



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Janika Linninen

Ilmastonmuutoksen huomioiminen vastuullisen matkailun kehittämisessä

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Energia- ja ympäristötekniikka

Insinöörityö

1.4.2020

Tekijä Otsikko Sivumäärä Aika	Janika Linninen Ilmastonmuutoksen huomioiminen vastuullisen matkailun kehittämisessä 70 sivua + 4 liitettä 1.4.2020
Tutkinto	insinööri (AMK)
Tutkinto-ohjelma	energia- ja ympäristötekniikka
Ammatillinen pääaine	ympäristötekniikka
Ohjaajat	yliopettaja Pentti Viluksela
<p>Insinööriyön tavoitteena oli laatia vastuullisen matkailun kehittämissuunnitelma yritykselle Best Lake Nature Adventures Oy ja löytää sille sopiva Suomessa käytettävä matkailualan sertifikaatti. Kehittämissuunnitelman ja sertifikaatin avulla yritys voi lähteä tavoittelemaan Sustainable Travel Finland -sateenvarjoryhtymämerkkiä.</p> <p>Insinööriyössä tehtiin laaja teoreettinen selvitys ilmastonmuutoksen vaikutuksista matkailuun, ilmastonmuutoksen hillitsemiseen liittyvistä keinoista matkailualalla sekä vastuullisen ja kestävä matkailun kehittämisestä yrityksen toiminnassa. Vastuullisen matkailun kehittämissuunnitelma laadittiin yritykselle Sustainable Travel Finland -ohjelman e-oppaan avulla. Kehittämissuunnitelman sisältö laadittiin yhdessä yrittäjän kanssa kokouksien muodossa. Lisäksi yhteistyöllä Lahti Seutu – Lahti Region Oy:n kanssa tehtiin Päijät-Hämeen matkailuyrityksille kysely sertifikaattien kartoitusta varten.</p> <p>Insinööriyön tuloksena syntyi Best Lake Nature Adventures Oy:lle vastuullisen matkailun kehittämissuunnitelma ja yritykselle löydettiin sopiva sertifikaatti. Kehittämissuunnitelman laatimisen ansiosta tunnistettiin yrityksen keskeisimmät kehittämisen kohteet sen toiminnassa. Yrityksen kehittämistyötä varten tehtiin myös asiakkaille matkailijakyselylomake, jonka avulla yritys voi kehittää matkailupalveluitaan ja -tuotteitaan huomioimalla paremmin oman toimintansa taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset kestävä kehityksen osa-alueet. Työn tuloksena saatiin myös kartoitettua Päijät-Hämeen matkailuyritysten käytössä olevat sertifikaatit ja yritysten kiinnostus lähteä mukaan Sustainable Travel Finland -ohjelmaan. Kehittämissuunnitelman ja sertifikaatin avulla matkailijat ja yhteistyökumppanit tunnistavat vastuullisuuteen sitoutuneet yritykset ja alueet. Tämän insinööriyön pohjalta matkailualan yritykset voivat ottaa vaikutteita oman kehittämissuunnitelman laatimiseen ja miettiä sopivia keinoja vastuullisen matkailun suunnittelua varten. Työn laaja sertifikaattien esittely voi auttaa yritystä hahmottamaan paremmin löytämään itselleen sopivimmat matkailualan sertifikaatit. Työn osana syntynyt matkailijakyselylomake toimii myös muille yrityksille mallina, jonka avulla voidaan kehittää entistä parempia matkailupalveluita ja -tuotteita, jotka tukevat kestävä kehitystä.</p>	
Avainsanat	Ilmastonmuutos, kestävä kehitys, vastuullinen matkailu

Author Title Number of Pages Date	Janika Linninen Considering Climate Change in the Development of Responsible Tourism 70 pages + 4 appendices 1 April 2020
Degree	Bachelor of Engineering
Degree Programme	Energy and Environmental Engineering
Professional Major	Environmental engineering
Instructors	Pentti Viluksela, Principal Lecturer
<p>The aim of the thesis was to make a responsible tourism development plan for the company Best Lake Nature Adventures Oy and find a suitable tourism certificate to be used in Finland. With the help of the development plan and the certificate, the company can start aiming for the Sustainable Travel Finland company brand.</p> <p>During the thesis project, an extensive theoretical study was made on the effects of climate change on tourism, means of mitigating climate change in the tourism industry, and the development of responsible and sustainable tourism in the company's operations. The development plan for responsible tourism was prepared for the company with the help of the e-guide of the Sustainable Travel Finland program. The content of the development plan was compiled together with the entrepreneur in the form of meetings. In addition, in co-operation with Lahti Seutu - Lahti Region Oy, a survey was conducted for tourism companies in Päijät-Häme to map certificates.</p> <p>As a result of the thesis, a development plan for responsible tourism was created for Best Lake Nature Adventures Oy, and a suitable certificate was found for the company. The preparation of the development plan enabled the identification of the most important development targets for the company's operations. For the development of the company, a tourist questionnaire was also prepared for customers, which allows the company to develop its tourism services and products by better considering of the economic, social and environmental aspects of sustainable development of its own operations. In addition, the certificates used by Päijät-Häme tourism companies and the companies' interest in participating in the Sustainable Travel Finland program were also mapped. With the help of the development plan and the certificate, tourists and partners identify companies and areas committed to responsibility. Tourism companies can draw inspiration from this thesis for making their own development plan and for finding appropriate ways to plan responsible tourism. The extensive presentation of the certificates in the thesis can help the company to better perceive the most suitable certificates in the tourism industry. The tourist questionnaire created as part of the thesis also serves as a model for other companies to develop better tourism services and products that support sustainable development.</p>	
Keywords	climatic change, sustainable development, responsible tourism

Sisällys

Lyhenteet

1	Johdanto	1
2	Ilmastonmuutos ja matkailuala	2
2.1	Ilmastonmuutos	2
2.2	Ilmastokestävä matkailu	5
2.3	Ilmastonmuutoksen vaikutukset matkailusesonkeihin	7
3	Kestävä ja vastuullinen matkailu	8
3.1	Kestävä kehitys	9
3.2	Matkailu Suomessa	11
3.2.1	Kestävän matkailun nykytila ja haasteita	12
3.2.2	Kestävän matkailun kehittyminen	15
3.2.3	Matkailun ympärivuotisuuden kehittäminen	19
3.3	Visit Finlandin valtakunnalliset kestävän matkailun periaatteet	20
3.4	Päijät-Hämeen matkailu- ja tapahtumastrategia	21
3.5	Kestävää matkailua ohjaava lainsäädäntö	25
3.5.1	Ympäristönsuojelua ohjaava lainsäädäntö	26
3.5.2	Jätelainsäädäntö	26
3.5.3	Maaperänsuojelulainsäädäntö	27
3.5.4	Ilmansuojelulainsäädäntö	27
3.5.5	Vesien- ja merensuojelun lainsäädäntö	28
3.5.6	Luonnonsuojelun lainsäädäntö	30
3.5.7	Kulttuuriympäristön suojeleminen	31
4	Matkailuyrityksien ympäristöjärjestelmät ja -merkit Suomessa ja maailmalla	33
4.1	Kestävän matkailun sertifikaatit, ohjelmat ja järjestelmät	33
4.2	Sertifiointien merkitys yrityksille, matkailijoille ja paikallisväestölle	45
5	Lahden seudun matkailuyritysten sertifikaattien kartoitus	47
5.1	Lahden seudun matkailu	47

5.2	Kartoituksen suunnittelu ja toteutus	50
5.3	Tulokset	51
5.4	Johtopäätökset	52
6	Vastuullisen yrityksen suunnitelma	53
6.1	Vastuullisuusviestintä	54
6.2	Sustainable Travel Finland -ohjelma	55
6.3	Best Lake Nature Adventures Oy	58
6.4	Sertifikaatin valitseminen	58
6.5	Kehittämissuunnitelman laatiminen	59
6.5.1	Yrityksen tahtotila ja henkilökunnan osallistuminen ja sitouttaminen	59
6.5.2	Vierailijakokemuksen kehittäminen	60
6.5.3	Omien toimintojen haittavaikutusten minimoiminen ja hyötyjen maksimoiminen toimintaympäristössä	61
6.5.4	Omien toimintojen vaikutukset käytettävän infrastruktuurin kestävyYTEEN	62
6.5.5	Ilmastonmuutokseen sopeutuminen ja sen hillitseminen	63
6.5.6	Paikallisyhteisön huomioiminen osana omaa yritystoimintaa	63
6.5.7	Taloudellinen kannattavuus ja matkailun aluetaloudellisten vaikutusten maksimointi	65
6.5.8	Kestävää matkailua edistävä ja tukeva tuotekehitys, markkinointi ja sidosryhmäviestintä	65
6.5.9	Vastuullisuustyöstä viestiminen asiakkaille	66
6.5.10	Osaamisen kehittäminen	66
6.5.11	Tarjittavat rahalliset- ja henkilöresurssit	66
6.5.12	Keskeisimmät kehittämiskohteet	66
7	Yhteenveto	67
	Lähteet	70
	Liitteet	
	Liite 1. Sustainable Travel Finland -sateenvarjo-yrityksen osaksi sopivat hyväksytyt yritystason sertifikaatit	
	Liite 2. Lyyti-kysely Lahden seudun matkailuyrityksille	
	Liite 3. Matkailijakyselylomake suomeksi	
	Liite 4. Matkailijakyselylomake englanniksi	

Lyhenteet

ETC	Euroopan matkakomissio (European Travel Commission). Voittoa tavoittelematon järjestö, jonka tehtävänä on mainostaa Eurooppaa turistikohdeena keskeisillä kaukoliikennemarkkinoilla.
OECD	Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö (Organisation for Economic Co-operation and Development). Järjestön tavoitteena on yhtenäistää ja kehittää jäsenmaidensa talouskasvua ja vapaakauppaa sekä lisäämään yhteiskunnallista hyvinvointia.
PMN	Pohjoismaiden ministerineuvosto. Pohjoismaiden ministerineuvosto on Pohjoismaiden hallitusten yhteistyöelin.
UNWTO	Maailman matkailujärjestö (World Tourism Organization). Järjestön tavoitteena on edistää ja kehittää matkailua, joka tukee taloudellista kehitystä ja kansainvälistä yhteisymmärrystä.

1 Johdanto

Ilmastonmuutos aiheutuu erityisesti kasvihuonekaasujen lisääntymisestä ilmakehässä. Kasvihuoneilmaston voimistuminen nostaa maapallon keskilämpötilaa vuosisadan loppuun mennessä vajaasta kahdesta kuuteen astetta, jos päästöt kasvavat nykytahtia. [1.] Yksi suurimpia epävarmuustekijöitä tulevaisuuden maailmaa on Ilmastonmuutos, joka vaikuttaa myös matkailuun. Matkailu lisääntyy ja lisää kasvihuonekaasupäästöjä, ja siksi onkin tärkeää, että matkailualan yritykset toimivat vastuullisesti ja tuottavat matkailupalveluita ja tuotteita kestäväällä tavalla. Elinkeinoina luontoon kohdistuva matkailu on täysin riippuvainen luonnon olosuhteista ja ilmastosta. Matkailuelinkeinon se vaikuttaa ympäristössä tapahtuvien muutosten ohella etenkin matkustamiseen liittyvien asenteiden muuttumisena ja lisääntyvänä ympäristötietoisuutena. [2, s. 8.]

Matkailijat ja yhteistyökumppanit haluavat matkailualan yrittäjien kertovan tulevaisuudessa vielä näkyvämmiin yrityksen taustalla vaikuttavista arvoista. Osa kansainvälisistä matkanjärjestäjistä vaatii yhteistyökumppaneiltaan vastuullisen toiminnan suunnitelmia tai sertifikaatteja yhteistyösopimuksen liitteeksi. Tulevaisuuden menestyvä yritys toimii vastuullisella tavalla ja kertoo toimintansa ja arvonsa selkeästi matkailijoille ja yhteistyökumppaneille. [3.]

Tämän insinööriyön tarkoituksena on Sustainable Travel Finland -vastuullisuusohjelmaan kuuluvan kestävä matkailun kehittämissuunnitelman laatiminen ja siihen sopivan sertifikaatin löytäminen yritykselle Best Lake Nature Adventures Oy. Visit Finland on kehittänyt matkailuyrityksille ja -alueille tarkoitetun Sustainable Travel Finland -ohjelman ja sillä saavutettavan Sustainable Travel Finland -merkin. Merkin saaneet yritykset saavat käyttöönsä jatkuvan kehittämisen mallin, matkailun kestävään kehitykseen liittyvää uusia tietoja sekä markkinointitukea ja lisänäkyvyyttä Visit Finlandin kanavissa.

Insinööriyön teoreettisessa osuudessa käsitellään ensin yleisesti ilmastonmuutosta ja sen vaikutuksista ihmisiin ja ympäristöön. Lisäksi toisessa luvussa käsitellään ilmasto-kestävän matkailun piirteet ja ilmastonmuutoksen vaikutukset matkailusesonkeihin. Kolmas luku käsittelee kestävä ja vastuullista matkailua, jossa kerrotaan yleisesti kestävästä kehityksestä, Suomen matkailusta, Visit Finlandin valtakunnallisten kestävä

matkailun periaatteista, Päijät-Hämeen matkailu- ja tapahtumastrategiasta ja kestävästä matkailusta ohjaavasta lainsäädännöstä. Neljännessä luvussa esitetään Suomessa ja maailmalla käytettäviä kestävän matkailun sertifikaatteja, ohjelmia ja järjestelmiä. Viidennessä luvussa kerrotaan Lahden seudun sertifikaattien kartoituksen toteutuksesta ja suunnittelusta, joka tehtiin kyselylomakkeen avulla Päijät-Hämeen matkailualan yrityksille. Sertifikaattien kartoituksen esittelyn jälkeen analysoidaan kyselyn tulokset ja esitetään niiden johtopäätökset. Kuudennessa luvussa käsitellään vastuullisen yrityksen suunnitelman lähtökohtia, johon kuuluu vastuullisuusviestiminen ja kehittämissuunnitelman laatiminen sekä kerrotaan Sustainable Travel Finland -ohjelmasta ja siihen osallistumisesta. Teoreettisen osuuden jälkeen työssä esitetään käsiteltyjen asioiden ja Sustainable Travel Finland -ohjelman pohjalta yritykselle laadittu kehittämissuunnitelma ja sille sopiva kestävän matkailun sertifikaatti.

2 Ilmastonmuutos ja matkailuala

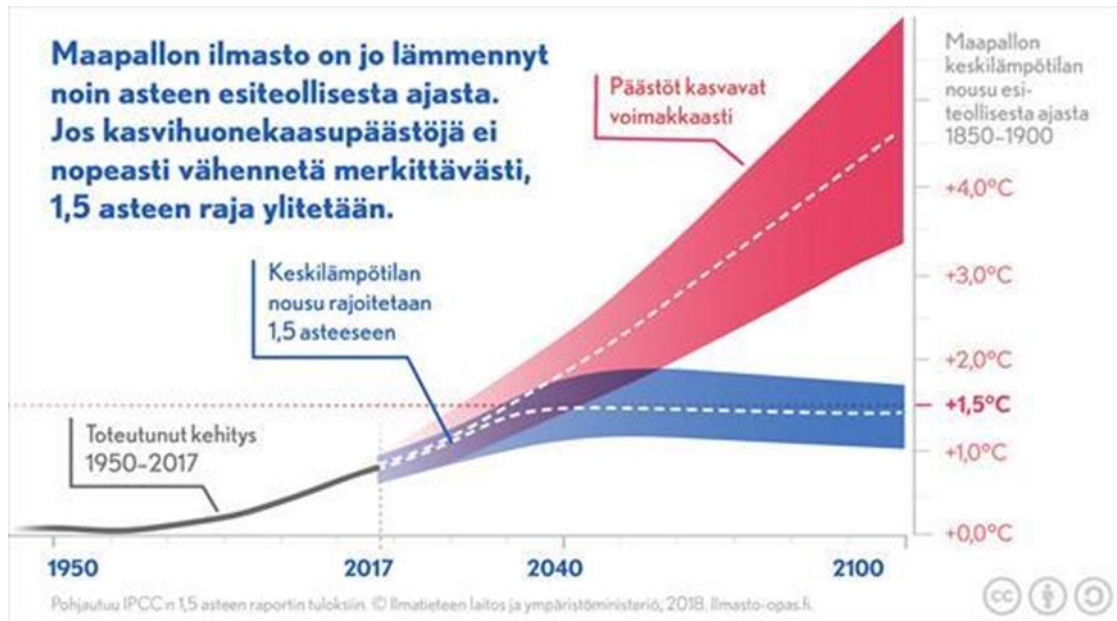
2.1 Ilmastonmuutos

Ilmastonmuutos tarkoittaa maailmanlaajuisia ilmaston lämpenemistä, joka johtuu osittain ihmisen tuottamien kasvihuonekaasujen määrän voimakkaasta kasvusta ilmakehässä. Maapallon ilmakehä toimii samalla tavalla kuin kasvihuoneen lasikatto, joka päästää auringosta tulevan säteilyn maan pinnalle, mutta samalla se estää maapallon lähettämää lämpösäteilyä karkaamasta suoraan avaruuteen. Lämpösäteilyä imevät erittäin tehokkaasti pilvet ja ilmakehän kaasut, erityisesti vesihöyry (H₂O) ja hiilidioksidi (CO₂). Otsoni (O₃) ja metaani (CH₄) imevät myös tehokkaasti lämpösäteilyä. Kasvihuoneilmiötä aiheuttavia ilmakehän kaasuja kutsutaan kasvihuonekaasuiksi. [4.]

Auringon pintalämpötila on noin 6000 celsius-astetta. Aurinko säteilee valtavan määrän energiaa kohti maapalloa. Suurin osa energiasta on lyhytaaltoista sähkömagneettista säteilyä näkyvänä valona. Ilmakehä koostuu suurimmaksi osaksi typestä ja hapesta, jotka ovat hiilidioksidin lisäksi lähes täysin läpinäkyviä lyhytaaltoiselle säteilylle. Noin puolet auringosta tulevasta lyhytaaltoisesta säteilystä heijastuu takaisin avaruuteen. Heijastuminen tapahtuu pilvien yläosista tai vaalean värisistä heijastavista pinnoista esimerkiksi jäätiköistä tai hiekkarämaista. Toinen puoli auringon säteilyenergiasta lämmittää

maapallon pintaa, joka taas säteilee energiaa takaisin kohti avaruutta. Ulossäteily tapahtuu pitkäaaltoisena säteilynä (infrapunasäteilynä). Ilmakehä ei ole läpinäkyvä pitkäaaltoiselle säteilylle vaan mm. hiilidioksidimolekyylit absorboivat sitä. Hiilidioksidimolekyylit pidättävät energiaa hetken ennen kuin ne säteilevät sen eteenpäin. Osa molekyylin säteilemästä energiasta palautuu maata kohden lämpönä, osa taas absorboituu muihin kasvihuonekaasumolekyyleihin, ja osa lopulta pakenee avaruuteen. Tämä absorptioiden ja uudelleen emissioiden ketju vangitsee väliaikaisesti energiaa ilmakehään, jolloin ilmakehän takaisin lähettämän energia pitää maapallon lämpimänä. Ilman tätä luontaista prosessia maapallo olisi kokonaisuudessaan huomattavasti nykyistä kylmempi. Hiilidioksidimolekyylin lisääminen ilmakehään lisää pitkäaaltoista säteilyä pidättäen lämpöä ja kohottaen maapallon lämpötilaa. [5.]

Hallitustenvälisen ilmastopaneeli IPCC:n (Intergovernmental Panel on Climate Change) lokakuussa vuonna 2018 julkaiseman raportin mukaan maapallon lämpötila on noussut noin asteella esiteollisesta ajasta. Pariisin ilmastopimuksen tavoitteena on pitää maapallon keskilämpötilan nousu selvästi alle kahdessa asteessa verrattuna esiteolliseen aikaan. Ilmastopimuksen avulla pyritään saamaan ilmaston lämpeneminen rajattua alle 1,5 asteeseen. Raportissa tarkastellaan 1,5 asteen tavoitteeseen liittyviä seikkoja. [6.] Vuoteen 2050 mennessä 1,5 asteen raja tullaan ylittämään, mikäli ilmaston lämpeneminen jatkuu samaa vauhtia. Rajan ylittäminen aiheuttaisi merkittäviä riskejä sekä ihmisille että luonnolle. Kuvassa 1 esiintyy ennuste ilmaston lämpenemisestä ja päästöjen kasvamisesta, jos keskilämpötilan nousua ei saada rajoitettua 1,5 asteeseen. Päästövähennyksien lisäksi hiilidioksidia tulee poistaa ilmakehästä esimerkiksi hiilinielujen ja hiilidioksidin talteenoton avulla lämpötilan nousun hillitsemiseksi. [7.]



Kuva 1. 1,5 asteen raja ylitetään vuosisadan puoleen väliin mennessä, jos lämpeneminen jatkuu nykyistä vauhtia [7].

Lämpötilannousu lisää eriarvoisuutta maailmassa. Tämä johtuu siitä, että kaikkein köyhimmät ihmiset asuvat jo nyt maailman kuivimmilla ja kuumimmilla aluilla, joilla lämpeneminen heikentää entisestään karuja elinolosuhteita. Puhtaan veden saanti vaarantuu entisestään alueilla, viljelykelpoiset alueet vähenevät ja aavikoituminen lisääntyy. Tämän kehityksen myötä pakolaisten määrä maailmassa lisääntyy, kun elinkelpoisten alueiden määrä vähenee. Ennustuksien mukaan jo 1,5 asteen lämpeneminen voi altistaa 50 miljoonaa ihmistä nälälle, 200 miljoonaa malarialle ja 2 miljardia vesipulalle (nykyisten apua tarvitsevien lisäksi). Ilmastonmuutoksen myötä myös eläimet ja kasvit etsiytyvät uusille elinalueille entisten muuttuessa niille sopimattomiksi. Etenkin arktisen alueen kasvit ja eläimistö ovat uhanalaisia, sillä niillä ei ole paikkaa minne muuttaa. Lämpeneminen tapahtuu liian nopeasti, jotta eliöt voisivat sopeutua muuttuviin olosuhteisiin. [8.]

Eri tutkimusten ja selvitysten mukaan ilmastonmuutos on ilmentynyt viimeisen 10–20 vuoden aikana aiempaa lämpimämpinä syksyinä, sateisina talvina sekä kylminä ja lumisina keväinä. Lisäksi sään ääri-ilmiöiden esimerkiksi kovien myrskyjen on koettu lisääntyneen. Merkittävin ilmastonmuutosta aiheuttava tekijä on fossiilisten polttoaineiden käyttö, joka lisää ilmakehän hiilidioksidipitoisuutta. Ilmastonmuutosta voidaan ehkäistä mm. energiaratkaisuilla, energiansäästöllä ja ilmastoystävällisillä kulutus- ja ruokavalinnoilla, liikenteen sähköistämällä, metsäkadon pysäyttämällä ja luonnollisten

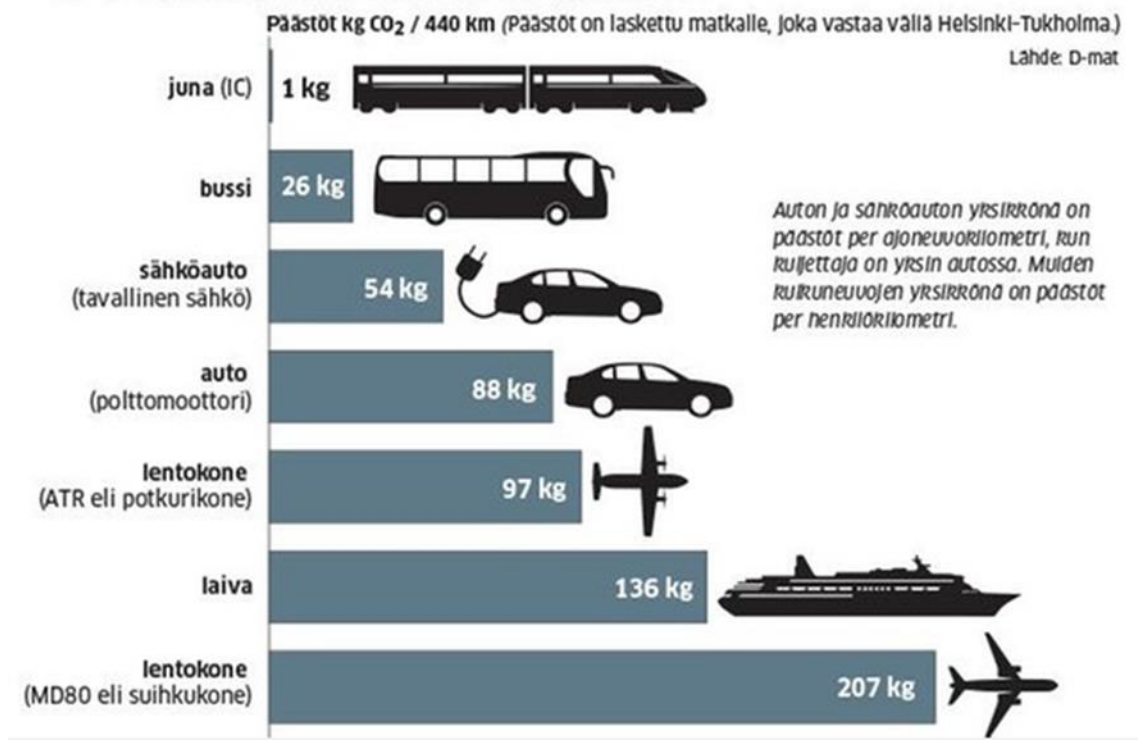
hiilinielujen kasvattamisella. [9.] Kestävät energiaratkaisut perustuvat esimerkiksi tuuli- ja aurinkovoimaan, lämpöpumppuihin ja geotermiseen energiaan. Liikenteessä on tärkeää parantaa julkisen ja kevyen liikenteen verkostoa ja edistää niiden käyttöä. Kestävästi tuotettuja biopolttoaineita voidaan käyttää rajallisesti kattamaan esimerkiksi raskasta liikennettä, meriliikennettä ja kansainvälistä lentoliikennettä. Ilmakehään jo pääsystä hiiltä voidaan sitoa takaisin maahan, ja turvallisina tapoja sen sidontaan ovat metsien ja soiden suojeleminen sekä ennallistaminen. [10.]

2.2 Ilmastokestävä matkailu

Kestävä matkailu voidaan määritellä matkailuksi siten, että matkailun positiiviset vaikutukset maksimoidaan ja negatiiviset minimoidaan. Ilmastokestävässä matkailussa pyritään ennakoivasti suunnittelemaan toimia, jotka tekevät matkailusta kestävämpää ilmastolta ja minimoidaan matkailun aiheuttamat kasvihuonepäästöt. Matkailijan itse tekemistä valinnoista riippuu, onko matkailu kestävä vai ei, joten kaikenlainen matkailu esimerkiksi pakettimatkailu voi olla kestävä. Kuitenkin kestävyystavoitteiden saavuttaminen vaatii panostusta yksittäisten matkailijoiden lisäksi myös yrityksiltä, hallituksilta sekä kansalaisjärjestöiltä. Matkailun kestävyys onkin jatkuva prosessi, joka vaatii matkailun vaikutusten jatkuvaa arviointia. [11.]

Liikenne on ylivoimaisesti merkittävin hiilidioksidipäästöjä aiheuttava matkailun osa-alue. UNWTO:n vuoden 2008 arvion mukaan matkailu muodostaa globaaleista kasvihuonepäästöistä noin 5 %:a, josta liikenteen osuus on noin 75 %:a. [12.] Yksi uusimmista tutkimuksista Nature Climate Change -julkaisussa (2018) arvioi globaalien matkailun päästöosuudeksi 8 %:a. Matkailu kuitenkin kasvaa jatkuvasti kovaa vauhtia, mikä lisää sen vaikutusta globaaliin hiilijalanjälkeen. Maailmanlaajuisesti ilmastonmuutos saattaa vaikuttaa ratkaisevasti erityisesti lentomatkailuun. Fossiilisten polttoaineiden käytön vähentäminen on olennaista ilmastonmuutoksen ehkäisemiseksi, jonka vuoksi lentomatkailusta saattaa tulla kalliimpaa. [9.] Maaseudun Tulevaisuus -sanomalehti on teettänyt laskelmat runsaan 400 kilometrin matkan päästöistä eri kulkuvälineillä. Eri kulkuvälineiden hiilidioksidipäästöjen suuruudet esiintyvät kuvassa 2. Matka vastaa etäisyyttä Helsingistä Tukholmaan. [13.]

Eri liikennevälineiden hiilidioksidipäästöt



Kuva 2. Kulkuneuvojen polttoaineenkulutus perustuu VTT:n Lipasto-tietokantaan. Lentokone aiheuttaa suurimmat ja juna pienimmät hiilidioksidipäästöt. [13.]

Matkailutuotteiden monipuolistaminen ja matkailun ympärivuotisuuden kehittäminen ovat tärkeitä sopeutumiskeinoja ilmastonmuutokseen. Ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi onkin tärkeää esimerkiksi kehittää tuotetarjontaa siten, että matkailijat viipyvät yhdessä kohteessa pidempään. Keinoja hiilineuraaliseen matkailuun ovat energiatehokkuuteen panostaminen sekä ylimääräisten hiilidioksidipäästöjen kompensointi esimerkiksi päästölaskurin avulla, jolla voi laskea tietyn reitin kasvihuonekaasupäästöt. Päästöjen kompensoinnissa eli hyvityksessä on siis kyse siitä, että vastineeksi aiheutetuista päästöistä rahoitetaan päästöjä vähentäviä hankkeita toisaalla. [9.] Päästökompensatiopalveluja on netissä useita esimerkiksi Greenseat ja My Climate. Sivustojen kautta maksetut kompensatorahat käytetään hankkeisiin, joissa esimerkiksi istutetaan metsää tai edistetään uusiutuvan energian käyttöä kehitysmaissa. [13.]

2.3 Ilmastonmuutoksen vaikutukset matkailusezonkeihin

Matkailu on usein sesonkiluonteista ja erittäin ilmastoherkkää. Ilmastonmuutos tulee vaikeuttamaan perinteistä talvimatkailutoimintaa etenkin Etelä-Suomessa, mutta pohjoisessa talvet sen sijaan säilyvät lumisina, mikä houkuttelee matkailijoita niin Suomesta kuin ulkomailta. Talvien lyheneminen ja leudontuminen aiheuttavat kuitenkin haasteita matkailuyrittäjille. [9.] Matkailumarkkinat kokevat tulevaisuudessa suuria muutoksia, sillä tärkeimmissä nykyisissä lähtömaissa kotimaan matkailun ennustetaan lisääntyvän merkittävästi. Kotimaan matkailu voi jopa kaksinkertaistua maissa, joiden ilmasto-olosuhteet paranevat, ja vähentyä 20 prosentilla maissa, joissa on tulevaisuudessa liian kuumaa ja kuivaa. Kotimaan matkailun lisääntyminen vähentää todennäköisesti ulkomaan matkojen kysyntää, mikä vaikuttaa negatiivisesti maihin, jotka ovat riippuvaisia kansainvälisestä turismista. [14.]

Ilmastomallinnuksilla tehtyjen ennusteiden keskiarvon perusteella kesälämpötilat kohoaisivat Suomessa 2–4 asteella vuosisadan loppuun mennessä, ja hellepäivien määrän ennustetaan 3–4 kertaistuvan ennen vuosisadan loppua. Pääosin ilmastonmuutoksella on enemmän myönteisiä kuin kielteisiä vaikutuksia kesäharrasteisiin; ilmaston lämpeneminen ja kesäkauden piteneminen parantavat monien lajien harrastusmahdollisuuksia, kuten luonnonvesissä uimista. Uimisen suosion kasvu voi kuitenkin aiheuttaa ruuhkautumista uimarannoille ja lisätä rantojen huollon kustannuksia sekä tulevaisuudessa leväkukintojen yleistymistä ja vedenlaadun heikkenemistä, jotka ovat ongelma etenkin Suomenlahden rannikolla. Meriveden laadun huononeminen voi lisätä maauimaloiden kysyntää ja matkoja sisävesien äärelle. Koska kesät tulevaisuudessa lämpenevät entisestään, voi se kasvattaa samalla myös matkailusezonkia pienentäen samalla ruuhkahuippuja matkakohteissa. [15.]

Ilmastonmuutos leudontaa Euroopan talvia ja lisää sateisuutta, esimerkiksi Alpeilla ilmastonmuutoksen vaikutukset talvimatkailuun ovat pääosin negatiivisia, sillä lumen määrä vähenee ja luminen aika lyhenee. Lämpenemisen vuoksi lumiraja tulee vetäytymään korkeammalle ja onkin arvioitu, että jokaista yhden asteen lämpötilan nousua kohti lumiraja nousee 150 metriä. Korkealla sijaitsevat hiihtokeskukset voivat kuitenkin hyötyä ilmastonmuutoksesta, mutta lumi tulee olemaan tulevaisuudessa aiempaa märempää, mikä lisää lumivyöryjen mahdollisuutta. Tämän vuoksi ilmastonmuutoksen

sopeutumistoimiin kuuluu entistä parempi suojautuminen lumivyöryiltä. [14.] Talvikautta voidaan keinotekoisesti pidentää lumettamalla ja se voi auttaa esimerkiksi hiihtokeskuk-
sia sopeutumaan ilmastonmuutokseen tulevaisuudessa. Lumettaminen lisää kuitenkin
samalla energiankulutusta ja kasvihuonekaasupäästöjä, jos lumetukseen käytetty ener-
gia tuotetaan fossiililla polttoaineilla. [16.]

