

Laura Orasmaa

SAVONLINNA GREEN DQN  
Laatuohjelman aloitusmahdollisuuksien  
kartoittaminen

Opinnäytetyö  
Matkailun koulutusohjelma


Syyskuu 2011




**MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU**

Mikkeli University of Applied Sciences

## KUVAILULEHTI

 <p><b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences</p>		<b>Opinnäytetyön päivämäärä</b>  7.9.2011
<b>Tekijä(t)</b> Laura Orasmaa	<b>Koulutusohjelma ja suuntautuminen</b> <b>Matkailun koulutusohjelma</b>	
<b>Nimeke</b>  Savonlinna Green DQN. Laatuohjelman aloitusmahdollisuuksien kartoittaminen		
<b>Tiivistelmä</b>  <p>Työssä suoritettiin kartoitus Savonlinnan Green DQN -laatuohjelman aloittamista varten. Tutkimuskohdeena olivat Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n osakkaat ja yhteistyökumppanit, eli Savonlinnan alueen matkailuyritykset. Yritysten kiinnostusta Green DQN -laatuohjelmaan selvitettiin sähköisesti Webropol -Datan analysointi- ja kyselytyökalun avulla. Kysely lähetettiin 80 yritykselle ja siihen vastasi 11 yritystä. Tutkimuksessa hyödynnettiin sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista menetelmää.</p> <p>Vihreä matkailu ja matkailun ekologisuus ovat ajankohtaisia aiheita, jotka vaativat tulevaisuudessa kehittämistä matkailualalla. Matkailun peruskulmakivet ovat palveluiden ja palvelun laatu. Asiakkaiden kannalta on tärkeää saada haluttuja palveluita sekä palvelua laadukkaasti. Matkailupalveluiden ekologisuus on asiakasuntaan vetoava tekijä nykypäivän matkailumaailmassa. Green DQN -laatuohjelman avulla huomioidaan juuri ympäristön ja palvelunlaadun painopisteet matkailualue ja -kohdekeskeisesti. Green DQN -laatuohjelma on Haaga-Perhon tarjoama matkailupalveluiden ja palvelun laadun kehittämisohjelma matkailualueille ja -keskuksille. Kyseistä laatuohjelmaa on suunniteltu Savonlinnaan muutaman vuoden ajan. Green DQN -laatuohjelma voidaan aloittaa Savonlinnassa, mikäli mukaan lähtee tarvittava määrä kiinnostuneita yrityksiä. Minimimäärä laatuohjelman aloittamiseksi on 5 yritystä, mutta ideaali osallistujamäärä on 10 -15 yritystä, jotta ohjelma pystyy toimimaan optimaalisesti.</p> <p>Tutkimustuloksista selvisi, että Savonlinnan seudun yrittäjät ovat kiinnostuneita ympäristöstä ja ekologisuudesta sekä matkailualueen kehittämisestä. Tulosten mukaan vastaajista 7 oli kiinnostunut Green DQN -laatuohjelmasta. Vastaajista 6 ei kuitenkaan aiemmin ollut kuullut DQN -laatuohjelmasta. Tutkimustulosten perusteella Savonlinnan alueelta löytyy tarvittava minimimäärä kiinnostuneita yrittäjiä lähtemään mukaan Green DQN -laatuohjelmaan. Jotta ideaali osallistujamäärä saataisiin täyteen ja ohjelma kunnolla vauhtiin, tulee mukaan lähtevien yritysten määrää tulevaisuudessa kasvattaa. Tutkimustulokset osoittavat, että Green DQN -laatuohjelma on mahdollista aloittaa Savonlinnan seudulla. Toimenpideehtouksina suositan toimeksiantajaa yhdessä Haaga-Perhon kanssa pitämään Green DQN -laatuohjelmasta infopäivän, jossa selvitetään yritysten sitoutumishalukkuutta laatuohjelmaan.</p>		
<b>Asiasanat (avainsanat)</b>  Vihreä matkailu, ekologinen matkailu, ekologisuus, Green DQN -laatuohjelma, Laatutonni, Savonlinna		
<b>Sivumäärä</b> 51 s. + liitteet	<b>Kieli</b> Suomi	<b>URN</b>
<b>Huomautus (huomautukset liitteistä)</b>  Liitteitä 4kpl: Kyselylomake, saatekirje, WWW-kysely ja kyselyn tulokset		
<b>Ohjaavan opettajan nimi</b>  Ismo Glad	<b>Opinnäytetyön toimeksiantaja</b>  Savonlinnan Seudun Matkailu Oy	

## DESCRIPTION

 <p><b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences</p>		<b>Date of the bachelor's thesis</b>  7.9.2011	
<b>Author(s)</b> Laura Orasmaa		<b>Degree programme and option</b> <b>Degree Programme in Tourism</b>	
<b>Name of the bachelor's thesis</b> Savonlinna Green DQN. Survey on the start-up possibilities of the quality program			
<b>Abstract</b>  <p>The purpose of the Bachelor's thesis was to execute a survey to initiate the Green DQN quality program in Savonlinna. The research subjects were the local tourism enterprises in the Savonlinna area and the partners of Savonlinna Travel Ltd. In the start-up survey both ecological interest and interest towards the Green DQN quality program were measured and analyzed. The survey was executed on the Internet, by the Webropol data analysis and survey tool. The survey was mailed to 80 entrepreneurs, 11 of whom answered the survey. The research was carried out by means of quantitative and qualitative research methods.</p> <p>Green tourism and ecological tourism are current topics that need to be developed when planning the future in the branch of tourism. The cornerstones of tourism are the quality of services and service. The most important from the customer's point of view is to find the required services and to get high-quality service. Furthermore, nowadays in the world of tourism ecological tourism services appeal to customers. These are the factors improved by the Green DQN quality program focusing on tourism areas and destinations. The Green DQN quality program has been developed for tourism services and service quality by the Haaga-Perho Institute and their partners. Introduction of the quality program has been planned in Savonlinna for a few years. The Green DQN quality program can be launched in Savonlinna in case enough entrepreneurs are willing to join. The minimum to initiate the program is 5 enterprises, but the ideal number would be 10 -15 enterprises for the program to work optimally.</p> <p>According to the research results, the entrepreneurs in the region of Savonlinna are interested in the environment and ecology and also in developing the tourism area. The research results show that 7 out of 11 respondents were interested in the Green DQN quality program. However 6 respondents had never before heard of the DQN program. According to the research results, the minimum number of entrepreneurs needed, can be found in the region of Savonlinna. To reach the optimal number of enterprises for the program, more enterprises are needed to join in the future. The results show that the Green DQN quality program can be initiated in the Savonlinna region. As an action proposal I suggest that Savonlinna Travel Ltd together with Haaga-Perho arrange a DQN information day to clarify the commitment of the enterprises to the quality program.</p>			
<b>Subject headings, (keywords)</b>  Green tourism, ecological tourism, ecology, Green DQN -quality program, Laatutoni, Savonlinna			
<b>Pages</b> 51 p. + appendices	<b>Language</b> Finnish	<b>URN</b>	
<b>Remarks, notes on appendices</b>  4 appendices: survey form, cover letter, WWW survey form and research results			
<b>Tutor</b>  Ismo Glad		<b>Bachelor's thesis assigned by</b>  Savonlinna Travel Ltd.	

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	1
2	TUTKIMUKSEN YHTEISTYÖTAHOT .....	4
3	VIHREÄ MATKAILU .....	6
3.1	Ekologisuus ja kestävä kehitys .....	6
3.2	Ekologisuus ja matkailu.....	8
3.3	Vihreä matkailu Suomessa .....	13
3.4	Vihreä matkailu Savonlinnan seudulla .....	15
4	HAAGA-PERHON LAATUOHJELMAT .....	17
4.1	Destination Quality Net - DQN .....	17
4.2	Destination Management Net - DMN.....	20
4.3	Laatutonni 1Q00 .....	21
4.4	DQN -laatuohjelmat Suomessa.....	22
5	GREEN DQN -LAATUOHJELMA SAVONLINNASSA.....	26
5.1	Tutkimusmenetelmät .....	28
5.2	Green DQN -laatuohjelman alkukartoituskysely.....	30
5.3	Green DQN -laatuohjelman alkukartoituskyselyn tulokset.....	31
6	PÄÄTELMÄT.....	39
7	POHDINTA .....	45
	LÄHTEET.....	49
	LIITTEET	
	1 Kyselylomake	
	2 Saatekirje	
	3 WWW-kysely	
	4 Tulokset	

## 1 JOHDANTO

*“And now I'm going out in the world  
to save our planet.  
And I ain't coming back  
until she's saved.  
I'm walking in the footsteps  
that young Peter made.  
And everybody is welcome to join,  
and sing with me:  
Da da dam  
da da da da da da  
da da dam”*

Da da dam

Sävel & sanat: Axel Ehnström

Kuten Suomen euroviisukappaleen pieni poika Peter, myös minä jo pienenä tyttönä kiinnostuin maapallosta ja sen pelastamisesta. Suosikki televisio-ohjelmani neljävuotiaana oli ”*Captain Planet and the Planeteers*” - Kapteeni Planeetta ja Maapartiolaiset. Ohjelmassa viisi nuorta maailman eri kolkista kokoontuivat yhteen ja yhdessä Kapteeni Planeetan kanssa pelastivat palan maapalloa sarjan jokaisessa jaksossa. Minusta se oli hyvin jännittävää, varsinkin kun joka jakson lopussa kerrottiin vinkkejä kuinka maapalloa on mahdollista auttaa ihan kotoa käsin, esimerkiksi kierrättämällä. Tänä päivänä matkailualan opiskelijana halusin pelastaa palan maapalloa edes joillakin keinolla. Valitsin opinnäytetyöni teemaksi vihreän matkailun, jotta voisin tutkia aihetta ja vaikuttaa asioihin.

Vihreys ja ekologisuus ovat merkittävä osa nykypäivää. Ekologinen toiminta näkyy useimmilla aloilla erilaisina uudistuksina ja tavoitteina. Matkailu mielletään usein ympäristöä kuormittavana toimintana ja syyllisenä ilmastonmuutokseen (Page 2002, 20–22). Tämän vuoksi matkailualaa tulee kehittää ympäristöystävällisempään suuntaan ja näyttää sekä yrittäjille että kuluttajille mahdollisuus vaikuttamiseen sekä oikeiden valintojen tekoon.

Opinnäytetyönäni suoritin alkukartoituksen Savonlinnan alueen matkailualan yritysten kiinnostuksesta Green DQN -laatuohjelman aloittamista varten. Tein tutkimustyöni toimeksiantona Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:lle. Yhteistyötahonani toimi lisäksi Haaga-Perho yhtymä. Tutkimuskohteenani ovat Savonlinnan Seudun Matkailun osakkaat, eli Savonlinnan seudun matkailualan yritykset, jotka tekevät yhteistyötä Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n kanssa.

Työni tarkoituksena oli laatia Savonlinnan Seudun Matkailun osakkaille ja yhteistyökumppaneille internet-kysely Savonlinnan matkailualueen ekologisuuden tilannetta sekä Green DQN -laatuohjelman tarpeellisuutta kartoittaen. Toteutin kyselyn Webropol -Datan analysointi- ja kyselytyökalulla. Työssäni käytän kvantitatiivista tutkimusmenetelmää kyselyn monivalintakysymyksissä, mutta hyödynnän myös kvalitatiivista tutkimusmenetelmää kyselyn avoimissa kysymyksissä. Porkkanaksi Webropol-kyselyyn asetettiin ilmainen mainostila vihreän matkailun esitteessä. Green DQN-kyselyyn vastanneet yritykset pääsevät halutessaan mukaan Savonlinnan vihreän matkailun esitteeseen. Esite kootaan sähköiseen muotoon internetiin.

Alkuperäisenä opinnäytetyön suunnitelmana oli, että toteutan opinnäytteen kaksiosaisena projektina opiskelukaverini Mervi Väisäsen kanssa. Tarkoituksena oli ensin yhdessä tehdä yrityksille kysely ja työn toisessa vaiheessa suunnitella Savonlinnan tarjonnasta vihreän matkailun esite sähköiseen muotoon internetiin. Aikataulusyistä jouduimme kuitenkin jakamaan opinnäytetyön kahtia. Meillä oli yhteinen toimeksiantosopimus Savonlinnan Seudun Matkailulle, mutta yritykselle sopi, että toteutamme kaksi erillistä opinnäytetyötä. Minä jatkoin Green DQN -kartoituksen tekoa ja Mervi puolestaan esitteen suunnittelua.

Opinnäytetyöni on erittäin ajankohtainen, sillä Savonlinnaan on kaavailtu Green DQN -ohjelmaa jo kolmisen vuotta Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n toiveesta. Tähän asti savonlinalaisilla yrityksillä ei ole joko ollut tarpeeksi kiinnostusta, aikaa tai mahdollisuutta lähteä mukaan laatuohjelmaan. Suoritin tutkimuksen mahdollisuuksien ja kiinnostuksen määrystä nykyhetken tilanteen mukaan.

Tutkin DQN -laatuohjelmaa, sen toimintaa ja soveltuvuutta Savonlinnan alueelle opinnäytetyöni aiheena. Tutkimuskysymyksenäni on: ”Onko Green DQN -laatuohjelma mahdollista aloittaa Savonlinnassa?” sekä ”Tarvitsevatko Savonlinnan

yrittäjät DQN -laadun kehittämisohjelman?”. Pohdin näitä kysymyksiä opinnäytetyössäni sekä sitä, löytyykö Savonlinnasta tarpeeksi yrittäjiä lähtemään mukaan DQN -laadun kehittämisohjelmaan. Onko yrittäjillä tarpeeksi intoa ja kiinnostusta laadun kehittämisohjelmaa kohtaan?

Kerättyäni tutkimustulokset Webropol -järjestelmällä tallensin ohjelmalla tutkimusraportin sekä kirjoitin tuloksista sanallisen raportin. Raportit toimitettiin Savonlinnan Seudun Matkailulle sekä Haaga-Perho -yhtymälle, minkä jälkeen yritykset saavat mahdollisuuden toimia tulosten mukaisesti. Green DQN -laatuohjelma pystytään aloittamaan Savonlinnassa, mikäli tutkimustulokset ovat riittävät. Jos tulokset osoittautuvat oletettua pienemmäksi, Green DQN laatuohjelmaa ei pystytä eikä kannatakaan vielä aloittaa Savonlinnan alueella. Mahdollisimman hyviä tuloksia toivottiin laatuohjelman aloituksen kannalta.

## 2 TUTKIMUKSEN YHTEISTYÖTAHOT

### **Savonlinnan Seudun Matkailu Oy**

Opinnäytetyöni toimeksiantajana oli Savonlinnan Seudun Matkailu Oy. Yhteyshenkilönäni toimi yrityksen toimitusjohtaja Pia Kokki. Savonlinnan Seudun Matkailu Oy on Savonlinnan seudulla toimiva matkailuyritysten omistama myynti- ja markkinointiyhtiö, joka myy ja markkinoi seudun matkailupalveluja sekä toimii Savonlinnan kaupungin ja koko Savonlinnan seudun matkailuneuvontana. Matkailutoimistossa toimii seitsemän vakituista työntekijää. Koko Savonlinnan alueen kaikissa matkailuasioissa palveleva Savonlinnan Seudun Matkailu Oy on kuluttajaviraston rekisteröimä vastuullinen valmismatkaliike. Toimiston tarjontaan kuuluvat majoitus- ja risteilyvaraukset, ohjelma- ja opaspalvelut, kuljetukset, pääsyliput sekä alueen esitteet, kartat, tapahtumatiedot ja aikataulut. (Savonlinnan Seudun Matkailu 2011.)

Savonlinnan Seudun Matkailu Oy tarjoaa osakkailleen ja markkinointijäsenilleen näkyvyyttä [www.savonlinna.travel](http://www.savonlinna.travel) -internetsivustolta. Vuosittain sivustolla vierailee yli 150 000 Savonlinnan seudusta kiinnostunutta kävijää. Vuonna 2010 noin 80 % kävijöistä oli kotimaisia, 10 % venäläisiä ja loput 10 % ympäri maailmaa. Sivusto uusittiin 2011 vuoden tammikuussa ja samalla aloitettiin sivuston vahva sähköinen markkinointi. Sähköisen markkinoinnin avulla sivuille on saatu uusia kävijöitä ja erityisesti kansainvälisten asiakkaiden määrä on kasvanut. Savonlinnan Seudun Matkailun sivuston kielet ovat suomi, englanti, venäjä ja saksa. Suosituimmat linkit majoitus-sivuilla löytyvät mökit, hotellit ja lomakylät kategorioista. Kesäsesonkina myös ravintola- ja risteilysivut saavat lisää kävijöitä. (Savonlinnan Seudun Matkailu 2011.)

### **Haaga-Perho**

Tutkimukseni yhteistyötahoina ja Green DQN laatuohjelman edustajina Haaga-Perhon taholta toimivat kehityspäällikkö Tia Hoikkala sekä projektipäällikkö Tom Källroos. Haaga-Perho kuuluu Haaga Instituuttiin, joka on yksityinen, elinkeinoelämän perustama säätiö. Sen tarkoituksena on kehittää ja luoda uutta majoitus-, ravitsemis- ja mat-



kailualan osaamista. Säätiön toimintakokonaisuutta kutsutaan Haaga Yhtymäksi. Haaga Yhtymän yksiköitä ovat Haaga-Perhon lisäksi mm. Ravintolakoulu Perho ja Kiinteistö Oy Haaga-Perhon Asunnot. (Haaga-perho 2011.)

Haaga-Perho luo uutta tietoa ja osaamista palvelualoille ja asiantuntijaorganisaatioihin. Tämä tehtävä toteutetaan tarjoamalla asiakkaille laadukkaita ja joustavia tutkimus-, kehitys- ja koulutuspalveluita. Tarkoituksena on kartoittaa yhdessä asiakkaan kanssa organisaation tai yksilön kehittämistarpeet ja etsiä yhteistyössä niihin soveltuvat ratkaisut. Näin ollen palveluita ja kehittämisohjelmia voidaan räätälöidä yritys- tai hankekohtaisesti. Haaga-Perho tarjoaa asiakkaidensa käyttöön osaavaa henkilökuntaa, kouluttajat ja laajan yhteistyöverkoston. (Haaga-perho 2011.)

Koulutustarjontaa Haaga-Perholla on niin matkailualan yrittäjiksi haluaville kuin jo ravitsemus- ja matkailualalla työskenteleville. Esimerkiksi matkailualan pienyrittäjille on tarjolla Matkailun Laatuosaaja -koulutus. Wellness Pro on puolestaan kehitetty hyvinvointimatkailuun erikoistuneille yrityksille. Lisäksi Haaga-Perho toimii Maailman matkailupäivän virallisena järjestäjänä sekä Suomessa että Virossa. Maailman matkailupäivä on United Nations World Tourism Organisationin (UNWTO) vuosittainen valtakunnallinen tapahtuma ja sitä on vietetty jo vuodesta 1980 eri puolilla maailmaa. (Haaga-perho 2011.)

Matkailun edistämiskeskus eli MEK on ollut yhteistyössä Haaga-Perho Yhtymän kanssa Laatutonni 1Q00 sekä Destination Quality Net -laatuohjelmien kehittämisessä. Haaga-Perho ja MEK ovat luoneet DQN -laatuohjelman matkailualueiden ja -keskuksien kehittämistä varten. Haaga-Perhon DQN -laatuohjelmat käyttävät apunaan MEKin Laatutonni -järjestelmää. (DQN 2011a.)

MEK toimii työ- ja elinkeinoministeriön alaisena virastona, joka vastaa Suomen matkailun kansainvälisestä edistämisestä, matkailualan asiantuntijana ja aktiivisena toimijana. Alan yrityksiä ja yritysryhmiä kehitetään sekä markkinoidaan matkailupalveluja, jotka ovat tarkoitettu kansainvälisille markkinoille. MEKin toiminta rahoitetaan valtion budjetista. Vuodelle 2011 MEKin budjetti on 10,3 milj. euroa. Suomalainen matkailuelinkeino osallistuu lisäksi matkailumarkkintiin noin 1,4 milj. eurolla. (MEK 2011.)

Suomen matkailun markkinointi kuuluu olennaisena osana Mekin ydintehtäviin. Matkailullisen Suomi-kuvan eteenpäin vienti on sen pääasiallinen tehtävä. Tuotemarkkinoinnilla edistetään niin verkottumista kuin yhteistyötä matkailupalvelujen tuottajien ja myyjien välillä. MEK kehittää erilaisia teemahankkeita, jotka pohjautuvat valtakunnalliseen matkailustrategiaan. Uuden päivitetyn Suomen matkailustrategian mukaan kestävän kehityksen huomioimista pyritään lisäämään matkailun liiketoiminnassa ja palvelutarjonnassa. Vuoteen 2020 uusitun matkailustrategian keskeinen ajatus on seuraavanlainen: kehittämiseen tulisi pyrkiä matkailukeskittymien ja -verkostojen vahvistamisella sekä yritysten kasvun ja kehittymisen tukemisella. MEKin tehtävänä on osallistua asiantuntijana matkailukeskusten laajoihin kehityshankkeisiin, ja myös alueellisten matkailustrategioiden ja -ohjelmien laadintaan. Yksi esimerkki kyseisistä ohjelmista on DQN -laatuohjelma. Lisäksi Matkailun edistämiskeskus välittää tietoa matkailun näkemyksistä alaa rahoittaville ja kehittäville julkisille organisaatioille. (MEK 2011.)

