuja ja määreitä on paljon helpompi löytää kuin täsmällistä tietoa kestävän matkailun toteuttamisesta. Tutkijana olisin kaivannut paljon enemmän faktoja ja konkretiaa yleistävien lauseiden sijasta. Yhden yrityksen sivuilta löytyi kuitenkin hyvä konkreettinen esimerkki mittaustuloksista koskien ympäristövastuullisuutta. Osittainen aineiston niukkuus asetti haasteita myös analysointivaiheeseen.

Yritysten asettamat konkreettiset tavoitteet, määrittelyt ja seuranta toisivat luotettavuutta aiheen käsittelyyn. Herääkin kysymys, miksi osa tämänkin tutkimuksen yrityksistä käsittelee kestävää matkailua hyvin yleisluonteisella tasolla. Syynä voivat olla se, ettei asia ole yrityksen prioriteeteissa kovin korkealla, käytännön tavoitteita ei ole asetettu tai niiden toteutumista ei seurata selkeillä mittareilla tai asioista viestiminen on puutteellista. Olisikin ihan oman tutkimuksensa aihe syventyä yritysten asennemaailmaan kestävää matkailua koskien. Tässä tutkimuksessahan keskityttiin käytäntöjen havaitsemiseen. Jatkotutkimuksellisenä aiheena olisi myös mielenkiintoista selvittää miten kestävän matkailun käytännöt näkyvät asiakkaan näkökulmasta vai näkyvätkö.

### 6.1 Tulosten tarkastelu

Sosiokulttuurisen kehityksen osalta paikallisväestö huomiodaan tämän tutkimuksen yrityksissä lähinnä tuotettavien palvelujen kohteena, pyrkimällä tuomaan palvelua kaikille erottelematta asiakasryhmiä eriarvoisiksi. Matkailun tuomista haitoista negatiivisessa mielessä ja niiden minimoinnista ei mainita yhdessäkään tutkimuksessa olleesta yrityksestä. Tämä johtunee siitä, että Tampere ei ole yliturismin kohde ja näin ollen ilmiön mukanaan tuomilta haitoilta, mm. ylihinnittelulta ja kestäättömiltä ruuhkilta on välttytty. Kulttuurisen perinnön merkitys nousee esiin huomattavana tutkimuksessa. Tampereen vahva historia menestyneenä teollisuuskaupunkina ja myös osallisuus sisällissodan tapahtumiin 1918 nousevat vahvasti esiin ja niitä tuodaan esiin matkailuyritysten tarjonnassa. Kulttuurihistoriallista miljöötä on myös kunnioitettu ja kunnostettu. Tulosten perusteella tutkimuksessa mukana olleissa yrityksissä korostuu siis kulttuurillinen perintö, ei niinkään sosiaaliset elementit.

Ekologisessa kehityksessä tämän tutkimuksen perusteella yritykset kiinnittivät eniten huomiota jätteen käsittelyyn ja energian kulutukseen. Hävikin minimointi tai hyötykäyttö sekä teknisten järjestelmien käyttö energiankulutuksen säätelyssä nousivat esiin. Asiakkaiden ohjaaminen toimimaan kestävän matkailun mukaisesti jäi melko vähäiseksi, vaikka yritysten vastuuseen oman toiminnan lisäksi voi ajatella kuuluvaksi myös asiakasohjauksen.

Taloudellinen kestävyys nousi tuloksissa kaikkein vähiten esille. Yritykset eivät korostaneet toiminnan taloudellisia hyötyjä alueelle eikä työllistävää vaikutusta. Paikallisuus nousi kuitenkin esiin useamman yrityksen kohdalla yhteistyön puitteissa. Kun yhteistyötä tehdään toisten paikallisten yritysten kanssa, on matkailusta saatavien tulojen jääminen alueelle todennäköisempää.