3 Kestävä ja vastuullinen matkailu

Yritysvastuulla voidaan tarkoittaa yhteiskuntavastuuta, vastuullisuutta, vastuullista yri-
tystoimintaa ja eettistä liiketoimintaa, joilla viitataan yrityksen vastuuseen toimintansa
sosiaalisista, taloudellisista ja ympäristöllisistä vaikutuksista. Matkailussa vastuullinen
yritystoiminta on kestävää ja kannattavaa liiketoimintaa. Pk-yritysten kilpailukykyä voi-
daan parantaa taloudellisella, sosiaalisella ja ympäristöllisellä vastuullisuudella, jossa
huomioidaan yrityksen suorat ja epäsuorat vaikutukset ympäröivään yhteiskuntaan. Ko-
timaan yrityksiä vastuullisuudella on myös merkitystä siihen, kuinka lähiyhteisö näkee
yrityksen ja sen toiminnan. Kansainvälisen toiminnan yhteydessä vastuullisuuden mer-
kitys kasvaa silloin, kun yritys etsii uusia liikekumppaneita esimerkiksi matkanjärjestäjiä.
[17.]

Kestävän matkailun kysynnässä tapahtuneet muutokset ovat saaneet matkailijat teke-
mään arvopohjaisia, omaa arvomaailmaa peilaavia valintoja, ja matkailijat haluavatkin
useiden tutkimusten ja trendien mukaan yhä kestävämpiä palveluja. Sustainable Travel
Finlandin tutkimuksen mukaan 72 % yöpyneistä matkailijoista aikoo valita seuraavalla
kerralla ympäristöystävällisen majoituksen ja 45 % matkailijoista pitää matkan kestä-
vyyttä tärkeänä asiana matkaa varatessaan. Lisäksi vastuullisuutta arvostavat matkailijat
matkustavat useammin, viipyvät kohteessa pidempään ja kuluttavat enemmän matkaa
kohden. Tutkimuksen mukaan matkailijoista kolmasosa on halukas maksamaan enem-
män vastuullisista palveluista. Matkailijat etsivät myös kohteita, joissa ilma on puhdasta,
ja jossa on mahdollisuus tavata paikallisia. [17.]

3.1 Kestävä kehitys

Kestävä kehitys on toimintaa, joka vastaa tämänhetkisen yhteiskunnan tarpeisiin vaarantamatta tulevien sukupolvien mahdollisuutta tyydyttää omia tarpeitaan niin, että ympäristö, ihminen ja talous otetaan tasavertaisesti huomioon kaikessa päätöksenteossa ja toiminnassa. Ensimmäisen kerran kestävä kehitys käsiteltiin YK:n Brundtlandin komissiossa vuonna 1987. [18.] Vuonna 2015 YK:n jäsenmaat tekivät sopimuksen New Yorkin huippukokouksessa kestävä kehityksen tavoitteista (Sustainable Development Goals eli SDGs) ja toimintaohjelmasta. Kestävä kehityksen tavoitteet ja toimintaohjelma on asetettu vuoteen 2030 asti. [19.] Kestävä kehityksen tavoiteohjelma eli Agenda2030 tähtää äärimmäisen köyhyyden poistamiseen ja kestävään kehitykseen. Osa tavoitteista liittyy läheisesti myös matkailuun. Agenda2030 sisältää 17 päätavoitetta, joilla on yhteensä 169 alatavoitetta. Päätavoitteet on esitetty kuvassa 3. Kestävä kehityksen tavoitteet astuivat voimaan vuoden 2016 alussa. [20.]



Kuva 3. Agenda2030:n päätavoitteiden tarkoituksena on kääntää globaali kehitys uralle, jossa ihmisten hyvinvointi ja ihmisoikeudet, taloudellinen vauraus ja yhteiskuntien vakaus turvataan ympäristön kannalta kestävällä tavalla. Tavoitteena on myös poistaa maailmasta äärimmäinen köyhyys kaikissa muodoissaan. [20.]

Kestävä matkailu voidaan jakaa kolmeen osa-alueeseen, joita ovat ekologinen kestävyys, sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys sekä taloudellinen kestävyys. Jotta pitkän

aikavälin kestävyys voidaan taata, kolmen ulottuvuuden välille tulee luoda sopiva tasapaino. [17].

Biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemien toimivuuden säilyttäminen sekä ihmisen taloudellisen ja aineellisen toiminnan sopeuttaminen pitkällä aikavälillä luonnon kestävyys on kestävä kehityksen perusajatus. Ihmisten toiminta tulee siis sopeuttaa luonnon kestävyys ja rajallisiin luonnonvaroihin noudattamalla varovaisuusperiaatetta. [18]. Ekologista kestävyyttä on esimerkiksi

- lajittelu ja kierrättäminen
- energian ja vedenkäytön vähentäminen
- luontoympäristön haittavaikutuksien minimoiminen palveluiden tuottamisessa
- ympäristömerkityt tuotteet ja materiaalit
- ruokahävikin vähentäminen
- luomu- ja lähiruuan suosiminen
- hiilijalanjäljen pienentäminen, laskeminen ja kompensointi
- henkilökunnan ja asiakkaiden sitouttaminen, koulutus ja vastuullinen viestintä [17].

Kansainvälinen yhteistyö on hyvin keskeisessä asemassa pyrittäessä ekologiseen kestävyteen [18]. Kestävä kehityksen kannalta on tärkeää vahvistaa erityisesti yhteiskunnan ja kansalaisten innovaatio- ja muutoksentuottavuuden fyysistä pääomaa niin, että tuotetaan ihmisille luontopalveluja sukupolvesta toiseen vähentämättä luontopääomaa [21].

Kestävä talous on välttämättömyys yhteiskunnan keskeisille toiminnolle. Kestävä talouden sisältö ja laatu on tasapainoista kasvua, joka ei perustu pitkällä aikavälillä velkaantumiseen tai varantojen hävittämiseen. Taloudellinen kestävyys voidaan saavuttaa tehokkaan kierrätyksen ja uusiutuvien luonnonvarojen käytön avulla. [18] Taloudellista kestävyttä on esimerkiksi

- paikallisten palveluiden ja tavaroiden ostaminen
- ympärivuotiset työsuhteet
- paikallisten työllistäminen

- kestävät hankinnat ja investoinnit
- toiminnan läpinäkyvyys
- pitkäjänteinen toiminta ja seuranta [17].

Kestävä talous on sosiaalisen kestävyuden perusta. Kestävällä pohjalla oleva talous voi kohdata haasteita, kuten väestön ikääntymisestä aiheutuvia kasvavia sosiaaliturva- ja terveysmenoja. [18.] Pitkän aikavälin taloudelliset toimet, jotka tarjoavat etuja kaikille sidosryhmille, mukaan lukien vakaat työllistämisolosuhteet ja mahdollisuudet toimeentuloon, ovat osa taloudellista kestävyyttä. Pitkäjänteisesti tähtäävä talouspolitiikka lisää paikallisyhteisön hyvinvointia ja vähentää taloudellista eriarvoisuutta. [17.]

Sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyuden tarkoitus on varmistaa hyvinvoinnin edellytysten siirtäminen sukupolvelta toiselle. Maailmanlaajuisia sosiaalisen kestävyuden haasteita on esimerkiksi väestönkasvu, köyhyys, ruoka- ja terveydenhuolto, sukupuolten välinen tasa-arvo sekä koulutuksen järjestäminen, joilla on merkittäviä vaikutuksia ekologiseen ja taloudelliseen kestävyYTEEN. [18.] Sosiokulttuurista kestävyyttä on esimerkiksi

- paikallisen kulttuurin säilyttäminen ja elinvoimaisuuden lisääminen
- paikallisten osallistaminen ja kuuleminen
- paikallisten tuotteiden ja palveluiden hyödyntäminen alkuperää kunnioittaen
- esteettömien palveluiden tarjoaminen
- tasa-arvoinen kohtelu henkilökunnan ja asiakkaiden välillä
- paikalliskulttuurista ja sen erityispiirteistä viestiminen [17].

Kansalaisten hyvinvointiin vaikuttaa olennaisesti se, kuinka taloudellinen ja muu yhteiskunnan kehitys edistävät kestävää kehitystä. Perushyvinvoinnin tulee olla yksi tärkeämpiä edellytyksiä ekologisen kestävyuden edistämiseksi ja sen yhteiskunnalliselle hyväksyttävyydelle. [18.]

3.2 Matkailu Suomessa

Tuhannet järvet ja saaristot, koskematon luonto, kesän yöttömät yöt, räiskyvät revontulet ja tunturimaisemat antavat hyvät syyt Suomeen matkustamiseen. Suomen neljä

suuraluetta ovat Helsingin seutu, Lappi, Järvi-Suomi sekä rannikko ja saaristo. Suuralu-
eet luovat perustan vahvalle matkailupalveluiden ja -tuotteiden tarjonnalle sekä vetovoi-
maisten alabrändien rakentumiselle. Suomen matkailu jatkoi vuonna 2018 kasvuaan
vuoden 2017 ennätystasosta. Ulkomaiset yöpymiset kasvoivat 1,3 prosenttia vaikutta-
vaan 6,8 miljoonaan, ja Suomella onkin paljon potentiaalia nousta pohjoismaiden hou-
kuttelevimmaksi matkakohteeksi. [22.] Kuvassa 4 esiintyy ulkomaisten yöpymisien
määrä ja niiden muutokset vuosina 2017–2018.

**Ulkomaiset yöpymiset 2018 matkailun neljällä suuralueella (yöpymisten määrä ja muutos
edellisvuoteen verrattuna %)**

	Yöpymiset, lkm	Yöpymisten muutos, lkm	Yöpymisten muutos, %
KOKO MAA	6 828 000	+85 000	+1,3 %
PÄÄKAUPUNKISEUTU	2 902 000	+36 000	+1,3 %
RANNIKKO JA SAARISTO	1 031 000	-44 000	-4,1 %
JÄRVI-SUOMI	1 176 000	-2 800	-0,2 %
LAPPI JA KUUSAMO	1 719 000	+96 000	+5,9 %

Kuva 4. Suomen neljän suuralueen ulkomaiset yöpymiset vuonna 2018 [22].

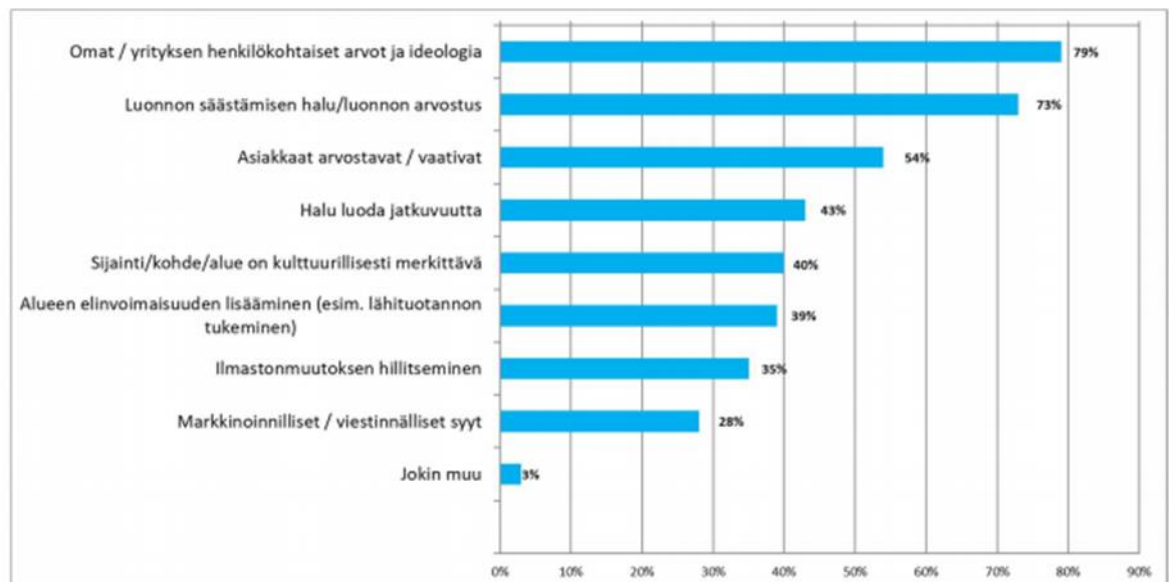
Suomi sijaitsee maanteellisesti EU:n itäisimpänä maana ja se on lähimpänä Aasian ja
Venäjän markkinoita, joka on Suomelle merkittävä markkinavaltti. Se luo kuitenkin myös
riskin, jonka vuoksi on tärkeää jatkaa määrätietoisesti vahvaa markkinoilla oloa EU-
maissa ja Yhdysvalloissa. ETC:n arvioiden mukaan näiltä alueilta tulee myös jatkossa
suurin matkailuvirtojen kasvu Eurooppaan. [22.]

3.2.1 Kestävän matkailun nykytila ja haasteita

Kestävän matkailun edistäminen on monella alueella toiminnan reunaehto, koska toi-
minta perustuu ympäristön puhtauteen ja luontoelämyksiin. Osa yrityksistä edellyttää
myös alihankkijoilta ja yhteistyökumppaneilta vastuullisuutta osoittavaa ohjelmaa, serti-
fiointia tai muuta näyttöä vastuullisesta toiminnasta. Yritykset pitävät kestävään matkai-
luun liittyviä kehittämishankkeita ja koulutuksia hyvinä tapoina kehittää omaa osaamis-
taan sekä aloittaa vastuullisten toimenpiteiden toteuttaminen. FCG Suunnittelu ja tek-
niikka Oy:n vuonna 2018 toteutetun tutkimuksen mukaan matkailualueen/matkailun
alueorganisaatioista 15 %:lla oli jokin kestävän matkailun ohjelma tai

toimintasuunnitelma, 65 %:lla ei ollut tietoa ohjelmista ja 20 % kertoi, että suunnitelmia tai ohjelmia ei ole alueella. [23, s. 13.] Monet yritykset haluavat lisätietoa kestävään matkailuun liittyvistä aiheista, esimerkiksi eri kestävä matkailun osa-alueiden merkityksistä ja vaikutuksista toisiinsa, uusimman tiedon saamisesta ja sen hyödyntämisestä, aihealueen innovaatioista sekä uudenlaisista yhteistyömalleista [24].

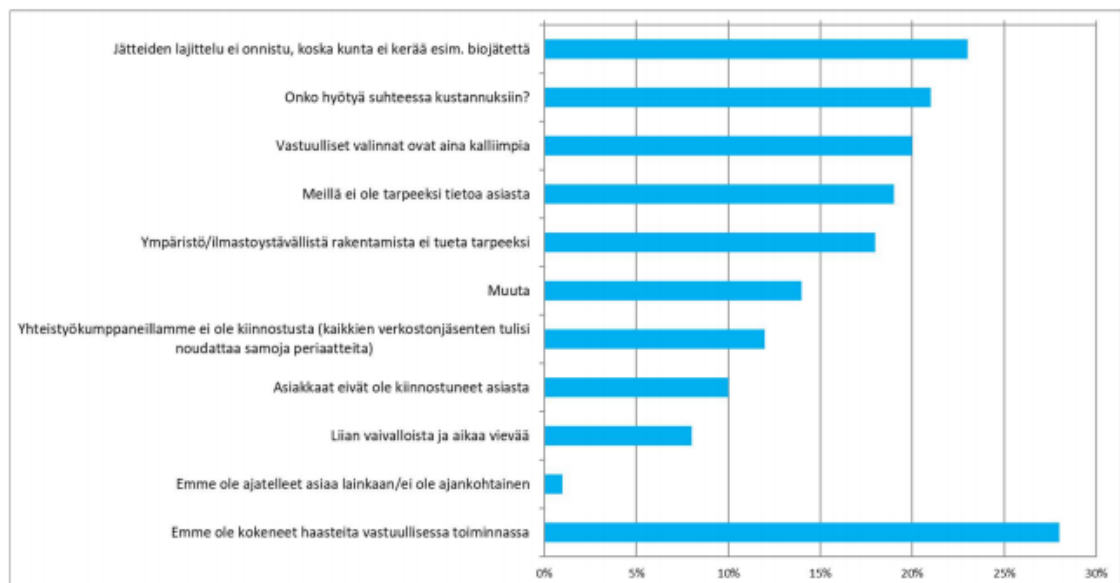
Vastuullinen matkailu koetaan jatkossa entistä tärkeämmäksi kilpailuvaltti, jopa ainoaksi tavaksi harjoittaa matkailuliiketoimintaa [24]. Matkailutoimijoiden syyt vastuulliseen ja kestävään toimintatapaan perustuvat suurimmaksi osaksi yrityksen omiin arvoihin ja ideologiaan. Useat matkailualan yritykset pitävät vastuullista ja kestävää toimintamallia ainoana mahdollisena vaihtoehtona liiketoiminnan harjoittamiselle silloin, kun niiden tuotteet ja palvelut pohjautuvat luontoympäristöön. Näitä yrityksiä ovat esimerkiksi pienet majoitustoimijat ja ohjelmapalveluyritykset. Monet ohjelmapalveluyritykset ovat huolissaan toimintaympäristössään tapahtuneista muutoksista. Yritykset pyrkivätkin omalla toiminnallaan vähentämään ympäristön kuormitusta ja lisäämään asiakkaidensa tietoisuutta kestävästä ja vastuullisesta elämäntavasta. [23, s. 10.] Kuvassa 5 esiintyy FCG Suunnittelu ja tekniikka Oy:n tutkimukseen osallistuvien yritysten keskeisimmät arvo- maailmaan liittyvät aiheet, joilla halutaan edistää kestävä ja vastuullista matkailua.



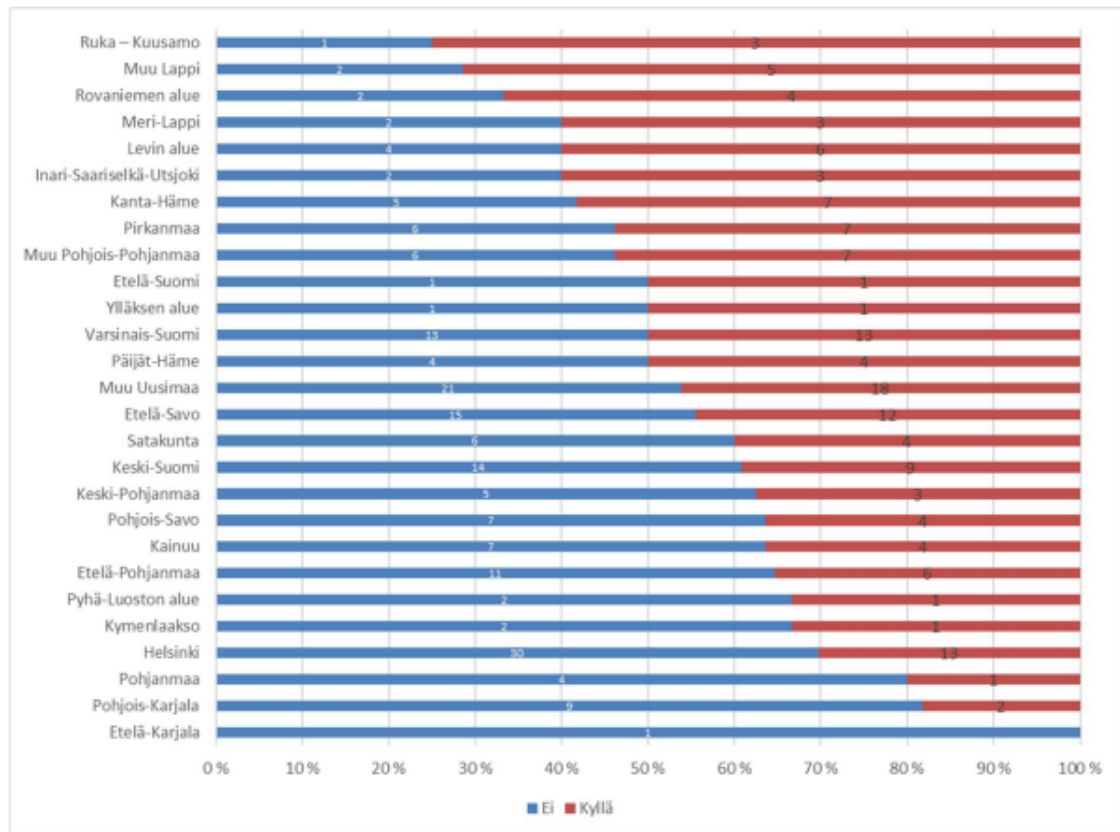
Kuva 5. Yrityksen henkilökohtaiset arvot ja ideologia, halu säästää luonnon resursseja sekä asiakkaiden arvot koetaan keskeisemmiksi asioiksi yritysten vastuullisen matkailun

kehittämisessä. Markkinoinnilliset syyt koettiin vähiten merkitseviksi syiksi vastuullisen matkailun kehittämisessä. [23, s. 10.]

Vastuullisen matkailun toteuttaminen tuo myös omat haasteensa yritykselle ja niistä esimerkiksi pohjoissuomalaisille matkailutoimijoille lajittelu koetaan vaikeaksi, koska kunta ei välttämättä toteuta lajitellun jätteen keräystä. Näin ollen yritykset kokevat, että vastuullisesta toiminnasta saatavat hyödyt ovat liian pieniä verrattuna niiden kustannuksiin. [23.] Monet haasteet voi olla myös omasta toiminnasta riippumattomia esimerkiksi kokotointaketjun vastuullisuuden varmentaminen, heikko julkinen liikenne, lainsäädäntö ja toimintafrakstruktuurin puutteet. Monet mikroyritykset ovat nostaneet esille myös sertifiointiprosessin läpikäyntiin liittyvät resurssihaasteet ja sertifiointien laajan tarjonnan, jonka vuoksi on vaikeaa löytää tietoa eri sertifiointeista ja niiden sopivuudesta omaan toimintaan. Monet sertifiointit eivät myöskään huomioi kaikkia kestävyden osa-alueita, vaan ne keskittyvät pääosin ympäristöä säästäviin toimiin. [24.] Kuvassa 6 esiintyy vastuullisen matkailun haasteita, joita yritykset kokevat, ja kuvassa 7 esiintyy kestävään matkailuun liittyvän osaamisen kasvattamista kaipaavien yritysten määrä alueittain.



Kuva 6. Vastuullisen matkailun haasteita [23].



Kuva 7. Monet yritykset kaipaavat lisää osaamista ja tiedon kasvattamista kestäväan matkailuun liittyen [23].

FCG Suunnittelu ja tekniikka Oy:n tutkimuksen mukaan useat majoitus- ja ohjelmapalveluyritykset hyödyntävät paikallisia alihankkijoita. Yritykset kertoivat, että toimitusketjun tulee sitoutua noudattamaan samoja periaatteita kuin yrityksen oma toiminta, jotta oman toiminnan kestävyydellä ja vastuullisuudella on merkitystä. Kestävät valinnat voivat olla myös kalliita kertainvestointeja ja kulueriä esimerkiksi lentoliikenteessä, jolloin ne jätetään kustannussyistä toteuttamatta. Lisäksi asiakas ei ole välttämättä valmis maksamaan vastuullisuuden mukanaan tuomasta korkeammasta hinnasta. Muita kestäväan ja vastuulliseen matkailuun liittyviä haasteita on esimerkiksi puutteellinen seuranta, matkareitistön kuluminen tai epäselvä ohjeistus asiakkaille. [23.]

3.2.2 Kestävän matkailun kehittyminen

Suomessa on jo 1990-luvulta alkaen tehty pitkäjänteistä työtä kestäväan ja vastuullisen matkailun eteen, jonka aikana kestävä kehitys jaettiin kolmeen osa-alueeseen eli

taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristölliseen vastuuseen. Joutsenmerkki on ollut Pohjoismaisen ympäristömerkintäjärjestelmän tunnus vuodesta 1989, jota hotellit ovat voineet hakea vuodesta 1999. Vuonna 1993 perustettiin Suomen kansallinen kestävän kehityksen komissio, jonka tehtävänä oli edistää ja koordinoita eri tahoilla kestävän kehityksen eteen tehtävää työtä. Matkailun edistämiskeskus (MEK), ympäristöministeriö, kauppaja- ja teollisuusministeriö sekä Hotelli- ja ravintolaneuvosto käynnisti samana vuonna YSMEK (ympäristöä säästävän matkailun kehittäminen) -projektit. YSMEK-projektit toimivat majoitus ja ravitsemisalalan ympäristöjohtamisen kehittämisen välineenä. Vuonna 1993–1994 perustettiin luontomatkailun asiantuntijoiden koulutusohjelma LUMO, jossa ympäristöasiat nostettiin vahvasti esille. Ensimmäisen hankkeen jatkoksi käynnistettiin YSMEK2 vuonna 1996, jossa selvitettiin ISO 14001 -standardin ja EMAS-asetuksen (Eco-Management and Audit Scheme) mukaisten vapaaehtoisten ympäristöjärjestelmien soveltamista majoitus- ja ravitsemustoimintaan. YSMEK3-hanke toteutettiin vuonna 1998, joka painottui tilaisuuksien järjestämisen ympäristöasioihin, jonka tuloksena saatiin Ympäristöopas tapahtumien järjestäjille -opas. [25.]

2000-luvulla aloitettiin mm. panostamaan sidosryhmävuorovaikutukseen, ja yhteiskuntavastuu terminä vakiintui. Vuonna 2000–2006 EAKR (Euroopan aluekehitysrahasto) -ohjelmassa erityisen tärkeänä pidettiin ympäristöosaamisen kasvattamista vientituotannossa ja matkailussa. Näiden vuosien aikana mm. Efeko Oy loi matkailun pk-yrityksille Yhteiskuntavastuu matkailualan yrityksissä -hankkeen avulla matkailualan yhteiskuntavastuuta kuvaavan sisällön ja avaintunnusluvut. Samoihin aikoihin Metsähallituksen kestävän matkailun periaatteet syntyivät ja Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT Suomi ry perustettiin. Vuonna 2005–2007 MEK lähti mukaan Itämeren maiden AGORA-hankkeeseen kehittämään alueen yhteisiä kestäväää matkailua linjaavia työkaluja. [25.]

Suomen matkailualalla panostettiin vahvasti 2010-luvulla vastuullisuuteen, johon yritysten johto sitoutui yhä tiiviimmin. Toteutuneita kehittämishankkeita olivat esimerkiksi Kestävyydestä kilpailuetua maaseutumatkailuun eli KESMA I ja II -projektit. KESMA I -projektin tarkoituksena oli syventää tietämystä maaseutumatkailuyritysten asiakkaiden kulluttajakäyttäytymisestä sekä hankealueen yritysten nykytilasta liittyen sosiaaliseen ja ekologiseen kestävyteen. KESMA II -projektin tarkoituksena oli kehittää maaseutumatkailun kestävyttä ja sen hyödyntämistä myynnissä ja markkinoinnissa. [25.]

Vuosien 2014–2020 välisenä aikana Rakennerahasto-ohjelmassa teemana syntyi vähähiilisyys ja Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmassa aloitettiin panostamaan mm. matkailun taloudellisten ja sosiokulttuuristen vaikutusten edistämiseen sekä ilmastonmuutoksen hillintään ja sopeutumiseen. Näiden vuosien aikana mm. Visit Finland aloitti aktiivisen toiminnan ympäristöohjelmien edistämisen matkailuyrityksille mm. viestinnän avulla, sekä perustettiin Suomen Vastuullisen matkailun -verkosto, joka on osa kansainvälistä International Centre for Responsible Tourism eli ICRT-verkostoa. [25.]

Vuonna 2016 Suomi hyväksyi Agenda2030:n ja sitoutui sen toimeenpanoon. Saman vuoden aikana Metsähallituksen luontopalvelut ja UNESCO:n maailmanperintökohteet saivat yhteiset kestävän matkailun periaatteet. Vuonna 2018 Ilmastonmuutoksen hillitseminen nousi kärkeeseen kansainvälisissä keskusteluissa ja Suomi teki Kestävän kehityksen yhteiskunta -sitoumuksen (Sitoumus2050). Saman vuoden aikana mm. UNWTO, OECD, ETC, EU, PMN sekä Itämeren ja Barentsin alue nousi esille erityisesti kestävän matkailun mittaamiseen ilmastonmuutoksen rinnalla. [25.] Suomen hallitus täsmensi myös Suomen arktisen politiikan tavoitteita arktisen alueen kehityksestä. Kestävän matkailun linjausta toteutettiin Arktinen kestävä matkailu-ohjelman avulla vuosina 2018–2019. Ohjelman käytännön toteutuksesta vastaa Business Finlandin Visit Finland -yksikkö työ- ja elinkeinoministeriön ohjauksessa. [26.]

”Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun” on Suomen valtakunnallinen matkailustrategia vuosille 2019–2028. Vuosille 2019–2023 strategiassa asetetaan matkailun kehittämiseksi tavoitteet ja strategiset toimenpiteet. [27, s. 4.] Kuvassa 8 esiintyy Suomen matkailualan kasvun toteumat vuosina 2015–2018 ja sen tavoitteet vuosille 2023 ja 2028.

Määrällinen toteuma 2015-2018 ja tavoitteet vuosille 2023 ja 2028

	2015	2016	2017	2018	2023	2028
Matkailukysyntä (mrd €)	13,8	14	15*	***	17	20
Matkailuvienti (mrd €)	3,6	3,6	4,6*	***	6	8
Kotimainen matkailukysyntä (mrd €)	10,2	10,4	10,4*	***	11	12
Matkailun suora arvonlisä BKT:sta (%)	2,5	2,5	2,6*	***	3	3
Matkailuklusterin yritysten liikevaihto (mrd €)	18,7	18,1	19,6	***		29
Matkailun aikaansaama työllisyys (osa- ja kokoaikaiset palkansaajat, hlöä) **	137 400	138 800	140 200*	***	152 000	164 000
Rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet (milj.)	19,7	20,3	21,9	22,2	24	26
Ulkomaiset rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet (milj.)	5,5	5,8	6,7	6,8	8	10
Kotimaiset rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet (milj.)	14,2	14,6	15,2	15,4	15,5	16
Suomen markkinaosuus (%) ulkomaisista yöpymisistä suhteessa muihin Pohjoismaihin	13,3	12,9	14,2	13,9	15	16
Majoitusmyynti (milj €)	1 009	1 081	1 198	1 246	1 430	1 643
Kansallispuistojen ja retkeilyalueiden kokonaistulo vaikutus (milj. €)	214,2	232,4	258,3	289,5		
Ulkomaisten yöpymisten sesonkiluonteisuus (ginikerroin)	0,16	0,16	0,15	0,15	0,15	0,14

* ennakkotieto tai arvio

** luku ei sisällä vuokratyövoimaa

*** lukua ei vielä saatavilla

Lähde: Tilastokeskus, Visit Finland, WTTC, Oxford Economics , UNWTO

Kuva 8. Suomen matkailualan ennustetaan kasvavan merkittävästi vuoteen 2028 mennessä [27, s. 12].

Vuonna 2019 matkailun edistämistoimenpiteet kohdistettiin potentiaalia lisääville uusille markkinoille, joita olivat Intia ja Arabiemiraatit, kasvua jo nyt tuoville kasvaville markkinoille, joita olivat Kiina ja Japani sekä kysynnän tasaisuutta ylläpitäville vakiintuneille markkinoille, joita olivat Saksa, UK, Venäjä, Alankomaat, Belgia, Sveitsi, Ranska, Italia, Espanja, USA ja Etelä-Korea. Kansainvälisen matkailukysynnän kestävä kasvu varmistetaan panostamalla erilaisiin kohdemarkkinoihin. Panostuksen kohdennus tehdään odotettavissa olevan hyötysuhteen perusteella. Matkailun kasvattaminen auttaa liikevaihdon kasvattamisessa ja työpaikkojen syntymisessä myös muilla toimialoilla esimerkiksi ICT-toimialalla, elintarvikealalla, rakennustoiminnassa sekä liikunta- ja hyvinvointipalveluissa. Matkailun kasvutavoitteet voivat toteutua, jos matkailustrategian toimenpiteet toteutuvat, matkailulle suunnataan tarvittava rahoitus ja turvallisuustekijöissä sekä

maailmantalouden kehitymisessä ei tapahdu yllättäviä Suomen matkailuun kielteisesti vaikuttavia asioita. [27, s. 13.]

3.2.3 Matkailun ympärivuotisuuden kehittäminen

Matkailun sesonkiluonteisuus on edelleen voimakasta, ja ympärivuotisuutta vahvistamalla voidaan mm. lisätä matkailun kestävyttä, pysyviä ja kokoaikaisia työpaikkoja sekä nostaa käyttöastetta. [28, s. 7.] Ympärivuotisuus on matkailutoimijoiden yhteinen haaste, sillä matkailu ei kasva itsestään. Matkailun kestävä kasvu edellyttää, että matkailijavirrat kasvavat eri puolilla Suomea ja ympärivuotisesti. Matkailukohdetta voidaan markkinoida vasta sen jälkeen, kun sitä on ensin kehitetty tarpeeksi. [29.]

Ympärivuotisuus luo hyvinvointia ja parantaa toimialan kannattavuutta. Ympärivuotisuuden lisääminen houkuttelee investointeja ja tuo tuloa muille toimialoille matkailun kasvaessa. Suomen matkailu kasvaa tällä hetkellä noin 4 %:n vuosivauhtia. Suomi tarjoaakin matkailijalla luonnon rauhaa, turvaa, ruuhkattomuutta, puhtautta ja aitoutta, joka lisää matkailun kysyntää. Tehtävänä on ottaa digitaalisuus valtakunnallisesti haltuun ja tukemaan matkailun kasvua. [29.] Suomi on kuitenkin monelle maailman matkailijalle melko tuntematon matkakohde, jonka vuoksi se on selvästi jäljessä muita Pohjoismaita. Tämä voi olla suurimpia syitä matkailun kasvun hidastukselle. Matkailu on Suomelle merkittävä elinkeino ja sen merkitys korostuu alueellisesti. Matkailualue auttaa pitämään pienemmätkin kunnat elinvoimaisina, sillä matkailijoille suunnatut palvelut hyödyttävät myös paikallisia asukkaita. Matkailuun kulutettiin Suomessa yhteensä 15 miljardia euroa vuonna 2017, joka sisälsi sekä suomalaisten että ulkomaisten matkailijoiden kulutusmenot. Vuonna 2018 ulkomailla asuvat tekivät yhteensä 8,5 miljoonaa matkaa Suomeen, josta rahaa matkailijat käyttivät 3,1 miljardia euroa, joka on noin 40 miljoonaa enemmän kuin vuonna 2017. [30.]

