



Ohjelmapalveluiden vastuullisuus

Varjolan tila

Maria Sainpalo

Minna Paananen

Opinnäytetyö, AMK

Syyskuu, 2022

Palveluliiketoiminta, Restonomi (AMK), liikkeenjohto

Sainpalo Maria & Paananen Minna

Ohjelmapalveluiden vastuullisuus

Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Syyskuu 2022. 51 sivua

Palveluliiketoiminta, restonomi, opinnäytetyö AMK

Julkaisun kieli: suomi

Julkaisulupa verkossa: kyllä

Tiivistelmä

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Varjolan tila, joka sijaitsee Laukaassa. Varjolan tilalla ei ole entuudestaan sertifikaatteja, jotka ovat yhteensopivia Sustainable Travel Finland –merkin saavuttamiseksi. Opinnäytetyön tavoitteena oli tarkastella Varjolan tilan mahdollisuuksia saavuttaa Sustainable Travel Finland -merkki tulevaisuudessa, Green Activities -kriteeristö vastuullisuuden mittarina.

Opinnäytetyö oli kvalitatiivinen tutkimus, jossa aineistonkeruumenetelmänä käytettiin havainnointia ja haastatteluja. Haastattelut tehtiin paikan päällä sekä puhelimitse. Haastattelut toteutettiin zoomia sekä Teamsia hyödyntäen. Aineisto opinnäytetyöhön kerättiin internetistä löytyvien lähteiden perusteella, muuan muassa hakusanoilla vastuullinen matkailu, kotimaanmatkailu, ohjelmapalvelut ja ilmastonmuutos. Aineistoa kerättiin myös tietokirjallisuuden avulla, sekä haastatteluita ja havainnointia hyödyntäen.

Kyseinen tutkimus osoitti, että Varjolan tilalla on realistisia mahdollisuuksia kyseisen merkin sekä sertifikaatin saavuttamiseen mutta monia kehityskohteita havaittiin ja niihin tulisi kiinnittää huomiota. Varjolan tilalla on vahva ympäristötietämys alueesta, jossa ohjelmapalvelut toteutetaan. Luonnon kunnioittaminen ja luonnon monimuotoisuuden säilyttäminen on tärkeää.

Tiettyihin kriteereihin tulisi jatkossa kiinnittää huomiota, kuten resurssiviisauteen sekä vastuullisuussuunnitelmaan, jotta kaikki vaadittavat kriteerit täyttyvät. Varjolan tilalla on mahdollisuuksia suorittaa Green Activities -sertifikaatti, mutta se vaatii strategista linjausta sekä henkilöstön sitoutumista kyseisten päämäärien tavoittamiseksi.

Avainsanat: Ohjelmapalvelut, Green Activities Sertifikaatti, Sustainable Travel Finland, Green Activities, Haastattelututkimus, Kotimaan matkailu, Arktinen koskiseikkailu.

Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)

Sainpalo Maria & Paananen Minna

Programme Services

Jyväskylä: JAMK University of Applied Sciences, August 2022. 51 pages.

Bachelor of Hospitality and management, JAMK University of applied Sciences.

Permission for open access publication: Yes

Language of publication: Finnish

Abstract

The thesis was commissioned by Varjola tila Oy, which is in Laukaa. Varjolan tila does not already have certificates that are compatible with the Sustainable Travel Finland label. The purpose of the thesis was to examine the possibilities of Varjolan tila to achieve the Sustainable Travel Finland label in the future, the Green Activities criterion as a measure of responsibility.

The thesis was a qualitative study, where observation and interviews have been used as data collection methods. The interviews were conducted on Varjolan tila and via telephones. The interviews were conducted using Zoom and Teams. The material for the thesis has been collected based on sources found on the internet, using search terms such as responsible tourism, domestic tourism, program services and climate change. The material has also been collected with the help of non-fiction, as well as using interviews and observation.

The study in question showed that Varjolan tila has realistic opportunities to offer the mark and there are many areas for development to get the certificate, which must be continuously pursued. Varjolan tila has strong environmental knowledge of the area where the program services are implemented. Respecting nature and preserving diversity is part of nature.

More attention will be paid to certain criteria in the future, such as the resource delay and the responsibility plan, so that all the required criteria should be fulfilled. Varjolan tila could get a Green Activities certificate, but it requires a strategic alignment and the commitment of the personnel in order to reach those goals.

Keywords/tags (subjects)

Programme services, Green Activities Certificate, Sustainable travel Finland, Domestic Tourism, Homeland tourism, Arctic floating

Sisältö

1	Johdanto	3
2	Ohjelmapalvelut matkailualalla	5
2.1	Liikeidea matkailuyrityksessä	5
2.2	Matkailustrategia 2022–2028	6
2.3	Suomi matkailumaana.....	7
2.4	Matkailun vastuullisuus ja kestävyys	7
2.5	Ohjelmapalvelut	12
2.6	Seikkailumatkailu.....	14
3	Green Activities -kriteeristö vastuullisuuden mittarina	16
3.1	Sustainable Travel Finland.....	18
3.2	Green Activities -sertifikaatti.....	20
3.2.1	Ympäristöjohtamisen peruskriteeristö ja pistekriteeristö.....	22
3.2.2	Henkilöstön osallistuttamisen peruskriteeristö ja pistekriteeristö	23
3.2.3	Asiakkaiden osallistamisen peruskriteeristö ja pistekriteeristö	23
3.2.4	Ohjelmapalveluiden peruskriteeristö ja pistekriteeristö	24
3.2.5	Yhteiskuntavastuun peruskriteeristö ja pistekriteeristö	26
3.3	Green Activities -sertifikaatin hakuprosessi.....	26
4	Tutkimusasetelma	27
4.1	Toimeksiantaja	28
4.2	Kilpailijat	29
4.3	Tutkimusongelma	29
4.4	Aineistonkeruumenetelmät	30
4.5	Tutkimuksen luotettavuus.....	31
5	Tutkimustulokset	32
5.1	Havainnointi Varjolan tilalla	32
5.2	Haastattelu Varjolan Tilalla	34
5.3	Haastattelu Green Activities.....	36
5.4	Ohjelmapalveluiden kriteereiden toteutuminen Varjolan tilalla.....	37
6	Pohdinta	40
	Lähteet	44
	Liitteet	49

Kuviot

Kuvio 1. Suomalaisten matkat keskiarvo 2012–2017	10
Kuvio 2. Sustainable Travel Finlandin polku	19
Kuvio 3. Kriteerin osa-alueet	21
Kuvio 4. Green Activities -kriteeristö 2022: Vaadittava pistekriteerien määrä	22
Kuvio 5. Vaijeriliu'unta ja kellunta	33
Kuvio 6. Ekologisuus	37
Kuvio 7. Ympäristö	38
Kuvio 8. Informaatio	39
Kuvio 9. Pistekriteerejä	40

1 Johdanto

Tilastokeskuksen suomalaisten matkailututkimuksesta käy ilmi, että vuonna 2021 suomalaisten matkailu koki kasvua verrattuna edelliseen vuoteen. Kesän aikana sellaisia matkoja, joihin sisältyi päiväretki kotimaan kohteessa, tehtiin jopa 12 miljoonaa. Keski-Suomi ei ole suosituimpien kohteiden joukossa. Suosituimpia tutkimuksen mukaan olivat Varsinais-Suomi, Uusimaa ja Pirkanmaa. Joka tapauksessa voimme todeta kysynnän olevan kasvussa. (Kotimaan matkat lisääntyivät lähes kolmanneksen hellekesänä 2021. 2021.) Vuonna 2019 Suomessa yöpyi 7,1 miljoonaa ulkomaista matkailijaa. Matkailijoita saapui eniten Venäjältä, Saksasta, Britanniasta ja Ruotsista. Järvi-Suomessa yöpyi 1,1 miljoonaa matkailijaa. Järvi-Suomessa venäläisten osuus ulkomaalaisista matkailijoista on suuri, noin kolmannes. (Matkailuvuosi n.d.) Matkailualalla on aloitettu kiinnittämään huomiota kasvavaan vastuullisuuden ja kestävän matkailun kiinnostukseen. Matkailualalla on aloitettu muuan muassa tarjoamaan kestävämpiä lomavaihtoehtoja ja tunnistettu uusia asiakasryhmiä. Kestävän matkailun tarjoaminen on nähty myös kilpailuetuna. Sitoutuminen pitkäaikaiseen kestävän matkailun kehitykseen on nähty olevan enemmän toissijainen motivaatio. (Page 2019, 4.)

Opinnäytetyömme toimeksiantajana on Varjolan tila. Opinnäytetyön tavoitteena on kartoittaa Varjolan tilan ohjelmapalveluiden vastuullisuuksien tilanteet. Perehdymme Green Activities sertifikaatin polkuun ja siihen, kuinka Varjolan tila voisi sitä lähteä hakemaan ja mitä toimia sen eteen tulisi tehdä. Toteutamme opinnäytetyömme kvalitatiivisena tutkimuksena ja aineistonkeruumenetelminä olemme käyttäneet haastatteluja, havainnointia ja teoriaosuutta. Käytämme kirjallisia lähteitä sekä hyödynnämme jo mahdollisesti aiheen ympäriltä tehtyjä tutkimuksia. Hakusanoina käytimme esimerkiksi sanoja vastuullisuus, matkailun tulevaisuus, Green Activities -sertifikaatti, kotimaanmatkailu ja luontomatkailu.

Ohjelmapalveluiden vastuullisuutta on hyvä tarkastella sekä hyödyntää, sillä se on kehittyvä osaalue matkailuelinkeinona. (Vehrelä & Lackman 2003, 37.) Vastuullisuuden tutkimisen mittariksi valikoimme Green Activities -sertifikaatin, johon paneudumme myöhemmin tarkemmin. Sertifikaatti antaa pohjan ja raamit sille, mitä tarkkailemme ja havainnoimme itse aktiviteeteista ja toiminnasta. Opinnäytetyömme tavoitteena on luoda yleiskuvaus siitä, kuinka vastuullista toiminta on ja kuinka sitä voisi mahdollisesti lähteä kehittämään yhä vastuullisempaan suuntaan ja kuinka

Varjolan tila pystyisi hyödyntämään tutkimusta mahdollisen Green Activities -sertifikaatin hakemisessa ja täten Sustainable Travel Finlandin hakemisessa.

Rajasimme aiheen koskemaan Varjolan tilan talviaktiviteetteja ja talviaktiviteeteistä rajasimme vielä opinnäytetyön koskemaan arktista koskiseikkailua. Rajasimme talviaktiviteetteihin, sillä pääsimme ajankohdallisesti seuraamaan nimenomaan näitä kyseisiä ohjelmapalveluita. Tarkastelemme ja havainnoimme haastattelujen ja paikan päällä havainnoinnin avulla kuinka aktiviteetit toteutetaan tilalla ja kuinka vastuullisuus näkyy heidän toiminnassaan. Arktinen koskiseikkailu sisältää Varjolan tilalla vaijeriliukua, nuoralla kävelemistä sekä arktista kelluntaa. Arktinen käsite tulee siitä, että aktiviteetit toteutetaan talvella. (Arktinen koskiseikkailu n.d.)

Opinnäytetyömme sopii myös ajankohtaisiin globaaleihin keskustelunaiheisiin kuten ilmastonmuutokseen ja kestävään kehitykseen. Ilmastoaiheet polttavat kysymykset ja haasteet ovat vielä edessäpäin ja siksi on hyvä aloittaa varhaisessa vaiheessa muuttamaan toimintamalleja tai kehittämään niitä vastaamaan tulevaisuuden vaatimuksia. Ilmatieteenlaitoksen ilmastonmuutos artikkelista kerrotaan, että ilmastonmuutoksen kiihtynyt ja suurentunut muutos aiheuttaa sekä hyvinvoinnille että luonnon monipuolisuudelle haasteita, kun muutoksiin ei ehditä mukautua. Haasteita tulee esimerkiksi lisääntyneistä tulvista, merenpinnan noususta, maaperän kuivumisesta ja trooppisista myrkyistä, jotka tulevat voimistumaan. Jos ilmastonmuutos jatkaa nykyistä kehityskulkuaan, vaikuttaa ilmastonmuutos myös Suomessa. Ilmastonmuutos näkyy Suomessa esimerkiksi suurien keskusjärvien talvenaikaisten tulvien lisääntymisenä, mikä nostattaa vesistöjen vedenpintoja. (Ilmastonmuutos n.d.a.) Ilmastonmuutos vaikuttaa myös lohikalojen, naalien ja saimaannorppien elinoloihin. Kasvitautilien ja tuholaishyönteisten määrät tulevat myös kasvamaan. (Ilmastonmuutos n.d.b.) Vastuullisia ohjelmapalveluita on nykypäivänä tärkeää tarjota asiakkaille, sillä ihmiset kiinnittävät huomiota yrityksen arvoihin sekä toimintamalleihin.

2 Ohjelmapalvelut matkailualalla

2.1 Liikeidea matkailuyrityksessä

Matkailuyrityksiä on Suomessa lukuisia. On yrityksiä, joilla on laajempi valikoima kuin toisilla ja on sellaisia, jotka keskittyvät vain yhteen. Matkailun ohjelmapalvelut ovat kuitenkin ihmisiä kiehtovia ja niistä saadut kokemukset jäävät ihmisille ikuisiksi ajoiksi mieleen. (Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen 2000, 28.) Yritysten tulisi ottaa huomioon myös kilpailevat yritykset ja tiedostaa, mitkä tekijät erottavat heidät toisistaan. Heikkouksia ja vahvuuksia olisi hyvä pohtia yrityksen liiketoimintasuunnitelmissa, jotta tiedostettaisiin, missä vielä voisi kehittyä. (Sandberg 1998, 113–114.)

Matkailuelinkeino on monesta toimialasta koostuva kokonaisuus, jotka tekevät yhteistyötä. Merkittävimpiä sektoreita ovat matkatoimistojen toiminta, henkilöliikenne, majoitus- ja ravitsemisala, matkanjärjestäjien toiminta ja ohjelmapalvelut. Matkailun sektoreiden toimintaan liittyy myös muita elinkeinoja, kuten kiinteistöhuolto, jätehuolto, pesulat ja siivouspalvelut. (Matkailun suuntana kestävä ja turvallinen tulevaisuus, 2021) Matkailun taloudellinen arvo on kasvanut Suomessa viimeisen vuosikymmenen ajan merkittävästi. Kysyntä matkailussa muodostuu ulkomailta tulleiden matkailijoiden ja kotimaisten matkailijoiden kulutuksesta. Matkailu voidaan nähdä suurena tekijänä esimerkiksi taloudellisesti aluekehityksessä. Pääkaupunkiseudulla ja isoissa kaupungeissa työmatkailulla on suuri vaikutus matkailussa, kun taas pienemmissä kunnissa vapaa-ajan matkailu korostuu. (Konttinen, 2005)

Liikeidea mietittäessä täytyy pohtia neljää pääpointtia. Ensimmäiseksi täytyy pohtia sitä, kenelle tuote tai palvelu on suunniteltu eli mikä on kohderyhmä. Toiseksi tulee miettiä myytävän palvelun tai tuotteen rakennetta ja tehdä tuotteesta tai palvelusta selvä kokonaisuus, jotta kuluttaja tietää mihin investoi. Kolmantena tulee miettiä sitä, miten palvelun tai tuotteen toteutus tehdään. Neljäntenä huomio kiinnittyy siihen, miten tuote tai palvelu erottuu muista kilpailevista tuotteista ja palveluista. (Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen 2000, 28.) Liikeidea suunniteltaessa täytyy myös miettiä sitä, kuinka asiakkaat hyötyvät palvelusta tai tuotteesta. Täytyy myös suunnitella, millä tavoin asiakasryhmät tavoitetaan ja mitkä ovat heidän alustansa, josta heidät löydetään. Asiakasryhmä kannattaa identifioida ja kuluttajista luoda asiakasprofileja. Asiakasprofiloinnissa

kannattaa ottaa huomioon se, kuinka yrityksen asiakasryhmä eroaa muista kuluttajista. (Sandberg 1988, 105–107.)

Yrityksen olisi hyvä laatia liiketoimintasuunnitelma, jota seurata. Liiketoimintasuunnitelmaan voi sisällyttää esimerkiksi markkinointisuunnitelman, tuotanto- ja tuotekehityssuunnitelman, yrityksen päämäärät, taloussuunnitelman, riskien arvioinnin ja yrityksen tavoitteet.

Liiketoimintasuunnitelmassa kannattaa myös miettiä, miten asiakaspalautetta kerätään ja analysoidaan ja mikä on yrityksen kokonaisbudjetti. Yrityksen olisi hyvä myös miettiä ja sisällyttää liiketoimintasuunnitelmaan riskit, joita yrityksen toiminnasta saattaa syntyä ja miten riskejä ennaltaehkäistään. (Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen 2000, 28–29.)

Varjolan tilalla on selkeä ja edellä mainitut kriteerit täyttävä ohjelmopalveluiden valikoima. Heidän kohderyhmänsä on laaja ja kaikenkattava. Liikeidea heillä on selkeä ja sen toteuttaminen on luonnistunut hyvin. Varjolan tila erottuu edukseen eksoottisemmilla ohjelmopalveluillaan. He tarjoavat sellaisia palveluita, joita ei monella yrityksellä valikoimasta löydy kuten esimerkiksi arktinen koskiseikkailu.