Tutkijana yllätyin kuinka kapea-alaisesti yritykset tuovat esiin kaikkia kolmea kestävän matkailun ulottuvuuksiin kuuluvaa aluetta. Ekologiset asiat nousivat esiin, mutta sosiokulttuurinen ja taloudellinen kehitys jäivät melko vähälle huomiolle. Tämä voi johtua osittain siitä, että ympäristöasiat ovat enemmän esillä julkisuudessa ja sitä kautta mahdollisesti kiinnostavat sekä kuluttajia että tuottajia enemmän. Nimitettiinhan jopa äskettäin käytyjä eduskuntavaalejakin joissain yhteyksissä ympäristövaaleiksi muiden teemojen ohella. Suomessa ei myöskään ole laajamittaisesti havaittavissa räikeitä matkailun aiheuttamia erottuvuuksia tuloissa tai elinolosuhteissa. Täällä myöskin lähtökohtaisesti suojellaan kulttuuriperintöä. Ympäristön tilaan kokonaisuudessaan liittyy eniten tiedostettuja negatiivisia tekijöitä ja vaikutuksia, joten siinä on sitä kautta eniten korjattavaa.

Toinen yllätys oli myös se, että kahta lukuun ottamatta yritykset eivät tuoneet esiin tulevaisuuden tavoitteitaan kestävän matkailun suhteen. Olipa matkailun trendi tulevaisuudessa mikä hyvänsä, yritysten tulisi vähentää matkailun aiheuttamia haittoja ja käyttää tulot järkevällä tavalla. Tämä voisi olla jopa markkinointivaltti, jolla erottua edukseen jo nyt.

## 6.2 Johtopäätökset ja kehittämis ehdotukset

Tutkimusongelman kohteena oli kestävän matkailun toteuttaminen matkailuyrityksissä. Tutkimuksessa haettiin vastausta, miten matkailuyritys käytännössä toteuttaa kestävää matkailua itse. Tässä konkreettisiksi käytännön neuvoiksi nousivat seuraavat asiat (satunnaisessa järjestyksessä):

- haetaan tunnustukseksi ympäristömerkkiä toteuttamalla sen vaatimukset
- käytetään ruokatuotannossa mahdollisimman paljon itse viljeltyä tai lähituottajilla kasvatettuja aineksia
- minimoidaan hävikki mm. tilaamalla oikeita määriä raaka-aineita tai hyödyntämällä jo olemassa olevia materiaaleja
- tuotetaan energiaa mahdollisimman pitkälti omin varoin mm. aurinkopaneelien avulla
- remontoidaan olemassa olevia rakennuksia yrityksen käyttöön
- tuodaan yrityksen miljöössä esiin paikallista kulttuuria
- tehdään yhteistyösopimuksia paikallisten yritysten kanssa, ei koeta heitä kilpailijoina
- opastetaan ja ohjataan asiakkaita ja yhteistyökumppaneita konkreettisilla vinkeillä
- lisätään tietoutta viestimällä julkisesti tavoitteista ja saavutuksista

Tutkimuksessa etsittiin myös vastausta siihen, miten matkailuyritys ohjaa asiakkaitaan toimimaan kestäväällä tavalla. Käytännön ohjeita käytettiin tutkittavissa yrityksissä vähän, mutta ohessa yhden yrityksen antama hyvä esimerkki tiivistettynä (Visit Tampere 2018).

- kävele, pyöräile ja hyödynnä julkisia liikennevälineitä
- valitse sertifioitu, vihreämpi majoituspaikka
- täytä vesipullosi tapahtuman vesipisteessä
- palauta kestoastiat tapahtuman järjestäjälle
- älä roskaa; vie myös pienet roskat, kuten karkkipaperit, pullonkorkit ja tupakantumpit roskeen
- lajittele, jos mahdollista
- tuo tapahtumaan vain se, mitä tarvitset ja minkä jaksat viedä pois tapahtuman jälkeen
- suosi paikallista ruokaa
- nauti kaupunkiluonnosta
- shoppaile kestävästi ja paikallisia tuotteita



Tutkimus etsi myös vastauksia siihen, mitä yritys voi tulevaisuudessa tehdä kestävän matkailun edistämiseksi. Tämän tutkimuksen perusteella keinona oli osallistua yhteistyöhankkeisiin, joissa on selkeästi määritellyt tulevaisuuden tavoitteet ja seuranta. Myös jo aiemmin mainituissa ympäristömerkeissä ja niiden käytössä sitoudutaan huomioimaan kestävä kehitys toiminnassa, jolloin siihen sitoutuminen ohjaa toimimaan kestävän kehityksen määreiden mukaisesti.

