



# Vastuullisen retken edellytykset - Case: Aurinkomatkat

Lotta Hytönen

2023 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## Vastuullisen retken edellytykset - Case: Aurinkomatkat

Lotta Hytönen  
Palveluelämysten tuottaminen ja  
kehittäminen  
Opinnäytetyö  
Marraskuu, 2023



Lotta Hytönen

**Vastuullisen retken edellytykset - Case: Aurinkomatkat**Vuosi 2023 Sivumäärä 42

---

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda toimeksiantajalle vastuullisuuden opas retkituotteiden ominaisuuksista, jonka avulla voidaan arvioida retkien vastuullisuuden toteutumista eri näkökulmista. Tarkoituksena oli suorittaa vertaileva benchmarking kahden oppaan välillä, luoda aineistoanalyysi Aurinkomatkojen omista retkistä sekä suorittaa teemahaastattelut, joiden avulla lisättiin ymmärrystä Aurinkomatkojen liiketoiminnasta sekä menettelytavoista kohdemaassa. Oppaan avulla pyritään edistämään retkituotteiden ja samalla matkailun vastuullisuutta kohdemaassa.

Tietoperustassa avataan Smithin yleinen matkailutuotteen malli, jonka avulla hahmotellaan Aurinkomatkojen retkituote. Tietoperustassa käsitellään kestävän kehityksen kolme ulottuvuutta sekä niiden merkitys matkailualalla. Lisäksi avataan vastuullisuuden käsite ja pohditaan sitä kuudesta eri näkökulmasta, jotka liittyvät Aurinkomatkojen retkien luokitteluun. Opinnäytetyössä hyödynnettiin vertailevaa benchmarkingia, laadullista aineistonkeruumenetelmää sekä aineiston analyysiä. Lisäksi hyödynnettiin teemahaastattelua syvemmän ymmärryksen saamiseksi.

Kehittämismenetelmien tuotoksena syntyi Vastuullisen retken edellytykset-opas retkien vastuullisuuden tarkasteluun, joka löytyy liitteenä työn lopussa. Opas tarjoaa kuusi eri näkökulmaa retkien vastuullisuuden havainnointiin. Opinnäytetyössä keskityttiin analysoimaan Aurinkomatkojen omien retkien elementtejä. Analyysissä pohdittiin retkien vastuullista toteutustapaa, jonka pohjalta syntyi ohjeistuksia vastuullisen toiminnan saavuttamiseksi retkien osalta. Ohjeistukset taulukointiin oppaaseen, jonka muotoilu syntyi vertailevan benchmarkingin tuloksena. Teemahaastatteluiden keskeinen löydös, eli matkaoppaiden työpäivän kulku vahvisti vertailevan benchmarkingin tuloksia oppaan helppokäyttöisyydestä.

Opas toimii pohjana Aurinkomatkojen vastuullisuuden kehittämisessä retkituotteiden osalta. Opasta testataan tulevaisuudessa Aurinkomatkojen toimesta ja opasta muokataan parhaan lopputuloksen saamiseksi. Vastuullisuus työ on pitkäaikaista ja tulevaisuuteen ulottuvaa retkituotteiden osalta.

Asiasanat: kestävä kehitys, ohjeistus, retkituote, vastuullisuus,

Lotta Hytönen  
Responsible Tour Guidelines - Case: Aurinkomatkat  
Year 2023

Pages 42

---

The purpose of the thesis was to produce a responsibility guide on the characteristics of the tours, which can be used to evaluate the realization of the responsibility of the tours from different points of view. The purpose of the material was to examine two guides, to create an analysis of Aurinkomatka's own tour possibilities, in order to gain an understanding of Aurinkomatka's business. The created guide is to include responsible tours and tourism options available in a given destination country.

Smith's model of general tourism products is opened in the theoretical framework and it is used to outline Aurinkomatka's tour product. The thesis explains the three dimensions of sustainable development and their importance in the tourism industry. In addition, the concept of responsibility is reviewed, and studied from different perspectives, which are related to the classification of Aurinkomatkat's trips. Comparative benchmarking, a qualitative data collection method and data analysis were utilized in the thesis. In addition, an interview was used to obtain a deeper understanding.

As a result of the development methods, Responsible tour requirements guide for examining the responsibility of tours was created. You can find the file attached at the end of this thesis. The guide offers six different points of view for analyzing the responsibility of the tours. The thesis focused on analyzing the elements of Aurinkomatka's own tours. A responsible implementation method was created from the analysis of the tours. The guidelines were created to achieve responsible tour operation. Guidelines were tabulated in the guide, the design of which was the result of comparative benchmarking. The central finding of the interview, the pace of a guide's working day supported the benchmark results about the guide's ease of use.

The guide serves as a basis for the development of Aurinkomatka's responsibility regarding tour products. The guide will be tested again by Aurinkomatkat and they will continue to modify the guide for the best final result. Responsibility work is a long-term endeavour and extends into the future as far as travel products are concerned.

**Keywords:** excursion product, guideline, responsibility, sustainability,

## Sisällys

1	Johdanto.....	7
2	Toimeksiantajan esittely .....	7
3	Aurinkomatkat kohteessa .....	9
3.1	Aurinkomatkojen retkituotteet .....	9
3.2	Smithin yleinen matkailutuotteen malli .....	10
4	Kestävän kehityksen kolme ulottuvuutta retkien järjestämisessä .....	11
4.1	Taloudellinen kestävyys .....	12
4.2	Sosiaalinen kestävyys .....	13
4.3	Ekologinen kestävyys .....	14
5	Vastuullisuus matkanjärjestäjien retkissä .....	14
5.1	Liikkuminen ja oleskelu luonnossa .....	14
5.2	Kuljetuspalvelut .....	15
5.3	Vierailukohteet .....	16
5.4	Ostokset ja matkamuiistot.....	16
5.5	Paikallinen yhteisö .....	17
5.6	Ruoka- ja juomapalvelut .....	17
6	Vertaileva benchmarking.....	18
6.1	Kriteeristöoppaiden vertailu.....	19
6.2	Vertailun tulokset .....	20
7	Dokumenttianalyysi aineistonkeruumenetelmänä .....	22
7.1	Aineistonkerääminen Aurinkomatkojen nettisivulta .....	22
7.2	Dokumenttianalyysin tulokset .....	24
8	Asiantuntijahaastattelut .....	25
8.1	Aurinkomatkojen asiantuntijahaastattelut .....	26
8.2	Haastatteluiden tulokset .....	26
9	Vastuullisen retken edellytykset-opas.....	27
10	Pohdinta .....	28
	Lähteet.....	31
	Kuviot .....	33
	Taulukot .....	33
	Liitteet .....	34

## 1 Johdanto

Vastuullisuus ja kestävä kehitys ovat nousseet matkailualalla näkyväksi arvoksi viimeisen kymmenen vuoden aikana. Vastuullisella ja kestäväällä liiketoiminnalla pyritään hidastamaan ilmastonmuutosta ja siitä johtuvien ääri-ilmiöiden syntymistä sekä edistämään mahdollisuuksia ja tasa-arvoisia elinoloja kaikille yhteisöille poistaen äärimmäistä köyhyyttä. (Suomen YK-Liitto 2023). Monet yritykset ovat sitoutuneet erilaisiin kestävä kehityksen sekä vastuullisuuden tavoitteisiin ja pyrkivät jatkuvasti kehittämään toimintaansa kestävämpään suuntaan. Monet organisaatiot tarjoavat yrityksille kestävä kehityksen ohjelmia, jotka sisältävät tavoitteita kestävämmän liiketoiminnan saavuttamiseksi. Ongelmaksi muodostuu tavoitteiden keskittyminen yleiseen liiketoimintaan ja tavoitteiden räätälöinti yksittäisen yrityksen palveluiden mukaisesti.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää toimeksiantajalle ohjeistus vastuullisista toimista retkien ominaisuuksiin liittyen. Ohjeistuksen avulla he voivat arvioida kuinka vastuullisuus toteutuu heidän retkiensä aikana ja hyödyntää arvioinnista saatua dataa retkien vastuullisuuden kehittämiseen. Toimeksiantaja Aurinkomatkat OY on kehittänyt vastuullisuutta liiketoiminnassaan yli 20 vuoden ajan. He ovat todenneet ongelmaksi retkituotteiden vastuullisuuden käytännöllisen arvioinnin, sillä siihen ei ole olemassa tarkempaa linjausta yleisen liiketoiminnan edellytyksien rinnalla. Opinnäytetyö pohjautuu Aurinkomatkojen omiin retkiin, joita järjestettiin 2022-2023 kauden aikana.

Tässä työssä avataan vastuullisuuden sekä kestävä kehityksen käsitteet matkailun näkökulmasta. Käsitteitä avataan laajasti kestävä kehityksen kolmen eri osa-alueen sekä vastuullisuuden komponenttien kautta. Tietoperustassa keskitytään kohdemaassa tapahtuvaan matkailuun ja sen tuomiin vastuullisuuden mahdollisuuksiin ja haasteisiin. Lisäksi pohditaan asiakkaan roolia osana yrityksen vastuullista toimintaa ja sitä, millä tasolla yritys voi vaikuttaa asiakkaan päätöksiin vastuullisuuden näkökulmasta. Työssä kuvataan Smithin asiakaslähtöisen matkailutuotteen malli, jonka avulla havainnollistettiin Aurinkomatkojen retkituotteiden sisältö ja palvelu. Opinnäytetyön tietoperusta koostuu kestävä liiketoiminnan ja vastuullisen matkailun kirjallisuudesta.

Ohjeistuksen kehittäminen aloitettiin vertailevalla benchmarkingilla. Benchmarking kohteina toimivat SUSTOUR projektin Code of Best Practice ohjeistus sekä Green Key 2022-2025 kriteeristöopas. Benchmarkingin tavoitteena oli löytää kahdesta ohjeistuspohjasta parhaat ominaisuudet ja yhdistää ne ja hyödyntää niitä opinnäytetyössä kehitettävään ohjeistuspohjaan. Työn aineisto kerättiin Aurinkomatkojen nettisivulta Aurinkomatkojen toimittaman listan avulla, joka sisälsi Aurinkomatkojen omat retket. Aineiston tieto analysoitiin vastuullisuuteen keskittyvän matkailukirjallisuuden avulla. Analyysistä rakennettiin ohjeistukset Vastuullisen retken edellytykset-oppaaseen. Työssä hyödynnettiin myös teemahaastattelua, jonka avulla täydennettiin benchmarkingista ja aineistonkeruusta esiin nousseita kysymyksiä. Haastattelun avulla saatiin myös lisätietoa Aurinkomatkojen liiketoiminnasta sekä matkaoppaiden vastuullisuuskoulutuksesta sekä retkipäivän kulusta.

## 2 Toimeksiantajan esittely

Opinnäytetyö tehdään yhteistyössä Suomen johtavan matkatoimiston Aurinkomatkojen kanssa, joka on osa Finnair-konsernia. Aurinkomatkat on perustettu vuonna 1963. Verhelä (2014, 112) määrittelee matkatoimiston olevan yritys, joka välittää matkapalveluita mutta tuottaa myös itse eri palveluista koostuvia paketteja eli valmismatkoja. Matkatoimistot voivat myydä valmismatkoja, risteilyjä, majoituksia sekä erilaisia kuljetuspalveluita, kuten lento- ja

junalippuja. Matkanjärjestäjät suunnittelevat, kokoavat ja myyvät itse tuotteensa. (Verhelä 2014, 112.)

Aurinkomatkojen tuotetarjontaan kuuluu moninaiset valmismatkatpaketit, omatoimimatkat, teemamatkat, aktiivilomapaketit, risteilyt sekä erikseen varattavat lento ja majoitus vaihtoehtot. Aurinkomatkat tarjoavat kohdemaissa retkiä, joita pystyy varaamaan Oma Loma-soveluksen kautta matkan varauksen jälkeen. Retket voivat olla Aurinkomatkojen toteuttamia tai yhteistyökumppanin kautta toteutettavia retkiä. Retkitarjonta Aurinkomatoilla on laaja. He panostavat etenkin luonnossa tapahtuviin retkiin sekä retkiin, joissa tutustutaan paikalliseen kulttuuriin ja historiaan. Vierailukohteet vaihtelevat museosta arkeologiseen kaivaukseen, vuoristovaelluksesta luonnonaltailla uintiin sekä vanhasta luostarista vilkkaaseen markkinakujaan. (Aurinkomatkat 2023a.)

Matkatoimisto on tehnyt merkittävää työtä vastuullisen ja kestävän liiketoiminnan saavuttamiseksi. Matkatoimiston entinen kestävän matkailun päällikkö Tom Selänniemi (2003, 140) toteaa kestävän kehityksen olevan tapa, jolla turvataan matkailun jatkuminen. Mikäli liiketoiminnassa ei oteta huomioon ympäristön, kulttuurin ja talouden kestävyyttä, voi se pahimmassa tapauksessa tuhota luontoa tai kulttuuria. Mikäli luonto tai kulttuuri pääsee tuhoutumaan, tuhoutuu samalla kohdemaan matkailullinen vetovoima. (Selänniemi 2003, 6, 140.)

Suomen vastuullisimmaksi matkailubrändiksi valittuna Aurinkomatkat panostavat matkailun negatiivisten vaikutusten vähentämiseen keskittyen samalla matkailun positiivisten vaikutusten vahvistamiseen. Aurinkomatkat vähentävät matkailun negatiivisia ilmastovaikutuksia tekemällä suoria lentoja vähäpäästöisillä koneilla. He ovat myös lopettaneet lippujen myynnin eläintarhoihin kannustaen asiakkaita näkemään eläimiä niiden luonnollisessa elinympäristössä. Aurinkomatkojen hotellivalikoimasta löytyy yli 200 ympäristösertifioitua hotellia, jotka ovat keskittyneet esimerkiksi veden ja sähkön kulutuksen minimointiin, ruokahävikin hallintaan, kierrätykseen ja roskien lajitteluun tai muoviroskan vähentämiseen. Matkatoimisto pyrkii minimoimaan matkailun haitallisia sosiaalisia vaikutuksia yhteistyökumppaneiden kautta. Aurinkomatkat sitouttavat kohdemaan yhteistyökumppanit vastuulliseen toimintaan Supplier Code of Conduct-sopimuksen avulla, joka sisältää linjauksia korruptioon, lahjontaan, ihmisoikeuksiin, lapsityövoimaan sekä työoloihin ja ympäristöön liittyen. (Aurinkomatkat 2023b.)

Matkailun positiivisten vaikutuksien lisäämiseksi Aurinkomatkat tukevat paikallisia yrityksiä solmimalla pitkäkestoisia sopimuksia ja osallistumalla paikallisiin projekteihin, jotka vahvistavat paikallisen yhteisön hyvinvointia. Aurinkomatkojen hotellivalikoimasta löytyy lukuisia paikallisomisteisia hotelleja, joiden kanssa he ovat tehneet pitkäjänteistä yhteistyötä. Aurinkomatkat ovat sitoutuneet eettiseen Code of Conduct -ohjeistukseen, joka luo linjaukset hyvään liiketoimintatapaan sekä ihmisten yhdenvertaisuuden lisäämiseen ja kunnioittavaan kohtaamiseen. Aurinkomatkat alleviivaavat yhdenvertaisuutta sekä työhyvinvointia vastuullisessa liiketoiminnassaan ja heidän tavoitteensa onkin parantaa esteetöntä, kaikille saatavilla olevaa matkailua. (Aurinkomatkat 2023b.)

Kestävä kehitys on myös huomioitu Suomessa sijaitsevassa päätoimiston suunnittelussa, joka täyttää LEED-vaatimukset energiatehokkuudellaan ja ympäristöystävällisyydellään. Aurinkomatkojen uusimpiin tavoitteisiin kuuluu hiilineutraalin toiminnan saavuttaminen vuoteen 2045 mennessä sekä ympäristösertifioitujen hotellien lisääminen 30 %:lla vuoteen 2025 mennessä. He haluavat että, heidän hotellivalikoimansa hotelleista 50 % olisi ympäristösertifioituja vuoteen 2030 mennessä. (Aurinkomatkat 2023b.)



### 3 Aurinkomatkat kohteessa

Aurinkomatkojen toiminta kohdemaassa perustuu vahvasti paikalliseen yhteistyöhön eri toimijoiden kanssa. Aurinkomatkat eivät omista kohdemaassa retkienjärjestäjiä, kuljetusyhtiöitä tai muita retkiin kuuluvia komponentteja, kuten ruokailupaikkoja. Yhteistyö kohdemaassa tapahtuu paikallisen DMC:n kautta. DMC eli Destination Management Company on kohdemaassa toimiva yritys, joka on erikoistunut paikalliseen osaamiseen sekä resursseihin välittäen niitä eteenpäin yhteistyökumppaneilleen. DMC:n toiminta perustuu kokonaisvaltaiseen resurssien hallintaan, jonka avulla he voivat tarjota esimerkiksi kuljetuspalveluita, retkienjärjestäjiä, viihdepalveluita sekä ruoka- ja juomapalveluita. (ADMEI 2023.)

Aurinkomatkat varmistavat yhteistyökumppaneidensa eli DMC:n ja heidän käyttämien alihankkijoiden, kuten retkien järjestäjien vastuullisuuden. Aurinkomatkat kilpailuttavat maassa toimivan DMC:n ja arvoivat sitä laajan kriteeristön avulla. Kriteeristö keskittyy yleiseen liiketoimintaan ja se sisältää kategorioita mm. taloudellisiin, toiminnallisiin, ympäristöön ja eettisiin toimiin. Aurinkomatkat myös toimittavat vastuullisuuden kriteeristön alihankkijoille liiketoimintaan liittyen varmistaen, että he ovat tietoisia Aurinkomatkojen vastuullisuustoimista, joiden on täyttyttävä liiketoiminnassa. Tämän lisäksi Aurinkomatkat tarkistavat retken kohteessa ennenkuin se lisätään Aurinkomatkojen retkivalikoimaan. Aurinkomatkojen opas tai kohdepäällikkö vierailee retkikohteessa ja keskustelee kohteen omistajan kanssa aurinkomatkojen kriteeristön sisällöstä ja oletuksista vastuulliseen liiketoimintaan liittyen. (Aurinkomatkat 2023c.)