Kasvun näkökulmasta on olennaista vahvistaa Suomen vahvuuksia ja samaan aikaan kehittää palveluja ympärivuotisemmaksi [29]. Kausivaihtelua voidaan pienentää kehittämällä matkailun asiakkuuksia (uudet markkina-alueet ja segmentit), tuotetarjontaa ja palveluita sekä matkailun ja muiden alojen rajapinnassa tapahtuvan innovaatiotoimintaa. Taustalla tarvitaan myös osaamisen lisäämistä, yhteistyötä, tutkimusta ja tuotekehitystä. Palvelutason säilyttäminen ympäri vuoden on keskeistä. [28, s. 7.]

Suomen matkailun kilpailukyky perustuu vahvasti luontoperusteisiin vetovoimatekijöihin ja imagoon, ja esimerkiksi Lapin kesässä on paljon potentiaalia, jota ei olla hyödynnetty tarpeeksi. Lapissa on edelleen talvimatkailu pitkälti kansainvälistä ja kesämatkailu kotimaista. [29.] Luontomatkailuun liittyvän Suomi-kuvan kannalta on ratkaisevaa, että kansallispuistojen ja retkeilyalueiden sekä historiallisten arvokohteiden matkailua tukevat palvelut ovat kunnossa. Niiden ylläpidon rahoitus on saatava riittävälle tasolle, muuten palvelujen heikkenevä laatu heijastuu suoraan matkailun edellytyksiin, ja matkailumarkkinoinnin luoma mielikuva ei vastaa todellisuutta. Ympärivuotisuuden edistämiseksi yritysten tulee ottaa isompia riskejä esimerkiksi olemalla auki sesongin ulkopuolella, suosia kotimaisia tuotteita, kehittää uusia aktiviteetteja, mainostaa kylätapahtumia sekä vähentää pätkätyötä. Arktisuuden ylikorostamista (talvisuus, lumisuus) tulisi vähentää, ja Suomen kannattaisikin korostaa enemmän esimerkiksi paikallisyhteisöjen ja ympäristön ainetlaatuisuutta, joka auttaisi turisteja levittäytymään laajemmalle alueelle kaikkina vuoden aikoina. [28, s. 8.]

3.3 Visit Finlandin valtakunnalliset kestävän matkailun periaatteet

Visit Finland on Business Finlandin yksikkö, joka vastaa valtakunnallisena matkailualan asiantuntijana ja aktiivisena toimijana ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun edistämisestä. Vuoden 2019 aikana Visit Finland on päivittänyt kansalliset kestävän matkailun periaatteet yhdessä eri sidosryhmien kanssa. [31.] Matkailutoimijoiden yhteisiin periaatteisiin kuuluu

- yhteistyö, jolla kehitetään matkailua yhteistyössä muiden alueen ja alan toimijoiden kanssa
- ekologinen kestävyys, jonka tarkoituksena on suojella alueen ympäristöä, maisemia ja luonnon monimuotoisuutta
- kulttuurinen kestävyys, jolla vaalitaan alueen kulttuuriperintöä. Tavoitteena on kulttuurin aito ja kunnioittava esittäminen, elvyttäminen, ylläpitäminen ja vahvistaminen
- sosiaalinen kestävyys, joka edistää työntekijöiden, vieraiden ja alueen asukkaita hyvinvointia, ihmisoikeuksia ja tasa-arvoa
- pitkäjänteisyys ja paikallisuus, joka tukee alueen tuotteita, palveluita ja yrityksiä sekä työllistää paikallisia ihmisiä
- laatu ja turvallisuus, jonka tarkoituksena on huolehtia paikallisten asukkaiden, henkilökunnan ja vieraiden turvallisuudesta sekä lain ja viranomaisten määräysten noudattamisesta

- ilmastonmuutos, jonka vuoksi seurataan matkailun ympäristölle aiheuttamaa kuormitusta. Aktiivisella mittaamisella tavoitellaan tehokkaampaa energian ja resurssien käyttöä
- vastuullisuusviestintä, jonka avulla viestitään matkailun vastuullisista teoista sekä tulevasta suunnitelmista ja visioista
- taloudellinen kestävyys, jolla uudistetaan palveluita ja tuotteita, jotta niille riittää kysyntää myös tulevaisuudessa. Vakaa talous ja eettinen liiketoiminta luovat perustan toiminnan kestäväälle kehittämiselle
- sitoutuminen, jolla otetaan aktiivinen roolin kestävä matkailun edistämisessä ja näiden kestävä matkailun periaatteiden toteuttamisessa [31].

Visit Finland pitää periaatteet esillä toiminnassaan ja niiden avulla viestitään sidosryhmille yhteisistä päämääristä. Visit Finlandin tarkoitus on auttaa Suomen matkailualueita ja siellä toimivia yrityksiä verkostoitumaan sekä kehittämään, myymään ja markkinoimaan kilpailukykyisiä ja laadukkaita matkailutuotteita. Kansainvälistymistä aloittaville yrityksille ja organisaatioille tarjotaan apua esimerkiksi kansainvälistymisvalmiuksien arviointiin, kansainvälistymissuunnitelman tekoon ja oikeiden jakelukanavien kartoittamiseen. Visit Finlandin tavoitteena on kiihdyttää ulkomaisten matkailijoiden määrän kasvua, pidentää sesonkiaikaa tuotetarjonnan kehittämällä sekä avata uusia markkinoita ja jakelukanavia. Visit Finland myös auttaa yrityksiä kehittämään niiden digitaalisia valmiuksia, jonka tarkoituksena on vahvistaa koko matkailun ekosysteemin kilpailukykyä globaaleilla alustoilla. Näillä toimenpiteillä saadaan parannettua matkailuyritysten kannattavuutta ja samalla se lisää kokoaikaisia työpaikkoja toimialalle. [32.] Strategian tavoitteena on, että eri markkinoilla painotetaan eri toimenpiteitä riippuen esimerkiksi siitä, mikä on Suomen tunnettuus kyseisessä maassa. Visit Finland toteuttaa markkinointitoimenpiteitä yhteistyössä alan yritysten, muiden vienninedistäjien ja Team Finland -verkoston kanssa. Visit Finlandin missiona on auttaa kaikkia kehityskykyisiä ja -haluisia matkailuyrityksiä ja -alueita kasvattamaan kansainvälistä liiketoimintaansa kaikkialla Suomessa. Suomesta halutaan Pohjoismaiden houkuttelevin matkailumaa vuoteen 2025 mennessä. [33.]

3.4 Päijät-Hämeen matkailu- ja tapahtumastrategia

Päijät-Hämeen maakunta sijaitsee eteläisessä Suomessa I ja II Salpausselän sekä eteläisen Päijänteen vaikutuspiirissä, pääosin Kymijoen vesistöalueeseen kuuluen. Maakunta rajautuu pohjoisessa Keski-Suomen, idässä Etelä-Savon ja Kymenlaakson,

etelässä Uudenmaan sekä lännessä Kanta-Hämeen ja Pirkanmaan maakuntiin. [34.] Päijät-Häme on yhdeksän kunnan muodostama reilun 200 000:n asukkaan maakunta. Maakunnassa on runsaasti erityyppisiä suojelualueita ja suojeluohjelmia sekä viherverkosto, joka toimii tukena matkailulle ja luonnon moninaiskäytölle valtakunnallisten alueidenkäyttötavoitteiden mukaan. Päijät-Hämeellä tarkoitetaan asiakaslupauksissa Lahden seutua. Lahti matkailualueena pystytään helpommin sijoittamaan kartalle, koska se mielletään olevan lähellä pääkaupunkia ja se tunnetaan myös kansainvälisesti. [35.] Lahti on monipuolinen matkakohde kotimaanmatkailijalle ja se tunnetaan kansainvälisesti merkittävien urheilutapahtumien isäntäkaupunkina. Lisäksi Lahdella on monipuolinen kulttuurielämä, kaunis Vesijärven järvimaisema sekä hyvät kulkuyhteydet, mikä tekee siitä vetovoimaisen turistikohteen. [36.]

Vuonna 2015 Päijät-Hämeessä rekisteröitiin yhteensä 544 431 matkailijan yöpymistä, joista 84 %:a oli kotimaisia. Päijät-Hämeen matkailu- ja tapahtumastrategia vuoden 2025 yleisiin tavoitteisiin kuuluu, että kotimaiset yöpymiset kasvavat keskimääräisesti 2 %:n vuosikasvua, joka tarkoittaa noin 558 800 kotimaista yöpymistä. Kansainvälisten yöpymisten osalta tavoitellaan keskimääräistä 3 %:n vuosikasvua, joka tarkoittaa noin 115 600 ulkomaista yöpymistä. Se on selkeästi suurempi kuin aiempi pitkän aikavälin keskimääräinen kehitys Päijät-Hämeessä. Kasvua odotetaan olemassa olevilta markkinoilta ja uusista avauksista esimerkiksi Aasiaan. Päijät-Hämeessä matkailun kansainvälisyysaste on vielä melko pieni, joka lisää alueen potentiaalia. Valtakunnallisessa matkailustrategiassa vuoden 2020 lähtökohdaksi on suomalaisen matkailuelinkeinon kasvu, kannattavuus ja menestyminen kilpailussa kansainvälisistä matkailijoista. Tavoitteena on lisätä suomalaisen matkailuelinkeinon ja matkailusidonnaisten palveluiden myyntiä ulkomaisille asiakkaille. Sisäisessä matkailusektorin kehittämisessä toimenpiteinä on mm.

- matkailukeskittymien ja -verkostojen vahvistaminen
- yritysten kasvun ja kehittymisen tukeminen
- kestävän kehityksen huomioiminen
- koulutuksen kehittäminen
- matkailualueiden infrastruktuurin parantaminen
- tutkimus- ja markkinatiedon parempi hyödyntäminen. [37, s. 4–5.]

Päijät-Hämeen matkailun kehittämisen kannalta merkittävin vahvuus puhtaan veden ja vesistöjen lisäksi on sen sijainti. Alue kuuluu laajennettuun metropolialueeseen Suomessa ja siellä noin 80 %:a suomalaisista asuu kahden tunnin ajomatkan sisällä. Helsinki-Vantaan kansainvälinen lentokenttä on nopean junayhteyden päässä ja saavutettavuus on hyvä myös Helsingin laivayhteyksien kannalta. Pietarin seutu on ollut ja on edelleen Päijät-Hämeelle merkittävä matkailijoiden lähtöalue. Lahti ja Salpausselkä on tunnettu talvilajien MM-kisapaikkana myös kansainvälisesti. Lahden seudulla onkin pitkät perinteet isojen tapahtumien järjestämispaikkana ja sen imago on vahva talvilajien osalta. Lahden ja urheiluopistojen lajikirjoon kuuluvat vahvasti myös alueen hevosurheilu, purjehdus ja moottoriurheilu. Alueen vahvat perinteet ja hyvät mahdollisuudet eri aktiviteetteihin tuovat paljon medianäkyvyyttä ja sitä kautta lisäarvoa koko maakunnalle. [37, s. 5–6.]

Matkailutuotteissa ilmastonmuutos, kestävyys ja ekologisuus ovat nousseet tärkeiksi tekijöiksi, jonka vuoksi matkailussa kiinnitetään huomiota entistä enemmän esimerkiksi niiden hiilijalanjälkeen. Matkailijat arvostavat kohteen ekologisia ratkaisuja esimerkiksi puhtaampaa energiaa ja energian säästöä. Päijät-Hämeen matkailu- ja tapahtumastrategian tavoitteiksi on määritelty matkailuelinkeinon vahvistaminen koko maakunnassa, uusien yritysten ja työpaikkojen syntymisen edistäminen sekä toimialan kasvun hakeminen erityisesti kansainvälisiltä markkinoilta. Strategia on jatkossa pohja alueen kuntakohtaisille matkailustrategioille ja suunnitelmille, ja sen avulla matkailu asemoidaan yhdeksi Päijät-Hämeen kärkielinkeinoista. [37, s. 1.]

Ilmastonmuutos haastaa Päijät-Hämeen talvimatkailun kehittämistä, sillä lumisen aika tulee pitkällä aikavälillä lyhenemään, joka asettaa vaatimuksia esimerkiksi lumiteknologian kehittämiseen. Tätä varten tulee kehittää uudenlaisia tuoteyhdistelmiä, jotka eivät ole riippuvaisia lumesta. Ilmastonmuutoksen myötä perinteiset etelän lomakohteet ovat muuttumassa entistä kuumemmiksi, joten viileämpi suomalainen kesä voi olla vetovoimainen. Kunta- ja maakuntatasolla matkailun ja tapahtumien kehittämiseen sitoutuminen entistä vahvemmin varmistaa matkailualan aseman vahvistumisen ja kehittämisen riittävän resursoinnin. Kansainvälisille markkinoille Päijät-Häme suuntaa laajalla yhteistyöpohjalla ja näille markkinoille tuotteistamista tehdään Visit Finlandin kattoteemojen alla (mm. Finrelax, Culture Finland, Outdoors Finland ja Stopover Finland). Tuotteistamisen pohjana ovat alueen vahvuuksista nousevat teemat, kuten liikunta ja urheilu, kulttuuri,

vesistöt ja luonto. Päijät-Häme tavoittelee teemapohjaisilla tuotekokonaisuuksilla entistä vahvempaa ympärivuotisuutta. Tuotekehityksessä kiinnitetään huomiota siihen, että pystytään vastaamaan kuluttajakentän muutoksiin sekä entistä kapeammiksi muuttuviin matkailijasegmentteihin. Kestävän matkailun periaate on mukana kaikessa kehittämisessä, johon kuuluu mm. ympäristöasioiden huomioiminen, paikallisten yhteisöjen hyvinvointi ja paikallisten tuotteiden käyttäminen sekä taloudellinen kestävyys. [37, s. 7.]

Päijät-Hämeen keskeiseksi yhteiseksi kehittämisen malliksi on valittu kokeiluja mahdollistava toiminta ja toimialarajat ylittävä yhteistyö. Kärkiteemakohtaisten (Vahva tapahtumissa, Liikkeestä liiketoimintaa ja Puhdasta vetovoimaa) toimenpidekokonaisuuksien lisäksi on määritelty ns. yleiset kehittämistoimet, jotka liittyvät toimintaympäristön kehittämiseen, osaamisen ja asenteen kehittämiseen, myyntiin ja markkinointiin sekä yhteistyöhön ja edunvalvontaan. [37, s. 12.] Kuvassa 9 esiintyy strategian keskeiset toimenpidekokonaisuudet.

YHTEISET KEHITTÄMISEN MALLIT – kokeiluja mahdollistava toiminta				
VAHVAA TAPAHTUMISSA		LIIKKEESTÄ LIIKETOIMINTAA		PUHDASTA VETOVOIMAA
<ul style="list-style-type: none"> Tapahtumamaakunta -mielikuvan vahvistaminen kansainvälisesti ja kansallisesti markkinoimalla keinoilla Tapahtumien aktiivisen haun vahvistaminen organisoimalla ja kehittämällä myyntiä Tapahtumatöiminnan ja matkailun välisen synergian täysimääräinen hyödyntäminen vahvistamalla ja kehittämällä toimintamalleja ja ekosysteemejä Tapahtumien, kokousten ja kongressien fasilitteettien kehittäminen 		<ul style="list-style-type: none"> Liiketoiminnan kasvun edistäminen Innovaatioiden kehittäminen Kohdennettu, tehokas markkinointi ja myynti 		<ul style="list-style-type: none"> Päijänne-verkoston/ekosysteemin/tuottajaringin rakentaminen Uusia yrittäjiä ja yrityskehitystä Tuotekehitys Markkinointi ja myynti kansallisesti ja kansainvälisesti Päijänne-brändin kehittäminen
Yleinen kehittäminen				
TOIMINTAYMPÄRISTÖ	OSAAMINEN JA ASENNE	MYNTI	MARKKINOINTI	YHTEISTYÖ JA EDUNVALVONTA
<ul style="list-style-type: none"> Fyysinen saavutettavuus Digitaalinen saavutettavuus Infrastruktuuri ja kapasiteetti Kestävä kehitys 	<ul style="list-style-type: none"> Palveluotoilu ja asiakaslähtöiset palveluketjut Tuotteiden ja palvelujen laadun kehittäminen Yhteistyö oppilaitosten ja elinkeinon välillä 	<ul style="list-style-type: none"> Digitaalisuuden hyödyntäminen Aktiivinen myyntitö Osaaminen ja asenne 	<ul style="list-style-type: none"> Digitaalisuuden hyödyntäminen Asiakaslähtöisyys Brändien vahvistaminen Lahden seudun lähettiläsohjelma Osaaminen ja asenne 	<ul style="list-style-type: none"> Aktiivinen edunvalvontatyö Yhteistyö yli toimialarajojen Alueellinen yhteistyö

Kuva 9. Päijät-Hämeen matkailu- ja tapahtumastrategia vuoden 2025 strategian keskeiset toimenpidekokonaisuudet [37, s. 12.].

Päijät-Hämeen matkailun kehittämiseksi on asetettu realistiset ja riittävän kunnianhimoiset tavoitteet, joiden toteutumista mitataan systemaattisesti riittävällä tarkkuudella sekä ymmärrettävillä ja oikeilla mittareilla. Tavoitteet on asetettu yleiselle matkailun kehittymiselle ja valittujen kärkiteemojen kehittymiselle. Matkailualalle tyypillisen yritysten liikevaihto vuonna 2014 oli 312 M€. Tavoitteena oli 5 %:n vuosikasvu. Vuonna 2025 matkailualalle tyypillisten toimialojen liikevaihto on arviolta 534 M€. Liikevaihdon seurantamittarina on yritystilasto. Välittömän matkailutulon ja matkailutyöllisyyden osalta tavoite on keskimääräinen 3 %:n vuosikasvu. Vuonna 2016 tehdyn Lahti Region Oy:n selvityksen mukaan välitön matkailutulo tällä hetkellä on 368 M€. Tavoitteena on, että vuonna 2025 matkailutulo on 480 M€. [37, s. 18–19.]

Tapahtumamatkailun osalta kohderyhmiksi on määritelty kokousten, kongressien ja tapahtumien järjestäjät sekä tapahtumakävijät. Päijät-Hämeen tapahtumamatkailun asiakaslupauksen mukaan Lahden seutu tarjoaa suurille ja pienille tapahtumille toimivat puitteet, ammattitaitoisen järjestelyavun ja monipuoliset oheisohjelmat. Liikunta- ja urheilumatkailun kohderyhmiä ovat järjestöt, liitot, seurat ja joukkueet kotimaassa ja kansainvälisesti sekä urheilijat ja aktiiviset liikkujat kotimaassa ja kansainvälisesti. Puhdasta vetovoimaa -teeman eli luontoon ja kulttuuriin pohjautuvan matkailun kohderyhminä ovat Visit Finlandin määrittelyn mukaiset modernit humanistit loppuasiakkaina ja jälleenmyyjät etenkin kansainvälisillä markkinoilla. Asiakkaalle luvataan, että Lahden seudulta saa hyvää oloa puhtaasta vedestä, ilmasta ja ruuasta, hyvän kulttuuritarjonnan sekä paikallisen elämäntyylin. [37, s. 10.]

3.5 Kestävää matkailua ohjaava lainsäädäntö

Lainsäädäntö on lainkäytön ja hallinnon rinnalla oleva oikeusvaltion valtiollisen toiminnan muoto, joka tuottaa säädännäistä oikeutta. Useiden Suomen lakien tavoitteena on esitetty kestävä kehitys. Kestävää matkailua tukevaa ja ohjaavaa lainsäädäntöä on kestävyiden eri osa-alueilla. Kestävä kehitys mainitaan esimerkiksi kuntalain 410/2015 ensimmäisessä pykälässä ja se on merkittävä, sillä kunnilla on Suomessa laaja itsehallinto ja merkittävä tehtäväkenttä julkisessa hallinnossa. [38.]

3.5.1 Ympäristönsuojelua ohjaavaa lainsäädäntö

Lainsäädännöllä on keskeinen merkitys ympäristönsuojelun tavoitteiden saavuttamisessa ja sitä on jatkuvasti kehitettävä vastaamaan yhteiskunnan muutoksia ja tarpeita. Kansallisen ympäristönsuojelulainsäädännön kehittäminen on vahvasti sidoksissa EU-lainsäädäntöön, jonka sisältöön Suomi pyrkii osaltaan vaikuttamaan. Myös ympäristöministeriön ohjeilla ja koulutuksella pyritään toteuttamaan ympäristönsuojelun tavoitteita. Keskeisin ohjauskeino on vuonna 2000 voimaan tullut ympäristönsuojelulaki (527/2014). Ympäristönsuojelulaki uudistettiin vuonna 2014. Ympäristönsuojelulaki on pilaantumisen torjunnan yleislaki ja siinä edellytetään hakemaan vaaraa aiheuttavalle toiminnalle ympäristölupaa. Ympäristönsuojelulain nojalla annetaan asetuksia lain tavoitteista ja täytäntöönpanosta. Ympäristönsuojelulaki ei koske ympäristön fyysistä muuttamista tai rakenteellista pilaamista eikä myöskään maankäyttöä ja luonnonsuojelua, joista on säädetty erikseen. Vesilaki ohjaa vesien käyttöä ja rakentamista ja jätelaki jätehuoltoa ja jätteiden hyötykäyttöä. Myös kemikaalien käytöstä, merensuojelusta ja hankkeiden ympäristövaikutusten arvioinnista on säädetty eri laeilla. Ympäristönsuojeluun liittyvät kiinteästi erilaiset lupa-, ilmoitus- ja rekisteröintimenettelyt. [39.]

3.5.2 Jätelainsäädäntö

Ympäristöministeriö on aloittanut jätelainsäädännön uudistuksen, jonka tavoitteena on nostaa Suomi kiertotalouden kärkimaaksi. EU:n jätessäädöspaketin keskeisinä tavoitteina on vähentää jätteen määrää ja lisätä uudelleenkäyttöä ja kierrätystä. Jätedirektiivin mukaan yhdyskuntajätteestä tulee kierrättää 50 % vuonna 2020, 55 % vuonna 2025, 60 % vuonna 2030 ja 65 % vuonna 2035. Myös pakkausjätteen kierrätystavoitteet nousevat. Tämä tarkoittaa sitä, että kaikesta pakkausjätteestä tulee kierrättää 65 % vuoteen 2025 ja 70 % vuoteen 2035 mennessä. Myös erilaisille pakkausjätteille on asetettu materiaaikohtaiset kierrätystavoitteet. [38.]

Jätelainsäädäntö säädetään kaikissa jätteissä, pois lukien eräät erityisjätteet esimerkiksi ydinjätteet [40]. Haastavimpia Suomelle ovat muovi- ja puupakkausjätteen kierrätykselle asetetut tavoitteet [38]. Jätelaki (646/2011) ja jätealan keskeiset asetukset on uudistettu vuosina 2011–2016. Jätelain tarkoituksena on ehkäistä jätteistä ja jätehuollosta aiheutuvaa vaaraa ja haittaa terveydelle ja ympäristölle, vähentää jätteen määrää ja

haitallisuutta, edistää luonnonvarojen kestäväää käyttöä, varmistaa toimiva jätehuolto sekä ehkäistä roskaantumista. Lakia sovelletaan jätteeseen, jätehuoltoon ja roskaantumiseen sekä tuotteisiin ja toimintaan, joista syntyy jätettä. Suomen jätelainsäädäntö seuraa Euroopan unionin jätelainsäädännön kehitystä. Joiltain osin Suomen lainsäädäntö on kuitenkin EU-säädöksiä laaja-alaisempi ja tiukempi. [40.]

3.5.3 Maaperänsuojelulainsäädäntö

Muutaman sentin maa-ainekerroksen tuottamiseen kuluu tuhansia vuosia, joka tarkoittaa sitä, että maaperä on käytännössä uusiutumaton. Osa maatalouskäytännöistä altistaa maaperän eroosiolle ja kaupunkien kasvaessa suuria alueita hedelmällistä maaperää peitetään betonilla ja asfaltilla. Teollisuuden prosesseista vapautuu maaperään lyijyn, öljyn ja liuotteiden kaltaisia aineita, jotka saastuttavat pohjavettä, heikentävät ihmisten terveyttä ja vahingoittavat maaperän organismeja. [41.] Ympäristönsuojelulaki on maaperän pilaamista ja pilaantuneiden alueiden kunnostusta ohjaavista säädöksistä keskeisin. Ympäristönsuojelulaki kieltää maaperän ja pohjaveden pilaamisen. Jätelainsäädäntö koskee pilaantuneiden maiden kunnostuksesta kaivettavien maamassojen jätteitä. Maaperän kestäväää käyttöä ja suojelua ohjaavat normit ovat yleensä maaperää hyödyntävää toimintaa esimerkiksi rakentamista, maa-ainesten ottoa, maanviljelystä ja metsänhoitoa. Luonnonsuojelun ja maisemansuojelun ohjaus koskee myös maaperää. [42.]

3.5.4 Ilmansuojelulainsäädäntö

Euroopan unioni on merkittävä ilmastopolitiikan toimija, jonka osana Suomi neuvottelee ilmastoneuvotteluissa. Euroopan unionin sisällä määritellään unionin omat, myös Suomea velvoittavat ilmastopoliittiset tavoitteet. Lisäksi Suomi tekee vahvasti omaa kansallista ilmastopolitiikkaansa. Ilmastolakia (609/2015) uudistetaan ja vahvistetaan, jotta tämä tavoite toteutuu. Vuonna 2015 voimaan tullut ilmastolaki on ensimmäinen kansallinen säädös, jossa määritellään yleisesti Suomen ilmastopolitiikan pitkän aikavälin suuntaviivat sekä säädetään ilmastopolitiikan suunnittelujärjestelmästä. Ilmastolaki on luonteeltaan valtion viranomaisia koskeva tavoitteellinen puitelaki. Ilmastolaissa säädetään ilmastopolitiikan suunnittelujärjestelmästä ja siihen kuuluvat valtioneuvoston kerran vaalikaudessa hyväksymä keskipitkän aikavälin ilmastopolitiikan suunnitelma sekä vähintään kerran kymmenessä vuodessa hyväksyttävät pitkän aikavälin ilmastopolitiikan

suunnitelma ja ilmastonmuutoksen kansallinen sopeutumissuunnitelma. Lain keskeisimmät tavoitteet ovat kasvihuonekaasupäästöjen leikkaaminen 80 %:lla vuoteen 2050 verrattuna vuoteen 1990, ohjaava suunnittelu- ja seurantajärjestelmä hallinnon toimintaa päästökaupan ulkopuolisten päästöjen vähentämiseksi, lakiin liittyvän viranomaistoiminnan työnjaon määrittely sekä eduskunnan roolin ja yleisön osallistumismahdollisuuksien vahvistaminen ilmastopolitiikassa. [43.] EU on Eurooppa-neuvoston päätöksellä (14.10.2014) sitoutunut vähentämään kasvihuonekaasupäästöjään vähintään 40 % vuoteen 2030 mennessä verrattuna vuoteen 1990. Lisäksi uusiutuvan energian osuutta tulee EU-tasolla lisätä 32 % ja energiatehokkuutta parantaa 32,5 %. [44.]

3.5.5 Vesien- ja merensuojelun lainsäädäntö

Vesiensuojelun tavoitteena on, että pinta- ja pohjavesien tila on vähintään hyvä. Jokien, järvien ja rannikkovesien tilaa arvioidaan vesipuitedirektiivin mukaisesti ekologisen ja kemiallisen tilan perusteella. [45.] Vesiensuojelun valtakunnallisia tavoitteita valmistelee ympäristöministeriö. Se myös kehittää vesiensuojelulainsäädäntöä ja muita ohjauskeinoja vesiin kohdistuvien haittojen vähentämiseksi. Ympäristöministeriö arvioi vesien tilan kehitystä ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Se myös vastaa vesiensuojelun kansainvälisestä yhteistyöstä sekä ohjaa vesienhoidon järjestämistä yhdessä maa- ja metsätalousministeriön kanssa. Ympäristöministeriö huolehtii vesienhoitosuunnitelmien hyväksymisestä valtioneuvostossa ja arvioi niiden toteutumista. [46.]

Suomessa on noin 3900 vedenhankinnalle tärkeää ja siihen soveltuvaa tai pohjavedestä riippuvaista ekosysteemiä ylläpitävää pohjavesialuetta. Suurin osa pohjavesialueista on tilaltaan hyviä. On arvioitu, että kaikista pohjavesialueista yhteensä 380 kuuluu riskialueisiin. Tämä tarkoittaa sitä, että pohjavedessä on todettu haitallisten aineiden pitoisuuksia ja veden tila voi heikentyä ilman suojelutoimia. [46.] Vesien pilaantumisen ehkäisemisestä säädetään vuonna 2000 voimaan tulleessa ympäristönsuojelulaissa (86/2000) ja ympäristönsuojeluasetuksessa (169/2000). Vesiympäristölle vaarallisten tai haitallisten aineiden päästöistä ja huuhtoutumista säädetään valtioneuvoston asetuksella, jonka tarkoituksena on suojella pintavesiä ja parantaa niiden laatua. [47.]

Vesilailia säännellään vesitaloushankkeiden lupa-asioita, joita ovat esimerkiksi sillan, padon, vesijohdon ja kaapelin rakentaminen vesistöön, vesivoiman hyödyntäminen sekä

veden ottaminen. Vesilain tarkoituksena on edistää, järjestää ja sovittaa yhteen vesivarojen ja vesiympäristön käyttöä niin, että se on yhteiskunnallisesti, taloudellisesti ja ekologisesti kestävä. Vesilain avulla myös ehkäistään ja vähennetään vedestä ja vesiympäristön käytöstä aiheutuvia haittoja sekä parannetaan vesivarojen ja vesiympäristön tilaa [48].

Vesilaki koostuu yleisistä ja hankekohtaisista säännöksistä, ja siinä on monia toimintaa ohjaavia yleisiä periaatteita. Yksi tärkeimmistä velvoitteista on haittojen ennaltaehkäisy ja minimointi. Velvoite koskee kaikkia vesitaloushankkeita. Vesitaloushankkeen toteuttaminen ja vesien käyttö ei saa aiheuttaa vältettävissä olevaa yleisen tai yksityisen edun loukkausta. [48.]

Valtioneuvoston asetusta yhdyskuntajätevesistä (888/2006) sovelletaan ympäristönsuojelulain mukaista ympäristölupaa edellyttävään yhdyskuntajätevesien käsittelyyn ja johtamiseen. Talousjätevesien käsittelystä viemäriverkostojen ulkopuolisilla alueilla säädetään ympäristönsuojelulain (527/2014) 16 luvussa (muutos 19/2017) ja 238 §:ssä. Tarkentavia säännöksiä sisältyy talousjätevesien käsittelystä viemäriverkostojen ulkopuolisilla alueilla annettuun valtioneuvoston asetukseen (157/2017). Vesihuollon järjestämisestä ja liittymisvelvollisuudesta vesihuoltolaitoksen viemäriverkkoon säädetään vesihuoltolaissa (119/2001). [47.]

Eräiden maa- ja puutarhataloudesta peräisin olevien päästöjen rajoittamisesta -asetuksella (2014/1250) ehkäistään ja vähennetään lannan sekä 2 §:ssä tarkoitettujen muiden lannoitteiden käytöstä, varastoinnista ja käsittelystä sekä eläintuotannosta aiheutuvia päästöjä ympäristöön. Asetus on annettu ympäristönsuojelulain nojalla. Asetuksella pannaan täytäntöön nitraattidirektiivi vesien suojelemisesta maataloudesta peräisin olevien nitraattien aiheuttamalta pilaantumiselta (91/676/ETY). [47.] Nitraattidirektiivissä pilaantumisella tarkoitetaan maataloudesta tulevien tyyppiyhdisteiden päästämistä vesiympäristöön. Nitraattidirektiivin tarkoituksena on ehkäistä tyyppiyhdisteitä aiheuttamasta vaaraa ihmisten terveydelle, haittaa eläville luonnonvaroille ja vesiekosysteemeille, vahinkoa virkistyskäytölle tai haittaa muulle veden oikeutetulle käytölle. Suomessa toiminta-ohjelma koskee koko Suomen aluetta. [49, s. 10.]

3.5.6 Luonnonsuojelun lainsäädäntö

Luonnonsuojelun avulla ylläpidetään luonnon monimuotoisuutta, vaalitaan luonnonkauneutta ja maisema-arvoja, tuetaan luonnonvarojen ja luonnonympäristön kestävästä käytöstä, lisätään luonnontuntemusta ja yleistä luonnonharrastamista sekä edistetään luonnontutkimusta. Luonnonsuojelulakia (1096/1996) sovelletaan luonnon- ja maisemasuojeluun sekä maisemanhoitoon. [50.] Luonnonsuojelulain nojalla voidaan mm. perustaa luonnonsuojelualueita valtion maille, joka määrittää näiden alueiden käyttöä. Lajien rauhoittamiseen liittyvät luonnonsuojelulain säännökset koskevat myös talouskäytössä olevia alueita. Metsälakia (1093/1996) sovelletaan kuitenkin metsien hoidossa ja käytössä. Arvokkaimmat kosket on suojeltu vesirakentamiselta koskiensuojelulaille (35/1987). Lakia täydentävät eräiden vesistöjen erityissuojelua koskevat lait. [51.]