### **3 VIHREÄ MATKAILU**

#### **3.1 Ekologisuus ja kestävä kehitys**

Ihmisen toiminta maapallolla on muuttanut luontoa ja elinympäristöämme valtavasti. Vakavimmat muutokset kohdistuvat luonnon monimuotoisuuden vähenemiseen. Luonnon monimuotoisuus pitää sisällään DNA:n avulla eri eliölajit, niiden perinnöllisen muuntelun sekä elinympäristöt eli biotoopit. Ihmisen aiheuttamat luonnontuhot näkyvät pitkän ajan kuluessa erilaisina katastrofeina kuten esimerkiksi metsien häviämisenä, eroosiona, tulvina, kuivuutena, nälänhätänä sekä potentiaalisten hyötyeliöiden häviämisenä. Syynä näihin muutoksiin on mm. väestön liian suuri määrä, joka vain jatkaa kasvuaan räjähdysmäisesti aiheuttaen lisää painetta elinympäristöä ja luonnonvaroja kohtaan. (Borg 1999, 27.)

Päälähtöisesti ihmisen aiheuttamat ympäristövaikutukset vaarantavat koko maapallon elämänkaaren ja elämän jatkumisen. Nykyihmisen elämäntavat rikkaissa teollisuusmaissa ovat tuhlaavaisia. Kulutamme paljon enemmän energiaa ja luonnonvaroja kuin mihin meillä koko ihmiskuntaa ajatellen on oikeus. Nykyihmisen tulee kamppailla kaikkia aiheuttamia ympäristövaikutuksia vastaan. Näitä vaikutuksia ovat muun

muassa: ilmakehän muutokset (kasvihuoneilmiö, otsonikerroksen oheneminen), happamat sateet, ilmastollisten ääri-ilmiöiden yleistyminen, maapallon lämpeneminen, napajäätiköiden sulaminen, valtamerenpinnan nouseminen ja kemikalisoituminen. (Borg 1999, 27.)

YK:n ympäristön ja kehityksen maailmankomissio, Brundtlandin komissio, määritteli vuonna 1987 kestävä kehityksen seuraavasti. Kestävä kehitys mahdollistaa perustarpeiden tyydyttämisen vaarantamatta tulevien sukupolvien mahdollisuuksia tyydyttää omat perustarpeensa (SMAL 2011). Kestävä matkailu perustuukin kestävä kehityksen periaatteisiin. Hemmin (2005a, 76) mukaan kestävä kehitys on pitkäaikainen, varovaisuutta ja vastuullisuutta korostava prosessi, joka jatkuvasti toteuttaa arviointia ja parantamista toiminnan ja laadun kannalta samanaikaisesti kaikilla tasoilla. Lisäksi se on käsitystä sukupolvien välisestä tasa-arvosta, ympäristöön ja ihmiskuntaan kohdistuvien toimintojen ennakkointia sekä paikallisyhteisöjen ja paikallisten asukkaiden ottamista mukaan suunnitteluun ja edistämiseen. Hemmin (2005a, 76) mukaan kestävä kehitys määritellään yleensä liian konstikkaasti, kuten esimerkiksi edeltävien määrittelysten perusteella. Asia voitaisiin määritellä yksinkertaisemminkin: ”Kestävä järjestelmä on sellainen, joka säilyy eli pysyy elossa”.

Kestävä kehityksen ympäristölliset tavoitteet vuoteen 2015 ovat seuraavat (Hemmi 2005a, 83):

- ❖ Toteuttaa ja ylittää Kioton pöytäkirjan tavoitteet kasvihuonekaasujen päästöjen vähentämisestä.
- ❖ Lopettaa luonnonmetsien alan jatkuva pienentyminen maailmassa.
- ❖ Luoda ja toteuttaa kansalliset ilmanlaatustandardit WHO:n suuntaviivojen mukaisesti.
- ❖ Puolittaa maaperän eroosion vauhti.
- ❖ Lopettaa pohjavesikerrostumien ylikulutus.

Hemmin (2005a, 76) mukaan kestävä kehitys voidaan määritellä taloudellisen, ekologisen ja sosiaalisen kestävyuden ulottuvuuksien kautta. Ekologisen kestävyuden näkökulma perustuu luontokeskeiseen näkökulmaan. Ekologisesti kestävä kehityksen katsotaan edellyttävän siirtymistä tuotannon määrällisen kehityksen suosimisesta laadullisen kehityksen edistämiseen (Hemmi 2005a, 77). Tämä lause antaa selvän toimintamallin tulevaisuuden yhteiskunnalle yritystoimintaan. Maailma on tuntunut unohta-

van ”miten hyvin kaikki oli ennen vanhaan”. Laatuun panostettiin, tuotteet saattoivat olla hintavampia, mutta ne oli tehty hyvin ja ne kestivät pitkään. Nyky-yhteiskunnassa pitäisi jälleen panostaa sekä tuotteen että palvelun laatuun.

### 3.2 Ekologisuus ja matkailu

Vihreän matkailun käsite tunnetaan eri yhteyksissä monilla eri nimillä, mm. kestävä matkailu, ekoturismi, vastuullinen matkailu, ympäristötietoinen matkailu ja reilu matkailu. Kaikilla näillä termeillä viitataan samaan asiaan, matkailun ympäristövaikutuksiin, painottaen eri näkökulmia. Matkailu on vihreää silloin, kun se on taloudellisesti kannattavaa tuhoamatta ympäristöä, ja kun ekologisuuden lisäksi otetaan huomioon matkailun taloudelliset ja sosiaaliskulttuuriset vaikutukset (SMAL 2011). Matkailun edistämiskeskus MEK suosittaa ympäristöä säästävää matkailu-termiä käytettävän silloin, kun päämääränä on matkailun kehittämistavoitteiden ja ympäristösuojeluperiaatteiden yhtensovittaminen ja matkailuelinkeinon johdatteleminen luontoa ja muuta ympäristöä säästäviin toimiin. (Hemmi 1995, 18.)

Alun perin ekoturismilla tarkoitettiin kansallispuistoihin tehtävää luontomatkailua. Tarkoituksena oli edistää luonnonsuojelua sekä lisätä matkailijoiden ymmärrystä ja arvostusta luontoa kohtaan (Mero 2009, 11). Nykypäivänä kestävä matkailu kuitenkin koskee kaikkia matkailun muotoja, kuten myös massamatkailua (Hemmi 2005a, 83). Vaikka luontomatkailu onkin osa kestävää eli vihreää matkailua, ympäristövastuullista matkailua kuvaavia käsitteitä tulee kuitenkin pitää eri asiana kuin pelkästään luontomatkailuna. Luontomatkailu on luonnonympäristössä tapahtuvaa matkailua, joka pyrkii noudattamaan kestävä kehityksen mukaisen matkailun periaatteita (Hemmi 2005a, 333). Kuitenkin ympäristövastuullista matkailua voidaan harrastaa muuallakin kuin vain luonnonhelmassa.

Ensimmäinen ekoturismin asiaa ajava kansainvälinen järjestö The International Ecotourism Society perustettiin vuonna 1990. Järjestö toimii kestävä matkailun tiedotus- ja tutkimuskeskuksena. Nykyisin kestävä matkailua edistäviä järjestöjä on jo satoja ympäri maailmaa. Myös matkailututkimuksessa on syvennetty kestävään kehitykseen. Suomessa toimii lukuisia luontomatkailuyritysten yhdistyksiä, mutta varsinaista vihreän matkailun järjestöä ei vielä ole perustettu. Kestävämmän ja vastuullisemman mat-

kailun periaatteista tiedottava Reilun matkailun yhdistys on toiminut Suomessa vuodesta 2003. Pisimmät perinteet ja eniten kysyntää Euroopassa ekoturismilla on Isossa-Britanniassa, Saksassa ja Hollannissa. (Mero 2009, 11 - 12.)

Matkailun kantokyky liittyy läheisesti kestävyYTEEN, minkä vuoksi se on yleispiirteisesti hyvä kestävyYden indikaattori. Kestävyys viittaa matkailun ekologisen, kulttuurisen ja taloudellisen kantokyvyn sekä matkailun laadun säilymiseen samanaikaisesti pitkällä aikavälillä ja myös suunnittelun kokonaisvaltaisuuteen. Kaikki toimijat vastaavat matkailun kestävyYdestä; yrittäjät, matkanjärjestäjät, matkailuorganisaatiot sekä matkailijat. (Hemmi 2005a, 85.)

Borgin (1999, 27) mukaan matkailu on dynaamisessa tilassa oleva elinkeino, jossa osaaminen muuttuu nopeasti. Uutta tietoa ja taitoa tarvitaan sekä koulutusta tiedon tarvisijoille. Ympäristömuutosten aiheuttama paine lisää elinkeinon epävarmuutta ja luo tarvetta toimia uusilla tavoilla. Kestävän kehityksen periaatteet tarjoavat matkailualalle uusia mahdollisuuksia, taloudellista voimaa ja kasvavaa ympäristövastuullisuutta. Matkailuelinkeino menestyy vapauden, turvallisuuden, taloudellisen kasvun ja hyvinvoinnin oloissa. Ilman näitä tekijöitä elinkeino kärsii eikä se menesty. Borg (1999, 27) näkee matkailun sosioekonomisena voimana, rauhan ja kestäväYn kehityksen edistäjänä.

Ajat ovat Borgin (1999, 28) mukaan matkailun osalta muuttumassa siihen suuntaan, että aiemmin kaikille vapaa ja ilmainen luonto ja elinympäristö on hinnoiteltava. Matkakohteiden maksuttomuus mahdollisti nopeat voitot ilman, että olisi tarvinnut huolehtia ympäristöstä ja luonnosta. Kun matkakohteiden luonto ja ympäristöolot muuttuvat, ne eivät enää kiinnosta matkailijoita aiemman veroisesti. Tämän vuoksi kielteiset ympäristömuutokset on estettävä. Hemmin (2005a, 209) mukaan ympäristönsuojelulla pyritään osoittamaan miten luontoa, luonnonvaroja, maisemaa ja kulttuuriympäristöä on mahdollista käyttää, hoitaa ja suojella ihmisen perustarpeet huomioon ottaen.

Ympäristön- ja luonnonsuojelun tavoitteena matkailun näkökulmasta on matkailun edellytysten huomioiminen ja vetovoiman säilymisen turvaaminen, mutta kuitenkin matkailuyritysten ja matkailijoiden ympäristölle aiheuttamien haittojen ehkäiseminen (Hemmi 2005a, 209). Matkailun luonnolle ja ympäristölle aiheuttamat muutokset ovat sekä myönteisiä että kielteisiä. Tärkeää onkin erottaa yleisen ihmistoiminnan aiheut-

tamat vahingot ja matkailun aiheuttamat vahingot toisistaan, sillä kaikki ympäristöhaitat eivät suinkaan johdu pelkästään turismista. Hyvällä ja ennakoivalla suunnittelulla matkailun eri vaikutuksia voidaan suunnata ja hallita. Matkailun ympäristövaikutukset voidaan jakaa *fysikaalisiin*, *sosiaalitaloudellisiin* ja *kulttuurisiin* vaikutuksiin. (Borg 1999, 30.)

Tärkeimmät myönteiset *fysikaaliset vaikutukset* ovat mm. matkailuelinkeinon luonnonvaroilta luomat laatustandardit sekä tunnustus luonnonsuojelun merkityksestä matkailun tärkeimmän vetovoiman säilyttämisessä. Matkailu myötävaikuttaa myös kulttuurisesti arvokkaiden kohteiden kunnostus- ja restaurointityöhön. Nähtävyyksien kunnostaminen parantaa myös ympäristön laatua, mistä paikalliset asukkaat myös hyötyvät. Negatiivisia fysikaalisia vaikutuksia ovat mm. matkailuliikenteen päästöt, matkailukeskusten jätevesi- ja jäteongelmat sekä päästöjen vaikutukset ympäristöön ja ihmisten terveyteen. Ekologisesti arvoille alueille pystytetyt joukkomatkojen rakenteet ja kanavoimaton kulutus aiheuttavat elinympäristön häiriytymistä ja tuhoutumista. Paikalliset asukkaat kärsivät matkailijoiden energian ja luonnonvarojen kulutuksesta niin, että joutuvat itse tinkimään omasta käytöstään. (Borg 1999, 30 - 31.)

Myönteiset *sosiaalitaloudelliset vaikutukset* ovat mm. pienten yritysten uudet mahdollisuudet ja työtilaisuudet sekä matkailutulot paikallisille asukkaille. Liikenneyhteyksien paraneminen, ravitsemusliikkeiden tason kasvu sekä uudet urheilu- ja liikuntamahdollisuudet hyödyttävät myös paikallisväestöä. Suojelu- ja virkistysalueiden sekä kulttuurinsuojelukohteiden taloudellinen merkitys kasvaa matkailuelinkeinon kohteina. Kielteiset sosiaalitaloudelliset vaikutukset voivat olla matkailun kohdealueelle tuomaa rikollisuutta, prostituutiota ja huumeita. Kehitysmaiden kohteisiin matkailu voi tuoda teollisuusmaiden yleistä ja tuhlailevaa elämäntapaa, ahneutta ja välinpitämättömyyttä. Usein myös taloudellinen hyöty valuu pois kohdemaasta monikansallisten majoitus-, ravitsemis- ja kuljetusyritysten kautta. (Borg 1999, 30 - 31.)

Myönteisiä *kulttuurisia vaikutuksia* ovat mm. se, että matkailu tukee paikallista esittävää taidetta, tapahtumia ja perinnetilaisuuksia. Matkailu myös luo uusia markkinoita käsityötuotteille. Luonto-, kulttuuri- ja ympäristöarvot saavat uutta arvostusta matkailuelinkeinon vetovoimatekijöinä. Paikallisväestö voi myös tuntea ylpeyttä siitä, että matkailijat hakeutuvat juuri heidän kotiseudulleen ja arvostavat heidän kohteita ja perinteitään. Kielteisiä vaikutuksia luo se, että matkailualan parhaat työpaikat anne-

taan ulkopaikkakuntalaisille ja paikalliset saavat sesonkiaikaisia työpaikkoja ja vähemmän palkkaa. Tämä käytäntö murtaa paikallisen työelämän rakenteita, matkailijoiden ja paikallisten asukkaiden välille syntyy jännitteitä, paikalliset arvot ja tavat häviävät. Kohdealueen kulttuuri, perinteet ja identiteetti kärsivät kaupallistumisen johdosta ja matkailu tuo mukanaan myös huonoja ympäristökäytäntöjä. (Borg 1999, 30 - 31.)

Hemmin (2005a, 42) mukaan matkailun vaikutusten voimakkuuteen ja pysyvyyteen vaikuttavat kohteeseen matkustamisen muoto, matkailijamäärät, matkailijoiden ominaisuudet, matkan kesto kohteessa, matkailun sesonkiluontoisuus, kohteen ominaisuudet sekä matkailuaktiviteetit (niiden luonne ja kesto). Lentoliikenteen ja massaturismin sanotaan aiheuttavan suurimman osan matkailun haitallisimmista seurauksista. Onneksi perinteisissä massamatkailukohteissa, joissa matkailijamäärät ovat huomattavan suuria, on ryhdytty mittaviin investointeihin haittavaikutusten vähentämiseksi. Omalta osaltaan jokainen matkailija voi miettiä valintojaan ja käyttäytymistään matkan aikana ja kohteessa. ”Älä jätä matkustamatta, tee se vastuullisesti!” kehottavat Kalmari ja Kelola (2009) kirjassaan.

Monet matkailualan aiheuttamista kielteisistä ilmiöistä voidaan kuitenkin välttää hyvän suunnittelun, koulutuksen ja uudelleen arvioinnin avulla. Kestävän kehityksen periaatteilla on tässä prosessissa suuri osa. Matkailu voi vaikuttaa myönteisesti kohdealueen sosioekonomiseen ja kulttuuriseen tilanteeseen, mutta samalla se voi turmella ympäristöä ja hävittää paikallista identiteettiä. Sen vuoksi matkailun suunnitteluun ja kehittämiseen tarvitaan yleisesti hyväksytyjä kohteen, ympäristön ja paikallisyhteisön ehdoista lähteviä ja tarpeita huomioivia menetelmiä. Matkailun kehittäminen tulee olla yhdensuuntainen kohteessa vallitsevien arvostusten, kulttuurisen koskemattomuuden, ympäristön laadun ja paikallisyhteisön tarpeiden kanssa. (Borg 1999, 31 - 32.)

Ekologia ja ekologisuus voidaan matkailun näkökulmasta käsittää matkailijan sekä matkailuelinkeinon ja luonnon välisenä vuorovaikutuksena (Hemmi 1995, 3). Ympäristövastuulliselle matkailulle luonteenomaista on ekosysteemien ja ympäristön kokonaisvaltainen suojeluperiaate, mikä kattaa luonnonsuojelun, jätteiden kierrätyksen ja jätehuollon, energian säästämisen, matkailuyritysten päästöjen vähentämisen, kestävän kehityksen jne. (Hemmi 1995, 18). Ympäristövastuullinen matkailu eroaa muusta matkailusta seuraavasti: matkailuaktiviteetteihin ja yrittämiseen liittyy luontoon koh-

distuva kasvatus ja opetus, luonnon ja ympäristön arvostaminen on keskeistä, matkailu on pienten ryhmien matkailua ja matkailuyrityksissä noudatetaan selkeitä ympäristöä säästäviä toimia ja johtamistapoja. Ympäristövastuullinen matkailu voidaan Hemmin (1995, 19) mukaan nähdä matkailun ympäristövaikutuksia vähentävänä strategiana. Kyseinen tavoite voidaan saavuttaa seuraavilla toimenpiteillä: kansainvälisillä ja kansallisilla ohjelmilla, suojelutoimenpiteitä, suunnittelulla ja kaavoituksella, lainsäädännöllä ja ohjeilla, taloudellisilla ohjaustoimilla, teknisten ratkaisujen avulla sekä matkailijoiden ja matkailuyrittäjien koulutuksella ja valistuksella.

Hemmin (2005a, 83) mukaan ympäristöä säästävän matkailun keskeisiä periaatteita ja toimintamalleja noudattaessa menetellään mm. seuraavasti. Uusia matkailuinvestointeja tehtäessä sekä aiempia täydennettäessä tulee ympäristön kannalta huomioida matkailukohteen sijainti, rakentaminen ja alueen rakennuskulttuuri, maisemanhoito liikenneväylien haittatekijät, paikallisten tuotteiden ja palveluiden hyödyntäminen sekä suunnittelu ja koulutus. Esimerkiksi tuotteita ja palveluita kohteeseen valitessa on suositeltavaa valita paikallisten tuotteiden ja palveluiden käyttö. Näitä ovat niin työvoima, maatalous- ja käsiteollisuustuotteet sekä opas- ja ohjelmapalvelut. Huomio kannattaa kiinnittää myös luonnon mukaiseen viljelyyn, luomuun. Matkailukohteen henkilökunta tulee kouluttaa kaikissa työtehtävissään toimimaan ympäristöä säästävien periaatteiden mukaisesti. Matkailutuotteita markkinoitaessa on pyrittävä välittämään asiakkaille faktapohjaista tietoa tuotteiden laadusta ja ympäristöä säästävistä ominaisuuksista. Näin voidaan taata luvattu taso ympäristöä ympäristötietoiselle kohderyhmälle.

Matkailu on Hemmin (2005a, 90) mukaan kestävä, jos kestävyys toteutuu viidellä eri tasolla samanaikaisesti ja tasavertaisesti. Nämä tasot ovat:

1. Talouden taso
2. Matkailijatytytyväisyyden taso
3. Ympäristönsuojelun taso
4. Kulttuuritaso
5. Sosiaalinen taso

Talouden taso merkitsee voiton saavuttamista, työpaikkojen luomista ja myönteistä vaikutusta kansantalouteen. Ympäristönsuojelun tasolla tarkoitetaan veden ja ilman suojelua, luonnon monimuotoisuuden säilyttämistä sekä maiseman suojelua. Kulttuuritasolla arvioidaan kulttuurien kauneusarvojen, erilaistumisen ja yksilöllisyyden säi-



lyttämistä. Sosiaalisella tasolla taas seurataan matkailun kohdealueen alueen alkupe-  
räisväestön hyvinvointia.

### 3.3 Vihreä matkailu Suomessa

Kansainvälinen matkailu on jatkuvassa kasvussa ja matkailukohteiden käyttö lisääntyy koko ajan. Tämä tuo tullessaan myös ympäristöongelmia sekä kohteiden laadun ja viihtyvyydestason alenemista (Borg 1999, 27). Tätä näkökulmaa emme aina ehkä osaa ajatella oman kotimaamme Suomen kannalta, uutisoidut ongelmat kun tapahtuvat kaukana maailmalla. Tulemmeko ajatelleeksi sitä, että Suomi on myös yksi matkakohde muiden maiden joukossa? Suomi ei välttämättä ole suosituin matkakohde ulkomaalaisten keskuudessa, mutta kotimaanmatkailu kuuluu Suomen kesään. Matkailun tarjontaan ja laatuun on mahdollista panostaa ja näillä keinoin houkutella niin kotimaisia kuin ulkomaalaisiakin asiakkaita.

Suomen kehitys nykyaikaiseksi matkailumaaksi alkoi jo 1880-luvun lopulla, kun Suomen Matkailijayhdistys (nykyisin Suomen matkailuliitto) perustettiin. Kuitenkaan Suomesta ei koskaan ole kehittynyt joukkomatkailemisen kohdetta. Joukkomatkailemisen edellytysten puuttumisen takia Suomi on jäänyt sivuun laajamittaisen turismin valtavirroista (Vuoristo 1998, 13). Vihreän matkailun kannalta tämä oikeastaan on vain hyvä asia. Suomi onkin säilynyt matkailuympäristönä, jossa ekologisen matkailun toteutus on kaikin puolin mahdollista. Vuoriston (1998, 70) mukaan Suomi ei tarjoa edellytyksiä edes luontopohjaiselle joukkomatkailemalle, vaikka rannikkoja ja vesistöjä meillä riittää. Kuitenkin matkailupotentiaalia lisäävänä tekijänä Suomella on tilan paljous. Muuhun Eurooppaan verrattuna Suomessa on tilaa henkeä kohti poikkeuksellisen runsaasti. Lisäksi Suomen vetovoimana toimivat sellaiset erikoisuudet, kuten esimerkiksi yöton yö ja päivätön päivä eli kaamos, revontulet sekä luonnossa liikkuminen ja urheileminen.

