Matkailuyritysten ympäristövastuuviestintä Balilla

Kerttu Laurén

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
Restonomi
Opinnäytetyö
2024

Tiivistelmä

Tekijä(t)
Kerttu Laurén

Tutkinto
Restonomi

Raportin/Opinnäytetyön nimi
Matkailuyritysten ympäristövastuuviestintä Balilla

Sivu- ja liitesivumäärä
38+2

Tässä opinnäytetyössä tutkittiin kymmenen balilaisen matkailualan pk-yrityksen verkkosivuilla esittämää ympäristövastuuviestintää kuluttajan näkökulmasta. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millaista sisältöä matkailualan pk-yritykset Balilla viestivät ympäristövastuustaan ja tarjota tietoa siitä, miten matkailualan pk-yritykset voivat parantaa ympäristövastuuviestintäänsä ja siten edistää kestävää matkailua. Tässä opinnäytetyössä on hyödynnetty laadullista tutkimusmenetelmää ja tiedonkeruumenetelmänä on käytetty havainnointia.

Tutkimusta varten muodostettiin havainnointikehikko, jonka avulla analysoitiin yritysten verkkosivujen ympäristövastuuosioita. Analyysi keskittyi viiteen pääteemaan: vedenkäyttöön, energiaan ja jätteeseen, luonnon monimuotoisuuteen, vieraiden osallistamiseen sekä raportointiin ja sertifikaatteihin. Tutkimus suoritettiin aikavälillä syys-lokakuu 2024.

Tutkimustulokset osoittivat, että yritykset viestivät ympäristövastuustaan vaihtelevasti. Vain puolet yrityksistä käsittelivät veden- ja energiankäyttöä verkkosivuillaan, ja sertifikaatit olivat esillä vain muutamalla yrityksellä. Toisaalta, luonnon monimuotoisuudesta viesti suurin osa yrityksistä, lukuun ottamatta yhtä yritystä, joka keskittyi enemmän kulttuuriseen vastuullisuuteen. Vieraiden osallistaminen ympäristötoimenpiteisiin nousi esiin useissa yrityksissä, mikä osoitti, että yritykset pyrkivät aktivoimaan asiakkaitaan osallistumaan kestävän matkailun edistämiseen.

Ympäristövastuuviestinnän selkeys ja löydettävyys vaihtelivat huomattavasti yritysten välillä. Osa yrityksistä oli tehnyt ympäristövastuuosiostaan helposti löydettävän ja selkeän, mutta noin puolet yrityksistä jättivät sen vähälle huomiolle tai piilottivat sen vaikeasti löydettäviin osioihin. Ympäristövastuuosion löydettävyydestä käytettiin määreitä; hyvä, kohtalainen ja huono. Hyvä tarkoittaa, että verkkosivuilla oli selkeä oma osionsa vastuullisuudelle. Kohtalainen tarkoittaa, että osio löytyi jonkin muun otsikon alta ja huono tarkoittaa, että ympäristövastuuosiota ei löytynyt edes toisen otsikon alta. Näiden määreiden käyttö auttoi arvioimaan ja vertailemaan yritysten verkkosivujen ympäristövastuuviestinnän selkeyttä ja löydettävyyttä kuluttajan näkökulmasta.

Tutkimuksen perusteella pohdittiin ehdotuksia jatkotutkimuksiin. Jatkotutkimusehdotuksia olivat ympäristövastuuviestinnän vaikutus kuluttajien ostopäätöksiin, sekä yritysten kohtaamat haasteet ympäristövastuuviestinnän toteuttamisessa. Pienten ja keskisuurten yritysten osalta erityisen tärkeäksi nousi kysymys resurssien riittävyydestä viestinnän toteuttamiseen.

Tämän opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää suomalaisten matkailualan pk-yritysten viestinnän kehittämisessä, sillä tutkimus tarjoaa käytännön esimerkkejä siitä, miten ympäristövastuullisuus voidaan tuoda esiin kuluttajille matkailuyrityksen verkkosivuilla. Yhteenvetoon laadittiin ideaali malli matkailuyrityksen verkkosivujen ympäristövastuuosiolle, jota matkailuyritykset voivat hyödyntää suunnitellessaan ja kehittäessään omaa ympäristövastuuviestintäänsä.

Asiasanat
Vastuullinen matkailuliiketoiminta, ympäristövastuullisuus, vastuullisuusviestintä, vastuullinen kuluttajuus.