Jokamiehenoikeuksilla tarkoitetaan jokaisen Suomessa oleskelevan mahdollisuutta liikkua luonnossa siitä riippumatta, kuka omistaa alueen tai on sen haltija [51]. Myös liiketoimintaa voi harjoittaa toisen maalla jokamiehenoikeudella, jos siitä ei aiheudu vähäistä suurempaa haittaa luonnolle, maanomistajalle tai maankäytölle. Toiminta ei saa aiheuttaa häiriötä tai haittaa toisille tai ympäristölle esimerkiksi häiritä lintujen pesintää ja riis-taeläimiä, häiritä kotirauhaa tai tuottaa roskaa. [50.] Suomen luonnolla ja jokamiehenoikeuksilla on tärkeä merkitys ihmisten liikkumiselle, luonnon virkistyskäytölle, luontomatkailulle ja luonnontuotteiden keruulle. Jokamiehenoikeuksista nauttimiseen ei tarvita maanomistajan lupaa eikä niistä tarvitse maksaa. [52.]

Ympäristönsuojelulainsäädännön, merenkulkulainsäädännön, kemikaalilainsäädännön ja ydinenergialain avulla säädetään onnettomuuksien ja muiden pilaantumishäiriöiden ennaltaehkäisyä. Valvontaviranomainen voi käynnistää ympäristönsuojelulain nojalla toimenpiteet pilaantuneen ympäristön kunnostamiseksi. Pilaantuneen maaperän ja pohjaveden puhdistamisvastuusta säädetään lisäksi erikseen ympäristönsuojelulain 14 luvussa. Lisäksi ympäristövahinkojen korvaamisesta annetussa laissa (737/1994) tarkoitettuja ympäristövahinkoja korvataan lakisääteisestä ympäristövahinkovakuutuksesta. Aluksista aiheutuneiden öljyvahinkojen korvaamiseen sovelletaan merilain 10. lukua ja ydinvahinkojen korvaamiseen ydinvastuulakia. [53.]

Lintudirektiivi (1992/43/ETY) ja luontodirektiivi (2009/147/EC) ovat keskeisintä luonnonsuojelua koskevaa Euroopan unionin lainsäädäntöä. Luontodirektiivi koskee

luonnonvaraista eläimistöä, kasvistoa ja luontotyyppejä. Luontodirektiivin avulla saavutetaan ja säilytetään tiettyjen lajien ja luontotyyppien suojelun taso tarpeeksi hyvänä. Sen tarkoituksena on säilyttää laji luontaisessa ympäristössään niin, ettei sen luontainen levinneisyysalue supistu. Tavoitteena on myös säilyttää riittävä määrä lajin elinympäristöjä, jotta kannan säilyminen voidaan turvata myös tulevaisuudessa. Lintudirektiivi koskee Euroopan luonnonvaraisia lintuja ja sen yleistavoite on ylläpitää tietyt lintukannat sellaisella tasolla, joka vastaa ekologisia, tieteellisiä ja sivistyksellisiä vaatimuksia. [54.] Muita luonnon monimuotoisuutta turvaavia säädöksiä on erämaalaki (62/1991), maa-ainelaki (555/1981), Valtioneuvoston asetus maa-ainesten ottamisesta (926/2005), laki valaiden ja arktisten hylkeiden suojelusta (1112/1982) sekä maastoliikennelaki (1710/1995). [51.]

3.5.7 Kulttuuriympäristön suojeleminen

Luonto ja sen monimuotoisuus, ympäristö ja kulttuuriperintö kuuluu kaikkien vastuulle perustuslain (731/1999) 20 §:n mukaan. Hyvin säilynyt, alueellisesti persoonallinen ja eri aikakausista rakentuva kulttuuriympäristö on kansallinen omaisuus. Siihen sisältyy merkittäviä yhteiskunnallisia ja kulttuurisia arvoja. [55, s. 6.] Kulttuuriympäristön suojeleminen edistää kohteiden säilymistä. Sen suunnitelmallinen ylläpito ja kehittäminen lisäävät alueiden elinvoimaa ja viihtyisyyttä, tukee kestävän kehityksen tavoitteita sekä vähentää ilmastokuormaa. Kulttuuriympäristön suojelu varmistaa sen säilymistä jälkipolville. Suojeluun vaikuttavat lainsäädäntö, ympäristö- ja kulttuurihallinnon yhteistyö sekä kansalaisten oma toiminta. Kulttuuriympäristön suojelua koskevat useat säädökset, erityisesti maankäyttö- ja rakennuslaki (132/1999, jatkossa MRL), laki rakennusperinnön suojelemisesta (498/2010, jatkossa rakennusperintölaki), muinaismuistolaki (295/1963) sekä luonnonsuojelulaki (1096/1996). Myös kirkkolaki (1054/1993) ja laki ortodoksisesta kirkosta (985/2006) vaikuttavat kulttuuriympäristön säilymiseen. [56.] Useat muutkin lait vaikuttavat suoraan tai välillisesti kulttuuriympäristön suojeluun. Säännöksiä voidaan soveltaa esimerkiksi energiataloudessa, ympäristönsuojelussa, luonnonsuojelussa, maa-aineisten otossa sekä vesialueiden ja maaseudun kehittämisessä. Tämän vuoksi kulttuuriympäristön kehittäminen ja suojelu voi olla haasteellista, kun säännökset hajautuvat moniin eri lakeihin. [55, s. 12–13.]

Valtioneuvoston periaatepäätöksen kulttuuriympäristöstrategialla on kolme vuoteen 2020 tähtäävää päätavoitetta, jotka ovat merkittävä voimavara, kestävä kehitys ja hyvä hallinto. Merkittävällä voimavaralla tarkoitetaan sitä, että kulttuuriympäristö on kulttuurinen, taloudellinen, sosiaalinen ja ekologinen voimavara, joka mahdollistaa uudenlaista toimintaa. Merkittävän voimavaran strategia perustuu siihen, että sillä vahvistetaan eri tahojen yhteistyötä ja edellytyksiä toimia kulttuuriympäristön hyväksi. Sen tarkoitus on myös korostaa kansalaistoiminnan merkitystä strategian tavoitteiden saavuttamisessa. Kestävä kehityksen päätavoitteena on kulttuuriympäristön uudistuminen ja sopeutuminen ajan tuomissa muutoksissa, jossa säilytetään samalla sen keskeiset ja eri-ikäiset piirteet. Kulttuuriympäristön hyvää hoitoa ja vastuullista kehittämistä vahvistetaan ekologisilla, taloudellisilla, sosiaalisilla ja kulttuurisilla arvoilla hyödyntäen. Hyvän hallinnon strategialla luodaan edellytykset kokonaisvaltaiselle kulttuuriympäristöpolitiikalle, ja sen tavoitteena on turvata kulttuuriympäristöhallinnon valtakunnallinen, alueellinen ja paikallinen palvelu- ja toimintakyky, selkeyttää hallinnon vastuujakoa ja sektorivastuita sekä lisätä hallinnon alojen keskinäistä yhteistyötä. Eri toimenpiteillä edistetään Suomen kulttuuriympäristöön liittyvien kansainvälisten sopimusten toteutumista ja kulttuuriympäristön suojelua. Kulttuuriympäristöstrategian tavoitetilassa tunnustetaan mahdollisuudet ilmastomuutoksen hillitsemisessä ja siihen sopeutumisessa. Kulttuuriympäristön merkitys tunnustetaan ja siihen ollaan sitoutuneita sen suunnitelmallisessa hoidossa. [55, s. 6.]

Suomen rakennettu kulttuuriympäristö on nuorta. Suomen rakennuskannasta noin 80 % on rakennettu 1900-luvun puolivälin jälkeen. Laki rakennusperinnön suojelemisen tarkoituksena on turvata rakennetun kulttuuriympäristön ajallinen ja alueellinen monimuotoisuus, vaalia sen ominaisluonnetta ja erityispiirteitä sekä edistää sen kulttuurisesti kestävä hoitoa ja käyttöä. Rakennettua kulttuuriympäristöä kutsutaan rakennusperinnöksi. Rakennusten korjaamisen kokonaistaloudellisuus tulee ymmärtää, jotta tyhjeneville rakennuksille saadaan uutta käyttöä. Korjausrakentamisen normeissa otetaan huomioon rakennusperinnön vaalimisen reunaehdot. Rakentamishankkeissa pidetään samanaarvoisina energiatehokkuutta ja kulttuurihistoriallisia arvoja. Kulttuuriympäristön arvot huomioidaan energia- ja liikenneverkkojen suunnittelussa. [55, s. 15, 20.]

4 Matkailuyrityksien ympäristöjärjestelmät ja -merkit Suomessa ja maailmalla

Vastuullisen matkailutoiminnan kehittämisessä on tarjolla kymmeniä erilaisia ohjelmia, järjestelmiä ja sertifiointeja, joista osa järjestelmistä ja ohjelmista kattaa kaikki kestävän matkailun osa-alueet, ja toiset painottavat ympäristövaikutuksien minimointia [57]. Matkailuyritykset hyödyntävät sertifiointien tarjoamia työkaluja monipuolisesti, sillä moni sertifiointi tarjoaa mm. alkutilakartoituksia, jatkuvan kehittämisen mallin, viestintätukea ja ohjeistuksen toimenpidesuunnitelman tekemiseen [58]. Ympäristömerkki tuo yritykselle positiivista imagoa. Ympäristömerkkiä ei saa väärinkäyttää pelkän taloudellisen edun tavoittelemisessa. Ympäristömerkeillä on omat vaatimuksensa ja hintansa, ja ne ovat ulkopuolisen tahon myöntämiä ja niiden valvonta vaihtelee. Nimensä mukaisesti sertifiointit ovat lähes poikkeuksetta ympäristömerkkejä, mutta osa niistä huomioi myös matkailun sosiaaliset vaikutukset. [59.]

Suomessa on käytössä monia eri sertifiointeja, ohjelmia ja järjestelmiä matkanjärjestäjille ja matkailutoimijoille, jotka liittyvät vastuullisen matkailutoiminnan kehittämiseen. Visit Finland tekee tiivistä yhteistyötä sertifiointien kanssa. [57.] Seuraavat kestävän matkailun yritystason sertifiointit, jotka esiintyvät myös liitteessä 1, sopivat matkailualan yritykselle: Biosphere, ECEAT Suomi, Ekokompassi, EMAS, EU Ecolabel/EU Kukka, Geo Golf, Green Globe, Green Key, Green Activities, HI-Quality & Sustainability (HI-Q&S), ISO 14001, Joutsenmerkki, Roope-Satama, TourCert ja WWF Green Office.

4.1 Kestävän matkailun sertifiointit, ohjelmat ja järjestelmät

Matkailun biosfäärialueet ovat sitoutuneet varmistamaan jatkuvan parantamisen seuraavilla aloilla YK:n 17 kestävän kehityksen tavoitteen kautta: ilmastonmuutoksen torjunta, ympäristönsuojelu sekä kulttuurillinen -, sosiaalinen -ja taloudellinen kestävyys. *BIO-SPHERE*-sertifiointin myöntää vuonna 1995 perustettu Responsible Tourism Institute (RTI), jonka tavoitteena on edistää kestävän kehityksen toimia ja ohjelmia matkailukohteissa ja yrityksissä. Sertifiointi voidaan myöntää matkailualueille ja eri sektoreilla toimiville matkailuyrityksille. Online-muotoinen prosessi tukee pitkäjänteistä kehittämistä, johon kuuluu osallistuville tahoille tukea, koulutusta ja tapahtumia. [60.]

ECEAT (European Centre for Ecological and Agricultural Tourism) edistää ja kehittää ympäristövastuullista matkailua, joka tukee luomuviljelyä, luonnon- ja ympäristönsuojelua, kestäväää maankäyttöä, kulttuuriperinnön ja -maisemien suojelua, maaseudun ekologisia toimeentulomahdollisuuksia sekä ympäristökasvatusta. Matkakohteiden on täytettävä *ECEAT*:n laatuvaatimukset, joissa korostuu ekologinen, kulttuurinen ja sosiaalinen kestävyys. Suomen luomumatkailuyhdistys *ECEAT* Suomi ry ylläpitää ja kehittää kestävään matkailun verkostoa. *ECEAT*:in verkostoon kuuluu tällä hetkellä satoja matkakohteita noin 15 maassa ympäri Eurooppaa. *ECEAT*:in verkostoon kuuluu matkailupalveluja tarjoavia luomutiloja, perinteisiä pientiloja, ekologisia majataloja, pieniä leirintäalueita ja ympäristövastuullisia hotelleja. Usein kohteet liittyvät kulttuuriperinnön suojeluun tai sijaitsevat kansallispuistojen läheisyydessä. [61.]

Ekokompassi on kehitetty pääkaupunkiseudun kuntien yhteishankkeessa. Hanke on toteutettu vuosina 2008–2011. Hankkeen tavoitteena oli vahvistaa pääkaupunkiseudun pienten ja keskisuurten yritysten hallintaa ympäristöasioissa. Hankkeessa tehtiin toimintamalli kaupunkien ja pk-yritysten väliselle ympäristöyhteistyölle sekä tarjottiin räätälöityä ympäristöneuvontaa. *Ekokompassi* pohjautuu sekä vastaaviin pohjoismaisiin ympäristöjärjestelmiin että kansainvälisiin ympäristöjohtamisen standardeihin. *Ekokompassi* on käytännönläheinen ja konkreettisiin toimenpiteisiin keskittyvä ympäristöjärjestelmä, joka sopii kaikille toimialoille. *Ekokompassi* tukee ympäristötyötä, ja se sisältää 10 kriteeriä, joiden noudattamiseen yritys, tapahtuma tai virasto sitoutuu. *Ekokompassi*-ympäristöjärjestelmä on vastaa muita pohjoismaisia ympäristöjärjestelmiä, joita ovat *Ecolighthouse* (Norja), *Miljödiplom* (Ruotsi), *Green Network* (Tanska), *Key2Green* (Tanska) sekä *Planmiljo* (Tanska). *Ekokompassin* hinta koostuu rakentamismaksusta, vuosimaksusta ja auditointimaksusta. [62.]

EMAS (The Eco-Management and Audit Scheme) on kaikille yrityksille ja organisaatioille tarkoitettu vapaaehtoinen ympäristöasioiden hallintajärjestelmä, joka perustuu EU:n asetukseen (EY) N:o 1221/2009 [63]. *EMAS* rakentuu ISO 14001 -standardin ympärille, mutta lisää siihen uusia vaatimuksia, kuten työntekijöiden osallistumisen, julkisen raportoinnin, ympäristösuorituskyvyn jatkuvan parantamisen sekä lainsäädännön noudattamisen [64]. *EMAS*-järjestelmä koostuu kansainvälisen ISO 14001 -ympäristöjärjestelmästandardin mukaisesta ympäristöjärjestelmästä sekä ympäristöraportista eli *EMAS*-selonteosta. *EMASin* toteuttamisen pääkohtia ovat yrityksen ympäristökatselmus (mm.

sidosryhmien ja ympäristönäkökohtien tunnistaminen ja ympäristönäkökohtien merkittävyyden arviointi), toiminnan tavoitteellisen ympäristöasioiden hoidon ja parantamisen varmistava johtamisjärjestelmä, sisäinen auditointi toiminnan kehittämiseksi sekä julkinen raportointi tehdystä ympäristötyöstä ja toiminnan ympäristövaikutuksista. Pienet organisaatiot voivat pyytää ympäristöselonteon vahvistamista koskevan kolmen vuoden määräajan pidentämistä neljään vuoteen tai ympäristöselonteon vuosipäivityksen vahvistamista koskevan vuoden määräajan pidentämistä kahteen vuoteen. Ympäristöselon- teko tulee kuitenkin päivittää ja toimittaa Suomen ympäristökeskukselle (SYKE) vuosit- tain. [63.] EMAS sopii kansainvälisillä markkinoilla toimiville yrityksille ja organisaatioille, joilla on jo ympäristöohjelma, ja jotka ovat elinkaarensa pitkillä [57].

EU-ympäristömerkkijärjestelmä on osa Euroopan yhteisön kestävästä kulutuksesta ja tuotan- toa koskevaa politiikkaa. *EU-kukka* (Ecolabel) -merkki on luotu vuonna 1992 Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksella. Jokaisessa maassa on oma organisaationsa val- vomassa merkin käyttöä ja osallistumassa merkin kehitystyöhön. Suomessa merkintää hoitaa Ympäristömerkintä ja merkin voivat saada majoitusliikkeet, jotka täyttävät asetetut ympäristökriteerit. Järjestelmä kattaa pääasiassa tuotteita, mutta myös joitain palveluita. Tarkoituksena on edistää sellaisten tuotteiden myyntiä, joiden ympäristönsuojelullinen taso on korkea. Tuotteiden täytettävät vaatimukset perustuvat yhteisön markkinoilla saa- vutettuun parhaaseen ympäristönsuojelulliseen tasoon ja sen tavoitteena on, että 10–20 %:a merkin soveltamisalaan kuuluvien tuoteryhmien tuotteista täyttää vaatimukset. Mer- kin saantia on rajoitettu, jotta se ohjaisi kuluttajaa ja ammattiohjaintajaa ympäristön kannalta parempiin ostopäätöksiin. Merkin avulla yritys voi erottua muista tuotteista ja se on sa- malla kustannustehokas. EU-ympäristömerkin käyttöoikeutta voi hakea tuotteelle tai pal- velulle, joka täyttää sille asetetut ympäristökriteerit. Asiakkaalle taataan erittäin tiukalla seulalla sertifioidut ympäristöystävälliset kohteet. EU-ympäristömerkki tunnetaan koko Euroopassa [65.]

Forum Anders Reisen on saksalainen yhdistysmuotoinen kestävä matkailun verkosto ja matkanjärjestäjäportaali. Yritykset ovat sitoutuneet kestävä matkailun noudattami- seen. Ympäristön suojeleminen, vieraan kulttuurin kunnioittaminen ja resurssien säästä- minen ovat etusijalla. [57.] Forum Anders Reisen -verkosto tekee yhteistyötä mm. voittoa tavoittelemattoman saksalaisen kansainvälisesti tunnistetun TourCert-sertifiointijärjes- tön kanssa. TourCert tarjoaa perehdytystä kestävä matkailuun destinaatioille,

yrittäjille ja matkailijoille. Vuonna 2009 perustettu TourCert tarjoaa erilaisia indikaattoreita, kriteerejä ja työkaluja, joiden avulla matkanjärjestäjien yhteiskuntavastuu voidaan mitata. Jäsenmaksun suuruuden ja eräpäivän sekä maksurakenteen määrittää jäsenkoko johtokunnan esityksen perusteella uudelle varainhoitovuodelle. Jäsenyyden ja sertifiointin edellytyksenä on kestävän kehityksen prosessin omaksuminen ja kriteerien täyttyminen yrityksessä. Hakemuksen voi lähettää yritys, joka on toiminut vähintään 2 vuotta matkailusektorilla. Liittymisen jälkeen yhtiö sitoutuu kahden ensimmäisen vuoden aikana käymään TourCert Chekin läpi sekä koko CRS-prosessin onnistuneella sertifiointilla ensimmäisten neljän vuoden aikana. [66.]

GEO Certified Suomen Golfkentänhoitajien Yhdistys (FGA) tukee GEO OnCourse-ohjelmaa. Verkossa toimiva ohjelma ohjaa golfkenttiä resurssien tehokkaampaan käyttöön ja ympäristön vaalimiseen. GEO OnCourse auttaa golfkentän johtoa sisäistämään kestävän kehityksen periaatteet ja toimimaan niiden mukaisesti käytännössä, kuten säästämään kustannuksissa, luomaan positiivista julkisuutta sekä ylittämään viranomaisten ja asiakkaiden vaatimukset. *GEO Certified* -ympäristömerkin toteutumista arvioivat paikan päällä kestävän kehityksen ammattilaiset. GEO:n myöntämä sertifiointiohjelma golfkentille on ainoa FGA:n tukema kestävän kehityksen golf-sertifikaatti kentänhoidolle. [67.]

Green Activities on Green Key:n pikkusisar, joka antaa työkalun ja vahvan viestintätuen luonnossa liikkuville pienyrittäjille. Kriteeristö toimii työohjeena, miten vastuullisessa luonnossa liikkumisessa tulee huomioida esimerkiksi luonnon monimuotoisuus, jätteet ja ruokailu. *Green Activities* soveltuu pienille yrittäjille, jotka vievät asiakkaitaan patikoimaan, melomaan, pyöräilemään tai muutoin luontoon liikkumaan, ja joilla ei ole omia asiakastiloja (yritykset, joilla on tilat, kannattaa hakea Green Keytä). [58.] Merkkiä ensimmäistä kertaa hakiessaan hakijan tulee täyttää pakolliset peruskriteerit. Prosessiin kuuluu auditointi paikan päällä. Jatkovuosina hakijan toiminnan tulee täyttää pakollisten peruskriteerien lisäksi joka vuosi kasvava määrä pistekriteereitä. Yrityksellä tulee olla kirjallisena mm. ympäristöpolitiikka, ympäristötavoitteet sekä näihin liittyvä toimintasuunnitelma. [68.]

Green Globe on kansainvälinen matkailualalle kehitetty korkea kestävän matkailun standardi, joka pohjautuu moniin kriteereihin, joita ovat Global Sustainable Tourism Criteria, Global Partnership for Sustainable Tourism Criteria (STC Partnership), Agenda 21 sekä

ISO 9001/14001/19011. Kohderyhmänä on matkailutoimialojen yritykset kuten majoitus, liikenne, matkanjärjestäjät, kongressikeskukset ja matkailualan organisaatiot, jotka ovat kansainvälisillä markkinoilla, ja jotka ovat tehneet jo pitkään työtä kestävän matkailun eteen. [69.]

Green Key on maailmanlaajuinen majoitusalan ympäristöohjelma, joka on suunniteltu alusta lähtien majoitusalalle. *Green Key* huomioi tehokkaasti alan ominaispiirteet ja se on toteutukseltaan käytännönläheinen. *Green Key* -ohjelma on kansainvälisen ympäristökasvatusjärjestön FEE:n (Foundation for Environmental Education) hallinnoima. [58.] Osallistujan tulee sitoutua merkin ympäristökriteereihin. Tähän kuuluu ympäristökriteerien noudattaminen ja seurannan raportointi. Kriteeristöön on sisällytetty ympäristöasioiden lisäksi myös joitain sosiokulttuurisen ja taloudellisen vastuullisuuden kriteereitä ja eri majoitusmuodoille, kuten hotelleille, pienille majoitusliikkeille, leirintäalueille ja mökkikylille ohjelmassa omat kriteeristönsä. [68.]

HI Quality (HI-Q) on kansainvälisen Hostelling Internationalin suunnittelema laadunhallintajärjestelmä. HI-Q:sta on saatavilla myös laajennettu *HI Quality and Sustainability* (HI-Q&S) -versio. HI-Q&S eroaa HI-Q:sta siten, että siinä on otettu huomioon myös hostellin kestävä kehitys. Lisäksi soveltuvuusstandardit ovat laajempia. Ohjelman menestyksekkäästi toteuttavat hostellit sertifioidaan, jonka jälkeen saa oikeuden käyttää HI-Q&S-logoa. [70.] Sustainable Travel Finland -ohjelmaan hyväksytään vain HI-Q&S-versio sertifikaatista [58].

ISO 14001 -ympäristöjärjestelmä kuuluu ISO 14000 Ympäristöjohtamisen standardisarjaan. Sen standardit tarjoavat työkaluja ja tekniikoita ympäristöasioiden hallinnan parantamiseen ja siitä viestimiseen sekä ympäristönsuojelutason parantamiseen. Organisaatio voi itse soveltaa standardisarjan standardien käyttöä parhaaksi katsomallaan tavalla. [71.] ISO 14001 on kansainvälinen standardi ja maailman tunnetuin ympäristöjärjestelmän malli. Standardi sopii kaikenkokoisille organisaatioille sekä yksityisellä että julkisella sektorilla, jotka haluavat hallita ympäristövastuitaan järjestelmällisesti siten, että se tukee kestävän kehityksen ympäristötekijää. ISO 14000 -standardisarja tarjoaa organisaatiolle ympäristöjohtamisen tueksi ympäristöasioiden hallinnan työkalupakin. ISO on julkaissut uudistetun version standardista vuonna 2015. Uudistuksen myötä ympäristöasiat nostettiin vahvemmin johdon agendalle ja sillä edellytetään ympäristöasioiden sisällyttämistä

strategioihin. [72.] Standardin tarkoituksena on korostaa riskilähtöistä ajattelutapaa, kuten riskien ja mahdollisuuksien tunnistamista. ISO 14001 -sertifikaatin perustana on puolueettoman auditoijan tekemä tarkastus. ISO 14001 -sertifikaatteja myöntävät sertifiointialan yritykset. Standardit ja oppaat käsittelevät mm. ympäristöauditointeja ja -tarkastuksia, ympäristönsuojelun tason arviointia, ympäristömerkintöjä, elinkaariarviointia, kasvihuonekaasupäästöjen hallintaa, tuotteiden hiili- ja vesijalanjälkeä sekä ympäristöviestintää. [58.]

Joutsenmerkki on yksi Pohjoismaiden tunnetuimmista ympäristömerkeistä. Merkin tavoitteena on edistää kestävästä kehitystä. Tämä tarkoittaa sitä, että Joutsenmerkin kriteereitä tiukennetaan noin 3–5 vuoden välein. Kriteereitä tarkistetaan mm. uuden ympäristötiedon, tekniikan kehityksen ja markkinatilanteen mukaisesti. [73.] Merkin avulla kuluttajia ja ostajia ohjataan ”vihreämpiin” tekoihin ja kannustetaan valmistajia ja palveluntarjoajia tarjoamaan ympäristön kannalta parempia vaihtoehtoja. Merkin saaminen perustuu elinkaari pohjaisten kriteerien täyttymiseen, jotka koskevat mm. energian- ja vedenkulutusta, jätteen määrää, kemikaalien käyttöä, hankintoja, tarjoilua, kuljetuksia, ruokaa ja hotellihuoneita sekä menettelyjä, kuten tiedottamista, hankintamenettelyjä ja omavalvontaa. [58.]

Roope-satamaohjelma on Pidä Saaristo Siistinä ry:n suomalaisille venesatamille suunnittelema ympäristöohjelma, jonka tavoitteena on kehittää kaikenkokoisia venesatamia erityisesti ympäristönäkökulmien ja turvallisuusasioiden huomioimisessa. Tarkoituksena on ohjata venesatamien käyttäjiä ympäristöystävälliseen toimintaan. Roope-satamat saavat tukea sataman toimintaan erityisesti jätehuoltoon koskevissa kysymyksissä ja ympäristötyön kehittämisessä. Roope-satamilta vaaditaan ympäristövastaavan nimeämistä. Roope-satamilta edellytetään myös asianmukaista jätehuollon järjestämistä ja jätevesien asianmukaista käsittelyä, siisteyttä ja roskattomuutta, turvallisuudesta huolehtimisesta, tiedottamisesta ja opastusta ympäristö- ja turvallisuusasioista, halua olla mukana ja satamatoiminnan kehittämistä. [74.]

TourCert on voittoa tavoittelematon matkailun sertifiointijärjestö. TourCert tarjoaa perehdytystä kestävästä matkailuun destinaatioille, yrityksille ja matkailijoille. [75.] Vuonna 2009 perustettu TourCert tarjoaa erilaisia indikaattoreita, kriteereitä ja työkaluja, joiden avulla matkanjärjestäjien yhteiskuntavastuu voidaan mitata [76]. TourCert auttaa

organisaatioita kestävän kehityksen suunnitelman kokonaisvaltaisessa implementoinnissa. TourCert mm. konsultoi, järjestää seminaareja ja tarjoaa itsearviointityökaluja jäsenilleen. [58.]

WWF Green Office opastaa organisaatioita toimimaan ympäristövastuullisesti. Tavoitteena on pienentää työpaikan hiilijalanjälkeä, käyttää luonnonvaroja viisaasti ja suojella luonnon monimuotoisuutta. Green Office -työtä ohjataan seitsemän teeman avulla: johtaminen, viestintä ja sitouttaminen, energia ja vesi, kierrätys, lajittelu ja siivous, liikkuminen, ruoka sekä hankinnat. Green Office -sertifikaatin avulla organisaatio rakentaa brändiään vastuullisena toimijana, ja se on todistus hyvin hoidetuista vastuullisuusasioista. Sertifikaatti siis kertoo asiakkaille ja sidosryhmille, että ympäristöasiat otetaan huomioon toimitiloissa, päätöksenteossa ja toiminnassa. [58.]

Kansainvälinen standardisointijärjestö ISO on luokitellut ympäristömerkit kolmeen eri kategoriaan: Tyyppiin I, II ja III. Tyypin I ympäristömerkit (ISO 14024:2018) ovat vapaaehtoisia sekä useisiin kriteereihin ja elinkaariajatteluun perustuvia riippumattoman tahon sertifioimia merkintöjä. Merkkien tarkoitus on viestiä kuluttajalle, että tuote on kokonaisuutena ympäristön kannalta paras vaihtoehto. Tavoitteena on vähentää tuotteiden ympäristöpäästöjä tunnistamalla tuotteet, jotka täyttävät Tyyppi I -ohjelman kriteerit yleisen ympäristöedun saavuttamiseksi. [77.] Tyypin II -ympäristömerkit (ISO 14021:2016) perustuvat valmistajien omiin ilmoituksiin esimerkiksi kestävämmästä palmuöljytuotannosta viestivä RSPO-merkki (Roundtable on Sustainable Palm Oil) on Tyypin II -merkki. ISO on laatinut Tyypin II -merkeille oman standardinsa, joka asettaa tiettyjä perusvaatimuksia ympäristöväitteiden totuudenmukaisuudelle. Sen tarkoituksena on vähentää kuluttajaa selvästi harhaanjohtavien pakkausmerkintöjen käyttöä. Tyypin III -ympäristömerkit (ISO 14025:2006) ovat ns. ympäristötuoteselosteita, joita käytetään ensisijaisesti yritysten välisessä viestinnässä. [78.]

Toimivan ympäristöjärjestelmän avulla ympäristöasiat ovat paremmin osana yrityksen johtamista ja toiminnan suunnittelua. Erilaiset ympäristöjärjestelmät, ohjelmat ja -merkinnät ovat tulleetkin osaksi myös matkailuyritysten imagoa. Ympäristöjärjestelmän avulla yritys osoittaa vastuullisuutta ympäristöasioiden hoidossa ja edistää ympäristövaikutusten huomioon ottamista tuote- ja palveluketjujen eri vaiheissa. Kustannustehokkuus lisääntyy myös tehostamalla esimerkiksi energian kulutusta ja jätteen vähentämistä

kierrättämisen myötä. Ympäristöjärjestelmien tarkoituksena on myös motivoida henkilökuntaa toimimaan ekologisemmin ja tehokkaammin lisäämällä työntekijöiden ympäristötietoutta. [59.]

Matkailuyritysten käytössä olevia ohjelmia ja järjestelmiä on mm. *Avainlippu*, jonka käyttöoikeuden myöntää kolmeksi vuodeksi kerrallaan Suomalaisen Työn Liiton merkkitoimikunta. Avainlippu on rekisteröity yhteisömerkki. Avainlippu kertoo, että tuote on valmistettu tai palvelu on tuotettu Suomessa ja, että se työllistää Suomessa. Käyttöoikeus voidaan myöntää Suomessa valmistetuille tuotteille ja tuoteryhmille sekä yksilöidyille ja nimetyille palveluille tai niiden yhdistelmille, joiden kotimaisuusaste on vähintään 50 prosenttia omakustannusarvosta. Merkin ovat saaneet mm. Nuoris- ja luontomatkailukeskus Metsäkartano, Lomarengas ja Eckerö Line. [79.]

European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas -ohjelmassa kehitetään suojelualueiden kestävää luontomatkailua. Se on Euroopan kansallispuistoliton (EUROPARC Federation) kehittämisohjelma, joka on jo 15 vuoden ajan kehittänyt Euroopan suojelualueiden luontomatkailua yhdessä yrittäjien kanssa. [80.] Kansainvälinen näkyvyys tuo yhteistyökumppaneita ja asiakkaita kansallispuiston seutukunnan yrittäjille, jossa kehitetään suojelualueiden kestävää luontomatkailua esimerkiksi Pallas-Yllästunturin kansallispuisto on liittynyt *European Charter for Sustainable Tourism* -ohjelmaan, mikä nosti puiston kansainvälisesti merkittävien luontomatkailualueiden joukkoon [81].

TripAdvisor GreenLeaders Program on hotelleille ja aamiaismajoituskohteille myönnettävä todistus siitä, että ne ovat sitoutuneet ympäristöystävällisiin tekoihin esimerkiksi kierrättämiseen, vesitehokkuuteen, vaihtoehtoisten energiamuotojen suosimiseen ja luomuelintarvikkeisiin [82]. Kaikkien ohjelmaan haluavien hotellien ja B&B:iden on haettava pääsyä ohjelmaan, ja jos ne hyväksytään, ekojohtajille myönnetään jokin neljästä tasosta: pronssi, hopea, kulta tai platina. Mitä korkeampi taso on, sitä suurempi vaikutus yrityksen ekokäytännöillä. [83.] Mukana ohjelmassa on noin 50 suomalaista matkailuyritystä [57].

Helsinki Declaration on Suomen matkailuelinkeinon sitoumus kestäväan kehitykseen. Sitoumus on avoin kaikille matkailualan toimijoille, joita kiinnostaa kestävä kehitys. Sen tarkoituksena on, että yritys ryhtyy kehittämään toimintaansa kestävämpään suuntaan.

Julistuksen allekirjoittamisella yritykset ja organisaatiot sitoutuvat periaatteisiin, joiden pohjalta ne toteuttavat kukin omia konkreettisia toimenpiteitään. [84.]