Luontoon liittyvä attraktio on jo nyt ja tulee Vuoriston (1998, 234) olemaan Suomen tärkeimpiä vetovoimatekijöitä tulevaisuudessa. Voimakkaasti kaupungistuneissa maissa niin Euroopassa kuin Aasiassakin, halu päästä luonnon lähelle tulee kasvamaan tulevaisuudessa. Esimerkiksi Japanissa halutaan viettää loma-ajat kaukana kaupungista, luonnon keskellä. Suomen luonnon sekä tilan markkina-arvo tulevat kasvamaan

entisestään, etenkin jos tarjolla on tuotteita ja palveluita, jotka pohjautuvat kestäväan kehitykseen. Lapissa toimivaa aasialaisturistien sesonkia tulisi vihreän matkailun myötä laajentaa myös etelämmäksi Suomessa. Vuoriston (1998, 238) mukaan erikoistuneen kesä- ja talviharrastematkailun ydinalueeksi painottuvat Pohjois- ja Itä-Suomi, kun taas Etelä- ja Länsi-Suomi toimivat osana Itämeren matkailualueita.

”Maisema on matkailun resurssi” (Hemmi 2005a, 302). Tämä toteamus pitää erittäin hyvin paikkansa varsinkin Suomen oloissa. Suomessa on tarjolla ihailtavaksi paljon metsää ja vesistöä. Kansallispuistot edustavatkin luonnonmukaisinta matkailun maisema tyyppiä Suomessa. Hemmin (2005a, 304) mukaan suomalaisen maiseman symboloima isänmaan kuva on merkittävä imagotekijä myös kansainvälisillä matkailumarkkinoilla. Maaseudun vaihtelevuus ja erilaisuus on rikkautta, joka edustaa suomalaista matkailun vetovoimaa. Suomalaista maisemaa tuleekin hoitaa sen vetovoiman säilyttämiseksi.

Vaikka Suomen luonto ei ole yhtä monimuotoinen kuin esimerkiksi troppiikin tai subtropiikin alueilla, on luontomme silti matkailijoille mielenkiintoinen. Pohjoinen ja syrjäinen sijainti toimii vetovoimana ulkomaisille matkailijoille sekä neljän vuodenajan vaihtelu antaa monipuolisuutta ja korostaa maamme luonnonpiirteitä (Hemmi 2005b, 11). Tämä etu tarjoaa Suomelle mahdollisuuden panostaa luontomatkailuun ja sitä kautta ekologisten matkailupalveluiden tarjoamiseen ulkomaille. Suomesta löytyy useita luonnonpuistoja, kansallispuistoja, maaseutumatkailukohteita ym. luontomatkailuun painottuvia kohteita niin kotimaisille kuin ulkomaisillekin turisteille. Useat niistä toimivat nimenomaan ekologisella, ympäristöä huomioivalla pohjalla.

Pienten yritysten tarjoamat matkailukohteet ja ekologiset majoitusmahdollisuudet ovat hyvä vaihtoehto yöpymiselle Suomessa matkaillessa. Pienistä, jo vihreistä ja ekologisista maatilamatkailuyrityksistä Terhi Arell (2003) esittelee 50 ekologista matkakohdetta ympäri Suomea. Kohteet ovat pääasiassa luomutiloja, mutta myös ekokylä ja muita vihreän matkailun kohteita on maassamme tarjolla. Itä-Suomen läänistä Arellin mukaan löytyy 13 vihreää kohdetta, joista kaksi sijoittuu lähelle Savonlinnaa. Nämä kohteet ovat Huvitus Rantasalmella ja Kirstilän Luomutila Tohmajärvellä. Kaikki kohteet eivät välttämättä ole enää toiminnassa tai tiedot aivan ajan tasalla, sillä kohteet on paikannettu ja koottu yhteen 10 vuotta sitten. Kuitenkin Arell antaa hyvän yleisen

kuvan Suomen luomumatkailutarjonnasta ja tilanteesta, hyviä ympäristöneuvoja matkailuun sekä luomuvinkkejä.

Tänä päivänä maailmalta löytyy jo luomukaupunkeja ja reiluja kaupunkeja. Suomi voisi ottaa mallia esimerkiksi ekoasioissa kunnostuneesta Tanskasta. Kööpenhaminaa pidetään varsinaisena luomukaupunkina. Luomun käyttö Kööpenhaminan ravintola- ja majoituspalveluissa on maailmanennätyksellistä. Suomessa voi kaupunkikohteensa etsiä jo eettisin perustein. Suomen kaksi tämän hetkistä reilua kaupunkia ovat Tampere ja Pori, joiden lisäksi Suomesta löytyy myös reilu kunta, Utajärvi. Reilun kaupungit ja kunnat tarjoavat ja käyttävät Reilun kaupan eli kehitysmaiden tuotteita. Matkailija törmää näihin tuotteisiin esimerkiksi ravintoloissa, kahviloissa ja hotelleissa. Seuraavana reiluksi kaupungiksi ovat hakeutumassa mm. Helsinki, Espoo, Jyväskylä, Mikkelin ja Joensuu. (Kalmari & Kelola 2009, 21 - 22.)

### **3.4 Vihreä matkailu Savonlinnan seudulla**

Savonlinnan kaupunki sijaitsee Etelä-Savon maakunnassa. Savonlinnan naapurikuntia ovat Enonkoski, Heinävesi, Kerimäki, Kesälahti, Kitee, Liperi, Punkaharju, Rantasalmi, Rääkkylä, Sulkava ja Varkaus. Vuoden 2009 alussa myös Savonrannan kunta liitettiin Savonlinnaan. Savonlinnan kaupungin asukasluku on 27 763 (31.1.2010). Pinta-ala on 1 973,35 km<sup>2</sup>, josta 762,71 km<sup>2</sup> on vesistöjä (1.1.2010). Väestötiheys on 22,9 asukasta/km<sup>2</sup>. Savonlinnan kaupunki tunnetaan erityisesti Olavinlinnasta ja siellä järjestettävistä vuotuisista Savonlinnan oopperajuhlita. (Savonlinna 2011b.)

Muhonen (1998, 57) kuvailee kaupunkia kauniisti seuraavin sanoin: ”Savonlinnan profiilissa korostuu ainutlaatuinen luonnon ympäristö. Kaupunki keskellä siintäviä järvenselkiä, joita sadat saaret, niemet ja salmet, vuoret ja harjut kirjovat, ansaitsee maineensa Saimaan Helmenä”. Samantyyppisiä kuvauksia on myös muissa lähteissä (vrt. Savonlinna taskutieto 2011). Savonlinnan kaupungin strategiat ja visiot kaupungin ja sen kehityksen suhteen ovat seuraavanlaiset. Strategia: vastuullisuus - yhteisöllisyys, yrittäjyys - luovuus, avoimuus - luotettavuus. Visio kaupungilla on seuraava: ”Savonlinna on vetovoimainen Saimaan saariston keskuskaupunki, jossa ihmisen on hyvä elää”. (Savonlinna 2011c.)

Luontomaisemistaan Savonlinnan seutu tarjoaa paljon arvokkaita niin luontomatkailun kuin vihreän matkailun kohteita ja vetonauloja. Muhonen (1998, 57) kertoo, että 50 km säteellä Savonlinnan torilta löytyvät kaikki suomalaiset maisematyypit, paitsi tunturimaisema. Saimaan norpista tunnetusta Pihlajavedestä on suunniteltu Unescon maailmanperintökohdetta. Järvimatkailu on aidoimpia savonlinalaisia kesäelämyksiä. Kaupungin pinta-alasta onkin vettä 40 % ja rantaviivaa löytyy 90 metriä asukasta kohden. (Muhonen 1998, 54.)

Eräitä Savonlinnan seudun kohteita ei suotta ole nostettu Suomen kansallismaisemien joukkoon. Olavinlinna sekä Pihlajavesi ovat Savonlinnan omia kansallismaisemia. Restauroitu Olavinlinna on merkittävä matkailukohde Pihlajaveden kauniin järvimaiseman keskellä. Olavinlinnaa pidetään kulttuurielämän huomattavana keskuksena. Kolmas Savonlinnan seudun Suomen kansallismaisemiin luettava alue on Punkaharju. Kauneudestaan tunnettu Punkaharju on arvokkaimpia alueita Suomen kansallismaisemien joukossa. Lisäksi Savonlinnasta pääsee Kuopioon suuntaavalle Heinäveden reitille. (Hemmi 2005b, 7.)

Savonlinnan alueen läpi kulkee myös vihreän kullan kulttuuritie, joka esittelee kauniita ja vaihtelevia Etelä-Savon maisemia. Maisemien lisäksi tien varrelta löytyy nähtävyyksiä, hiljaisia kyläteitä, metsien vihreää kultaa eri muodoissaan, puurakentamista ja alueen arvokasta kulttuurihistoriaa. Reitin varrella merkittävimmät nähtävyydet ovat Olavinlinna, Suomen metsämuseo Lusto ja Putikon sahayhdyskunta. Vihreän kullan kulttuuritie on yhteensä 250 km pitkä ja se lähtee Vihantasalmelta valtatie viideltä Mäntyharjun keskustan kautta Ristiinaan, edelleen Puumalaan, Sulkavalle ja Savonlinnaan, valtatie 14 pitkin Punkaharjulle ja Putikkoon. Putikosta voi jatkaa myös valtatielle 6 pitkin Via Karelia reitille. (Ks. Savonlinna 2011a; Vihreän kullan kulttuuritie 2011.)

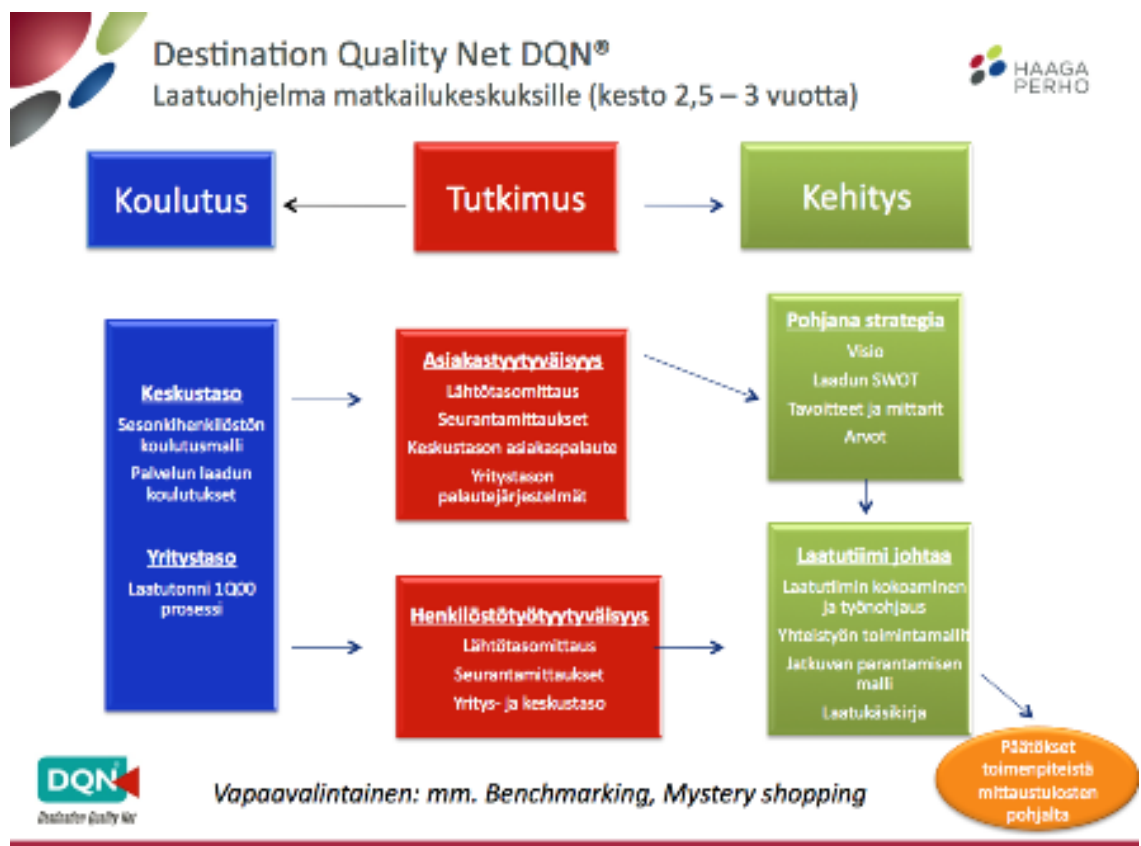
90-luvun loppupuolella Savonlinnan on uskottu tulevaisuudessa kehittyvän Järvi-Suomen keskeisenä matkailu-, kulttuuri-, ja koulukaupunkina, jossa ympäristöystävälliset elinkeinot voimistuvat (Muhonen 1998, 57). Savonlinna on kyllä edennyt kohti aiottua tavoitetta, mutta se ei ole vielä saavuttanut asemaansa täysin suunnitelmien mukaan. Koulutustarjonnan karsinta tuonee takapakkia koulukaupungin kehittymiselle, eikä Savonlinnan kehitys matkailukaupunkinakaan ole edennyt kesää ja oopperakautta pidemmälle. Kaunis matkailukohde kuten Savonlinna hyötyisi Green DQN -

laatuohjelmasta. Savonlinnan kaupungin strategiassaan ja visioissaan määrittelemiä arvoja pystyttäisiin tehostamaan laatuohjelman avulla.

## 4 HAAGA-PERHON LAATUOHJELMAT

### 4.1 Destination Quality Net - DQN

Destination Quality Net ® (DQN) on Haaga-Perho Yhtymän ja sen yhteistyökumppaneiden luoma laatuohjelmakokonaisuus, joka tarjoaa työkalut matkailualan piirissä toimiville asiakkailleen palveluidensa laadun kehittämiseksi (DQN 2011a). DQN painottaa sivuillaan, että ”palvelun kokonaislaatu on nykyaikana yksi matkailualueiden ja -keskusten tärkeimmistä kilpailukeinoista”. DQN -laatuohjelmien rakenne ja ohjelman toiminta määritellään kuvassa 1. Kaavio kertoo alkututkimuksen johtavan samanaikaisesti sekä koulutukseen että kehitykseen. Ohjelman edetessä koulutus etenee tutkimuksen kautta kehitykseen ja päätökseen toimenpiteistä.



KUVA 1. DQN -ohjelman rakenne (DQN 2011a)

Noin 2,5 - 3 vuotta kestävät DQN -laadun kehittämisohjelmat on suunnattu matkailu-alueille ja -keskuksille. Kukin ohjelma koostuu tutkimuksesta, koulutuksesta ja kehittämisestä. Ohjelman avulla luodaan matkailualueelle tai -keskukselle jatkuvan parantamisen malli. Laatuohjelman tarkoituksena on nostaa palveluiden laatu matkailualueen kilpailuvaltiksi. DQN -laatuohjelman hinta kolmelle vuodelle on alkaen 100 000€, mutta lopullinen hinta riippuu sisällön laajuudesta. Yritysten on mahdollista hakea avustusta laatuohjelmaan, jolloin keskimääräinen yritysosuuden hinta on vain 1500 - 3000€. (DQN 2011a.)

Keskustasolla tehdään sesonkihenkilöstön koulutusmalli sekä palvelun laadun koulutus tutuksi, minkä jälkeen siirrytään tutkimukseen (vrt. Kuva 1). Yritystasolla käydään Laatutonni 1000 prosessin kautta tutkimustasolle. Tutkimustasolla asiakastyytyväisyyttä mitataan lähtötasomittauksen, seurantamittauksien, keskustason asiakaspalautteen sekä yritystason palautteen kautta. Myös henkilöstötyytyväisyyttä mitataan lähtötasomittauksella sekä seurantamittauksilla niin yritys- että keskustasolla. Kun kehitysvaiheeseen asti päästään käytetään seuraavanlaisia metodeja hyödyksi: visio, laadun SWOT -analyysi, tavoitteet ja mittarit sekä arvot. Lisäksi kootaan laatutiimi, joka johtaa työnohjausta, hyödyntää yhteistyön toimintamallia sekä jatkuvan parantamisen mallia sekä laatuksikirjaa. Päätökset toimenpiteistä tehdään mittaustulosten pohjalta. (DQN 2011a.)

DQN -laatuohjelman aikana on tarkoitus mm. (DQN 2011a):

- ❖ Omaksua pysyvä yhteistyömalli kohteen kehittämiseen.
- ❖ Työskennellä yhdessä avainyritysten kesken.
- ❖ Harjautua tekemään päätöksiä faktatiedon pohjalta toiminnan parantamiseksi.
- ❖ Luoda malli sesonkihenkilöstön koulutukselle ja perehdyttämislle.
- ❖ Rakentaa laatu järjestelmät yritystasolle asti.

Laatuohjelman mitattavat tulokset määritellään seuraavasti (DQN 2011a):

- ❖ Asiakastyytyväisyys paranee. Ohjelman alussa suoritetaan lähtötason mittaus, jonka perusteella tavoitteet asetetaan. Toimenpiteet ja seurantamittaukset tehdään vuosittain.

- ❖ Henkilöstön työtyytyväisyys paranee. Ohjelman alussa suoritetaan henkilöstön työtyytyväisyysmittaus, jonka perusteella tavoitteet asetetaan. Toimenpiteet ja seurantamittaukset tehdään vuosittain.
- ❖ Laatujärjestelmien myötä yritysten toimintaprosessit tehostuvat, mikä näkyy käyttökatteiden paranemisena.
- ❖ Keskuksen liikevaihto kasvaa kanta-asiakkuuksien vahvistuessa ja asiakastytyväisyyden lisääntyessä.

Laadullisina tuloksina saavutetaan:

- ❖ Avainyritysten kiinteä verkostoituminen, pysyvän yhteistyömallin organisointuminen ja yhteisistä “pelisäännöistä” sopiminen.
- ❖ Yritysten ja henkilöstön osaaminen paranee;
  - Yritykset ja henkilöstö omaksuvat laadun kehittämisen mallit ja työkalut
  - Asiakastutkimukset parantavat henkilöstön asiakasosaamista
  - Sisäinen benchmarking edesauttaa kilpailijoiden tuntemusta
  - Sesonkihenkilöstön koulutusmallit tehostuvat

### **DQN -laatuohjelmatyypit**

Destination Quality Net -laatuohjelmat pohjautuvat kukin eri teemoihin. DQN -laatuohjelmia toteutetaan seuraavilla eri teemoilla; Culture DQN, Experience DQN, Green DQN sekä Wellbeing DQN (DQN 2011a). Nimien englanninkieliset pohjat viittaavat kunkin laatuohjelman tyyppiin ja painotukseen. Källroosin (2011) mukaan kehitteillä on myös pilottihanke uudelle Responsibility DQN -laatuohjelmalle. Lyhyen esittelyn jälkeen keskityn tutkimuskohteenani olevan Green DQN laatu-ohjelman tarkemmin luvussa 5: Green DQN -laatuohjelma Savonlinnassa.

Jokainen eri teemaan painottuva laatuohjelma on tarkoitettu matkailukeskuksille ja -alueille. Kohderyhmänä ovat matkailualueet ja -keskukset, jotka haluavat kehittämiselle yhteisen suunnan ja tehokkaat välineet laadun ja toiminnan kehittämiseen. Kunkin ohjelman perusrunkona on DQN -ohjelma, mitä viedään eteenpäin tiettyä aihepiiriä painottaen. Kaikessa osaamisen kehittämisessä huomioidaan kyseisen laatuohjelman erityisvaatimukset ja tarpeet ohjelman onnistumiseksi. DQN -laatuohjelmien

avulla laatu ja valittu kehitettävä erikoisosaaminen nostetaan matkailualueen kilpailuvaltiaksi. (Källroos 2011.)

- ❖ **Culture DQN:** Tätä laatuohjelmaa viedään eteenpäin kulttuuria painottaen ja kehittämisessä huomioidaan kulttuuritoimen erityisvaatimukset. Culture DQN -ohjelmassa alueen kilpailuvalteiksi kehitetään laatu ja kulttuuriosaaminen (DQN 2011b).
- ❖ **Experience DQN:** Lapin Elämysteollisuuden Osaamiskeskuksen LEO:n ja Haaga-Perhon yhteistyönä syntyneen elämuspainotteisen laatuohjelman runko muovataan elämuspainotteiseksi ja kehittämisessä otetaan huomioon elämysteollisuuden vaatimukset. Experience DQN -ohjelma kehittää laadun sekä elämysteollisuuden osaamisen matkailualueen valttikortiksi. (DQN 2011c.)
- ❖ **Green DQN:** Matkailun edistämiskeskuksen (MEK), Metsähallituksen sekä Haaga-Perhon yhteistyönä syntynyt ympäristöpainotteinen laatuohjelma painotetaan ekologisuuteen pyrkiväksi. Laatuohjelman toteutuksen aikana otetaan huomioon ympäristöasiat sekä Metsähallituksen kestävän luontomatkailun kriteerit. Green DQN -laatuohjelman kilpailuvaltit ovat laatu ja ympäristöosaaminen. (DQN 2011d.)
- ❖ **Wellbeing DQN:** Uusi hyvinvointipainotteinen laatuohjelma, joka suunnataan kaikin puolin hyvinvointiin pyrkiväksi ja kehittämisessä huomioidaan hyvinvointiasiat. Wellbeing DQN -laatuohjelma kehittää laadun ja työhyvinvointiosaamisen kohteen kilpailuvaltiaksi (DQN 2011e).

## 4.2 Destination Management Net - DMN

Destination Management Net (DMN®) on Haaga-Perhon ja yhteistyökumppaneiden tarjoama laadun kehittämisen jatko-ohjelmakokonaisuus perustason DQN -ohjelmiin jo osallistuneille matkailualueille ja -keskuksille. DMN -laatuohjelmia on yhtä monta kuin DQN -laatuohjelmiakin: DMN, Culture DMN, Experience DMN, Green DMN sekä Wellbeing DMN. Myös DMN -ohjelmien kesto on noin 2,5 - 3 vuotta. (DMN 2011.)