Tulokset ovat käytännön sovellettavuuden lisäksi merkityksellisiä myös siksi, koska ne osoittavat, että paljon on vielä tehtävää kestävän kehityksen edistämiseksi. Jokaisen yrityksen tulisi havahtua tekemään toimenpiteitä, sekä kehityksen toteuttamiseksi että asioiden viestimiseksi. Matkailuala ei ole yksi yhtenäinen kokonaisuus, vaan osiensa summa, jossa jokaisella toimijalla on vastuunsa ja merkityksensä kestävän matkailun tavoitteiden saavuttamisessa.

Merkityksellistä on yritysten johdon sitoutuminen konkreettisiin tavoitteisiin, jolloin asiat tulevat huomioiduiksi päätöksenteossa. Henkilökunnan tulee kokonaisuudessaan sitoutua yhtä lailla toteuttaen sitten sovitut asiat. Henkilökuntaa kannattaa kuunnella myös aloitteiden tai kehittämiskisoiden kautta, kuten parissa esimerkkiyrityksessä oli tehty hyvin seurauksin.

Onko tamperelaisilla toimijoilla hyviä käytäntöjä vietäväksi Kaakkois-Aasiaan?

Vaikka nämä yllämainitut olivat toimenpiteitä tutkituissa suomalaisissa yrityksissä, niitä voidaan soveltaa myös Thaimaan ja Vietnamin matkailuun. Käytännöt sopivat erityisesti hyviksi alkuaskeliksi, mikäli paikallisella matkailuyrityksellä ei vielä olemassa olevia käytäntöjä tai ne ovat puutteellisia, eivätkä täyty yllämainittujen asioiden kohdalla. Näistä tamperelaisista toimenpiteistä voi saada hyviä esimerkkejä siitä, miten pienestä kestävä kehitys voi alkaa. Se ei vaadi välttämättä suuria investointeja, vaan voi alkaa pienestä, kuten hankkimalla itselle välttämättömiä tuotteita paikallisilta yrittäjiltä, esim. raaka-aineita ruoantuotantoa varten. Rakentamisen ei myöskään tarvitse olla kallista uudisrakentamista, vaan voidaan hyödyntää uudistamalla ja entisöimällä jo olemassa olevaa. Oman maan, alueen tai kaupungin arvokasta kulttuuria ja erityispiirteitä voi vaalia ja tuoda esiin. Se mikä itselle voi tuntua jopa itsestäänselvyydeltä, voi matkailijalle olla arvokas kokemus erilaisesta kulttuurista ja nostaa arvostusta. Tulokset antavat myös käytännön suuntaviivoja tai tavoitteita siitä, mitä voidaan tehdä, kun toimenpiteitä viedään pidemmälle. Aurinkopaneelit oivat oiva esimerkki siitä miten investointikulujen jälkeen voidaan sekä saavuttaa säästöjä että olla ekologisempia. Tutkimus ja opinnäytetyö osoittavat, että kestävä matkailu ei ole vain hieno aate, vaan oikeaa käytäntöä.

Tärkeää on myös esimerkeistä havaittavissa oleva sitoutuminen kestävään matkailuun, sekä työntekijänä että johtajana. Thaimaassa ja Vietnamin, jossa kestävä matkailun käsitettä vasta tehdään tutuksi, on tärkeää saada ihmiset uskomaan kestävä matkailuun, jotta he voisivat toimia sen puolesta. Mikään käytännön esimerkki ei toimi pelkkänä esimerkkinä, ellei sitä olla valmiita toteuttamaan. Matkailu tuottaa paljon tuloja Aasian maihin ja taloudellisen hyödyn edessä on helpompi unohtaa haitat. Asenteella on merkitystä.

Opinnäytetyötä voidaan käyttää hyödyksi opetuksessa TOURIST-projektiin kuuluvissa osaamiskeskustoissa. Tämän tutkimuksen ja opinnäytetyön suurin merkitys onkin tietoisuuden ja ajatuksen levittäminen kestävästä matkailusta.