Sisällys

1 Johdanto 1
2 Vastuullisuuden määritelmä 3
2.1 Sosiaalinen vastuu 3
2.2 Taloudellinen vastuu 4
2.3 Ympäristövastuu 4
2.4 Viherpesu 5
3 Ympäristövastuu yrityksissä 7
3.1 Vastuullisuus matkailuyrityksissä 8
3.2 Ympäristösertifikaatit 10
4 Viestintä yrityksissä 12
4.1 Viestintäkäytännöt ja suunnittelu 12
4.2 Ympäristövastuuviestintä 13
5 Ympäristöhaasteet Balilla 15
5.1 Ympäristölainsäädäntö Balilla 15
5.2 Matkailun kehitys ja sen vaikutukset 17
5.3 Balin ympäristöongelmia 20
5.4 Ympäristöongelmien torjunta 23
6 Tutkimuksen suorittaminen 25
6.1 Tutkimusmenetelmät 25
6.2 Havainnointikehikon laatiminen 25
6.3 Tulosten käsittely 27
7 Tutkimustulokset 28
7.1 Vesi 28
7.2 Energia ja jätteet 28
7.3 Luonnon monimuotoisuus 29
7.4 Vieraiden osallistaminen 30
7.5 Raportointi ja sertifikaatit 30
7.6 Yhteenveto 31
8 Pohdinta 33
8.1 Kehittämisehdotukset ja hyödyntäminen 36
8.2 Tutkimuksen luotettavuus ja etiikka 37
8.3 Tutkimuksen onnistuminen ja oma oppiminen 37
Lähteet 39
Liitteet 43
Liite 1. Havainnointikehikko 43

1 Johdanto

Kestävä kehitys ja vastuullisuus ovat nousseet yhä merkityksellisimmiksi keskustelunaiheiksi matkailualalla. Matkailu on yksi nopeimmin kasvavista talouden aloista, mutta samalla se aiheuttaa merkittäviä ympäristövaikutuksia, kuten kasvavia hiilidioksidipäästöjä, luonnonvarojen liikakäyttöä ja jätteen määrän lisääntymistä (Green Tourism s.a.). Erityisesti suosittujen matkakohteiden, kuten Balin, kohdalla nämä ympäristövaikutukset ovat herättäneet keskustelua matkailun kestävyydestä. Ympäristövastuullisen toiminnan merkitys korostuu entisestään alueilla, joilla turismi muodostaa merkittävän osan taloudesta ja vaikuttaa paikalliseen yhteisöön sekä luonnonympäristöön.

Vastuullinen toimintatapa on matkailuyrityksille jatkossa yhä tärkeämpi kilpailuvaltti ja edellytys pitkäjänteiseen toimintaan. Tutkimukset ovat osoittaneet, että vastuullisesti toimivat yritykset hyötyvät paitsi korkeammasta asiakastyytyväisyydestä ja laadukkaammaksi koetusta palvelusta, myös merkittävistä kustannussäästöistä, erityisesti energiatehokkuuden parantuessa. Matkailijat arvostavat erityisesti käytännön kestävyyden osoituksia, kuten vesi- ja energiatehokkuutta, jätehuoltoa, paikallisten tuotteiden ja palveluiden käyttöä sekä kulttuuriperinnön vaalimista ja paikallisen väestön huomioimista. Aikaansa seuraava matkailuyritys ymmärtää näiden toimintatapojen merkityksen paitsi ympäristön, myös oman taloudellisen jatkuvuutensa kannalta. (Visit Finland s.a.)

Ympäristövastuuviestinnällä on keskeinen rooli matkailuyritysten kestävyyspyrkimyksissä. Sen avulla yritykset voivat kertoa asiakkailleen ja sidosryhmilleen omista toimenpiteistään luonnon suojelemiseksi ja kestävän matkailun edistämiseksi. Vastuullisuusviestintä toimii myös liiketoiminnan kehittämisen välineenä, joka maksimoi ympäristötyön tuoman arvon yrityksille. Viestinnän selkeys, läpinäkyvyys ja löydettävyys ovat ratkaisevia tekijöitä siinä, kuinka hyvin matkailijat ja muut sidosryhmät ymmärtävät yrityksen sitoutumisen ympäristövastuuseen (Yrittäjät, s.a.). Lisäksi on tärkeää tutkia, millaista sisältöä yritykset viestivät ja kuinka kattavasti ne kertovat teoistaan, sillä läpinäkyvä ja kattava viestintä vahvistaa yrityksen uskottavuutta, parantaa asiakassuhteita ja vastaa kasvaviin vaatimuksiin kestävästä toiminnasta, mikä puolestaan tukee yrityksen kilpailukykyä ja sitouttaa ympäristötietoista asiakaskuntaa (Ekokompassi s.a.).