Aurinkomatkat tarjoavat jokaiselle työntekijälle pakollisen vastuullisuuskoulutuksen. Koulutuksessa keskitytään vastuullisuuden eri osa-alueihin, kuten sosiaaliseen vastuuteen ja ympäristövastuuseen. Vastuullisuus koulutus on jatkuvaa koko työuran läpi. Koulutuksessa käydään läpi Greenwashing-termi ja sen merkitys matkailu alalla. Greenwashing tarkoittaa yrityksen mainostamista vastuullisena ilman todellisia ja tavoitteellisia toimia. Vastuullisuus on tärkeä arvo yhä useammalle ostajalle ja siksi vastuullisuus on noussut trendiksi yritysten markkinoinnissa. (Aurinkomatkat 2023c.)

#### 3.1 Aurinkomatkojen retkituotteet

Perinteisen määritelmän mukaan matkailukohde on maantieteellisesti rajattu alue, jossa matkailijat odottavat saavansa kokemuksia. Matkailukohteen on oltava vetovoimainen, jotta asiakkaat haluavat matkustaa sinne. Vetovoima on matkailukohteen ominaisuus, joka herättää matkailijassa tunteita ja on motivaationa vierailulle. (Verhelä 2014, 134-135.)

Tässä työssä matkailukohteet ovat Aurinkomatkojen omien retkien vierailukohteita, kuten paikallisia yrityksiä, kaupunkia, nähtävyyksiä tai vesistöalueita. Aurinkomatkojen omalla retkellä tarkoitetaan retkeä, jonka sisällön he suunnittelevat ja jossa on mukana Aurinkomatkojen oma opas. Aurinkomatkat suunnittelevat ja tuottavat suurimman osan omien retkien sisällöstä yhdessä DMC:n kanssa. Tämä tarkoittaa sitä, että he voivat itse valita retkien vierailupaikat sekä käytettävät reitit. Osassa retkiä Aurinkomatkojen opas on mukana kansainvälistä ryhmää eli osana toisen toimijan suunnittelemaa retkeä. Kansainvälisissä ryhmissä Aurinkomatkojen vaikutusvalta retkien reitteihin on pienempi. He voivat kuitenkin opastaa toimijaa sisällöllisesti, esimerkiksi retkien vierailukohteista. (Aurinkomatkat 2023d.)

Aurinkomatkojen 2022-2023 kauden retkivalikoimasta löytyy retkiä luonnonkohteisiin, kaupunkiretkiä, vierailuja historiallisiin kohteisiin, päiväristeilyjä, vierailuja paikallisiin yrityksiin sekä retkiä, joissa tutustutaan paikalliseen arkeen ja kulttuuriin. Tarkempi retkien ryhmittely on työn alla. Aurinkomatkat valitsevat vierailukohteiksi paikallisia tai paikallisomisteisia

kohteita, joissa vierailu luo positiivista vaikutusta samalla vähentäen matkailun haittoja. Vierailujen lähtökohtana on paikallisen yhteisön hyvinvoinnin parantaminen, uusien työpaikkojen luominen sekä paikallisen talouden vahvistaminen. Vierailukohteiden valinnassa konsultoidaan DMC:tä ja heidän kanssansa keskustellaan parhaiden vierailukohteiden löytämisen takamiseksi. (Aurinkomatkat 2023d.)

Retket muodostuvat Aurinkomatkojen opaspalvelusta sekä DMC:n välittämästä kuljetuspalvelusta, vierailukohteesta tai -kohteista sekä juoma- ja ruokapalvelusta. Perinteinen retken toteutus alkaa asiakkaiden noutamisesta hotelleilta kuljetuspalvelun avulla. Kuljetuksen aikana opas jakaa tietoa esimerkiksi vierailukohteen historiasta tai paikallisten elämäntavoista. Vierailukohteessa kohteeseen tutustutaan joko Aurinkomatkojen oman oppaan tai paikallisen oppaan johdolla. Mikäli retken vierailukohde on paikallinen yritys, toimii kierroksen oppaana yrityksen omistaja tai edustaja. Retken juoma- ja ruokapalvelut toteutetaan joko yhteistyökumppanin avulla esimerkiksi ravintolassa tai asiakkaiden omatoimisena ruokailuna. Ruokailun jälkeen kuljetuspalvelu vie asiakkaat takaisin hotelleihinsa. Retkien toteutustapa voi erota retken tyypistä riippuen. Esimerkiksi osassa retkiä asiakkailla on itsenäistä vapaa-aikaa, jonka he saavat käyttää vapaasti valitsemaansa ajanviettoon, kuten kaupunkiin tutustumiseen tai ylimääräiseen aktiviteettiin. (Aurinkomatkat 2023d.)

### 3.2 Smithin yleinen matkailutuotteen malli

Tässä työssä hyödynnetään Smithin (1994) matkailutuotteen mallia retkituotteen kokonaisuuden ymmärtämiseksi. Matkailutuote on asiakkaan ostama ja kuluttama tuote, joka koostuu useasta eri palvelusta. Matkailutuotteella voi olla merkittävä lisäarvo asiakkaalle, jonka takia asiakkaan osallistaminen on matkailutuotteen toteutuksessa keskeisessä roolissa. (Verhelä 2014, 34.)



Kuvio 1: Smithin yleinen matkailutuotteen malli (Verhelä 2014, 34).

Kuviossa 1 havainnollistetaan Smithin matkailutuotteen mallia. Verhelän (2014, 34) esittelemässä Smithin (1994) matkailutuottemallissa keskiössä on fyysinen toteutuspaikka. Toteutuspaikalla voidaan tarkoittaa mitä tahansa ennalta määrättyä paikkaa kuten luontoa, nähtävyyttä tai luonnonympäristöä kuten vesistöä. Paikka ja sen luonnollinen sekä rakennettu ympäristö vaikuttavat asiakkaan kokemukseen. Paikan laatua voidaan arvioida esimerkiksi sillä, miten se vaikuttaa asiakkaan kokemukseen ja pohtimalla palveleeko se myös fyysisesti rajoitteisia matkailijoita. (Verhelä 2014, 34.)

Paikkaa seuraa palvelut. Paikassa on oltava asiakkaiden tarpeita vastaavat palvelut. Retki-tuotteista puhuttaessa palvelulla viitataan henkilökuntaan, kuten retken oppaaseen, ajoneuvon kuljettajaan tai retkeen sisältyvän aktiviteetin ohjaajaan. Sukeltamaan mentäessä paikalla on oltava ohjaaja, joka neuvoo ja ohjeistaa asiakasta pitäen samalla huolta turvallisuudesta. Henkilökunnan eli palvelun laadun määrittelee heidän toimintansa ja sitä voidaan arvioida esimerkiksi sillä kuinka oleellista heidän opastuksensa ja ohjeistus on ympäristön kannalta. Palveluilla voidaan viitata myös retkeen sisältyviin palveluihin, kuten ruoka- ja juomapalveluihin. (Verhelä 2014, 34.)

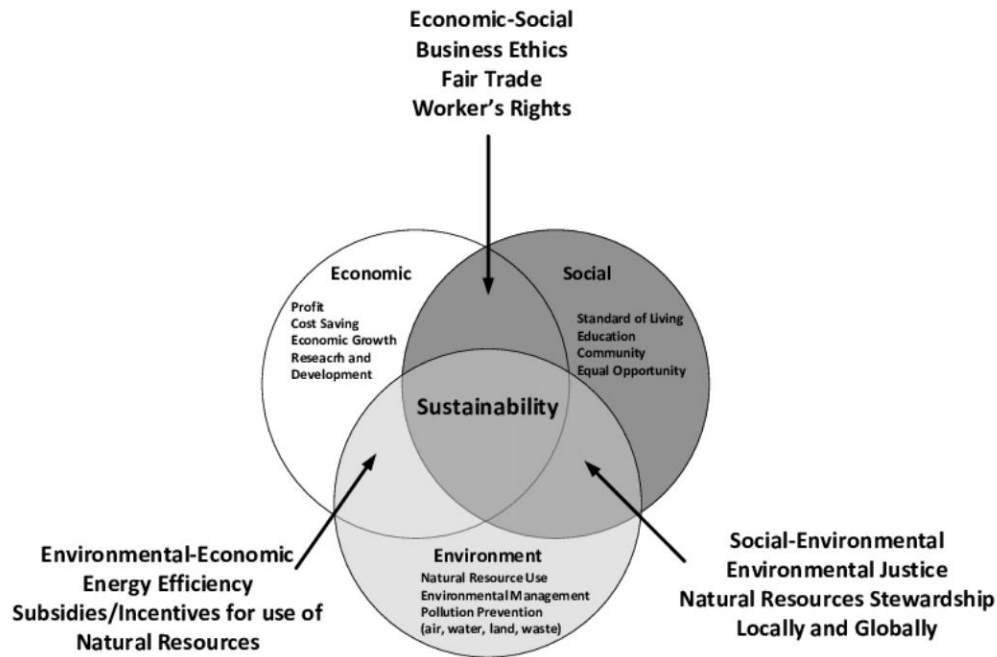
Matkailutuotteen malli sisältää myös vieraanvaraisuuden käsitteen palvelun rinnalla. Asiakkaiden varatessa retkeä he olettavat saavansa rahoille vastinetta ja retken olevan laadukas. Vieraanvaraisuus vie laadun astetta pidemmälle. Vieraanvaraisuudella tarkoitetaan toimintojen suorittamista halusta eikä velvollisuudesta. Verhelän (2014, 34) mukaan vieraanvaraisuus on tilannetajua ja tilanneherkkyttä tunnistaa asiakas sekä uskaltaa miellyttää häntä. Myös paikallisten ihmisten asenteet, tavat, vastaanottovalmius ja halukkuus tavata matkailijat lukeutuvat vieraanvaraisuuteen. (Verhelä 2014, 34-35.)

Asiakkaalla on oltava valinnan vapaus tehdä omia päätöksiä retken aikana. Tämä voi tarkoittaa mitä tahansa ylimääräisen aktiviteetin valinnasta ruokailupaikkaan tai yksinkertaisemmin valintoja istumapaikasta tai ruokajuomista. Valinnanvapaus antaa asiakkaalle mahdollisuuden yksilöllistää tai räätälöidä tuotetta itselleen sopivaksi lisäten samalla tuotteen arvoa. (Verhelä 2014, 35.)

Viimeisenä renkaana matkailutuote mallissa on asiakkaan osallistaminen. Valmiiksi tuotetuissa retkissä on tärkeää pyrkiä osallistuttamaan asiakasta palvelun, tässä tapauksessa retken toteutukseen. Osallistuminen voi olla fyysistä esimerkiksi aktiviteetin muodossa tai aktiivista osallistumista keskustelun tai kysymyksen muodossa. Osallistamisella pyritään luomaan pohja tunnetason sitoutumiselle, joka voi johtaa asiakkaan elämyksen tunteeseen. Osallistumisen pohjana toimii luottamus niin palveluntarjoajaan kuin ympäristöön sekä turvallisuuden tunne toteutuksen aikana. (Verhelä 2014, 35.)

#### 4 Kestävän kehityksen kolme ulottuvuutta retkien järjestämisessä

Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan nykypäivän tarpeiden tyydyttämistä siten että myös tulevilla sukupolvilla on mahdollisuus hyvään elämään. Kuvio 2 havainnollistaa kestävän kehityksen ulottuvuuksia ja niiden päällekkäisyyksiä. Kestävä kehitys jaotellaan kolmeen eri luokkaan; taloudelliseen, sosiaaliseen sekä ekologiseen. Taloudelliseen kestävyys sisältyy kaikki se rahallinen toiminta, joka kohdistuu kohdemaahan. Sosiaaliseen kestävyys laskeaan paikallista yhteisöä koskevat haitat ja hyödyt sekä uhat ja mahdollisuudet. Ekologinen ulottuvuus sisältää kohdemaan ympäristön ja siihen liittyvät muutokset, joita matkailu alueella aiheuttaa. Kuten kuvio 2 osoittaa kestävyys osa alueet sitoutuvat toisiinsa ja muodostavat pienempiä ulottuvuuksia, joissa yhdistyy kahden osa-alueen tavoitteet. Tämä kuvastaa jokaisen kestävän kehityksen osa-alueen tärkeyttä tavoitteiden saavuttamisessa. Toisin sanoen tavoitteisiin on mahdotonta päästä ilman kokonaisvaltaista tulkintaa kestävästä kehityksestä. (Coghlan 2019, 61; Verhelä 2014, 144.)



Kuvio 2: Kestävän kehityksen kolme ulottuvuutta (Coghlan 2019, 61).

Swarbrooke (1999, 24) kritisoi ajattelua kestävästä matkailusta. Hän nostaa esiin kestävästä matkailusta käyttämisen tuottojen saamisen tarkoituksena keskittymättä liiketoiminnan parantamiseen sekä epärealististen tai muuten saavuttamattomien ideoiden negatiivisen vaikutuksen liiketoimintaan ja sen ympäristöön. Swarbrooke (1999, 41-42) korostaa paikallisen yhteisön merkitystä kestävästä matkailusta luomisesta sekä strategioista suunnittelusta niiden oikeanlaiseen toteutukseen ja toimien tekemiseen. Paikallinen yhteisö on vahvasti kestävästä matkailusta keskiössä. Matkatoimistojen ja retkienjärjestämisen ei tulisi yksin hallita matkustamista kohdemaassa, vaan siinä tulisi ottaa vahvasti huomioon erilaiset paikalliset yhteisöt sekä heihin kohdistuvat haitat ja hyödyt. Hyvin hallittu matkailu voi tuottaa kohdemaalle taloudellisia, sosiaalisia sekä ekologisia mahdollisuuksia. (Swarbrooke 1999, 24, 41-42.)

#### 4.1 Taloudellinen kestävyys

Matkanjärjestäjien retket voivat vaikuttaa kohdemaan talouteen positiivisesti sekä negatiivisesti. Positiivisia vaikutuksia taloudellisesta näkökulmasta ovat uusien työpaikkojen luominen, matkailijoiden rahavirran keskittäminen paikalliseen talouteen sekä paikallisten yritysten tukeminen. Negatiivisia ovat puolestaan töiden kausiluontoisuus, kohdemaan riippuvuus turisteihin ja heidän tuomiin tuloihin sekä isot kustannukset laitteistoon tai muuhun infrastruktuuriin, jota ei voida hyödyntää toiseen tarkoitukseen tai jota hyödynnetään vain matkailukauden ajan. Mason (2008, 46) nostaa myös esiin inflaation matkailun negatiivisena vaikutuksena. Inflaatio tapahtuu, kun turistit lisäävät paikallisten resurssien, kuten veden, sähkön, asumisen ja muiden palveluiden käyttöä. Seurauksena on palveluiden hintojen nousu, joka vaikuttaa eniten paikallisten asukkaiden talouteen heikentämällä sitä. (Swarbrooke 1999, 61; Mason 2008, 46.)

Jotta retket kohdemaissa vahvistaisi positiivisia vaikutuksia mahdollisimman paljon tulisi turistien rahavirran levittyä laajasti kohdemaan paikallisille yrityksille, jotka hyödyntävät paikallista osaamista ja resursseja ulkopaikkakuntalaisten hankkijoiden sijaan. Swarbrooke (1999, 60) esittelee kerrannaisvaikutus teorian liittyen paikallistalouden kustannuksiin ja hyötyihin. Kerrannaisvaikutus teorian ideana on turistien tuoman rahavirran keskittäminen ja

rahan kiertäminen paikallisessa taloudessa. Tavoitteena on maksimoida turistien kulutus kohteessa ja minimoida kuluttamisesta saatujen tulojen vuotovirta. Vuotovirta tapahtuu, kun turistien käyttämästä rahasta osa päätyy lopuksi paikallisen talouden ulkopuolelle. Vuotovirta voi tapahtua esimerkiksi silloin, kun turistit ruokailevat paikallisessa ravintolassa, joka hyödyntää raaka-aineiden saamiseen paikallisten hankkijoiden sijaan ulkopuolista hankkijaa. Tällöin osa turistien käyttämästä rahasta päätyy ulkopuolisen hankkijan talouteen sen sijaan että se jäisi kiertämään paikalliseen talouteen. Kun raha saadaan kiertämään paikallisessa taloudessa, auttaa se myös negatiivisten vaikutuksien, kuten inflaation minimoimisessa. (Swarbrooke 1999, 60-61, 63; Mason 2008, 46.)

Uusien työpaikkojen luominen vahvistaa paikallista taloutta ja luo uusia mahdollisuuksia paikalliselle väestölle. Jotta retkien vaikutus olisi positiivinen työpaikkojen luomisessa, tulisi vierailujen kohteisiin ja paikallisiin yrityksiin olla pitkäjänteistä ja koko vuoden kestävää. Töiden kausiluontoisuus tarjoaa paikallisille hetkellisen vakauden talouteen, mutta ei tarjoa pysyvää vakautta. Kausityö harvoin antaa mahdollisuutta kehittää taitoja syvemmin ja eteneminen uralla voi olla haastavaa tai täysin mahdotonta. Tätä pystytään hallitsemaan pitkäjänteisellä matkailun hajauttamisella läpi vuoden kausiluontoisen matkailun sijaan. (Coghlan 2019, 67.)

#### 4.2 Sosiaalinen kestävyys

Goodwin (2016, 147) muistuttaa matkailun kohdistuvan aina jonkun toisen kotimaahan. Minne tahansa turisit matkustavat, on kohde aina jonkun toisen henkilön koti ja siellä vietetty aika toisen arkielämää. Sosiaalisesta näkökulmasta matkailulla on aina vaikutusta kohdemaan väestöön ja yhteiskuntaan. Suurin haaste sosiaalisessa kestävydessä on muutoksen näkyminen pitkällä aikavälillä. Näin ollen matkanjärjestäjien on tunnistettava ja ohjattava kehitystä positiiviseen suuntaan valinnoillaan sekä matkailijoita ohjeistamalla. Matkailun positiivisia vaikutuksia sosiaalisesta näkökulmasta ovat työllisyyden lisääntyminen ja elämänlaadun nouseminen, paikallisen kulttuurin ja taiteen elävöityminen, perinteisen kulttuuritoiminnan lisääntyminen sekä köyhien ja alikehittyneiden alueiden elpyminen. (Goodwin 2016, 147; Mason 2008, 58.)