DMN -ohjelmat koostuvat tutkimuksesta, koulutuksesta ja kehittämisestä. Ohjelman avulla luodaan jatkuvan parantamisen malli, verkotutaan laajemmin ja laatutiimin ko-



ko kasvaa. Lisäksi johdon ja esimiesten valmiuksia vahvistetaan ja valitut strategiat ja tavoitteet perehdytetään henkilöstölle sekä yhdistetään koulutussuunnitelmiin. DMN:n avulla opitaan itsenäinen tapa keskuksen kokonaisvaltaiselle kehittämiselle, hallitaan asiakkaalle kriittiset prosessit ja osataan kehittää niitä myös keskustasolla itsenäisesti. (DMN 2011.)

### **4.3 Laatutonni 1Q00**

Haaga-Perhon DQN- ja DMN -laatuohjelmissa sovelletaan myös Laatutonni 1Q00 -laatuohjelmaa. Suomen matkailun laatu politiikan ja sen toteuttamisohjelman suunnitteluhanke on saanut alkunsa jo vuonna 2001 Matkailun edistämiskeskuksen aloitteesta. Tarkoituksena hankkeella oli nostaa matkailupalveluiden laatu niiden hintaa vastaavalle tasolle. Jotta tämä työ saisi tuulta siipiensä alle, perustettiin ”Laatutonni” laadun suunnitteluprojekti. Laatutonni 1Q00 on matkailualalle suunniteltu käytännönläheinen laatuohjelma, joka pohjautuu kansainvälisiin laatu palkintokriteereihin. Kotimaista Laatutonnia vastaavia kansainvälisiä laadunvarmistusjärjestelmiä ovat sertifioidut ISO 9000 -sarjan järjestelmät. Suomalaisille kotimaisen tuotteen ja palvelun laatu on usein itsestäänselvyys. Palvelun laadun tasoa osoittamaan on kehitetty Laatutonni-diplomi. Tähtäimenä on ylläpitää uskottavuutta myös kansainvälisillä markkinoilla. (MEK 2011.)

Laatutonnissa henkilöstö oppii itsenäisesti kehittämään tuotteiden, palvelujen sekä toiminnan laatua valmennuksen jälkeen. Laatutonniin mukaan pääsy edellyttää laatuvalmennuksen läpikäyntiä sekä mukana oloa Laatuverkossa. Laatuverkko on tunnuslukuvertailujärjestelmä, minkä avulla yritys voi seurata tuloksiaan sekä tehdä vertailuja kilpailijoihin maa-, maakunta-, alue-, projekti-, ryhmä- ja toimialakohtaisesti asiakastyytyväisyydestä, henkilöstötyytyväisyydestä sekä omistajatytytyväisyydestä. (Laatutonni 2011.)

Tavoitteeksi laatutonnille asetettiin matkailun paikallisyrittäjille yhtenäisten laatu kriteerien ja mittareiden luominen, jotka lopulta soveltuisivat mahdollisimman laajalti elinkeinon eri sektoreihin ja eri yrityksiin. Laatutonni-vision mukaan tuhat yritystä on mukana ohjelmassa, joka kestää muutaman vuoden. Tämä kattaa koulutuksen, kenttä-

ohjauksen ja muun tuen, joka kohdistetaan itse yrityksille. Olennaisinta on, että yritys itse kykenee jatkamaan sekä ylläpitämään systemaattista laatutyötä. (MEK 2011.)

Tärkeimmät osa-alueet laatutonnivalmennuksissa ovat itsearviointi, Laatutonnityökirja sekä LaatuVerkko. Kehittämisen kohteet tunnistetaan itsearvioinnilla ja samalla jäsennetään laadun kehittämissuunnitelma yrityskohtaisesti. Työ etenee hallitusti Laatutonnityökirjan avulla ja työpohjat helpottavat itse dokumentointia. LaatuVerkkoa voidaan käyttää työvälineenä laadun kehittymisen seurantaan ja sekä asiakkaan kuuntelemiseen ja yrityksen toiminnan kehittämiseksi oikeaan suuntaan. (MEK 2011.)

Laatutonni antaa myös Yritysryhmävalmennusta. Yritysryhmät ovat verkottumisen kannalta sekä rahoituksellisesti monelle hankkeelle kiinnostava kohde, ottaen huomioon myös TE-keskuksen näkökulman asiaan. Parhaiten Yritysryhmävalmennus soveltuu 4-10 henkilötyövuotta ympärivuotisesti työllistävälle yrityksille. MEK suosittelee yli 10 hengen yrityksille ensisijaisesti Laatutonni Yritysvalmennusta. Laatutonni tuo täydennystä ja tehoa yrityskonsepteihin, joten se ei ole kilpailutilanteessa ketjukonseptien kanssa. (MEK 2011.)

#### **4.4 DQN -laatuohjelmat Suomessa**

DQN -laatuohjelmat on kehitetty Suomessa 1990-luvulla. Ensimmäinen laatuohjelma aloitettiin Saariselällä ja Rovaniemen Pajakylässä vuonna 1995. Tästä eteenpäin laatuohjelmia on toteutettu useilla muilla matkailualueilla ja matkailukeskuksilla (vrt. taulukko 1). Vuonna 2011 kuusi eri matkailualueutta on saamassa DQN -laatuohjelmansa päätökseen. Rovaniemi, Mänttä, Helsinki sekä vuoden 2011 kulttuuripääkaupunki Turku ovat loppusuoralla Culture DQN ohjelman kanssa. Saariselällä ja Hankasalmella puolestaan perustason DQN saadaan päätökseen vuoden 2011 aikana. Tämän hetken tuoreimmat laatuohjelmat suorittavat matkailualueet Syöte ja Kalajoki ovat aloittaneet Green DQN -laatuohjelman vuonna 2010. Syöte suorittaa ohjelman loppuun vuoden 2012 ja Kalajoki vuoden 2013 aikana.

Green DQN®	Kalajoki	2010 - 2013
Green DQN®	Syöte	2010 - 2012
DQN®	Hankasalmi	2009 - 2011
DQN®	Saariselkä	2009 - 2011
Culture DQN®	Turku	2009 - 2011
Culture DQN®	Helsinki	2009 - 2011
Culture DQN®	Mänttä	2009 - 2011
Culture DQN®	Rovaniemi	2009 - 2011
DQN®	Ylläs	2006 - 2007
DQN®	Naantali	2006 - 2008
DQN®	Levi	2005 - 2007
DQN®	Pyhä – Luosto	2004 - 2007
DQN®	Ruka	2000 - 2003
DQN®	Luosto	1996 - 1997
DQN®	Vuokatti	1996 - 1997
DQN®	Punkaharju	1996 - 1997
DQN®	Pajakylä Rovaniemi	1995 - 1997
DQN®	Saariselkä	1995 - 1997

### TAULUKKO 1. DQN – laatuohjelmat Suomessa (DQN 2011 a)

Myös muutamia DMN jatko-ohjelmia on ehditty suorittaa matkailualueilla (vrt. Taulukko 2). Ensimmäinen DMN jatko-ohjelma käytiin Rukalla DQN II DMN -muodossa vuosina 2005 - 2008. Vuonna 2011 Pyhä - Luoston -matkailukeskus saa Green DMN -laatuohjelmansa päätökseen.

Green DMN®	Pyhä - Luosto	2008 – 2011
Green DMN®	Ylläs	2008 – 2010
DMN®	Levi	2008 – 2010
DQN® II DMN®	Ruka	2005 – 2008

### TAULUKKO 2. DMN -laatuohjelmat Suomessa (DMN 2011)

## **Esimerkit laatuohjelmista Suomessa:**

Seuraavaksi esittelen muutaman esimerkin jo toteutetuista ja käynnissä olevista DQN -laatuohjelmista Suomessa. Vertailtaviksi esimerkeikseni olen valinnut Saariselän, Pyhä-Luoston sekä Syötteen matkailualueet. Kyseisten esimerkkien joukosta löytyvät sekä ensimmäiset sekä viimeisimmät toteutetut laatuohjelmat.

### **Saariselkä**

Saariselän matkailukeskuksessa aloitettiin vuonna 1995 DQN -laatuohjelma ensimmäisenä Suomessa. Saariselkä on tunnettu matkailukeskuksena, jonka valtteja ovat laatu, luonto, lapinhenkisyys sekä palveluvalikoima. Vuosien 2009 - 2011 aikana Saariselän matkailualue on uudelleen DQN -laatuohjelmassa mukana, jolloin laatutyön perusta päivitetään. Tällä kertaa Saariselän matkailualue tähtää luontomatkailun tuotteistamisen kärkikohteeksi Suomessa. Tavoitteen pohjana toimii monipuolinen ja ainutlaatuinen luonto: Urho Kekkosen ja Lemmenjoen kansallispuistot sekä upeat vesistöt Ivalonjoki ja Inarijärvi. (DQN 2011f.)

Tavoitteena Saariselällä on olla edelläkävijänä etenkin kansallispuistoihin suunnattujen palveluiden tuotteistamisessa. Saariselän laatuohjelma käynnistyi kesällä 2009 asiakastyytyväisyysmittauksilla ja yritysvalmennuksilla. DQN -laatutyö on saanut positiivisen vastaanoton Saariselän yrityksissä. Alueen yhteinen laatutyö koetaan tärkeäksi menestystekijäksi alueellisen yhteistyön tiellä, jonka johdosta Saariselän matkailualue palvelee osaavasti laatu- ja ympäristötietoista vierailijaa. (DQN 2011f.)

Nykyiseen laatutiimiin Saariselällä kuuluvat: Holiday Club Saariselkä, Erähotelli Nelli, Saariselän Tunturihotelli, Saariselän Keskusvaraamo, Ski Saariselkä, Lake & Snow Inari, Suomen Latu Kiilopää, Pohjois-Lapin Matkailu Oy, Lapin luontolomat, Inari Event Lapland, Pohjois-Lapin Matkailu sekä Kalotin oppimiskeskus. Tällä kahdentoista yrityksen joukolla laatuohjelman toteutus sujuu hyvin ja mallikkaasti. (DQN 2011f.)

## **Pyhä-Luosto**

Green DMN herätti Pyhä-Luoston yrittäjät. Laatutiimin puheenjohtaja Kirsti Ryytty-Tuomisen mukaan alue- ja yritystason ohjattu ympäristötyöskentely ei jäänyt kokouspöydän papereiden tasolle, vaan todellisiin toimiin on ryhdytty. Ryytty-Tuominen hienosti kiteyttää: ”Koska emme voi koko maailmaa pelastaa, tehdään se, mikä on merkityksellistä omalla alueellamme.” (DQN 2011f.)

Pyhä-Luostolla toteutetaan Green DMN -laatuohjelma vuosien 2008 - 2011 aikana. Alueen ympäristöohjelman laatiminen toi toiminnalle selkärangan, jonka myötä yrityskohtaiset ympäristösuunnitelmat toteuttivat muutoksia. Laatuohjelman aikana oli sekä asioita, joita pitää hoitaa yhdessä, että asioita, joita jokainen yritys pystyy omalla sarallaan kehittämään. Energian, lämmön, veden, jätehuollon ym. kehittämisaalueilla on pitänyt jakaa kestävän kehityksen toiminta ensin tuhlauksen vähentämiseen ja sitten syntyneiden haittojen korjaamiseen. Julkisten palveluiden tulee toimia, jotta kestävä matkailua voidaan kehittää. Pyhä-Luoston suurin haaste on biojätteen lajittelun saaminen alueelle ja asian ratkaisemiseksi on päästy hyvään alkuun. Matkailualueella on ymmärretty, että kaikista niistä hankkeista mitä ollaan tekemässä, tulee viestiä ja pyrkiä saamaan alueen vieraat hoitamaan hyvällä mielellä osa työstä. Pyhä-Luoston keskeinen idea Green DMN:n osalta on luoda hyvän omantunnon matkailukohdetta, jossa yrittäjät kantavat kukin vastuunsa. (DQN 2011f.)

## **Syöte**

Tuoreimpiin Haaga-Perhon koulutuksiin kuuluu Syöte Green DQN, joka aloitettiin vuonna 2010. Mukana on seitsemän yritystä, mukaan lukien Metsähallitus ja Syötteen Luontopalvelut. Laatuohjelman aloitus käynnistyi verkkaisesti. Syötteelle Green DQN -laatuohjelman muotoa, osallistujia ja rahoitusta valmisteltiin vuodesta 2006. Nykyään hanke toimii normaalisti ja täysipainoisesti. Asiakastutkimuksia on tehty kesällä ja talvella 2010, sekä kesällä ja syksyllä 2011. Yrityskohtaiset Laatutonni-valmennukset on aloitettu sekä ympäristöasiantuntijat tekevät yrityksiin ympäristökatselmuksia. Lokakuussa 2011 Syötteellä pidetään avoin kaikille yrityksille suunnattu ympäristöpainotteinen ohjelmatyöpaja. (Ruokamo 2011.)

Ruokamon (2011) mukaan DQN -kehittämiseen sisältyy aina aluetasoinen kehittämis-, koulutus- ja tutkimustoiminta, jota ohjaa ja koordinoi avainyritysten muodostama laatutiimi. Syötteellä laatutiimi on kokoontunut jo kolme kertaa ja seuraava kokoontuminen pidetään syyskuussa 2011. Syöte Green DQN -hankkeen tavoitteena ja tuloksina ovat matkailualueen ja yritysten asiakas- ja henkilöstötyytyväisyyden parantaminen, yritysten toiminnan tehostuminen sekä matkailukeskuksen liikevaihdon kasvaminen. (Haaga-Perho 2011.)

Green DQN -laatuohjelman aloittamisesta Ruokamo (2011) toteaa, että ideaalimäärä yrityksiä tällaisessa hankkeessa on kymmenkunta, mutta silti hän kannustaa uusia kiinnostuneita yrityksiä muistuttamalla, että laatuohjelma voidaan aloittaa myös pienemmällä määrällä. Rovaniemellä alkoi viikolla 33/2011 elämyspainotteinen Experience DQN, jossa on mukana 15 yritystä. Savonlinna olisi oivallinen alue toteuttaa ympäristöpainotteinen Green DQN. (Ruokamo 2011.)

## **5 GREEN DQN -LAATUOHJELMA SAVONLINNASSA**

Savonlinnan Seudun Matkailu Oy on ollut jo useamman vuoden kiinnostunut aloittamaan Green DQN -laatuohjelman Savonlinnan seudulla. Toimeksiannon myötä suoritettiin alkukartoituksen siitä, kuinka valmiita ja kiinnostuneita Savonlinnan seudun yritykset olisivat lähtemään mukaan Green DQN -ohjelmaan ja miten heidät saataisiin lähtemään laatuohjelmaan. Helmikuussa 2011 otin yhteyttä Haaga-Perhon kehityspäällikköön Tia Hoikkalaan sekä projektipäällikkö Tom Källroosiin. Kun kerroin olevani kiinnostunut Green DQN -laatuohjelmasta opinnäytetyön aiheena, he päättivät tarjota minulle apuansa. Sovimme tapaamisen Tom Källroosin kanssa helmikuun 28. päivänä Savonlinnan Seudun Matkailun tiloissa. Tapaamisessa sain paljon lisätietoa laatuohjelmista työtäni varten painetun materiaalin ja haastattelun muodossa.

Källroos (2011) totesi olevansa tietoinen Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n ja Pia Kokin kiinnostuksesta Green DQN -laatuohjelman aloittamiseen Savonlinnassa muutama vuosi sitten. Aika ei tuolloin kuitenkaan ollut vielä kypsä laatuohjelman käynnistämiseksi. Aiheesta tiedettiin vain vähän ja kiinnostuneita yrityksiä ei vielä ollut tarpeeksi. Tämän vuoksi on erittäin tärkeää kartoittaa Savonlinnan yritysten kiinnostusta alueen kehittämiseen nykypäivänä. Tom Källroos totesi, että hanke lähtee käyntiin,

mikäli mukaan saadaan vähintään viisi paikallista yrittäjää. Jotta hankkeesta saataisiin hedelmällisiä tuloksia, ideaali määrä mukaan lähtijöitä olisi 10–15 yritystä. Yritysten määrä kompensoi myös kustannuksia kutakin yritystä kohden. Mitä enemmän yrityksiä lähtee mukaan, sitä pienemmät yrityskohtaiset kustannukset ovat. Källroos painottaa, että vaikka hanke lähtisi käyntiin vähemmällä osallistujia määrällä, se ei haittaa. Lisää osallistujia voidaan ottaa mukaan ja hanketta laajentaa jatkovaiheessa DMN -laatuohjelman avulla. Källroos kertoi, että tärkeimpiä mukana olevia yhteistyötahoja Green DQN ohjelmassa ovat muun muassa Metsähallitus, aluetta hallinnoivat kehitysyritykset, kunta, kaupunki, luonnonpuistot, matkailujärjestäjät ja infopisteet.

Green DQN -laatuohjelman kesto Savonlinnassa määritellään 1,5-3 vuoden mittaiseksi myöhemmin tehtävän Haaga-Perhon arvioinnin mukaan ja sen päätöksen, mitä Savonlinnan alueen yritykset laatuohjelmalta haluavat. Laatuohjelma tulee etenemään perus DQN -ohjelman rakenteen mukaan (vrt. Kuva 1 s.12), mutta siihen lisätään ympäristöhuomiot mukaan. Keskustason koulutukseen otetaan mukaan ympäristökoulutusta ja matkailukeskuksen ympäristöauditointia. Yritystasolla taas mukaan otetaan ympäristöohjelmat ja ympäristötoimintaa seurattaisiin LaatuVerkossa. Tutkimustasolla mitataan henkilöstön ympäristöosaamista. Kehittämisessä otetaan mukaan kestävän luontomatkailun kriteerit ja tehdään ympäristö -SWOT -analyysi. Laatutiimiin otetaan mukaan Metsähallituksen edustajia.

Källroos (2011) esitteli yhden toteutusrunkoesimerkin, mistä Green DQN -laatuohjelma vuosien varrella oikeastaan koostuu (vrt. Taulukko 3). Kyseessä on esimerkki, jota lähdetään räätälöimään aluekohtaisesti ja yritysten toiveiden mukaisesti. Toteutusrunko suunnitellaan Green DQN -ohjelmaa aloittavalle kohteelle laatuohjelman alussa, jonka jälkeen sitä päivitetään tarpeen mukaan.

<b>Vuosi 20xx</b>	<b>Vuosi 20xx</b>	<b>Vuosi 20xx</b>
<b>TUTKIMUS</b>	<b>TUTKIMUS</b>	<b>TUTKIMUS</b>
Asiakastyytyväisyystutkimukset 2krt/vuosi (kesä ja talvi)	Asiakastyytyväisyystutkimukset 2krt/vuosi (kesä ja talvi)	Asiakastyytyväisyystutkimukset 2krt/vuosi (kesä ja talvi)
Henkilöstötyytyväisyys tutkimus 1krt/vuosi	Henkilöstötyytyväisyys tutkimus 1krt/vuosi	Henkilöstötyytyväisyys tutkimus 1krt/vuosi
Ympäristökatselmuksien yrityksiin käynnistyvät	Ympäristökatselmuksien yrityksissä jatkuvat	Vertailututkimukset (DQN) asiakastyytyväisyydessä

Aluetason ympäristökatsel- mukset	Ympäristökatselmuksen yhteenvetoraportti (sisältää hiilijalanjälkimittauksen) laatutiimin käsittelyyn, ympäristö- ja hyvinvointiti- min toiminta käynnistyy	
<b>KOULUTUS</b>	<b>KOULUTUS</b>	<b>KOULUTUS</b>
DQN Ohjelmatyöpaja 1pv, 2 vetäjää		
Yrityskohtaiset Laatutonni- valmennukset yrityksissä 1pv / vuosi	Yrityskohtaiset Laatutonni- valmennukset yrityksissä 3pv / vuosi	Yrityskohtaiset Laatutonni- valmennukset yrityksissä 2pv / vuosi
	Yrityskohtaiset ympäristö- ohjelmat 2pv/yritys	Yrityskohtaiset ympäristö- ohjelmat 2pv/yritys
Laatutiimin määrittelemiä alueelle yhteisiä koulutuksia 3pv	Laatutiimin määrittelemiä alueelle yhteisiä koulutuksia 3pv	Laatutiimin määrittelemiä alueelle yhteisiä koulutuksia 3pv
<b>KEHITYS</b>	<b>KEHITYS</b>	<b>KEHITYS</b>
Laatutiimin kokoontuminen 6krt/v	Laatutiimin kokoontuminen 6krt/v	Laatutiimin kokoontuminen 6krt/v
	Ympäristötiimin kokoontu- minen	Ympäristötiimin kokoontu- minen
BM matka Suomi / Eurooppa (ympäristö)	BM matka Eurooppa (hyvin- vointi)	

### TAULUKKO 3. Toteutusrunkoesimerkki Green DQN -laatuohjelmasta (Haaga-Perho 2011)

#### 5.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmillä tarkoitetaan tutkimuksen konkreettisia aineistonhankintamenetelmiä sekä aineiston analyysimetodeja ja -tekniikoita. Tutkimusmenetelmiä ovat *kvalitatiivinen* eli laadullinen tutkimusmenetelmä sekä *kvantitatiivinen* eli määrällinen tutkimusmenetelmä. Kvantitatiivisen menetelmän avulla selvitetään lukumääriin ja prosentteihin liittyviä kysymyksiä, kun taas kvalitatiivisella menetelmällä pyritään mm. selvittämään käyttäytymisen ja päätösten syitä analyttisesti. (Alasuutari 2002, 38–39; Heikkilä 2004, 16). Opinnäytetyössäni käytin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää yrityskartoitusta suoritettaessa kyselyn keinoin, mutta hyödynsin myös kvalita-



tiivista tutkimusmenetelmää avoimissa kysymyksissä sekä Haaga-Perhon yhteistyöta-  
hon Tom Källroosin haastattelussa.