Laatutonni on matkailualalle räätälöity laatuohjelma, jonka Matkailun edistämiskeskus lanseerasi markkinoille vuonna 2001. Laatuvalmennus on käytännönläheistä koulutusta, jossa yrityksen henkilöstöä valmennetaan käyttämään erilaisia laadun kehittämisen työkaluja. Ohjelman tavoitteena on asiakkaiden tyytyväisyys, kannattava liiketoiminta sekä pitkällä aikavälillä kilpailukyvyyn säilyttäminen ja mahdollinen kasvattaminen. Laatutonni-valmennuksen jälkeen yritys kykenee itse jatkamaan ja ylläpitämään systemaattista laatu-työtä. [85.]

Leave no Trace Ireland on Irlannissa laajan kehittämistyön tuloksena vuonna 2006 ohjelmapalveluyrityksille tarkoitettu kestävä matkailun ohjelma, jonka tavoitteena on lisätä tietoisuutta kestävästä tavasta liikkua ja nauttia luonnosta koulutuksen, tutkimuksen ja yhteistyön avulla. Ohjelmaan voivat liittyä mm. kansalliset ja alueelliset organisaatiot, yritykset ja median edustajat. [86.]

Norjassa on tehty yli 10 vuotta systemaattista ja pitkäjänteistä työtä kestävä matkailun edistämisen ja kehittämisen eteen. Norjassa on käytössä Innovation Norway:n alainen *Green Travel* -sateenvarjomerkki, jonka alle hyväksytään pääosin yrityksille suunnatut sertifikaatit Ekoturismi Norja (Ecotourism Norway), Joutsenmerkki, Ekomajakka (Eco-Lighthouse), Green Key, ISO 14001 sekä Sinilippu (Blue Flag). Green Travel -merkin osalta prosessi on kehitetty tiiviissä yhteistyössä sertifikaattien hallinnoijien kanssa. Merkin avulla yritys saa ilmaista näkyvyyttä ja huomiota, sillä Innovation Norway tekee esimerkiksi hakukoneoptimointia Green Traveliin liittyen. Niille yrityksille, joilla ei ole sertifikaattia, tarjotaan koulutusohjelman kautta tietoa kestävästä matkailusta. [87.] Norjassa matkailualueille on kehitetty myös Innovation Norway:n omistama *Sustainable Destination* -ohjelma, jonka uusimmat standardit on otettu käyttöön vuonna 2017. Ohjelma perustuu pitkäjänteiseen työhön kestävä matkailun edistämiseksi osallistamisen, vastuullisen johtamisen ja arvонуonnin kautta. Toimintamallin perustana toimivat maailmanlaajuiset Global Sustainable Tourism Councilin kriteerit Norjaan sovellettuna. Ohjelma sisältää 45 kriteeriä ja 108 indikaattoria. [88.] Sustainable Destination -ohjelman prosessi on paikallisen tai alueellisen DMO:n (Destination Marketing/Management Organisation) omistama ja ylläpitämä. DMO myös määrittelee maantieteellisen

rajauksen ja prosessiin osallistuvat kunnat, yritykset ja yhteisöt. Mukaan haluava matkailualue voi hakea rahoitusta Innovation Norwaylta. Rahoituksen tarkoituksena on katkaa projektin hallinta ja ohjaus sekä tarvittavat tutkimukset ja mittaukset. Innovation Norway:n hyväksymät prosessivalvojat ja -kouluttajat vastaavat kohteen arvioinnista. Prosessin avulla kohde pystyy tehokkaasti itsearvioimaan oman nykytilansa ja asettamaan tavoitteet, joihin pyritään kestävän matkailun suunnitelman, mittareiden ja ohjauksen avulla. Merkin hyväksyminen edellyttää, että kohde tekee jatkuvaa työtä kestävien ratkaisujen edistämiseksi ja mittaa näitä myös ensimmäisen hyväksymisvaiheen saavuttamisen jälkeen. [87.]

Slovenia Tourist Board on käynnistänyt jo yli 10 vuotta sitten systemaattisen työn, jossa kestävän kehityksen periaatteet on asetettu kiinteäksi osaksi Slovenian matkailun kehittämistä ja edistämistä. *Green Slovenia* -ohjelma toimii sateenvarjomerkin periaatteella, jossa tietyt kansainvälisesti tunnustetut sertifikaatit ja standardit oikeuttavat destinaatiot, yritykset ja kansallispuistot käyttämään Green Slovenia -tunnusta. Lisäksi käytössä ovat tasomerkit (Gold-, Silver- ja Bronze Label) destinaation arvioinnissa saatujen pisteiden mukaisesti. [57.] Green Slovenia -ohjelmasta on saatu kehitettyä vahva brändi, jota on pystytty hyödyntämään tehokkaasti markkinointikampanjoissa. Green Slovenia -ohjelman avulla destinaatiot pääsevät mukaan Slovenia Tourist Boardin markkinointikampanjoihin ja myyntitapahtumiin. Tunnus takaa yrityksille myös keskitettyä ja tehokasta näkyvyyttä Slovenia Tourist Boardin markkinointitoimenpiteissä. [89.]

Protect Our Winters Finland (POW) aktivoi talviurheilun ystäviä ja talvilajien parissa toimivia yrityksiä ja yhteisöjä tekemään ilmastonmuutokseen vaikuttavia päätöksiä päivittäisessä elämässään sekä vaikuttamaan yhteiskunnassa laajemmin. Protect Our Wintersin toimintaan kuuluu tiedottaa ilmastonmuutoksesta ja sen vaikutuksista talviurheiluun, järjestää kampanjoita ja tapahtumia sekä vaikuttaa päättäjiin ja alan yrityksiin. Se on talviurheilun ystävien perustama ja vetämä liike, joka toimii jo viidessätoista eri maassa, kuten Yhdysvalloissa, Ranskassa, Itävallassa, Norjassa, Ruotsissa, Saksassa ja Iso-Britanniassa. POWin polku talvien pelastamiseen osoittaa suunnan kohti kestävää ja vähähiillistä yhteiskuntaa. Siinä on kyse pienistä askeleista, jotka edistävät muutosta kohti ilmastoystävällistä yhteiskuntaa. [90.]

Green Destinations on kestävän matkailun voittoa tavoittelematon säätiö, joka yhdessä maailmanlaajuisen asiantuntijaorganisaatioiden, yritysten ja akateemisten laitosten kanssa edistää kestävästä matkailusta. Green Destinations -standardi on GSTC:n tunnustama kriteeri, jolla mitataan, seurataan ja parannetaan kestävän kehityksen politiikkaa sekä kohteiden ja alueiden hallintaa. Arvojen omaksuminen auttaa destinaatioita parantamaan niiden laatua, houkuttelevuutta ja kilpailukykyä, ja se auttaa houkuttelemaan matkailijoita tekemään kestävämpiä ratkaisuja matkailussa. [91.]

Matkanjärjestäjien ja muiden matkailutoimijoiden omia kestävän kehityksen ohjelmia on mm. *Responsible Travel U.K.* Responsible Travel U.K on vuonna 2001 perustettu yhtiö. Responsible Travel U.K myy lomamatkoja, jonka tarkoituksena on maksimoida matkailuun liittyvä hyöty ja minimoida haitat. Lomat tarkistetaan ympäristö-, sosiaalisten ja taloudellisten kriteerien noudattamisen suhteen painottaen ruohonjuuritaso aloitteita ja paikallisia tarjoajia. [92.]

Green Pearls on kestävässä kehityksessä ja matkailuun erikoistunut ryhmä, joka huolehtii kestävän kehityksen mukaisten matkailukumppaneittensa viestintäaloitteista markkinoinnin, PR:n ja sosiaalisen median aloilla. Liiketoiminnan ideana on löytää ”vihreitä” paikkoja ympäri maailmaa, jotka tarjoavat matkustajalle paikallisia kokemuksia, ekologista tietoisuutta ja mahdollisuuden osallistua kestävän kehityksen hankkeisiin. Green Pearls jäseneksi pääsee täyttämällä vaaditut kriteerit ja vaatimukset, jotka koskevat kestävyyden eri näkökohtia. [93.]

Suomessa on yhteiset kestävän matkailun periaatteet Metsähallituksen luontopalveluilla ja UNESCO:n maailmanperintökohteilla. Kestävän matkailun periaatteet otetaan huomioon kaikessa toiminnassa ja yhteistoiminnassa matkailuyrittäjien kanssa. Monet matkailuyritykset ovat kumppanuussuhteessa Metsähallituksen kanssa mm. ohjelmapalveluyrittäjinä, eräkokkeina ja kalaistutusten hoitajina. Matkailuyritykset ovat Metsähallitukselle merkittävä asiakas- ja kumppanuusryhmä, jotka toimivat usein valtion mailla ja vesillä. Yhteistyön tavoitteena on luontomatkailun kestävyys kansallispuistoissa ja muilla suojelualueilla, edistää tuotekehitystä ja viestintää sekä palvella yhteisiä asiakkaita mahdollisimman hyvin. Lisäksi tavoitellaan yhteistyöyritysten, Metsähallituksen Luontopalvelujen sekä suojelualueiden tunnettuuden ja vetovoimaisuuden lisäämistä. Metsähallitus edistää kestävän luontomatkailun periaatteita kaikessa omassa toiminnassa

yhteistoiminnassa matkailuyrittäjien kanssa. Yrittäjä saa tästä monia hyötyjä, joita ovat mm. perehdytys, markkinointituki sekä mahdollisuus osallistua alueen kehittämiseen. [94.]

Green Tourism of Finland -ympäristömerkki on suomalainen ja Suomessa toimiva kestävän matkailun laatujärjestelmä, joka täyttää kansainväliset kestävän matkailun kriteerit. Merkillä varustetut yritykset kertovat suomalaisesta luonnosta, paikallisesta kulttuurista, haitallisten ympäristövaikutusten minimoimisesta sekä paikallisten työllistämistä. Merkki voidaan myöntää majoitus-, hyvinvointi-, kulttuuri-, luontoelämys-, ruoka- ja ohjelmapalveluille. [95.]

Kestävän kehityksen seurantaindikaattoreita on mm. *ETIS* (The European Tourism Indicator System), joka on kaikille matkailukohteille sopiva indikaattorijärjestelmä, joka rohkaisee niitä käyttämään älykkäämpää lähestymistapaa matkailualan suunnitteluun. Euroopan komissio on kehittänyt sen auttaakseen mittaamaan suorituskykyään suhteessa kestävyteen. Indikaattorit on luotu paikallisesti toteutettavaa ja johdettavaa prosessia varten kestävän matkailukohteen kestävyden seurantaan, hallintointiin ja kestävyden tason nostamiseen. ETIS-työkalupakki tarjoaa ensisijaisen tuen ja selkeät ohjeet siitä, mitkä ovat indikaattorit ja kuinka niitä käytetään. Se osoittaa myös, kuinka ETIS täydentää muita olemassa olevia välineitä ja menetelmiä kansainvälisellä ja Euroopan tasolla. [96.]

FEST (The Foundation for European Sustainable Tourism) on Euroopan kestävän matkailun säätiö, jonka tavoitteena on tukea hallituksia, akatemioita ja organisaatioita kestävän kehityksen mukaisten matkailuohjelmien ja -projektien suunnittelussa, toteuttamisessa ja hallinnassa. FEST edistää kestävän kehityksen projektijohtamista (PM4SD) parhaana kestävän matkailun johtamiskäytäntönä. PM4SD on PRINCE2-pohjainen projektijohtamismenetelmä, joka on kehitetty kestävän kehityksen mukaisten matkailuprojektien suunnitteluun ja toteuttamiseen, jotta luodaan pitkäaikaisia etuja kohteille ja paikallisille yhteisöille. [97.]

4.2 Sertifiointien merkitys yrityksille, matkailijoille ja paikallisväestölle

Sertifiointi tarjoaa systemaattisen ja käytännönläheisen toimintamallin kestävän matkailun kehittämiseen ja seurantaan. Sertifiointiprosessi kehittää liiketoiminnan prosesseja kuten tuotesuunnittelua, johtamista ja markkinointia, ja se auttaa tekemään panostuksia keskeisimpiin kehittämiskohteisiin. Yrityksetertifioivat toimintansa joko ns. ulkoapäin annettujen tai yrityksen sisäisten syiden takia. Ulkoisia syitä sertifioinnille on esimerkiksi toimiminen kansallispuistossa. Yrityksen sisäisiä syitä sertifioinnille on esimerkiksi

- oma ideologia, arvomaailma ja halu kehittää ja toteuttaa liiketoimintaa kestävästi, laadukkaasti ja läpinäkyvästi
- oman osaamisen kasvattaminen
- suomalaisuuden suosiminen
- yhtiön henkilöstön kiinnostus aiheeseen
- halu olla edelläkävijä ja tarjota matkailijoille parasta mahdollista
- toiminnan uskottavuuden ja kilpailukyvyyn lisääminen
- alueen vetovoiman kasvattaminen. [57.]

Sertifiointi tuo matkailuyrityksen tekemän ympäristötyön näkyväksi sekä helpottaa rakentamaan mielikuvaa yrityksestä. Se auttaa myös yrityksiä parantamaan itseään, sillä sertifiointiprosessin käyminen on koulutuksellista. Kestävän matkailun sertifioinnin toteuttamisprosessiin yritys saa usein helpommin apua ja rahoitusta uuden teknologian toteuttamiseksi. Sertifiointi tarjoaa sertifioituille yrityksille mahdollisuuden uudenlaiseen markkinointiin, sillä kuluttajat ovat oppineet tunnistamaan uskottavia sertifiointimerkkejä. Sertifioinnin kautta on myös mahdollisuus kasvattaa markkinaosuutta ja löytää uusia asiakkaita, ja se avaa ovia myös kansainvälisille markkinoille. [57.]

FCG Suunnittelu ja tekniikka Oy:n vuoden 2018 tehdyn selvitystyön mukaan osa yrityksistä kokee sertifioinnin haasteelliseksi, jonka vuoksi sertifiointia ei haluta tehdä. Selvitykseen vastasi eri kokoisia ja useita matkailun toimialoja edustavia toimijoita ympäri Suomen. Selvitystyön mukaan noin 60 %:a vastaajista joko teki systemaattisesti tai oli aloittamassa toimia vastuullisuuden eteen. Kolmasosa vastaajista kertoi käyttävänsä vastuullisuutta ja laatua ilmentävää merkkiä tai sertifikaattia. Vastuullisia toimenpiteitä suunnittelevat yritykset olivat suurimmaksi osin mikroyrityksiä. Osalle yrityksistä oli myös epäselvää mitä sertifiointeja on olemassa ja mitkä sopivat parhaiten omalle yritykselle.

Toiset yritykset olivat toisaalta tutustuneet eri sertifiointeihin, mutta eivät olleet vielä ehtineet tekemään sen eteen toimenpiteitä. Yrityksissä oli myös sellaisia, jotka eivät kokee merkistä olevan hyötyä tai sen kasvattavan yrityksen liikevaihtoa. Sertifiointiprosessi koettiin myös yrityksiä mielestä liian työlääksi, kalliiksi, hyödyttömäksi ja byrokrattiseksi tavaksi viedä vastuullisuutta eteenpäin. Osa yrityksistä piti myös arjentekojä ja toteutusta tärkeämpänä kuin virallista sertifiointia. [23.]

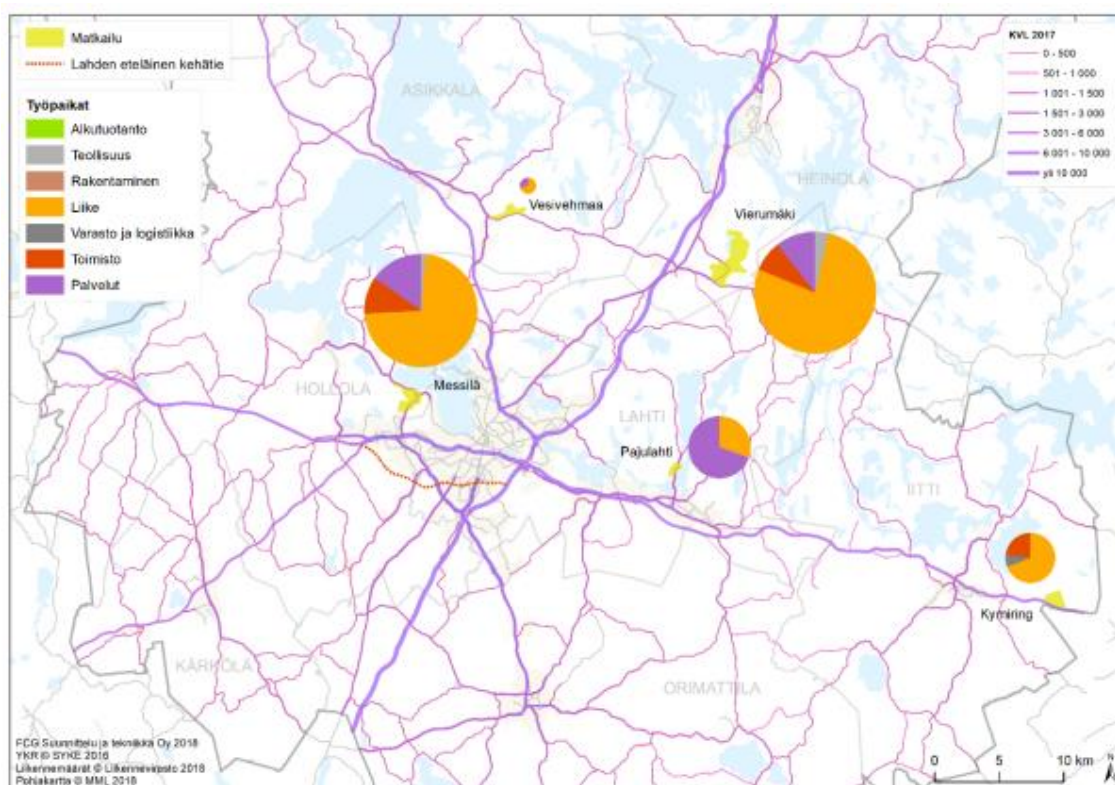
Matkailijoille sertifiointi tarjoaa ympäristö- ja sosiaalisesti vastuullisia valintoja. Sertifiointit auttavat kuluttajia tunnistamaan, mitkä yritykset ovat sosiaalisesti kestäviä ja ympäristöystävällisiä, jolloin kuluttaja voi itse tehdä kestävämpiä valintoja matkaa suunnitellessa. Matkailijalle sertifiointi lisää yleistä tietoisuutta vastuullisista liiketoimintakäytännöistä ja se voi myös herättää matkailijoiden kiinnostuksen alueen ympäristö- ja yhteiskunnallisiin kysymyksiin, jolloin he myös itse voivat toimia kunnioittavasti tai aluetta mahdollisimman vähän kuluttavasti ja häiritsevästi. Sertifioidut yritykset tarjoavat usein myös laadukkaampia palveluja. [57.] Matkailijoille tärkeimpiä kestävyys osoituksia matkailupalveluissa on paikallisten tuotteiden ja palveluiden käyttö, paikallisten työllistäminen, kulttuuriperinnön vaaliminen ja paikallisen väestön huomioiminen [98].

Paikallisväestölle sertifiointi tukee sekä ympäristön kestävästä käyttästä että paikallisten yhteisöjen sosiaalikulttuurista ja taloudellista hyvinvointia sertifioidun yritysten läheisyydessä. Liiketoiminnan ollessa taloudellisesti kestävästä ja yrityksen tarjottaessa laadukasta palvelua sen varmistamiseksi, tuo se mahdollisia etuja pitkällä aikavälillä myös paikallisille. [98.] Monet maailman vetovoimaisimmat luonnonrikkaudet sijaitsevat taloudellisesti köyhillä alueilla, joilla ei ole mahdollisuutta kontrolloida matkailun haittavaikutuksia, ja siksi matkailun tuomat hyödyt ja haitat jakaantuvat oikeudenmukaisemmin. Kestävä luontomatkailu lisää luonnonympäristön suojelua ja alkuperäisväestön hyvinvointia. Luontomatkailusta toimeentulonsa saavat paikalliset vähentävät luonnon muuta käyttöä, kuten metsien hakkuuta ja salametsästystä. Samalla se lisää paikallisten kiinnostusta luonnonsuojelua kohtaan. [59.]

5 Lahden seudun matkailuyritysten sertifikaattien kartoitus

5.1 Lahden seudun matkailu

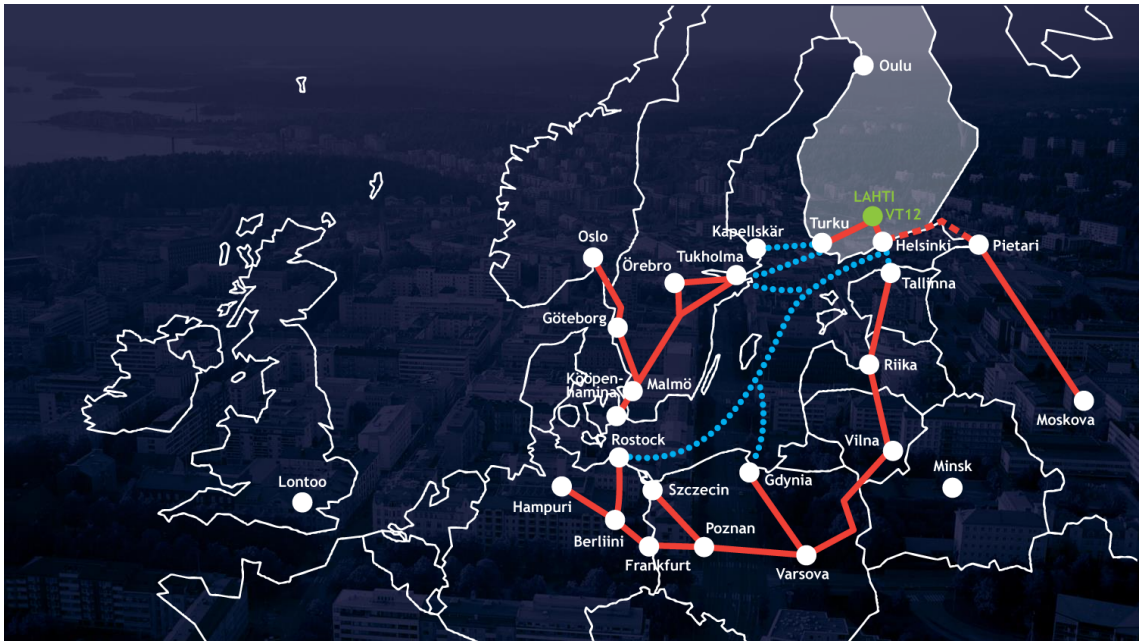
Päijät-Hämeen kuntia ovat Asikkala, Hartola, Heinola, Hollola, Hämeenkoski, Kärkölä, Lahti, Nastola, Orimattila, Padasjoki ja Sysmä, joista Lahti, Heinola ja Orimattila ovat kaupunkeja. Väkiluvultaan maakunta on maan kahdeksanneksi suurin. [99.]. Päijät-Hämeessä matkailulla on tärkeä rooli, ja Lahden alueen elinkeinostrategian mukaan matkailuala tuleekin kasvamaan tulevaisuudessa Päijät-Hämeen alueella [100]. Matkailun ja vapaa-ajan kasvualueet ovat tällä hetkellä Asikkala, Heinola, Hollola, Iitti ja Lahti [101]. Matkailun kasvualueet esiintyvät kuvassa 10.



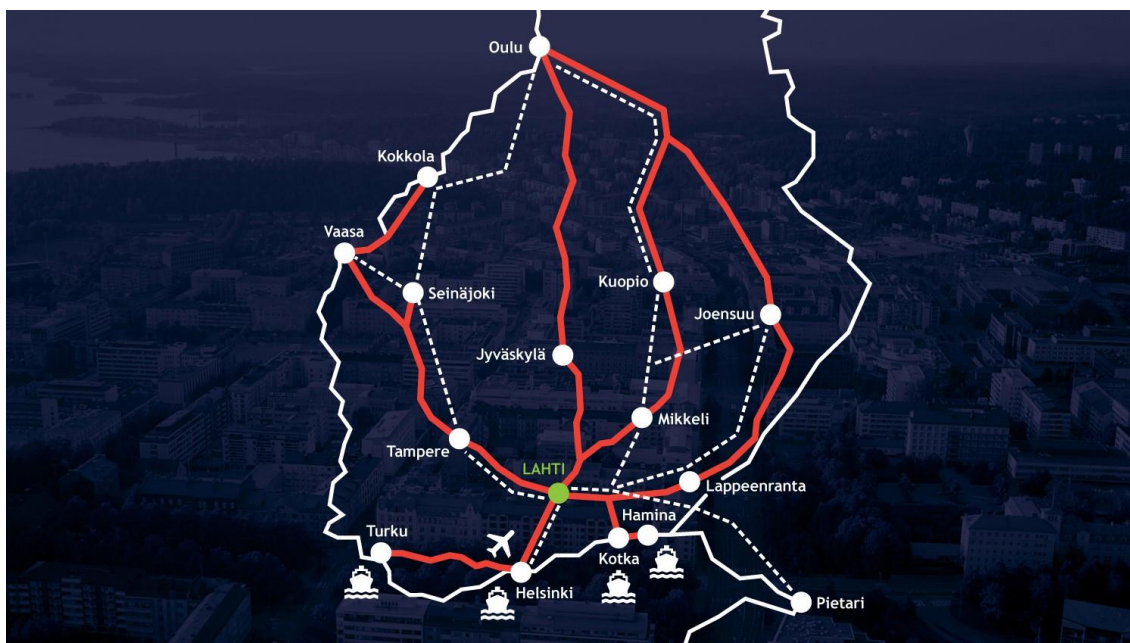
Kuva 10. Lahti-Vesivehmaan lentokenttä, Vierumäen/Urheiluopiston alue, Messilän alue, Kymi-ring sekä Pajulahden alue ovat Päijät-Hämeen matkailun ja vapaa-ajan kasvualueita (keltainen väri) [101].

Päijät-Hämeen matkailu- ja tapahtumastrategia antaa suuntaviivat alueen matkailuelinkeinon ja tapahtumatoiminnan kehittämiseksi. Tavoitteena on vahvistaa

matkailuelinkeinoa ja hyvinvointia maakunnassa. Kansainvälistyminen on keskeinen osa-alue kasvua ja uusia työpaikkoja luotaessa. Päijät-Hämeen vetovoimaa voidaan lisätä hyvällä palvelumuotoilulla esimerkiksi matkailu-, vapaa-aika- ja hyvinvointipalvelujen kiinnostavuuden kehittämällä. Tässä on oleellista ulkopuolinen näkökulma, jossa on tunnistettava, mikä kiinnostaa potentiaalisia vierailijoita. Kasvualueiden rinnalla matkailussa korostuvat näkyvinä teemoina erityisesti luontoarvot, vesistöjen hyödyntäminen ja veneily, liikunta, talviurheilu sekä tapahtumamatkailu. [102, s. 15, 19.] Päijät-Hämeen alueelta, erityisesti Lahden alueelta, on tehokkaat liikkumismahdollisuudet sekä kansainvälisesti että kotimaisesti, mikä kasvattaa alueen matkailun potentiaalia. Kuvassa 11 esiintyy kansainväliset yhteydet Lahden alueelta, ja kuvassa 12 esiintyy kotimaan yhteydet Lahden alueelta. [103.]



Kuva 11. Lahden alueelta on hyvät yhteydet liikkua kansainvälisesti esimerkiksi Pietariin lentää vain alle 3 tuntia Lahdesta [103].



Kuva 12. Lahdesta on sujuvat yhteydet muihin kaupunkeihin, esimerkiksi Helsinki-Vantaa lento- kenttä sijaitsee vain yhden tunnin ajomatkan päässä [103].

Matkailun mahdollisuuksia alueella ovat sijainnin lisäksi mm. ympäristöosaaminen. Kesän vetovoiman lisääminen ja tapahtumien kehittäminen kuuluu alueen mahdollisuuksiin. Ympäristövastuullisuus koostuu veden, ilman ja maaperän huomioimisesta, ilmastomuutoksen hillitsemisestä, energiatehokkuuden panostamisesta, luonnon monimuotoisuuden turvaamisen huomioimisesta sekä tehokkaan ja säästävän luonnonvarojen käyttämisestä. Yrittäjiä kannustetaan ottamaan käyttöön ympäristömerkit ja toteuttamaan ympäristövastuullisia investointeja. [100.] Lahden seudulla on merkittävä ympäristöosaamisen ja -liiketoiminnan keskittymä. Kierrätykseen sekä veden ja maaperän puhdistamiseen liittyvä asiantuntemus on kansainvälisesti tunnettua. Vahvat oppilaitokset ja tutkimusyksiköt sekä noin 130 alan yritystä luovat vertaansa vailla olevia synergiaetuja. Euroopan komissio on valinnut Lahden Euroopan ympäristöpääkaupungiksi vuodelle 2021. [104.]

Lahden seutu – Lahti Region Oy:n (Visit Lahti) internetsivuille on ilmoitettu aktiviteetteja Lahden seudulla tällä hetkellä yhteensä noin 1050, joihin kuuluu mm. areenat ja tapahtumapaikat, arkkitehtuuri ja design, hissiliiput, juhlatilat ja tilausravintolat, kulttuuri ja taide, lapsille tarkoitetut aktiviteetit, liikunta ja hyvinvointi, luontoaktiviteetit, nähtävyydet, ostokset, retket ja opastukset, ryhmille tarkoitetut aktiviteetit, saunat, ravintolat sekä

vesillä tapahtuvat aktiviteetit. [105.] Alueella on useita kansallispuistoja ja luontoreittejä, useita vesistöjä, monipuoliset kuntoilureitit ja treenikeskus [106]. Lahden seudulla on myös yli 200 liikunta- ja urheilutapahtumaa vuodessa [103].

5.2 Kartoituksen suunnittelu ja toteutus

Päijät-Hämeen matkailualan yritysten sertifikaattien kartoituksen tarkoituksena oli selvittää, kuinka moni matkailualan yritys on tietoinen Sustainable Travel Finland -ohjelmasta ja kuinka suurella osalla matkailualan yrityksistä on käytössä jokin Sustainable Travel Finland -ohjelmaan hyväksytty sertifikaatti tai jokin muu matkailualan sertifikaatti. Kyselyssä selvitettiin myös yritysten kiinnostus hakea mukaan Sustainable Travel Finland -ohjelmaan ja yritysten aikomusta hakea jotain tiettyä sertifikaattia tulevaisuudessa.

Lahden seudun matkailuyritysten sertifikaattien kartoitusta varten aloitettiin ensimmäiseksi selvittämään mikä on sujuvin tapa tavoittaa Päijät-Hämeen matkailualan yritykset. Koska Lahden seudulla on satoja matkailualan yrityksiä, päädyttiin siihen, että paras tapa tavoittaa yritykset, on ottaa yhteyttä Lahti seutu – Lahti Region Oy:een, ja tavoittaa yritykset sitä kautta. Lahti Region Oy:n tavoitteena on hakea destinaationa Visit Finlandin lanseeraamaa Sustainable Travel Finland -merkkiä vuoden 2020 loppuun mennessä. Sen tarkoituksena on tukea Lahden ympäristöpääkaupunkistatusta. Merkin edellytyksenä on, että vähintään 51 prosentilla destinaation yritysverkoston yrityksistä (mukaan lukien liikevaihdoltaan suurimmat yritykset) tulee olla jokin Sustainable Travel Finland -ohjelmaan hyväksytyistä sertifikaateista.

Kartoituksen seuraavana vaiheena pohdittiin Lahti Region Oy:n kanssa, mikä on paras tapa toteuttaa sertifikaattien kartoitus. Vaihtoehtoina oli tehdä matkailualan yrityksille kyselylomake, josta laitetaan kyselylinkki massasähköpostina yrityksille tai laitetaan kysely sähköpostin muodossa, johon sertifikaatin omaavat yritykset voivat ”ilmoittautua”. Matkailuyritykset päätettiin lopulta tavoittaa ensimmäisen vaihtoehdon mukaan. Lahti Region Oy toteutti kyselyn Lyyti-kyselyn avulla. Lyyti-kysely löytyy liitteestä 2. Kyselyyn annettiin yrityksille vastausaikaa yksi kuukausi.

5.3 Tulokset

Kyselylomake lähetettiin 529:lle Päijät-Hämeen alueella sijaitseville matkailualan yrityksille, joista 25 vastasi kyselyyn. Kyselyyn vastanneiden yritysten toimialat koostuivat

- majoitustoiminnasta
- ohjelmapalveluista ja matkaoppaiden palveluista
- ravitsemustoiminnasta
- vähittäiskaupasta
- luontokohteiden palveluista
- matkatoimistoista, matkanjärjestäjistä ja varaushpalveluista
- kokous-, kongressi- ja tapahtumatoiminnasta
- golfkentistä.

Kyselyyn vastanneista matkailualan yrityksistä yhdeksätoista vastasi olevansa kiinnostunut hakemaan mukaan Sustainable Travel Finland -ohjelmaan, joista kolmella toista yrityksistä ei ole tällä hetkellä ympäristösertifikaattia. Yrityksistä kuusi vastasi käyttävänsä jo jotakin ohjelmaan sopivaa sertifikaattia. Yritysten tämänhetkessä käytössä olevia sertifikaatteja on Joutsenmerkki (2), Ekokompassi (1), Green Key (1) ja ECEAT Suomi (1). Lisäksi yksi yritys vastasi käyttävänsä Green Start -sertifikaattia. Green Start -sertifikaatin omistama yritys on valmis hakemaan muuta ohjelmaan sopivaa sertifikaattia, jos nykyisellä sertifikaatilla ei voi hakea mukaan siihen.

Kyselyyn vastanneista yrityksistä kuusi vastasi, ettei ole kiinnostunut lähtemään mukaan Sustainable Travel Finland -ohjelmaan, ja näistä yksi yritys kertoi omistavansa Kirkon Ympäristödiplomin. Kirkon Ympäristödiplomi on seurakuntia varten suunniteltu väline, joka auttaa niitä kantamaan vastuuta luomakunnasta ja kehittämään toimintaansa ympäristöystävälliseksi.