2.2 Matkailustrategia 2022–2028

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisussa todetaan, että Suomelle potentiaalinen ja suurta kasvua saavuttava ala on palvelu- sekä matkailuala. Kuten Suomen matkailustrategiassa kerrotaan: “Yhdessä enemmän- kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun”. Korona ja Ukrainan sota ovat laskeneet matkailun ja ohjelmopalveluiden kysyntää viime vuosina. Painotus on siinä, että tavoite on nimenomaan kasvaa kestävä toimijana ja kiinnittää huomiota saatavuuteen sekä digitalisuuteen ja sen merkitykseen. Nykyajassa pysyminen ja kestäviin valintoihin panostaminen sekä trendien seuraaminen matkailualalla on vahva osa kehityksen tiellä. Yrityksen täytyy pitkäkestoisesti ja tiedostavasti toimia edistääkseen matkailun vihreitä valintoja ja tulevaisuuden näkymään. Koronan vaikutuksista huolimatta matkailuala on taas nousussa rajoitusten poistumisen sekä hellittämisen myötä. Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2023 mukaan, visio vuosille 2022–2028 on: “Omaperäinen ja uteliaisuutta herättävä Suomi on Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde.” Missio on: “Matkailu on vastuullinen ja kasvava palveluliiketoiminnan ala, joka luo hyvinvointia ja työllisyyttä ympärivuotisesti koko

Suomessa.” (Yhdessä enemmän - kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun: Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2023. 2022, 7–9.)

Matkailustrategiassa 2022–2028 kerrotaan, että tämän toteutumista tarkkaillaan säännöllisesti kahden vuoden välein hyödyntäen toteutuneiden tavoitteiden seurantaan. Vuosittain tarkastellaan kvantitatiivisia tavoitteita ja niiden toteutumista. (Yhdessä enemmän - kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun: Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2023. 2022, 7–9.)

2.3 Suomi matkailumaana

Suomi on tunnettu monimuotoisesta luonnostaan, Lapin ruskasta, maaseudun mäkisistä teistä sekä saaristoista. Matkailumaana Suomi on luonnossa liikkuvien kohde. Talvisin Suomessa ihmiset matkaavat katsomaan revontulia ja kesäisin järven rantaan mökille. (Travel Guide to Finland, Best things to do when visiting Finland n.d.)

Suomessa on suosittuja kohteita, joissa vierailta. Kuusamossa on yksi Suomen suosituimmista kohteista, jonne voi lähteä vaeltamaan syksyn ruskan aikaan tai vaikka kesällä. Kyseiset kohteet ovat kansallispuistossa sijaitseva Karhunkierros (80 km) sekä Pieni Karhunkierros (12 km). Kohteet sijaitsevat Oulangassa. Kesäkaupunkina suosittu vanha Porvoo pitää sisällään ravintoloita, kahviloita sekä hotelleja, joissa majoittua. Yyterissä sijaitsevat hiekkadyynit ovat kesällä suosittu matkustuskohde suomalaisille. Suomenlinna on Helsingissä sijaitseva historiallinen kohde, jossa voi tutustua linnoituksiin sekä nähtävyyksiin. (Kahnji, Ahonen, Mäkelä & Hietala. 2021.)

2.4 Matkailun vastuullisuus ja kestävyys

Matkailu on maailmanlaajuinen suuri bisnes ja usein se lajitellaankin yhdeksi suurimmaksi toimialoista maailmassa. Liikkumisesta ja yöpymisestä tulee matkailua, kun matkataan johonkin sellaiseen paikkaan, joka ei ole matkailijan tavallista ympäristöä. Matkailu on sidoksissa paikkoihin, jossa matkailija useasti on vuorovaikutuksissa paikallisten ihmisten kanssa. Matkailu terminä tarkoittaa toimintaa, jossa yhdistyy kokemus, ihmisen toiminta ja toiminta, joka mahdollistaa kokemuksen. (Goodwin 2016, 1, 6, 9.) UNWTO/ITF:n 2019 vuonna toteuttaman tutkimuksen

mukaan matkustuksesta johtuvat hiilidioksidipäästöt tulevat kasvamaan 2030 vuoteen mennessä kahdellakymmenelläviidellä prosentilla 2016 vuoden hiilidioksidipäästöistä. (Climate action n.d.)

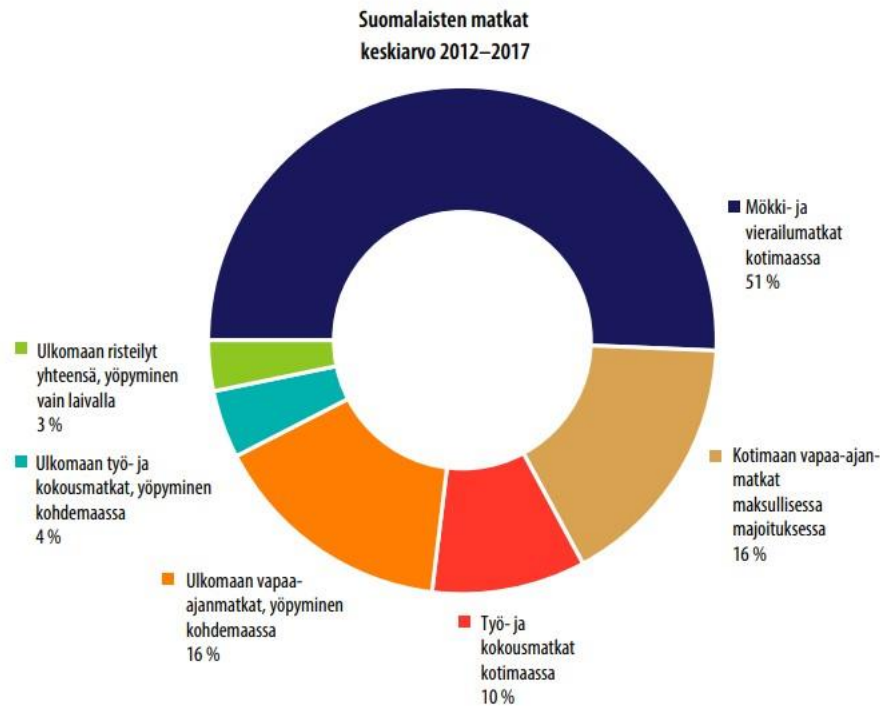
Yleisesti ottaen matkailun osa koko Suomen bruttokansantuotteesta on jopa 2,5 prosenttia. Matkailu on kasvussa vuodesta toiseen. Liikevaihto matkailun ydinklusterissa oli 9,7 miljardia euroa vuonna 2017. Matkailu- ja ovat ohjelmapalveluala vailla kehitystä. Töitä on paljon mutta koulutuksen omaavia henkilöitä liian vähän, joka aiheuttaa sen, ettei työlle ole tekijää. Tämä on osittain kehityksen hidasteena. Toimialaraportissa kerrotaan, että kaikenlaisten matkailualojen on välttämätöntä ottaa huomioon kestävyteen liittyvät näkökulmat. Ei osittain, vaan täysin. Kestävyys yrityksen arvona sekä sen selkeä johdonmukainen kehittäminen ovat tärkeitä ja valinnan ratkaisevia tekijöitä asiakkaille tänä päivänä. Yrityksen tulee huomioida myös esteetön matkailu markkinarakona. Ihmiset valitsevat mieluummin yrityksen, joka toimii kestävyttä edistävin toimin kuin sellaisen yrityksen, joka ei ole kestävyteen panostanut. (Jänkälä 2019.)

Vastuullisella matkailulla painotetaan sitä, mitä esimerkiksi matkailijat ja matkanjärjestäjät voivat tehdä, jotta heidän suorittamansa matkailu olisi kestävä. Vastuulliseen matkailuun on kiinnitetty huomiota myös liiketoiminnan kannalta ja nykyään monet yritykset pyrkivät lisäämään matkailusta johtuvia positiivisia vaikutuksia, minimoimaan negatiivisia vaikutuksia ja tekemään yleisesti matkailun kokemuksesta matkailijalle parempaa. (Goodwin 2016, 17, 54.) Matkailun negatiivisia vaikutuksia voi olla esimerkiksi luonnon monimuotoisuudelle aiheutuvat vaikutukset, matkakohteelle aiheutuvat haitat ja paikallisten asukkaiden häirintä. Matkailun suunnittelussa tulee ottaa huomioon kestävyteen vaikuttavat asiat ja kehittää toimintaa, jotta negatiivisilta vaikutuksilta vältyttäisiin mahdollisimman hyvin. (Niñerola & Sánchez-Rebull & Hernández-Lara 2019.) Kestävän matkailun tulisi kiinnittää huomiota ympäristön resursseihin ja luonnon perinnön säilyttämiseen. Myös erilaisia kulttuureja pitäisi arvostaa ja vähentää niiden välisiä ennakkoluuloja. Kestävän matkailun saavuttaminen ei ole nopea prosessi vaan vaatii jatkuvaa kehitystyötä ja tarkkailua. Kehitystyössä ja kestävä kehityksen prosessissa täytyy myös muistaa huomioida matkailijat, jotka matkailutuotteita tai matkailupalveluita kuluttavat. Matkailijoille voidaan kertoa lisää kestävästä matkailusta ja kuinka matkailusta voidaan tehdä yhä kestävämpää. (Sustainable development n.d.)

Kestävä matkailu voidaan eritellä neljään kategoriaan, jotka ovat sosiaalinen kestävyys, ekonominen kestävyys, ekologinen kestävyys ja kulttuurillinen kestävyys. Sosiaalinen kestävyys tarkoittaa sitä, että ei ole mitään sosiaalista jakoa esimerkiksi paikallisten ja matkailusta hyötyvien ihmisten kesken. Sosiaalisen kestävyuden tarkoituksena on vähentää tätä sosiaalista jakoa ja hyödyntää kapasiteettilaskureita, ympäristön kuormituksen arviointia ja kestävän matkailun mittaristoa. Ekonomisella kestävyydellä tarkoitetaan sitä, että matkailun toiminnasta saadaan riittävästi tuloja, joilla voidaan korjata niin sanotusti matkailusta koituvat haitat. Haittoja voi olla esimerkiksi paikalliselle yhteisölle koituvat haitat ja turistien vierailujen aiheuttamat haitat. Ekologisella kestävyydellä tähdätään siihen, että minimoidaan turistien aiheuttamat ympäristölle aiheutuvat vahingot. Kulttuurisella kestävyydellä pyritään säilyttämään erilaisia kulttuureja, esimerkiksi paikallisten kulttuureja. Koska kulttuurillisen kestävyuden vaikutukset voivat viedä paljon aikaa, on niitä välillä vaikea havainnoida ja ymmärtää. (Mowforth & Munt 2009, 101–108)

Kestävyyteen vaikuttaa myös se, millaiset liikenneyhteydet matkailuyritykseen on eli miten paikanpäälle pääsee. Sanotaan, että julkinen liikenne on kestävä matkustustapa mutta silloin esimerkiksi se ei sitä ole, kun asiakkaita on vain vähän. Julkinen liikenne taas houkuttelee ihmisiä, ketkä normaalisti liikkuvat jalan. Myös monessa työpaikassa katsotaan hakijan eduksi, mikäli heillä on auto, jonka avulla he pääsevät paikalle nopeammin kuin sellainen henkilö, joka liikkuisi kävellen tai polkupyörällä. (Van Wee 2014, 69–71.)

Parantuneen teknologian sekä kysynnän ja tarjonnan kasvun myötä turistit voivat matkustaa yhä kauemmaksi nopeiden kulkuyhteyksien avulla. Matkailusta koituvat keskeisimmät päästöt aiheutuvat matkustamisesta lomakohteisiin. (Dickinson & Peeters, 2014) Teknologia on kasvattanut tärkeyttään suuresti, sillä matkan varaamisesta ja suunnittelusta on tullut paljon helpompaa verkossa toimivien varausjärjestelmien takia. Myös sosiaalisella medially on ollut suuri vaikutus matkailualalla, sillä sen avulla on voitu tavoittaa uudempia sukupolvia ja potentiaalisia asiakkaita. Matkailun mainostus on myös muuttunut nopeammin ja helpommin saatavaksi. (Page 2019, 2–3.) Arvioidaan, että tulevaisuudessa teknologia kehittyy yhä älykkäämmäksi, muovautuvammaksi ja yksilöllistävämmäksi. Digitaalisuuden avulla voidaan reagoida nopeasti muuttuviin olosuhteisiin ja tilanteisiin. Teknologian avulla kerättävät kysyntä- ja tarjontatiedot auttavat tietoon pohjautuvassa johtamisessa. (Matkailun tulevaisuuden trendit 2022, 2021, 59.)



Kuvio 1. Suomalaisten matkat keskiarvo 2012–2017. (Selvitys kotimaan kehittämistarpeista 2019.)

Työ- ja elinkeinoministeriön vuonna 2019 tekemässä selvityksessä kotimaan matkailun kehittämistarpeista kerrottiin, suomalaisten matkojen keskiarvoista vuosina 2012–2017. Suomalaiset tekivät eniten matkoja kotimaassa mökki- ja vierailumatkoilla. Kotimaan vapaa-ajan matkat maksullisissa majoituksissa ja ulkomaan vapaa-ajanmatkojen osuus oli yhtä suuri 16 prosenttia. Vähiten matkoja tehtiin ulkomaan risteilyille, vain 3 prosenttia kokonaisuudesta. Yhteensä suomalaisten tekemiä matkoja, jotka sisälsivät yöpymisen, tehtiin 40 miljoonaa. (Selvitys kotimaan kehittämistarpeista 2019, 21–22.)

2018 päivälomamatkojen valintaan kotimaassa vaikutti eniten kulttuuri ja viihde. Toiseksi suurin kriteeri valinnoissa oli ostoksien mahdollisuus ja urheilu tai liikunta. Myös kotimaanmatkailun maksullisten majoitusten suurimpana kriteerinä oli kulttuuri ja viihde ja toiseksi suurimpana kriteerinä urheilu tai liikunta. Maksullisten majoitusten vahvempiin kriteereihin oli myös mainittu luonto. Kotimaan sisällä tehtyihin ilmaismajoituksiin selvimpänä kriteerinä oli luonto, jonka jälkeen hyvinvointi. (Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista 2019, 21–22.)

Kotimaanmatkailussa oli myös eroja siinä, milloin matkoja tehtiin. Kesäkuu-elokuu ajalla tehtiin eniten kotimaanmatkoja ja muille kuukausille matkailu oli jakautunut tasaisesti. Alue-eroja oli siinä, mihin kotimaanmatkustajat ja ulkomaanmatkustajat jakautuvat Suomen sisällä. Esimerkiksi ulkomaisia matkailijoita kävi eniten Lapissa ja kotimaanmatkailijoita muualla Suomessa.

Kotimaanmatkoja tehtiin eniten keskisessä Suomessa ja itäisessä Suomessa. (Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista 2019, 33–37.)

Työ- ja elinkeinoministeriön selvityksestä kotimaanmatkailun kehittämistarpeista ilmeni myös tuloksia siitä, mitkä nähtiin kotimaanmatkailun trendeinä ja vahvuuksina. Kotimaanmatkailuun vaikuttavina tekijöinä kerrottiin olevan esimerkiksi vastuullisuus, ilmastonmuutos ja lähimatkailun suosion suurentunut kysyntä. Markkinoinnin vahvuuksina kotimaanmatkailun yrityksissä nähtiin kestävyuden ja vastuullisuuden lisäämistä mainostukseen ja toimintaan. Kotimaanmatkailun ennustettiin myös kasvavan sen turvallisuuden vuoksi. Maata pitkin matkustaminen on myös lisännyt suosiotaan muuan muassa lentoliikenteen aiheuttamien päästöjen takia.

Yhteiskunnallisella tasolla lähimatkailun suosimista on myös korostettu. Junalla matkustaminen nostettiin esiin myös hyvänä matkustusmuotona. Elämyksiin sijoittaminen taloudellisesti koettiin tärkeämpänä kuin matkustukseen sijoittaminen, mikä lisää edullisimpien matkustusmuotojen käyttämistä. (Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista 2019, 44.)

Kotimaanmatkailun rajoittavia tekijöitä oli kilpailevat ulkomaiset kohteet ja hintataso.

Ulkomaanmatkailun koettiin olevan yhtä kallista tai jopa edullisempaa kuin kotimaanmatkailun. Suomalaisten heikko ostovoima ja haluttomuus maksaa matkailupalveluiden ja matkailutuotteiden laadusta koettiin Suomessa myös yhtenä rajoittavana tekijänä. Verotuksen, lainsäädännön ja työntekijöiden aiheuttamat kulut ovat hintatasoa nostavia vaikutuksia. Hintatasoa nostavina asioina kotimaassa kerrottiin myös olevan liikkumiskustannukset. (Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista 2019, 45.)

Rajoittavina tekijöinä kotimaanmatkailussa koettiin myös olevan myyntikanavien puutteellisuus. Tämä johtuu kanavien moninaisuudesta, sekä yhteisen myyntikanavan ja selkeyden uupumisesta. Palvelut joudutaan ostamaan useasta eri paikasta, mikä voidaan kokea haasteelliseksi ja työlääksi. Yhteistyö toimija- ja aluetason välillä, kehittämisresurssit pienillä toimijoilla ja kotimaan matkailussa sekä koordinointi aluetasolla ja hankkeissa, koettiin myös rajoittaviksi tekijöiksi.

Toimija- ja aluetasolla korostui selvästi eniten se, että palveluiden koostamisen, yhteismarkkinoinnin ja yhteistyön vahvuuden huomioimisessa olisi vielä kehitettävää. Toimija- ja aluetason välisen kilpailun koettiin olevan esteenä heidän välisellensä yhteistyölle ja luottamukselle. (Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista 2019, 44–47.)