Sosiaalista kestävyyttä tarkastellessa keskitytään paikalliseen yhteisöön ja heidän hyvinvointiinsa sekä matkailun tuomiin mahdollisiin haasteisiin ja uhkiin. Swarbrooke (1999, 69) esittelee teorian, jonka avulla voidaan pyrkiä kohti vastuullisempaa toimintaa kohdemaassa. Teorian mukaan yhteistyökumppaneita on kohdeltava reilusti. Kohdemaan yhteistyökumppaneille on pyrittävä luomaan yhdenvertaiset mahdollisuudet toimia alalla katsomatta ikään, sukupuoleen, uskontoon tai etnisyyteen. Toiminnassa on seurattava eettisyyttä sekä viimeisenä yhteistyökumppaneita on kohdeltava tasa-arvoisesti nostamatta toista osapuolta jalustalle. Yhteistyökumppaneilla viitataan maassa toimiviin retkenjärjestäjiin sekä alihankkijoihin. (Swarbrooke 1999, 69.)

Sosiaaliseen kestävyteen luetaan mukaan myös kulttuuriset piirteet. Tällöin puhutaan sosio-kulttuurisesta kestävydestä. Coghlan (2019, 69) nostaa esiin kulttuurin kaupallistamisen ongelman. Kulttuurin kaupallistamisella tarkoitetaan kulttuurin tiettyjen piirteiden pehmentämistä tai muokkaamista turistiryhmien tarpeisiin. Kulttuurin kaupallistaminen voi pahimmassa tapauksessa johtaa kulttuurin omimiseen. Kulttuurin omimisessa suurempi kulttuuriryhmä omaksuu pienemmän kulttuurin piirteitä, tapoja, asusteita ja rituaaleja muokaten niitä omaan tarpeeseensa. Kulttuurin omaksuminen lisää epätasapainoa kulttuurien välillä ja se koetaan negatiivisena sekä loukkaavana. Kestävä matkailu pyrkii vahvistamaan kohteen kulttuurin aitoutta ja sen kokemista asiakkaille kulttuurin kaupallistamisen sijaan. (Coghlan 2019, 69-70.)

### 4.3 Ekologinen kestävyys

Ekologinen kestävyys on yksi laajimmista käsitteistä kestävässä kehityksessä, sillä se sisältää kaiken luonnossa tapahtuvan ja ympäristöön vaikuttavan toiminnan. Matkailun negatiivisia seurauksia ympäristöön ilman vastuullista toimintaa ovat ilmastonmuutoksen kiihtyminen päästöjen seurauksena, jätteiden syntyminen ja niiden vaikutus ekosysteemeihin, eroosio ja luonnon kantokyvyn ylittäminen, herkkien biodiversiteettien vaurioituminen tai tuhoutuminen ja paikallisen ekologian muuttuminen. Vastuullisella toiminnalla näitä vaikutuksia voidaan minimoida, mikäli vastuullisuus työ on pitkäjänteistä ja tulevaisuuteen asti ulottuvaa. (Goodwin 2016, 215.)

Swarbrooke (1999, 49) tuo esiin ajattelutavan, jossa ekologista kestävyyttä ajatellaan ekosysteemin näkökulmasta, jossa ihminen on osana luontoa ja matkailun vaikutuksia. Coghlan (2019, 77) määrittelee kolme tapaa, joilla turistit ovat yhteydessä kohdemaan luontoon ja ekosysteemiin. Ensimmäinen on ristiriidan määritelmä, joka tarkoittaa turistien haitallista vaikutusta ympäristöön, jossa matkailu tapahtuu. Toinen määritelmä on rinnakkaiseläminen, jolloin turistit ovat vähäisessä yhteydessä ympäristöön ja sen ekosysteemiin luoden vähemmän haittaa. Kolmas määritelmä on symbioosi, jossa turistit ja heidän toimintansa tukevat ympäristön suojelua ja sen säilymistä. Matkailun tavoitteena on vähentää ristiriitaista asettelmaa turistien ja ympäristön välillä lisäten rinnakkaiselämää. Symbioosin saavuttaminen on suuri haaste ottaen huomioon matkailun moninaiset vaikutukset sekä suuret matkailijamäärät kohteissa. (Coghlan 2019, 77-78; Swarbrooke 1999, 49.)

Matkailulla voi olla positiivisia vaikutuksia ympäristöön haitallisten vaikutusten rinnalla. Yksi näistä on salametsästyksen vähentyminen alueilla, joissa esiintyy turistiryhmiä. Ryhmät häiritsevät laiton toimintaa suojellen alueen eläimiä. Matkailu luonnonsuojelu alueilla, jotka ovat kohdemaan hallituksen suojelussa aiheuttaa vähemmän haittaa kuin matkailu koskemattomassa luonnossa. Luonnonsuojelu alueita hallitaan kävijämäärien sekä kulkureittien avulla minimoiden vaikutusta luontoon. (Coghlan 2019, 83-83.)

## 5 Vastuullisuus matkanjärjestäjien retkissä

Vastuullisuuden ja kestävä kehityksen käsitteet kulkevat käsikädessä. Goodwin (2016, 1) esittelee kestävä kehityksen olevan tavoite ja vastuullisuuden keino, jolla tavoitteeseen päästään. Vastuullisuus keinona tarkoittaa ensimmäisen askeleen ottamista toiminnan kriittiseen ajatteluun, ongelmakohtien tunnistamiseen ja siihen, kuinka asioita voitaisiin tehdä kestävämmiin. Matkailussa vastuullisen toiminnan lähtökohtana on matkailukohteen paikallinen väestö ja heidän elinympäristönsä. Matkailu suuntautuu aina jonkun toisen kotimaahan ja heidän arkielämäänsä ja täten matkailun tulisi tapahtua siten, ettei siitä koidu haittaa paikallisille väestöille tai kohdemaan taloudelle. (Goodwin 2016, 1-2, 102-103.)

Vastuullisuuden ja kestävä kehityksen yksi keskeisistä käsitteistä sekä mittareista on kantokyky. Kantokyvyllä tarkoitetaan jonkin asian, ilmiön tai fyysisen rakenteen kykyä kestää kulu- tusta. Näitä voivat olla esimerkiksi luonnon, kulttuurisen ilmiön, paikallisen talouden tai fyysisen nähtävyyden kantokyky. (Verhelä 2014, 145.)

### 5.1 Liikkuminen ja oleskelu luonnossa

Luonnon kantokyvyn vahvistaminen on erittäin tärkeää, kun halutaan hallita eroosiota, biodiversiteetin vahingoittumista tai tuhoutumista sekä paikallisen ekologian muuttumista. Herkkiä biodiversiteetteja kuten koralleja ja sademetsiä voidaan suojella vierailijamäärän rajoittamisella. Matkanjärjestäjät voivat omalla toiminnallaan vaikuttaa luonnossa liikkumiseen

sekä sen seurauksiin. Retkien tulisi tapahtua luonnonehdoilla eli valmiiksi kuluneilla alueilla, kuten luontopoluilla. Kasviston talleminen ja turha tarveleminen vaikuttaa alueen ekosysteemiin ja sitä kautta eliöihin tuhoten niitä. (Goodwin 2016, 229; Hemmi 1995, 37.)

Turistit vaikuttavat ekosysteemin lajistoon joko suoraan tai välillisesti. Eläinten väitön lähestyminen niiden luonnollisissa elinoloissa on yksi suoranaista vaikutuksista. Eläinten lähestyminen tai niiden pesien lähellä liikkuminen vaikuttaa negatiivisesti eläinten oloihin. Jatkuva eläinten lähestyminen usean eri ryhmän toimesta aiheuttaa eläimissä erilaisia stressireaktioita, jotka voivat pahimmassa tapauksessa aiheuttaa poikasten hylkäämisen. Välillinen vaikutus lajistoon tapahtuu, kun matkailija tietoisesti tai tiedottomasti tuhoaa lajiston elinoloja. Esimerkiksi tuhoamalla alueen kasvistoa tai saastuttamalla vesiä vaikutetaan välillisesti sen alueen lajistoon. Retkien päätarkoituksena ei tulisi olla eläinten etsiminen, niiden lähestyminen, ruokkiminen tai silittäminen. (Coghlan 2019, 82; Hemmi 1995, 34.)

Jätteiden hallinta ja luonnon roskaaminen on haaste matkailualalla. Roskaaminen tuottaa esteettisten haittojen lisäksi suurta haittaa luonnolle. Luonnossa roskat tuottavat haittaa ekosysteemille vaurioittamalla sitä sekä lajistolle tuottamalla ongelmia, mikäli roskat päätyvät eläinten ruuansulatukseen. Muovijätteen päätyminen vesistöihin voi pahimmassa tapauksessa tuhota sen monimuotoisuutta ja lajistoa. Muovi hajoaa meressä pieneksi mikromuoviksi, joka voi päätyä kalojen ja muiden lajien ruuansulatusjärjestelmään. (Goodwin 2016, 228.)

Vastuullisin tapa liikkua vieraan maan luonnossa on paikallisen oppaan avulla. Paikallinen opas osaa liikkua luonnossa tuottamatta liiallista haittaa paikalliselle luonnolle ja ekosysteemille. Kouluttamaton opas voi toimia luonnossa vaurioittavalla tavalla, kuten lähestyä eläimiä silitysetäisyydelle saadakseen lisäansioita. Hyödyntämällä paikallisia oppaita työllistetään myös paikallisia osajia ja vahvistetaan kohdemaan hyvinvointia. (Kalmari & Kelola 2009, 137.)

## 5.2 Kuljetuspalvelut

Kuljetuspalvelut, kuten linja-autot ovat välttämättömiä matkailun kannalta. Niihin liittyy kuitenkin useita negatiivisia vaikutuksia, joita on pystyttävä hallitsemaan vastuullisen matkailun saavuttamiseksi. Näitä ovat päästöjen lisääntyminen, saasteiden lisääntyminen sekä meluhaitat ympäristölle. Vastuullinen kuljetuspalvelu on energiatehokas, luo mahdollisimman vähän päästöjä ja saastetta sekä pyrkii viemään vähän tilaa paikallisessa tieverkostossa käyttäen valmiita reittejä. Vastuullinen retkenjärjestävä myös suosittelee turisteille päästöttömiä tapoja liikkua, kuten kävelyä ja pyöräilyä. (Swarbrooke 1999, 288, 293, 294.)

Retkienjärjestäjien tulisi huomioida kuljetuspalveluista koituvat päästöt sekä koittaa hallita niitä mahdollisuuksien mukaan. Monet kuljetuspalvelut toteutetaan linja-autokuljetuksena. Paras tapa hallita päästöjen syntymistä on ajotyylillä. Päästöt lisääntyvät huomattavasti yli 80km/h vahdissa, uudelleen käynnistyksessä sekä joutokäynnissä. Päästöihin vaikuttavaa myös kuorman paino. Kuljetuspalvelun tulisi kantaa mukanaan vain välttämätön päästöjen hallitsemiseksi. On myös hyvä huomioida kuljetuspalvelun maksimaalinen asiakasmäärä j apyrkiä täyttämään se sen sijaan että käytettäisiin useampaa kuljetusautoa siirtymiseen. (Kalmari ym. 2009, 66.)

Meluhaitat ovat yksi yleisimmistä negatiivista vaikutuksista matkailualalla. Retkien järjestämisessä on otettava huomioon kuljetuksesta syntyvä melu ja harkittava kuljetukseen käytettäviä reittejä, jotta melu ei häiritsi ympäristön eläimiä. Turismista johtuvat meluhaitat ympäristölle voivat häiritä myös paikallista yhteisöä ja karjaeläimiä. (Coghlan 2019, 81.)

### 5.3 Vierailukohteet

Vierailukohteet ovat usein motivaatio matkustamiselle ja etenkin matkustamiseen kohteen sisällä. Vierailukohteet voidaan lajitella yleisesti kahteen kategoriaan, joista tässä työssä tarkastellaan vain yhtä. Tähän ryhmään kuuluvat vierailukohteet, joissa matkailu koetaan negatiivisena hättänä suurien matkustajamäärien takia ja joissa matkailua on pyrittävä hallitsemaan, kuten luonnonsuojelupuistot. Vastuullisen matkailun näkökulmasta parhaat vierailukohteet ovat paikalliset omistamia tai hallitsevia, jolloin he voivat hallita kerrannaisvaikutusta sekä rahavuotoja. Vierailukohteiden tulisi myös maksimoida turistien rahan käyttöä kahviloiden ja matkamuistojen muodossa. Vastuullinen vierailukohde myös kuvastaa paikallista kulttuuria lisäten kohdemaan kulttuuriarvoa. (Swarbrooke 1999, 265, 272.)

Turistit luovat monia negatiivisia vaikutuksia vierailukohteissa. Ensimmäinen niistä on tungoksen syntyminen suurien kävijämäärien seurauksena. Tungoksen seuraukset liittyvät usein kävijöiden tyytyväisyyteen vierailukohteeseen, mutta tungos voi myös luoda kulumista vierailukohteen infrastruktuurille. Toinen negatiivisista vaikutuksista on vierailukohteen kuluminen ja tuhoutuminen, joka on liitoksissa suuriin kävijämääriin. Hauraiden rakenteiden koskettaminen tuottaa ennen aikaista kulumista ja eroosiota, mikäli monet ihmiset tekevät sitä päivittäin samoille esineille tai rakenteille. Retken tulisi tapahtua vierailukohteen merkityillä alueilla sekä asiakkaita tulisi ohjeistaa olemaan koskematta mihinkään. Viimeisenä vaikutuksena on vierailukohteiden kävijöiden vaikutus paikalliseen yhteisöön. Turistien tavat voidaan kokea harmillisina käytöksen näkökulmasta. Turistien käytös vierailukohteissa voi olla epätoivottua, mikäli se on kulttuuria tai paikallista yhteisöä epäkunnioittavaa. (Fyall, Garrod & Leask, A 2003, 125, 129.)

Paikallisissa yrityksissä vierailu koetaan usein positiivisena vaikutuksena silloin kun se on tehty oikein. Matkanjärjestäjien on kommunikoitava vierailukohteen kanssa parhaasta vierailuajasta, jonka avulla varmistetaan vierailun maksimaalinen hyöty eikä viedä aikaa yrityksen päivittäisistä toiminnoista tai kaupankäynnistä. Vierailut paikallisissa yrityksissä luovat lisätuloja yritykselle. Vierailut voidaan kokea myös piristävänä elementtinä jokapäiväisessä työssä. (Swarbrooke 1999, 271.)

### 5.4 Ostokset ja matkamuistot

Ostoksilla vaikutetaan paikalliseen talouteen kerrannaisvaikutuksen kautta. Vastuullisessa matkailussa tavoitteena on turistien rahavirran ohjaaminen paikallisten käyttöön. Kun turisti ostamaa paikallisia tuotteita, joissa ei ole hyödynnetty ulkopuolisia hankkijoita, auttaa hän työllistämään paikallisia sekä tukee yhteisön hyvinvointia. Ostoksien tekemiseen liittyy myös sosiokulttuurisia haasteita vastuullisuuden näkökulmasta. Ostetun tavaran autenttisuus koetaan tärkeänä osana matkailijan kokemusta paikallisesta kulttuurista. Haasteeksi muodostuu kulttuurille ominaisten esineiden ja tavaroiden tuotanto turisteille massatuotantona ja niiden myynti paikassa, joka ei sitoudu paikalliseen kulttuuriin. Timothy (2005, 103) korostaa kulttuurin kaupallistamisen hättäpuolta, jossa tietyn kulttuurin, yleensä vähemmistöön kuuluvan esineitä myydään matkamuistoina paikoissa, joissa kulttuuria ei ole esiintynyt ollenkaan. (Coghlan 2019, 64, 71.)

Toinen sosiokulttuurinen haaste muodostuu ostoksiin liittyvästä tinkimisestä ja hinnan muutoksista. Monissa maissa tinkiminen on osa paikallista kulttuuria. Etenkin markkinoilla tinkiminen on arkipäivää niin paikallisille kuin turisteillekin. Tinkimisen periaatteena on löytää molempia osapuolia, myyjää sekä ostajaa tyydyttävä hinta. Tuotteen liian alhainen hinta voi johtaa myyjän suuriin tappioihin ja taloudellisiin vaikeuksiin. Monilta turisteilta saatetaan kysyä korkeampaa hintaa, sillä heillä oletetaan olevan enemmän rahaa kuin paikallisilla. Monissa köyhemmissä maissa paikallisten palkkataso on heikompi verrattuna rikkaampiin maihin ja sen



vuoksi heiltä saatetaan kysyä tuotteesta tai palvelusta korkeampaa hintaa. (Kalmari ym. 2009, 130.)

Kalmari ja Kelola (2009, 126) kehottavat matkailijoita ostamaan reiluja tuotteita. Reiluilla tuotteilla tarkoitetaan tuotteita, jonka valmistamisessa on varmistettu työntekijöille hyvät työolot, asianmukainen korvaus työstä sekä luonnonvarojen säästäminen. Reilujen tuotteiden valmistamiseen ei ole myöskään käytetty lapsityövoimaa tai ihmiskaupanuhreja. Ostamalla reilusti tuotettuja tuotteita vähennetään epäeettisesti tuotettujen tuotteiden kysyntää. Kalmari ym. (2009, 126) korostavat reilujen tuotteiden tunnistamisen ongelmallisuutta. Markkinoilla ja kaupoissa on mahdotonta nähdä mikä tuotteen tuotantoketju on ollut, ja mitkä ovat olleet työntekijöiden työolosuhteet. Ongelmaa on helpompi lähestyä käänteisesti. Turistien on helpompi ostaa tuotteita, joiden he tietävät olevan reilusti tuotettuja. Reilujen tuotteiden tunnistamisessa auttavat erilaiset sertifikaatit ja merkit kuten reilu kauppa, rainforest alliance -suklaasertifikaatti ja kimberly process -timanttisertifikaatti. (Kalmari ym. 2009, 126.)

Ostoksiin liittyy ekologinen ulottuvuus kulutuksen ja jätehallinnan kannalta. Kierrätysjärjestelmä kohdemaassa voi olla kaikkea jätettä kattamaton, viallinen tai puuttua kokonaan. Ostoksista syntynyt ylimääräinen kertakäyttöinen jäte, kuten yksittäiset muovipussit ovat vaikeaa kierrättää ja sen vuoksi ne päätyvät helposti paikalliseen luontoon luomaan ongelmia. Muovijätteen syntyminen ja sen päätyminen luontoon on ongelma useassa maassa. Turhan muovijätteen syntymisen voi välttää ottamalla käyttöön kestävän kangaskassin tai muusta kestävästä materiaalista valmistetun kassin. (Kalmari ym. 2009, 131.)