### **6.3 Oman oppimisen arviointi**

Opinnäytetyön kirjoittamisessa jouduin osittain epä mukavuusalueelle. Aihe oli kiinnostava ja lähdin innolla mukaan. Suurimman haasteen asettivat kuitenkin aikataulut. Olen aina ollut luonteeltani asiat ajoissa hoitava. Aiheanalyysi tästä opinnäytetyöstä jätettiin jo lokakuussa 2018 ja tavoite oli saada työ tehtyä vuoden loppuun mennessä. Syksyyn ajoittunut työharjoittelu kolmivuorotöineen vei kuitenkin yllättäen täysin syksyn ja vuodenvaihteen, eikä energiaa ollut mihinkään muuhun. Lähdeaineistoa luin toki jo viime vuoden puolella, mutta varsinainen kirjoittaminen käynnistyi vasta maaliskuun alussa 2019. Tiukan aikataulun vuoksi kirjoittaminen toikin melkoisia paineita, vaikkakin normaalisti olen stressaavaa tyyppiä. Opin siis kantapään kautta, että tällaisiin suuriin töihin täytyy varata todella paljon aikaa ja tilaa välttyäkseen panikoinnista. Muistin myös, että tiukkojen aikataulujen puitteissa täytyy olla armollinen itselleen asettamilleen muille tavoitteille. Olen itseohjautuva, mutta olisin voinut hyödyntää ohjausta enemmän. Toisin sanoen projektinhallinta oli haasteellisinta ja heikko kohtani tässä opinnäytetyössä.

Haastetta tutkimukselle toi myös se, ettei huhtikuussa yrityksiin lähettämäni kyselyyn tullut yhtään vastausta, edes muistutusviestistä huolimatta. Aikahaasteiden vuoksi vaihtoehdoksi jäi muuttaa tutkimus kirjalliseen aineistoon perustuvaksi. Laajensin kuitenkin tässä vaiheessa tutkimuksen kattamaan 12 yritystä, vaikka alkuperäiseen tutkimukseen oli sovittu riittäväksi neljästä kuuteen yritystä. Arvioin kuitenkin tuossa vaiheessa aivan oikein, että kirjallisen aineiston perusteella en tulisi löytämään vastauksia niin kattavasti. Siksi valitsin tutkittavaksi useamman yrityksen, jotta otos olisi parempi.

Tutkijana opin varmasti löytämään tietoa ja tulkitsemaan sitä, mitä ei suoraan sanota. Luottavuus ei kuitenkaan saa kärsiä, joten tulkitsemisessa vaadittiin kriittisyyttä. Kun tutkijana ymmärsin käsiteltävän aiheen kokonaisuuden, oli helpompi yhdistää tieto tekstistä käytäntöön.

Opinnäytetyö kannatti tehdä, koska opin itsekin ajattelemaan kestäväää matkailua laajemmin, sekä myös sen, miten hienoja aatteita ja tavoitteita voidaan siirtää käytäntöön. Valmistumisen jälkeen yrittäjäyys on yksi vakavasti harkitsemani vaihtoehto ja tulen varmasti siinä tapauksessa myös miettimään kestäväan matkailun käytäntöjen toteuttamista oman yritykseni kohdalla.



Kuva 13. Tourism for tomorrow (WTTC 2016)

## Lähteet

Alkula, M. 9.5.2019. Tapaus ryhtyy budjetoimaan jokaiseen projektiin hiilijalanjäljen kompensoimisen Compensate-säätiön kautta. Luettavissa: [https://www.marmai.fi/uutiset/tapaus-ryhtyy-budjetoimaan-jokaiseen-projektiin-hiilijalanjaljen-kompensoimisen-compensate-saation-kautta-6764274?utm\\_source=Marmai\\_Uutiskirje&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Marmai\\_Uutiskirje&fbclid=IwAR0cjxtjiUBawnojG8yqy1YsMb1NqX6c\\_z28PHOObv\\_QSu-H\\_2GpoJilvTQ](https://www.marmai.fi/uutiset/tapaus-ryhtyy-budjetoimaan-jokaiseen-projektiin-hiilijalanjaljen-kompensoimisen-compensate-saation-kautta-6764274?utm_source=Marmai_Uutiskirje&utm_medium=email&utm_campaign=Marmai_Uutiskirje&fbclid=IwAR0cjxtjiUBawnojG8yqy1YsMb1NqX6c_z28PHOObv_QSu-H_2GpoJilvTQ). Luettu: 9.5.2019.