Kehittämisesurssien puutteellisuus pieniltä toimijoilta ja kotimaan matkailusta nähtiin johtuvan haluttomuudesta tehdä investointeja tai vaihtoehtoisesti panostuksen suuntaamisesta kansainvälisiin markkinoihin. Riittävän ammattitaitoisen työvoiman ja yleisesti työvoiman saaminen muodostuu rajoitteeksi vuokra- ja kausityössä. Syitä tähän oli muun muassa alhainen palkkaus, muuttohaluttomuus ja asuntopula. Tuotteiden uupuminen johtui pääasiassa uusien tuotteiden kehittämisen haasteista, joita olivat vetovoimatekijöiden, yhteistyön ja paketoinnin puuttuminen. Lyhytjänteisyyden haasteita sen sijaan esiintyi kampanja- ja hankemuotoisessa toiminnassa. Myös yhteisen pysyvän organisaation puuttuminen liittyi tähän oleellisesti. Joukkoliikenteen sujumattomuuden syiksi osoittautui muun muassa matkaketjujen puuttuminen ja vaikeus löytää informaatiota sekä keskenään sopimattomat aikataulut. (Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista 2019, 44–47.)

2.5 Ohjelmapalvelut

Matkailun toimiala on kehittynyt siitä millaisessa roolissa yritysten tuottamat ohjelmapalvelut nykypäivänä ovat. Nykyään ihmiset kaipaavat elämyksiä tai aktiviteetteja matkansa aikana, eikä enää pelkkä majoitus ja ruokailumahdollisuus ole yhtä suosittua kuin ennen. Matkailussa kaivataan yhä enemmän sisältöä matkaan. Ihmiset hakevat matkailupalveluiden kautta uusia elämyksiä ja haasteita. Kuten Vehrelä ja Lackman toteavat, ”koko prosessin lähtökohtana on asiakas ja hänen tarpeensa, joiden tyydyttämiseksi ohjelmapalvelu ostetaan ja kulutetaan.” Yritysten verkostointi ja mahdollinen yhteistyö on isossa roolissa. On järkevää sopia jokin ohjelmapalvelu, minkä yritys voi toiselta ostaa voidakseen tarjota asiakkailleen mahdollisimman laajoja vaihtoehtoja erilaisten ohjelmapalveluiden kokemiseen. (Vehrelä & Lackman 2003, 8–9.) Matkailu on vapaaehtoista, eikä se kuulu ihmisen perustarpeisiin. Esimerkiksi länsimaissa matkailu koetaan perusoikeutena ja siitä on tehty lomaoikeuslakisäädöksiä. Matkailu on silti kasvava toimiala, jolla on monelle yritykselle taloudellisia vaikutuksia. Matkailu tarjoaa myös työmahdollisuuksia, mikä auttaa talouden kehittymisessä. (Page 2019, 2–3.)

Ohjelmapalvelu itsessään tarkoittaa matkailutuotteisiin liittyviä aktiviteetteja. Kuten Vehrelä ja Lackman (2003) toteavat, ”Matkailun ohjelmapalvelut ovat omatoimisia tai ohjattuja toimintoja, jotka pohjautuvat asiakaslähtöisesti luontoon, kulttuuriin, viihteeseen, liikuntaan tai terveyteen.” Mikäli matkailualan yrityksellä on olemassa joitain ohjelmapalveluita, on se asiakkaille todennäköisesti houkuttelevampi matkailukohde kuin sellainen yritys, jolla ei ole tarjota ohjelmapalveluita. Ohjelmapalvelut ovat yritykselle myös helppo tapa erottautua muista kilpailevista yrityksistä. (Vehrelä & Lackman 2003, 16–17.)

Ohjelmapalveluissa laatu on avainasemassa. Koska kyse on ohjelmapalveluista, riippuu asiakkaan kokemus monista eri osista. Ohjelmapalvelun lisäksi asiakaskokemukseen vaikuttaa muun muassa seura, sää sekä aikataulu. Nämä kaikki ovat sellaisia, mihin ohjelmapalveluiden tuottaja ei kuitenkaan voi vaikuttaa vaan kokonaisvaltainen ohjelmapalveluiden laatu määrittyy aina eri asiakkaiden omien kokemustensa perusteella. Laadun ulottuvuudet jaetaan kolmeen eri osa-alueeseen: toiminnallinen laatu, vuorovaikutuslaatu sekä tekninen laatu. (Vehrelä & Lackman 2003, 40–41.)

Toiminnallinen laatu koskee kaikkea sitä, mitä tapahtuu, kun ohjelmapalvelua suoritetaan esimerkiksi, miten erilaisia asiakkaita kohdellaan suorituksen aikana. Toiminnalliseen laatuun kuuluu myös toimintatavat silloin, kun esimerkiksi tapahtuu jokin onnettomuus. Tämä koskee myös vuorovaikutustaitoja esimerkiksi, miten asiakkaat tulevat toisten asiakkaiden kanssa toimeen ja miten ohjelmapalvelu saadaan toteutettua. Toiminnalliseen laatuun kuuluu myös korostetut asiat palvelutapahtumassa. (Vehrelä & Lackman 2003, 40–41.)

Vuorovaikutuslaatu on tärkein osa-alue, kun puhutaan ohjelmapalveluista, jotka ovat suunnattu ihmisille. Tiivistetysti yleiskuva vuorovaikutuslaadusta on se, miten hyvin ohjelmapalveluiden henkilökunta, sekä asiakkaat ovat vuorovaikutuksessa keskenään ja miten heidän vuorovaikutustaitonsa ja kemiaat kohtaavat. Ennakko-odotukset vaikuttavat myös vahvasti asiakkaan kokemukseen. Tärkeä osa on myös se, että ohjelmapalveluiden tuottaja ja sen ohjaaja osaa tiedostaa asiakkaan tarpeet ja täyttää ne. Ohjaajan tulee olla sosiaalisesti lahjakas sekä hyvät vuorovaikutustaidot omaava henkilö. Positiivisen kuvan puuttuminen asiakaspalvelutilanteissa voi johtua heikoista vuorovaikutustaidoista. Myös toimintaohjeistuksen tulee olla kunnossa yrityksillä, jotta ohjaajat osaavat toimia tietyllä tavalla ja tiettyjä kaavoja hyödyntäen. (Vehrelä & Lackman

2003, 40–41.) Teknisellä laadulla tarkoitetaan kaikenlaisia välineitä, joita ohjelmapalveluissa käytetään. Eli esimerkiksi arktisessa kellunnassa teknistä laatua ovat puvut, jotka puetaan veteen mennessä. Teknistä laatua on myös esimerkiksi ympäröivä luonto, rakennukset sekä maisemat. Nämä kaikki luovat selkeän kokonaisuuden ohjelmapalvelun teknisestä laadusta. Tämä osa on asiakkaille kaikista näistä osista näkyvin. (Vehrelä & Lackman 2003, 40–41.)

2.6 Seikkailumatkailu

Seikkailumatkailu on hyvin paljon normaalista matkailusta poikkeavaa. Se on suunnattu ihmisille, jotka haluavat jännitystä sekä pulmallista, vaarallista tai muuten vain erilaista elämystä. Kyseiseen ohjelmapalveluun osallistuva henkilö tiedostaa, että on kokemassa jotain jännittävää ja hän on itse päättänyt siihen osallistua, eli se ei tule yllätyksenä. Tästä voi jo tiedostaa, että ihminen haluaa kokea nimenomaan adrenaliinia nostattavan kokemuksen. (Vehrelä & Lackman 2003, 178–179.)

Seikkailumatkailu on yleisesti ulkona tapahtuva ohjattu ohjelmapalvelu, johon tarvitaan erikoisvarusteluita. Koska matkailijoita on erilaisia, on kaikilla omat ennako-odotukset ohjelmapalveluista. Jännitys, joka yleisesti kuvataan seikkailumatkailuun kuuluvana tunteena, on vain yksi näistä ennako-odotuksista. Seikkailumatkailun perinteisiin ohjelmapalveluihin kuuluu esimerkiksi lumilautailu, laskuvarjohyppy ja surffaaminen. Muita yleisiä lajeja on myös muuan muassa melonta, kiipeily ja moottorikelkkailu. On olemassa kahdenlaisia seikkailumatkailun ohjelmapalvelutarjoajia. Osa seikkailumatkailun ohjelmapalvelutarjoajista lainaavat varusteet aktiviteetteihin oppaan lisäksi, kun taas jotkut ohjelmapalvelutarjoajat tarjoavat vain oppaan aktiviteetteihin. (Buckley 2006, 1–3.)

Seikkailumatkailussa elämys syntyy matkailijan mielessä, joten ohjelmapalveluita järjestävä yritys ei varsinaisesti voi vaikuttaa sen syntymiseen. Ohjelmapalvelun järjestäjä voi vaikuttaa elämyksen laatuun esimerkiksi tarjoamalla välineet ja opastuksen aktiviteettiin. Vuorovaikutus oppaan ja matkailijoiden välillä korostuu, sillä se on suuri osa elämyksen laadun syntymisessä ja muokkaantumisessa. (Vehrelä & Lackmann 2003, 35–36.) Hyvinvointimatkailusta saadut hyödyt voivat kestää pitkään matkan jälkeen. Hyvinvointimatkailun hyödyt ovat yksilöllisiä, ja hyvinvointimatkailu voi olla henkistä tai fyysistä. (Hietasaari 2020.)

Suomen yksi suurimmista vetovoimista matkailualalla on luonto, jota Suomella on tarjota. Luonnossa matkailun motiiveina voi olla esimerkiksi rauhoittuminen, mikä voidaan kokea, kun siirrytään kaupungista luontoon. Luonto voidaan kokea myös virkistymispaikkana. (Vehmas 2010, 136–137.) Luontomatkailu on matkailijan liikkumista luontoon oppaan kanssa, tai omatoimisesti. Luontomatkailu toteutetaan lihasvoimia tai luonnonvoimia hyödyntäen. Luontomatkailun elämys koostuu itse aktiviteetista, liikkumisesta ja luonnon tarjoamista elämyksellisistä asioista, kuten eläimistä ja kasvillisuudesta. Globalisoitumisen myötä matkustamisen helppous ja määrä on lisääntynyt, mikä on lisännyt myös luonnon merkitystä matkailussa. (Vehrelä & Lackmann 2003, 97–98.) Luonnonvoimia hyödyntämistä on esimerkiksi melominen tai kiipeily. Luontoon kohdistuva matkailu on aktiviteetin ympärille muodostuva toimintaympäristö. Luontoon kohdistuvassa matkailussa ei keskitytä suuresti esimerkiksi liikunnallisuuteen tai luonnosta saatavaan elämyksellisyyteen, vaan enemmän luonnon tarjoamaan paikkaan suorittaa aktiviteetti. Tällaisia aktiviteetteja on muuan muassa laskettelu. (Vehrelä & Lackmann 2003, 98.)

Työ- ja elinkeinoministeriön raportissa Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista (2019) selviää, että kotimaanmatkailun suosion kasvamisen tekijöinä nähtiin hyvinvointi- ja luontomatkailun trendit. Nuorten matkailijoiden suosiossa kasvavina matkustusaktiviteetteinä nähtiin haastavammat aktiviteetit, erämaassa tapahtuvat aktiviteetit, ja ulkona tapahtuvat aktiviteetit, kuten vaellukset. Nuorten suosiossa määriteltiin myös olevan luonnossa tapahtuvat rennot aktiviteetit. (Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista 2019, 44.)

Seikkailumatkailu voidaan jakaa vielä virkistysmatkailuun, tutkimusmatkailuun ja vaativaan seikkailumatkailuun. Virkistysmatkailu on yleisin seikkailumatkailun muoto, missä aktiviteetti ei ole pitkäkestoinen tai fyysisesti ja henkisesti vaativa. Virkistysmatkailun aktiviteetteina voi olla esimerkiksi kalastusmatkat ja kevyet vaellukset. Tutkimusmatkailu koostuu sellaisista aktiviteeteistä ja tekijöistä, jotka ovat matkailijalle entuudestaan tuntemattomia. Tutkimusmatkailu voi olla esimerkiksi matkustamista uuteen paikkaan tai uuden lajin kokeilua. Tutkimusmatkailua on esimerkiksi vaellukset uusissa paikoissa ja tutkimusmatkat safareille. Vaativa seikkailumatka on matkailua, mikä koettelee fyysisesti tai henkisesti matkailijaa. Vaativaa seikkailumatkailua voi kokeilla yksin, ryhmissä tai oppaan kanssa. Matkailija voi kokea turvattomuutta tai erityisen suurta jännitystä aktiviteeteissa. Yleisesti aktiviteetin jälkeen matkailija kokee onnistumisen tunteen omien tavoitteiden suorittamisesta. Vaativia

seikkailumatkailun aktiviteetteja on esimerkiksi koskenlasku, sukellus ja maastopyöräily. Ohjelmapalvelun järjestäjän täytyy vaativissa seikkailumatkailuissa kiinnittää huomiota erityisesti riskien olemassaoloon ja turvallisuuteen. (Vehrelä & Lackmann 2003, 180–183.)

Matkailunalalla on lisääntynyt yksittäisten matkailijoiden määrä. Yksittäisiä matkailijoita lähtee matkustamaan yhä pienemmillä varoitusajoilla, mihin yritysten tulisi kiinnittää huomiota, esimerkiksi suunnittelemalla myös yksittäisille matkustajille luonto-ohjelmapalveluita. Yritysten tulisi tehdä riskien hallinnan- ja markkinoinnin suunnitelmia yksin matkustavia varten. (Aittokoski, Räsänen, Lariola, Ellare & Natura Viva 2020, 5.) Vaikka ohjattujen seikkailumatkojen kysyntä on noussut, on myös yksinliikkuvien seikkailijamatkailijoiden määrä kasvanut (Buckley 2006, 4).

Varjolan Tilalla olisi kehitettävää kestävyden ja vihreän tulevaisuuden painottamisessa yritystoiminnassa, mikä toisi yritykselle isoa kilpailuetua ja edistyksellisyyden tunnetta asiakkaille. Sosiaalisessa mediassa leviää tieto ja asiakkaiden markkinointi laadukkaista ja vihreistä yrityksistä ja täten sosiaalisen median myötä yritys saa kasvatettua imagoaan nykyaikaiseksi ja koko ajan kehittyväksi yritykseksi. Asiakkaiden jakaessa kuvia ja kokemuksia Varjolan tilalta, saisivat he ilmaista mainontaa yritykselleen. Varjolan tilalla huomasimme ohjelmapalveluiden ohjaajan ottavan asiakkaista kuvia, heidän näin pyytäessään. Tässä olisi heille siis hyvä keino miettiä vastuullisuuden ja sen painottamisen lisäämistä mainontaan, sekä ohjelmapalveluiden sisältöön.

3 Green Activities -kriteeristö vastuullisuuden mittarina

On hyvä tiedostaa ja muistaa, että ympäristösertifikaateilla ja esimerkiksi ympäristömerkeillä on selvä ero, ja eivätkä ne tarkoita samaa asiaa. Ympäristösertifikaatit kattavat koko yrityksen toiminnan tai osa-alueen sen toiminnoista, kun taas ympäristömerkit voivat keskittyä jonkun tuotteen ympäristövastuullisuuteen. Ympäristösertifikaattien avulla luodaan myös yritykselle ympäristöohjelma, mitä se lähtee kartoittamaan ja kehittämään. Ympäristöohjelman avulla pyritään kokonaisvaltaisesti vähentämään yrityksen toiminnan ympäristön kuormitusta. (Valintaopas: ympäristömerkit ja –sertifikaatit yrityksille n.d.)

Ympäristöjärjestelmän tavoitteena on luoda organisaatiosta yhä ympäristövastuullisempi. Ympäristöohjelmilla voi kehittää organisaation toimintaa tuottavammaksi ja tuloksellisemmaksi.

Organisaatio voi saada myös ympäristöjärjestelmästä näkyvyyttä, joka lisää kilpailukykyä, korkeampaa asiakastytyvääisyyttä, kustannustehokkuutta, oppia riskienhallinnasta, sekä koko organisaatiolle rakentuvaa vastuullisen työnantajan kuvaa. (Valintaopas ympäristöjärjestelmä ja ympäristösertifikaatti työpaikallasi n.d.)

Ympäristösertifikaateilla voidaan myös viestiä arvolupausta asiakasta kohtaan, sillä yrityksen ympäristösertifiointi vaatii auditoinnin, jonka täytyy olla kolmannen osapuolen auditoinni. Tämän vuoksi ei voida vain lupaila esimerkiksi paremmasta ympäristökehityksestä yrityksessä, vaan myös teot täytyvät vastata sanoja. (Ympäristöjärjestelmä työpaikallasi n.d.)