## 5.5 Paikallinen yhteisö

Košćak ym. (2020, 8) määritelmä paikallisesta kestävydestä keskittyy paikallisten sidosryhmien ja matkajärjestäjien yhteistyöhön ja painottaa paikallisten yritysten merkitystä vastuullisessa toiminnassa ulkomaisten matkajärjestäjien rinnalla. Vastuullisuuden tavoitteisiin ei päästä toimimalla yksin vaan se vaatii monialaista ja kansainvälistä yhteistyötä. Paikallisen kestävyden tavoitteita ovat työllisyyden lisääminen paikallisessa yhteisössä, vastuullisuuden yhteistyön lisääntyminen paikallisten sidosryhmien kanssa sekä paikallisten sidosryhmien osallistaminen vastuulliseen toimintaan ja kantokyvyn tarkkailuun. (Košćak ym. 2020, 8.)

Kohdemaan uskonnolliset ja kulttuuriset tavat voivat luoda ristiriitoja paikallisten sekä vieraillevien turistien välillä. Paikallinen yhteisö on yksi avainelementeistä matkailu alalla. Sillä tarkoitetaan kohteessa pysyvästi asuvaa ryhmää. Paikallisen yhteisön asenteet ja vastaanottovalmius vaikuttavat turistien vierailukokemukseen. Ristiriita paikallisten asenteissa voi syntyä, jos he kokevat turistien olevan loukkaavia tai välinpitämättömiä kohdemaan kulttuuria ja tapoja kohtaan. Sosiaalisen kestävyden näkökulmasta matkailun tulisi tapahtua kohdemaan tapoja sekä kulttuuria kunnioittaen. Turistien ei ole välttämätöntä omaksua kohdemaan tapoja matkustamisen aikana mutta yksinkertaisilla eleillä, kuten kulttuuria kunnioittavalla vaatepuksen voidaan osoittaa kunnioitusta paikallisia tapoja kohtaan. (Swarbrooke 1999, 123; Mason 2008, 58.)

## 5.6 Ruoka- ja juomapalvelut

Uuden kokeminen on turisteille yksi motivaatio matkustamiseen ja sitä toteutetaan usein ruoka- ja juomapalveluiden kautta. Uuden kulttuurin ruoka ja ruokailutavat kiehtovat turisteja kokeilemaan normaalista ruokavaliosta poikkeavia ruokia. Ruoka- ja juomapalveluiden tulisi kuvastaa kohdemaan kulttuuria ja luoda tuloja paikalliselle alueelle. Vastuullisen toiminnan näkökulmasta retkienjärjestäjien sekä sidosryhmän yhteistyö ruoka- ja

juomapalveluissa tulisi tapahtua kävijämääriä ylittämättä sekä lisätä informaatiota ja tietoisuutta kohdemaan ruoka- ja juomapalveluista. (Croce 2011, 14.)

Sosiaaliseen ja taloudelliseen kestävyysalueeseen lukeutuu paikallisten yhteisöjen elinolojen parantaminen tulojen lisääntymisen kautta. Useassa kohdemaassa työnantajia ei ole velvoitettu lailla maksamaan työntekijöille tarpeeksi suurta korvausta työstä. Tämän takia useassa maassa on käytössä juomarahakulttuuri. Tippi eli juomarahaa on laskun loppusummaan lisätävä rahasumma, joka menee kokonaisuudessaan työntekijälle lisäansiona. Juomarahakulttuuri on vastuullista selvittää ennen ruoka- ja juomapalvelun käyttöä ja varmistaa kohdemaan kulttuuritapa juomarahaa antamiseen liittyen. (Kalmari ym. 2002, 121.)

Retkienjärjestäjien tulee varmistaa ruoka- ja juomapalveluiden tarjonta uhanalaisten lajien tarjoilun varalta. Monet merenelävät ovat liikakalastuksen kohde ja tästä syystä uhanalaisia. Omatoimisissa ruoka- ja juomapalveluissa asiakkaiden opastus on oltava kohdillaan vastuullisen toiminnan saavuttamiseksi. Omatoimisella ruoka- ja juomapalvelulla tarkoitetaan retkeen sisältyvää omatoimista ruokailua, jolloin asiakas saa itse valita ruokailupaikkansa. Kohdemaissa ruokakulttuurissa voi painottua uhanalaisten lajien syöminen terveysvaikutusten uskossa. Tästä syystä monia lajeja metsästetään uhanalaisuuteen asti. Asiakkaiden on oltava tietoisia mahdollisista uhanalaisista lajeista, joihin he voivat törmätä omatoimisissa ruoka- ja juomapalveluissa. Tämä saavutetaan tiedottamalla asiakkaita mahdollisista uhanalaisista lajeista. (Kalmari ym. 2009, 114, 118.)

## 6 Vertaileva benchmarking

Tuulaniemen (2011, 139) mukaan benchmarking on yksinkertaisuudessaan toisilta oppimista ja oman toiminnan kehittämistä oppimisen kautta. Benchmarkingin tavoitteena on oppia parhaita käytänteitä toisilta toimijoilta ja muokata niitä omaan käyttöön välttämällä toistojen virheet. Tässä työssä benchmarking tutkimus suoritettiin ulkoisena vertailevana analyysinä. Benchmarking vertailukohteina toimivat Euroopan Unionin COSME ohjelman rahoittama SUSTOUR Code of Best Practice ohjeistus sekä Green Key 2022-2025 kriteeristöopas. (Tuulaniemi 2011, 139).

Benchmarking suoritettiin ulkoisena benchmarkingina, sillä Aurinkomatkoilla ei vielä ole omaa opasta tai kriteeristöä retkien vastuullisuuden arviointiin. Ulkoinen benchmarking tarkoittaa yrityksen ulkopuolisten kohteiden benchmarkkausta, tässä tapauksessa kahden eri organisaation kriteeristöoppaan vertailua toisiinsa. Ulkoisen benchmarkkauksen tavoitteena on löytää uusia ideoita sekä ratkaisuja ja sisällyttää niistä parhaat osat omaan toimintaan (Kozak 2003, 4). Tässä työssä tarkoituksena oli löytää vertailussa molemmista oppaista parhaat osat rakenteeseen, saavutettavuuteen ja helppokäyttöisyyteen sekä sisällön muotoiluun liittyen. Tuloksia hyödynnettiin Vastuullisen retken edellytykset-oppaan muotoilussa ja sisällön muotoilussa.

Vertailevan analyysin ensimmäiseksi kohteeksi valikoitui SUSTOUR Code of Best Practice ohjeistus. Euroopan Unionin COSME ohjelman rahoittama SUSTOUR-projekti on Euroopan Unionin ja 6 maan yhteistyöprojekti, jonka tarkoitus on edistää vastuullisuutta matkailun toimialalla. Projektissa on luotu vastuullisuuden ohjeistus SUSTOUR Code of Best Practice, jossa on lueteltu ohjeita vastuullisuuden edistämiseksi. Tämä ohjeistus keskittyy matkailuun kohdemaissa, kuten retkiin sekä aktiviteetteihin ja se on tarkoitettu matkanjärjestäjien käytettäväksi. (SUSTOUR 2023.)

Toinen vertailuanalyysin kohde on Green Key 2022-2025 kriteeristöopas. Kriteeristöopas auttaa saavuttamaan Green Key-sertifikaatin, joka on kansainvälinen vastuullisen liiketoiminnan tunnustus. Oppaan 13 kategorialla sekä sen kriteerit perustuvat YK:n kestävä kehityksen tavoitteisiin. Green Key on myös vastuullisuusohjelma, jonka tarkoituksena on lisätä vastuullista

liiketoimintaa sekä haastaa ja sitä kautta kehittää yritysten vastuullista ajattelua. (Green Key 2023.)

Aurinkomatkat valitsivat SUSTOUR Code of Best Practice ohjeistuksen benchmarkingia varten sen sisällöllisen yhteensopivuuden ja laadun takia. Code of Best Practice ohjeistus sisältää retkiin liittyvää informaatiota ja ohjeistusta (SUSTOUR). Tämä auttaa Vastuullisen retken edellytykset-oppaan sisällön ja saavutettavuuden hahmottamisessa, sillä opas tulee olemaan sisällöltään samankaltainen työkalu kuin Code of Best Practice-opas. Hiljattain luotu opas sisältää myös nykyaikaista ohjeistusta useasta näkökulmasta vastuullisuuteen liittyen. Vertailukohteeksi haluttiin matkailualalta kestävän kehityksen opas. Green Key 2022-2025 kriteeristö-opas on mittakaavaltaan laajempi sisältäen YK:n kestävän kehityksen tavoitteet ja lisäksi oppaan muotoilu on erilainen, joka vaikuttaa sisällön saavutettavuuteen (Green Key 2023).

## 6.1 Kriteeristöoppaiden vertailu

Vertaileva analyysi tehtiin Excel-taulukon avulla. Taulukon ensimmäiseen sarakkeeseen listattiin kysymyksiä, joihin etsittiin vastaukset molemmista kriteeristöoppaista. Kysymykset toimivat vertailukohteina. Vertailukohteiksi valittiin oppaan sisällön muotoilu, oppaan ulkomuoto, saavutettavuus ja helppokäyttöisyys. Oppaiden analysoinnin tukena käytettiin World Wide Web-konsortion kehittämää WCAG 2.1 vaatimuksia helppokäyttöisyydestä ja saavutettavuudesta. Analyysistä saadut tulokset listattiin omiin sarakkeisiin.

Oppaiden sisällön muotoilun arvioinnissa keskityttiin kriteerien ryhmittelyyn, kriteereiden tekstin esitysmuotoon, käsitteiden käyttöön sekä tekstisisällön ymmärrettävyyteen. Oppaan sisällön muotoilussa käytettiin apuna havainnointia ja oppaiden ominaisuuksien vertailua toisiinsa. Kriteerien ryhmät listattiin omiin sarakkeisiin ja niitä vertaillessa keskityttiin retkien kannalta olennaisiin ryhmiin. Oppaan sisällön muotoilussa keskityttiin vertailemaan tekstin muotoilua sekä rakennetta ja etenkin kokonaisuuden selkeyttä. Vertailussa pohdittiin, onko teksti itsessään helposti ymmärrettävä vai tarvitseeko sen lisäksi täydentävää tietoa tai havainnollistavia kuvia. Lisäksi vertailtiin käsitteiden käyttöä. Käsitteiden kautta arvioitiin, tarvitseeko oppaan ymmärtämiseksi olla erillistä vastuullisuuskoulutusta, jotta oppaan käyttö olisi sujuvaa.

Oppaan ulkomuodon arvioinnissa keskityttiin oppaan kokonaisuuteen, navigointiin sekä kriteerien esitysmuotoon. Kun tarkasteltiin oppaiden kokonaisuutta, keskityttiin helppokäyttöisyyteen ja oppaan muotoilun selkeyteen. Vertailussa pohdittiin oppaan navigointi tapaa sekä otsikointia. Lisäksi vertailtiin kriteerien esitysmuotoja eli oppaan pohjaa, jossa kriteerit oli esitetty tekstin muodossa.

Oppaiden saavutettavuuden ja helppokäyttöisyyden arvioinnissa käytettiin apuna World Wide Webin ylläpitämää WCAG 2.1 vaatimuksia. WCAG 2.1 kriteerit ovat saavutettavuuden ja helppokäyttöisyyden ohjeistus verkkopalveluihin. WCAG 2.1 vaatimuksia 1.4 erottuva, 3.1 luettava ja 3.2 ennakoitava sovellettiin oppaiden muodon ja sisällön saavutettavuuden sekä helppokäyttöisyyden arvioinnissa. (Aluehallintovirasto 2023.)

Saavutettavuuden arvioinnissa hyödynnettiin kohtaa 1.4 sekä sen alle sijoittuvaa tarkentavaa kriteeriä. Kategorian 1.4 tavoitteena on helpottaa käyttäjän näkemää sisältöä lisäämällä taustasta erottuvaa etualaa. Kategoria sisältää 14 tarkentavaa kriteeriä, joista työssä on hyödynnetty kahta. Täydentävä kriteeri 1.4.1 määrittelee värien käytön tekstiaineistossa. Värien käytöllä voidaan edistää tärkeiden asioiden korostamista, mutta se ei saa olla jatkuvasti ainoa keino korostamisessa. Kriteeri 1.4.5 viittaa tekstiä esittävien kuvien käyttöä. Kuvia ei saa käyttää itsessään tekstin esittämiseen vaan sitä on tuettava sanallisella selityksellä. (Aluehallintovirasto 2023.)

Helppokäyttöisyyden arvioinnissa käytettiin apuna kohtia 3.1 ja 3.2. Kategorian 3.1 päätavoitteena on tehdä tekstisisällöstä luettavaa ja ymmärrettävää. Kategorian alle asettui kuusi tarkentavaa kriteeriä, joista kolmea hyödynnettiin arvioinnissa. Ensimmäinen tarkentava kriteeri 3.1.1 viittaa sivujen kielelliseen selkeyteen ja ymmärrettävyyteen. Kielen on oltava helposti ymmärrettävää sekä selkeä lukuista. Kriteeri 3.1.4 viittaa tekstissä ilmenevien lyhenteiden selvittämiseen helppokäyttöisyyden lisäämiseksi. Tekstissä käytetyt lyhenteet on oltava mahdollista selvittää samasta pohjasta kuin missä ne ilmenevät. Kriteeri 3.1.5 tarkentaa tekstin vaikeustason vaatimuksia. Mikäli teksti ylittää 2. perusasteen opetuksen ylittävää lukutaitoa eli akateemista osaamista, kuten ammatillista käsitteiden ymmärtämistä, on pohjassa oltava täydentävää tietoa, joka auttaa tekstin tulkitsemisessa. WCAG 2.1 kriteereissä esiintyvissä 3.2 ennakoitava kriteerissä on viisi toimintaa tarkentavaa kriteeriä, joista työssä hyödynnettiin yhtä. Kriteeri 3.2.3 sisältää ohjeistuksen tekstiaineiston johdonmukaiseen navigointiin. Tekstiaineiston on oltava jäsennelty johdonmukaisesti sekä sillä on oltava elementti, kuten sisällysluettelo, jonka avulla johdonmukainen navigointi saavutetaan. Kun arviointi oli tehty WCAG 2.1 ohjeistuksen avulla, pystyttiin oppaiden helppokäyttöisyyttä ja saavutettavuutta vertaamaan toisiinsa. (Aluehallintovirasto 2023.)

## 6.2 Vertailun tulokset

Taulukko 1 Vertaileva benchmarking kuvastaa vertailun avulla saatuja tuloksia. Vertailun avulla selvisi, että Code of Best Practice-oppaan kriteeriryhmät ovat sopivammat Vastuullisen retken edellytykset-oppaan kanssa. Code of Best Practice kriteeriryhmät sisältävät retkille tyypillisiä aiheita ja näin ollen niitä olisi helppoa soveltaa Vastuullisen retken edellytykset-oppaan aihepiireiksi. Green Key 2022-2025 kriteeristöä löytyi kaksi kriteeriryhmä, joita voisi muokata sopimaan Vastuullisen retken edellytykset-oppaan ohjeistuksiin sisällyttämällä ne muihin aihepiireihin. Henkilökunta ja asiakasviestintä ovat aihepiirejä, jotka luovat syvyyttä vastuullisuuden tarkasteluun retkien osalta.

Arviointikohde	SUSTOUR Code of Best Practice	Green Key 2022-2025 kriteeristööpas
Kriteerien ryhmittely	10 eri ryhmää; Snorklaus ja sukellus Ostokset Matkaoppaat Kuljetuspalvelut Vierailu yhteisöissä Vaellus Ruoka ja juoma Perintökohteet Haavoittuvat ryhmät Meren villieläinten katselu	13 eri ryhmää; Ympäristöjohtaminen Henkilökunta Asiakasviestintä Vesi Puhtaanapito Jäte Energia Elintarvikkeet Sisätilat Viheralueet Yhteiskuntavastuu Virkistyspalvelut Hankinnat
Oppaan sisältö;  tekstin esitysmuoto, käsitteiden käyttö & tekstisisällön ymmärrettävyys	Ohjeistus listattuna  Ei tarjoa lisätietoa ohjeesta  Käyttäjän on ymmärrettävä itse mitä ohjeistuksella haetaan	Sisältö taulukoitu  Ensimmäisessä sarakkeessa kriteeri ja toisessa sarakkeessa täydentävä tieto  Käsitteitä

	<p>Paljon käsitteitä</p> <p>Käyttäjällä oltava jonkinlainen vastuullisuuskoulutus</p> <p>Ei tarjoa selitystä käsitteille</p> <p>Ei tarjoa täydentävää tietoa kriteereille</p>	<p>Sisältö selitetään laajemmin</p> <p>Ei vaadi aikaisempaa vastuullisuuskoulutusta</p> <p>Tarjoaa selityksen lyhenteille, käsitteille ja kriteereille</p>
<p>Oppaan ulkomuoto; kokonaisuus, navigointi &amp; kriteerien esitysmuoto</p>	<p>Erikseen ladattavat sivut omille kategorioille</p> <p>Ei sisällysluetteloa</p> <p>Navigointi otsikoiden avulla</p> <p>Ylhäällä opastus sivun informaation käyttötarkoitukseen</p> <p>Ohjeistus listattuna</p> <p>Sama tieto toistuu useammalla sivulla</p>	<p>Yhtenäinen kokonaisuus</p> <p>Selkeä sisällysluettelo</p> <p>Kategoriat sisällysluettelossa</p> <p>Kategoriat jaettu ylä- ja alalukuihin</p> <p>Aloitussivulla tietoa Green Key-ohjelmasta ja kriteeristöstä</p> <p>Ohjeistus taulukoituna kolmeen sarakkeeseen</p>
<p>Saavutettavuus WCAG 1.4</p>	<p>Tekstissä korostettu värillä ohjeistukset avainkäsite</p> <p>Oppaassa korostettu projektiin osallistuneet organisaatiot</p> <p>Oppaassa korostettu nettisivu, josta saa lisätietoa</p> <p>Kuvien käyttö ei ole informaavaa vaan esteettistä</p>	<p>Tekstissä korostettu kokonaisuuksia listojen avulla</p> <p>Oppaassa korostettu organisaation yhteystiedot</p> <p>Oppaassa korostettu lyhenteiden selitykset</p> <p>Ei sisällä kuvia vaan informaatio on taulukoitu</p>
<p>Helppokäyttöisyys WCAG 3.1 &amp; 3.2</p>	<p>Kieliasu on virallinen ja käsitteitä sisältävä</p> <p>Kieliasu on tiivis ja selkeä</p> <p>Opas ei sisällä lyhenteitä</p> <p>Vaatii 2. perustason ylittävää lukutaitoa</p> <p>Tarjoaa tavan navigoida sisältöä pääotsikoiden avulla</p>	<p>Kieliasu on virallinen ja käsitteitä sisältävä</p> <p>Kieliasu on mittava ja selkeä</p> <p>Opas sisältää lyhenteitä</p> <p>Vaatii 2. perustason ylittävää lukutaitoa</p> <p>Tarjoaa tavan navigoida sisältöä sisällysluettelon, otsikoinnin ja sivunumeroiden avulla</p>

Taulukko 1: Vertaileva benchmarking

Oppaiden sisältöä vertaillen huomattiin SUSTOUR ohjeistuksen olevan yksinkertaisempi verrattuna Green Key kriteeristöoppaaseen. Yksinkertaisuudella oli huono puolensa sisällön ymmärrettävyyden kannalta. Tiivis muoto ilman täydentävää tietoa vaatii oppaan käyttäjältä laajaa tietämystä vastuullisuuden eri aihepiireistä. Tästä näkökulmasta todettiin Green Key oppaan olevan tekstisisällöltään helpommin ymmärrettävissä. Green Key oppaassa kriteerejä on tuettu täydentävällä tiedolla sekä käsitteillä. Green Key oppaan tekstin esitysmuoto eli tekstin taulukointi koettiin hyvänä tapana esittää kriteerioppaan laaja tieto. Taulukointi loi kriteereille rakennetta ja näin ollen edelsi oppaan helppokäyttöisyyttä.