Tutkin Green DQN -laatuohjelmaa ja sen soveltuvuutta Savonlinnan alueelle tutki-  
mukseni aiheena. Laadin Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n yhteistyökumppaneille  
ja osakkaille internetkyselyn Savonlinnan matkailualueen ekologisuuden tilanteesta,  
kiinnostuksesta Green DQN -laatuohjelmaa kohtaan sekä laatuohjelman tarpeellisuu-  
desta. Kysely toteutettiin Webropol -kyselytyökalulla internetissä, mitä kautta saatiin  
suoraan tutkimustulokset. Internetissä tehtävä kysely oli paras vaihtoehto toteutettavaa  
tutkimusta varten siksi, että se oli helpoin, nopein, joustavin, taloudellisin ja ekologi-  
sin vaihtoehto kyselyn suorittamiselle (Heikkilä 2004, 22). Kätevää myös oli suora  
tulosten saanti Webropolin tarjoaman analysointimahdollisuuden kautta.

Laadin kysymykset ekologista näkökulmaa tukeviksi. Täten ensimmäiset yleistason  
kysymykset johtivat vastaajan vähitellen Green DQN -laatuohjelman pariin. Kysy-  
mysten tarkoituksena oli selvittää yritysten suhtautuminen vihreyteen ja ekologisuu-  
teen. Varsinkin avoimet kysymykset pohjustivat yritysten valmiutta Green DQN  
-laatuohjelmaan. Haaga-Perho yhtymä voi vastausten avulla arvioida Savonlinnan  
alueen tämän hetkisen tilanteen laatuohjelman aloituksen kannalta. Green DQN  
-hankkeen on mahdollista lähteä käyntiin, mikäli mukaan saadaan vähintään tarvittava  
minimimäärä yrityksiä. Jotta hankkeesta kuitenkin saataisiin hedelmällisiä tuloksia,  
tulisi pyrkiä ideaalimäärään, eli yli kymmeneen yritykseen.

Kyselystä toteutettiin ensin testikierros Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n henkilö-  
kunnalle, minkä jälkeen kysely lähetettiin varsinaiselle kohderyhmälle eli Savonlinnan  
seudun yrittäjille. Vastausaikaa heille annettiin huhtikuun loppuun. Alkuperäisen  
suunnitelman mukaan kysely tuli toteuttaa 11. - 30.4.2011, mutta valitettavasti kyse-  
lyn aloitusajankohtaa jouduttiin lykkäämään aikatauluista johtuneiden viivytysten  
vuoksi. Uuden suunnitelman mukaan kysely toteutettiin aikavälillä 19.- 30.4.2011.  
Toimeksiantaja lähetti kyselyn osakkailleen ja yhteistyökumppaneilleen yhteensä 80  
yritykseen Savonlinnan seudulle, joista kyselyyn vastasi 9 yritystä.

Kyselyn päätyttyä 30.4. ehdotin toimeksiantajalle kyselyn pidentämistä viikolla, mutta  
aikataulukysymysten vuoksi ns. ”karhukierros” kyselylle onnistuttiin toteuttamaan  
vasta muutama viikko myöhemmin. Kysely laitettiin uudelleen eteenpäin toukokuun

puolen välin jälkeen, joten varsinaisen kyselyn ajankohdan ja jälkikyselyn ajankohdan välille tuli pieni tauko. Kyselyn karhukierrokselle annettiin vastausaikaa 19.5.-27.5.2011. Karhukierros oli kannattava, sillä se kantoi kaksi uutta vastausta kyselyyn. Yhteensä vastauksia saatiin siis 11 kappaletta. Kyselyn vastausprosentti näin ollen oli 14 %.

## **5.2 Green DQN -laatuohjelman alkukartoituskysely**

### **Kyselyn suunnittelu- ja testivaihe:**

Suunnittelin kyselyn kysymykset ensin koulussa tutkimus- ja kehittämisosaamisen tunteja varten helmikuussa 2011. Maaliskuussa sain Webropol -verkkotunnukset ja kokosin kyselyn internetiin. Laadittuani Webropolilla internet-kyselyn, testasin kyselyn Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n työntekijöillä maaliskuun vaihteessa. Kyselyn testikierroksella sain yhteensä yhdeksän vastausta. Kyselyä kommentoitiin testikierroksen yhteydessä, minkä jälkeen parantelin kysymyksiä sekä yleistä kyselyn sisältöä esitettyjen ehdotusten mukaisesti mm. vaihtamalla kysymysten järjestystä. Suurilta osin kyselyyn oltiin kuitenkin tyytyväisiä.

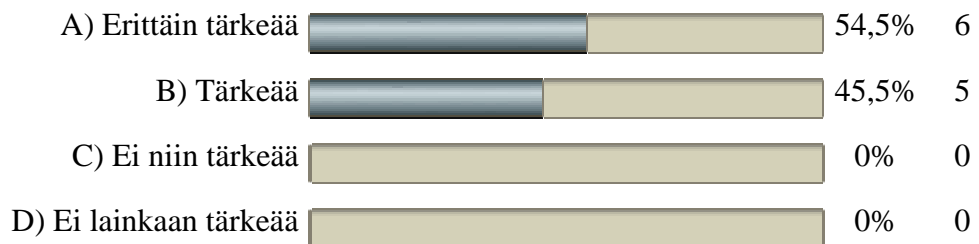
Alun perin neljännessä kysymyksessä eli matkailun muotojen ekologisemman toiminnan kartoittamisessa ei ollut vaihtoehtoa matkailun mainonnassa, mutta lisäsin sen varsinaiseen kyselyyn. Kysymyksessä viisi ei aiemmin ollut vaihtoehtoa pakkausmateriaalien kierrätyksestä, minkä lisäsin yhdeksi vastausvaihtoehdoksi testikierroksen ehdotusten jälkeen. Kuudennessa kysymyksessä tiedustelin yritysten käyttämiä laskutusmenetelmiä. Minulle ehdotettiin lisäämään tähän kysymykseen muu -vaihtoehdon, sillä yritykset saattoivat käyttää elektronista laskutusjärjestelmää tai laskuttaa asiakkaitaan paikan päällä.

### 5.3 Green DQN -laatuohjelman alkukartoituskyselyn tulokset

#### Monivalintakysymykset

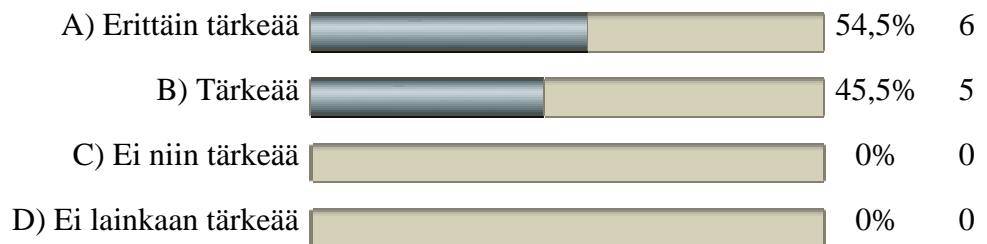
Kyselyn ensimmäiset kysymykset (kaaviot 1.-3.) viittasivat yleisesti yrittäjien ja heidän asiakkaidensa kiinnostuneisuuteen ekologisuuteen. Tulokset jakautuivat myönteisten vastausvaihtoehtojen kesken melko tasaväkisesti. Vastanneet kokivat ekologisuuden joko erittäin tärkeäksi (6 vastausta) tai tärkeäksi (5 vastausta) yritykselleen.

Kysymykseen vastanneet: 11



#### KAAVIO 1. Ekologisuuden merkitys yrityksen näkökannasta

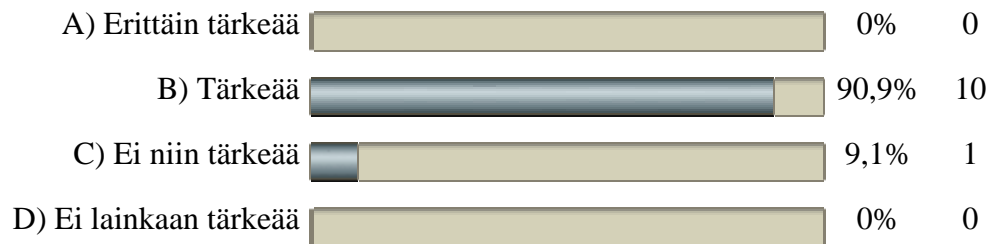
Kysymykseen vastanneet: 11



#### KAAVIO 2. Ekologisuuden panostamisen tärkeys tulevaisuudessa yrityksen näkökannasta

Negatiivisia vastausvaihtoehtoja C ja D ei kahdessa ensimmäisessä kysymyksessä valittu kertaakaan. Kolmannessa kysymyksessä yrityksistä suurin osa eli hieman yli 90 % vastasi asiakkaiden pitävän ekologisuutta tärkeänä. Yksi vastaaja arvioi, etteivät heidän yrityksensä asiakkaat pidä aihetta kovin tärkeänä.

Kysymykseen vastanneet: 11

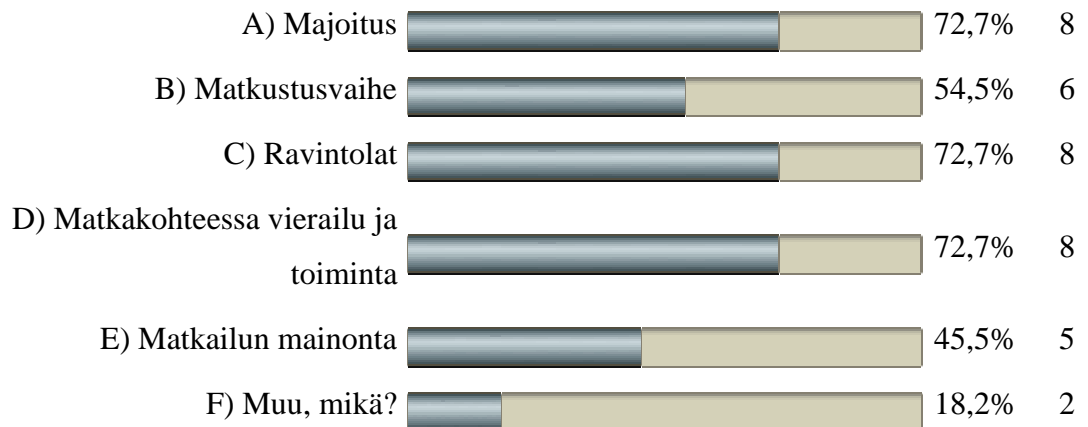


### **KAAVIO 3. Ekologisuuden panostamisen tärkeys tulevaisuudessa yrityksen asiakkaiden näkökulmaa ajatellen**

Tarkoitukseni näillä kolmella ensimmäisellä kysymyksellä (ks. kaaviot 1.-3.) oli kartoittaa yritysten yleistä näkemystä ja suhtautumista ekologisuuteen, ja sitä kautta lähestyä vihreän matkailun aihepiiriä. Kyselyn testikierroksen jälkeen pohdintaa on aiheuttanut se, että kysymyksiin on ehkä vastattu niiden eettisen näkemyksen pohjalta, ikään kuin kyseiseen kolmeen kysymykseen ei olisi oikein vastata kielteisesti. Tämän vuoksi vaihtoehdot ”ei niin tärkeä” ja ”ei lainkaan tärkeä” eivät mahdollisesti saaneet yhtään vastausta kahdessa ensimmäisessä kysymyksessä. Kolmannessa kysymyksessä yksi vastaaja kuitenkin rohkeni vastaamaan ”ei niin tärkeää”. Mahdollista on tietenkin myös se, että koko yrityksen puolesta kyselyyn vastanneet henkilöt ovat pohtineet asiaa omalta kannaltaan ja ovatkin valinneet vaihtoehdot ”erittäin tärkeä” ja ”tärkeä” oman näkemyksensä ja kiinnostuksen kannalta.

Neljännessä kysymyksessä (kaavio 4) halusin selventää yrittäjien mielipidettä minkä asioiden suhteen heidän mielestään pitäisi matkailutoimintaa parantaa. Vastaukset antavat suuntaa Haaga-Perholle Green DQN laatupaketin sisällön kartoitusta varten. Kyseessä oli monivalintakysymys, joten vastaajien oli mahdollista valita enemmän kuin vain yksi vaihtoehto. Tästä syystä jokainen kohta sai jonkin verran kannatusta. Eniten valittiin vaihtoehtoja A) Majoitus, C) Ravintolat sekä D) Matkakohteessa vierailu; kutakin kahdeksan kertaa. Paljoa huonommaksi ei jääneet vaihtoehdot B) Matkustusvaihe ja E) Matkailun mainonta. Vastanneiden yritysten mielestä eniten ekologisuuden täytyisi kiinnittää huomiota juuri majoituksessa, matkakohteessa vierailun ja toiminnan aikana sekä ravintoloissa. Lisäksi F) Muu, mikä -vaihtoehdossa vastattiin kahdesti, että kaikkiin vaihtoehtoihin tulisi kiinnittää huomiota.

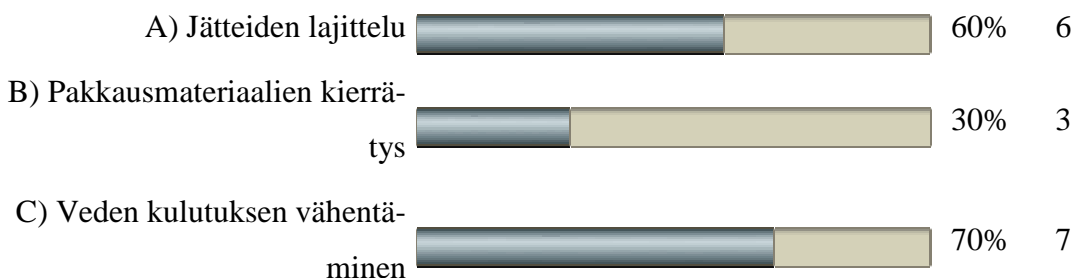
Kysymykseen vastanneet: 11

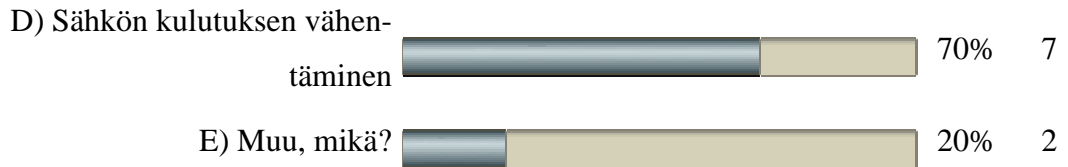


#### KAAVIO 4. Eri matkailun vaiheiden ekologisuuteen pyrkimisen tärkeys yrityksen näkökulmasta

Myös viidennessä kysymyksessä (kaavio 5) oli monivalintavaihtoehdot käytössä, joten tässäkin tapauksessa jokainen vastausvaihtoehto valittiin kerran tai useammin. Eniten vastaajat valitsivat tässä kysymyksessä vedenkulutuksen ja sähkönkulutuksen vähentämisen, kumpikin vaihtoehto sai seitsemän ääntä. Tähän lienee yhtenä syynä se, että veden ja sähkön kulutuksesta koituvat suurimmat laskut yrityksille (esim. hotelleissa ja ravintoloissa). Jätteiden lajittelu tuli hyvänä kakkosena. Vastaajista kaksi vastasi Muu, mikä -kohtaan. Vastaukset kuuluivat seuraavasti: ”Kaikkiin näihin on kiinnitetty erityistä huomiota, ja toimittu sen mukaan, että asiat etenee koko ajan parempaan suuntaan.” sekä ”Mökkikohtaiset kompostit tulossa.”. Yksi vastaajista jätti vastaamatta kysymyksen.

Kysymykseen vastanneet: 10





### KAAVIO 5. Eri ekologisuutta ajaviin asioihin panostamisen tärkeys yrityksen näkökannasta

Yleisesti yritysten ekologista käytännön mallia ja valmiutta kartoitin myös kysymyksillä kuusi (kaavio 6) ja seitsemän (kaavio 7). Kuudennen kysymyksen avulla selvisi, että suurin osa vastanneista yrityksistä käyttää laskutuksessa ensisijaisesti sähköpostia, mutta kirjepostia asiakkaan pyynnöstä. Tämän vaihtoehdon mukaisesti vastasi kuusi yritystä. Kaksi yritystä vastasi käyttävänsä pelkästään sähköpostia. Muut vaihtoehdot olivat tasaisesti saaneet yhden vastauksen. Muu, mikä -kohtaan oli vastattu yrityksen käyttävän kirje ja verkkolaskutusta.

Kysymykseen vastanneet: 11

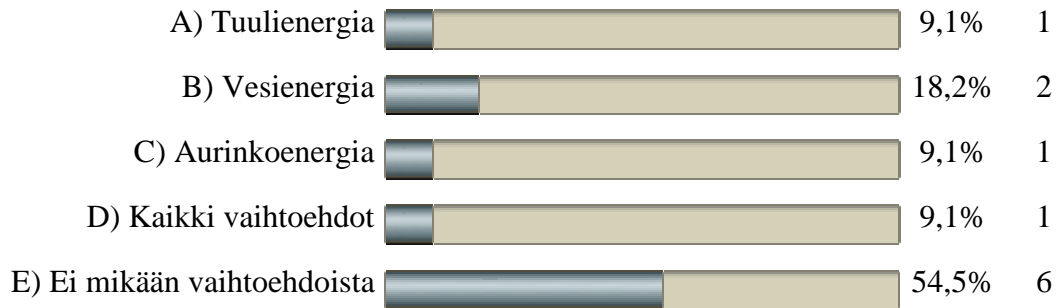


### KAAVIO 6. Yritysten käyttämät laskutusmenetelmät

Seitsemännessä kysymyksessä kartoitettiin käyttävätkö yritykset jo vihreitä energiamuotoja. Vastaukset hajaantuivat tässäkin kysymyksessä, minkä mukaan melkein puolet vastanneista yrityksistä käyttää vihreitä energiamuotoja. Kuusi yritystä vastasi, ettei käytä mitään vihreitä energiamuotoja. Kaksi yritystä vastasi käyttävänsä ve-

sienergiaa ja loput vaihtoehdot saivat kukin yhden äänen. Sain eräältä yritykseltä erikseen palautetta, että he olisivat valinneet tässä kysymyksessä vaihtoehdokseen puun, mikäli vaihtoehto olisi ollut tarjolla. Kun tämä vastaus huomioidaan, enemmistö vastaajista kääntyy vihreän energiankäytön puolelle.

Kysymykseen vastanneet: 11



## KAAVIO 7. Vihreät energiamuodot yritysten tämänhetkisessä käytössä

### Avoimet kysymykset

Avoimissa kysymyksissä pyysin yrityksiä arvioimaan yrityksen nykyistä tilaa ja toimintaa sekä haasteita ja toiveita niin ekologisuuden ja ympäristöystävällisyyden kuin laatuohjelman yhteistoiminnan kannalta. Vastaajat jaksoivat melko hyvin paneutua myös avoimiin kysymyksiin ja antoivatkin omia ideoitaan ja ehdotuksiaan kehittämissuunnitelman kannalta. Yleisiin ympäristöekologisiin kysymyksiin jaksettiin paremmin vastata ja panostaa, kun taas suoraan laatuohjelmaan ja yhteistyöhön viittaaviin kysymyksiin kaikki vastaajat eivät kenties ehtineet muotoilla sopivaa vastausta.

Kahdeksannessa kysymyksessä vastaajia pyydettiin arvioimaan yrityksen nykyisen toiminnan ekologisuuden ja ympäristöystävällisyyden kannalta. Muutama yritys arvioi toimintansa olevan jo hyvällä suunnalla. Vastaajat esittelivät yleisesti millä tavalla heidän yrityksensä panostaa ympäristöekologiaan. Vastauksissa kerrottiin yritysten mm. kierrättävän sekä käyttävän ympäristöystävällisiä energiamuotoja (maalämpöä, aurinkosähköä sekä puulämmitystä). Eräs vastaajista mainitsi erikseen heidän yrityksensä kompostikäytännöistä. Lähes jokainen vastannut kuitenkin myönsi kehittämisen ja parantamisen varaa löytyvän yrityksen toiminnasta. Muutamassa yrityksessä kestävä kehityksen aloittaminen oli vasta orastavalla alulla ja mm. juuri energiatehokkuu-

desta löytyvän kehitettävää. Tulosten mukaan kyseisten yritysten keskuudessa on jo selkeästi mietitty heidän yrityksensä kantaa ympäristöystävälliseen toimintaan.

Yhdeksännessä kysymyksessä vastaajia pyydettiin tarkemmin määrittelemään millaisia tarpeita ja haasteita yrityksellä on vihreän matkailun ja ympäristöasioiden osalta. Vastaukset hajaantuivat yrittäjien näkemän painoarvon mukaan. Vastaajat halusivat painottaa yleisesti kaikkien osa-alueiden kehittämistä sekä ympäristöasioihin perusteellista paneutumista. Selviksi haasteiksi mainittiin rakennuskannan sähkönkulutus, joukkoliikenteen puutteet sekä jätteiden kierrätys. Vastauksissa myös todettiin, että yleisesti kaikki matkailijat tulisi saada ymmärtämään kestävän matkailun ja ympäristöasioiden merkitys. Matkailijat tulisi saada toimimaan edellytetyllä tavalla ja näkemään hieman vaivaa lomailun eteen. Toinen esimerkki tähän samaan ajatukseen tulee vastauksesta, jossa todettiin, etteivät asiakkaat oikein tunnu hallitsevan kierrätystä. Tähänhän toki auttaa yrityksen opastaminen kierrätyksestä ja muista ekologisista arvoista asiakkaalle suoraan paikan päällä. Lisäksi vastauksissa mainittiin eri kansallisuuksien erilaiset odotukset ja toiveet. Tulosten mukaan tarpeet ja haasteet eivät ole yrityksillä täysin selvillä.