Yrityksistä kaksitoista kertoi olevansa kiinnostunut hakemaan tai on jo hakemassa Sustainable Travel Finland -ohjelmaan sopivaa sertifikaattia, ja näistä kahdeksan yritystä on hakemassa Biosphere (1) -, Green Key (1) -, Joutsenmerkki (1) -, Ekokompassi (1) -, HI-Quality & Sustainability (HI-Q&S) (1) -tai Green Activities (3) -sertifikaattia. Yrityksistä neljä vastasi tutustuvansa sertifikaatteihin paremmin, suunnittelevansa hakevansa

sertifikaattia tai etsivänsä yksinkertaista, edullista ja vähän työtä vievää järjestelmää ennen hakuprosessin aloittamista.

Kyselyn tuloksien avulla Lahti Region Oy sai kartoitettua sertifikaattien tämänhetkisen tilanteen Lahden seudun matkailualan yrityksissä. Yritys voi alkaa miettiä jatkotoimenpiteitä, joilla voisi tavoittaa loput matkailualan yritykset ja näin ollen hakea destinaationa Sustainable Travel Finland -merkkiä vuoteen 2020 mennessä.

5.4 Johtopäätökset

Kyselyyn vastanneista matkailuyrityksistä 76 % on kiinnostunut hakemaan Sustainable Travel Finland -ohjelmaan, 48 % aikoo hakea tulevaisuudessa ympäristösertifikaattia ja 24 %:lla on jo käytössä jokin ympäristösertifikaatti. Tuloksista voidaan päätellä, että yritykset haluavat viestittää asiakkailleen toimivansa kestävä kehityksen periaatteiden mukaisesti ja haluavat ottaa ympäristöasiat huomioon toiminnassaan. Markkinointituen ja lisänäkyvyyden saaminen voivat myös lisätä yritysten halukkuutta hakea sertifikaattia ja mukaan ohjelmaan. Sustainable Travel Finland -ohjelma voidaan kokea ajankoh- taiseksi ja hyväksi keinoksi lähteä hakemaan sertifikaattia ja Sustainable Travel Finland -sateenvarjomerkkiä. Kyselyn tuloksista voidaan myös päätellä, että kyselyyn vastanneet yritykset ovat tietoisia Sustainable Travel Finland -ohjelmasta, jonka vuoksi yrityksellä on voinut olla pienempi kynnyks vastata kyselyyn kuin yrityksillä, jotka eivät tunne ohjelmaa.

Matkailualan yritykset ovat kiinnostuneita ympäristösertifikaateista, mutta sertifikaattien laajan tarjonnan vuoksi yritys voi kokea haasteelliseksi etsiä itselleen sopivinta sertifikaattia, joka on myös hinnaltaan sopiva. Lisäksi sertifiointin toteuttamisprosessi voidaan kokea hankalaksi ja aikaa vieväksi. Eräs yritys myös kertoi, että mikään Sustainable Travel Finland -ohjelmaan sopivista sertifikaateista ei toimi omassa matkailuoppaan työssä. Sertifikaattien tarjonta Sustainable Travel Finland -ohjelmassa voisi näin ollen olla laajempi tai sertifikaatit voisi esittää selkeämmin, jolla huomioitaisiin paremmin matkailualan mikroyritykset.

Päijät-Hämeen matkailualan yrityksistä noin 95 % jätti vastaamatta kyselyyn, mistä voidaan päätellä, että osa yrityksistä ei ole kiinnostunut tai yritykset ovat epätietoisia

Sustainable Travel Finland -ohjelmasta. Lisäksi yritykset voivat olla epätietoisia siitä, että Sustainable Travel Finland -kehityspolulle lähteminen tai merkin hakeminen ei maksa yrityksille tai alueille mitään ja, että ohjelmaan voi myös hakea mukaan ilman sertifikaattia. Tieto siitä, että ohjelmaan mukaan hakeminen on ilmaista, voisi lisätä yrityksiä kiinnostusta hakea mukaan ohjelmaan ja käynnistää ympäristösertifikaatin hakuprosessin.

Sujuvin tapa tavoittaa Lahden seudun matkailualan yritykset on Lahden seutu - Lahti Region Oy:n (Visit Lahti) kautta. Kyselylomake voi olla tehokas keino tavoittaa matkailualan yritykset ja sen avulla voidaan aktivoida yrityksiä hakemaan mukaan Sustainable Travel Finland -ohjelmaan. Lahden seudun matkailualan yrityksiä voidaan aktivoida hakemaan mukaan ohjelmaan viestittämällä ohjelman sisällöstä ja sertifikaattien hakuprosessista. Ohjelman sisältö ja sertifikaattien hakuprosessin vaiheet voidaan liittää kyselylomakkeeseen mukaan esimerkiksi verkkolinkkien kautta, jotta yritykset ymmärtäisivät paremmin mistä ohjelmasta ja merkistä on kyse. Lisäksi Sustainable Travel Finland -ohjelmasta kiinnostuneet matkailualan yritykset voidaan ohjata Visit Finlandin verkkosivuille, jonka kautta pääsee tutustumaan Sustainable Travel Finland -e-oppaaseen, osallistumaan Visit Finland Akatemian Sustainable Travel Finland -valmennukseen ja tekemään yrityksen nykytilan kartoituksen online-itsearviointin kautta.

6 Vastuullisen yrityksen suunnitelma

Vastuullisen yrityksen huomioi toimintansa vaikutukset ympäristöön ja yhteiskuntaan, toimii mahdollisimman kestäväällä tavalla ja sovittaa yhteen yrityksen ja sen sidosryhmien tavoitteet ja odotukset. Vastuullisen yrityksen suunnitelman lähtökohtana on yrityksen strategia ja tarve, jossa tunnustetaan yrityksen liiketoiminnan kannalta olennaiset vastuullisuuden osa-alueet. Suunnitelmassa otetaan huomioon sidosryhmien vaatimusten tunnistaminen ja toimintaympäristön analysointi suhteessa organisaation sisäiseen kyvykkyyteen. Yrityksen toiminnassa tunnustetaan myös olennaiset vastuullisuusteemat, joista johdetaan systemaattinen kehittämissuunnitelma ja siihen liittyvät konkreettiset toimenpiteet. [107.]

Vastuullinen liiketoiminta pienentää yrityksen riskejä esimerkiksi maine-/imago- ja riskkejä, kuluttajavalituksia, kansainvälistymiseen liittyviä riskejä sekä kehittyvillä markkinoilla

toimimiseen liittyviä riskejä. Yritysvastuuseen panostaminen voi avata uusia liiketoimintamahdollisuuksia, joka tukee yrityksen kansainvälistymistä ja kasvua. Vastuullisuus myös lisää sijoittajien kiinnostusta yritystä kohtaan, sillä sijoittajat tulevat jatkossa kiinnittämään entistä enemmän huomiota yrityksen vastuullisuuteen ja esimerkiksi sitoutumiseen Pariisin ilmastositoumuksen tavoitteisiin. Lisäksi vastuullinen toiminta lisää yrityksen ja sen tuotteiden arvoa asiakkaiden silmissä, auttaa erottautumaan kilpailijoista ja lisää työntekijöiden ja muiden sidosryhmien tyytyväisyyttä ja sitoutumista. [107.]

Vastuullisen toiminnan avulla voidaan mitata yrityksen vastuullisuutta. Se vaatii yritykseltä strategista suunnitelmallisuutta, prosessien kirjaamista ja toimintasuunnitelmien jalkauttamista henkilöstölle. Yhteistyökumppanit ja asiakkaat arvostavat vastuullisuutta, joten vastuullisuudesta kannattaa kertoa kaikissa kohtaamisen vaiheissa. Toiminta on järkevää osoittaa tekoina palvelutilanteissa. Vastuullisuus perustuu tietoon, tiedon soveltamisena käytäntöön ja toimintaan, jatkuvaan omavalvontaan ja lopuksi vastuullisuudesta tiedottamiseen markkinointiviestinnän keinoin. Vastuullisuudesta kertominen asiakkaille synnyttää tunteen laadusta ja siitä, että yritys toimii oikein. Tärkeää on antaa asiakkaille tunne, jossa he tekevät oman osuutensa vastuullisuuden eteen tulemalla yrityksen asiakkaaksi. [108.]

6.1 Vastuullisuusviestintä

Vastuullisuusviestintä huomioi yrityksen toimintaympäristön ja pohjautuu yrityksen missioon, visioon ja arvoihin. Tehokas vastuullisuusviestintä on strategisesti suunniteltua ja laadukkaasti toteutettua. Matkailuyritys pyrkii omalla vastuullisuusviestinnällään lisäämään sekä itse yrityksen että sen tuotetarjonnan houkuttelevuutta kuluttajille. Hyvin suunniteltu ja toteutettu vastuullisuusviestintä auttaa perustelemaan hintaa, kehittää kilpailukykyä ja lisää vuorovaikutusta tärkeiden sidosryhmien kanssa. [109.]

Yrityksen yhteiskuntavastuulla viitataan kestävän kehityksen edistämiseen yrityksessä. Vastuullinen yritys huomioi toiminnassaan ympäröivän yhteiskunnan ja harjoittaa pitkällä aikavälillä taloudellisesti, ekologisesti ja sosiokulttuurisesti kestävästä yritystoimintaa. Matkailun jatkuva kasvu haastaa alan toimijat hakemaan vastuullisempia ratkaisuja sen kestävyteen. Visit Finland on kehittänyt valmennuskonseptin, jolla yrityksiä ohjataan vastuullisuustekoihin sekä viestimään niistä rohkeasti. Sertifikaattien hyödyntäminen

viestinnässä on järkevää, mutta vastuullisuusviestinnän ytimen muodostavat kuitenkin enemmän konkreettiset teot ja kiinnostava sanoma. [110.]

6.2 Sustainable Travel Finland -ohjelma

Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelma on kestävän matkailun ohjelma matkailualueille ja -yrityksille. Ohjelman tarkoituksena on edistää matkailuelinkeinon kestävää kehittämistä ja kasvua, helpottaa vastuullisten toimintatapojen omaksumista yrityksen arkeen sekä kasvattaa matkailijatoimijoiden kestävän kehityksen mukaisen matkailun osaamista. STF-ohjelman avulla viestitään vastuullisesta matkailutoiminnasta, joka helpottaa matkailijoita tekemään vastuullisia valintoja matkustuspäätöksiä tehtäessä. Ohjelma tarjoaa yrityksille ja matkailualueille kestävän matkailun kehittämisselityksen, konkreettisen kestävän matkailun työkalupakin ja alan uusinta tietoa. Kyseessä ei ole uusi sertifiointi, vaan olemassa olevia sertifikaatteja yhteen kokoava sateenvarjomerkki, ja kehittämisorientoitunut ja markkinoinnillinen kokonaisuus. Ohjelma auttaa matkailualueita toimimaan systemaattisesti ja pitkäjänteisesti kestävän matkailun edistämiseksi, ja se koostuu merkin alle alueen STF-yritykset ja lisää alueen tunnettuutta kestävänä matkailukohteena. Lisäksi se lisää kestävän matkailun yhteistyötä kunnan/julkisten toimijoiden, alueorganisaatioiden ja yritysten välillä, ja se kasvattaa Suomen tunnettuutta kestävän matkailun maana. [111.]

Yrityksen kehittämistyötä aloittaessa tulee olla perustietotaito siitä, mitä kestävä matkailu on. Sustainable Travel Finland -ohjelmaan mukaan haluavilla yrityksillä tulee olla ymmärrys siitä mitä kestävä kehitys matkailussa merkitsee ja mitä toimenpiteitä se käytännössä tarkoittaa. Mikä tahansa matkailuyritys tai -destinaatio voi hakea mukaan Sustainable Travel Finland -ohjelmaan. [112.] Yrityksille ja matkailualueille ohjelma tarjoaa 7-asteleisen kestävän matkailun kehittämisselityksen. Kehittämisselitys kuljetaan Sustainable Travel Finland -onlinealustalla, jossa ohjelman kriteeristön täytyminen todennetaan. Ohjelman tueksi on luotu Sustainable Travel Finland -e-opas, jossa varmennetaan kulkijan perustieto kestävän matkailun kehittämisestä, ja joka perehdyttää kulkijan ohjelman sisältöön. Ohjelman askeleet ovat

- Askel 1. Sitoutuminen

- Askel 2. Osaamisen kasvattaminen
- Askel 3. Kehittämissuunnitelman laatiminen
- Askel 4. Vastuullisuusviestintä
- Askel 5. Sertifiointi
- Askel 6. Todentaminen ja mitattavuus
- Askel 7. Sopimus Sustainable Travel Finland -merkin käytöstä. [113.]

Askel 1:ssä tehdään päätös kestävän matkailun edistämisestä ja toimijoiden sitouttamisesta yrityksessä, ja nimetään kestävä matkailua koordinoiva henkilö, joka hakee STF-ohjelmaan luomalla yrityksen profiilin Sustainable Travel Finland -onlinealustalle. Yritys tekee virallisen päätöksen, että kestävä matkailu on tärkeä osa yrityksen liiketoimintaa ja sen henkilökunta sitoutuu Sustainable Travel Finland -ohjelmaan mukaan lähtemiseen. Yrityksen tulee hyväksyä Visit Finlandin kestävän matkailun periaatteet. [114.]

Askel 2:ssa kasvatetaan kestävän matkailun osaamista, johon STF-ohjelma luo työvälineet. Osaamista voi kasvattaa esimerkiksi tutustumalla STF-ohjelman omaan e-oppaaseen, osallistumalla oman alueen Visit Finland Akatemian vastuullisuusvalmennuksiin sekä tekemällä online-itsearviointin STF -onlinealustalla. [115.]

Askel 3:ssa laaditaan yritykselle kehittämissuunnitelma, joka on yrityksen kestävän matkailun edistämisen tärkeä työkalu. Sen avulla pureudutaan yrityksen nykyiseen toimintaan ja siihen mitkä ovat keskeisimmät kehittämiskohteet. Suunnitelmassa kannattaa huomioida kaikki tuotteet ja palvelut sekä niiden toteuttamiseen liittyvät palveluketjut esimerkiksi kehitystyön lopputulos kärsii, jos yhden palveluketjun osa-alue unohtuu tarkastelusta. Jos yrityksellä on jo kestävän matkailun kehittämissuunnitelma, se tulee tarvittaessa päivittää esimerkiksi kattamaan toimenpiteitä kaikilta kestävän matkailun osa-alueilta. [116.]

Kehittämissuunnitelman toteutumista tulee seurata vuosittain. Sen avulla yritys saa parempia tietoja päätöksentekoon ja pystyy hallitsemaan riskejä tehokkaammin. Seuran avulla yritys kykenee priorisoimaan toimenpiteitään helpommin, seuraamaan kävijäkokemuksen kehittymistä, mittaamaan kävijäkohtaisen arvon lisääntymistä sekä pystyy kertomaan työstä kestävyden eteen rehellisesti ja läpinäkyvästi. Vuosittainen seuranta osoittaa myös tuloksen parantumisen eli syntyneet kustannussäästöt. Seuranta

varten toimenpiteille tulee määritellä mittarit, jotka parhaassa tapauksessa ovat yhtenevät Sustainable Travel Finland -indikaattoreiden kanssa (askel 6). Online-alustalla olevat indikaattorit liittyvät kaikkiin kestävyysosa-alueisiin eli ekologiseen, sosiokulttuuriseen ja taloudelliseen sekä Visit Finlandin kestävä matkailun periaatteisiin ja YK:n Agenda2030:n tavoitteisiin. [116.]

Askel 4:ssa yritys viestii kestävä matkailun toimenpiteistään. Vastuullisuus saattaa olla matkailijalle se viimeinen valintakriteeri, minkä perusteella hän tekee valinnan esimerkiksi siitä, tuleeko Suomeen, valitseeko tietyn alueen lomakohteeksi tai yrityksen palvelut. Vastuullisuudesta viestimällä yrityksen ja destinaation käytännön toimilla on mahdollista lisätä myös matkailijoiden ymmärrystä vastuullista matkailua kohtaan. [117.]

Askel 5:ssa sertifikaattia hakevan yrityksen tulee selvittää, mikä kestävä matkailun sertifiointi on yritykselle hyödyllisin, ja käynnistää prosessin sen hakemiseksi. Jos yrityksellä on jo sertifiointi, yritys tarkastaa onko sertifiointi suoraan hyväksytty STF-ohjelman alle. [112.] Saadakseen Sustainable Travel Finland -merkin, yrityksellä tulee olla jokin ohjelmaan hyväksytty sertifikaatti [118].

Askel 6:ssa yritys todentaa, että se on tehnyt kestävä matkailun toimenpiteitä yli vuoden ajan sekä sitoutuu valtakunnallisiin kestävä matkailun mittareihin [112]. Seurannan pohjaksi tarvitaan sekä nykytilasta tehty analyysi että tulevaisuutta varten asetetut tavoitteet ja mittarit. Seuranta tulee tehdä myös Sustainable Travel Finland -online-itsearviointia ja indikaattoreita hyödyntäen. [119.]

Askel 7:ssä yritys hyväksyy Sustainable Travel Finland -merkin käyttösäännöt sekä tekee Sustainable Travel Finland -sopimuksen Business Finlandin/Visit Finlandin kanssa. Yritys sitoutuu myös Sustainable Travel Finland -merkin visuaaliseen ohjeistukseen. [112.]

Ennen kuin yritys saa Sustainable Travel Finland -merkin, sen on vielä todennettava, että kestävä matkailun toimenpiteitä on tehty ja sitoutua valtakunnallisiin kestävä matkailun mittareihin. Yrityksille jo pelkkä matka kohti vastuullista matkailua on se tärkein osa ohjelman prosessia, sillä toiminta ja ajatukset ovat kehityspolun kulkeneina paljon viisaampia ja vastuullisempia. [113.]

6.3 Best Lake Nature Adventures Oy

Best Lake Nature Adventures Oy on luontomatkailuyritys, joka toimii Lahden alueella. Yritys tarjoaa luontoelämyksiä ja luontokoulutusta pääkohderyhmänään kansainväliset kuluttajat ja koulutusmatkoja järjestävät matkanjärjestäjät. Luontoelämykset koostuvat luontoretkestä, kuten melonta-, patikointi-, pyörä- ja lumikenkäretkestä sekä luonnonantiiniin tutustumisesta. Päiväretkillä pääsee nauttimaan luonnosta haluamalla tavalla eri vuodenaikoina ympäri vuoden paikallisen luonto-oppaan opastuksella.

Yritys on perustettu vuonna 2016 ja se työllistää päätoimisesti yhden henkilön. Sesonkiaikoina yritys työllistää muita henkilöitä ostopalveluina. Yrityksen yhteistyöverkostoon kuuluu alueen muita matkailuyrityksiä ja palveluntuottajia. Yritys tekee tiivistä yhteistyötä myös paikallisen matkailuorganisaation Visit Lahti sekä Pajulahden Urheilupuiston kanssa. Luontomatkailuyrityksenä Best Lake Nature Adventures Oy pyrkii huomioimaan kaikessa toiminnassaan kestävän kehityksen periaatteet.

6.4 Sertifikaatin valitseminen

Sertifikaatin valinnassa ensisijaisesti tulee ottaa huomioon, mitkä sertifikaatit sopivat juuri omalle yritykselle. Sustainable Travel Finland -sateenvarjo-yrityksimerkin osaksi sopivat hyväksytyt yritystason sertifikaatit esitetään liitteessä 1, jossa on esitetty sertifikaattien soveltuvuus toimialoittain. Toinen asia, mikä on hyvä ottaa sertifikaatin valinnassa huomioon, on sen hinta. Best Lake Nature Adventures Oy:lle sopivimpia sertifikaatteja on Biosphere, Ekokompassi, Green Activities ja ISO 14001. Nämä sertifikaatit sopivat kaikki sellaiselle mikroyritykselle, joka tarjoaa ohjelmalveluja ja matkaoppaiden palveluja ja/tai luontokohteiden palveluja.

Best Lake Nature Adventures Oy:lle päädyttiin valitsemaan Biosphere Active tourism and Adventures -sertifikaatti, joka on tarkoitettu aktiivimatkailuun tarjoaville yrityksille. Biosphere-sertifikaatin avulla yritys parantaa toimintansa suorituskykyään ja vähentää toiminnan kehittämisen kielteisiä vaikutuksia takaamalla riittävän tasapainon taloudellisen, sosiokulttuurisen ja ympäristöllisen kestävyuden osa-alueille. Sertifikaatti voidaan myöntää matkailualueille ja eri sektoreilla toimiville matkailuyrityksille. Biosphere-

sertifikaatin online-muotoinen prosessi tukee pitkäjänteistä kehittämistä, johon kuuluu osallistuville tahoille tukea, koulutusta ja tapahtumia. Best Lake Nature Adventures Oy käynnistää sertifiointin hakemisen sitten, kun Lahden seutu – Lahti Region Oy on hakenut alueellista sertifiointia.

6.5 Kehittämissuunnitelman laatiminen

Visit Finlandin luoma kestävä matkailun kehittämissuunnitelma on seitsemän vaiheinen ja sen aikana ohjelmaan osallistuvat yritykset sitoutuvat toiminnassaan noudattamaan heille määriteltyjä kestävä matkailun periaatteita. Ohjelman suorittaminen edellyttää osallis- tujilta mm. osallistumista vastuullisuusvalmennuksiin, kehittämissuunnitelman laatimista ja vastuullisuusviestinnän kehittämistä. Toteutetut toimet todennetaan vertaamalla niitä valtakunnallisiin kestävä matkailun mittareihin, jotka on otettu Suomessa käyttöön vuonna 2019. Sustainable Travel Finland -polulla toteutetaan Suomen matkailustrate- giaa ja hallituksen tavoitteita kestävästä yhteiskunnasta [120].

Best Lake Nature Adventures Oy:lle laadittiin kehittämissuunnitelma, jonka avulla käyn- nistettiin yrityksen kestävä kehitystä tukevat toimenpiteet. Kehittämissuunnitelman avulla pureuduttiin yrityksen nykyiseen toimintaan ja siihen mitkä ovat sen keskeisimmät kehittämiskohteet.

6.5.1 Yrityksen tahtotila ja henkilökunnan osallistuminen ja sitouttaminen

Best Lake Nature Adventures Oy:n nykytilanteen analysoinnin pohjalta määriteltiin ensin yrityksen tahtotila ja sen saavuttamiseksi tarvittavat päätavoitteet. Yritys keskittyy toimin- nassaan luontoon, ympäristöön ja paikallisiin ihmisiin niin, että yrityksen toiminnan posi- tiiviset vaikutukset olisivat mahdollisimman suuret ja negatiiviset vaikutuksen mahdolli- simman pienet. Yrityksen tarkoituksena on tuottaa palveluja, jotka tukevat kestävä ke- hitystä ja vastuullista matkailua. Yrityksen toiminnassa huomioidaan kestävä kehityk- sen ympäristölliset, sosiaaliset ja kulttuurilliset sekä taloudelliset kestävyden osa-alu- eet. Toimintaa varten asetetaan tavoitteita ja mittareita, joilla pyritään vastuulliseen mat- kailu- ja retkeilypalveluiden tuottamiseen ympäristöä kuormittamatta. Omalla toiminnalla

pyritään myös lisäämään asiakkaidensa tietoisuutta kestävästä ja vastuullisesta elämäntavasta ja matkailusta.

Henkilökunnan osallistamista ja sitouttamista varten henkilökunta perehdytetään ympäristökysymysten huomioimiseen jokapäiväisessä työskentelyssä, ja työntekijät perehdytetään ympäristötavoitteiden toteuttamiseen vastuullisen matkailun kehittämisessä. Toiminnan ympäristövastuun piiriin luetaan kaikki ne tekijät, jotka säästävät luonnonvaroja, resursseja ja luonnon monimuotoisuutta sekä vähentävät päästöjä ja jätemääriä. Toiminnassa otetaan riittävästi huomioon liiketoimintaan liittyvät riskit ihmisten ja ympäristön terveydelle. Työntekijöille tarjotaan asiaan liittyvää koulutusta ja tiedotusta. Yrityksessä on tunnistettu nykyinen ympäristöasioihin liittyvä osaaminen ja sen kehittäminen tärkeäksi arvoksi. Henkilökuntaa kannustetaan olemaan innovatiivinen ja kannustetaan esittämään ympäristöasioiden edistämiseen liittyviä ideoita. Työntekijöitä kannustetaan ekologisiin valintoihin myös työn ulkopuolella ja uusille tulokkaille tarjotaan perehdyttämisen yhteydessä tietoa ympäristötavoitteista ja niihin liittyvistä toimenpiteistä.

6.5.2 Vierailijakokemuksen kehittäminen

Best Lake Nature Adventures Oy:n vierailijakokemuksen kehittämistä varten asiakas otetaan mukaan tuote- ja palvelukehitykseen. Tätä varten yritykselle tehtiin osana insinööriä matkailijakyselylomakkeet suomeksi ja englanniksi. Matkailijakyselylomakkeiden tarkoituksena on kerätä säännöllisesti palautetta asiakkailta. Matkailijakyselylomakkeet löytyvät liitteestä 3 (suomenkielinen) ja 4 (englanninkielinen). Matkailijakyselylomakkeessa on kysymyksiä mm. vastuullisen matkailun kehittämisestä, palveluiden toimivuudesta sekä hiilijalanjäljen ja ilmastonmuutoksen huomioimisesta matkakohteessa ja matkan suunnittelussa. Retket ja luonnossa oppimisen ohjelmat toteutetaan niin, että vierailija saa kokea aidon ja paikallisen luontoelämyksen. Retkipalvelut räätälöidään asiakkaan tarpeiden mukaisiksi, jotta asiakas voi kokea luontoretkissä persoonallisuuden, yhteisöllisyyden ja kokemusten jaettavuuden.

Yrityksen retkipalveluiden monipuolisuudella pyritään korostamaan Suomen luonnon vetovoimaisuutta. Matkailijalle halutaan tarjota kokemus siitä, kun ruoka haetaan suoraan luonnosta sieni-, marja- tai villiyrttiretkillä. Matkailijalle halutaan tarjota myös henkinen ja rentouttava kokemus luonnossa. Tämä toteutuu erilaisilla retkillä, joita ovat esimerkiksi

patikointi metsässä, melominen kajakeilla ja pyöräily maalaismaisemassa. Lapsille järjestetään jännittäviä seikkailusyntymäpäiviä metsässä sekä koululaisryhmille ja leirikouluaisille luonnossa oppimisen ohjelmia, joissa esimerkiksi opitaan tunnistamaan metsä- ja suotyypit ja niiden lajisto sekä veden kiertokulku luonnossa. Luontolähtöisen yrityksen toiminnan tavoitteena on kertoa matkailijalle Suomen luonnon monimuotoisuudesta ja sen suojelemisesta sekä turvata hyvät elämisen mahdollisuudet niin luonnon eri eliölajeille kuin nykyisille ja tuleville sukupolville.

6.5.3 Omien toimintojen haittavaikutusten minimoiminen ja hyötyjen maksimoiminen toimintaympäristössä

Best Lake Nature Adventures Oy:n toimintojen haittavaikutusten minimoimisessa ja hyötyjen maksimoinnissa omassa toimintaympäristössä huomioidaan mm. lajittelu, kierrätys, jätemäärän vähentäminen, energian ja veden vähentäminen, palvelujen tuottaminen luontoympäristön haittavaikutukset minimoiden, ympäristömerkityt tuotteet ja materiaalit, ruokahävikin vähentäminen, luomu- ja lähiruoan suosiminen sekä hiilijalanjäljen pienentäminen, laskeminen ja kompensointi. Tätä varten asiakkaat opastetaan luonnossa liikumiseen vahingoittamatta luontoa ja retkikohteissa käytetään valmiita luontoreittejä niin maalla kuin luonnonvesistöissä. Asiakasta opastetaan ja neuvotaan luontotuotteiden oikeaa hyödyntämistä esimerkiksi kokonaisia varpuja ei revitä, vain marjat kerätään talteen. Retkillä opastetaan asiakas kohtaamaan luonto ja ympäristö tavalla, jolla kunnioitetaan luonnon arvoja samalla kun huomioidaan kohdealueen alkuperäisen tai pysyvän väestön elinolot ja tarpeet.

Yrityksen retkiruokailussa suositaan paikallisten yritysten palveluita, kuten lähi- ja luumuruokaa, joka on tuotettu kestäväällä tavalla. Raaka-aineiden alkuperä, logistiset ratkaisut ja lopputuotteiden kestävyys ja kierrätettävyyden huomioidaan. Retkiruoan suunnittelussa otetaan huomioon eri ruokasesongit, jotta saadaan hyödynnettyä kasviksien, marjojen ja hedelmien tuoreus, maku ja rakenne, jolloin ne ovat parhaimmillaan. Ruokahävikin minimoimiseksi retkiruoan annoskoot lasketaan tarkasti, jotta ruokatähteiden määrä saadaan mahdollisimman vähäiseksi. Asiakkaita opastetaan käyttämään hanavettä pulotettujen vesien sijaan.

Yrityksen toiminnassa suositaan pakkauksia sekä tuotteita, jotka ovat käytön jälkeen uudelleen käytettävissä tai helposti kierrätettävissä. Retkiruokailussa vähennetään jätteiden määrää lajittelemalla ja kierrättämällä jätteet asianmukaisesti. Likaantuneet muoviset (myös biopohjaiset ja biohajoavat), puiset, kartonkiset ja vastaavat kertakäyttöastiat lajitellaan ilman ruuantähteitä energijätteeseen. Puhtaat ja kuivat kartonkiset kertakäyttöastiat lajitellaan kartonkiin. Jätteet kerätään ja kuljetetaan lopuksi pois kohteesta ja lajitellaan ja kierrätetään niille ominaisella tavalla.

Toimistossa huomioidaan energiankulutus ja energiaa säästetään mm. sammuttamalla valot ja tietokoneen näytöt aina kun niille ei ole käyttöä. Toimistossa pyritään paperittomaan toimistoon ja dokumentointi tapahtuu pääsääntöisesti sähköisesti. Asiakkaille lähetetään asiapaperit ja muut lomakkeet pääsääntöisesti sähköisesti. Toimistossa lajitellaan ja kierrätetään mahdolliset syntyneet paperit ja roskat asianmukaisesti. Mikäli toimistossa täytyy tulostaa papereita, pyritään tulostamaan paperi kaksipuoleisesti, jotta jokainen arkki pääsee hyötykäyttöön.

Hiilijalanjäljen pienentämistä, laskemista ja kompensointia varten yritys hyödyntää Clonet-päästölaskuria. Clonet tarjoaa työkaluja päästöjen vertailuun ja päästötietojen jakamiseen sekä hiilijalanjälkien ja hiilikädenjälkien laskentaan.

6.5.4 Omien toimintojen vaikutukset käytettävän infrastruktuurin kestävyteen

Best Lake Nature Adventures Oy:n toimintojen vaikutukset käytettävän infrastruktuurin kestävyteen on huomioitu retkipalveluiden järjestämisellä niin, että ne ovat lähellä julkisia palveluita ja kohteisiin pääsee helposti käyttämällä julkisia kulkuneuvoja. Helsinki-Vantaan kansainvälinen lentokenttä on nopeiden juna- ja bussiyhteyksien päässä Lahden seudusta ja siellä järjestettävistä retkikohteista. Asiakkaita ja henkilökuntaa kannustetaan ympäristöystävälliseen työmatkailuun esimerkiksi julkisen liikenteen, kimpakkyydin, kävelyn ja pyöräilyn avulla mahdollisuuksien mukaan. Retket on toteutettu myös niin, että toiminta tapahtuu omaa lihasvoimaa käyttäen esimerkiksi meloen, soutaen ja patikoiden. Tämä tarkoittaa sitä, että vältetään moottorilla toimivia välineitä, jotka aiheuttavat ympäristöpäästöjä ja häiritsevät luonnon rauhaa. Yrityksen retkituotteisiin kuuluu esimerkiksi yksityinen Saariseikkailu-retki, jossa saaresta on tehty mahdollisimman vähäpäästöinen. Saari on sähkötön ja siellä on kompostoiva puucee. Kompostimulta levitetään

maastoon ravinteeksi. Lyhyt venematka saareen taitetaan soutaen ja sähkömoottorin avustuksella.

6.5.5 Ilmastonmuutokseen sopeutuminen ja sen hillitseminen

Retkituotteiden monipuolistaminen ja matkailun ympärivuotisuuden kehittäminen ovat tärkeimpiä sopeutumiskeinoja Best Lake Nature Adventures Oy:n toiminnassa, joilla vaikutetaan ilmastonmuutoksen hillitsemiseen ja siihen sopeutumiseen. Yrityksen toiminnassa tämä huomioidaan niin, että retkiä järjestetään ympäri vuoden kaikkina vuodenaikoina olemalla auki myös sesongin ulkopuolella. Ympärivuotisuuden edistämiseksi yrityksessä on rakennettu asiakkaalle erilaisia aktiviteetteja ja elämyksiä, joita voidaan toteuttaa ja hyödyntää esimerkiksi talvella lumisen ajan lyhentyessä tai sen puuttuessa kokonaan. Markkinoinnissa arktisuuden ylikorostamista vältetään ja korostetaan enemmän esimerkiksi kesän yöttömiä öitä, syksyn ruskan kauneutta, paikallisyhteisöjen ja ympäristön erilaisuutta, ympäristön monimuotoisuutta, jokamiehen oikeuksia, luonnon hiljaisuutta, puhdasta ilmaa ja luonnonvesissä uimista. Tuotteita tarjotaan niin, että ne ovat muokattavissa sääolojen mukaan, ja tarjotaan vaihtoehtoisia reittejä alkuperäisten reitien ollessa esimerkiksi sääolojen suhteen poissa käytöstä.