Oppaiden ulkomuodon vertailussa selvisi Green Key 2022-2025 kriteeristöoppaan muotoilun oleva helppokäyttöisempi verrattuna Code Of Best Practice-oppaaseen. Green Key-opas oli selkeä yhtenäinen kokonaisuus verrattuna Code of Best Practice-oppaaseen. Green Key-opaassa vastuullisuuden ohjeistukset on taulukoitu kahteen sarakkeeseen. Ensimmäinen sarake sisältää ohjeistuksen tiiviissä muodossa ja toinen sarake avaa ohjeistukset taustan sekä toteutustavan. Suuri tietomäärä saadaan taulukoinnin, selkeän kielen ja listauksien avulla tiivistettyä helposti ymmärrettävään muotoon. Green Key-opas sisälsi myös helppokäyttöisen navigointi tavan eli sisällysluettelon. Oppaan sisällysluettelossa on listattuna kategoriat ja sivunumerot. Oppaan yhtenäinen kokonaisuus, taulukointi sekä sisällysluettelo ovat välttämättömiä piirteitä, kun pohditaan oppaan helppokäyttöisyyttä.

Helppokäyttöisyyden ja saavutettavuuden vertailussa selvisi Green Key 2022-2025 kriteeristöoppaan saavuttavan WCAG 2.1 ohjeistuksen paremmin. Kattava lisätieto kriteereistä sekä kielellinen selkeys yhdistettynä oppaan informaation taulukointiin ja navigointiin takaavat oppaan helppokäyttöisyyden ja saavutettavuuden. Green Key-opas ei myöskään vaadi laajaa tietämystä vastuullisuuden käsitteistä, sillä opas tarjoaa lisätietoa niistä.

Johtopäätöksenä benchmarkingista oli yhdistää Green Key-oppaan sisällön muotoilun ja ulkomuodon Code of Best Practice aihepiireihin, joihin on sisällytetty Green Key-oppaasta kaksi aihepiiriä, saadaan toimiva lopputulos retkien arviointiin tarkoitettuun oppaaseen.

## 7 Dokumenttianalyysi aineistonkeruumenetelmänä

Työn aineiston keräämisessä hyödynnettiin dokumenttianalyysiä. Dokumenttianalyysi on kehittämistyön menetelmä, jonka avulla pyritään tekemään päätelmiä erilaisista verbaaleista, symbolisista sekä kommunikatiivisista aineistoista. Dokumenttianalyysiä voidaan hyödyntää useiden eri kohteiden, kuten haastatteluiden ja www-sivujen analysointiin. Dokumenttianalyysin tavoitteena on analysoida tarkastelun kohteena olevia lähteitä järjestelmällisesti sekä luoda sanallinen ja selkeä kuvaus kehitettävästä ilmiöstä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 136.)

Tässä työssä hyödynnetään dokumenttianalyysin lisäksi sisällön analyysiä, jolla tarkoitetaan tutkittavan aineiston sisällön kuvaamista sanallisesti. Sisällön analyysin tavoitteena on etsiä ja tunnistaa tekstistä merkityksiä. Menetelmä perustuu päättelyyn ja tulkintaan, jonka avulla aineisto hajotetaan osiin, käsitteellistetään ja lopuksi kootaan uudenlaiseksi kokonaisuudeksi. Analyysissä tarkasteltavat kohteet pelkistettiin selkeiksi ja tiiviiksi kokonaisuuksiksi, jonka jälkeen ne ryhmiteltiin eri kategorioihin. Lopuksi aineisto abstrahointiin. Abstrahointi tarkoittaa yleiskäsitteiden muodostamista pelkistämällä. (Ojasalo ym. 2015, 137.)

### 7.1 Aineistonkerääminen Aurinkomatkojen nettisivulta

Aineisto kerättiin Aurinkomatkojen nettisivuilta kauden 2022-2023 omasta retkitarjonnasta. Taulukossa 2 nähdään mitä tietoa retkistä lähdettiin keräämään ja miten tieto kategorioitiin

ensimmäiseen Excel taulukkoon. Aurinkomatkat toimittivat listan heidän omista retkistänsä 2022-2023 kauden aikana, joka auttoi oikean aineiston löytämisessä laajan retkitarjonnan seasta. Aurinkomatkojen omia retkiä listassa oli yhteensä 40. Listan avulla retken nimeä haettiin nettisivujen Hae-työkalulla. Ensimmäisenä listattiin retken kohdemaata, jota hyödynnettiin pohjana retkien ympäristön ymmärtämiseen. Opaspalvelut olivat valmiina listattuna Aurinkomatkojen toimittamassa listassa, joista kahdella retkellä Aurinkomatkat olivat osana kansainvälistä ryhmää. Seuraavaksi kirjattiin ylös retken kaikki vierailukohteet sekä kuvailtiin ympäristöä, jossa retki tapahtuu. Kuljetuksesta kirjattiin ylös retken kuljetusmuoto. Taulukkoon kirjattiin erikseen liikkuminen retken aikana, johon kirjattiin ylös retken aikana käytetyt kulukuvallineet. Ryhmäkoko kirjattiin ylös retkessä esitetyn kuvauksen mukaan. Ryhmäkoolle oli usein asetettu alaraja, jonka on täytyttävä, jotta retki järjestetään. Ruoka ja juoma kategoriassa tarkasteltiin ruokapalvelun toteuttamista retken aikana ja sitä, minkälaisessa ympäristössä ruokapalvelu toteutettiin. Lisäksi retkistä kirjoitettiin ylös mahdolliset kohtaamiset eläinten kanssa ja minkälaisiin eläimiin retkillä saattaa kohdata. Mikäli retkellä vierailtiin maatilalla, jossa esiintyi eläimiä, kirjattiin ne kotieläimiksi. Jos retkestä nousi ilmi erityisluomioita, kuten vierailu historiallisesti tai uskonnollisesti merkittävässä paikassa, kirjattiin ne taulukon viimeiseen sarakkeeseen. Tieto pyrittiin keräämään selkeässä ja tiiviissä muodossa tiedon laajuuden vuoksi.

Retken nimi	ELU-Spinalonga kyynelten saari
Kohdemaata	Agios Nikolaos
Opaspalvelut	Aurinkomatkojen oma retki
Retken kohde ja ympäristö	Spinalogan saari, Agios Nikolaksen kaupunki, Eloundan kylä, Mirabellon lahti, luonnossa ja kaupungissa tapahtuva
Kuljetus	Bussi
Liikkuminen retken aikana	Vene, kävellen
Ryhmän koko	Vähintään 14
Ruoka & juoma	Omatoiminen
Eläimet	Ei
Erityistä huomioitavaa	Vierailu kirkossa, historiallisesti merkittävä kohde

Taulukko 2: Esimerkki yhden retken aineistonkeräämisestä

Tietojen keräämisen jälkeen luotiin toinen Excel-taulukko. Taulukkoon kerättiin retkissä toistuvat piirteet, jonka avulla aineisto saatiin järjesteltyä helposti analysoitavaan muotoon. Taulukon sarakkeisiin listattiin retkien kategoriat, joista kerättiin tietoa, kuten retken ympäristö. Riveille kerättiin jokainen retken ympäristö. Mikäli luonnossa tapahtuvia retkiä oli useampi, kirjattiin luonto retken ympäristöksi vain kerran. Tämä toistettiin jokaisen kategorian ja retken ominaisuuden kohdalla. Näin saatiin tiivistettyä suuri tietomäärä yksinkertaiseen muotoon. Aineiston tiivistämisen jälkeen retkien ominaisuudet jaoteltiin värikoodin avulla Vastuullisen retken edellytykset-kategorioihin. Värikoodeina toimivat vihreä luonnolle ja eläimille, keltainen kuljetukselle, sininen vierailukohteille, violetti ostoksille ja matkamuistoille, oranssi paikalliselle yhteisölle ja sininen ruualle sekä juomalle.

Värikoodien avulla analysoitava tieto kopioitiin kolmanteen Excel-taulukko. Kolmannen Excel-taulukon sarakkeisiin kirjoitettiin Vastuullisen retken edellytykset-kategoriat, joiden alle kerättiin värikoodin mukaan retkien eri ominaisuudet. Kattegoria sarakkeen viereen jätettiin tyhjä sarake ominaisuuden analysointia varten. Analyysissä keskityttiin siihen, kuinka retken ominaisuus tulisi toteuttaa, jotta se olisi vastuullinen. Esimerkiksi missä, millä tavoin ja kuinka kuljetuksen tulisi tapahtua, jotta se olisi vastuullisesti toteutettu. Analyysiä varten valittiin vastuullisen matkailun teos J. Swarbrooke Sustainable Tourism Management. Teosta hyödynnettiin valittujen kategorioiden vastuullisen perusteiden ymmärtämiseksi. Jokaista kategoriaa varten valittiin erillinen teos, joka syventyi kategorian vastuullisuuden aspektiin syvemmin.

## 7.2 Dokumenttianalyysin tulokset

Vastuullisen retken edellytykset-oppaan sisältö rakentui analysoinnin tuloksena. Dokumenttianalyysin ja toimeksiantajan palautteen tuloksena syntyi oppaan kategoriat. Tuloksista syntyneet kategoriat opasta varten olivat meriretket, luontoretkeet, kaupunkiretket, historialliset kohteet, uskonnollisesti merkittävät kohteet sekä paikalliset yritysvierailut. Kommunikoidessa toimeksiantajan kanssa he nostivat esiin retkien kategorioinnin haastavuuden, sillä sama retki saattaa sisältää elementtejä sekä luonnosta ja historiasta. Keskustelun pohjalta päädyttiin luomaan kategoriat retkien elementtien pohjalta. Lopputuloksena syntyi kategoriat, jotka pohjautuvat retkissä esiintyviin ominaisuuksiin retken tiukan dokumenttianalyysin sijaan. Vastuullisen retken edellytykset-oppaan kategoriat ovat luonto ja eläimet, kuljetuspalvelut, vierailukohteet, ostokset ja matkamuistot, paikallinen yhteisö sekä ruoka- ja juomapalvelut. Jokaiseen kategoriaan on sisällytetty asiakkaiden opastus kyseisen kategorian elementtien mukaisesti.

Luonto ja eläimet kategorian analysointi keskittyi luonnossa tapahtuvien retkien elementteihin, kuten liikkumiseen retkellä. Lisäksi kategorian analyysi sisältää eläimet ja niiden kohtamisen luonnossa. Analyysin avulla selvitettiin vastuullista tapaa liikkua luonnossa osana matkanjärjestäjän retkeä. Haasteeksi muodostuu retken osallistujamäärä. Suuret joukot tuottavat usein haittaa ympäristölle. Luonnossa liikkuesssa tulisi välttää kulkemista haavoittuvilla alueilla sekä lisääntyneen eroosion alueilla. Kulkemiseen tulisi käyttää jo valmiiksi muodostuneita polkuja poikkeamatta reitiltä. Retken aikana tulisi myös minimoida joukon vaikutus ympäröivään luontoon. Asiakkaita tulee ohjeistaa roskaamisesta, kasvien talleamisesta sekä muusta luonnon tahallisesta tärvelemisestä. Mikäli retken aikana tavataan villieläimiä, ei niitä tulisi lähestyä tai koittaa koskettaa tai ruokkia. Villieläimet häiriintyvät helposti, joka voi aiheuttaa eläimissä stressireaktioita ja muutoksia käyttäytymisessä.

Kuljetuspalveluiden analyysissä selvisi tärkeimmäksi löydökseksi paikallisten kuljetuspalveluiden hyödyntäminen, päästöjen vähentäminen sekä turvallisuus. Hyödyntämällä paikallisia kuljetuspalveluita vaikutetaan kohdemaan paikalliseen yhteisöön positiivisesti luoden tuloja sekä työpaikkoja ja yritysmahdollisuuksia. Päästöjen vähentäminen on olennainen osa vastuullista toimintaa. Päästöjen tehokkain vähentämistapa on ajotyylin huomioiminen sekä kuljetusautojen maksimaalinen käyttäminen. Lisäksi on huomioitava kuljetuspalvelusta syntyvä meluhaitta ja sen vaikutus ympäristöön.

Vierailukohteiden analyysissä pääpaino vastuullisessa toiminnassa on kävijämäärien hallinta sekä asiakkaiden opastus vastuulliseen toimintaan vierailukohteissa. Kävijämäärät vaikuttavat vierailukohteiden kantokykyyn. Jotta vierailukohteet pysyisivät hyväkuntoisina, on ryhmäkoko hallittava etenkin infrastruktuureissa, joita ei alun perin ole tarkoitettu turistien nähtävyydeksi. Suuret ryhmät kiihdyttävät vierailukohteiden eroosiota ja voivat aiheuttaa vaurioita rakenteissa, mikäli ryhmät poikkeavat vierailukohteen sallituilta alueilta. Asiakkaita on opastettava vastuulliseen toimintaan vierailukohteissa. Asiakkaat voivat toiminnallaan



vaikuttaa eroosion lisääntymiseen koskettamalla hauraita alueita ja esineitä. Asiakkaita on opastettava kunnioittavaan pukeutumiseen kohteissa, joissa se on tarpeellista, kuten kirkoissa ja luostareissa. Vierailukohteiden on myös kuvastettava kohdemaan kulttuuriarvoa, joka lisää samalla turistien kokemusta vierailukohteesta.

Ostoksien ja matkamuistojen ostaminen on asiakkaiden itsenäinen aktiviteetti, joten vastuullinen toiminta keskittyy vahvasti asiakkaiden opastukseen. Asiakkaita on opastettava paikallisista yrityksistä ja tuotteista, jotka tukevat paikallisten taloutta. Asiakkaita on opastettava uhanalaisista ja ympäristölle haitallisista tuotteista kuten korallista ja simpukoista valmistetuista tuotteista. Asiakkaita on myös hyvä opastaa oman ostokassin tuomiseen, jotta voidaan välttää jätteiden syntymistä. Lisäksi asiakkaita on opastettava kohdemaan tinkimiskulttuurista ja siitä, kuinka tehdä tinkiminen kunnioittavasti. Vierailukohteissa retkenjärjestäjän tulisi ohjata asiakkaat matkamuistomyymälöihin, jotka esittävät maan kulttuuria arvokkaalla tavalla. Näin lisätään kohdemaan kulttuuriarvoa.

Paikallisen yhteisön analyysi jaettiin kahteen osaan. Ensimmäinen osa keskittyi retken aikana havaittavaan vastuulliseen toimintaan, kun taas toinen osa keskittyi tarkastelemaan Aurinkomatkojen liiketoiminnan vastuullisuutta kohdemaassa. Ensimmäisen osan analyysin mukaan paikallisia tulee sisällyttää retken toteutukseen tai suunnittelu vaiheeseen, jotta saadaan paikallista yhteisöä parhaiten hyödyttävä retkikokonaisuus. Työntekijöille on luotava yhdenvertaisia mahdollisuuksia katsomatta ikään, sukupuoleen tai etnisyyteen. Vierailujen aikana on havaittava työntekijöiden tasa-arvon toteutumista ja mahdollisesti rajoittaa vierailuja yritykseen, joka ei kohtelee työntekijöitään reilusti.

Toisen osan analyysin löydökset vahvistavat yhteistyön merkitystä kohdemaassa. Yhteistyö sidosryhmien kanssa on oltava pitkäjänteistä ja useaan yritykseen kohdistuvaa, jotta se olisi paikallista yhteisöä laajasti hyödyttävää. Yhteistyökumppaneille on maksettava asianmukainen korvaus heidän työstään ja yhteistyön on oltava molempia osapuolia hyödyttävää.

Ruoka- ja juomapalveluiden analyysistä selvisi tärkeimpien ominaisuuksien olevan jätteiden hallinta, asiakkaiden opastus sekä kulttuuriarvon lisääminen ruoka- ja juomapalveluiden kautta. Ruuan hygieeninen valmistus ja tarjoilu on perusoletus, joka varmistetaan DMC:n kautta. Jätteiden hallinta ruoka- ja juomapalveluissa on sidosryhmän sekä asiakkaan yhteistyötä. Ruokailupaikkojen on varmistettava asiakkaille mahdollisuus kierrättää jätteensä sekä ravintoloiden on itse kierrätettävä valmistuksessa syntyvät jätteet. Ruokahävikin hallinta ja siitä syntyvän jätteen hallinta on yhteistyötä eri sidosryhmien välillä. Ravintoloiden ja retkenjärjestäjien on tarjottava tietoa ja mahdollisuuksia asiakkaille ruokahävikin vähentämisestä. Tämän lisäksi ravintoloiden on itse aktiivisesti vähennettävä valmistuksessa syntyvää ruokahävikkiä. Asiakkaiden opastus ruoka- ja juomapalveluissa painottuu omatoimisiin ruoka- ja juomapalvelu toteutuksiin. Asiakkaita on opastettava ravintoloista, jotka ovat paikallisia tai suosivat lähiruokaa. Ruoka- ja juomapalveluiden on myös lisättävä kohdemaan kulttuuriarvoa esimerkiksi tarjoilemalla kohdemaalle ominaisia annoksia ja juomia.