Kymmenennessä kysymyksessä tiedusteltiin yritysten tarpeita ja haasteita laadun ja paikallisen verkostoyhteistyön suhteen. Vastaajien yleinen kanta oli, että yhteistyössä on runsaasti kehitettävää ja yhteistyöketju tulee saada kauttaaltaan toimivaksi. Tähänkin Green DQN -laatuohjelma tarjoaa apua. DQN -laatuohjelma antaa työkalut yrityksille toimia yhdessä ja pyrkii kehittämään toimintaa yhteistyöverkostossa. Erään yrittäjän vastaus kuului, että ajanpuute tulee olemaan kynnyskysymyksenä yhteistoiminnalle. Laatuohjelman aikataulut ja ohjelman suunnittelu varsinkin hiljaisemmalle syys-talvikaudelle Savonlinnan alueella sopii varmasti kiireisimmällekkin yrittäjälle eikä tuo osallistumisestettä.

Yhdennessätoista kysymyksessä kartoitettiin mitä yritykset haluaisivat saavuttaa yhteistyöllä ja ympäristötyöllä. Toiveiksi esitettiin toiminnan ja tuotteiden laadun parantaminen, tehokkuuden parantaminen, asiakastyytyväisyyden- ja määrän parantaminen, ympäristöasioiden ja matkailun kehittäminen, kestävä kehitys positiivisessa hengessä, säästöjen tekeminen sekä myynnin lisääminen kestäväällä kehityksellä. Tähän kysymykseen vastanneiden toiveet vastaavat DQN -laatuohjelmien tarjontaa. DQN -laatuohjelmat pyrkivät nimenomaan palvelun- ja tuotteiden laadun sekä asiakastyty-



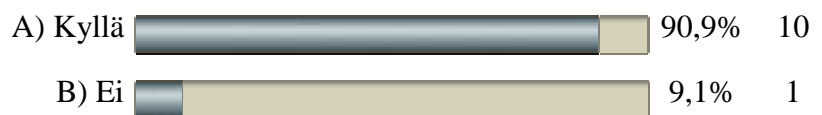
väisyyden parantamiseen, ja tätä kautta matkailualueen kehittymiseen sekä myynnin parantamiseen.

Kahdennessatoista kysymyksessä vielä tiedusteltiin millaisessa alueen kehittämistoiminnassa yritykset haluaisivat olla mukana. Tähän kysymykseen eivät vastaajat ilmeisesti osanneet vastata, sillä vastauksia saatiin vain neljä. Näiden neljän vastauksen perusteella yritykset haluavat olla mukana ainakin järkevässä kehittämistoiminnassa riippuen toiminnasta, sen kustannuksista ja tavoitteista. Yksi vastaaja oli maininnut, että kaikenlainen yhteistyö kiinnostaa, toinen vastaaja tarjosi käyttöön omaa käyntikohdettaan. Asia voi juuri olla niin, etteivät yritykset osanneet vastata sen tarkemmin tähän kysymykseen. Koko matkailualue ja sen toiminta voi etenkin pienemmille yrityksille olla hankalampi hahmottaa kuin oma yritys ja sen asiat. On mahdollista, että aluekehittäminen tuntuu suurelta ja vaikealta aiheelta oman yrityksen kehittämiseen nähden.

### **DQN -laatuohjelman aloitukseen liittyvät kysymykset**

Säästin kyselyn tärkeimmät ja ratkaisevimmat kysymykset loppuun teemaan virittäneiden kysymysten ja avointen kysymysten eli pohdintavaiheen jälkeen. Tässä vaiheessa yritysten tuli osoittaa mielenkiintonsa laatuohjelmaa ja kehittämishanketta kohtaan. Kolmannessatoista kysymyksessä (kaavio 8) kysyttiin suoraan onko yritysten mielestä Savonlinnalla potentiaalia nostaa vihreä matkailu alueen vetovoimatekijäksi. Tulokseksi saatiin 90 % positiivinen tulos siitä, että kyllä Savonlinnalla on potentiaalia nousta vihreän matkailun matkailukaupungiksi.

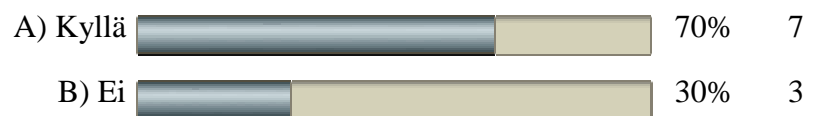
Kysymykseen vastanneet: 11



### **KAAVIO 8. Yritysten näkemys Savonlinnan potentiaalista nostaa vihreä matkailu alueen vetovoimatekijäksi**

Edellisen kysymyksen saatettua vastaajat aiheeseen, neljästoista kysymys (kaavio 9) kartoitti kuinka moni vastaajista olisi kiinnostunut Green DQN -laatuohjelmasta. Tähän kysymykseen enemmistö vastasi kyllä (70 % vastaajista eli seitsemän vastaajaa). Vastaajajoukosta vain kolme vastasi ”ei”, yksi vastaaja jätti kokonaan vastaamatta kysymykseen. Kun näiden kuuden myönteisesti vastanneen yrityksen joukkoon laskeaan myös Savonlinnan Seudun Matkailu Oy, lupaavia mukaan lähtijöitä olisi jo kahdeksan. Tämä ylittää asetetun minimi määrän, muttei kuitenkaan aivan saavuta Haaga-Perhon asettamaa ideaalitavoitetta laatuohjelmalle, minkä kautta projekti saadaan kunnolla käyntiin. Kyselyn saaneiden yritysten joukosta kuitenkin niin moni jätti vastaamatta, ettei lopullista mukaan lähtevän kokoonpanon määrää osata vielä arvioida. Lopullisen lähtijämäärän saa selville Green DQN -infopäivän jälkeen.

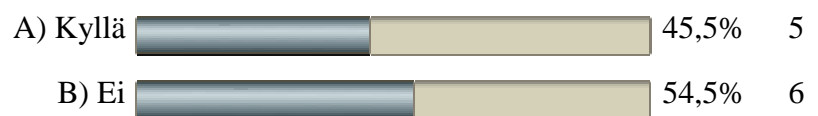
Kysymykseen vastanneet: 10



#### KAAVIO 9. Yritysten kiinnostus Green DQN -laatuohjelmaa kohtaan

Viidennestätoista kysymyksestä (kaavio 10) selvisi, että kyselyyn vastanneista yrityksistä aiemmin DQN -laatuohjelmista oli kuullut hieman alle puolet eli viisi vastaajaa. Loput kuusi eivät koskaan ennen olleet kuullut laatuohjelmasta. Tulos on positiivinen kummallakin tapaa. Oli hyvä huomata minkä verran yrittäjistä jo tietää entuudestaan laatuohjelmista ja niiden mahdollisuuksista. Positiivista oli myös se, että kysely tavoitti aivan uusia yritystahoja, jotka voivat tulevaisuudessa olla potentiaalisia laatuohjelmaan osallistujia.

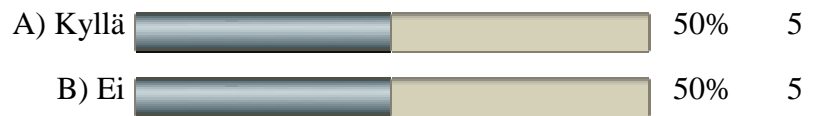
Kysymykseen vastanneet: 11



#### KAAVIO 10. DQN -laatuohjelmien aikaisempi tunnettuus yritysten keskuudessa

Kuudestoista kysymys viittaa kyselyn porkkanapalkintoon. Toiseksi viimeisessä kysymyksessä tiedusteltiin yrittäjien kiinnostusta vihreän matkailun esitettä kohtaan. Vastaukset jakautuivat tasaisesti puolet ja puolet, sillä kysymykseen vastasi kymmenen yritystä. Viisi yritystä oli kiinnostunut ilmoittamaan sähköisessä esitteessä, kun taas loput viisi eivät olleet siitä kiinnostuneita. Vastaamatta jättäneen vastaajan teko voidaan toisaalta myös tulkita kielteiseksi vastaukseksi. Kuitenkin kohtalaisen moni kiinnostui esitteestä, joten sen toteutusta olisi järkevä jatkaa.

Kysymykseen vastanneet: 10



### **KAAVIO 11. Yritysten kiinnostus sähköisessä vihreän matkailun esitteessä ilmoittamiseen kesällä 2011**

Viimeisenä kyselyssä oli avoimen palautteen tila, johon saatiin kolmelta vastaajalta palautetta. Palautteissa kommentoitiin mm. kyselyn toteutusta, kuten puuttuvia kyselyvaihtoehtoja; kysymyksessä seitsemän puuttuivat palautteen antajien mielestä vaihtoehdot maalämpö, puu ja tuli. Muuten kyselyyn oltiin varsin tyytyväisiä. Yksi palautteista tuli avoimesti eräältä yritykseltä. Yritys antoi palautetta kyselystä seuraavasti: ”Asia on hyvin tärkeä. Siihen tulee panostaa ympäri Saimaan aluetta. ... toivon mukaan lähtevät innolla mukaan tällaisiin hankkeisiin, koska aina pitää olla edelläkävijöitä, että seuraajia vois olla. Onnea tärkeään työhönne.” Kyseinen vastaus lämmitti mieltä erityisesti.

## **6 PÄÄTELMÄT**

Kyselystä saatujen tulosten perusteella minimimäärä yrityksiä DQN -laatuohjelman aloittamiseksi on mahdollista saada kokoon. Minimimäärä laatuohjelman aloittamiseksi ylittyy silloin, kun mukana on vähintään viisi yritystä. Savonlinnan Seudun Matkailu Oy mukaan lukien lupaavia laatuohjelmaan lähtijöitä olisi kahdeksan. Tämä määrä ei kuitenkaan ylitä Haaga-Perhon asettamaa ideaalitavoitetta laatuohjelmalle.

Kyselyn saaneiden yritysten joukosta kuitenkin niin moni jätti vastaamatta, ettei lopullista mukaan lähtevän kokoonpanon määrää pystytä vielä arvioimaan. Tämän vuoksi ehdotan seuraavanlaisia jatkotoimenpiteitä Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:lle ja Haaga-Perho yhtymälle.

Kahdeksalla kiinnostuneella yrityksellä on jo hyvät lähtökohdat Green DQN -laatuohjelman aloittamiseen. Kiinnostuneiden yritysten määrää on mahdollinen ja melko helppo kasvattaa sillä tiedolla, että laatuohjelma pystytään aloittamaan. Seuraavaksi Savonlinnan Seudun Matkailun tulisi järjestää uusi DQN -infopäivä kaikille yrityksen osakkaille ja yhteistyökumppaneille yhteisesti. Haaga-Perhon edustajien tulisi laatia kattava ja houkutteleva presentaatio infopäivää varten uusien innokkaiden yritysten mukaan saamiseksi. Lopullisen mukaan lähtijämäärän saa selville Green DQN -infopäivän jälkeen. Laatuohjelman aloittamisen jälkeen on mahdollista ottaa myös uusia mukaan haluavia yrityksiä joukkoon.

Green DQN -infopäivään voitaisiin ottaa yritysten kannustukseksi myös muita matkailualan kehittämiseen suuntautuneita järjestöjä kertomaan matkailun vihreästä kehittämisestä. Esimerkiksi Reilun matkailun yhdistys Ry olisi hyvä valinta yhdeksi infopäivään osallistujaksi. Yhdistys voisi perustella yrittäjille omat näkökantansa miksi Savonlinnan matkailualueella kannattaa alkaa kehittämään ympäristöystävällisin keinoin. Reilun matkailun yhdistys toimii nimensä veroisesti reilun matkailun sanansaattajana ja yhdistys pitää luentoja ympäri Suomea kestävän kehityksen ja vihreän matkailun monelta eri alueelta. Yhdistyksen toiminta on monimuotoista koulutus-, tiedotus- ja valistustoimintaa, minkä kautta yhdistys haluaa herättää keskustelua matkailuelinkeinon etiikasta. Reilun matkailun yhdistyksen tavoitteena on saada kuluttajat tiedostamaan valintojensa vaikutukset erityisesti kehittyvissä maissa. Yhdistyksen lähettiläät pitävät luentoja mm. matkailun taloudellisista ja sosiaalisista merkityksistä kehitysmaissa, matkailusta ja ilmastonmuutoksesta sekä muista matkailun globaaleista ympäristövaikutuksista, matkailusta ja ihmisoikeuksista sekä matkailun kytkeytymisestä kansainvälisiin kehityskysymyksiin. (Reilun matkailun yhdistys 2011.)

Savonlinnan kaupungin ja kaupungin johdon tulisi tulevaisuudessa enemmän panostaa kaupungin vihreämpään imagoon. Kaupungin kehittyminen Järvi-Suomen keskeisenä matkailu-, kulttuuri-, ja koulukaupunkina odottaa vielä 90-luvunmukaisten visioitten toteutumista. 2010-luvun uutta tulevaisuuden näkymää tulisi suunnitella jatkamaan

samaan suuntaan, etenkin ympäristöystävällisten elinkeinojen nousun kannalta. Ehkä tulevaisuudessa Savonlinna voisi seurata lähikuntiansa Mikkelin ja Joensuun esimerkkiä ja tähdätä reilun kaupungin asemaan.

Kesäsesonki on vahvinta aikaa Savonlinnan seudulle ja siksi sesonkia tulisi vahvistaa pidemmäksi kuin vain heinäkuun eli itse oopperakauden ympärille. Yhtenä vaihtoehtona on innostaa savonlinalaiset Oopperajuhlien ja savolaisen kulttuurin kautta pohtimaan muitakin DQN -laatuohjelma vaihtoehtoja. Jollei ympäristöystävällinen Green DQN sytytä seudun yrittäjäkuntaa, on mahdollista herätellä heitä Culture ja Experience -ohjelmien avulla. Ehkä kesäsesongin ja kesän kulttuurisesongin kehittämisen kautta Savonlinnan seudun yrittäjät kiinnostuvat DQN -laatuohjelmista. Mahdollisesti eri laatuohjelman kautta he myöhemmässä vaiheessa mielellään lähtevät laajentamaan laatuohjelmista Green DQN -ohjelman kautta tai jatkavat Green DMN -jatkokoulutusohjelman myötä.

Talvikauden sesonki on sangen hiljaista aikaa Savonlinnan alueella matkailun kannalta. DQN -laatuohjelmat tulisi nähdä mahdollisuutena ympärivuotiseen aluekehittämiseen pelkän kesäsesongin sijaan. Green DQN -laatuohjelman avulla on mahdollista saada syys-, talvi- ja kevätsezoneille lisää matkailijoita erilaisten jo markkinoitujen urheilu- ja luontoaktiviteetti lomapakettien kautta. Asiakkaille voidaan tarjota ympäristöystävällisiä lomapaketteja ympäri vuoden. Laatuohjelman avulla on mahdollista muuttaa hiljainen talvisesonki kiinnostavaksi ja koko matkailualue heräämään uudelleen.

Kyselyn kautta saatujen tutkimustulosten perusteella Haaga-Perho voi tehdä valintoja Green DQN ohjelman sisällöstä, mikäli ohjelma aloitetaan Savonlinnassa. DQN info-päivän jälkeen yritykset varmasti osaisivat antaa enemmän mielipiteitä enemmän tietoa asiasta saatuaan. Seuraavaksi esimerkkejä millaisiin tuloksiin laatuohjelman kautta voidaan päästä:

Green DQN laatuohjelman alkaessa Savonlinnassa edettäisiin Haaga-Perhon (2011) mukaan käytännössä seuraavanlaisiin tuloksiin seuraavien menetelmien perusteella:

1. **Asiakastyytyväisyyden paraneminen.** Laatuohjelman alussa suoritettavan lähtötason mittauksen perusteella asetetaan tavoitteet. Asiakkaiden ympäristöön liittyvien asenteiden, odotusten, tarpeiden ja arvostusten muutoksia seura-

taan mittausten avulla. Vaadittavat toimenpiteet ja seurantamittaukset tehdään joka vuosi.

2. **Henkilöstön työtyytyväisyyden paraneminen.** Ohjelman alussa suoritettavan henkilöstön työtyytyväisyysmittauksen sekä ympäristötietoisuusmittauksen avulla asetetaan tavoitteet. Toimenpiteet ja seurantamittaukset suoritetaan vuosittain.
3. **Laatujärjestelmien myötä yritysten toimintaprosessien tehostuminen** näkyy käyttökatteiden paranemisena. Yrityksiin rakennetaan käytännönläheiset ympäristöohjelmat uuden Laatutonni Green Start -ohjelman avulla.
4. **Keskuksen liikevaihdon kasvaminen** tapahtuu samanaikaisesti asiakastytyväisyyden lisääntyessä ja kanta-asiakkuuksien vahvistuessa. Ympäristöarvoja kunnioittavien matkailijoiden asiakasuskollisuus vahvistuu.

Laadullisina tuloksina saavutetaan seuraavia tavoitteita (Haaga-Perho 2011):

1. **Avainyritysten verkostoituminen:** yhteistyömallin organisoiminen ja yhteisistä säännöistä sekä työmenetelmistä sopiminen. Suunnitellaan yhteinen kustason ympäristöohjelma tehdyn ympäristöauditoinnin pohjalta.
2. **Yritysten ja henkilöstön osaaminen paranee:** Yritykset ja henkilöstö sisäistävät laadun kehittämisen toimintatavat. Asiakastutkimukset parantavat henkilöstön asiakasosaamista. Lisäksi sesonkihenkilöstön koulutusmallit tehostuvat. Kehittämisessä otetaan huomioon ympäristöasiat sekä Metsähallituksen kestävä luonnonmatkailun kriteerit.

Tutkimustulosten perusteella Green DQN -laatuohjelmalla olisi tarvetta Savonlinnan seudulla opastamaan yrityksiä siinä, missä ja miten he voivat tulevaisuudessa toimintaansa parantaa. Jokaisen laatuohjelmaan mukaan tulevan yrityksen on hyvä pohtia omalta kohdaltaan kuinka ympäristövastuullinen matkailuyritys toimii. Hemmin (1995, 81) mukaan mm. ympäristövaikutusten minimointi on juuri se, mihin yritys-kohtaisesti tulisi kiinnittää huomiota. Ympäristövaikutusten minimointi koskee matkailuyrityksissä koko palveluprosessia ja siihen liittyviä toimintoja niin palvelutiloissa kuin toimistoissa tai keittiössä. Tuotejärjestelmän sijaan on keskityttävä tarkastelemaan palvelujärjestelmää ja sitä kautta mahdollisuuksia pienentää ympäristövaikutuksia.

Hemmin (1995, 65) mukaan ympäristövastuullisuus on mahdollisuus erottautua kilpailijoista. Matkailualan yritysten toiminnan muuttuminen etenkin Suomessa on ollut hidasta mm. sen takia, että matkailuyritykset ovat palveluyrityksiä, eivätkä ne varsinaisesti myy tuotteita. Haaga-Perho on Green DQN -laatuohjelmaa kehittäessään kiinnittänyt huomiota edellä mainittuihin asioihin ja laatuohjelman kautta on mahdollista saada tuloksia juuri näillä kehittämistä vaativilla alueilla. Yksi apuväline on Green DQN -laatuohjelman käyttämä ympäristöauditointi. Ympäristöauditointi eli ympäristöntarkastus on yritysjohdon apuväline, jota käytetään yritysten eri ympäristötavoitteiden saavuttamiseen (Hemmi 1995, 72). Ympäristöauditoinnissa ulkopuolinen arvioitsija arvioi yrityksen ympäristötoimintaa, lakien, lupamääräysten ja säädösten noudattamista sekä osajärjestelmiä, joiden mukaan ympäristövastuu yrityksessä jakautuu. Kyseisille auditoinneille olennaista on, että ne ovat säännöllisesti toistuvia.

Syöte Green DQN on oiva esimerkki ja vertailukohde Savonlinnan tämän hetkiselletilanteelle. Kuten Savonlinnassa on mietitty laatuohjelman aloittamista jo pitkään, myös Syötteellä kesti oman aikansa tehdä päätös Green DQN -laatuohjelman aloittamisesta. Syötteen Green DQN -laatuohjelmassa on mukana seitsemän yritystä, eli saman verran kuin Savonlinnassa parhaillaan on laatuohjelmasta kiinnostuneita yrityksiä. Erona kuitenkin on se, että Syötteen yritysmäärään on jo laskettu mukaan laatu tiimin isot, ohjelman suoritusta valvovat jäsenet eli Metsähallitus sekä itse matkailukeskus, Syötteen Luontopalvelut. Kun tämä huomioidaan, Syötteellä on vain viisi yritysjäsentä laatuohjelmassaan, eli ohjelman aloittamiseen tarvittava minimimäärä. Savonlinnalla puolestaan on seitsemän kiinnostunutta yritystä, jonka lisäksi lasketaan Metsähallitus ja Savonlinnan Seudun Matkailu. Näin laskettuna, Savonlinnan Green DQN -laatuohjelmassa olisi mukana jo yhdeksän yritystä. Näillä perusteilla laatuohjelman aloitus olisi erittäin myönteisellä pohjalla.

Green DQN -laatuohjelman aloittamisessa on hyvä kiinnittää huomiota aikataulun laatimiseen. Syötteen laatuohjelmahankkeen muotoutumisen ja rahoituksen valmistelemiseen meni useampi vuosi. Näin ollen Savonlinnassa Green DQN -laatuohjelma käynnistettäisiin kenties vuoden 2014- 2015 tienoilla. Syötteen toiminnanetenemisestä huomaa, että kun laatuohjelman muodolliset alkuvalmistelut on saatu tehtyä, ohjelma lähtee määrätietoisesti käyntiin. Myös laatuohjelman tavoitteet kuulostavat samoilta sekä Syötteellä, että Savonlinnassa. Tutkimustuloksien perusteella myös Savonlinnan

tavoitteita tuntuisivat olevan asiakas- ja henkilöstötyytyväisyyden paraneminen, toiminnan tehostuminen ja liikevaihdon kasvaminen.