Yrityksen markkinointi suunnataan myös kotimaisille matkailijoille, jonka tarkoituksena on mm. hillitä lentomatkailusta syntyviä päästöjä. Tarkoituksena on innostaa suomalaisia kotimaanmatkailuun, kun lentomatkailu alkaa ilmastoyistä ahdistaa. Markkinoinnin avulla korostetaan hiilijalanjäljen pienentämistä, vastuullisuutta, elämysten hakemista sekä luontoa ja hyvinvointia kotimaanmatkailussa.

Yrityksen toiminnassa ehkäistään jätteistä ja jätehuollosta aiheutuvaa vaaraa ja haittaa terveydelle ja ympäristölle. Tarkoituksena on vähentää jätteen määrää ja haitallisuutta, edistää luonnonvarojen kestäväää käyttöä, varmistaa toimiva jätehuolto sekä ehkäistä luonnon roskaantumista.

6.5.6 Paikallisyhteisön huomioiminen osana omaa yritystoimintaa

Best Lake Nature Advntures Oy:n toiminnassa huomioidaan paikallisyhteisö, joka tukee paikallisen kulttuurin säilyttämistä ja elinvoimaisuuden lisääntymistä, paikallisten

tuotteiden ja palveluiden hyödyntämistä alkuperää kunnioittaen, esteettömien palveluiden tarjoamista, henkilökunnan ja asiakkaiden tasa-arvoista kohtelua sekä paikalliskulttuurista ja sen erityispiirteistä viestimistä. Yritys huomioi paikallisyhteisön osana yritystoimintaa niin, että se on verkostoitunut muiden lähialueen matkailutoimijoiden kanssa. Yritys on osana yritysryhmähankkeessa "Korin juhlat", joka myy ja markkinoi yksityisille ja yrityksille juhla- ja kokouspalveluita oheisohjelmineen. Jatkossa verkostoitumisessa tullaan huomioimaan yhteistyöyritysten sitoutuminen kestävän matkailun kehittämiseen. Yrityksessä on tunnistettu myös lähi- ja luomuruoan käytön mukanaan tuomat aluetaloudelliset -ja ympäristölliset hyödyt. Yrityksen toiminnassa suositaan paikallisia toimijoita ruokapalveluiden järjestämisessä.

Yrityksen palvelut tuotetaan alueen erityispiirteitä hyödyntäen. Retkipalveluita järjestetään esimerkiksi Salpausselällä, jossa hyödynnetään monipuolisia ulkoilureittejä ja tunnustetaan paikallisia maamerkkejä esimerkiksi jääkauden jälkiä. Lahden alueella on käynnissä Salpausselkä Geopark -hanke, jossa alueelle pyritään saamaan UNESCO:n Global Geopark -status. Yritys on mukana hankkeen yritysverkostossa. Retkiä järjestetään matkailijoille myös paikallisiin luonnonsuojelualueisiin ja lähialueen kansallispuistoihin (Päijänne, Repovesi). Matkailijalle halutaan tarjota paikallinen elämäntyyli, ja tämä on toteutettu esimerkiksi Saariseikkailu-retken avulla. Retken tarkoituksena on tarjota matkailijalle kokemus perinteisestä suomalaisesta mökkeilyelämästä ja järviluonnosta. Yrityksessä tiedostetaan myös esteettömiä luontomatkailupalveluja tarvitsevat matkailijat. Yritys on osallistunut LUKA Luonto kaikille -hankkeen tiedotustilaisuuksiin. Hankkeen avulla suunnitellaan ja kehitetään esteettömiä retkipalveluita luontomatkailukohteissa.

Yrityksessä kohdellaan henkilökuntaa ja asiakkaita tasavertaisesti eikä syrjitä esimerkiksi iän, alkuperän, kansalaisuuden, kielen, uskonnon, vakaumuksen, mielipiteen, poliittisen toiminnan, ammattiyhdistystoiminnan, perhesuhteiden, terveydentilan, vammaisuuden, seksuaalisen suuntautumisen, sukupuolen tai muun henkilöön liittyvän syyn perusteella. Yritys myös tarjoaa harjoittelupaikkoja matkailualan opiskelijoille.

6.5.7 Taloudellinen kannattavuus ja matkailun aluetaloudellisten vaikutusten maksimointi

Best Lake Nature Adventures Oy ottaa huomioon taloudellisessa kannattavuudessa ja matkailun aluetaloudellisten vaikutusten maksimoinnissa mm. paikallisten palveluiden ja tavaroiden ostamisen, ympärivuotiset työsuhteet, paikallisten työllistämisen, kestävät hankinnat ja investoinnit, toiminnan läpinäkyvyyden sekä pitkäjänteisen toiminnan ja seurannan. Nämä asiat otetaan yrityksessä huomioon hankkimalla mahdollisimman laadukkaita tuotteita, jotka kestävät asiakaskäytössä. Yhteistyötä tehdään myös muiden toimijoiden kanssa esimerkiksi yritys on tehnyt yhteistyösopimuksen Liikuntakeskus Pajulahden kanssa välinevuokrausten osalta asiakaskäyttöön. Sidosryhmäyhteistyön avulla lisätään yrityksen läpinäkyvyyttä sekä yhteistä ymmärrystä kestävästä kehityksestä ja vastuullisen matkailun toiminnasta ja niiden kehittämisestä. Kestävästä matkailusta edistävällä ja tukevalla tuotekehityksellä, markkinoinnilla ja sidosryhmäviestinnällä yritys tekee tiivistä yhteistyötä paikallisen matkailuorganisaation Visit Lahti kanssa, joka markkinoi alueen matkailutuotteita, joista osa Best Lake Nature Adventures Oy:n tuotteista on yhteistyöllä tuotettu. Yrityksen tuotteita on myynnissä myös Visit Finlandin portaalissa My Stay.

6.5.8 Kestävästä matkailusta edistävää ja tukevaa tuotekehitystä, markkinointia ja sidosryhmäviestintää

Best Lake Nature Adventures Oy:n markkinointi tapahtuu pääsääntöisesti sähköisissä kanavissa, jonka avulla vältetään paperin käyttöä. Tämä säästää luonnon resursseja ja energiaa. Sähköinen markkinointi tapahtuu omilla kotisivuilla (suomeksi ja englanniksi) ja sidosryhmien kotisivuilla sekä sosiaalisessa mediassa (Facebook, Instagram, YouTube). Lisäksi yrityksen tuotteita on myynnissä muissa matkailualan sähköisissä kauppapalveluissa, kuten Bokun:ssa ja TripAdvisor Experiencesissä. Kestävästä matkailusta edistävää ja tukevaa tuotekehitystä, markkinointia ja sidosryhmäviestintää kehitetään Sustainable Travel Finland -ohjelman avulla. Retkituotteiden ja luonto-ohjelmien yhteydessä korostetaan matkailijalle luonnon tilan herkkyyttä ja sen suojelemisen tärkeyttä, keinoja ilmastonmuutoksen hillitsemiseen ja hiilijalanjäljen pienentämiseen. Tarkoituksena on herätellä asiakkaan huomio ympäristöasioissa ja saada asiakas tekemään ympäristövastuullisempia tekoja.

6.5.9 Vastuullisuustyöstä viestiminen asiakkaille

Best Lake Nature Adventures Oy hakee sertifikaattia, ja sen avulla viestitään asiakkaalle ja sidosryhmille toiminnan vastuullisuudesta. Lisäksi Sustainable Travel Finland -ohjelman kehittämissuunnitelma liitetään yrityksen verkkosivuille tai vastuullisuudesta kerrotaan muuten verkkosivuilla, jotta yrityksen vastuullisuustyö selvenee paremmin asiakkaalle.

6.5.10 Osaamisen kehittäminen

Osaamisen kehittämistä varten Best Lake Nature Adventures Oy:n yrittäjä käy aktiivisesti kestävästä kehityksen koulutuksissa. Yrittäjällä on eräopaskoulutus ja hän osallistuu uusien eräoppaiden koulutukseen tutkinnon osan arvioijana Eerikkilän urheiluopiston opiskelijoille. Omaa ammattitaitoa lisätään ja syvennetään jatkuvasti (viimeisimpänä sähköisen markkinoinnin ammattitutkinto) ja tietoisuutta kestävästä kehityksestä ylläpidetään ja kehitetään seuraamalla muiden matkailualantoimijoiden esimerkkiä.

6.5.11 Tarvittavat rahalliset- ja henkilöresurssit

Best Lake Nature Adventures Oy:n tarvittavat rahalliset ja henkilöresurssit ovat sertifikaattimaksu ja siihen kuuluva vuosittainen auditointi. Sertifikaattien ja auditoinnin hinnat vaihtelevat niiden tyyppin ja yrityksen koon mukaan. Liitteessä 1 on esitetty Sustainable Travel Finland -ohjelmaan kuuluvien sertifikaattien ja auditoinnin hinnat.

6.5.12 Keskeisimmät kehittämiskohteet

Best Lake Nature Adventures Oy:n keskeisimpiä kehittämiskohteita tunnistettiin kolme, joista ensimmäinen kehittämiskohde on markkinointiviestiminen. Yrityksen tavoitteena on kehittää markkinointiviestintää, jolla saavutetaan paremmin kohdeasiakkaat. Markkinointiviestintää halutaan parantaa erityisesti sosiaalisen median avulla. Toisena kehittämisen kohteena tunnistettiin yrityksen tuotetarjonnan laajempi esittely yrityksen internetsivuilla. Yrityksen tuotekuvauksissa tulee selkeämmin kertoa, kuinka julkiset kulkuvälineet saavutetaan. Tavoitteena on saada asiakkaat kulkemaan retkikohteisiin julkisten liikennevälineiden, pyöräilyn, kävelyn ja kimpapakyytien avulla. Kolmantena

kehittämisen kohteena tunnistettiin yhteistyökumppaneiden valitseminen. Yritys haluaa kiinnittää enemmän huomiota yhteistyökumppaneiden valintaan tulevaisuudessa. Tavoitteena on edistää toiminnan kestävästä kehitystä sekä kehittää vastuullisten matkailupalveluiden tuottamista yhteistyökumppaneiden kanssa. Tarkoituksena on myös kertoa näkyvämmiin yrityksen taustalla vaikuttavista arvoista.

Kestävän matkailun kehittämissuunnitelman toteutumista ja kestävyiden edistymistä varten yritys seuraa säännöllisesti ja kriittisesti esimerkiksi puolen vuoden välein tehtävän arvioinnin avulla, joka auttaa näkemään, miten tavoitteissa on onnistuttu ja millä tuotepalveluilla olisi parantamisen tai muuttamisen varaa. Edistymistä varten voidaan käyttää esimerkiksi seurantataulukkoa, johon kirjataan kaikki toimenpiteet, aikataulut, vastuuhenkilöt ja mittarit. Seurantaa tehdään yrityksessä myös Sustainable Travel Finland -online-itsearviointia ja indikaattoreita hyödyntäen.

7 Yhteenveto

Ilmastonmuutos uhkaa erityisesti lumeen ja jäähän liittyvää matkailua, sillä keskilämpötilat nousevat talvella selvästi enemmän kuin kesällä. Talvikauden alkaminen ajallaan on matkailuyrittäjien kannalta tärkeää, jotta turistit saapuisivat tasaisesti pitkin talvea. Tulevaisuudessa esimerkiksi keinolumen merkitys talvilajien harrastamiselle kasvaa erityisesti Etelä-, Keski- ja Länsi-Suomessa. Lämpötilojen nousu lisää kuitenkin lumetuksen kustannuksia ja myös kasvihuonekaasupäästöjä, jos lumetukseen käytetty energia on tuotettu fossiilisilla polttoaineilla. Matkailualalla onkin varauduttava kehittämään talvilajien rinnalle muita aktiviteetteja ja jatkamaan kesälajeja, kuten melontaa, patikointia ja golfia, myöhempään.

Suomen matkailun sesonkiluonteisuus on edelleen voimakasta ja ympärivuotisuus on matkailutoimijoiden yhteinen haaste. Matkailun kestävä kasvu edellyttää, että matkailijavirrat kasvavat eri puolilla Suomea ja ympärivuotisesti. Ympärivuotisuutta vahvistamalla esimerkiksi lisätään matkailun kestävyttä sekä pysyviä ja kokoaikaisia työpaikkoja. Taustalla tarvitaan osaamisen lisäämistä, yhteistyötä, tutkimusta ja tuotekehitystä. Jotta matkailuelinkeino pystyy vastaamaan muuttuvaan kysyntään ja kasvamaan jatkossakin, on kehityksen oltava kestävä. Tätä varten esimerkiksi Visit Finland on kehittänyt

matkailuyrityksille ja -alueille tarkoitetun Sustainable Travel Finland -ohjelman ja sillä saavutettavan Sustainable Travel Finland -merkin. Merkin tarkoituksena on tarjota yrityksille ja destinaatioille konkreettinen kestävä matkailun työkalupakki, jolla kestävien toimenpiteiden ja valintojen omaksuminen alueen tai yrityksen arkeen helpottuu.

Vaikka matkailualalla on aloitettu kiinnittämään yhä enemmän huomiota matkailun ympäristövaikutuksiin, siinä on vielä paljon kehitettävää. Kestävä matkailu saavutetaan ottamalla vastuu ympäristöstä ja ihmisistä kaikilla matkailuelinkeinon tasoilla ja osa-alueilla. Matkailu on osa aluekehitystä, jolla luodaan kasvua erilaisten palvelujen kysynnässä. Sen avulla lisätään myös työpaikkojen määrää. Paikallisyhteisöjä motivoi taloudellinen hyöty ympäristön suojelemisessa ja luonnon resurssien hyödyntämisessä. Menestyvän yrityksen on kyettävä vastaamaan asiakkaiden odotuksiin, sillä kuluttajat ovat yhä tietoisempia matkailun vaikutuksista ympäristöön. Ympäristöstään vastuun kantava kohde houkuttelee matkailijoita, joka näkyy myös matkailuelinkeinon hyvinvointina. Kestävä kehitys varmistaa matkakohteen pitkäaikaisen elinkelpoisuuden. Tämä puolestaan parantaa kohteen kilpailumahdollisuuksia. Taloudellinen hyöty voidaan saavuttaa pitkän tähtäimen tavoitteiden asettamisella ja seuraamalla säännöllisesti niiden saavuttamista.

Suomessa on käytössä matkanjärjestäjille ja matkailutoimijoille monia eri vastuullisen matkailutoiminnan kehittämiseen liittyviä sertifikaatteja, ohjelmia ja järjestelmiä. Lahden seudun matkailualan yrityksille tehtiin kysely, jonka tarkoituksena oli selvittää, kuinka monella yrityksellä on jokin sertifikaatti ja kuinka moni yritys on kiinnostunut hakemaan sertifikaattia ja mukaan Sustainable Travel Finland -ohjelmaan. Lahti Region Oy:n avulla tehtiin matkailuyrityksien sertifikaattien kartoitusta varten Lyyti-kysely. Kyselylomake lähetettiin 529 yritykselle, josta kyselyyn vastasi 25 yritystä. Lahden seudun matkailualan yrityksille tehdyn kyselyn tuloksista selvisi, että suurin osa kyselyyn vastanneista yrityksistä on kiinnostunut hakemaan Sustainable travel Finland -ohjelmaan sopivaa sertifikaattia ja Sustainable Travel Finland -merkkiä. Moni yritys voi kuitenkin olla epätietoinen ohjelman sisällöstä ja pitää sertifikaatin hakuprosessia liian hankalana, mikä voi selittää sen miksi moni jätti kyselyyn vastaamatta. Kyselylomake voi olla tehokas keino tavoittaa matkailualan yritykset ja sen avulla voidaan eri tavoin aktivoida yrityksiä hakemaan mukaan Sustainable Travel Finland -ohjelmaan. Kyselylomakkeeseen voidaan liittää selkeä tiivistelmä ohjelman sisällöstä ja sertifikaattien hakuprosessista, jotta se herättäisi enemmän kiinnostusta yrityksissä. Kyselylomakkeeseen voidaan liittää myös verkkolinkit,

joista yritykset pääsevät vaivattomasti tutustumaan ohjelman sisältöön ja tutkimaan ohjelmaan sopivia sertifikaatteja tarkemmin. Näillä toimenpiteillä voidaan tavoittaa suurempi osa yrityksistä. Sujuvin tapa aktivoida Lahden seudun matkailualan yrityksiä lähemmään mukaan ohjelmaan on Lahden seutu - Lahti Region Oy:n (Visit Lahti) kautta. Sustainable Travel Finland -ohjelmasta kiinnostuneiden matkailualan yrityksiä kannattaa olla yhteydessä Visit Finlandiin, jonka kautta pääsee tutustumaan Sustainable Travel Finland -e-oppaaseen, osallistumaan Visit Finland Akatemian Sustainable Travel Finland -valmennukseen ja tekemään yrityksen nykytilan kartoituksen online-itsearviointin kautta.

Sustainable Travel Finland -ohjelman polussa on seitsemän askelta, joista yksi askel on kehittämissuunnitelman laatiminen. Sustainable Travel Finland -ohjelman kehittämissuunnitelman tarkoituksena on keskittyä yrityksen nykyiseen toimintaan ja siihen, mitkä ovat sen keskeisimmät kehittämiskohteet. Kehittämissuunnitelma on yrityksen kestävä matkailun edistämisen tärkeä työkalu.

Työn tarkoituksena oli laatia Best Lake Nature Adventures Oy:lle vastuullisen matkailun kehittämissuunnitelma ja löytää sille sopiva sertifikaatti Sustainable Travel Finland -ohjelman mukaisesti. Kehittämissuunnitelmassa pureuduttiin yrityksen nykytilaan ja sen keskeisimpiin kehittämisen kohteisiin. Yrityksen kehittämiskohteita tunnistettiin kolme, joita olivat markkinointiviestiminen, tuotetarjonnan laajempi esitleminen yrityksen internetsivuilla ja yhteistyökumppaneiden valitseminen. Yrityksen sertifikaatin valitsemista varten työn teoriaosuudessa tehtiin sertifikaattien laaja esittely. Lisäksi Sustainable Travel Finland -ohjelman sertifikaateista tehtiin taulukko, josta selviää niiden ominaisuudet ja hinnat tiivistetysti. Näiden tarkoituksena on helpottaa yritystä löytämään sen tarpeisiin sopiva sertifikaatti.

Insinöörityön tuloksena saatiin Best Lake Nature Adventures Oy:lle laadittua kehittämissuunnitelma ja sille löydettiin Biosphere Active tourism and Adventures -sertifikaatti. Kehittämissuunnitelman ja sertifikaatin avulla yritys lähtee hakemaan Sustainable Travel Finland -sateenvarjo-yritysmerkkiä. Osana insinöörityötä syntyi myös yrityksen käyttöön matkailijakyselylomakkeet suomeksi ja englanniksi, joiden tarkoituksena on kehittää yrityksen tuotepalveluita kestäväällä ja vastuullisella tavalla sekä mitata asiakkaiden tyytyväisyyttä.

Lähteet

- 1 Ilmastonmuutos ilmiönä. Verkkoaineisto. Ilmasto-opas.fi <<https://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/ilmio/-/artikkeli/962d9aa2-e7e3-4df5-89a2-9f1f653e0d4e/ilmastonmuutos-ilmiona.html>>. Luettu 21.3.2020.
- 2 Träskelin, Henna; Louekari, Oma; Oikarinen-Mäenpää, Miikka; Tervo-Kankare, Kaarina. Kestävän matkailun opas. 2018. Verkkoaineisto. Oulun yliopisto, Maantieteen tutkimusyksikkö. <<https://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/lp/Muut/Land-of-NPs-kestavan-matkailun-opas.pdf>>. s. 8. Luettu 30.12.2019.
- 3 Työkaluja vastuullisuuteen ja viestintään. Verkkoaineisto. Visit Finland. <https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2018/tyokaluja_vastuullisuusviestintaan_a5_web_21012019.pdf>. Luettu 30.12.2019.
- 4 Kasvihuoneilmiö. Verkkoaineisto. Space and Earth Observation Centre. Ilmatieteen laitos. <<https://space.fmi.fi/oppimateriaali/envisat/otsoni/kasvihuone.html>>. Luettu 21.3.2020.
- 5 Hiilidioksidi ja kasvihuoneilmiö. Verkkoaineisto. Ilmasto-opas.fi. <<http://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/videot-ja-visualisoinnit/-/artikkeli/7ee76d15-1845-4c97-8e95-e25ff098673b/video-hiilidioksidi-ja-kasvihuoneilmio.html>>. 15.11.2013. Luettu 21.3.2020.
- 6 IPCC tukee ilmastopoliittista päätöksentekoa. Verkkoaineisto. Ilmatieteen laitos. <<https://ilmatieteenlaitos.fi/ipcc-ilmastopaneeli>>. Päivitetty 16.3.2020. Luettu 22.3.2020.
- 7 IPCC: Ilmasto lämpenee hälyttävällä vauhdilla. 2018. Verkkoaineisto. Ympäristöministeriö. <[https://www.ym.fi/fi-FI/Ajankohtaista/IPCC_Ilmasto_lampenee_halyttavalla_vauhd\(48136\)](https://www.ym.fi/fi-FI/Ajankohtaista/IPCC_Ilmasto_lampenee_halyttavalla_vauhd(48136))>. Luettu 21.3.2020.
- 8 Usein kysytyt kysymykset. Verkkoaineisto. Ilmasto.org. <<http://ilmasto.org/ilmastonmuutos/usein-kysytyt-kysymykset.html>>. Luettu 2.1.2020.
- 9 Ilmastonmuutoksesta. 2020. Sustainable Travel Finland e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 10 Ilmastonmuutos. Verkkoaineisto. WWF. <<https://wwf.fi/uhat/ilmastonmuutos/>>. Luettu 22.1.2020.
- 11 Reilun matkailijan ohjeet. Verkkoaineisto. Reilun matkailun yhdistys. <<https://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/>>. Luettu 15.1.2020.

- 12 Koivula, Eeva; Siiskonen, Timo. 2016. Kohti vähähiilistä matkailua Etelä-Savossa. Opinnäytetyö. Mikkelin Ammattikorkeakoulu. Theseus-tietokanta.
- 13 Lamminen, Katja. 2018. Juna on ylivoimaisesti vihrein kulkuneuvo – potkurikoneella pääsee lähes samoilla päästöillä kuin autolla yksin ajettaessa. Verkkoaineisto. Maaseudun Tulevaisuus. <<https://www.maaseuduntulevaisuus.fi/ymparisto/artikkeli-1.226412>>. Päivitetty 2.3.2018. Luettu 3.2.2020.
- 14 Euroopan matkailukohteet sekä kärsivät että hyötyvät ilmastonmuutoksesta. Verkkoaineisto. Ilmasto-opas.fi. <<https://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/vaikutukset/-/artikkeli/bdb84664-3ae8-4917-807d-90302ae5807b/matkailu-euroopassa.html>>. Luettu 12.1.2020.
- 15 Pidentyvä kesäkausi houkuttelee lomailemaan Suomessa. Verkkoaineisto. Ilmasto-opas.fi. <<https://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/vaikutukset/-/artikkeli/0d5181d3-8190-4e90-a7af-f0f46b77a10b/kesamatkailu-suomessa.html>>. Luettu 21.3.2020.
- 16 Perinteisten talvilajien harrastaminen vaikeutuu. Verkkoaineisto. Ilmasto-opas.fi. <<https://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/vaikutukset/-/artikkeli/487fccbe-e084-4bb6-88b5-afd7a5469b85/talvilajit.html>>. Luettu 14.1.2020.
- 17 Mitä kestävä matkailu on ja miksi sen edistäminen on tärkeää?. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 18 Mitä on kestävä kehitys. 2017. Verkkoaineisto. Ympäristöministeriö. <https://www.ym.fi/fi-ymparisto/kestava_kehitys/mita_on_kestava_kehitys>. Päivitetty 26.6.2017. Luettu 3.1.2020.
- 19 Globaalin kestävän kehityksen toimintaohjelman toimeenpano Suomessa. Verkkoaineisto. kestäväkehitys.fi. <<https://kestavakehitys.fi/agenda2030/toimeenpano-suomessa>>. Luettu 1.2.2020.
- 20 Kestävän kehityksen tavoitteet. Verkkoaineisto. Suomen YK-liitto. <<https://www.ykliitto.fi/yk-teemat/kestava-kehitys/kestavan-kehityksen-tavoitteet>>. Luettu 5.2.2020.
- 21 Lähestymistapoja. Verkkoaineisto. kestäväkehitys.fi. <<https://kestavakehitys.fi/kestava-kehitys/lahestymistapoja>>. Luettu 21.2.2020.
- 22 Suomen matkailu jatkaa ennätystasolla. 2019. Verkkoaineisto. Business Finland. <<https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/tiedotteet/2019/suomen-matkailu-jatkaa-ennatystasolla/>>. 07.02.2019. Luettu 5.2.2020.

- 23 Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehittämistarpeet. 2018. Loppuraportti. FCG. <https://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/loppuraportti_selvitys_kestavan_matkailun_nykytila_ja-kehittamistarpeet-..._.pdf>. 1.9.2018, s. 13. Luettu 1.2.2020.
- 24 Kestävän matkailun nykytila ja haasteita Suomessa. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 25 Kestävän matkailun kehittyminen Suomessa. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 26 Arktinen kestävä matkailu-destinaatio-projekti 2018–2019. Verkkoaineisto. Business Finland. <<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/arktinen-kestava-matkailu-destinaatio/>>. Luettu 7.2.2020.
- 27 Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. 2019. Verkkoaineisto. Suomen matkailustrategia 2019–2028 ja strategiset toimenpiteet 2019–2023. <<https://tem.fi/documents/1410877/13608876/Matkailun+tiekartta+luonnos+kommenteille.pdf/7951911f-0aea-8f38-c085-d21135978b5e/Matkailun+tiekartta+luonnos+kommenteille.pdf>>. 16.5.2019, s. 4, 12, 13. Luettu 7.2.2020.
- 28 Matkalla kohti vastuullista kasvua. 2019. Verkkoaineisto. Työ- ja elinkeinoministeriö. <<https://tem.fi/documents/1410877/2735818/Matkailun+kest%C3%A4v%C3%A4+SYKe+2020-2023/b5d6e66a-2dfb-f337-6937-e0e69200d76f/Matkailun+kest%C3%A4v%C3%A4+SYKe+2020-2023.pdf>>. Luettu 15.2.2020.
- 29 Passoja-Verronen, Sari. 2019. "Pitäisi saada hullunrohkeita ideoita ja jopa toteuttaa niitä", Pohjois-Pohjanmaan matkailuparlamentti koolla Kalajoella – ympäri-vuotisuus yhteisenä haasteena. Verkkoaineisto. Keskipohjanmaa. <<https://www.keskipohjanmaa.fi/uutinen/581545>>. 19.9.2019. Luettu 20.2.2020.
- 30 Esa, Miia. 2019. Kuinka Suomen matkailusta saadaan kaikki hyöty irti?. Verkkoaineisto. op.media. <<https://op.media/chydenius/lifestyle/kuinka-suomen-matkailusta-saadaa-kaikki-hyoty-irti-a0c3d80100c2495e979689ed63af1693>>. 23.7.2019. Luettu 20.2.2020.
- 31 Visit Finlandin valtakunnalliset kestävä matkailun periaatteet. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 32 Matkailu kasvaa ja kansainvälistyy nyt nopeasti. Verkkoaineisto. Business Finland. <<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/lyhyesti/>>. Luettu 21.3.2020.

- 33 Visit Finland kehittää matkailua koko Suomessa. Verkkoaineisto. Business Finland. <<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailunedistaminen/visit-finland/>>. Luettu 4.2.2020.
- 34 Maakunnan kehitys. Verkkoaineisto. Päijät-Hämeen liitto. <https://paijat-hame.fi/tietoa-maakunnasta/maakunnan_kehitys/>. Luettu 4.2.2020.
- 35 Päijät-Hämeen laadullinen tilannekuva. Verkkoaineisto. <<https://tem.fi/documents/1410877/6463080/P%C3%A4ij%C3%A4t-H%C3%A4me.pdf/fed73727-26d8-472f-9d91-d80c4b0ee433/P%C3%A4ij%C3%A4t-H%C3%A4me.pdf>>. Luettu 24.3.2020.
- 36 Urheilukaupunkina tunnettu Lahti tarjoaa matkailijalle myös kulttuurielämyksiä. 2016. Verkkoaineisto. Rantapallo. <<https://www.rantapallo.fi/suomi/lahti/>>. Päivitetty 26.5.2016. Luettu 15.2.2020.
- 37 Päijät-Hämeen matkailu- ja tapahtumastrategia 2025. 2016. Verkkoaineisto. FCG Suunnittelu ja Tekniikka Oy. <https://visitlahti.fi/filebank/12146-Tahtoa_ja_Tekemista%CC%88_Pa%CC%88ija%CC%88t-Ha%CC%88meen_matkailu_ja_tapahtumastartegia_2025%5B4%5D.pdf>. 9/2016, s. 1, 4–5, 5–6, 7,10, 12, 18–19. Luettu 21.3.2020.
- 38 Kestävää matkailua ohjaavaa lainsäädäntöä. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 39 Lainsäädäntö ja ohjeet ympäristönsuojelussa. 2019. Verkkoaineisto. Ympäristöministeriö. <https://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Lainsaadanto_ja_ohjeet>. Päivitetty 9.10.2019. Luettu 21.3.2020.
- 40 Jätelainsäädäntö edistää luonnonvarojen järkevää käyttöä ja ehkäisee jätteistä aiheutuvia haittoja. 2019. Verkkoaineisto. Ympäristöministeriö. <https://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Lainsaadanto_ja_ohjeet/Jatelainsaadanto>. Päivitetty 3.12.2019. Luettu. 21.3.2020.
- 41 Maaperän suojelu. Verkkoaineisto. Euroopan komissio. <https://ec.europa.eu/environment/basics/natural-capital/soil/index_fi.htm>. Luettu 12.3.2020.
- 42 Maaperänsuojelulainsäädäntö. 2019. Verkkoaineisto. Ympäristöministeriö. <https://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Lainsaadanto_ja_ohjeet/Maaperansuojelulainsaadanto>. Päivitetty 17.12.2019. Luettu 12.2.2020.
- 43 Ilmastolainsäädäntö. 2019. Verkkoaineisto. Ympäristöministeriö. <https://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Lainsaadanto_ja_ohjeet/Ilmastolainsaadanto>. Päivitetty 12.11.2019. Luettu 12.3.2020.

- 44 Ilmastopolitiikka ja siihen liittyvä lainsäädäntö. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 45 Vesi-teeman asiantuntijatyo. 2019. Verkkoaineisto. SYKE. <<https://www.syke.fi/meri-vesi/asiantuntijatyo>>. Päivitetty 25.3.2019. Luettu 13.2.2020.
- 46 Pinta- ja pohjavedet. 2019. Verkkoaineisto. Ympäristöministeriö. <https://www.ym.fi/fi-FI/Luonto/Pinta_ ja_pohjavedet>. Päivitetty 21.8.2019. Luettu 21.3.2020.
- 47 Vesien- ja merensuojelun lainsäädäntö ja ohjeet. 2018. Verkkoaineisto. Ympäristöministeriö. <https://www.ym.fi/fi-FI/Luonto/Lainsaadanto_ ja_ohjeet/Vesien_ ja_merensuojelun_lainsaadanto>. Päivitetty 14.9.2018. Luettu 21.3.2020.
- 48 Vesilaki. 2017. Verkkoaineisto. MTK. <<https://www.mtk.fi/-/vesilaki>>. 12.7.2017. Luettu 21.3.2020.
- 49 Kekäläinen, Ida. 2016. Nitraattiasetus-opas viljelijöille. Opinnäytetyö. Savonia Ammattikorkeakoulu. Theseus-tietokanta, s. 10.
- 50 Luonnonsuojelun lainsäädäntö. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 51 Lainsäädäntö monimuotoisen luonnon turvaamiseksi. 2019. Verkkoaineisto. Ympäristöministeriö. <https://www.ym.fi/fi-FI/Luonto/Lainsaadanto_ ja_ohjeet>. Päivitetty 20.11.2019. Luettu 13.2.2020.
- 52 Jokamiehen oikeudet. Verkkoaineisto. Metsänomistajat. <<https://www.mhy.fi/met-satietoa/jokamiehenoikeudet>>. Luettu 13.2.2020.
- 53 Ympäristövahinkolainsäädäntö. 2019. Verkkoaineisto. Ympäristöministeriö. <https://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Lainsaadanto_ ja_ohjeet/Ymparistovahinkolainsaadanto>. Päivitetty 29.1.2019. Luettu 13.2.2020.
- 54 EU:n luonto- ja lintudirektiivit. 2020. Verkkoaineisto. Ympäristöministeriö. <https://www.ym.fi/fi-FI/Luonto/Luonnon_monimuotoisuus/Lajien_suojelu/EUn_lintu_ ja_luontodirektiivit>. Päivitetty. 18.2.2020. Luettu 21.3.2020.
- 55 Kulttuuriympäristöstrategia 2014–2020. 2014. Verkkoaineisto. Opetus- ja kulttuuriministeriö; Ympäristöministeriö. <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/43197/Kulttuuriymp%C3%A4rist%C3%B6strategia_2014.pdf?sequence=1>. 20.3.2014, s. 6, 12–13, 15, 20. Luettu 21.3.2020.