## 8 Asiantuntijahaastattelut

Asiantuntijahaastattelujen toteutustyyppiä valittiin teemahaastattelu eli puolistrukturoitu haastattelu. Puolistrukturoidussa haastattelussa haastatteluteemat ja kysymysten rakenteet ovat tiedossa. Puolistrukturoitu haastattelu antaa mahdollisuuden vaihtaa kysymysten muotoa ja järjestystä sekä luoda jatkokysymyksiä haastattelun aikana ilmi tulevista ja tutkimuksen kannalta oleellisista asioista. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara & Sinivuori 2009, 208.)

Alastalon, Åkermanin ja Vaitisen (2017, 215) mukaan asiantuntijalla on tietoa menettelyta-voista tai sellaista tutkinnallista tietoa, joka erottaa hänen tietämyksensä maalikkojen tiedosta. Tämä tieto on voinut kerääntyä yrityksessä työskennellessä, työuran tai erikoistehtävien

aikana. Asiantuntijuus ei ole pysyvä piirre vaan se on ominaisuus, joka määräytyy esimerkiksi työtehtävien tai koulutuksen kautta (Alastalo ym. 2017, 215). Tämän määritelmän sekä haastatteluteemojen perusteella työn haastateltaviksi valikoituivat Aurinkomatkojen myynti- ja palvelupäällikkö, retkien sisällöntuottaja sekä kaksi Aurinkomatkojen kohdepäällikköä. Jokaisella haastateltava oletettiin olevan käytännön tietoa erilaisista Aurinkomatkojen menettelytavoista.

## 8.1 Aurinkomatkojen asiantuntijahaastattelut

Asiantuntijahaastatteluiden avulla lähdettiin selvittämään lisätietoa Aurinkomatkojen menettelytavoista kohdemaissa. Tavoitteena oli saada Aurinkomatoilta sellaista tietoa, jonka avulla oppaan muoto ja sisältö saataisiin mahdollisimman helppokäyttöiseksi. Lisäksi haettiin ymmärrystä kohdemaiden yhteistyökumppaneista sekä heihin liittyvistä vastuullisuuden menettelytavoista. Haastattelut toteutettiin kesäkuun 2023 aikana neljänä eri päivänä.

Tarkoiksi haastatteluteemoiksi valikoituivat oppaan muotoiluun vaikuttavat tekijät, retkien sisältö sekä yhteistyö kohdemaissa. Jokaisen teeman alle kerääntyi 5-6 kysymystä, jotka ovat esillä liitteessä 1. Haastattelukutsut lähetettiin sähköpostin kautta ja niissä pyydettiin selvittämään haastateltavan työtehtävät. Haastatteluteemat ja -kysymykset jaettiin haastateltavien työtehtävien mukaan. Myynti- ja palvelupäällikön haastattelussa lähdettiin selvittämään yhteistyön menettelytapoja kohdemaissa, retkien sisällön tuottajan haastattelussa keskityttiin retkien sisältöihin ja kahden kohdepäällikön haastattelussa kerättiin tietoa, joka auttoi oppaan ja sisällön muotoilussa. Teemojen jakamisella pyrittiin varmistamaan laadukkaimman tiedon saaminen.

Haastattelut toteutettiin Teams-kanavan välityksellä. Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin Teams-apuvälineiden avulla. Haastatteluissa pysyttiin ennalta määrättyssä teemassa, mutta haastateltavilta kysyttiin tarkentavia kysymyksiä valmiiksi luotujen kysymysten lisäksi. Lisäkysymysten ansiosta haastateltavia pystyttiin johdattelemaan syvemmin keskusteluun vastuullisuudesta. Jokaiselta haastateltavalta kysyttiin 5-6 valmiiksi pohdittua kysymystä ja niiden lisäksi 2-3 keskustelussa ilmi tullutta kysymystä, jotka edesauttoivat syvemmän ymmärryksen lisäämistä menettelytavoista.

## 8.2 Haastatteluiden tulokset

Oppaan sisällön ja muotoilun haastatteluteemassa lähdettiin ensisijaisesti selvittämään matkaoppaiden päivän rakennetta sekä heidän vastuullisuuskoulutus pohjaansa. Kohdepäälliköiden mukaan matkaoppaiden päivä riippuu suuresti retken tyypistä. Kohdepäällikkö 1 nostaa esiin oppaan täyttämisen vaikeuden, kun retkellä on yksi matkaopas.

“Joillakin retkillä on tauko, kun asiakkailta on retkellä vapaata aikaa. Jos on sellainen retki mihin kuuluu vapaata aikaa asiakkaille niin silloin matkaopas pystyy paremmin täyttämään opasta.” (Kohdepäällikkö 1)

Haastatteluissa selvisi Vastuullisen retken edellytykset-oppaan käyttämisen retken aikana olevan mahdollista retkipäivän rakenteen mukaan. Mikäli retken rakenteessa painottuu matkaoppaan rooli, on oppaan täyttäminen haastavaa. Oppaan täyttäminen retken aikana olisi mahdollista retkillä, joissa on kaksi matkaopasta mukana, joista toisen rooli on arvioida retkeä ja sen toteutusta.

“Meillä on tapana käydä opsaamassa eli katsomassa sekä omia että kansainvälisiä retkiä, jolloin retkellä on mukana kaksi matkaopasta. Toinen heistä vetää

retkeä ja toinen tarkkailee ja kirjaa ylös huomioita. Etenkin kun ollaan opsaa-massa, oppaan pystyisi ottamaan mukaan ja täyttää sitä retken aikana. Muutoin se riippuu vahvasti retken tyypistä.” (Kohdepäällikkö 2)

Kohdepäällikkö 1 ja 2 nostivat myös esiin päivien kiireisyyden ja ajoittaisen hektisyyden. Kii-reellisyyttä pohdittiin oppaan muodon näkökulmasta ja siitä minkälainen sen tulisi olla, jotta se olisi helppokäyttöinen retken aikana.

“Sellainen minkä voi ensin lukea ja jos se on sen tyylinen, että rasti ruutuun niin nehen on aina helppoja. Siinä rastittamisessa olisi hyvä olla vaihtoehtoja-kin. Sellainen nopeesti täytettävä pohja ” (Kohdepäällikkö 2)

Kohdepäälliköt kokevat vastuullisuus koulutuksen olevan hyvä ja tarpeeksi kattava Aurinko-matkoille. Työntekijät osaavat vastuullisuuden käsitteistöä. Kohdepäällikkö 1 korostaa myös uuden oppimisen tärkeyttä jatkuvasti muuttuvalla alalla.

“Ja toki jos siellä tulee ilmi käsitteitä mitä ei vielä ole kaikilla työntekijöillä tiedossa niin tähän on tällaista jatkuvasti uuden opettelua ja oman työn ke-hittämistä.” (Kohdepäällikkö 1)

Retkien sisällöntuottajan haastattelussa lähdettiin selvittämään Aurinkomatkojen retkien ryh-mittelyn prosessia ja retkien jo olemassa olevaa ryhmittelyä, jota olisi voinut hyödyntää Vas-tuullisen retken edellytykset-oppaan ryhmittelyn luomisessa. Haastattelussa selvisi, ettei Au-rinkomatoille ei vielä ole omaa lajittelua retkityypeille, vaan se on meneillään oleva pro-sessi. Koska Aurinkomatoilla ei ole vielä julkaistu omaa ryhmittelyä retkille, käytettiin Vas-tuullisen retken edellytykset-oppaan ryhmittelyyn benchmarkingista ja aineistonkeruusta ke-rättyjä aihepiirejä.

Myynti- ja palvelupäällikön haastattelun teemana oli yhteistyö kohdemaassa. Haastattelussa tuli esille Aurinkomatkojen menettelytapojen suuntautuvan oman toiminnan tarkasteluun eikä niinkään kohdemaan infrastruktuurin tai tapojen muuttamiseen. Aurinkomatkat pohtivat vas-tuullisuutta oman liiketoiminnan tapojen kautta ja tekevät muutoksia omaan toimintaansa. Myynti- ja palvelupäällikkö kertoo, että kumppaneiden vastuullisuus kohdemaassa tarkiste-taan aina ennen kuin retkeä aletaan myymään osana Aurinkomatkojen valikoimaa. Tarkistus-kriteereinä toimivat Finnairin Code of Conduct-kriteerit.

“Me annetaan ne Finnairin Code of Conduct kriteerit yhteistyökumppaneille ja he toimittaa ne vielä mahdollisesti omille alihankkijoille. Me tehdään selväksi että nämä on ne Aurinkomatkojen kriteerit, mitkä täytyy toteutua sen koko palveluketjun läpi.” (Myynti- ja palvelupäällikkö)

## 9 Vastuullisen retken edellytykset-opas

Vastuullisen retken edellytykset-oppaan tavoite on auttaa Aurinkomatoja heidän omien ret-kien vastuullisuuden tarkastelussa ja sitä kautta vastuullisuuden kehittämisessä retkituottei-den osalta. Opas on rakentunut Aurinkomatkojen omien retkien elementtien analysoinnin pohjalta, mutta siitä saatuja ohjeistuksia voidaan hyödyntää myös muiden aurinkomatkojen retkien elementtien tarkasteluun. Opas toimii pohjana tulevalle vastuullisuus työille retkien osalta ja opasta on tarkoitus kehittää eteenpäin Aurinkomatkojen toimesta. Vastuullisen ret-ken edellytykset-opasta tullaan testaamaan Aurinkomatkojen retkillä ja siihen tehdään muok-kauksia tarpeen mukaan. Oppaasta luodaan kokonaisuus, jonka avulla voidaan arvioida mitä tahansa aurinkomatkojen valikoimassa olevaa tai valikoimaan tulevaa retkeä.

Oppaan rakenne syntyi benchmarking tuloksena. Vastuullisen retken edellytykset-oppaassa yhdistyy Green Key 2022-2025 kriteeristöoppaan muotoilu sekä SUSTOUR Code of Best Practice kielellinen selkeys. Kansisivu sisältää oppaan nimen, jonka jälkeen esillä on kolme informaatio sivua. Ensimmäisellä sivulla kerrotaan oppaan käyttötarkoituksesta sekä sisällön pohjautuvan Aurinkomatkojen omiin retkiin. Informaationsivulla on esitelty oppaan kuusi kategoriaa sekä annettu käyttöohjeet ohjeistusohjan käyttämiseen retken aikana. Toinen informaatio sivu pureutuu oppaan sisältöön ja selittää lukijalle mistä sisältö on koostunut. Kolmannella sivulla esitellään oppaan sisällysluettelo, jota seuraa jokaisen kategorian ohjeistusohja. Jokainen ohjeistusohja sivu on otsikoitu ja järjestys seuraa sisällysluettelo.

Oppaan muotoilussa otettiin huomioon Aurinkomatkojen omat tarpeet. Teemahaastatteluista hyödynnettiin kohdepäällikön haastatteluja oppaan muotoilussa. Kohdepäälliköiden haastattelussa selvitettiin mistä matkaoppaan työpäivä koostuu sekä hahmoteltiin Vastuullisen retken edellytykset-oppaan käyttöä retken aikana. Haastatteluiden tärkein löydös oli oppaan tiivis muoto ja helppokäyttöisyys, jotta vastuullisuusopasta voitaisiin hyödyntää retken aikana.

Ohjeistusohjan suunnittelussa pyrittiin yksinkertaiseen ja nopeakäyttöiseen muotoon. Benchmarking tuloksena ohjeistusohja päädyttiin tekemään taulukko muodossa, jossa ensimmäisessä sarakkeessa on ohjeistus tiivistetyssä muodossa. Seuraavassa sarakkeessa esitellään ohjeistukselle lisätietoa. Lisätieto kertoo käyttävälle tarkempaa tietoa ohjeistukseen liittyvästä vastuullisuuden näkökulmasta. Lisätieto avaa lukijalle ohjeistuksen merkityksen retken vastuullisessa toteutumisessa. Lisäksi taulukossa on kolme vastausvaihtoehtoa ”Kyllä”, ”Ei” sekä ”Muuta huomioitavaa”. Vastausvaihtoehto merkitään rastittamalla oikea ruutu. Kohtaan ”Muuta huomioitavaa” voidaan kirjata retkestä huomioita, esimerkiksi jos ohjeistus toteutuu osittain retken aikana. Vastauksien avulla Aurinkomatkat voivat tarkastella eri retkien vastuullisuutta sekä kerätä tietoa vastuullisuuden kehityksestä retkien osalta, mikäli ohjeistusohjaa käytetään pitkällä aikavälillä.

Oppaan sisältö koostui aineistonkeruusta sekä aineiston analyysistä. Aineisto kerättiin Aurinkomatkojen nettisivuilta, jonka jälkeen sitä analysoitiin matkailun- sekä vastuullisen liiketoiminnan kirjallisuuden avulla. Analyysissä keskityttiin huomioimaan retkissä toistuvat elementit, eli retkien ominaisuudet. Toistuvia elementtejä analysoitiin kirjallisuuden avulla, jonka lopputuloksena syntyi rekien ohjeistukset jokaiseen kategoriaan. Ohjeistukset on suunniteltu siten, että niitä voidaan havainnoida retkien aikana. Poikkeuksena on kategoria paikallinen yhteisö, joka on jaettu kahteen osaan. Osa 1 sisältää ohjeistukset, joita voidaan havainnoida retken aikana, kun taas osa 2 liittyy Aurinkomatkojen vastuullisen liiketoiminnan tarkasteluun kohdemaassa. Ohjeistuksien toteutuminen vaatii yhteistyötä Aurinkomatkojen sekä sidosryhmien välillä, sillä Aurinkomatkat eivät omista kohteissa mitään retkienjärjestäjien palveluita.

## 10 Pohdinta

Työssä käytetyt kehittämismenetelmät olivat samoja, joita olen hyödyntänyt opiskeluni aikana muissa projekteissa. Tässä työssä kehittämismenetelmiä käytettiin laajemmin ja niiden avulla pääsin aiheessa syvemmälle. Benchmarking suoritettiin kahden oppaan vertailuna, joka oli minulle uusi tapa suorittaa kehittämismenetelmä. Opin vertailemaan ja arvioimaan kahden objektin välisiä suhteita ja etsimään niistä parhaita osia. Dokumenttianalyysin hyödyntäminen aineistonkeruussa oli minulle uusi menetelmätapa, vaikka se muistutti paljon net scoutingia. Aineistonkeruu retkien osalta oli hyvin laaja sekä moniosainen. Päädyin tekemään aineistonkeruun ja analysoinnin useamman Excel-tilin kautta laajan aineiston takia. Paremmista Excel-taidoista olisi ollut hyötyä aineiston keruussa sekä analysoinnissa. Parempien taitojen avulla olisi voinut mahdollisesti myös vähentää tarvittavien Excel-tilien määrää. Teemahaastattelut onnistuivat hyvin. Päätös haastatella useampaa henkilöä Aurinkomatkojen yrityksen eri osa-alueilta osoittautui hyväksi päätökseksi ja lisäsi ymmärrystä Aurinkomatkojen

liiketoimintamalleista sekä kohdemaissa hyödynnettävistä menettelytavoista. Haastattelut olivat myös arvokas tiedonlähde opinnäytetyössä.

Opinnäytetyön aikatauluttaminen ja aikataulussa pysyminen tuntui haastavalta. Opiskelu ja töiden tekeminen hankaloittivat aikataulun tekemistä ja siinä pysymistä. Opinnäytetyön aikataulu venyi alkuperäisestä aikataulusta noin kahdella kuukaudella. Toiveaikataulu toimeksiantajan puolelta oli työn valmistuminen vuoden 2023 loppuun mennessä, joten aikataulun venyminen ei aiheuttanut ongelmia toimeksiantajalle. Sopivien haastattelupäivien löytäminen oli ajoittain haastavaa kesälomien ja töiden päällekkäisyyksien takia. Sain kuitenkin haastateltua kaikki henkilöt, joita oli tarkoitus haastatella työtä varten. Työn kannalta olisi ollut hyödyllistä suorittaa haastattelu Destination Management Companyn kanssa. Haastattelu tai pelkästään lisätieto DMC:n toiminnasta kohdemaassa olisi antanut laajempaa tietoa retkienjärjestämisen prosessista sekä vastuullisuudesta kohdemaiden palveluiden takana. Koen kuitenkin työn onnistuneen ilman kyseistä lisätietoa.

Paremmen lopputuloksen saavuttamiseksi työtä olisi ollut hyödyllistä testata Aurinkomatkojen retkellä. Testauksesta saatu palaute olisi ollut arvokasta oppaan muotoilussa sekä ohjeistuksien täsmällisyyden varmistamiseksi. Testauksen ongelmaksi muodostui työn laajuus sekä käytössä oleva aika, jonka takia työstä jätettiin testausvaihe pois. Aurinkomatkat suorittavat oppaan testauksen itsenäisesti ja jatkavat projektia eteenpäin testaus tulosten pohjalta.

Koin kommunikaation toimeksiantajan kanssa onnistuneeksi. Toimeksiantajan toive oli saada jokaiselta kuukaudelta tiivistelmä tehdystä työstä. Tiivistelmistä saatu palaute auttoi työn linjauksessa sekä tavoitteissa pysymisessä. Toimeksiantajan palaute aihepiireistä sekä ohjeistupohjan luomisesta oli arvokasta ja auttoi työn kehitystä sopivaksi Aurinkomatkaille. Kommunikaation lisäksi sisällön analyysi ja siitä syntyneet ohjeistukset onnistuivat minun ja toimeksiantajan mielestä. Toimeksiantaja koki ohjeistuksien tuovan esiin uusia näkökulmia. Opinnäytetyön koettiin vahvistavan jo tiedossa olevia aspektoja.