Yksi suurin syy esimerkiksi ympäristösertifikaattien hakemiselle, on markkinointihyöty, mitä niistä saadaan hyödynnettyä. Markkinointi on isossa roolissa yrityksissä, ja sen onnistuessa myös yrityksen menestyminen on todennäköisempää. Ihmiset seuraavat brändejä ja ne voivat muodostaa huomaamatta tietynlaisia ihmisryhmiä, jotka jakavat joitain samoja arvoja keskenään. Näillä sidosryhmillä on suuri vaikutus yrityksen liiketoimintaan ja maineeseen. Kun ajatellaan kestävästä markkinointia, korostuu siinä brändien oma vastuunotto, etenkin esimerkiksi ilmastonmuutokseen johtavien asioiden minimoimisessa. Lähtökohtaisesti brändien päätehtävänä ei ole informoida kanavissaan ilmastoon liittyvistä asioista, ellei brändi ole juuri ilmastojärjestö. Mutta kestävästä kehitystä tukevan yrityksen keskeisinä tavoitteina ja tehtävinä on selvittää, että mitkä heidän asiakaskuntansa arvot ovat ja paljon arvojen täytyy näkyä toiminnassa, jotta he ovat valmiita maksamaan palvelusta tai tuotteesta. Yrityksen täytyy myös pohtia sitä, että miten he integroivat omaan toimintaansa kestäviä kehitystä edesauttavaa toimintaa tai korjauksia, peilaamalla planeettamme hyvinvointiin. Sitten, kun nämä kaksi asiaa on selvitetty ja mietitty, täytyy yrityksen myös miettiä taloudellista arvoa yritykselleen. (Lillberg & Mattila 2020, 67–74.) Rajoittavia tekijöitä kotimaanmatkailussa oli palveluiden brändien kokeminen puutteelliseksi ja palveluiden etsiminen vaikeaksi. Yritysten tarjonta saatettiin myös nähdä sekavana, sillä yrityksillä ei ollut selvää brändiä. (Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista 2019, 46.)

Markkinoinnilla on laaja vaikutus moneenkin osa-alueeseen ja parhaimmillaan se tuo yritykselle uusia asiakkaita uusilta asiakasryhmiltä. Markkinoinnista on parhaiten hyötyä, kun markkinoidaan jotain uutta, mitä yrityksen sisällä on meneillään. Kestävän markkinoinnin niin sanottu tiekartta brändeille, kertoo vaihe vaiheelta, kuinka markkinointia voidaan kehittää yhä kestävämpään

suuntaan. Ensimmäiseksi olisi hyvä juuri miettiä, että mitä näkökulmaa tai sektoria ratkaistaan, kun mietitään ilmastonmuutosta. Sitten täytyisi hahmottaa asiakaskunta, jonka jälkeen täytyy arvioida sitä, kuinka paljon hahmotettu asiakaskunta olisi halukas ja kykeneväinen maksamaan ratkaisuun pääsystä. Tämän jälkeen on hyvä peilata ratkaisuehdotuksia omaan taloudelliseen maksukykyyn ja siihen, että mikä ratkaisu palvelisi omaa yritystä parhaiten. Ja viimeisenä olisi hyvä pohtia sitä, että mitä lisäarvoa lopullinen ratkaisu toisi myös yhteiskunnallisella tasolla pöydälle. (Lillberg & Mattila 2020, 120–123, 134–137.)

Rajoittavina tekijöinä kotimaanmatkailussa koettiin olevan myyntikanavien puutteellisuus. Tämä johtuu kanavien moninaisuudesta, sekä yhteisen myyntikanavan ja selkeyden uupumisesta. Palvelut joudutaan ostamaan useasta eri paikasta, mikä voidaan kokea haasteelliseksi ja työlääksi. Yhteistyö toimija- ja aluetason välillä, kehittämisresurssit pienillä toimijoilla ja kotimaan matkailussa sekä koordinointi aluetasolla ja hankkeissa, koettiin myös rajoittaviksi tekijöiksi. Toimija- ja aluetasolla korostui selvästi eniten se, että palveluiden koostamisen, yhteismarkkinoinnin ja yhteistyön vahvuuden huomioimisessa olisi vielä kehitettävää. Toimija- ja aluetason välisen kilpailun koettiin olevan esteenä heidän välisellensä yhteistyölle ja luottamukselle. (Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista 2019, 44–47.)

Varjolan Tila voisi miettiä kestävän kehityksen markkinointia, ja sitä mitä uusia asiakaskuntia he voisivat sen avulla saavuttaa ja löytää. Varsinkin uuden merkin tai sertifikaatin saatua, olisi hyvä sitä mainostaa ja markkinoida. Kannattavaa olisi myös miettiä millainen on heidän jo olemassa oleva asiakaskunta ja heidän arvonsa, ja verrata ja pohtia, kuinka niitä voisi yhdistää uusien asiakkaiden hankkimisessa.

3.1 Sustainable Travel Finland

Sustainable Travel Finland ohjelma ja merkki on Visit Finlandin organisoima ja ideoima. Ohjelma ja merkki on tarkoitettu juuri matkailualueille ja matkailuyrityksille ympäri Suomea, jotka tarjoavat palveluitaan myös kansainvälisille asiakkaille. Sustainable Travel Finlandin tavoitteena on ajaa matkailuyrityksiä yhä kestävämmän matkailun suuntaan antaen viitekehyksiä heidän toimintaansa. (Sustainable Travel Finland n.d.)

Sustainable Travel Finland –merkki saadaan ansaittua, kun yritys käy ensiksi läpi Sustainable Travel Finlandin ohjelman hyväksytysti täyttäen heidän asettamat kriteerit. Yrityksen, joka merkkiä hakee, on oltava suoritettuna ja hallussaan jokin Sustainable Travel Finlandin kanssa yhteensopivista sertifikaateista. Yhteensopivia sertifikaatteja Green Activities –sertifikaatin lisäksi on esimerkiksi Biosphere, Blue Flag, Ekokompassi ja Joutsenmerkki.



Kuvio 2. Sustainable Travel Finlandin polku (Sustainable Travel Finland n.d.)

Ohjelma sisältää seitsemän askeleen polun, jotka ovat sitoutuminen, osaamisen kasvattaminen, kehittämissuunnitelma, vastuullisuusviestintä, sertifiointi ja auditointi-, todentaminen ja mitattavuus ja viimeisenä sopimus ja jatkuva kehittäminen. Sitoutumisessa luvataan noudattamaan kestävän matkailun valtakunnallisia periaatteita ja kertomaan henkilön nimi, joka koordinoi koko kestävää matkailua. Osaamisen kasvattamisessa yrityksen on osallistuttava Sustainable Travel Finland – valmennukseen, käydä läpi Kestävän matkailun e-opas ja tehdä itsearviointi omasta kestävän kehityksen nykyhetkestä. Kehittämissuunnitelmassa, jonka yrityksen tulee laatia, tulee näkyä lähtötila ja toimenpidesuunnitelma. Vastuullisuusviestinnässä tulee keskittyä siihen, että kestävän kehityksen muutoksista informoidaan myös kansainvälisesti. Yrityksellä täytyy olla jokin kestävää matkailua tukeva sertifikaatti. Todentamisella ja mitattavuudella tarkoitetaan sitä, että kriteeristön täytyminen tarkastetaan ja yritys lupautuu kestävän kehityksen tunnuslukujen käyttöön. Jatkuva kehitys tarkoittaa sitä, että yrityksellä ei

tarvitse heti olla kaikki asiat täydellisesti tehtynä, vaan kehityskulku voi tapahtua ja toteutua pidemmällä aikavälilläkin. (Sustainable Travel Finland n.d.)

Sustainable Travel Finland –merkki, sekä sertifikaatti, jolla ohjelmaan on lähdetty mukaan, täytyy uusua aina kahden vuoden välein, jolloin kehityskaari ei katkea. Sustainable Travel Finland merkistä yritys saa huomattavasti lisänäkyvyyttä Visit Finlandin kanavissa, sekä myös markkinointitukea heiltä. (Sustainable Travel Finland n.d.)

Green Activities sertifikaatti on lueteltuna yhtenä yhteensopivana sertifikaattina Sustainable Travel Finland –merkin kanssa, joten jos Varjolan Tila ansaitsee Green Activities sertifikaatin, voivat he halutessaan lähteä hakemaan myös Sustainable Travel Finland -merkkiä. Tällöin Varjolan tila saisi näkyvyyttä myös suoraan Visit Finlandin markkinointikanavissa, ja listauksissa, mikä toisi merkittävää markkinointihyötyä.

3.2 Green Activities -sertifikaatti

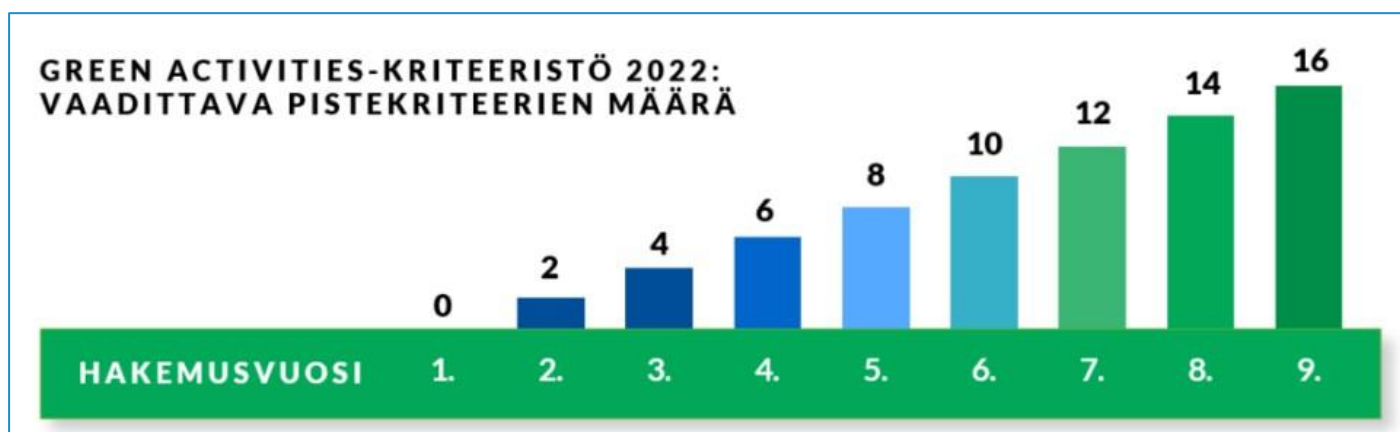
Green Activities sertifikaatti on ympäristöohjelma, jota varsinkin matkailuyritykset, jotka tarjoavat luonnossa tapahtuvia ohjelmapalveluita, voi hyödyntää. Kun yritys saa Green Activities ympäristömerkin, on yrityksen pidettävä huolta siitä, että asiakkaat, sekä henkilöstö pidetään tietoisina ympäristöön liittyvissä asioissa. Yrityksen on myös pyrittävä vähentämään ympäristökuormitusta ohjelmapalveluissaan, sekä tehostamaan heidän vetensä -ja energian kulutusta. Jotta ympäristömerkin saa ansaittua yritykselleen, täytyy yrityksen toiminta täyttää tietyt ympäristökriteerit, jotka on erityisesti tehty luonto-ohjelmapalvelu alalle. Kriteerien seuraamisesta, käytöstä ja raportoinnista, on yritys itse vastuussa. (Green Activities -ympäristömerkki n.d.)



Kuvio 3. Kriteerin osa-alueet (Kriteeristö n.d.)

Kriteerit merkin saamiseksi on jaoteltu viiteen toiminnan osa-alueeseen. Toiminta osa-alueet ovat asiakasviestintä, virkistymispalvelut, ympäristöjohtaminen, yhteiskuntavastuu sekä henkilöstön osallistaminen. Jos yrityksellä on ohjelmalveluissaan myös eläinmatkailua, on siihen vielä erikseen matkailueläinten hyvinvointi osa-alue kriteeristö. Kriteeristö päivittyy aina 1–5 vuoden välein ja katsoimme tässä tutkimuksessa 1.2.2022 päivittyntä kriteeristöä. (Green Activities -kriteeristö n.d.) Kuvaamme tässä opinnäytetyössä kaikki kriteerit, mutta pääsääntöisesti keskitymme ohjelmalveluiden kriteeristöön. Ohjelmalveluiden kriteeristöön keskitymme eniten, sillä se kuvaa parhaiten opinnäytetyömme tutkimuksen aihetta, eli ohjelmalveluiden vastuullisuutta.

Ennen kuin yritys edes lähtee hakemaan Green Activities merkkiä, on heillä oltava täytettynä peruskriteerit. Jonkun kriteeristön osa-alueen tarkastelu ja suorittaminen on hyväksyttävää jättää pois vain, jos yritys ei harjoita kyseistä ohjelmalvelua, kuten esimerkiksi eläinmatkailu kriteeristö. Vapautustakin jostain peruskriteeristön osa-alueista on mahdollista pyytää Green Activities tuomaristolta, mutta vapautusta ei ole helppo saada, sillä sen syyt pitää olla hyvin perustellut ja vakavat. (Green Activities -kriteeristö n.d.) Kun ympäristöjohtamisen peruskriteeristö on hallussa, voidaan siirtyä pistekriteerien pariin. Pistekriteeristö tarkoittaa sitä, että yrityksen on saatava vastuullisesta toiminnastaan vuosittain pisteitä, ja pistetaulukko menee näin: (Green Activities -kriteeristö n.d.)



Kuvio 4. Green Activities -kriteeristö 2022: Vaadittava pistekriteerien määrä (Green Activities kriteeristö n.d.)

Ensimmäisenä vuonna yrityksen ei tarvitse täyttää muuta kuin peruskriteerit. Toisen vuoden aikana pisteitä täytyy kerryttää kahden pisteen verran, kolmantena vuotena neljän pisteen verran ja neljäntenä vuotena kuuden pisteen verran. Green Activities sivustolla on mainittu, mitkä ovat pistekriteerit eri osa-alueilla, joista pisteitä voi kerryttää. (Green Activities -kriteeristö n.d.)

3.2.1 Ympäristöjohtamisen peruskriteeristö ja pistekriteeristö

Peruskriteeristöön kuuluu se, että yrityksen johto on paneutunut ympäristötyöhön ja noudattaa sitä. Johdon tehtävänä on myös erikseen nimittää henkilöstönsä johtohenkilöstöstä sellainen työntekijä, joka toimii yrityksen ympäristövastaavana. Jotta hakemus saadaan vireille, on yrityksellä oltava hallussaan ja tehtynä myös vastuullisuussuunnitelma, joka lisätään liitteen muodossa hakemukseen. Vastuullisuustyön on pidettävä sisällään vuosisuunnitelman ja päämäärät, kuinka siihen päästään. Tärkeää on myös muistaa, että kaikki toimenpiteet ja asiakirjat Green Activities merkin hakuprosessissa on nivottu yhteen kansioon, jotta Green Activities -edustajat pääsevät niitä helposti seuraamaan ja katsomaan. Viimeisenä peruskriteerinä ympäristöjohtamisen osa-alueessa on yhteystyö yrityksen ja paikallisten toimijoiden kanssa. (Green Activities -kriteeristö n.d.)

Yrityksen toteutettua peruskriteerit voidaan seuraavaksi tarkastella ympäristöjohtamisen pistekriteerejä. Eli niitä kriteerejä, joita yritys tarvitsee, jotta he pystyvät kartoittamaan

vuosittaiset pisteensä. Pisteitä saa esimerkiksi siitä, että yrityksellä on hallussaan sertifikaatti, josta ilmenee, että yritys on hiilineutraali. Hiilineutraalisuutta hiilijalanlaskurilla mittaaminen on myös yksi pistekriteereistä. Loput pistekriteereistä ovat hiilensidontahankkeeseen osallistuminen, mikä tarkoittaa, että yrityksen asiakkailta on mahdollisuus kompensoida heidän käyntinsä aikana muodostuneita päästöjä, 5 % hiilijalanjäljen madaltaminen vuodessa ja sertifioituun kompensatiorankkeeseen osallistuminen. (Green Activities -kriteeristö n.d.)

3.2.2 Henkilöstön osallistuttamisen peruskriteeristö ja pistekriteeristö

Toisena osa-alueena tarkastelemme henkilöstön osallistuttamisen peruskriteeristöä. Tämän osa-alueen kriteeristön saavuttamisessa on tärkeää se, että kommunikaatio toimii yrityksen johdon sekä henkilöstön välillä, ja että johto sekä henkilöstö ovat sitoutuneet noudattamaan kriteeristöä toiminnassaan ja informoimaan siitä. Peruskriteeristöön vaatimuksiin on kirjattu säännölliset kokoukset johdon sekä henkilökunnan välillä, jossa käsitellään yrityksen nykyisiä, sekä mahdollisia tulevia ympäristöhankkeita. Yrityksen ympäristövastaavalla on iso rooli ja vastuu osallistua kyseisiin kokouksiin, jotta hän voi kertoa kartoitetusta yrityksen ympäristötoimenpiteiden tilanteista ja jatkosta. Mikä yhdistää jokaista henkilöstöä on se, että yrityksen on mahdollistettava vuosittaiset ympäristö- ja vastuulliskoulutukset kaikille. Yrityksen tiloissa on oltava myös henkilökunnan nähtävillä toimintatapoja, jotka edesauttavat vastuullisuutta. (Green Activities -kriteeristö n.d.)

Henkilöstön osallistuttamisen pistekriteeristöön kuuluu erilainen kannustaminen jo yrityksen sisällä vastuullisiin toimintoihin, kuten esimerkiksi kiinnittämällä huomiota siihen, miten tulee töihin, ja voisiko kulkemista vielä toteuttaa yhä ympäristöystävällisemmin. Viimeisenä kriteerinä on se, että henkilökunnalla tulisi olla mahdollisuus tarkastella yrityksen vastuullisuustoimintaa ja henkilökunnalle voisi mahdollistaa liikuntamahdollisuuksia yrityksestä lähtöisin. (Green Activities -kriteeristö n.d.)