Jollei Green DQN laatuohjelmaa vielä lähivuosina pystytä aloittamaan Savonlinnan alueella, Savonlinnan seudun matkailu Oy:n olisi hyvä tehdä alueella laajempi yrityskartoitus sekä matkailijatutkimus. Tutkimuksessa voitaisiin tehdä yhteistyötä esimerkiksi MAMK:n kanssa. Kyseisessä tilanteessa on mahdollista tehdä matkailijoihin kohdistuva, ympäristöön liittyvä tutkimus, minkä tavoitteena on hankkia signaaleja ympäristöjohtamisen, markkinoinnin ja palvelun kehittämiseksi (Hemmi 1995, 304). Tutkimuksen avulla Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n on mahdollista selvittää Savonlinnan alueen matkailijoiden suhtautuminen ympäristöön ja vihreään matkailuun. Tutkimustulosten avulla voidaan positiivisessa tapauksessa lähteä esittämään matkailijoiden tarpeita ja toiveita Savonlinnan seudun yrittäjille sekä perustelemaan laatuohjelman toteuttamisen tarpeellisuutta.

Matkailijatutkimuksen ohessa voidaan miettiä mahdollisuutta toteuttaa matkailijoiden alueellista ympäristövalistusta ja koulutusta sekä Savonlinnan seudun yrittäjien yrittäjäkoulutusta. Hemmi (1995, 342) jakaa matkailijoihin kohdistuvat ympäristökasvatus-toimenpiteet kolmeen eri ryhmään: kotipaikkakunnalla tapahtuva yleinen ympäristökasvatus ja -valistus, kotipaikkakunnalla järjestettävä matkailijakoulutus sekä matkan aikana tapahtuva kasvatus. Näistä vaihtoehtoista viimeinen, matkan aikana tapahtuva kasvatus sopisi parhaiten tähän tarkoitukseen. Matkailijoiden ympäristökasvatus matkakohteessa eli Savonlinnan seudulla toteuttaisi kestävä matkailun periaatteita. Myös matkailuyrittäjien ympäristövastuullisuuden kouluttaminen olisi kestävä matkailun kannalta positiivista toimintaa. Ympäristökoulutuksessa on kysymys koko yrityskulttuurin muuttamisesta. Koulutuksella pyritään varmistamaan koko henkilökunnan tietämys ympäristöasioista. (Hemmi 1995, 346.)

Savonlinnalaisia yrityksiä tulee entistä enemmän valistaa vihreän matkailun tärkeydestä ja kannattavuudesta. Yrittäjiä tulee opastaa lähtemään oikeaan suuntaan ja tekemään oikeita valintoja vihreän matkailun kannalta. Konkreettisista hyödyistä tulee antaa kunnon esimerkit ja esitellä tavoitteet, jotta yrittäjät kiinnostuvat lähtemään mukaan yhteiseen aluekehittämiseen. Tästä Haaga-Perhon laatuohjelmavastaavat varmasti osaavatkin antaa omat näkemyksensä. Metsämuseo Lusto tarjoaa tilojaan ja palveluitaan myös opetustoimintaa varten (Hemmi 2005a, 239). Lusto voisi olla yksi hyvä



yhteistyökumppani laatuohjelmalle, mikäli luontokeskus on kiinnostunut tekemään yhteistyötä tai osallistumaan Green DQN -ohjelmaan.

## 7 POHDINTA

Tutkimus ekologisen matkailun teeman parissa ja kartoitus Green DQN -laatuohjelman tarpeellisuudesta on ollut hyödyllistä taustatyötä vihreämmälle tulevaisuudelle. Savonlinnalle on alueellisesti ollut tärkeää kartoittaa nykytilannetta sekä millaisia puutteita ja kehittämistä vaativia asioita ja kohteita alueelta löytyy. Selvän laatuohjelman tarpeen ja hyödyllisyyden löytymisen myötä on helpompi lähteä jatkaamaan tutkimusta eteenpäin tulevaisuudessa. Seuraavia tutkimusaiheita tulevaisuudessa voivat olla kuinka Green DQN -laatuohjelma saadaan käyntiin, miten ohjelma etenee ja mitä tuloksia ohjelma tuo Savonlinnan seudulle. Yleinen Savonlinnan seudun ekologisen tilanteen kartoittaminen ja tilanteen kohentumisen seuranta ovat myös mahdollisia jatkotutkimusaiheita. Alasuutarin (1999, 278) mukaan yhden tutkimuksen loppu ja sen aikana saatu idea voi olla toisen tutkimuksen alku.

Tutkimuksen alussa pohdin, onko yrittäjillä tarpeeksi intoa ja kiinnostusta laadun kehittämishjelmaa kohtaan. Kartoituskyselystä saamieni tuloksien avulla pystyin antamaan tarvittavaa informaatiota Savonlinnan Seudun Matkailulle kuinka heidän tulisi lähteä etenemään ja menettelemään kehittämishankkeen kanssa. Green DQN -laatuohjelma sai positiivista kiinnostusta kyselyn myötä, joten tulin siihen tulokseen, että Green DQN -infopäivä tulisi pitää. Jolleivät Savonlinnan seudun yritykset ole kiinnostuneet Green DQN -ohjelmasta, heille tulisi tarjota myös muita laatuohjelmapaketteja. Haaga-Perho voisi pitää sekä Green, Culture että Experience esittelyn tulevassa DQN -infopäivässä. Suuremman kokoluokan esimerkkeinä kulttuuripainotteisesta laatuohjelmasta ovat Turun ja Helsingin kaupungit, jotka ovat käyttäneet Culture DQN -laatuohjelmaa Euroopan kulttuuripääkaupunki isännöintikausia varten. Kenties Savonlinnan alueen yritykset saadaan ensin DQN -laatuohjelmaan mukaan kehittämään seutua kulttuuri- tai elämispainotteiseksi, jonka jälkeen voidaan siirtyä esimerkiksi Green painotteiseen DMN -ohjelmaan. Tästä taas kehkeytyisi uusi jatkotutkimusaihe: Culture DQN Savonlinna tai Experience DQN Savonlinna.

Opinnäytetyö ja oman tutkimuksen toteutus oli monivaiheinen ja -käänteinen prosessi. Opinnäytetyön aikana paljon uutta. Työn toteutus eteni nopealla tahdilla kevät-talven 2011. Opinnäytetyön toteutuksessa minulle kiirettä aiheutti uhkaava opiskeluoikeuden päättyminen. Aikataulujen yhteensovittaminen oli haastavaa, mikä hidasti opinnäytetyön etenemistä. Alkukevään 2011 suoritin työharjoittelua Savonlinnan Seudun Matkailussa sekä vein opinnäytetyötä eteenpäin samanaikaisesti.

Tutkimuksen päätyttyä minulle selvisi muutamia puutteita kyselyssä. Toimeksiantajalle olisi jatkoon kannalta ehkä ollut kätevää, että kyselyn avulla olisi saatu suoraan kerättyä laatuohjelmasta kiinnostuneiden yritysten nimet ja yhteystiedot. Koska kyselyssä oli vasta alkukartoitus, halusin pitää anonyymin kyselyn. Sen vuoksi en ajatellut tehdä kyselystä avointa versiota, minkä vastauksista olisi paljastunut kuka kysymykseen on vastannut. Avointen kysymysten lyhyet vastaukset jäivät hieman harmitamaan. Avointiin kysymykseen olisi kenties voitu saada lisää vastauksia, mikäli vastausaika olisi ollut pidempi. Pohdin myös hautautuiko kysely sesonki-informaation joukkoon, ja oliko vähäisen vastausprosentin yhtenä syynä asiakkaiden sähköpostitulla juuri ennen sesonkia.

Heikkilän (2004, 75) mukaan verkkokyselyssä vastaajien kato voi olla suuri ja aiheuttaa harhaa tuloksiin. On parempi kasvattaa vastausprosenttia kuin korvata se kasvattamalla otoskoko. Näistä syistä päätin toteuttaa karhukierroksen vastausprosentin kasvattamiseksi. Otoskoko ei olisi voinut kasvattaa, sillä kyselyyn mukaan otetut yritykset valittiin nimenomaan Savonlinnan seudun matkailuyritysten joukosta. Tein aineistoa kootakseni kuitenkin parhaani tutkijana lähettämällä karhukyselyn ja olemalla aktiivisesti yhteydessä yhteistyötahoihini. Myös toisilla osapuolilla ja yhteistyökumppaneilla on oma osuutensa kyselyn onnistumisessa (Heikkilä 2004, 64). Heikkilän (2004) mukaan myös vastaajien vastaaminen on vapaaehtoista. Tässä tutkimuksessa vastausprosentiksi saatiin 14 %. Tutkijan on oltava nöyrä ja tyydyttävä tulokseen näissä vallinneissa olosuhteissa.

Jälkikäteen huomasin, että Webropolilla olisi ehkä kuitenkin pystynyt toteuttamaan anonyymin kyselyn, minkä jälkeen vastaaja olisi halutessaan voinut jättää yhteystietonsa kyselyn jälkeen niiden kuitenkaan yhdistymättä vastauksiin. Tämä olisi helpottanut toimeksiantajan yhteydenottoa suoraan Green DQN -laatuohjelmasta (ja/tai esitteestä) kiinnostuneisiin yrityksiin. Toisaalta hyödyllisintä on lähettää yhteinen kutsu

kaikille kyselyn saaneille yrityksille tasapuolisesti. Tämä antaa uuden mahdollisuuden myös kyselyn ohittaneille yrityksille osallistua laatuohjelmaan. Kyselyyn olisi voinut muutenkin kiinnittää hieman huomiota lisää niin, että nyt puuttuneet vaihtoehdot olisi huomattu ja sisällytetty kyselyyn.

Tutkimustulosten myötä Savonlinnan yrittäjien keskuudesta nousi selviä toiveita ja tarpeita ekologiselle toiminnalle ja kehittämiselle. Valitsemalla DQN -laatuohjelman kehittämishankkeen menetelmäksi Savonlinnan matkailualueen yritykset saisivatkin erittäin hyvän ja toimivan keinon päästä toivomiinsa tavoitteisiinsa. Laatuohjelman aloitusehtonahan on se, että tulokset ovat suotuisat. Heikkilän (2004, 77) mukaan tutkimuksen validiteettia saattaa heikentää asioiden kaunisteleminen. Näin ollen voi olla, että osa vastaajista vastasi kyselyn kysymyksiin ”kyllä” siksi, että eettisesti niihin kuului vastata myönteisesti. Kovin moni ei välttämättä kehtaisi tuoda julki kielteisiä ajatuksiaan elinkeinoalueestaan yritysmaailmassa.

Lomakkeen ja kyselyn puutteista ja aikatauluongelmista huolimatta kyselyn toteuttaminen ja tutkimuksen eteneminen sujuivat hyvin. Vähäiseksi jäänyt vastausmäärä kertoo Savonlinnan seudun yritysten kiireistä vuoden tärkeimmän sesongin, kesän alla. Kysely olisi saattanut sopia paremmin syksyyn ja Green DQN infopäivän yhteyteen. Oman aikatauluni kannalta tämä ei ikävä kyllä olisi ollut mahdollista, mutta jatkotutkimusta ajatellen tämä olisi huomioon otettava seikka. Toisaalta vastausten vähäisyys voisi kieliä Savonlinnan alueen yrittäjien kiinnostuksen puutteesta yhteistyötoimintaan ja piittaamattomuudesta ympäristötyötä kohtaan. Mikäli matalan sesongin aikana suoritettu kysely keräisi yhtä vähäisen otannan, Savonlinnan kaupungin tulisi kenties huolestua yrittäjäkuntansa yhteistyöhalukkuudesta ja eristäytymisestä matkailun saralla. Yhtenä tekijänä vastausmäärän vähäisyyteen on tietenkin voinut olla DQN -laatuohjelmien tuntemattomuus yrittäjien keskuudessa.

Savonlinnan alueen ja kaupungin vilkasta kesäkautta edeltäneen tutkimuksen reliabiliteetti lienee kärsineen juuri vastausten vähäisyyden kannalta. Toisaalta taas kun ajatellaan kyseisen vastaajamäärän positiivista suhtautumista kehityshankkeeseen, on mahdollista, että hankkeesta juuri kyseisellä hetkellä kiinnostumattomat yritykset ovat vain jättäneet vastaamatta. Tämän vuoksi tutkimustulokset osoittavat Savonlinnan seudulta löytyvän kiinnostusta ympäristö- ja yhteistyötä kohtaan, mikä antaa positiivista suuntaa jatkotutkimukselle ja kehitystyön aloittamiselle.

Paikallisten yritysten keskuudessa on jo selkeästi mietitty kantaa ympäristöystävälliseen toimintaan. Tarvittaisiin vain jokin konsti kehittämään toimintaa lisää. Selvien tarpeiden ja haasteiden kartoittamiseen Haaga-Perhon DQN -laatuohjelma on omiaan. Siksi tutkimustulokset puoltavat Green DQN -laatuohjelman aloittamista. Savonlinna kuitenkin tarvitsee DQN -laatuohjelmalle tarmokkaan vetäjän ja koordinaattorin, jotta laatuohjelma voisi toimia hedelmällisin tuloksin. Ilman selkeälinjaista aloitusta ja napakkaotteista etenemistä ohjelma voi kariutua.

Tulevaisuudessa Savonlinnan seutu tarvitsee tuoretta vihreää näkökulmaa ja otetta matkailualueen kehitykseen. Green DQN -laatuohjelma on hyvä vaihtoehto aluekehitykselle. Kaavoihin kangistumista ja ”kaikki on täällä jo nähty” -tunnelmaa vastaan tarvitaan uusi vihreämpi toimintamenetelmä.

## LÄHTEET

Alasuutari, Pertti 2007. Laadullinen tutkimus. 6. painos. Jyväskylä: Vastapaino.

Arell, Terhi 2003. Suomen Vihreä Lomaopas. Hämeenlinna: Karisto.

Borg, Pekka 1999. Kestävyyden kriteerit matkailuelinkeinon palveluksessa. Teoksessa Saukkonen, Pasi (toim.). Matkailu ja globalisaatio. Helsinki: Suomen YK-liitto.

DMN Destination Management Net 2011. Ohjelman WWW-sivut. <http://www.dmn.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu 19.2.2001.

DQN Destination Quality Net 2011a. Ohjelman WWW-sivut. <http://www.dqn.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu 19.2.2011.

DQN Destination Quality Net 2011b. Ohjelman WWW-sivut. [http://www.dqn.fi/suomeksi/Teema\\_DQN-ohjelmat/Culture\\_DQN.iw3](http://www.dqn.fi/suomeksi/Teema_DQN-ohjelmat/Culture_DQN.iw3). Ei päivitystietoja. Luettu 19.2.2011.

DQN Destination Quality Net 2011c. Ohjelman WWW-sivut. [http://www.dqn.fi/suomeksi/Teema\\_DQN-ohjelmat/Experience\\_DQN.iw3](http://www.dqn.fi/suomeksi/Teema_DQN-ohjelmat/Experience_DQN.iw3). Ei päivitystietoja. Luettu 19.2.2011.

DQN Destination Quality Net 2011d. Ohjelman WWW-sivut. [http://www.dqn.fi/suomeksi/Teema\\_DQN-ohjelmat/Green\\_DQN.iw3](http://www.dqn.fi/suomeksi/Teema_DQN-ohjelmat/Green_DQN.iw3). Ei päivitystietoja. Luettu 19.2.2011.

DQN Destination Quality Net 2011e. Ohjelman WWW-sivut. [http://www.dqn.fi/suomeksi/Teema\\_DQN-ohjelmat/Wellbeing\\_DQN.iw3](http://www.dqn.fi/suomeksi/Teema_DQN-ohjelmat/Wellbeing_DQN.iw3). Päivitetty 19.2.2011. Luettu 19.2.2011.

DQN Destination Quality Net 2011f. Ohjelman WWW-sivut. <http://www.dqn.fi/suomeksi/Testimonials.iw3>. Ei päivitystietoja. Luettu 17.5.2011.

Haaga-Perho 2011. Matkailukeskuksen laatuohjelmat. Yrityksen infopaketti.

Haaga-Perho 2011. Yrityksen WWW-sivut. <http://www.haagaperho.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu 19.1.2011.

Heikkilä, Tarja 2004. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Hemmi, Jorma 2005a. Matkailu, ympäristö, luonto osa I. Jyväskylä: Gummerus Oy.

Hemmi, Jorma 2005b. Matkailu, ympäristö, luonto osa II. Jyväskylä: Gummerus Oy.

Hemmi, Jorma 1995. Ympäristö- ja luontomatkailu. Kokkola: Vapaa-Ajan Konsultit Oy.

Kalmari, Heidi & Kelola, Kati 2009. Vastuullisen matkailijan käsikirja. Keuruu: Image Kustannus Oy.

Källroos, Tom 2011. Haastattelu 28.2.2011. Projektipäällikkö. Haaga-Perho Yhtymä.

Laatutonni 2011. Ohjelman WWW-sivut. <http://www.laatutonni.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu 19.1.2011.

MEK 2011. Yrityksen WWW-sivut. <http://www.mek.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu 19.1.2011.

Mero, Mari 2009. Ekomatkailun historia. Teoksessa: Kalmari, Heidi & Kelola, Kati. Vastuullisen matkailijan käsikirja. Keuruu: Image Kustannus Oy.

Muhonen, Olli-Pekka (toim.) 1998. Savonlinna - Saimaan helmi. Jyväskylä: Gummerus Oy.

Page, Stephen J. & Dowling, Ross K 2002. Ecotourism. China: Prentice Hall.

Reilun matkailun yhdistys 2011. Yhdistyksen WWW-sivut. <http://www.reilumatkailu.fi/>. Ei päivitystietoja. Luettu 17.5.2011.

Ruokamo, Oili 2011. Sähköpostikeskustelu 23.8.2011. Projektipäällikkö. Haaga-Perho Yhtymä.

Saukkonen, Pasi (toim.) 1999. Matkailu ja globalisaatio. Helsinki: Suomen YK-liitto/Maailmankansalaisen kypsyyskoe.

Savonlinna 2011a. Kaupungin WWW-sivut. <http://www.savonlinna.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu 26.2.2011.

Savonlinna 2011b. Kaupungin WWW-sivut. <http://www.savonlinna.fi/savonlinna-tietoa>. Ei päivitystietoja. Luettu 17.5.2011.

Savonlinna 2011c. Kaupungin WWW-sivut. [http://www.savonlinna.fi/savonlinna-tietoa/kaupungin\\_strategia](http://www.savonlinna.fi/savonlinna-tietoa/kaupungin_strategia). Ei päivitystietoja. Luettu 17.5.2011.

Savonlinnan Seudun Matkailu 2011. Yrityksen WWW-sivut. <http://www.savonlinna.travel>. Päivitetty 24.2.2011. Luettu 24.2.2011

Savonlinna Taskutieto 2011. Kaupungin WWW-sivut. <http://www.savonlinna.fi/filebank/765-taskutieto.pdf>. Ei päivitystietoja. Luettu 17.5.2011.

SMAL - Suomen matkailutoimistoalan liitto 2011. Liiton WWW-sivut. <http://www.smal.fi/index.php?444>. Ei päivitystietoja. Luettu 19.5.2011.

Vihreän kullan kulttuuritie 2011. Visit Finlandin WWW-sivut. [http://www.visitfinland.com/fi\\_FI/web/guest/finland-guide/what-to-see/touring-routes/green-gold-culture-road](http://www.visitfinland.com/fi_FI/web/guest/finland-guide/what-to-see/touring-routes/green-gold-culture-road). Ei päivitystietoja. Luettu 17.5.2011.

Vuoristo, Kai-Veikko 1998. Matkailun Muodot. Porvoo: WSOY.

Savonlinnan Seudun Matkailu Oy  
Puistokatu 1  
57100 Savonlinna

31.3.2011

### **Kysely matkailun ekologisuudesta ja sen tärkeydestä yrityksessänne**

Hyvä yrittäjä!

Olemme päättäneet toteuttaa kyselyn Savonlinnan matkailualan yrittäjille ja yrityksille aiheena matkailun ekologisuus. Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa vihreän matkailun merkitystä ja tämän hetkistä tilannetta Savonlinnassa. Samalla kartoitamme Savonlinnan seudun yritysten valmiutta lähteä kehittämään matkailualueitamme vetovoimaisemmaksi. Tähän projektiin käymme Green DQN® -laatuohjelman avulla.

Green DQN® on laatuohjelma, jonka tavoitteena on nostaa vihreä matkailu ja ekologisuus matkailualueen vetovoimatekijöiksi. Laatuohjelman toteutuksen aikana otetaan huomioon ympäristöasiat sekä Metsähallituksen kestävän matkailun kriteerit. Green DQN® -laatuohjelma nostaa palvelun laadun ja ympäristöosaamisen matkailualueen kilpailuvaltiksi.

Lisätietoa saatte Internetistä osoitteesta [www.dqn.fi](http://www.dqn.fi).

Olkaa hyvä ja vastatkaa tähän kyselyyn 30.4.2011 mennessä.

Kiitoksia osallistumisestanne!