“Hyödynnämme työssä luotua opasta retkituotteemme kehittämisessä sekä retkituotteisiin liittyvien vastuullisuuslinjaustemme päivittämisessä. Opinnäytetyön tulokset vahvistavat entisestään ymmärrystämme retkituotteen kompleksisuudesta ja sen moninaisista eri näkökulmista.” (Toimeksiantaja 2023)

Projektin luotettavuudella tarkoitetaan tutkijan kykyä vakuuttaa lukija ammattitaidostaan sekä valituista lähestymistavoista ja menetelmistä projektin suorittamiseksi. Tutkijan valintojen on oltava uskottavasti perusteltuja. Luotettavuutta voidaan vakuuttaa lukijalle projektin etenemisen kuvaamisen avulla, kun tutkimus kuvataan sellaisena kuin se on tapahtunut. Mukaan lukien tutkijan mahdolliset virheet ja ennakkoluulot, joita on ilmennyt projektin aikana. Eettisyydellä viitataan tutkijan kykyyn noudattaa eettisiä periaatteita kaikissa projektin vaiheissa. Eettisen toiminnan mukaan projektista ei saa koitua minkään näköistä haittaa projektin vaiheisiin osallistujille sekä projektiin liittyville tahoille. Projektin on edistettävä positiivista kehitystä projektin kohteena olevan tahon osalta. (Puusa, Juuti & Aaltio 2020, 177-188.)

Validius on keskeinen käsite luotettavuuden arvioinnin kohteita. Validiuden avulla voidaan arvioida, tutkitaanko tutkittavaa kohdetta tarkasti ja tarkoituksenmukaisesti. Validiutta voidaan tarkentaa kysymällä projektin kulusta missä määrin tietty tulkinta tai tulos ilmaisee kohdetta, johon sen on tarkoitus viitata. (Puusa, Juuti & Aaltio 2020, 177-188.)

Projekti on kokonaisuudessaan kuvattu laajasti lukijalle. Projektissa on selvitetty lähteiden avulla projektissa käytettävät kehittämismenetelmät selkeästi lukijalle sekä kerrottu kuinka kyseinen kehittämismenetelmä on käytännössä toteutettu projektin aikana. Projektin vaiheet on kuvattu selkeästi ja kronologisessa järjestyksessä. Projektin etenemisen kuvauksessa on myös tuotu esiin ristiriita benchmarkigin osalta. Benchmarkigissa nousi ristiriita analyysin sekä Aurinkomatkojen tarpeiden kanssa. Työssä on kuvattu keskustelunprosessi toimeksiantajan kanssa ratkaisun eli parhaiden kategorioiden löytämiseksi, jossa päädyttiin tekemään

kategoriat retkien elementteihin pohjautuen. Kommunikaatio toimeksiantajan kanssa on ollut koko projektin ajan avointa ja selkeää yrityksen tavoitteiden osalta. Projektissa on otettu huomioon eettisyys matkatoimiston ja kohdemaan toiminnan osalta. Projektilla on pyritty edistämään niin matkatoimistoin kuin usean eri kohdemaassa sijaitsevan yrityksen liiketoiminnasta johtuvien haittojen minimoimista vastuullisin keinoin ja näin ollen tuottamaan parempia elinoloja kohdemaan paikalliselle yhteisölle.

Dokumenttianalyysin luotettavuuden arvioinnissa on otettava huomioon aineiston keräämisen samalta nettisivulta usealta eri välilehdeltä. Saman tiedon toistuvuus vahvistaa aineiston luotettavuutta. Aineiston analyysin on pyrittävä yksityiskohtaisuuteen sekä perusteluun. Jokaisella päätelmällä on oltava perustelu, tieto, johon se pohjautuu. (Puusa, Juuti & Aaltio 2020, 177-188.) Tässä projektissa hyödynnettiin yhtä vastuullisen matkailun teosta kaikkien kategorioiden analysointiin. Luotettavuutta lisättiin valitsemalla jokaiselle kategorialle oma lähteensä, jonka avulla vahvistettiin ensimmäisen lähteen paikkansapitävyys sekä syvennettiin analyysiä.

Puusa, Juuti & Aaltion mukaan haastattelun luotettavuutta tulee arvioida ja perustella tutkimustavoitteen näkökulmasta. (Puusa, Juuti & Aaltio 2020, 177-188) Tässä työssä haastattelua hyödynnettiin matkaoppaiden retkipäivän hahmottamiseen sekä Aurinkomatkojen liiketoiminnan menettelytapojen ymmärtämiseen. Tutkimustavoitteen näkökulmasta katsottuna organisaatiossa on erikoistuneita henkilöitä eri teemahaastattelun teemoihin liittyen. Useamman haastateltavan valinta perusteltiin heidän työkokemuksensa ja työtehtävien avulla, jonka ansiosta saatiin tarkempia vastauksia kysymyksiin.

## Lähteet

### Painetut

Alastalo, M., Åkerman, M. & Vaittinen, T. 2017. Asiantuntijahaastattelu. Teoksessa Hyvärinen, M., Nikander, P., Ruusuvuori, J., Aho, A. L. & Granfelt, R. 2017. Tutkimushaastattelun käsikirja. Tampere: Vastapaino.

Coghlán, A. 2019. Introduction to sustainable tourism. Oxford: Goodfellow publishers.

Croce, E. & Perri, G. 2011. Food and wine tourism: Integrating food, travel, and territory. Cambridge, MA: CAB International.

Fyall, A., Garrod, B. & Leask, A. 2003. Managing visitor attractions: New directions. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Goodwin, H. 2016. Responsible tourism: Using tourism for sustainable development. 2. painos. Oxford: Goodfellow Publishers.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. Uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Kalmari, H. & Kelola, K. 2009. Vastuullisen matkailijan käsikirja. Helsinki: Mondo.

Košćak, M. & O'Rourke, T. 2020. Ethical and responsible tourism: Managing sustainability in local tourism destinations. London; New York, NY: Routledge, Taylor & Francis Group.

Kozak, M. 2003. Destination benchmarking: Concepts, practices and operations. Wallingford: CAB International.

Mason, P. 2008. Tourism impacts, planning and management. 2. painos. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät: Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3.-4. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Puusa, A., Juuti, P. & Aaltio, I. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamus.

Selänniemi, T. 2003. Elämyksiä elämääsi: 40 vuotta Aurinkomatkoja. Helsinki: Otava.

Swarbrooke, J. 1999. Sustainable tourism management. Wallingford: CABI

Verhelä, P. 2014. Matkailun perusteet. 1. painos. Kuopio: SH Traveledu.

### Sähköiset

ADMEI 2023. What is a DMC?. Viitattu 8.9.2023. <https://www.admei.org/>

Aluehallintovirasto 2023. WCAG 2.1: lain vaatimukset. Viitattu 2.6.2023 <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/wcag-2-1/>

Aurinkomatkat 2023a. Kohteet ja retket. Viitattu 1.10.2023. <https://www.aurinkomatkat.fi/matkakohdeet/kohteet>

Aurinkomatkat 2023b. Vastuullinen matkailu. Viitattu 11.3.2023. <https://www.aurinkomatkat.fi/vastuullinen-matkailu>

Green Key 2023. Green Key -vastuullisuusohjelma ja -sertifikaatti. Viitattu 20.4.2023 <https://greenkey.fi/mika-green-key/>

Kestävä kehitys - Agenda 2030. 2023. Suomen YK-Liitto. Viitattu 8.11.2023

<https://www.ykliitto.fi/kestava-kehitys>

SUSTOUR 2023. Promoting sustainability among European tour operators through a business led approach. Viitattu 20.4. [https://www.travelife.info/includes/download\\_manager.php?module=projects&file=250973](https://www.travelife.info/includes/download_manager.php?module=projects&file=250973)

Julkaisemattomat

Aurinkomatkat 2023c. Asiantuntija haastattelut 3.5. & 16.5. Helsinki.

Aurinkomatkat 2023d. Aurinkomatkojen toiminta kohteessa. Sähköpostiviesti 13.3.2023. Helsinki.



## Kuviot

Kuvio 1: Smithin yleinen matkailutuotteen malli (Verhelä 2014, 34) .....	9
Kuvio 2: Kestävän kehityksen kolme ulottuvuutta (Coghlan 2019, 61).....	11

## Taulukot

Taulukko 1: Vertaileva benchmarking .....	19
Taulukko 2: Esimerkki yhden retken aineistonkeräämisestä .....	22

## Liitteet

Liite 1: Haastattelukysymykset .....	33
Liite 2: Vastuullisen retken edellytykset-opas.....	34

## Liite 1: Haastattelukysymykset

Oppaan muotoiluun ja sisältöön liittyviä kysymyksiä.

1. Minkälainen on retkipäivän kulku?
2. Miten kriteeristöoppaan käyttäminen istuu matkaoppaan päivään?
3. Minkälainen vastuullisuuskoulutus Aurinkomatkojen työntekijöillä on?
4. Miten vastuullisuus näkyy asiakkaille retkien aikana?
5. Opastetaanko asiakkaita vastuulliseen toimintaan retken toteutuksen aikana?
6. Kuinka retkien vastuullisuus varmistetaan kohteissa? Minkälainen prosessi se on?

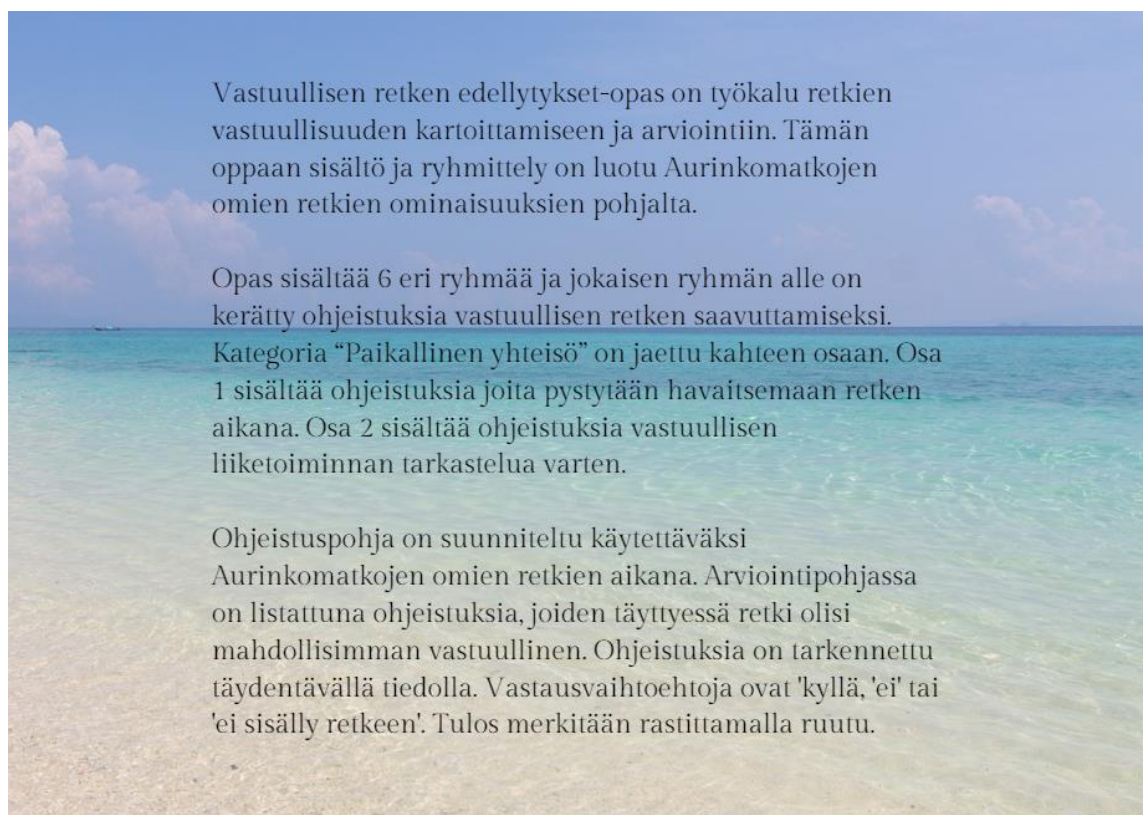
Retkien sisältö

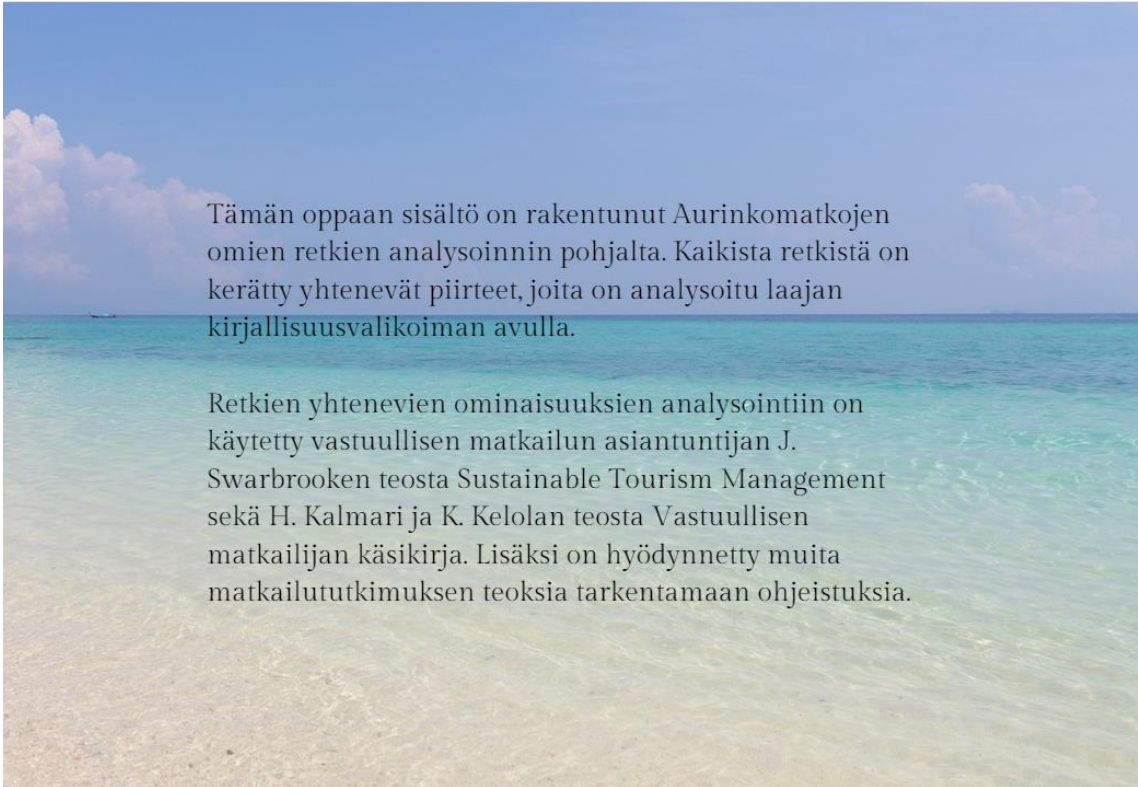
1. Miten aurinkomatkat ryhmittelevät retkensä?
2. Kuinka monta ryhmää on? Mitkä ne ovat?
3. Miten retkien ryhmäkoot määräytyvät?
4. Onko retkillä maksimi osallistujamäärää?
5. Onko Aurinkomatoilla retkikohteita, jota vaatisivat erityisluvan vierailulle?

Yhteistyö kohdemaassa

1. Kuinka valitsette yhteistyökumppanit kohdemaassa?
2. Kuinka varmistatte yhteistyökumppanin vastuullisen toiminnan?
3. Kuinka seuraatte vastuullista toimintaa kohdemaassa?
4. Minkälaiset mahdollisuudet Aurinkomatoilla on vaikuttaa yhteistyökumppanin vastuullisuuteen?
5. Miten kommunikointi ja informaation kulku toimii kohdemaassa?
6. Miten kommunikointi ja informaation kulku toimii kohdemaan ja Suomen tiimin välillä?

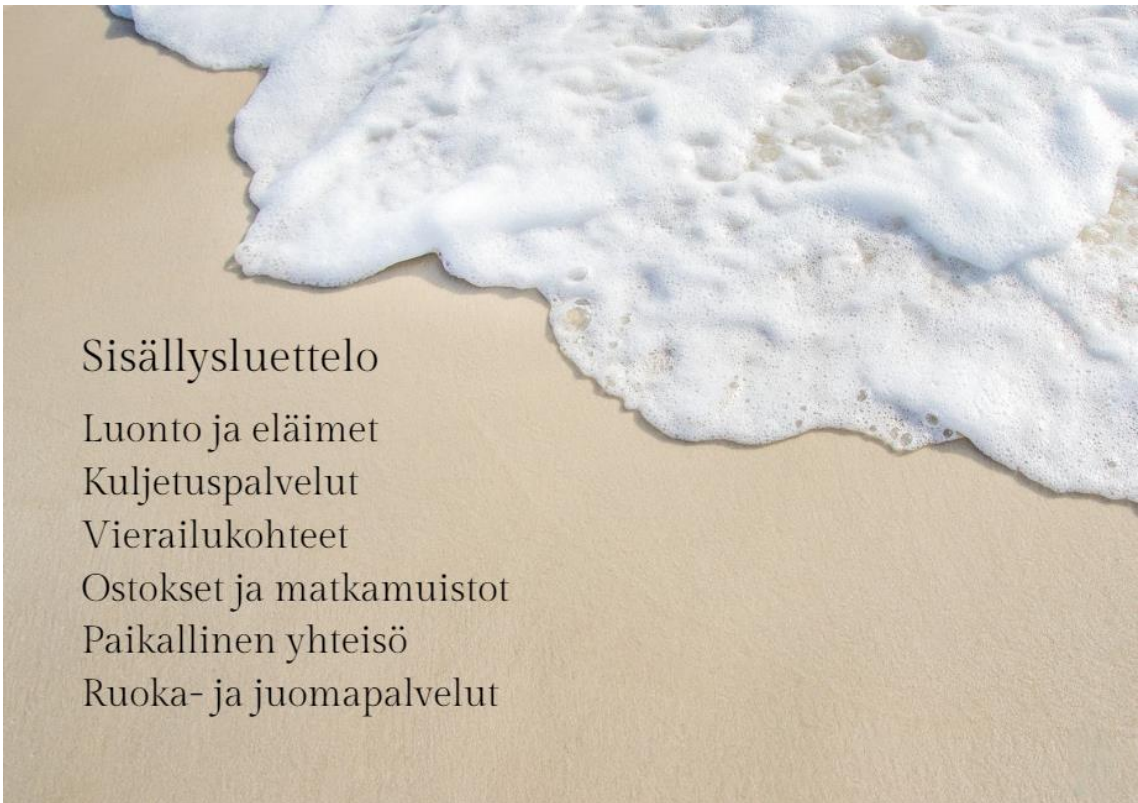
## Liite 2: Vastuullisen retken edellytykset-opas





Tämän oppaan sisältö on rakentunut Aurinkomatkojen omien retkien analysoinnin pohjalta. Kaikista retkistä on kerätty yhtenevät piirteet, joita on analysoitu laajan kirjallisuusvalikoiman avulla.