3.2.3 Asiakkaiden osallistamisen peruskriteeristö ja pistekriteeristö

Kolmantena kriteeristönä toimii asiakkaiden osallistamisen kriteeristö. Osa-alueen kriteeristön tavoitteena on levittää ja tuoda enemmän esille ympäristöä edesauttavaa toimintaa myös

asiakkaiden ja kuluttajien keskuuteen. Pää tavoitteena tässä olisi se, että asiakkaat saisivat itse motivaatiota ja inspiraatiota toteuttaa asioita omissa arkielämän asioissa ehkä vielä ympäristöystävällisemmin. Asiakkaiden osallistamisen peruskriteeristöön kuuluu, että kun Green Activities sertifikaatin saa haltuunsa, on se yrityksen tiloissa sellaisella paikalla esillä, josta asiakkaiden on helppo se havainnoida. Myös tietoa selittämään, mitä sertifikaatti pitää sisällään, on asiakkaiden nähtävillä. Yrityksen on myös sisällyttävä informaatiota Green Activitiesta ja ympäristöasioista esimerkiksi heidän internet-sivuillaan. Asiakkaiden kiinnostuksen kohotus ympäristöasioissa on myös suositeltavaa yrityksen toiminnassa. Mikä on myös tärkeää, on se, että henkilökunta osaa tarvittaessa selittää auki koko Green Activities toiminnan sitä mahdollisesti kysyville asiakkaille. (Green Activities -kriteeristö n.d.)

Asiakkaiden osallistamisen pistekriteereinä on asiakkaalle luotu tilaisuus tarkastella ja havainnoida yrityksen vastuullisuustoimia ja muuta toimintaa. Pisteitä saa myös, jos yrityksellä on olemassa asiakkaita varten ja heille kohdennettu palkitsemisjärjestely kaikista heidän tekemistään ympäristöteoista. Ympäristöasioihin liittyen myös vuoden aikana tehdystä markkinointikampanjasta ja tiedotuskampanjasta kertyy pisteitä. Viimeisenä pistekriteeristön osana on se, että yrityksen vuosisuunnitelmassa erityisesti viestinnän osuus pitää sisällään eritellyn ympäristö- ja vastuullisuusviestinnän osuudet. (Green Activities -kriteeristö n.d.)

3.2.4 Ohjelmapalveluiden peruskriteeristö ja pistekriteeristö

Ohjelmapalveluiden peruskriteereinä on muuan muassa se, että yrityksen jo aiemmin tehdyssä vastuullisuussuunnitelmassa tulee näkyä sitoumus kestävän matkailun sääntöihin. Sitoumukseen kuuluu monipuolinen ympäristön huomioiminen, kuten luonnossa liikkuminen ja asiakkaiden ohjeistaminen. Henkilöstöltä vaaditaan hyvää aluetuntemusta ja he tietävät alueen kulttuurista. Myös sujuva yhteistyö paikallisten kanssa on hyvä. Esimerkiksi yritys voi tiedottaa alueen muista toimijoista, jolloin asiakasvirtaa saadaan myös muihin paikallisiin yrityksiin. (Green Activities -kriteeristö n.d.)

Yrityksen turvallisuussuunnitelma on oltava ajankohtainen ja kattaa kaikki ohjelmapalvelut, jota yrityksellä on tarjota. Esimerkiksi reittimatkoilla, reitit ovat kartoitettu ja merkattu hyvin niin, että mahdollisen vaaran tai onnettomuuden sattuessa paikalle on mahdollisimman helppo löytää.

Myös turvallisuustiedotus asiakkaille täytyy olla kunnossa, esimerkiksi hätänumeron kertominen, turvallisuusohjeet ja toimintatavat. Myös reittien haasteellisuus on tärkeää mainita.

Ohjelmapalveluissa, joissa tarvitaan joitain varusteita, täytyy tiedotus myös toimia. Riippuen yrityksestä ja heidän asiakaskunnastaan, hyvää asiakkaan palvelua olisi kielimuurin minimointi, esimerkiksi tarjoamalla palveluja toisella kielellä. Hakemuksessa turvallisuuden osalta täytyy olla vähintään yhden talviohjelmapalvelun turvallisuussuunnitelma ja vähintään yhden sulan maan turvallisuussuunnitelma GPS-koordinaattien kanssa lisättynä liitteisiin. (Green Activities -kriteeristö n.d.)

Ohjelmapalveluiden pistekriteeristöön kuuluu yhtenä kohtana se, että yritys ei harjoita ohjelmapalveluissaan mitään sellaisia toimintoja, jotka tarvitsevat moottoroituja kulkuvälineitä. Ympäristövalistus on myös osana pistejärjestelmää ja yrityksessä se voi näkyä esimerkiksi asiakkaiden rohkaisuna valita ympäristöystävällisemmän kulun yritykseen saapuessa. Paikallisten osallistuminen toimintaan kerryttää myös pisteitä. Pisteitä esimerkiksi saa siitä, että paikallisia otetaan mukaan kehittämään ja ylläpitämään ohjelmapalveluita, ja että paikallisilta otetaan vastaan myös palautetta toiminnasta. Paikallisten palveluita suosimalla saa pisteitä, muuan muassa paikallisten yritysten elintarvikkeiden hyödyntäminen retkillä tai luomutuotteiden käyttö oikeuttaa pisteisiin. Ruokailuun liittyen myös kertakäyttöastoiden käytön lopettaminen lisää pistesaldoa sekä roskien keräämiseen kehottaminen. (Green Activities -kriteeristö n.d.) Jos yrityksen läheisyydessä on Blue Flag rantoja, kertoo yritys niistä asiakkailleen. Blue Flag –merkki on ympäristömerkki, joka voidaan antaa venesatamille ja uimarannoille. Kriteerit merkin saamiseen liittyvät turvallisuuteen, ympäristöön ja saatavuuteen. (Blue Flag ympäristömerkki n.d.)

Työntekijöillekin on omia säädöksiä ja ohjeita. Työntekijöiden Matkailualan turvallisuuspassista, erä- ja luonto-oppaan koulutuksesta, sekä kansallispuisto koulutuksesta kerryttää pisteitä. Työntekijät pääsevät myös vaikuttamaan pistekriteeristöön laskemalla henkilökohtaiset hiilijalanjälkensä. Jos yrityksellä on sähköautojen latauspiste, saa siitäkin pisteitä. Kun lähdetään miettimään uusia ohjelmapalveluita, ottaessa huomioon esimerkiksi aikataulullisesti sopivuuden julkisten liikenteen kanssa, saa siitä pisteitä. Asiakkaiden kannustaminen yhä enemmän ympäristömerkittyjen palveluiden ja tuotteiden pain, kerryttää pisteitä. Viimeisenä pistekriteeristön kohtana toimii liikaturismin valvominen ja siitä mahdollisesti ilmoittaminen eteenpäin. (Green Activities -kriteeristö n.d.)

3.2.5 Yhteiskuntavastuun peruskriteeristö ja pistekriteeristö

Yhteiskuntavastuun peruskriteeristössä edellytetään, että yritys on velvollinen noudattamaan lakeja, kansainvälisiä sopimuksia, ja muita velvoitteita. Kaikesta toiminnasta on pystyttävä tuottamaan raportteja. Työtaturmavakuutukset täytyy myös olla jokaisella yritykselle työskentelevällä työntekijällä, sekä kaikki työntekijöiden oikeuksia koskevat säädökset pitää olla noudatettuna myös esimerkiksi yrityksen alihankkijoilla. Vastuullisuus pitää myös sisällään ihmisoikeuksien noudattamisen, toiminnan vahtimisen ja syrjinnän torjumisen. Mitä tulee eläviin eliöihin, kuten eläimiin ja kasveihin, niitä ei saa laittomasti myydä eteenpäin, tai pitää esillä. Arkeologisia tai historiallisilla esineillä ei voi käydä vaihtokauppaa, myydä eteenpäin tai pitää näytteillä. (Green Activities -kriteeristö n.d.)

Yhteiskuntavastuun pistekriteeristöön kuuluu se, että esimerkiksi sukupuolen tai vähemmistöryhmään kuuluvia henkilöitä ei saa syrjiä, ja myös heillä täytyy olla täydet mahdollisuudet johtotehtäviin yrityksissä. Myös esteetön kulku ja toiminen yrityksissä täytyy mahdollistaa, sekä esimerkiksi aistirajoitteisia henkilöitä täytyy huomioida toimintojen suunnittelussa ja toimiessa. Mitä tulee hankintapolitiikkaan, niin senkin täytyy olla kunnossa yrityksellä vastuullisuus näkökulman huomioon ottaen. Yhtenä pistekriteeristön kohtana on myös se, että hävikkiin joutuvat tavarat ja asiat lahjotettaisiin eteenpäin. Vaikeasti työllistyvät ja pitkäaikaistyöttömät on myös huomioitava siten, että heille voidaan tarjota osa-aikaisia työsopimuksia tai työharjoitteluja. Viimeisenä pistekriteerinä on minimissään kahden ympäristö - tai sosiaalisen kehityshankkeen kannattaminen. (Green Activities -kriteeristö n.d.)

3.3 Green Activities -sertifikaatin hakuprosessi

Hakemusprosessi Green Activities sertifikaatin saamiseksi alkaa ilmoittautumislomakkeen täyttämällä, joka löytyy Green Activitiuksen internet-sivuilta. Ilmoittautumisen jälkeen saadaan tunnukset, joiden kautta täytetään varsinainen hakemuslomake ja siihen kuuluva liiteraportti. Hakemuslomakkeen voi lähettää, kun yritys on varannut auditoinnin. Auditointi toteutetaan ensimmäisenä ja toisena vuonna, jonka jälkeen auditointi tehdään vain joka kolmas vuosi. Kohde, joka sertifiointia hakee, on velvollinen maksamaan auditoinnista aiheutuvat kulut, sekä määrätyn osallistumismaksun. Jos auditoinnissa huomataan jotain kehityskohteita, lähetetään ne

tuomariston kokoukseen, jossa päätetään sertifiointista. Jos tuomaristo myöntää kohteelle sertifiointin, on se voimassa vuoden verran kerrallaan. (Green Activities -kriteeristö n.d.)

4 Tutkimusasetelma

Kvalitatiivista tutkimusta voidaan hyödyntää silloin, kun ilmiön takana ei ole teoriaa tai ilmiötä ei tunneta. Kvalitatiivisen tutkimuksen tavoitteena on saada ymmärrys tutkittavasta ilmiöstä ja tutkittavaa ilmiötä tarkastellaan syvästi. Kvalitatiivinen tutkimus keskittyy tutkimaan yhtä tapausta ja yleisemmin tutkittavana on prosessit. Tutkija hyödyntää kvalitatiivisessa tutkimuksessaan vuorovaikutustilanteita, esimerkiksi haastatteluissa ja havainnointitilanteissa. Ero kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen välillä on, että kvantitatiivinen tutkimus keskittyy enemmän matemaattisiin lukuihin, kun taas kvalitatiivinen tutkimus keskittyy vuorovaikutuksiin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa hypoteesit voivat lisääntyä tutkimuksen edetessä. (Kananen 2017, 32–36.) Kvalitatiivisen tutkimuksen edetessä voi joutua katsomaan tutkimussuunnitelmaa tai tutkimusongelman asetelua vielä uudelleen, sillä tutkimus on prosessi. (Eskola & Suoranta 1998, 16).

Määrällisen tutkimuksen ominaispiirteinä on yleistäminen ja se perustuu teorioiden pohjilta. Määrällisen tutkimuksen käytetyin aineistonkeruumenetelmä on kysely, josta saadaan tutkimusaineisto, jota tarkastellaan. Määrällistä tutkimusta tehdessä on tiedettävä ilmiö, joiden pohjalta voidaan rakentaa tutkimuskysymykset. (Kananen 2015, 73.) Määrällinen tutkimus keskittyy syyseuraus-suhteeseen ja tutkija on ulkopuolinen. Tiedon luonne määrällisissä tutkimuksissa on objektiivista. (Kananen 2008, 27.) Määrällinen tutkimus käsittelee tapausten joukkoa ja siinä testataan hypoteesit, jotka on asetettu tutkimuksen alussa (Kananen 2017, 35–36).

Tutkimusta suunniteltaessa oli selvää, että kun aiheena on ohjelmapalveluiden vastuullisuus, haluttiin päästä tarkkailemaan mitä yrityksessä tapahtuu ja miten siellä toteutetaan ohjelmapalvelut ja millaista muun muassa asiakaspalvelu siellä on. Haastattelut haluttiin toteuttaa myös paikan päällä Varjolan tilalla, sillä silloin haastattelua tuki havainnointit ohjelmapalveluiden järjestämisestä. Jos tutkimusta ei olisi suoritettu myös paikan päällä, olisi haastattelu ollut esimerkiksi Teamsin kautta ja ohjelmapalveluiden toteutus olisi jäänyt vain yrittäjän itsensä

kertoman pohjalle, tällöin ei olisi pystynyt kertomaan niin tarkasti asioita, joihin kiinnittää huomion vain olemalla paikan päällä.

Olisi myös ollut hyvin vaikeaa alkaa kertomaan laadullisia tutkimustuloksia näkemättä mitä se laatu oikeasti on, millaista asiakaspalvelua siellä saa ja onko vastuullisuuden eri osioihin ihan oikeasti kiinnitetty huomiota ja jos on niin miten. Havainnoinnissa pystyttiin myös kiinnittämään huomiota siihen, miten turvallisuus on huomioitu, voiko asiakas tuntea olonsa koko ajan turvallisiksi ja täyttykö odotukset kyseisestä ohjelmapalvelusta. Tämän lisäksi pystyttiin myös tarkkailemaan tuotteiden laatua sekä tilan itsensä niin sanottua toimivuutta sekä siisteyttä. Kokonaiskuva tuli paljon selkeämmäksi nyt, kun Varjolan tilalle päästiin käymään paikan päälle.

4.1 Toimeksiantaja

Varjolan Tila on Laukaassa sijaitseva matkailutila, joka tarjoaa majoituspalveluita, sekä ruokailumahdollisuuksia. Varjolan tila on perheyrittäjä, joka on kulkenut jo sukupolvelta toiselle useita kertoja. Ennen Varjolassa kasvatettiin karjaa sekä maanviljely toimi elinkeinona. Nykyään Varjolassa on alettu kehittämään matkailupuolta ja pääpaino on elämysmatkailussa. Varjolan Tila haluaa tarjota asiakkailleen täyden palvelun kokemuksia sekä elämyksiä. Varjolan Tilan isäntä on edellisen isännän poika. Toiminta tilalla on jatkunut jo neljässä sukupolvessa, nykyinen isäntä on viidettä sukupolvea. Varjolan Tilalla on mahdollista myös varata ohjelmapalveluita, riippuen mikä vuodenaika on kyseessä. Ohjelmapalvelut ovat eritelty muuan muassa talvi- ja kesäaikaan sijoittuviin aktiviteetteihin (Tervetuloa Varjolaan N.d.)

Varjolan Tilan ohjelmapalveluihin kuuluu muun muassa kesäisin koskenlaskua, joogaa, opastettuja melontaretkiä, mönkijäsafareita, koskiseikkailua. Talvisin heidän valikoimaansa kuuluu muun muassa moottorikelkkasafarit, arktinen kellunta, vierailu husky-leiriin sekä arktinen koskiseikkailu. Myös välinevuokraus kuuluu heidän palveluihinsa (Elämyksiä vuoden ympäri n.d.)

Näiden ohjelmapalveluiden lisäksi Varjolan tilalla on saunomismahdollisuus. Varjolan Tilalta löytyy esimerkiksi kelosauna, savusauna, tallisauna sekä telttasauna. Yleiset saunailat kuuluvat myös valikoimaan. Se sisältää savusaunan käytön, kaksi poreallasta sekä talvisin avantouinnin mahdollisuuden (Saunat n.d.)

Majoitusmahdollisuuksina on erilaisia villoja, huoneita, sviittejä ja lomamökkejä. Varjolan tilan majoitukseen ovat myös lemmikit tervetulleita. (Majoitukset n.d.) Tarjolla on myös kokoustiloja, joista voi muodostaa kokouspaketteja sovittaessa (Kokoukset n.d.)

Valitsimme kvalitatiivisen tutkimuksen opinnäytetyöhön, sillä se oli realistinen keino päästä tarkkailemaan yrityksen toimintamallia sekä ohjelmapalveluiden toteutumista. Tämä mahdollisti sen, että pääsimme tarkkailemaan ohjelmapalveluita Varjolan Tilalla, sekä toteuttamaan haastattelut Varjolan tilan henkilöstölle.

Varjolan Tilalla voi myös järjestää juhlia ja erilaisia kokoustapahtumia. Tämän takia heidän valikoimastaan löytyy kattavat ruokailumahdollisuudet. Heiltä saa À la carte ruokaa, pitopöytä ruokaa, navettaravintolasta muun muassa Varjolan perinteistä ahvenkeittoa. Lisäksi heillä on kesäisin Bistro Sylvi, joka on kahvila. Ohjelmapalveluiden ohessa on mahdollista syödä eväät kotaruokailussa. Myös saunaan saa syötävää, asiakkaiden halutessa. (Ruoka ja juhlat n.d.)