Business Finland 2019. Matkailun taloudelliset vaikutukset. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/verkostot/matkailu/tutkimukset-ja-tilastot/tutkimukset-ja-tilastot-lyhyesti/>. Luettu: 25.3.2019.

Cavagnaro, E. & Curiel, G. 2012. The Three Levels of Sustainability. Greenleaf Publishing Limited. Sheffield, UK.

CSR Asia 2019. Our Story. Luettavissa: <https://www.csr-asia.com/about-csr>. Luettu: 12.5.2019.

Edelheim, J. & Ilola, H. 2017. Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Lapland University Press. Rovaniemi.

European Commission 2019. Sustainable Tourism. Luettavissa: [https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable_en). Luettu: 12.5.2019.

Finavia 2018. Kuinka paljon lentomatka kuormittaa ilmastoa? Testaa suosituimmat päästölaskurit. Luettavissa: <https://www.finavia.fi/fi/uutishuone/2018/kuinka-paljon-lentomatka-kuormittaa-ilmastoa-testaa-suosituimmat-paastolaskurit>. Luettu: 27.3.2019.

Global Sustainable Tourism Council 2019. GSTC Criteria. Luettavissa: <https://www.gstcouncil.org/>. Luettu: 31.3.2019.

Goodwin, H. 2011. Taking Responsibility for Tourism. Goodfellow Publishers Limited. Oxford.

Green Key 2019. Luettavissa: <http://greenkey.fi/>. Luettu 30.4.2019.

Hopealinjat 2019. Luettavissa: <https://www.hopealinjat.fi/>. Luettu 29.4.2019.

Hotelli Ville 2017. Luettavissa: <https://hotelliville.fi/fi/pages/home>. Luettu: 29.4.2019.

Joutsenmerkki 2019. Luettavissa: <https://joutsenmerkki.fi/>. Luettu: 29.4.2019.

Kalmari, H. & Kelola, K. 2009. Vastuullisen matkailijan käsikirja. Image Kustannus Oy. Keuruu.

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Suomen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print. Jyväskylä.

Konttinen, A. 14.3.2017. Lehtori. Corporate Social Responsibility and the Tourism Industry. Haaga-Helia Ammattikorkeakoulu. Luento. Porvoo.

Leigh, J., Webster, C. & Ivanov, S. 2013. Future Tourism – Political, social and economic challenges. Routledge. Oxon, UK.

Lillan 2017. Luettavissa: <http://lillan.fi/>. Luettu: 29.4.2019.

Maata pitkin matkustavat 2019. Julkinen ryhmä, Facebook. Luettavissa: <https://www.facebook.com/groups/867083580048037/>. Luettu: 25.3.2019.

Postma, A., Yeoman, I. & Oskam, J. 2013. The Future of European Tourism. Stenden University of Applied Sciences, The European Tourism Futures Institute. Leeuwarden, Netherlands.

Reilun matkailun yhdistys 2019. Luettavissa: <http://www.reilumatkailu.fi/>. Luettu: 27.3.2019.

Saunaravintola Kuuma 2019. Luettavissa: <https://saunaravintolakuuma.fi/>. Luettu: 29.4.2019.

Scandic 2019. Ympäristö ja kestävä kehitys. Luettavissa: <https://www.scandichotels.fi/aina-scandicissa/kestava-kehitys-ja-vastuullisuus>. Luettu: 8.5.2019.

SFS 2019. SFS-EN ISO 14001. Luettavissa: [https://sales.sfs.fi/fi/index/tuotteet/SFS/CENISO/ID2/1/394293.html.stx?\\_ga=2.242442498.1461301754.1556878871-1752972269.1556878871](https://sales.sfs.fi/fi/index/tuotteet/SFS/CENISO/ID2/1/394293.html.stx?_ga=2.242442498.1461301754.1556878871-1752972269.1556878871). Luettu: 30.4.2019.