- 56 Kulttuuriympäristö. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 57 Kestävän matkailun sertifiointeja, järjestelmiä ja ohjelmia. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 58 Sertifiointit ja ohjelmat. Verkkoaineisto. Business Finland. <<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sertifiointit--ohjelmat/>>. Luettu 13.2.2020.
- 59 Turunen, Anna. Kestävän matkailun infopaketti. Verkkoaineisto. Helsinki Declaration. <<https://www.smal.fi/loader.aspx?id=2989a1e4-a78f-4e3a-981f-2663b4398e07>>. Luettu 22.3.2020.
- 60 Help us change the world. Verkkoaineisto. Biosphere Tourism. <<https://www.biospheretourism.com/en/help-us-change-the-world/79>>. Luettu 20.2.2020.
- 61 Kansainvälinen ECEAT. Verkkoaineisto. Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT Suomi ry. <<https://luomumatkailu.fi/kansainvalinen-eceat/>>. Luettu 20.2.2020.
- 62 Mikä Ekokompassi?. Verkkoaineisto. Ekokompassi. <<https://ekokompassi.fi/mika-ekokompassi/tausta/>>. Luettu 20.2.2020.
- 63 EMAS-järjestelmä ja sen toteuttaminen. 2019. Verkkoaineisto. Ymparisto.fi. Ympäristöhallinnon yhteinen verkkopalvelu. <https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus_ja_tuotanto/Ymparistojarjestelmat_ja_johtaminen/EMASin_toteuttaminen>. Päivitetty 1.3.2019. Luettu 20.2.2020.
- 64 EMAS – uskottavuutta ympäristöasioihin. 2012. Verkkoaineisto. Ympäristöministeriö. Luettu 20.2.2020.
- 65 EU-ympäristömerkki. Verkkoaineisto. EU Ecolabel. <<http://eu-ymparistomerkki.fi/eu-ymparistomerkki/>>. Luettu 20.2.2020.
- 66 Visit Finland Forum Anders Reisen -verkoston jäseneksi. 2019. Verkkoaineisto. Business Finland. <<https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2019/visit-finland/visit-finland-forum-anders-reisen-verkoston-jaseneksi/>>. Päivitetty 23.8.2019. Luettu 20.2.2020.
- 67 Kestävä kehitys ja golf. Verkkoaineisto. Suomen Golfkentänhoitajien Yhdistys FGA. <<https://www.fga.fi/kestavakehitys>>. Luettu 20.2.2020.

- 68 Green Key ja Green Activities hakemusprosessin eteneminen ja päätöksenteko. Verkkoaineisto. Green Key Finland. <<http://greenkey.fi/haku-ohjeet/>>. Luettu 21.2.2020.
- 69 Green Globe Certification. Verkkoaineisto. Green Globe. <<https://greenglobe.com/green-globe-certification/>>. Luettu 21.2.2020.
- 70 HI-Q&S: A quality and sustainability management system and certification. Verkkoaineisto. Hostelling International Quality & Sustainability. <<https://www.hihostels.com/docs/HI-QandS.03-03-2016.pdf>>. Luettu 22.3.2020.
- 71 Okkonen, Tiina. 2013. Esiselvitys ISO 14001 -ympäristöjärjestelmän integroinnista Eviraan. Opinnäytetyö. Turun Ammattikorkeakoulu. Theseus-tietokanta.
- 72 ISO 14000 Ympäristöjohtaminen. Verkkoaineisto. SFS Suomen Standardisoimisliitto. <https://www.sfs.fi/julkaisut_ja_palvelut/tuotteet_valokeilassa/iso_14000_ymparistojohtaminen>. Luettu 21.2.2020.
- 73 Kriteerit. Verkkoaineisto. Joutsenmerkki. <<https://joutsenmerkki.fi/kriteerit/>>. Luettu 22.2.2020.
- 74 Roope-satama on ympäristöystävällinen satama. Verkkoaineisto. Pidä Saaristo Siistinä ry. <<https://www.pidasaaristosiistina.fi/ymparistotietoa/roope-satamat>>. Luettu 21.2.2020.
- 75 Why TourCert. Verkkoaineisto. Tourcert. <<https://www.tourcert.org/en/why-tourcert/>>. Luettu 22.2.2020.
- 76 Our History. Verkkoaineisto. Tourcert. <<https://www.tourcert.org/en/our-history/>>. Luettu 22.2.2020.
- 77 SFS-EN ISO 14024:2018. Environmental labels and declarations. Type I environmental labelling. Principles and procedures. 2018. Helsinki: Suomen Standardisoimisliitto.
- 78 Ympäristömerkkien ABC: Mitä ja miksi ne merkitsevät?. 2019. Verkkoaineisto. Joutsenmerkki. <<https://joutsenmerkki.fi/ymparistomerkkien-abc-mita-ja-miksi-nerkitsevat/>>. 5.6.2019. Luettu 22.2.2020.
- 79 Avainlippu-merkin säännöt. 2019. Verkkoaineisto. Suomalaisen Työn Liitto. <<https://suomalaintyo.fi/yrityksille/avainlippu/avainlipun-saannot/>>. 12.12.2019>. Luettu 23.2.2020.

- 80 European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas. Verkkoaineisto. Europarc Federation. <https://www.europarc.org/library/europarc-events-and-programmes/european-charter-for-sustainable-tourism/>>. Luettu 23.2.2020.
- 81 Sulkava, Pekka. 2014. Pallas-Ylläs Charter -hanke. Loppuraportti. Metsähallitus. Luettu 22.2.2020.
- 82 Tourism Quality and Sustainability Programmes, Labels and Criteria in the Barents Region. 2017. Verkkoaineisto. Publications of the Ministry of Economic Affairs and Employment. <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79212/TEMrap_8_2017_verkkojulkaisu.pdf>. Luettu 22.3.2020.
- 83 Ympäristöystävällinen yöpyminen alkaa tästä. Verkkoaineisto. Tripadvisor. <<https://www.tripadvisor.fi/GreenLeaders>>. Luettu 22.3.2020.
- 84 Suomen matkailuelinkeinon kestävä kehityksen sitoumus. Verkkoaineisto. Helsinki Declaration. <<http://www.smal.fi/loader.aspx?id=f56740cf-8df4-4976-b345-2c639d1a4347>>. Luettu 22.2.2020.
- 85 Laadunkehittämisohjelma. Verkkoaineisto. Business Finland. <<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/laadunkehittämisohjelma/>>. Luettu 22.2.2020.
- 86 Koivula, Eeva. 2018. Wild Atlantic Way -benchmarkkausmatka. Loppuraportti. Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulu.
- 87 Esimerkkejä muiden maiden kestävä matkailun ohjelmista. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 88 Green travel. Verkkoaineisto. Norway. <<https://www.visitnorway.com/travel-trade/sustainability/>>. Luettu 20.2.2020.
- 89 Green Scheme of Slovenian tourism. Verkkoaineisto. I Feel Slovenia. <<https://www.slovenia.info/en/business/green-scheme-of-slovenian-tourism>>. Luettu 23.2.2020.
- 90 POWin polku talvien pelastamiseen. Verkkoaineisto. POW Finland. <<https://www.protectourwinters.fi/polku-talvien-pelastamiseen/>>. Luettu 22.2.2020.
- 91 Brief introduction to Green Destinations. Verkkoaineisto. Green Destinations. <<https://greendestinations.org/home/introduction/>>. Luettu 25.2.2020.

- 92 About us. Verkkoaineisto. Responsible Travel. <<https://www.responsibletravel.com/copy/about-us>>. Luettu 25.2.2020.
- 93 Who we are and what we believe in. Verkkoaineisto. Green Pearls. <<https://www.greenpearls.com/meet-us/>>. Luettu 25.2.2020.
- 94 Korhonen, Jaakko. 2016. Kansallispuistot ja kestävä luontomatkailu. Verkkoaineisto. Metsähallitus. <<https://docplayer.fi/2240154-Kansallispuistot-ja-kestava-luontomatkailu.html>>. Luettu 22.3.2020.
- 95 Green Tourism of Finland. 2011. Verkkoaineisto. Issuu. <<https://issuu.com/greentourismfinland/docs/green-tourism-of-finland-2011>>. Luettu 22.3.2020.
- 96 European Tourism Indicators System for sustainable destination management. Verkkoaineisto. European Commission. <https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en>. Luettu 25.2.2020.
- 97 FEST – Foundation for European Sustainable Tourism. Verkkoaineisto. FundsforNGOn. <<https://www.fundsforngos.org/tourism/fest-foundation-for-european-sustainable-tourism/>>. Luettu 25.2.2020.
- 98 Kestävyys matkailuvalttina. Verkkoaineisto. Business Finland. <<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestava-matkailu-lyhyesti/>>. Luettu 25.2.2020.
- 99 Päijät-Häme. Verkkoaineisto. Kulttuuria kartalla. <<https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75308/17%20P%C3%A4ij%C3%A4t-H%C3%A4me.pdf?sequence=18&isAllowed=y>>. Luettu 22.3.2020.
- 100 Kivistö, Riina. 2012. Matkailutietojen kerääminen. Opinnäytetyö. Lahden Ammattikorkeakoulu. Theseus-tietokanta.
- 101 Selvitys Päijät-Hämeen elinkeinoelämän alueiden merkittävydestä. 2019. FCG Finnish Consulting Group. Verkkoaineisto. <<http://www.paijat-hame.fi/wp-content/uploads/2019/02/Selvitys-elinkeinoel%C3%A4m%C3%A4n-alueiden-merkitt%C3%A4vyydest%C3%A4.pdf>>. 14.1.2019. Luettu 22.3.2020.
- 102 Maakuntastrategia ja Päijät-Häme -ohjelma 2018–2021. 2017. Verkkoaineisto. Päijät-Hämeen liitto. <http://www.paijat-hame.fi/wp-content/uploads/2018/01/Maakuntastrategia_ja_ohjelma_2018-2021_nettiin.pdf>. 27.11.2017, s. 15, 19.
- 103 Lahti Business Region, Kestävä Kasvukeskus (suomi). 2019. LIVINGLAHTI. PowerPoint esitysmateriaali.



- 104 Ympäristöosaamisen keskittymä. Verkkoaineisto. Lahti Business Region. <<http://lahtibusinessregion.fi/miksi-lahden-seutu/cleantech-2/>>. Luettu 12.2.2020.
- 105 Aktiviteetit kohteessa Lahti Region. Verkkoaineisto. Visit Lahti Finland. <<https://book.visitlahti.fi/fi/tehdä>>. Luettu 22.3.2020.
- 106 Ylös, ulos ja liikkumaan. Verkkoaineisto. Visit Lahti Finland. <<https://visit-lahti.fi/aktiviteetit>>. Luettu 22.2.2020.
- 107 Suuronen, Niina. 2017. Vastuullisuus yrityksen menestystekijäksi. Verkkoaineisto. Responsia Quality Solutions Ky. <<https://savo-q.webnode.fi/files/200000014-4ac4d4bc43/Vastuullisuus%20yrityksen%20menestystekijaksi.pdf>>. 19.9.2017.
- 108 Työkaluja vastuullisuuteen ja viestintään. Verkkoaineisto. Visit Finland. <https://www.businessfinland.fi/490600/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2018/tyokaluja_vastuullisuusviestintaan_a5_web_21012019.pdf>. Luettu 22.3.2020.
- 109 Maaranto, Marja. 2016. Viisi vinkkiä vastuullisuusviestintään. Verkkoaineisto. <<https://www.reco.fi/viisi-vinkkia-vastuullisuusviestintaan/>>. 12.08.2016. Luettu 12.2.2020.
- 110 Häikiö, Sisko; Koivunen, Kati; Kokkarinen, Liisa. Vastuullisuusviestintää vai valikoituja faktoja? Verkkoaineisto. Lumen 1/2020 Teema-Artikkeli. <<https://www.lapinamk.fi/loader.aspx?id=77b4c5e8-4e2c-4b5a-a4fc-4d54cef7b392>>. 1/2020.
- 111 Hietasaari, Kristiina. Sustainable Travel Finland -ohjelma. Verkkoaineisto. Business Finland. <<https://www.lme.fi/media/hietasaari-konkreettista-ja-systemaattista-kestavan-matkailun-edistamista.pdf>>. Luettu 22.3.2020.
- 112 Miten mukaan Sustainable Travel Finland -ohjelmaan?. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 113 Vastuullisen matkailun puolesta. Verkkoaineisto. Business Finland. <<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland/>>. Luettu 22.3.2020.
- 114 Askel 1: päätös kestävän matkailun edistämisestä ja toimijoiden sitouttaminen. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 115 Askel 2: Osaamisen kasvattaminen. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.

- 116 Askel 3: Kehittämissuunnitelman laatiminen. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 117 Askel 4: Vastuullisuusviestintä. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 118 Askel 5: Sertifiointi. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 119 Askel 6: Todentaminen ja mitattavuus. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.
- 120 Polku, jonka kulkemiseen ei väsy. 2020. Sustainable Travel Finland -ohjelman e-opas. Visit Finland. Päivitetty 16.1.2020.

Sustainable Travel Finland -sateenvarjoryhtymän osaksi sopivat hyväksytyt yritystason sertifikaatit

Sustainable Travel Finland –sateenvarjoryhtymän osaksi sopivat hyväksytyt yritystason sertifikaatteja ovat Biosphere, ECEAT Suomi, Ekokompassi, EMAS, EU Ecolabel/EU Kukka, Geo Golf, Green Globe, Green Key, Green Activities, HI-Quality & Sustainability (HI-Q&S), ISO 14001, Joutsenmerkki, Roope-Satama, TourCert ja WWF Green Office. Taulukossa 1 esiintyy sertifikaatin tyyppi ja sen logo, soveltuvuus eri yrityksille, hinta, auditointiväli, soveltuvuus ulottuvuuksittain ja soveltuvuus toimialoittain. Taulukon tarkoituksena on helpottaa yritystä näkemään Sustainable Travel Finland -ohjelmaan kuuluvien sertifikaattien ominaisuudet ja hinnat tiivistetysti samassa taulukossa.

Taulukko 1. Sustainable Travel Finland -merkin saamiseksi yrityksellä tulee olla jokin ohjelman hyväksytyistä yritystason sertifikaateista.

Sertifikaatti	Soveltuvuus	Hinta	Auditointiväli	Soveltuvuus ulottuvuuksittain	Soveltuvuus toimialoittain
BIOSPHERE 	Kaikki retkeilypalvelut ja -organisaatiot	Vuosimaksu on alkaen 200–1200 €	Kerran vuodessa	Ekologinen	<ul style="list-style-type: none"> Majoitustoiminta Ravintemistoiminta Matkatoimistot, matkanjärjestäjät, varaupalvelut DMC / incoming toiminta Ohjelmapalvelut, matkaoppaiden palvelut Teema- ja kulttuurikäyntikohteet ja niiden palvelut Luontokohteiden palvelut Vierasvenesatamat Golfkentät Kokous, kongressi ja tapahtumatoiminta Vähittäiskauppa Toimistotilat Urheilu/liikuntakohteet ja niiden palvelut Henkilöliikenne tai sitä palveleva (kuljetus) toiminta
ECEAT Suomi 	Luomu- ja biodynaamisematilat, majatalot ja ekokylät sekä muut majoitus- ja vierailukohteet	Jäsenmaksu on 80 € ja liittymismaksu 70 €.	<ul style="list-style-type: none"> Käytössä tulee olla itsearviointi ja omaseuranta Avoin tiedottaminen ja matkailijoiden palaute Yritykseen tehdään ajoittaisia 	Ekologinen Sosiaalinen Kulttuurinen	<ul style="list-style-type: none"> Majoitustoiminta Teema- ja kulttuurikäyntikohteet Kokous, kongressi ja tapahtumatoiminta

Ekokompassi



		tarkistusvierailuita.		
Sopii kaikille toimialoille	Hinnat ovat alkaen 1500 € + 500 € vuosimaksu. Auditoinnin hinta 90 € / h.	3 vuotta	Ekologinen	<ul style="list-style-type: none"> Majoitustoiminta Ravitsemistoiminta Matkatoimistot, matkanjärjestäjät, varauspalvelut DMC / incoming toiminta Teema- ja kulttuurikäyntikohteet ja niiden palvelut Luontokohteiden palvelut Kokous, kongressi ja tapahtumatoiminta Vähittäiskauppa Urheilu/liikuntakohteet ja niiden palvelut Henkilöliikenne tai sitä palveleva (kuljetus) toiminta Välineiden vuokraus, sis. urheiluväline ja autovuokraamo (toimistot)
Sopii kaikille yrityksille ja organisaatioille	Tarkat hinnat eivät ole tiedossa	1 vuosi	Ekologinen	<ul style="list-style-type: none"> Majoitustoiminta Ravitsemistoiminta Matkatoimistot, matkanjärjestäjät, varauspalvelut DMC / incoming toiminta Teema- ja kulttuurikäyntikohteet Vierasvenesatamat Kokous, kongressi ja tapahtumatoiminta Vähittäiskauppa Toimistotilat Urheilu/liikuntakohteet ja niiden palvelut Henkilöliikenne tai sitä palveleva (kuljetus) toiminta Henkilölaivaliikenne
Majoitusliikkeet	<p>- Hakemusmaksu:</p> <ul style="list-style-type: none"> Pk-yritykset 600 € Mikroyritykset 350 € (EMAS ja ISO ale 15-30 %) <p>-Vuosimaksu:</p> <ul style="list-style-type: none"> 0,15 % palvelun vuosittaisen myynnin arvosta väh. 500 € max. 25 000 € Mikro- ja pk-yrityksille ale 25 %, EMAS ale 15 % Majoituspalveluiden vuosimyynti laskeaan kertomalla myyntihinta yöpymisvuorokausien määrällä ja vähentämällä tulosta 50 %. Myyntihinnaksi katsotaan 	Ei tiedossa	Ekologinen Taloudellinen	<ul style="list-style-type: none"> Majoitustoiminta

EMAS



EU-kukka (Ecolabel)



Forum Anders
Reisen



Geo Golf



Green Activities



	<p>keskimääräinen yöpymisen hinta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laajennukset ja muutokset 115 e/h, kuitenkin enintään 2000 €/600 €/350€ riippuen yrityksen koosta 			
Matkanjärjestäjät	Jäsenmaksun suuruuden ja eräpäivän sekä maksurakenteen määrittää jäsenkokous johtokunnan esityksen perusteella uudelle varainhoitovuodelle.	Hakemuksen voi lähettää yritys, joka on toiminut vähintään 2 vuotta matkailusektorilla ja sen voin lähettää milloin vain. Liittymisen jälkeen yritys sitoutuu kahden ensimmäisen vuoden aikana käymään TourCert Chek:in läpi sekä koko CSR-prosessin onnistuneella sertifioiduilla ensimmäisten neljän vuoden aikana.	Ekologinen	<ul style="list-style-type: none"> • Matkatoimistot, matkanjärjestäjät, varauspalvelut
Golfkentät	<ul style="list-style-type: none"> • Vuosimaksu 300 € • Arviointi paikalla 1150 € • Etäarviointi 315 € • Hallintomaksu 315 € 	3 vuotta	Ekologinen	<ul style="list-style-type: none"> • Golfkentät
Pienet ohjelmapalvelu- ja luontoyrittäjät, joilla ei ole omia tiloja (mikäli omia	Vuosimaksu on 550 € + auditointi 500 € (+ alvt)	3 vuotta	Ekologinen Sosiaalinen Kulttuurinen	<ul style="list-style-type: none"> • Ohjelmapalvelut, matkaoppaiden palvelut

Green Globe



Green Key



Green Key

HI Quality and
Sustainability (HI-
Q&S)

tiloja on, tällöin voi hakea Green Keytä)					
Kaikki matkailualan yritykset	Vuosimaksu yrityksen koosta riippuen on 750–5000 \$. Vuosimaksun jälkeen joka toinen vuosi maksaa 750–2500 \$ riippuen yrityksen koosta.	Ei tiedossa	Ekologinen	<ul style="list-style-type: none"> • Majoitustoiminta • Ravitsemistoiminta • Matkatoimistot, matkanjärjestäjät, varauspalvelut • DMC / incoming toiminta • Ohjelmalvelut, matkaoppaiden palvelut • Teema- ja kulttuurikäyntikohteet ja niiden palvelut • Luontokohteiden palvelut • Vierasvenesatamat • Golfkentät • Kokous, kongressi ja tapahtumatoiminta • Vähittäiskauppa • Toimistotilat • Urheilu/liikuntakohteet ja niiden palvelut 	
Hotellit, hostellit, B&B:t, maatilamatkailu, mökkikylät, leirintäalueet, pienet majoitusyritykset, kahvilat, ravintolat, käyntikohteet ja matkailunähtävyydet, ohjelmalvelut, aktiviteetit.	<p>Vuosimaksu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hotellit 1750 € • Pienet majoitusliikkeet 950 € • Leirintäalueet ja mökkikylät alle 5.000 yöpyjää/vuosi: 550 €, 5.000–25.000 yöpyjää/vuosi 850 €, yli 25.000 yöpyjää/vuosi 1250 € • Käyntikohteet ja matkailunähtävyydet 850–1250 € • Mikroyrityskoiset aktiviteetit 550 € <p>-Auditointi 500 €</p>	3 vuotta	Ekologinen Sosiaalinen Kulttuurinen	<ul style="list-style-type: none"> • Majoitustoiminta • Ravitsemistoiminta • DMC / incoming toiminta • Ohjelmalvelut, matkaoppaiden palvelut • Teema- ja kulttuurikäyntikohteet ja niiden palvelut • Luontokohteiden palvelut 	
Hostelling International (HI)-hostellit	350 € / v	3 vuotta	Ekologinen Sosiaalinen Kulttuurinen Taloudellinen	<ul style="list-style-type: none"> • Majoitustoiminta 	



ISO 14001

ISO
14001

Joutsenmerkki



Roope Satama



Standardi sopii kaikenkokoisille organisaatioille sekä yksityisellä että julkisella sektorilla	Standardi: 185,38 €. Lisäksi järjestelmän rakentaminen, konsultointi, sertifiointi maksavat erikseen.		Ekologinen Sosiaalinen Kulttuurinen Taloudellinen	<ul style="list-style-type: none"> Majoitustoiminta Ravitsemistoiminta Matkatoimistot, matkanjärjestäjät, varauspalvelut DMC / incoming toiminta Ohjelmapalvelut, matkaoppaiden palvelut Teema- ja kulttuurikäyntikohteet Vierasvenesatamat Golfkentät Kokous, kongressi ja tapahtumatoiminta Vähittäiskauppa Toimistotilat Urheilu/liikuntakohteet ja niiden palvelut Henkilöliikenne tai sitä palveleva (kuljetus) toiminta Henkilölaivaliikenne
Hotellit, retkeilymajat, ravintolat, kongressi- ja kokouskeskukset	Hakemusmaksu 3000 €, uusintahakemus 1500 €. Vuosimaksu 2000–6000 € (0,15 % alle 1,5 M € kokonaisliiketoiminnasta/yksikkö ja 0,03 % yli 1,5 M € menevästä osasta)	Ympäristömerkintä on voimassa niin kauan kuin tuote täyttää vaatimukset tai kunnes kriteerien voimassaoloaika päättyy. Ympäristömerkintä valvoo vaatimusten täyttymistä vuosittain luvan voimassaoloaikana. Tämän hetkinen lupa voimassa 31.12.2021 saakka.	Ekologinen	<ul style="list-style-type: none"> Majoitustoiminta Ravitsemistoiminta Kokous, kongressi ja tapahtumatoiminta Vähittäiskauppa
Pienvenesatamat	Vuosimaksu 120 €	1–2 vuotta	Ekologinen	<ul style="list-style-type: none"> Vierasvenesatamat

TourCert



WWF Green Office



Matkanjärjestäjät	Ei tiedossa		Ekologinen Sosiaalinen Kulttuurinen Taloudellinen	<ul style="list-style-type: none"> • Matkatoimistot, matkanjärjestäjät, varauspalvelut • DMC / incoming toiminta
Toimistot tai toimiston kaltaiset ympäristöt	<ul style="list-style-type: none"> - Liittymismaksu 1500–6000 € - Vuosimaksu 2000–8000 € 	3 vuotta	Ekologinen	<ul style="list-style-type: none"> • Matkatoimistot, matkanjärjestäjät, varauspalvelut • DMC / incoming toiminta • Ohjelmalvelut, matkaoppaiden palvelut • Teema- ja kulttuurikäyntikohteet • Kokous, kongressi ja tapahtumatoiminta • Toimistotilat • Välineiden vuokraus, sis. urheiluväline ja autovuokraamo (toimistot)

Lyyti-kysely Lahden seudun matkailuyrityksille

Lyyti-kyselyn avulla kartoitettiin Lahden seudun matkailuyrityksien olemassa olevat sertifikaatit. Kyselyn avulla myös selvitettiin, kuinka moni yritys on kiinnostunut hakemaan mukaan Sustainable Travel Finland -ohjelmaan ja mitä ympäristömerkkiä yritys haluaisi tulevaisuudessa hakea.



[Attention by Lyyti](#)

Kysely Päijät-Hämeen matkailuyrityksille kestävän matkailun sertifikaateista

Jotta matkailuelinkeino pystyy vastaamaan muuttuvan maailman kysyntään ja kasvamaan jatkossakin, on kehityksen oltava kestävä. Tätä varten Visit Finland on kehittänyt matkailuyrityksille- ja alueille tarkoitetun Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelman ja sillä saatutettavan Sustainable Travel Finland -merkin. Lahden Seutu – Lahti Region Oy on asettanut itselleen kunnianhimoisen tavoitteen hakea destinaationa STF-merkkiä vuoden 2020 loppuun mennessä. Tämä liittyy alueella pitkäjänteisesti tehtyyn työhön kestävän kehityksen edistämiseksi, josta on osoituksena mm. Lahden saavuttama asema Euroopan ympäristöpääkaupunkien joukossa.

Edellytyksenä on, että vähintään 51 prosentilla destinaation yritysverkoston yrityksistä (mukaan lukien liikevaihdoltaan suurimmat yritykset) tulee olla jokin [\(STF\)-ohjelmaan hyväksytävistä sertifikaateista](#). Myös Lahden Seutu – Lahti Region Oy hakee yrityksenä STF-ohjelmaan hyväksytyä Ekokompassi -sertifikaattia vuoden 2020 aikana.

Kartoittaaksemme kuinka suurella osalla Päijät-Hämeen matkailuyrityksistä on jo jokin STF-ohjelmaan hyväksytty sertifikaatti, pyydämme ystävällisesti teitä vastaamaan oheiseen kyselyyn.

Yrityksenne taustatiedot

Yrityksen nimi *

Yrityksen yhteyshenkilö *

Sähköposti *

Yrityksen/yhteyshenkilön puhelinnumero

FIN (+358) ▼

Yrityksen osoite: *

Yrityksen sijainti *

- Asikkala
- Hartola
- Heinola
- Hollola
- Iitti
- Lahti
- Padasjoki
- Sysmä

Kysely

1. Onko yrityksenne kiinnostunut hakemaan mukaan Sustainable Travel Finland -ohjelmaan? *

- Kyllä
- Ei

Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelmaan lähteneet yritykset ja destinaatiot saavat käyttöönsä konkreettisen kestävän matkailun edistämisen työkalupakin, keinojen omaksua vastuullisuusajattelun ja organisoitua kestävän matkailun toimenpiteissä sekä aiheeseen liittyvää uusinta tietoa. Lisäksi STF-merkin saaneet yritykset ja destinaatiot saavat markkinointitukea ja lisänäkyvyyttä Visit Finlandin kanavissa ja mahdollisuuden kansainväliseen, myyntiä edistävään näkyvyyteen vastuullisen matkailun jakelukanavissa. Sustainable Travel Finland -kehityspolulle lähteminen tai merkin hakeminen on maksutonta. STF-ohjelmaan voi ilmoittautua mukaan [täältä](#).

2. Onko yrityksellänne käytössä joku näistä Sustainable Travel Finland -ohjelmaan hyväksytyistä serfikaateista? Valitse yksi tai useampi.

*

- Biosphere

- ECEAT Suomi
- Ekokompassi
- EMAS
- EU Ecolabel / EU Kukka
- Geo Golf
- Green Globe
- Green Key
- Green Activities
- HI-Quality & Sustainability (HI-Q&S)
- ISO 14001
- Joutsenmerkki
- Roope-Satama
- TourCert
- WWF Green Office
- Muu, mikä?
- Yritykselläni ei ole tällä hetkellä ympäristösertifikaattia

3. Mikäli yrityksellänne ei ole jotain yllä mainittua sertifikaattia, aikooko yrityksenne hakea jotain tiettyä ympäristösertifikaattia tulevaisuudessa?

*

- Kyllä, mitä?
- Ei
- Yritykselläni on jo ympäristösertifikaatti

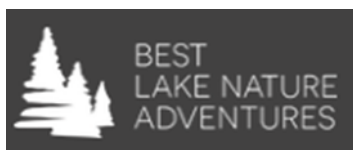
Lahti Region voi järjestää resurssien puitteissa valmennustilaisuuden vastausten perusteella suosituimmista sertifikaateista.

Kerro, vielä mielessä olevat terveiset Lahti Regionille!

Kiitos vastauksistanne!

Matkailijakyselylomake suomeksi

Matkailijakyselylomake on tehty yritykselle Best Lake Nature Adventures Oy, ja sen tarkoituksena on yrityksen vastuullisten tuotepalveluiden kehittäminen ja asiakkaan tyytyväisyyden mittaaminen. Lomakkeen avulla halutaan tietoa myös siitä, että huomioiko asiakas matkailun ympäristövaikutukset.



Best Lake Nature Adventures Oy

Osoite: Pensuontie 65, 15540 Villähde

Puh. 040 7607240

Matkailijakyselylomake

Tämän matkailijakyselylomakkeen tarkoituksena on saada tietoa Päijät-Hämeestä matkailukohteena. Matkailijakyselylomake on toteutettu osana Metropolian Ammattikorkeakoulun Energia- ja ympäristötekniikan opiskelijan opinnäytetyötä.

Päivämäärä:

1. Sukupuoli

Nainen

Mies

2. Minkä ikäinen olet?

15 – 24

25 – 49 50 – 64 65 – 79 80 tai yli

3. Kotipaikkani: _____

4. Olen tyytyväinen käyntiini tässä kohteessa. (asteikko 1-5, 5 täysin samaa mieltä, 1 täysin eri mieltä)

1 2 3 4 5

Mistä piditte erityisesti: _____

5. Kuinka kauan viivytte Lahden seudulla tällä matkallanne?

 1-2 vrk 3-5 vrk yli 5 vrk

6. Millainen vaikutus matkailulla on mielestänne alueen luontoon?

 vahingollinen ylläpitävä parantava ei vaikutusta

7. Millainen vaikutus matkailulla on mielestänne alueen ympäristön siisteyteen?

 vahingollinen ylläpitävä parantava

ei vaikutusta

8. Puuttuuko mielestäsi alueelta jokin sellainen matkailupalvelu, tapahtuma tai aktiviteetti, jonka haluaisitte Lahden seudulta löytyvän?

Ei

Kyllä

Jos vastasit kyllä, niin mitä:

9. Onko mielestäsi Lahden seutu vetovoimainen matkailualueena? (asteikko 1-5, 5 täysin samaa mieltä, 1 täysin eri mieltä)

1

2

3

4

5

10. Kun lähdet matkalle, pohditko, miten voit vaikuttaa matkasi hiilijalanjälkeen?

Kyllä

En

11. Oletko vertaillut suunnitellessasi matkaa vaihtoehtoja niiden ekologisuuden perusteella?

En

Kyllä

12. Otatko ympäristövaikutukset huomioon tehdessäsi matkaa?

En

Kyllä

Jos vastasit kyllä, niin miten?

13. Oletko huolissasi ympäristön tilasta?

Kyllä

En

14. Olisitko valmis maksamaan matkastasi enemmän, jos se olisi toteutettu kestävän matkailun periaatteiden mukaan?

Kyllä

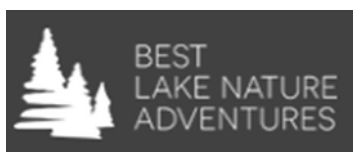
En

15. Muita mieleen tulleita ajatuksia:

Kiitos palautteesta!

Matkailijakyselylomake englanniksi

Matkailijakyselylomake on tehty yritykselle Best Lake Nature Adventures Oy, ja sen tarkoituksena on yrityksen vastuullisten tuotepalveluiden kehittäminen ja asiakkaan tyytyväisyyden mittaaminen. Lomakkeen avulla halutaan tietoa myös siitä, että huomioiko asiakas matkailun ympäristövaikutukset.



Best Lake Nature Adventures Oy

Address: Pensuontie 65, 15540 Villähde

Number: 040 7607240

Questionnaire

The purpose of this questionnaire is to find out information about Päijät-Häme as a tourist destination. This questionnaire is part of Metropolia University of Applied Sciences in Energy and Environmental Engineering students' thesis.

Date:

1. I am

Female

Male

2. Age

15 – 24

25 – 49

50 – 64 65 – 79 over 80

3. Where are you from? _____

4. I liked this trip. (scale 1-5, 5 strongly agree, 1 strongly disagree)

1 2 3 4 5

What you liked the most? _____

5. How long did you stay in Lahti area on this trip?

 1-2 days 3-5 days over 5 days

6. What impact do you think tourism has on the nature of Lahti area?

 injurious sustaining curative no effect

7. What impact do you think tourism has on the environmental cleanliness of Lahti area?

 injurious sustaining curative no effect

8. Do you think there is a tourism service, event or activity that you would like to find in Lahti area?

No

Yes

If yes, what: _____

9. Do you think Lahti area is an attractive tourist destination? (scale 1-5, 5 strongly agree, 1 strongly disagree)

1

2

3

4

5

10. When you book a trip, do you think about how you can influence the carbon footprint of your trip?

Yes

No

11. Have you compared travel options based on their ecology when planning a trip?

No

Yes

12. Do you reduce the environmental impact while traveling?

No

Yes

If yes, how? _____

13. Are you concerned about the state of the environment?

Yes

No

14. Would you be prepared to pay more for your trip if it has been carried out in accordance with the principles of sustainable tourism?

- Yes
- No

15. The other thoughts that came to your mind:

Thank you for the feedback!