4.2 Kilpailijat

Varjolan tila ei ole ainut ohjelmapalveluita järjestävä taho Keski-Suomessa. Yksi Varjolan tilan kilpailijoista on Peurunka. Peurunka on myös Laukaassa sijaitseva, ohjelmapalveluita sekä majoitusta tarjoava yritys. Peurungassa järjestetään ohjelmapalveluita sekä yrityksille että yksityisille henkilöille ympäri vuoden. (Peurunka etusivu n.d.) Toinen kilpaileva yritys Keski-Suomen alueella on yritys nimeltä Huviholvi. Huviholvi järjestää ohjelmapalveluita kuten melontaa sekä kalliolaskeutumista. (Huviholvi, seikkailu- ja elämyspalvelut n.d.) Varjolan tila voi erottua edukseen muista, sillä että on perheyritys. Varjolan tila voi myös panostaa ohjelmapalveluidensa yksilöllistämiseen eksoottisten aktiviteettien avulla, joita heillä on ohjelmapalveluissaan. Näistä esimerkkinä arktinen kellunta.

4.3 Tutkimusongelma

Tämän opinnäytetyön tutkimusongelmana oli kartoittaa nykyinen Varjolan tilan ohjelmapalveluiden vastuullisuuden tilanne ja se, kuinka niistä saadaan yhä vastuullisempia ja vastaamaan valitun Green Activities -ympäristöohjelman kriteereitä. Tutkimuskysymykseksi

valikoitui: Miten hyvin Varjolan Tilan arktinen koskiseikkailu ohjelmapalvelupaketti vastaa Green Activities -sertifikaatin kriteeristöä.

4.4 Aineistonkeruumenetelmät

Laadullisessa tutkimuksessa tavallisimmat aineistonkeruumenetelmät ovat havainnointi, kysely, haastattelu ja dokumenteista kerätty tieto. Tutkimuksessa voidaan käyttää yhtä tai useampaa aineistonkeruumenetelmää. Havainnointi ja keskustelut toimivat sujuvasti vapaammassa tutkimusasetelmissä, kun taas kokeelliset menetelmät ja strukturoidut kyselyt strukturoidummissa tutkimusasetelmissä. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 3.) Menetelmävaihtoehtoja valitessa täytyy ottaa huomioon tarkkuus, tehokkuus, luotettavuus ja taloudellisuus (Hirsjärvi & Hurme 2011, 34). Tieteellisyyttä tarkasteltaessa keskitytään aineiston laatuun määrän sijasta, sillä analysointi pyritään usein keskittämään pieneen tapausmäärään, jota analysoidaan tarkasti. (Eskola & Suoranta 1998, 18).

Havainnointi on johdonmukaista ja kohdistuu niihin valittuihin kohteisiin, mitä tutkimussuunnitelmassa on päätetty. Tutkimusaineiston kokoamisen tapaa suunniteltaessa täytyy päättää havainnointiin liittyvät asiat, kuten miten havainnointi suoritetaan, missä se suoritetaan ja mitä tehdään. Jos havainnointiin osallistuu useampi henkilö, täytyy jokaisen roolit jakaa ennen itse havainnointia. Tämä on tärkeää siksi, että tutkimusaineistossa säilyy sisäinen vertailevuus havainnoijien kesken. (Vilka 2021, luku 4.1, 5.10.) Havainnointi voidaan toteuttaa osallistuvalla havainnoinnilla tai osallistumattomalla havainnoinnilla. Osallistuvassa havainnoinnissa tutkija on vuorovaikutuksessa havainnoinnin kohteiden kanssa, kuten esimerkiksi sosiaalisissa vuorovaikutustilanteissa. Osallistumattomassa havainnoinnissa vuorovaikutustilanteilla ei ole erityistä arvoa, vaan tutkija on ulkopuolinen, eikä osallistu toimintaan. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 3.2.)

Haastattelun hyötynä on joustavuus. Haastatteluissa voidaan toistaa kysymyksiä, selventää kysymyksiä ja oikaista väärinymmärryksiä. Kysymyksien järjestystä voidaan mahdollisesti myös vaihtaa kesken haastattelun. Haastatteluissa voidaan myös hyödyntää havainnointia. Haastattelun hyötyihin lukeutuu myös mahdollisuus valita haastateltavat. Eettisesti aiheellista on ilmoittaa haastateltavalle haastattelun aihe etukäteen, ja mahdollisesti lähettää kysymykset tarkasteltavaksi

ennen haastattelua. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 3.1.) Ihminen toimii tutkimustilanteissa subjektina ja on aktiivinen osallinen. Haastattelun etuina on myös, haastateltavan tutkimustuloksien hyödyntäminen laajemmassa käyttöyhteydessä. Haastattelun negatiivisina puolina voidaan nähdä haastatteluun kuluva aika, virhelähteet ja kustannukset. Negatiivisina puolina voidaan myös pitää haastatteluaineiston purku, eli tulkinta, analysointi ja raportointi, sillä niihin ei ole valmiita malleja. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 35.)

Teemahaastatteluissa valitaan ennalta tietyt teemat, joiden pohjalta haastattelu toteutetaan. Teemahaastattelussa ei painoteta, kuinka perinpohjaisesti haastatteluissa saadaan aineistoa, tai kuinka monta haastattelu kertaa saadaan toteutettua. Vuorovaikutus haastattelutilanteissa on myös yksi tärkeä piirre teemahaastatteluissa. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 47–48.) Haastatteluiden tuloksista yritetään koota kokonaisvaltainen kuva. Haastattelun kysymykset painottuvat tutkittavan yksittäisen ihmisen tai ryhmän toimintaan ja niiden tarkoitus on auttaa ymmärtämään tutkimusongelmaa. (Kananen 2017, 89–90.)

4.5 Tutkimuksen luotettavuus

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan käsitellä uskottavuuden, luotettavuuden ja eettisyyden kautta. Uskottavuus syntyy, kun tutkimukseen liittyvät henkilöt ja tutkimusta lukevat kollegat ovat sitä mieltä, että tutkimuksen aineisto on valittu asianmukaisesti ja se on analysoitu perusteellisesti. Luotettavuus tarkoittaa sitä, kun tutkija on onnistunut valitsemaan oikeanlaiset lähestymistavat ja menetelmät tutkimusta tehdessään ja tutkimusongelmaan ratkoessaan. Tutkijan seurattessa eettisiä periaatteita, kuten esimerkiksi sitä, että tutkimus ei aiheuta haittaa tutkimuksen kohteille tai siihen liittyville henkilöille, täyttää eettisyyden näkökulman. (Juuti & Puusa 2020, luku 5.)

Reliaabelius tutkimuksessa määräytyy sen mukaan, että saadaanko sama tulos kahden tutkimuskerran jälkeen yhdeltä tutkittavalta henkilöltä. Tämä tulkinta on haastava, jos haastattelun ominaisuudet muuttuvat, esimerkiksi ajan kuluessa. Reliaabeliutta tutkimuksessa voidaan myös tulkita reliaabeliksi, jos kahdella rinnakkaisella tutkimusmenetelmällä päädytään samaan tulokseen. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 186.)

5 Tutkimustulokset

5.1 Havainnointi Varjolan tilalla

Kävimme Varjolan tilalla 26.3.2022 tutustumassa tilaan, sekä sen tuottamiin ohjelmapalveluihin. Saavuimme tilalle kolmen aikaan iltapäivällä. Menimme seuraamaan ensimmäiseksi arktista kelluntaa. Arktisessa kellunnassa ohjelmaan osallistuvat henkilöt pukivat päälleen märkäpuvun ja kokoontuivat laiturille kuulemaan turvallisuusohjeet ja selostuksen. Turvallisuusohjeiden jälkeen osallistujat laskeutuivat veteen yksi kerrallaan ja lähtivät kellumaan. Puku päällä oli myös mahdollista nousta rannassa olevan jäätikön päälle ja laskeutua sieltä taas takaisin veteen. Osallistujat kelluivat kukin, kuinka kauan halusivat, jonka jälkeen he nousivat takaisin laiturille, jota kautta he kävelivät viereiseen rakennukseen vaihtamaan vaatteet.

Toisena arktiseen koskiseikkailuun kuului nuoralla käveleminen. Kävelimme sillan yli ja sitten pientä polkua, kosken ylityspaikalle. Koskiseikkailuun osallistujille laitettiin turvavälineet ja heille kerrottiin turvallisuusohjeet ja toimintatavat. Tämän jälkeen he lähtivät yksitellen ylittämään koskea vaijeria pitkin ja palasivat sitten samaa reittiä takaisin.

Viimeisenä aktiviteettina oli vaijeriliukuminen. Osallistujille kerrottiin turvallisuusohjeet ja toimintatavat ensimmäiseksi ennen vaijeriliu'untaa. Vaijeriliu'unta tapahtui sillan vieressä ja liukumamatka oli kosken yli. Kun kosken yli oli liu'uttu valjaiden kanssa, vedettiin heidät takaisin narua pitkin, jonka jälkeen lähtöpaikassa heiltä otettiin pois turvavälineet.



Kuvio 5. Vaijeriliu'unta ja kellunta

Havainnoinnin avulla saatiin tietoa valitun arktisen koskiseikkailun ohjelmapalvelupaketista ja sen toteutuksesta ja rakenteesta. Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista (2019, 44–47) selvityksessä kerrottiin, että joukkoliikenteen sujumattomuus on yksi kotimaanmatkailun rajoittavia tekijöitä, minkä takia tutkimuksessa tutkittiin myös Varjolan tilalle saapumista joukkoliikenteen avulla. Tutkimuksessa havainnointiin etäisyyttä kaupunkiin ja kulkuyhteyksien helppoutta, joita mietittiin Varjolan tilalle saapuessa muuan muassa etsimällä tietoa julkisenliikenteen mahdollisuuksista Varjolan tilalle saapuessa, sekä hyödyntämällä Google Maps -sovellusta etäisyyksien arviointiin. Hyödynsimme myös Varjolan tilan kotisivuja ja sieltä löytyvää tietoa ja opastusta. Havainnointien perusteella Varjolan tilalle oli helppo saapua myös joukkoliikenteen avulla.

Havaitsimme, että esimerkiksi sähköautojen latauspisteet uupuvat. Havainnoinnista selvisi, että ohjelmapalvelun pitäjä kertoi turvallisuusohjeet ennen aktiviteettia ja ohjeisti ohjelmapalveluihin osallistujia yksilöllisesti, sekä ryhmää yhteisesti. Havainnoinnin avulla saatiin tietoa myös siitä, kuinka ohjelmapalvelut ajoitetaan ja kuinka asiakaspalvelu toteutuu. Turvallisuus ja riskien hallinta oli huomioitu ohjelmapalveluissa.

Vaijeriliukuminen tapahtui luonnonsuojelualueen läheisyydessä, minkä avulla saatiin tietoa yrityksen toiminnasta luonnonsuojelualueilla. Esimerkiksi havainnoinnin aikana kerrottiin, että

kaatuneita puita luonnonsuojelualueella ei tule siirtää tai poistaa. Opastuskieli otettiin huomioon ohjelmapalveluita järjestettäessä, sillä Varjolan tilalla kävi myös kansainvälisiä matkailijoita. Tarkkailimme myös oppaan ympäristötietämystä ohjelmapalveluiden aikana. Oppaalla oli hyvä ympäristötietämys ja hän osasi liikkua Varjolan tilalla ja luonnossa. Varusteinformaatio löytyi Varjolan tilan kotisivuilta helposti ja se oli riittävä. Buckley (2006, 1–3) mukaan on ohjelmapalvelutarjoajia, jotka tarjoavat varusteet aktiviteetteihin ja sellaisia, jotka eivät tarjoa varusteita. Havainnoinnin ja haastattelujen perusteella saatiin tietoa siitä, että Varjolan tila tarjoaa ohjelmapalveluihinsa varusteet.

5.2 Haastattelu Varjolan Tilalla

Tutkimuksessa haastateltiin kolmea Varjolan tilan johtotehtävissä olevaa henkilöä. Haastatteluista saatiin selville, että arktisen koskiseikkailu ohjelmapalvelupaketin sisältö on aina sama eli se sisältää: vaijeriliu'unnan, nuoralla kävelyn sekä arktisen kellunnan talvisin ja kesäisin taas arktisen kellunnan tilalla on koskenlasku. Palvelu on suosittua muun muassa polttariporukoilla, yksityisillä asiakkailla, sekä työporukoiden virkistysilloissa.

Haastatteluista selvisi, että korona aikana ohjelmapalveluihin on osallistunut entistä enemmän kotimaisia asiakkaita ympäri suomea. Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista (2019, 33–37), selvisi myös, että kotimaanmatkailun pääpaino on keskisessä Suomessa ja itäisessä Suomessa. Ohjelmapalveluiden vastuullisuutta pyritään huomioimaan mahdollisimman laajasti. Mowforth & Munt (2009, 101–108) toteavat, että turistien ympäristölle aiheuttamien haittojen minimointi on osa ekologista kestävyyttä. Haastattelusta selvisi, että Green Activities -kriteeristön kohta luonnon kunnioittaminen toteutuu Varjolan tilan yrityksen toiminnassa ja turistien aiheuttamat haitat minimoidaan. Muuan muassa roskia ei jätetä luontoon, vaan kaikki viedään jätteiden lajitteluun. Ohjelmapalveluiden vastuullisuuksia huomioidaan luontoa kunnioittaen, esimerkiksi vaijerien ja nuorien kiinnitys on tehty siten, etteivät ne vahingoita puita.

Haastattelusta selvisi, että Varjolan tilalla on tällä hetkellä yrityksessään melko vähän työntekijöitä, ainoastaan noin seitsemän henkilöä. Työryhmään kuuluu sekä kokoaikaisia, että osa-aikaisia työntekijöitä. Henkilökunnan valintaan rekrytointiprosesseissa vaikuttaa se, että on motivaatiota, ahkera, avoin ja ulospäinsuuntautunut. Haastatteluista selvisi, että Varjolan tilan henkilökunnalla

ei ole matkailualan turvallisuuspassia, mutta muut oppaiden koulutukset ovat suoritettuina. Haastatteluista saimme myös selville työvuorosuunnittelusta ja se toteutui Varjolan tilalla hyvin. Vehrelä & Lackman (2003, 40–41) toteavat, että toimintatavat onnettomuustilanteissa kuuluvat toiminnalliseen laatuun. Haastatteluista saatiin selville, että henkilöstöllä on myös ensiapukoulutukset suoritettuina ja voimassa.

Haastatteluista kävi ilmi, että korona on vaikuttanut lukuisiin yrityksiin näiden parin vuoden aikana, eikä Varjolan tila ole siinä poikkeus. Haasteita luo aina matkailualalla se, että totutusti ulkomailta tulevat asiakkaat eivät enää pääsekään samalla lailla kuin ennen asioimaan ja vierailemaan kohteissa. Varjolan tila on joutunut kehittämään koronan myötä myös yksityisille henkilöille ohjelmapalveluita, sillä ennen heidän toimintansa on pääasiassa keskittynyt muun muassa yritysasiakkaisiin. Ruoka- ja raaka-aineet pyritään hankkimaan läheltä. Yksityisten asiakkaiden on mahdollista varata avoimia saunavuoroja, tai mennä koskiseikkailuun. Kesäisin heillä saattaa olla esimerkiksi häitä, syntymäpäiväjuhlia tai muuta vastaavaa. Ydintoiminta on kuitenkin kaikesta huolimatta pysynyt samana.

Haastattelusta selvisi, että kaikkein suosituimpia palveluita Varjolan tilalla ovat kokouspalvelut ja kokouspaketit, jotka sisältävät muun muassa elämykset, ruokailut ja savusaunan. Asiakkaita heillä käy ympäri maailmaa ja myös lähiseuduilta. Varjolan tilan perusarvoihin kuuluvat vahvasti laatu, palvelu, sekä suomalaisten tuotteiden kunnioitus. “Kaveria ei jätetä” periaate toimii heillä arvoissa sekä asiakkaita, että työkavereita kohtaan.

Haastattelusta kävi ilmi, että Varjolan tilalla ei ole entuudestaan mitään ympäristömerkkiä. Varjolan tilalla on silti kiinnostusta hankkia esimerkiksi Business Finlandin Sustainable Travel Finland merkki. Motivaationa ympäristömerkkien hankkimiseen on se, että se toisi lisäarvoa yritykselle ja viestittäisi Varjolan tilan toiminnan vastuullisuudesta.

Haastatteluista selvisi myös, että jätteiden kierrätys toteutuu Varjolan tilalla hyvin ja he käyttävät kestäviä ruokailuvälineitä. Puhdistusvälineiden ympäristömerkintä ja aineisosalistus, Varjolan tilalta puuttuu. Varjolan tilalla ei ole valikoimissaan paikallisten luomutuotteita, mutta lähituotteita valikoimassa on. Niñerola & Sánchez-Rebull & Hernández-Lara (2019) mainitsivat yhtenä matkailun negatiivisina puolina olevan paikallisille ihmiselle aiheutumat häirinnät. Varjolan

tilan haastatteluista kävi ilmi, että paikallisten palautetta ei kerätä erikseen, jolloin mahdolliset paikallisten häiriöt voivat jäädä tilastoimatta.

Haastatteluista selvisi, että Varjolan tila ei tiedota hiilijalanjäljestä. Varjolan tilalla opas on aina tietoinen siitä, missä on sallitut tulentekopaikat ja siihen liittyvät säännöt. Opas on tietoinen myös mahdollisista metsäpalovaroituksista ja toimii niiden mukaan. Haastatteluista selvisi, että laadittua Varjolan tilalla ei ole erillistä listaa siitä, kuka on vastuussa metsäpalovaroitusten seurannasta ja yleisistä tulentekoon liittyvistä asioista. Haastattelusta selvisi, että Varjolan tilalla ei ole vastuullisuussuunnitelmaa, ja kaikkia Visit Finlandin kestävän kehityksen periaatteita, ei täysin vielä noudateta. Resurssiviisaus ja taloudellinen kilpailukyky haastatteluiden mukaan toteutui tyydyttävästi Varjolan tilalla.