Suomen YK-liitto 2019. Taloudellinen kestävä kehitys. Luettavissa: <https://www.yk-liitto.fi/yk70v/taloudellinen>. Luettu: 25.3.2019.

Sokoshotels 2019. Luettavissa: <https://www.sokoshotels.fi/fi>. Luettu: 29.4.2019.

Sze Zen Wong 6.12.2017. Uutiskirje, CSN Asia. The long road to sustainable Tourism. Luettavissa: <http://csr-asia.com/newsletter-the-long-road-to-sustainable-tourism>. Luettu: 12.5.2019.

Särkänniemi 2019. Luettavissa: <https://sarkanniemi.fi/>. Luettu: 29.4.2019.

Tallipiha 2019. Luettavissa: <http://tallipiha.fi/>. Luettu: 29.4.2019.

Tampereen Messut 2019. Luettavissa: <https://www.tampereenmessut.fi/>. Luettu: 29.4.2019.

Tampere-talo 2019. Luettavissa: <https://tampere-talo.fi/>. Luettu: 29.4.2019.

Tilastokeskus 2019. Käsitteet – Matkailu. Luettavissa: <http://www.stat.fi/meta/kas/mat-kailu.html#tab1>. Luettu: 25.3.2019.

Tourism for SDGs 2019. Luettavissa: <http://tourism4sdgs.org/>. Luettu 12.5.2019.

Tourist 2019. Competence Centres for the Development of Sustainable Tourism and Innovative Financial Management Strategies to increase the positive impact of local tourism in Thailand and Vietnam. Luettavissa: <http://tourist.fh-joanneum.at/>. Luettu: 25.3.2019.

Tullin Sauna 2019. Luettavissa: <https://www.tullinsauna.fi/>. Luettu: 29.4.2019.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki.



Unesco 2010. Teaching and learning for a sustainable future. Luettavissa: [http://www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme\\_c/mod16.html?panel=4#top](http://www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme_c/mod16.html?panel=4#top). Luettu: 12.5.2019.

UNWTO 2018. UNWTO Highlights Confirm Another Record Year in 2017. Luettavissa: <http://www2.unwto.org/press-release/2018-08-27/unwto-highlights-confirm-another-record-year-2017>. Luettu: 25.3.2019.

UNWTO 2017. International Tourist Arrivals 1950 – 2030. Luettavissa: [http://media.unwto.org/sites/all/files/inf\\_timeline-01.png](http://media.unwto.org/sites/all/files/inf_timeline-01.png). Luettu: 25.3.2019.

UNWTO 2017. Why tourism matters. Luettavissa: [http://media.unwto.org/sites/all/files/inf\\_whytourismatters\\_v2\\_artboard\\_2\\_copy\\_6.png](http://media.unwto.org/sites/all/files/inf_whytourismatters_v2_artboard_2_copy_6.png). Luettu: 25.3.2019.

Vapriikki 2014. Luettavissa: <http://vapriikki.fi/>. Luettu: 29.4.2019.

Verhelä, P. 2014. Matkailun perusteet. SH Traveledu Oy. Kuopio.

Visit Tampere Oy 2018. Luettavissa: <https://visittampere.fi/>. Luettu: 29.4.2019.

WTTC 2016. Sustainable tourism: the past, present, and future. Luettavissa: [https://www.wttc.org/-/media/files/reports/special-and-periodic-reports/sustainable-tourism\\_past-present-future.pdf?la=en](https://www.wttc.org/-/media/files/reports/special-and-periodic-reports/sustainable-tourism_past-present-future.pdf?la=en). Luettu 12.5.2019.

Yhdistyneet Kansakunnat 2018. Agenda 2030 – kestävän kehityksen tavoitteet. Luettavissa: <https://www.yk.fi/sdg>. Luettu: 26.3.2019.

Yhdistyneet Kansakunnat 2017. Erityisjärjestöt. Luettavissa: <https://www.yk.fi/node/248>. Luettu: 25.3.2019.

Yle 8.5.2018. Uutta tietoa turismin ilmastovaikutuksista – matkailijoiden hiilijalanjälki moninkertainen verrattuna aiempiin arvioihin. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10195133>. Luettu: 27.3.2019.