1. Kuinka tärkeäksi yrityksenne kokee ekologisuuden?
  - A) Erittäin tärkeäksi
  - B) Tärkeäksi
  - C) Ei niin tärkeäksi
  - D) Ei lainkaan tärkeäksi
  
2. Kuinka tärkeää yrityksellenne on panostaa ekologisuuteen tulevaisuudessa?
  - A) Erittäin tärkeää
  - B) Tärkeää
  - C) Ei niin tärkeää



- D) Ei lainkaan tärkeää
3. Kuinka tärkeää teidän asiakkaillenne on ekologisuus ja ekologisuuteen panostaminen tulevaisuudessa?
- A) Erittäin tärkeää
  - B) Tärkeää
  - C) Ei niin tärkeää
  - D) Ei lainkaan tärkeää
4. Missä matkailun muodoissa teidän mielestänne yleisesti tulisi pyrkiä ekologiseen toimintaan?
- A) Majoituksessa
  - B) Matkustusvaiheessa
  - C) Ravintoloissa
  - D) Matkakohteessa vierailun ja toiminnan aikana
  - E) Matkailun mainonnassa
  - F) Muu, mikä? (avoin vastausrivi)
5. Mihin ekologisuutta ajaviin asioihin yrityksenne voisi panostaa enemmän?
- A) Jätteiden lajitteluun
  - B) Pakkausmateriaalien kierrätykseen
  - C) Veden kulutuksen vähentämiseen
  - D) Sähkön kulutuksen vähentämiseen
  - E) Muu, mikä? (avoin vastausrivi)
6. Mitä menetelmää yrityksenne käyttää laskutuksessa?
- A) Kirjepostia
  - B) Sähköpostia
  - C) Ensisijaisesti kirjepostia, mutta sähköpostia asiakkaan pyynnöstä
  - D) Ensisijaisesti sähköpostia, mutta kirjepostia asiakkaan pyynnöstä
  - E) Muu, mikä? (avoin vastausrivi)
7. Mitä vihreitä energiamuotoja yrityksessänne käytetään?
- A) Tuulienergiaa
  - B) Vesienergiaa
  - C) Aurinkoenergiaa
  - D) Kaikkia vaihtoehtoja
  - E) Ei mitään vaihtoehtoista
8. Millaiseksi arvioitte yrityksenne nykyisen toiminnan ekologisuuden ja ympäristöystävällisyyden kannalta? [avoin kysymys]

**Kyselylomake**

9. Millaisia tarpeita ja haasteita yrityksellänne on kestävän matkailun ja ympäristöasioiden osalta? [avoin kysymys]
10. Millaisia tarpeita ja haasteita yrityksellänne on laadun ja paikallisen verkostoyhteistyön suhteen? [avoin kysymys]
11. Mitä yrityksenne haluaa saavuttaa yhteistyöllä ja ympäristötyöllä? [avoin kysymys]
12. Millaisessa alueen kehittämistoiminnassa yrityksenne haluaisi olla mukana? [avoin kysymys]
13. Onko yrityksenne mielestä Savonlinnalla potentiaalia nostaa vihreä matkailu vetovoimatekijäkseen?
  - A) Kyllä
  - B) Ei
14. Tarkoituksenamme on nostaa Savonlinna vetovoimaiseksi vihreän matkailun kohteeksi Green DQN®- laatuohjelman avulla. Kiinnostaako projekti teidän yritystänne?
  - A) Kyllä
  - B) Ei
15. Oletteko aikaisemmin kuulleet DQN® -laatuohjelmista?
  - A) Kyllä
  - B) Ei
16. Oletteko kiinnostuneita ilmoittamaan sähköisessä vihreän matkailun esitteessä kesällä 2011?
  - A) Kyllä
  - B) Ei
17. Onko teillä antaa palautetta kyselystä? [avoin kysymys]

**Kiitämme teitä sydämellisesti osallistumisestanne!**

Ystävällisin terveisin,

Laura Orasmaa sekä Mervi Väisänen

Restonomiopiskelijat, MAMK

Matkailun ekologisuus Savonlinnan seudulla

19.4.2011

Tervehdys,

kaksi matkailualan opiskelijaa toteuttaa Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n tilaustyönä kyselyn Savonlinnan matkailualan yrittäjille ja yrityksille aiheena matkailun ekologisuus. Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa vihreän matkailun merkitystä ja tämän hetkistä tilannetta Savonlinnassa. Samalla kartoitetaan Savonlinnan seudun yritysten valmiutta lähteä kehittämään matkailualueitamme vetovoimaisemmaksi. Tähän projektiin käymme Green DQN® -laatuohjelman avulla.

Green DQN® on laatuohjelma, jonka tavoitteena on nostaa vihreä matkailu ja ekologisuus matkailualueen vetovoimatekijöiksi. Laatuohjelman toteutuksen aikana otetaan huomioon ympäristöasiat sekä Metsähallituksen kestävän matkailun kriteerit. Green DQN® -laatuohjelma nostaa palvelun laadun ja ympäristöosaamisen matkailualueen kilpailuvaltiksi. Yrityksellänne on nyt tilaisuus olla mukana tässä kehittämishankkeessa.

Kartoitamme innokkaita lähtijöitä mukaan laatuohjelmaan kevään 2011 aikana, minkä jälkeen syksyllä 2011 olisi mahdollista käynnistää Green DQN® hanke Savonlinnan seudulla. Kartoitamme myös yritysten kiinnostusta mainostaa itseään ekologisena matkailupalveluiden tarjoajana. Julkaisemme kesällä 2011 vihreän matkailun esitteen virtuaalisessa muodossa Internetissä. Kaikki kyselyyn vastanneet pääsevät ilmaiseksi mukaan esitteeseen.

Lisätietoa Green DQN® -laatuohjelmasta saatte Internetistä osoitteesta [www.dqn.fi](http://www.dqn.fi).

VASTAA KYSELYYN TÄSTÄ

<https://www.webropol.com/P.aspx?id=536970&cid=97683573>.

Vastaathan kyselyyn 30.4.2011 mennessä.

Jos teillä on kysyttävää, voitte ottaa yhteyttä opinnäytetyön tekijöihin!

Laura Orasmaa: 050-3658660, [laura.orasmaa@mail.mamk.fi](mailto:laura.orasmaa@mail.mamk.fi)

Mervi Väisänen: 050-4398319, [mervi.vaisanen@mail.mamk.fi](mailto:mervi.vaisanen@mail.mamk.fi)

*Pia Kokki*

Toimitusjohtaja - Managing director

***SAVONLINNAN SEUDUN MATKAILU OY – SAVONLINNA TRAVEL LTD***

Puistokatu 1

FI-57100 Savonlinna

Mobile +358 (0)40 7166006

[pia.kokki@savonlinnatravel.com](mailto:pia.kokki@savonlinnatravel.com)

[www.savonlinna.travel](http://www.savonlinna.travel)

## Green DQN Savonlinna

Tämän kyselyn tarkoituksena on kartoittaa vihreän matkailun merkitystä ja tämän hetkistä tilannetta Savonlinnassa. Kartoitamme Savonlinnan seudun yritysten valmiutta lähteä kehittämään matkailualueitamme vetovoimaisemmaksi. Tähän projektiin käymme Green DQN® -laatuohjelman avulla.

Green DQN® on laatuohjelma, jonka tavoitteena on nostaa vihreä matkailu ja ekologisuus matkailualueen vetovoimatekijöiksi. Laatuohjelman toteutuksen aikana otetaan huomioon ympäristöasiat sekä Metsähallituksen kestävän matkailun kriteerit. Green DQN® -laatuohjelma nostaa laadun ja ympäristöosaamisen matkailualueen kilpailuvaltiksi.

Lisätietoa saatte internetistä osoitteesta [www.dqn.fi](http://www.dqn.fi).

### 1. Kuinka tärkeäksi yrityksenne kokee ekologisuuden?

- A) Erittäin tärkeäksi
- B) Tärkeäksi
- C) Ei niin tärkeäksi
- D) Ei lainkaan tärkeäksi

### 2. Kuinka tärkeää yrityksellenne on panostaa ekologisuuteen tulevaisuudessa?

- A) Erittäin tärkeää
- B) Tärkeää
- C) Ei niin tärkeää
- D) Ei lainkaan tärkeää

### 3. Kuinka tärkeää teidän asiakkaillenne on ekologisuus ja ekologisuuteen panostaminen tulevaisuudessa?

- A) Erittäin tärkeää
- B) Tärkeää
- C) Ei niin tärkeää
- D) Ei lainkaan tärkeää

### 4. Missä matkailun muodoissa teidän mielestänne yleisesti tulisi pyrkiä ekologisempaan toimintaan?

- A) Majoituksessa
- B) Matkustusvaiheessa
- C) Ravintoloissa
- D) Matkakohteessa vierailun ja toiminnan aikana
- E) Matkailun mainonnassa
- F) Muu, mikä?

### 5. Mihin ekologisuutta ajaviin asioihin yrityksenne voisi panostaa enemmän?

- A) Jätteiden lajitteluun
- B) Pakkausmateriaalien kierrätykseen
- C) Veden kulutuksen vähentämiseen
- D) Sähkön kulutuksen vähentämiseen
- E) Muu, mikä?

### 6. Mitä menetelmää yrityksenne käyttää laskutuksessa?

- A) Kirjepostia
- B) Sähköpostia
- C) Ensimmäisestään kirjepostia, mutta sähköpostia asiakkaan pyynnöstä
- D) Ensimmäisestään sähköpostia, mutta kirjepostia asiakkaan pyynnöstä
- E) Muu, mitä?

**7. Mitä vihreitä energiamuotoja yrityksessänne käytetään?**

- A) Tuulienergiaa
- B) Vesienenergiaa
- C) Aurinkoenergiaa
- D) Kaikkia vaihtoehtoja
- E) Ei mitään vaihtoehtoista

**8. Millaiseksi arvioitte yrityksenne nykyisen toiminnan ekologisuuden ja ympäristöystävällisyyden kannalta?**

**9. Millaisia tarpeita ja haasteita yrityksellänne on kestävän matkailun ja ympäristöasioiden osalta?**

**10. Millaisia tarpeita ja haasteita yrityksellänne on laadun ja paikallisen verkostoyhteistyön suhteen?**

**11. Mitä yrityksenne haluaisi saavuttaa yhteistyöllä ja ympäristötyöllä?**

**12. Millaisessa alueen kehittämistoiminnassa yrityksenne haluaisi olla mukana?**

13. Onko yrityksenne mielestä Savonlinnalla potentiaalia nostaa vihreä matkailu vetovoimatekijäkseen?

- A) Kyllä  
 B) Ei

14. Tarkoituksenamme on nostaa Savonlinna vetovoimaiseksi vihreän matkailun kohteeksi Green DQN®-laatuohjelman avulla. Kiinnostaako projekti teidän yritystänne?

- A) Kyllä  
 B) Ei

15. Oletteko aikaisemmin kuulleet DQN® -laatuohjelmista?

- A) Kyllä  
 B) Ei

16. Oletteko kiinnostuneita ilmoittamaan sähköisessä vihreän matkailun esitteessä kesällä 2011?

- A) Kyllä  
 B) Ei

17. Onko teillä antaa palautetta kyselystä?

Kiitoksia osallistumisestanne!

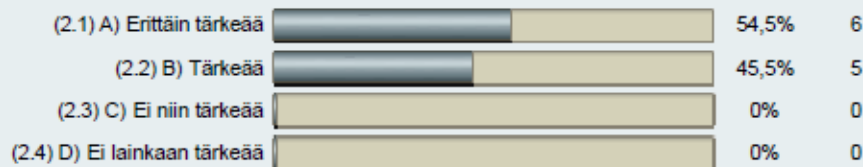
### 1. Kuinka tärkeäksi yrityksenne kokee ekologisuuden?

Kysymykseen vastanneet: 11 (ka: 1,5)



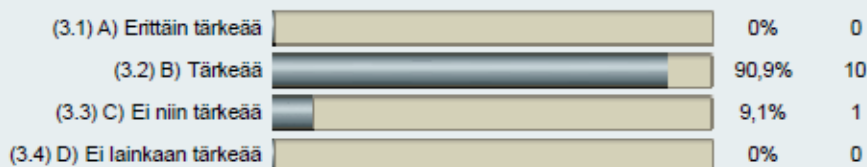
### 2. Kuinka tärkeää yrityksellenne on panostaa ekologisuuteen tulevaisuudessa?

Kysymykseen vastanneet: 11 (ka: 1,5)



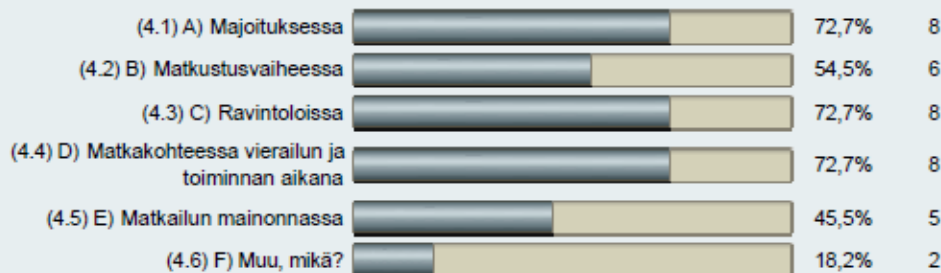
### 3. Kuinka tärkeää teidän asiakkaillenne on ekologisuus ja ekologisuuteen panostaminen tulevaisuudessa?

Kysymykseen vastanneet: 11 (ka: 2,1)



### 4. Missä matkailun muodoissa teidän mielestänne yleisesti tulisi pyrkiä ekologisempaan toimintaan?

Kysymykseen vastanneet: 11 (ka: 3,1)





\_Kysymys [4.6] (Missä matkailun muodoissa teidän mielestänne yleisesti tulisi pyrkiä ekologisempaan toimintaan?. F) Muu, mikä?)

1. Kaikessa (-38340728)
2. kaikissa yllä mainituissa (-38338345)

#### 5. Mihin ekologisuuatta ajaviin asioihin yrityksenne voisi panostaa enemmän?

Kysymykseen vastanneet: 10 (ka: 2,8)

(5.1) A) Jätteiden lajitteluun		60%	6
(5.2) B) Pakkausmateriaalien kierrätykseen		30%	3
(5.3) C) Veden kulutuksen vähentämiseen		70%	7
(5.4) D) Sähkön kulutuksen vähentämiseen		70%	7
(5.5) E) Muu, mikä?		20%	2

\_Kysymys [5.5] (Mihin ekologisuuatta ajaviin asioihin yrityksenne voisi panostaa enemmän?. E) Muu, mikä?)

1. kaikkiin näihin on kiinnitetty erityistä huomiota , ja toimittu sen mukaan, että asiat etenee koko ajan parempaan suuntaan. (-38396435)
2. mökkikohtaiset kompostit tulossa (-39287149)

#### 6. Mitä menetelmää yrityksenne käyttää laskutuksessa?

Kysymykseen vastanneet: 11 (ka: 3,4)

(6.1) A) Kirjepostia		9,1%	1
(6.2) B) Sähköpostia		18,2%	2
(6.3) C) Ensisijaisesti kirjepostia, mutta sähköpostia asiakkaan pyynnöstä		9,1%	1
(6.4) D) Ensisijaisesti sähköpostia, mutta kirjepostia asiakkaan pyynnöstä		54,5%	6
(6.5) E) Muu, mitä?		9,1%	1

\_Kysymys [6.5] (Mitä menetelmää yrityksenne käyttää laskutuksessa?. E) Muu, mitä? )

1. kirje ja verkkolaskutus (-38338345)

#### 7. Mitä vihreitä energiamuotoja yrityksessänne käytetään?

Kysymykseen vastanneet: 11 (ka: 3,8)

(7.1) A) Tuulienergiaa		9,1%	1
(7.2) B) Vesienenergiaa		18,2%	2
(7.3) C) Aurinkoenergiaa		9,1%	1
(7.4) D) Kaikkia vaihtoehtoja		9,1%	1
(7.5) E) Ei mitään vaihtoehtoista		54,5%	6

#### 8. Millaiseksi arvioitte yrityksenne nykyisen toiminnan ekologisuuden ja ympäristöystävällisyyden kannalta?

1. Kierrätys, kestävä kehitys (esim maalämpö, aurinkosähkö, puulämmitys ym) suhteellisen hyvällä mallilla, muuten parannettavaa. (-38329484)
2. toimimme jossain määrin ekologisesti, mutta parannuksen varaa on. (-38338345)
3. Ohjelmajpalveluissa olemme panostaneet ekologisuuteen ja uusimmissa rakennuksissa käytetään maalämpöä. Paljon on kuitenkin kehitettävää esim. sähkönkulutuksen vähentäminen, miten saadaan asiakkaita lajittelemaan jätteitä, logistiikka (-38340728)
4. Yrityksessämme on kiinnitetty huomiota ekologisuuteen ja ympäristöystävällisyyteen hyvin. (-38340761)
5. Orastavalla alulla, työtä vielä paljon tekemättä (-38344060)
6. Kohtuullisen hyväksi (-38455793)
7. Erityisesti energiatehokkuudessa on huomattavasti kehitettävää. Rakennukset ovat osittain vanhoja ja lähes kaikissa lämmitysmuotona on suora sähkö. (-38585757)
8. heikko / tyydyttävä (-39082895)
9. • suhteellisen hyvä mutta pyrkimys parempaan • komposti käymälät kaikissa mökeissä, puulämmitteiset saunat -> pesuvesi lämmitetään kiukaan säiliössä, tiskataan käsin • mökkikohtaiset kompostit jo joissakin mökeissä mutta tulossa kaikille 12 mökille, tilausravintola ja kahvilatoiminnassa kompostitoiminta on • jokaisella mökillä oma erälaavu ja nuotiogrilli -> asiakasta innostetaan laittamaan tuokaa mahd. paljon avotulella sähköhellan sijaan (-39287149)

#### 9. Millaisia tarpeita ja haasteita yrityksellänne on kestävän matkailun ja ympäristöasioiden osalta?

1. Kaikkia osa-alueita kehitettävä. (-38329484)
2. ympäristöasioihin perusteellinen paneutuminen ja henkilöstön sitoutuminen (-38338345)
3. Haasteet: -rakenmuskannan suuri sähkönkulutus - joukkoliikenteen vähyys/puute tällä alueella - tiukentuvia suojelutoimenpiteitä (enimmäkseen saimaannorpan) voi rajoittaa ohjelmajpalvelutoimintaa merkittävästi - rakentaminen, kaavoitus (-38340728)
4. Jätteiden kierrätys ensisijainen haaste - asiakkaat eivät oikein hallitse kierrätystä (-38344060)
5. Saada kaikki matkailijat ymmärtämään kestävän matkailun ja ympäristöasioiden merkitys ja toimimaan niiden edellyttämällä tavalla (-38455793)
6. eri kansallisuuksien erillaiset odotukset ja toiveet näissä (-39082895)
7. • asiakkaiden innostaminen ja motivoiminen esim. käyttämään mökkikohtaisia komposteja • asiakkaat yritetään saada asennoitumaan positiivisesti ja ennakkoluulottomasti komposti-käymälöiden käyttöön sekä lämmittämään pesuedet eli näkemään vaivaa mökkeilyyn ja lomailuun eteen (-39287149)

#### 10. Millaisia tarpeita ja haasteita yrityksellänne on laadun ja paikallisen verkostoyhteistyön suhteen?

1. Runsaasti kehitettävää. (-38329484)
2. ketju kauttaaltaan toimivaksi (-38344060)
3. Edelleen kehittämistä (-38455793)
4. Yhteistyön koordinointi ja eri toimijoiden ja palveluiden yhteistyön kehittäminen ja esilletuominen vaativat kehittämistä. (-38585757)
5. nämä ovat aika hyvällä tolalla (-39082895)
6. • ajanpuute tulee olemaan kynnyksikysymys; • palavereissa mukanaolo ja yhteisten asioiden suunnitteluun tuskin paljoa ylimääräistä aikaa (-39287149)

### 11. Mitä yrityksenne haluaisi saavuttaa yhteistyöllä ja ympäristötyöllä?

1. Toiminnan laadun ja tehokkuuden parantaminen, asiakastyytyväisyyden ja -määrän parantaminen. (-38329484)
2. kestävää kehitystä ympäristöasioissa ja matkailun kehittyminen / kehittäminen ympäristöä liikaa rasittamatta. (-38338345)
3. kestävää kehitystä, positiivinen henki (-38340728)
4. matkailutuotteiden laadun nosto (-38344060)
5. Parempaa laatua, asiakaspalvelua ja tietysti jossain määrin säästöjä (-38455793)
6. Laadukkaampia tuotteita ja lisää myyntiä. (-38585757)
7. lisää kauppaa, kestäväällä kehityksellä (-39082895)
8. • ihmiset palaisivat juurilleen ja luontoon • saivat hienoja rauhoittavia kokemuksia vastapainoksi (-39287149)

### 12. Millaisessa alueen kehittämistoiminnassa yrityksenne haluaisi olla mukana?

1. Kaikenlainen yhteistyö kiinnostaa. (-38329484)
2. järkevässä kehittämistoiminnassa (-38340728)
3. Riippuu kehittämistoiminnasta, sen kustannuksista ja tavoitteista (-38455793)
4. ohoh, ompas laaja kysymys ! sellaisessa jossa tapahtuu jotain konkreettista. Näissä kehittämishankkeissa on yleisesti ongelma ettei yrittäjän business ymmärrä kukaan muu kuin yrittäjä itse. Kehittäjät puhuvat imia juttujaan ja yrittäjät omiaan => ei synny mitään järkevää (-39082895)
5. • olemme valmiit antamaan oman panoksemme tarjoamalla käyttöön hyvin erikoinen ja omaperäinen tutustumis- ja käyntikohte, jossa metsä ja luonto sekä niihin liittyvä historia ja perinne ovat voimakkaasti läsnä ja erittäin arvostettuina (-39287149)

### 13. Onko yrityksenne mielestä Savonlinnalla potentiaalia nostaa vihreä matkailu vetovoimatekijäkseen?

Kysymykseen vastanneet: 11 (ka: 1,1)

(13.1) A) Kyllä		90,9%	10
(13.2) B) Ei		9,1%	1

### 14. Tarkoituksenamme on nostaa Savonlinna vetovoimaiseksi vihreän matkailun kohteeksi Green DQN®-laatuohjelman avulla. Kiinnostaako projekti teidän yritystänne?

Kysymykseen vastanneet: 10 (ka: 1,3)

(14.1) A) Kyllä		70%	7
(14.2) B) Ei		30%	3

### 15. Oletteko aikaisemmin kuulleet DQN® -laatuohjelmista?

Kysymykseen vastanneet: 11 (ka: 1,5)

(15.1) A) Kyllä		45,5%	5
(15.2) B) Ei		54,5%	6

### 16. Oletteko kiinnostuneita ilmoittamaan sähköisessä vihreän matkailun esitteessä kesällä 2011?

Kysymykseen vastanneet: 10 (ka: 1,5)

(16.1) A) Kyllä		50%	5
(16.2) B) Ei		50%	5