5.3 Haastattelu Green Activities

Opinnäytetyössä haastateltiin Going Green Key Oy:n yhteispäällikköä. Haastattelu pidettiin Microsoft Teamsin välityksellä ja haastattelimme häntä valmiiksi mietityillä kysymyksillä. Tutkimuksen haastateltavilta kysyttiin lupa tallentaa haastattelun puheosuudet, joiden pohjalta oli myöhemmin sujuvaa lähteä aihetta avaamaan ja kirjoittamaan ylös.

Haastattelun perusteelta selvisi, että Sustainable Travel Finlandin saavuttamiseksi olisi suoritettava ulkopuolisen tahon myöntämä sertifikaatti. Sustainable Travel Finlandilla on listaus heille sopivista sertifikaateista, joiden avulla voitaisiin hakea ohjelmaan mukaan. Haastattelusta selvisi myös, että sertifikaatin pitää olla matkailualalle sopiva, vakiintunut ja sen täytyy sisältää auditointi. Varjolan tilan auditoinnin täytyisi suorittaa ulkopuolinen taho, ennen kuin he pystyvät hakea Sustainable Travel Finland -merkkiä. Sertifiointi yleisesti siis tarkoittaisi sitä, että joku kolmas osapuoli kävisi tarkastelemassa täyttyykö vaadittavat kriteerit täysin.

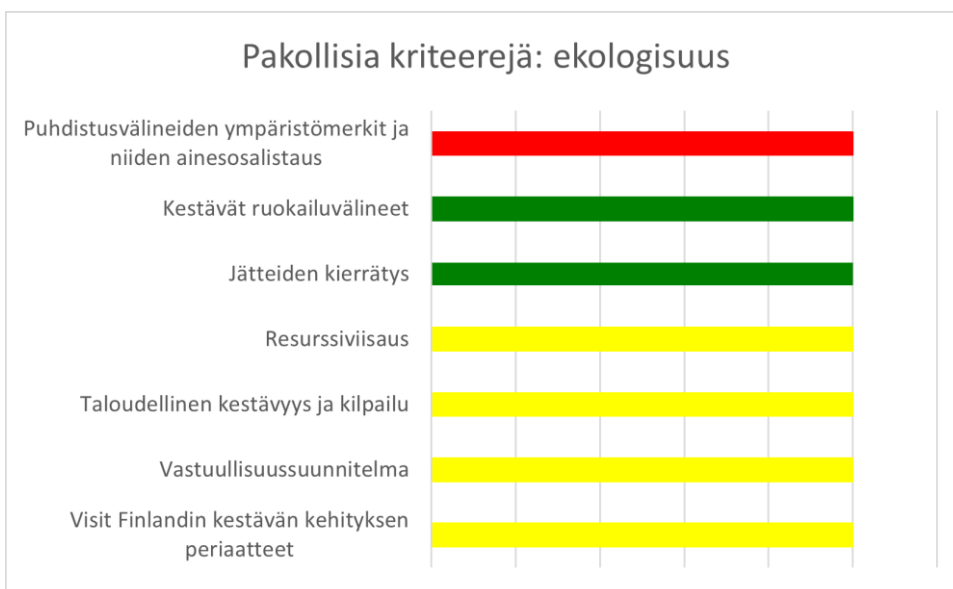
Green Activities -työntekijöiden tärkein yhteistyömuoto Sustainable Travel Finlandin kanssa on katsoa ja muokata vaatimuksia ja raportointi vaatimuksia, jotta ne eivät eroaisi liikaa toisistaan.

Green Activities -sertifikaatti myös edesauttaa toisten merkkien saamista, kuten esimerkiksi Sustainable Travel Finland -merkin saamisessa. Yritykset, joilla on Sustainable Travel Finland -merkki, joutuvat raportoimaan vuosittain sekä Green Keylle, että Sustainable Travel Finlandille.

5.4 Ohjelmapalveluiden kriteereiden toteutuminen Varjolan tilalla

Tarkastelemme Green Activities kriteeristön pohjalta ja perusteelta, että täyttyvätkö vaadittavat ohjelmapalveluiden kriteerit Varjolan tilalla. Keskitymme tarkastelussa ohjelmapalveluiden kriteeristöön, jotta opinnäytetyöstämme ei tulisi liian laaja kokonaisuus. Vertaamme vielä tarkemmin koskiseikkailun ohjelmapakettia kriteeristöön. Tutkimuksen vertailun tulokset saatiin koottua haastatteluiden ja havainnointien perusteella.

Tutkimuksen tulosten helpottamiseksi liikennevalotaulukkoa, jossa punainen tarkoittaa sitä, että kyseinen kriteeri ei toteudu Varjolan tilalla, keltainen, toteutuu osittain ja vihreä, toteutuu kokonaan. Tutkimuksessa jaettiin pakolliset kriteerit vielä omiin osa-alueisiin, jotta tarkastelu helpottuisi.



Kuvio 6. Ekologisuus

Yrityksen sisäinen ekologisuus määritellään yrityksen ekologisten tekojen mukaan. Tässä pakollisten kriteerien kohdassa tarkastellaan ekologisuuden osa-alueiden toteutumista. Ekologisiin

osa-alueisiin kuuluu muuan muassa resurssiviisaus, vastuullisuussuunnitelma ja kestävät ruokailuvälineet. Nämä osa-alueet täytyy olla Varjolan tilalla suoritettuina joko tutkimuksen määrittämällä väreillä vihreä tai keltainen.

Ekologisuuden saralta Varjolan tilan tulisi lisätä toimintaansa puhdistusvälineiden ympäristömerkkaaminen ja niiden aineisosalistaus. Resurssiviisautta, taloudellista kestävyttä ja kilpailua, vastuullisuussuunnitelmaa ja Visit Finlandin kestävän kehityksen periaatteita voisi parantaa. Kehitysehdotuksena olisi, että ilmastonmuutos ja resurssiviisautta voisi parantaa esimerkiksi tilastoimalla ympäristönkuormitusta ja laatia kehityssuunnitelma tähän. Kehitysehdotuksena on myös selkeä vastuullisuussuunnitelma ja vastuullisen viestinnän lisääminen henkilökunnan omista palavereissa. Retkillä matkailijoita kehoitetaan keräämään roskat ja kunnioittamaan luontoa. Varjolan tilalla toteutuu kestävien ruokailuvälineiden toteutus ja jätteiden kierrätys.



Kuvio 7. Ympäristö

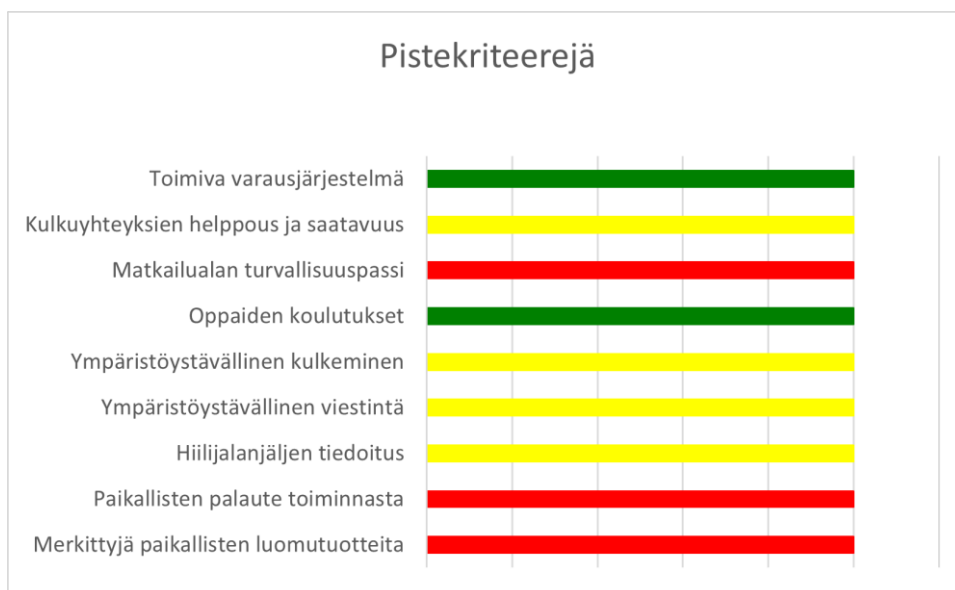
Pakollisten kriteerien ympäristö kuviossa tarkastellaan ohjelmalveluiden ympäristön osa-alueiden kriteereiden toteutumista. Ympäristön osa-alueisiin kuuluu muuan muassa ympäristön kunnossapito, jokamiehenoikeudet ja ympäristötietämys. Varjolan tilalla täytyy olla myös suoritettuina nämä kriteerit joko tutkimuksen määrittämällä väreillä vihreä tai keltainen.

Ympäristön pakolliset kriteerit toteutuvat hyvin Varjolan tilalla. Kehitettävää olisi vain tulentekoon koskeviin säädöksiin ja jokamiehenoikeuksiin. Kehitysehdotuksena olisi lisätä Varjolan tilan kotisivuille linkki, josta pääsee tarkastelemaan jokamiehenoikeuksia. Kehitysehdotus tulentekoon koskeviin säädöksiin, olisi laatia erikseen lista, jossa ilmenee, kuka on vastuussa metsäpalovaroitusten seurannasta ja yleisistä tulentekoon liittyvistä asioista ja liittää tämä Green Activities –kansioon. Turvallisuus ja riskienhallinta, ympäristötietämys ja retkietiketti toteutuvat Varjolan tilalla. Myös ympäristön kunnossapidon, luonnon kunnioituksen ja suojelualueiden sääntöjen noudattamisen kriteerit täyttyvät.



Kuvio 8. Informaatio

Informaation pakollisiin kriteereihin kuuluu etäisyys kaupunkiin, varusteinformaatio sekä muun muassa opastuskieli. Informaation pakolliset kriteerit toteutuvat Varjolan tilalla hyvin ja niihin ei ole erikseen kehitysehdotuksia.



Kuvio 9. Pistekriteerejä

Pistekriteereissä on vielä korjattavaa ja mietittävää, mutta ensimmäisenä vuonna näiden ei tarvitse olla vielä kunnossa. Pistekriteerien kohtia tulisi silti alkaa kehittämään, sillä niistä saadaan pisteitä, joita tarvitaan vuosien mittaan. Pistekriteereihin kehitysehdotuksia olisi matkailualan turvallisuuspassin hankkiminen, paikallisten palautteen kerääminen ja mahdollisten paikallisten yritysten luomutuotteiden hyödyntäminen. Kulkuyhteyksien helppoutta ja saatavuutta voisi kehittää esimerkiksi lisäämällä sähköautoille latauspiste parkkialueelle. Ympäristöystävällistä viestintää voisi vielä lisätä ja sen näkyvyyttä nostaa. Tiedottaminen ohjelmalveluiden hiilijalanjäljestä voitaisiin tehdä, tässä apuna voi käyttää kaavioita ja päästölähteet olisivat tärkeä myös lisätä laskelmaan. Toimiva varausjärjestelmä ja oppaiden koulutukset toteutuvat Varjolan tilalla.

6 Pohdinta

Opinnäytetyön tehtävänä oli selvittää Varjolan tilan ohjelmalveluiden vastuullisuutta hyödyntäen Green Activities sertifikaattia vastuullisuuden mittarina. Varjolan tilalla ei ollut lähtötilanteessa vielä mitään Sustainable Travel Finlandiin sopivaa ympäristösertifikaattia, joten tutkimuksessa käsiteltävä Green Activities -sertifikaatti olisi heidän ensimmäinen. Green Activities sertifikaatista keskityimme tarkastelemaan ohjelmalveluiden kriteeristöä, jota vertasimme valitsemaamme ohjelmalveluun. Tutkimus rajattiin koskemaan Varjolan tilan arktista

koskiseikkailua, jottei tutkimuksesta tulisi liian laaja kokonaisuus. Tutkimuksen tavoitteena oli saada Green Activities mittarin avulla kartoitettua myös mahdollisen Sustainable Travel Finland merkin hakumahdollisuutta Varjolan tilalle. Tutkimuskysymys oli miten hyvin Varjolan tilan arktinen koskiseikkailu ohjelmapalvelupaketti vastaa Green Activities sertifikaatin kriteeristöä. Tutkimuksessa hyödynnettiin havainnointia ja haastatteluja.

Pakolliset Green Activities ohjelmapalveluiden kriteerit toteutuivat Varjolan tilalla melko hyvin. Varjolan tilan tulisi korjata vielä puhdistusvälineiden ympäristömerkkaaminen ja niiden aineisosalistaus, jotta kaikki kriteerien kohdat olisivat tyydyttäviä tai erinomaisia. Sandberg (1998) toteaa, että yrityksen tulee keskittyä siihen, mitkä ovat heidän vahvuksiensa ja missä olisi vielä kehitettävää. Haastatteluiden ja havainnoinnin tutkimusaineiston perusteella Varjolan tilalla olisi vielä kehitettävää resurssiviisaudessa, taloudellisessa kestävydessä ja kilpailussa, vastuullisuussuunnitelmassa, Visit Finlandin kestävä kehityksen periaatteissa, tulentekoon koskeissa säädöksissä ja jokamiehenoikeuksissa. Näiden kehittämisen jälkeen Varjolan tilan ohjelmapalveluiden vastuullisuus vastaa hyvin Green Activities ohjelmapalveluiden kriteeristön pakollisten kriteereiden vaatimuksia. Pakollisten kriteereiden täytyttyä, voi Varjolan tila hakea jo mukaan Green Activities -sertifikaatin ohjelmaan, joka on yksi polku kohti Sustainable Travel Finland merkin saamisesta. Green Activities ohjelmapalveluiden pistekriteereissä Varjolan tilalla on vielä kehitettävää. Kehitettävää olisi paikallisten osallistamisesta, Matkailualan turvallisuuspassin hankinnassa, kulkuyhteyksien saatavuudessa ja helppoudessa sekä ympäristöystävällisessä viestinnässä. Pistekriteerejä tarvitaan, jotta pystytään vuosien mittaan keräämään pisteitä, joita tarvitaan jatkohakemukseen (Green Activities -kriteeristö n.d).

Opinnäytetyöhön suoritettut haastattelut sujuivat hyvin haastateltavien osalta ja saatiin laajasti informaatiota jokaisesta haastattelusta. Haastattelukysymykset olisi voitu muotoilla hieman tarkemmin, sillä jotkut kysymykset olivat teemojen perusteella niin lähellä toisiaan, että niihin saatettiin vastata jo esimerkiksi edelliskysymyksessä. Haastatteluiden perusteella huomattiin myös se, ettei vastuullisuus ja siihen liittyvät yrityksen arvot olleet täysin selviä henkilökunnalle ja tässä Varjolan tilan tulisikin kehittyä. Nykypäivänä yritykselle tuo lisäarvoa se, että se on selkeästi panostanut kestäväan kehitykseen ja erilaisiin vastuullisuuden osa-alueisiin. Asiakkaat kiinnittävät tällaisiin asioihin huomiota ja valikoivat lomakohteitaan myös tällaisia asioita silmällä pitäen. Varjolan tilalla oli tiedostetusti kiinnitetty huomiota, että opas kertoo ennen retkeä tai

ohjelmapalvelua kaiken mahdollisen informaation, mitä asiakas tarvitsee. Kuten esimerkiksi jokamiehenoikeudet ja luonnon monimuotoisuuden kunnioittamisen. Haastattelun jälkeen todettiin, ettei heillä kuitenkaan suoranaisesti tiedostettu sitä, että nämä kaikki tulee olla myös kirjallisesti tehtynä ja huomioituna.

Haastatteluiden avulla saatiin kattavaa tietoa, ja oli hyvä, että puheen lisäksi pystyttiin havainnoimaan ohjelmapalveluita vielä omin silmin. Haastateltavina oli kolme henkilöä, joten vastauksia saatiin laajasti, eikä haastattelun tiedot rajoittuneet vain yhteen näkökulmaan tai tietämykseen. Laajempi käsitys saatiin siitä, millaiset ohjelmapalvelut ovat suosituimpia ja millaisia palveluita heidän asiakkaansa mieluiten ostavat.

Haastatteluista selvisi oletettavissa olevat koronan tuomat vaikeudet, mutta koronan myötä myös kotimaanmatkailu on kokenut nousun ja sen myötä nykyään asiakkaina on paljon ihmisiä eri puolelta Suomea, myös lähikunnista. Ihmiset ovat hakeutuneet myös Suomesta löytyvien ohjelmapalveluiden pariin, eivätkä välttämättä aina hakeudu ainoastaan ulkomaille seikkailumielessä. Kotimaanmatkailijoiden kasvu todettiin myös Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisussa *Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista (2019)*. Haastatteluiden kautta huomattiin myös se, ettei Varjolan tilalla tiedostettu sitä, kuinka tarkasti kriteerejä täytyy noudattaa. Ei riitä, että ohjelmapalveluiden opas kertoo omin sanoin turvallisuusohjeet ja jokamiehenoikeudet, vaan ne täytyy olla myös kirjallisesti esillä ja asiakkaiden luettavissa. Haastatteluiden kautta pystyimme myös havainnoimaan haastateltavien reaktioita.