Retkien yhtenevien ominaisuuksien analysointiin on käytetty vastuullisen matkailun asiantuntijan J. Swarbrooken teosta Sustainable Tourism Management sekä H. Kalmari ja K. Kelolan teosta Vastuullisen matkailijan käsikirja. Lisäksi on hyödynnetty muita matkailututkimuksen teoksia tarkentamaan ohjeistuksia.



## Sisällysluettelo

Luonto ja eläimet  
Kuljetuspalvelut  
Vierailukohteet  
Ostokset ja matkamuiistot  
Paikallinen yhteisö  
Ruoka- ja juomapalvelut

## Luonto ja eläimet

Ohjeistus	Täydentävä tieto	Kyllä	Ei	Ei sisälly retkeen
Kulkemista lisääntyneen eroosion alueilla on rajoitettu	Eroosio, kuten maan kuluminen, jonka voi havaita helposti muusta maastosta, voi aiheuttaa turvallisuus riskejä luonnon kulumisen lisäksi			
Ryhmäkokoja hallitaan haavoittuvilla alueilla	Helposti haavoittuvilla alueilla, kuten luonnonsuojelualueilla monimuotoisuus on suurempaa ja tästä syystä helpommin haavoittuvampaa. Pienempi ryhmäkoko auttaa minimoimaan ryhmän vaikutusta hauraalalla alueella			
Kulkureitit ovat suunniteltu etukäteen	Reittien suunnittelulla varmistetaan turvallinen kulkureitti luonnon ehdoilla. Käytä valmiita polkuja eroosion ehkäisemiseksi.			
Sääolot on tarkistettu ennen retkeä ja niitä tarkkaillaan retken aikana	Huono sää on turvallisuusriski ja voi johtaa loukkaantumisiin			
Luontoon ei jätetä roskaa	Roskaaminen vaikuttaa ekosysteemin laatuun ja kasvuun. Etenkin muoviroskat tuottavat haittaa eläimille sekä vesistöjen lajeille			
Roskat lajitellaan mahdollisuuksien mukaan	Roskien lajittelemisella säästetään luonnonvaroja			
Luonnon kulumista pyritään ehkäisemään retken aikana	Vierailusta ei saa koitua haittaa ympäristölle. Retken aikana vältetään merkityiltä poluilta poikkeamista, kasvien tahallista talleamista ja muuta luonnon tahallista tärvelemistä. Luontoon ei myöskään rakenneta mitään, kuten kivitorneja			

## Luonto ja eläimet

Ohjeistus	Täydentävä tieto	Kyllä	Ei	Ei sisälly retkeen
Retkelle osallistuvat eivät ota mitään mukaan luonnosta	Ottamalla ekosysteemiin kuuluvaa, kuten keppejä, kiviä, hiekkaa, kasvistoa, korallia tai simpukoita, saatat vahingoittaa paikallista ekosysteemiä ja heikentää sen eliöiden elinoloja			
Villieläimiä lähestytään rauhallisesti luonnossa vähintään 5 metrin päästä	Eläinten saartaminen voi johtaa eläimen stressaantumiseen. Kohtaa eläimet luonnossa matkan päästä tarkkailemalla niitä. Älä lähesty villieläimiä tai koita silittää tai ruokkia niitä. Mikäli eläin lähestyy asiakkaita, käske heidän pysyä rauhallisena			
Kotieläimiä lähestytään rauhallisesti vähintään metrin etäisyydeltä ja kosketaan vain omistajan harkitsemalla luvalla	Eläimet voivat häiriintyä väenpaljoudesta. Koti- ja tilaeläinten kosketusetäisyydelle mennään vain niiden omistajan harkitsemalla luvalla			
Merellä käytetyt alukset eivät laske jätevesiä vesistöihin	Jätevesien laskeminen mereen aiheuttaa vesien saastumista ja rehevöitymistä			
Retkellä on mukana koulutettu paikallinen opas	Koulutetut oppaat osaavat liikkua luonnossa tuottamatta haittaa ympäristölle. Paikalliset osaavat myös kertoa luontokohteen historiasta			
Asiakkaita on opastettu luonnossa liikkumiseen, roskien keräämiseen sekä eläinten lähestymiseen	Asiakkaat seuraavat yllämainittuja ohjeistuksia			

## Kuljetuspalvelut

Ohjeistus	Täydentävä tieto	Kyllä	Ei	Ei sisälly retkeen
Kuljettajien luvat ovat voimassa	Lupien tarkastamisella varmistetaan turvallinen yhteistyökumppani			
Kuljettajilla on työhön sopiva koulutus tai aikaisempi työkokemus	Koulutuksen tarkastamisella varmistetaan turvallinen yhteistyökumppani,			
Retkillä hyödynnetään paikallisia kuljetusyhtiöitä	Käyttämällä paikallisia kuljetusyhtiöitä työllistetään paikallisia			
Retkelle on valittu oikean kokoinen kuljetusauto/alus	Kuljetusauton/aluksen tulisi olla mahdollisimman täynnä päästöjen minimoimiseksi. Varmista että auton jokaisella penkillä on asiakas			
Kulkureitit on suunniteltu etukäteen huomioiden energian käyttö, luonto sekä paikalliset	Kuljetuksen tulisi tapahtua suurimmassa osassa pääteitä energiaa säästäen, kuten pitkin pitämällä ajovauhdin tasaisena. Pienemmillä ja off-road teillä kuljetus voi aiheuttaa esimerkiksi meluhaittaa paikalliselle ympäristölle.			
Kuljetuspalveluista ei koidu merkittävää meluhaittaa ympäristölle	Meluhaitat voivat häiritä luonnon eläinten lisäksi paikallisia sekä heidän koti- ja karjaeläimiä, kuljetus tapahtuu suurimmassa osassa pääteitä pitkin			
Sääolot on tarkistettu ennen retkeä ja niitä tarkkaillaan retken aikana	Huono sää vaikeuttaa ajamista ja voi tehdä teistä ajokelvottomia			
Reitin kunto on tarkistettu ennen retkeä	Retken reitin on oltava hyvässä ajokunnossa riskien välttämiseksi ja turvallisuuden takaamiseksi			

## Kuljetuspalvelut

Ohjeistus	Täydentävä tieto	Kyllä	Ei	Ei sisälly retkeen
Retken aikana vältetään turhia ja lyhyitä pysähdyksiä	Kuljetusauton/aluksset uudelleen käynnistäminen tuottaa päästöjä			
Retken aikana vältetään kuljetusauton/aluksen joutokäyntiä	Joutokäynti tuottaa turhia päästöjä			
Retken aikana vältetään yli 80km/h vauhtia	Polttoaineen kulutus lisääntyy huomattavasti yli 80km/h vauhdissa ja näin ollen lisää myös päästöjä			
Suosi ja suosittele asiakkaille kävelyä tai pyöräilyä lyhyillä matkoilla	Kävely sekä pyöräily ovat päästöttömiä tapoja liikkua. Esimerkiksi retkillä, joihin sisältyy omatoiminen kuljetus tai siirtyminen retken aikana			



## Vierailukohteet

Ohjeistus	Täydentävä tieto	Kyllä	Ei	Ei sisälly retkeen
Ryhmäkoko hallitaan infrastruktuureissa, joita ei alun perin ole tarkoitettu turistien vierailukohteiksi	Esimerkiksi kirkot, luostarit, katedraalit sekä arkeologiset kaivausalueet ovat osa paikallisten infrastruktuuria, joka on ajan saatossa muuttunut nähtävyydeksi. Ryhmäkoon hallinnalla varmistetaan kävijämäärien hallinta ja samalla vapautetaan aikaa rakennuksen alkuperäisen käytön tarkoitukseksi			
Vierailukohteiden voimassa olevia kävijämääriä rajoituksia noudatetaan	Kävijämäärä rajoituksilla hallitaan vierailukohteen kantokykyä			
Vierailukohteiden rajoja noudatetaan ja retki tapahtuu siihen tarkoitetuilla alueilla	Merkityiltä alueilta ja poluilta poikkeaminen johtaa vierailukohteen kulumiseen ja mahdollisesti pienien alueiden tuhoutumiseen pidemmän ajan saatossa			
Vierailukohde kuvastaa aidosti maan kulttuuria ja kohteen historiaa	Vierailukohteessa keskitytään aidon kulttuurin sekä historian esille tuomiseen kulttuurin kaupallistamisen sijaa			
Retken kulttuuriarvoa lisätään kertomalla vierailukohteen kulttuurisesta merkityksestä sekä kohteen historiasta	Kertomalla vierailukohteen aitoa historiaa pidetään yllä kohteen kulttuurista arvoa			
Retken aikataulun suunnittelussa on oltu yhteydessä vierailukohteeseen parhaan vierailu ajan löytämiseksi	Etenkin paikallisissa yrityksissä vieraillessa on tärkeää kommunikoida omistajan kanssa vierailuajasta. Varmistamalla sopiva aika ja vierailun pituus retki ei vie aikaa pois paikallisten omasta ajasta			

## Vierailukohteet

Ohjeistus	Täydentävä tieto	Kyllä	Ei	Ei sisälly retkeen
Suosi koulutettuja paikallisia oppaita kohteissa, joissa opas on tarpeellinen	Paikallinen koulutettu opas osaa kertoa vierailukohteen kulttuurisesta merkityksestä sekä historiasta			
Asiakkaita opastetaan kunnioittavaan käytökseen ja pukeutumiseen vierailukohteissa, joissa se on tarpeellista	Uskonnollisissa kohteissa pukeudutaan siten, että vaatetus peittää olkapäät sekä polvet. Museoissa ja arkeologisilla kaivauksilla asiakkaita opastetaan käyttäytymään rauhallisesti			
Viinitilat ja muut vierailukohteet kehittävät vastuullisuuttaan mahdollisuuksien mukaan	Vierailukohteilla on selkeitä vastuullisuuden tavoitteita liiketoiminnan kehittämisessä			



## Ostokset ja matkamuistot

Ohjeistus	Täydentävä tieto	Kyllä	Ei	Ei sisälly retkeen
Myyjien luvat ovat voimassa	Osta vain myyjältä, jolla on lailliset luvat voimassa			
Myytävät tuotteet ovat laillisia	Ostamalla laillisia tuotteita vältetään uhanalaisten tuotteiden ostaminen			
Paikallisten tuotteiden alkuperä on helposti jäljitettävissä vierailukohteen antaman informaation kautta	Varmista tuoteketjun ja lopputuotteen vastuullisuus esimerkiksi sertifikaattien tai raaka-aineiden alkuperämaan avulla			
Retkivierailut markkinoille tai muihin paikallisiin yrityksiin ei häiritse paikallisten arkista kaupankäyntiä	Markkinat ja muut ostospaikat ovat osa paikallisten arkista elämää, joissa turistit ovat vierailemassa			
Matkamuistot kuvastavat maan kulttuuria lisäten kulttuuriperinnön arvoa	Opastamalla asiakkaita ostamaan kunnioittavia matkamuistoja lisätään maan kulttuuriperinnön arvoa			
Asiakkaita on opastettu oman ostokassin tuomiseen muovipussien käytön sijaan	Kertakäyttöiset muovikassit ovat rasitus ympäristölle eikä kohdemaata saada tarjota muovin kierrätystä tai uusiokäyttöä, jolloin ne joutuvat roskiin tai luontoon saastuttamaan			
Asiakkaita on opastettu paikallisista yrityksistä sekä tuotteista, jotka tukevat yhteisöä	Ostamalla paikallisilta työllistetään paikallisia ja tuetaan paikallisen yhteisön hyvinvointia			
Asiakkaita on opastettu maan tinkimiskulttuurista, mikäli tinkiminen kuuluu maan tapoihin	Tinkimisen periaatteena on löytää molempia osapuolia tyydyttävä hinta, kauppiaat voivat kysyä turisteilta suurempaa hintaa, sillä heillä oletetaan olevan enemmän rahaa käytettävänä			

## Ostokset ja matkamuistot

Ohjeistus	Täydentävä tieto	Kyllä	Ei	Ei sisälly retkeen
Asiakkaille on kerrottu uhanalaisista ja laittomista lajeista joihin voi törmätä ostoksilla	Esimerkiksi norsunluusta valmistetut esineet ovat useimmiten peräisin salametsästyksestä			
Asiakkaille on kerrottu koralleista ja simpukoista valmistettujen tuotteiden haitoista	Esimerkiksi simpukoista ja koralleista valmistetut tuotteet tuhoavat koralliriuttoja, jotka ovat erittäin hidaskasvuisia.			
Asiakkaille on kerrottu yrityksistä, jotka valmistavat vastuullisesti tuotteita simpukoista ja helmistä	Nämä tuotteet ovat usein valmistettu epäeettisin keinoin. Tarjoa asiakkaalle mahdollisuus ostaa tuotteita vastuullisuutta noudattavalta myyjältä			

## Paikallinen yhteisö OSA 1

Ohjeistus	Täydentävä tieto	Kyllä	Ei	Ei sisälly retkeen
Retkivierailut suuntautuvat vastuullisiin paikallisiin yrityksiin	Vierailujen avulla lisätään yrityksen tuottoja sekä tuodaan yritystä ja sen tuotteita esille			
Vierailtavissa yrityksissä kohdellaan työntekijöitä tasa-arvoisesti	Rajoita yhteistyötä yrityksiensä kanssa, jotka eivät kohtelee työntekijöitään tasa-arvoisesti			
Retkillä on mukana paikallisia oppaita/osaajia	Työllistämällä paikallisia vaikutetaan positiivisesti yhteisöön tarjoamalla ja luomalla työpaikkoja			
Työntekijöitä kohdellaan tasa-arvoisesti retken aikana	Työntekijöitä on kohdeltava tasa-arvoisesti katsomatta ikään, etnisyyteen tai sukupuoleen			
Asiakkaita opastetaan kunnioittavaan käytökseen ja pukeutumiseen, jos retken kohde sitä vaatii	Opastamalla asiakkaita varmistetaan retkien positiivinen vaikutus paikalliseen yhteisöön			
Asiakkaita opastetaan maan kulttuurille ominaisista tavoista	Opastamalla asiakkaita varmistetaan retkien positiivinen vaikutus paikalliseen yhteisöön			

## Paikallinen yhteisö OSA 2

Ohjeistus	Täydentävä tieto	Kyllä	Ei	Ei sisälly retkeen
Retken suunnitteluvaiheessa ja toteutuksessa konsultoidaan paikallisia osajia	Paikallisilla on arvokas näkökulma positiivisten vaikutusten lisäämiseksi ja negatiivisten vaikutusten vähentämiseksi			
Tee reilua ja rehellistä yhteistyötä paikallisten yritysten kanssa	Yhteistyön täytyy olla molempia osapuoli hyödyttävä ja kulttuuria kunnioittava			
Yhteistyökumppanit saavat työstään asianmukaisen korvauksen	Asianmukaisella palkalla/korvauksella varmistetaan reilu yhteistyö			
Yhteistyö paikallisten yritysten kanssa on pitkäjänteistä	Pitkäaikaisilla sopimuksilla varmistetaan paikalliselle yritykselle varmuutta sekä ylläpidetään hyviä suhteita.			
Yhteistyötä tehdään laajasti paikallisten yritysten kanssa	Retkien vierailukohteissa hyödynnetään useampia paikallisia yrityksiä			

## Ruoka- ja juomapalvelut

Ohjeistus	Täydentävä tieto	Kyllä	Ei	Ei sisälly retkeen
Ruuat valmistetaan ja tarjoillaan hygienisesti	Ruokien valmistus ja tarjoilu tulee tapahtua hygienisissä tiloissa sairauksien ja ruokamyrkytyksien välttämiseksi.			
Ruokapaikoilla on käytössä puhdasta ja kuumaa vettä	Puhtaan veden käytöllä ehkäistään sairauksia ja kuumen vedentulolla varmistetaan hygieninen puhtaanapito			
Asiakkaita on opastettu ruokahävikin hallinnasta	Buffetlounaissa syntyy paljon ruokahävikkiä, jota voi välttää pienemmän annoskoon avulla			
Yhteistyökumppanit hallitsevat ruokahävikin syntymistä	Esimerkiksi ruokapaikat valmistavat ruokaa ja annoksien raaka-aineita tarvittavan määrän tai tekevät muita toimenpiteitä ruokahävikin välttämiseksi			
Yhteistyökumppanit kierrättävät jätteensä	Kierrättämällä pidennetään tuotteiden elinkaarta sekä säästetään luonnonvaroja			
Yhteistyökumppanit eivät tarjoile uhanalaisia lajeja	Monet merenelävät ovat liikakalastuksen kohde. Esimerkiksi monet tonnikalalajit, turskat ja hait ovat tästä syystä uhanalaisia			
Asiakkaita on opastettu uhanalaisista lajeista omatoimisen ruokailun osalta	Markkinoilla ja ruokakojuilla voi olla useita erilaisia lajeja myynnissä, joista osa voi olla uhanalaisia			
Asiakkaita on opastettu maan ruokakulttuurin tavoista yhteisissä ruokailuissa	Kohdemailla voi olla kulttuuriin liittyviä ruokailutapoja			

## Ruoka- ja juomapalvelut

Ohjeistus	Täydentävä tieto	Kyllä	Ei	Ei sisälly retkeen
Asiakkaille suositellaan paikallisia ravintoloita retkeen kuuluvassa omatoimisessa ruokailussa	Paikallisten yritysten ja yhteisön tukeminen on tärkeää. Paikallisissa yrityksissä tarjoillaan usein kohdemaalle perinteistä ruokaa, joka lisää ruokailun kulttuuriarvoa			
Asiakkaita on opastettu maan tippikulttuurista	Monessa maassa työntekijät turvautuvat tiipeistä saatuihin lisäansioihin, sillä heidän palkkansa voi olla hyvin pieni			
Asiakkailla on mahdollisuus kierrättää jätteensä	Kierrättämällä säästetään energiaa ja luonnonvaroja			
Retkeen sisältyvät ruokailupaikat lisäävät retken kulttuuriarvoa	Esimerkiksi ravintoloita jotka tarjoilevat kohdemaalle perinnöllistä ruokaa			