Haastatteluista saatiin selville Varjolan tilan historiasta ja ohjelmapalveluiden kehittymisestä. Haastattelun konkreettisena hyötynä oli se, että tutkimukseen saatiin kattavampaa tietoa näin, kuin että tutkimuksen aineistonkeruu olisi pohjautunut vain internet lähteisiin. Haastattelut tehtiin puhelimitse äänittämällä haastattelu ja tämän lisäksi haastattelukysymykset oli listattu, jotka esitimme Varjolan tilalla haastateltaville. Haastattelu menetelmänä antaa laajemman kuvan yrityksen arvoista ja niiden toteutumisesta.

Tutkimuksen uskottavuutta lisättiin haastattelemalla aina yhtä henkilöä kerrallaan. Uskottavuutta lisättiin myös toteuttamalla haastattelut teemahaastatteluina ja teemahaastattelun kysymykset pyrittiin laatimaan niin, että ne vastaisivat tutkimuskysymykseen monipuolisesti. Havainnoinnin

saimme toteutettua Varjolan tilalla seuraten arktista koskiseikkailua. Haastatteluiden ja havainnointien tutkimusaineisto kerättiin ja sitä pyrittiin analysoimaan mahdollisimman tarkasti, mikä lisää tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimuksen eettisyyttä pyrittiin lisäämään siten, että havainnoinnit sekä haastattelut suoritettiin niin, että niistä ei aiheutunut haittaa tutkimuksen kohteille tai esimerkiksi havainnoinnin aikana ohjelmapalveluihin osallistuneille asiakkaille.

Opinnäytetyön tekeminen oli melko pitkä prosessi ja vaati paljon itseorganisointia. Aihe oli mielenkiintoinen, mikä antoi paljon motivaatiota. Myös palveluliiketoiminnan taustat auttoivat paljon esimerkiksi, kun mietittiin asiakaspalvelun näkökulmaa asioihin ja, kun käsiteltiin matkailua, sekä vastuullista matkailua. Yllätys oli, kuinka paljon ajanhallintaa esimerkiksi palaverien ja haastatteluiden järjestäminen vie. Mielenkiintoista oli myös käydä toimeksiantajan luona Varjolan tilalla tutustumassa ja seuraamassa heidän toimintaansa ja arkipäiväänsä. Kaikkien koskiseikkailun aktiviteettien eli arktisen kellunnan, vajeriliu'unnan ja nuorallakävelyn seuraaminen, oli tutkimuksen havainnoinnin kannalta tärkeää. Havainnoinnin avulla saatiin paljon kokonaisvaltaisempaa kuvaa ohjelmapalveluista, eikä vain sanallista kerrontaa.

Tällä hetkellä Varjolan tilan ohjelmapalvelut eivät täytä kaikkia pakollisia ohjelmapalveluiden kriteerejä Green Activities -sertifikaatin saavuttamiseksi. Kehittämällä toimintaa tämä on realistisesti saavutettavissa. Kiinnittämällä huomiota kehitysehdotuksiin, sekä pistekriteeristön kehittämiseen entistä huolellisemmin on Green Activities -sertifikaatin saavuttaminen mahdollista. Varjolan tilan tulee käydä kriteeri kriteeriltä nämä kohdat läpi ja toteuttaa ne. Siten kehitys kohti mahdollista Sustainable Travel Finland -sertifikaattia voi alkaa.

On hyvä muistaa, että tutkimuksessamme tutkittiin Varjolan tilan ohjelmapalveluiden vastuullisuutta mutta, jotta Green Activities -sertifikaatin saisi, täytyisi Varjolan tilalla toteuttaa kaikkien Green Activities -kriteeristön osa-alueet. Tutkimuksen tulos olisi ollut erilainen, jos tutkimuksessa olisi otettu mukaan Green Activities -sertifikaatin kaikkien kriteerien osa-alueet huomioon. Tutkimuksen tavoitteet toteutuivat, sillä tutkimuksesta saatiin tarpeeksi tietoa, jotta tutkimuskysymykseen pystyttiin vastaamaan. Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2023 (2022) julkaisussa todettiin, että yritysten kehityksen edellytyksenä on seurata nykyajan trendejä ja keskittyä kestäviin valintoihin. Varjolan tila voi hyödyntää tutkimustuloksia juuri kestäväen kehityksen valintojen kehittämisessä.

Lähteet

Aittokoski, V. & Räsänen, P. & Lariola, I. & Ellare & Natura Viva. N.d. Luontoaktiiviteettien tuotesuosituksset 2020. Kotisivut. Business Finland. Viitattu 24.8.2022.

https://www.businessfinland.fi/4a834b/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/visitfinland_luontoaktiiviteettien-tuotesuosituksset_2020.pdf

Arktinen koskiseikkailu. N.d. Kotisivut. Varjola. Viitattu 20.2.2022.

<https://www.varjola.com/elamykset/arktinen-koskiseikkailu>

Buckley, R. 2006. Adventure tourism. Wallingford: CAB International. Viitattu 26.8.2022.

https://books.google.fi/books?hl=fi&lr=&id=UZ-pnOF0u_PgC&oi=fnd&pg=PR5&dq=adventure+tourism&ots=TmXPnGOJdg&sig=XUZE73z-ES159UT7CgZvWITrLD0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Blue Flag -ympäristömerkki. N.d. Kotisivut. Green Key. Viitattu 29.8.2022.

<https://greenkey.fi/blue-flag/>

Climate Action. N.d. Kotisivut. UNWTO. Viitattu 29.8.2022.

[Climate Action | Transforming tourism for climate action | UNWTO](#)

Dickinson, J. E. & Peeters, P. 2014. Time, Tourism Consumption and Sustainable Development. The international journal of tourism research, 16(1). Sivut 11–21. Viitattu 22.8.2022.

<https://doi.org/10.1002/jtr.1893>

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Toinen painos. Tampere: Vastapaino.

Elämyksiä vuoden ympäri. N.d. Kotisivut. Varjola. Viitattu 15.7.2022.

<https://www.varjola.com/elamykset/elamyksia-vuoden-ympari>

Goodwin, H. 2016. Responsible Tourism: Using Tourism for Sustainable Development. Oxford: Goodfellow Publishers Ltd.

Green Activities -kriteeristö. N.d. Kotisivut. Green Key. Viitattu 22.3.2022.

https://greenkey.fi/ga_kriteeristo/

Green Activities -ympäristömerkki. N.d. Kotisivut. Green Key. Viitattu 22.3.2022.

<https://greenkey.fi/mika-green-activities/>

Green Activities kriteeristöopas 2022–2025. N.d. Kotisivut. Green Key. Viitattu 18.05.2022.

https://greenkey.fi/wp-content/uploads/2022/05/Green-Activities_kriteeristöopas_2022FIN_1.2.pdf

Hietasaari, K. N.d. Hyvinvointimatkailun-tuotesuositukset 2020. Kotisivut. Business Finland. Viitattu 25.8.2022.

<https://www.businessfinland.fi/4a81f0/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/hyvinvointimatkailun-tuotesuositukset-2020.pdf>

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2011. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

Huviholvi, Seikkailu- ja elämyspalvelut ammattitaidolla. N.d. Kotisivut. Huviholvi. Viitattu 23.8.2022.

<https://huviholvi.fi/>

Ilmastonmuutos. N.d.a. Ilmatieteen laitos. Viitattu 28.8.2022.

<https://www.ilmatieteenlaitos.fi/ilmastonmuutoskysymyksiä>

Ilmastonmuutos. N.d.b. WWF. Viitattu 28.8.2022.

<https://wwf.fi/uhat/ilmastonmuutos/>

Juuti P. & Puusa A. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Laadullisen tutkimuksen luotettavuus. Helsinki: Gaudeamus. Viitattu 27.8.2022.

<https://janet.finna.fi/Ellibslibrary>.

Jänkälä, S. 2019. Matkailun toimialaraportti. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 21.8.2022.

<https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-390-0>

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kestävän matkailun puolesta. N.d. Kotisivut. Business Finland. Viitattu 11.5.2022.

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland>

Khanji, I. Ahonen, K. Mäkelä, A. & Hietala, M. Suomen 30 parasta kesäkohdetta - Kotimaan klassi-
kot salatut helmet. 2021. Verkkosivu. Rantapallo. Viitattu 27.8.2022.

<https://www.rantapallo.fi/suomen-matkailu/suomen-ihanaat-kesakohteet-kotimaan-salatut-helmet/>

Kokoukset. N.d. Kotisivut. Varjola. Viitattu 15.7.2022.

<https://www.varjola.com/kokoukset>

Konttinen, J.P. 2005. Matkailu on alueellisesti merkittävä elinkeino. Tilastokeskus. Viitattu
26.6.2022.

https://www.stat.fi/tup/kuntapuntari/kuntap_4_2005_matkailu.html

Kotimaanmatkat lisääntyivät lähes kolmanneksen hellekesänä 2021. 2021. Verkkosivut.
Tilastokeskus. Viitattu 17.8.2022.

http://www.stat.fi/til/smat/2021/14/smat_2021_14_2021-10-21_tie_001_fi.html

Lillberg, P. & Mattila, R. 2020. Kestävä markkinointi. Helsinki: Alma Talent. Viitattu 16.5.2022.

Majoitukset. N.d. Kotisivut. Varjola. Viitattu 15.7.2022.

<https://www.varjola.com/majoitus>

Matkailuvuosi. N.d. Kotisivut. Business Finland. Viitattu 25.8.2022.

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tutkimukset-ja-tilastot/matkailuvuosi>

Matkailun suuntana kestävä ja turvallinen tulevaisuus. 2021. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu
26.8.2022.

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162841/TEM_2021_01_t.pdf

Mowforth, M. & Munt, I. 2009. Tourism and sustainability: Development, globalisation and new
tourism in the Third world. Kolmas painos. London: Routledge.

Niñerola, A., Sánchez-Rebull, M. & Hernández-Lara, A. 2019. Tourism Research on Sustainability: A Bibliometric Analysis. Sustainability. Viitattu 27.8.2022.

<https://doi.org/10.3390/su11051377>

Page, S. J. 2019. Tourism Management. Kuudes painos. London: Routledge.

Pesonen, I. & Mönkkönen, T. & Hokkanen, T. 2000. Menestyvä matkailuyritys. Helsinki: Edita.

Peurunka. N.d. Kotisivu. Peurunka. Viitattu 23.8.2022.

<https://peurunka.fi/>

Ruoka ja juhlat. N.d. Varjolan tilan verkkosivut. Viitattu 20.8.2022.

<https://www.varjola.com/ruoka>

Saunat. N.d. Kotisivut. Varjola. Viitattu 15.7.2022.

<https://www.varjola.com/sauna>

Sandberg, W.R. 1998. The Use of Verbal Protocols in Determining Venture Capitalists' Decision Processes. Teoksessa Clippinger, D. 2019. Business Report Guides: Research Reports and Business Plans. New Jersey: Business Expert Press. Viitattu 24.8.2022.

<https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.jamk.fi:2443/lib/jypoly-ebooks/reader.action?docID=5638719&ppg=100>

Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista. 2019. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 28.8.2022.

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161636/34_19_Selvitys_kotimaanmatkailu.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Sustainable development. N.d. Kotisivut. UNWTO. Viitattu 22.8.2022.

<https://www.unwto.org/sustainable-development>

Sustainable travel Finland. N.d. Kotisivut. Business Finland. Viitattu 14.7.2022.

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailunedistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland>

Tervetuloa Varjolaan. N.d. Kotisivut. Varjola. Viitattu 4.5.2022.

<https://www.varjola.com/>

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi. Viitattu 28.7.2022.

<https://janet.finna.fi/> Ellibslibrary.

Travel Guide to Finland. Best Things To Do When Visiting Finland. N.d. Kotisivut. Discovering Finland. Viitattu 28.8.2022.

<https://www.discoveringfinland.com/>

Valintaopas: Ympäristömerkit ja -sertifikaatit yrityksille, Ekokompassi, N.d. Viitattu 4.5.2022

<https://ekokompassi.fi/valintaopas-ymparistomerkit-ja-sertifikaatit-yrityksille/>

Valintaopas: Ympäristömerkit ja -sertifikaatit yrityksille. N.d. Kotisivut. Ekokompassi. Viitattu 15.5.2022.

<https://ekokompassi.fi/valintaopas-ymparistomerkit-ja-sertifikaatit-yrityksille/>

Vehmas, H. 2010. Liikuntamatkalla Suomessa. Vapaa-ajan valintoja jälkimodernissa yhteiskunnassa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Viitattu 12.05.2022.

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmalvelut, matkailuelämyksien tuottaminen ja toteuttaminen. Ensimmäinen painos. Helsinki: WSOY. Viitattu 22.4.2022.

Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. Viides, uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus. Viitattu 27.7.2022.

<https://janet.finna.fi/> Ellibslibrary.

Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun: Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2022–2023. 2022. Viitattu 22.8.2022.

<https://tem.fi/suomen-matkailustrategia>

Ympäristöjärjestelmä työpaikallesi. N.d. Kotisivut. WWF. Ympäristö sertifioidulla toimijalla on vahva brändi. Viitattu 12.5.2022.

<https://wwf.fi/greenoffice/ymparistovastuuta-tyopaikoille/>

Ympäristöjärjestelmä ja ympäristösertifikaatti työpaikallesi. N.d. Kotisivut. WWF Green Office. Viitattu 12.5.2022.

<https://wwf.fi/greenoffice/ymparistovastuuta-tyopaikoille/>

Wee, B. V. 2014. The unsustainability of car use. Teoksessa Gärling, T. & Ettema, D. & Friman, M. Handbook of sustainable travel. Dordrecht: Springer.

Liitteet

Haastattelurunko Varjolan Tilan ohjelmapalveluihin liittyen

1. Kuinka suosittuja ohjelmapalvelunne ovat?
2. Oletteko kehittänyt vastuullisuutta?
3. Miten se näkyy?
4. Onko tuotevalikoimissanne paikallisten luomutuotteita?
5. Toteutuuko puhdistusvälineiden ympäristömerkintä ja aineisosalistaus?
6. Onko teillä vastuullisuussuunnitelmaa?
7. Onko henkilöstöllä Matkailualan turvallisuuspassia?
8. Hyödynnättekö kestäviä ruokailuvälineitä ja
9. Toteutuuko jokamiehenoikeudet, tulentekoon liittyvät säädökset ja paikallisten palautteiden kerääminen?
10. Toteutuuko hiilijalanjäljentiedotus, taloudellinen kilpailukyky ja resurssiviisaus?
11. Onko henkilöstöllä ensiapukoulutuksia ja toteutuuko työvuorosuunnittelu?

Arktinen koskiseikkailu

1. Vaihteleeeko paketin sisältö?
2. Minkälaiset asiakkaat tähän yleensä hakeutuvat?
3. Miten turvallisuus on huomioitu?
4. Hintaa?
5. Kuinka usein asiakkaat käyttävät tätä palvelua?
6. Miten markkinoitte kyseistä palvelua?
7. Onko välineet teidän omia?

Kysymyksiä Varjolan Tilan johtotyöntekijälle

1. Kuinka kauan olet tehnyt tätä työksesi?

2. Onko sinulla koulutusta tähän?
3. Oletko huomannut muutosta kestävydessä?
4. Koetko, että toimintanne on vastuullista?
5. Mitä kehitettävää siinä olisi mielestäsi? Ja millä tapaa pyrit itse vaikuttamaan ohjelmapalveluiden vastuullisuuteen.
6. Kiinnitetäänkö yrityksessä säännöllisesti huomiota tähän? Jos, niin miten?
7. Aiotteko lisätä ohjelmapalveluita?
8. Kiinnittävätkö asiakkaat vastuullisuuteen huomioita nykyään? Ja jos niin miten.
9. Miten markkinoitte ohjelmapalveluidenne? Tuotteko markkinoinnissa esille vastuullisuuden, jos niin miten?
10. Jos jotain sattuu, onko sinulla tietotaitoa toimia? Ensiapukoulutus yms. Miten toimit?

Varjolan Tila haastattelu

1. Kuinka vanha yrityksenne on?
2. Paljonko teillä on henkilökuntaa?
3. Millä kriteerillä valitsette työntekijänne?
4. Miten palvelunne ovat kehittyneet?
5. Mikä on suosituin palvelunne?
6. Onko asiakaskunta laajentunut?
7. Mistä kaikkialta teillä käy asiakkaita?
8. Mitkä ovat yrityksen perusarvot?
9. Onko teillä jo olemassa jotain matkailu/ympäristömerkkejä?

Sertifikaattiin liittyviä kysymyksiä:

1. Oletteko ottanut selvää erilaisista sertifikaateista/aiotteko hankkia jonkun?
2. Oletteko kuullut Green Activities -sertifikaatista aiemmin? Koetteko, että tästä sertifikaatista olisi teille hyötyä? Jos, niin millä tavalla. Miten voisitte hyödyntää sertifikaattia markkinoinnissa. Koetteko, että tämä sertifikaatti vetoaa asiakkaisiin?

Haastattelurunko: Green Activities yhteispäällikkö

1. Miten yhteistyö Sustainable Travel Finlandin kanssa näkyy?
2. Kuinka voisimme lähteä vertailemaan valitsemiamme aktiviteetteja Green Activities sertifikaatin valossa?
3. Edesauttaako Green Activities -sertifikaatti muiden merkkien saamisessa?