Tämä opinnäytetyö keskittyy balilaisten matkailuyritysten ympäristövastuuviestintään, ja sen tavoitteena on selvittää, miten nämä yritykset viestivät ympäristövastuustaan verkkosivuillaan sekä kuinka hyvin viestintä tavoittaa ja puhuttelee kuluttajia. Tutkimuksen tavoitteena on tarjota tietoa siitä, miten matkailualan pk-yritykset voivat parantaa ympäristövastuuviestintäänsä ja siten edistää kestävää matkailua.

Tutkimusongelma on: Millaista sisältöä matkailualan pk-yritykset Balilla viestivät ympäristövastuustaan?

Alaongelmat ovat:

1. Mihin viestinnän sisältö painottuu?
2. Kuinka selkeästi ja löydettävästi se on esitetty?
3. Mitä ympäristösertifiointeja yritykset käyttävät?
4. Mitkä ovat yritysten ympäristötyön tavoitteet ja käytännön toimenpiteet?

Tämän opinnäytetyön aihe syntyi omien kokemusteni perusteella, sillä vierailuni Balilla ja eri matkailuyritysten palveluiden käyttö avasivat silmäni saaren ympäristöongelmille. Liikaturismi on aiheuttanut merkittäviä haasteita, erityisesti muovisaasteen kertymisen osalta. Koen aiheen erittäin tärkeäksi ympäristön hyvinvoinnin kannalta, sillä vastuullinen ympäristöviestintä voi auttaa yrityksiä torjumaan tulevia ympäristöhaasteita ja lisäksi motivoida kuluttajia kestävämpiin valintoihin. Uskon, että analysoimalla matkailuyritysten viestintäkäytäntöjä voidaan löytää keinoja parantaa ympäristön tilaa ja edistää kestävää kehitystä.

Tutkimuksessa on mukana kymmenen balilaista matkailualan pk-yritystä; neljä majoitustoimintaa, lintupuisto, eläinsafari, apinametsä, vesipuisto, kulttuuripuisto ja retkien järjestäjä. Nämä yritykset on valittu tutkimukseen, jotta saadaan kattava kuva eri tyyppisten matkailuyritysten ympäristövastuuviestinnästä. Kriteerinä on, että yrityksillä on verkkosivuillaan mainintoja ympäristövastuusta, vaikka kaikilla ei välttämättä ole selkeää osiota aiheesta.

Verkkosivujen ympäristövastuuviestintää tarkastellaan havainnointirungon avulla. Analyysin tavoitteena on tuoda esiin keskeiset piirteet siitä, miten matkailuyritykset viestivät ympäristövastuustaan kuluttajille ja missä on parantamisen varaa, jotta viestintä tavoittaa kuluttajat paremmin. Tavoitteena on myös lisätä tietoisuutta ympäristövastuuviestinnän merkityksestä kuluttajille, matkailijoille ja yrityksille. Ympäristövastuuviestintä on keskeinen tekijä kaikille sidosryhmille, erityisesti matkailualan yrityksille, jotka haluavat kehittää viestintäänsä ja edistää kestävää matkailua.

2 Vastuullisuuden määritelmä

Vastuullisuudella tarkoitetaan sellaisten päätösten ja valintojen tekemistä, jotka huomioivat nykyiset ja tulevaisuuden tarpeet. Vastuullisuutta voi harjoittaa sekä yksilöiden että yritysten tasolla. Yritysvastuu tarkoittaa yritysten vastuuta niiden toiminnan yhteiskunnallisista vaikutuksista. (Euroopan komissio 2022.) Vastuullisuuden osa-alueita ovat sosiaalinen, taloudellinen ja ekologinen vastuullisuus. Vastuullinen yritys toimii näillä osa-alueilla mahdollisimman kestävällä tavalla sovittaen yhteen yrityksen ja sidosryhmien tavoitteet ja odotukset. Vastuullisuuden kokonaisvaltainen hallinta edellyttää, että sosiaalinen, taloudellinen ja ympäristövastuu ovat tasapainossa ja toimivat toisiaan täydentäen. Tällä tavoin yritykset voivat kehittää kestäviä käytäntöjä, jotka tukevat sekä liiketoiminnan menestystä että yhteiskunnan ja ympäristön hyvinvointia. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2019.)

Kestävä kehitys ja vastuullisuus liittyvät läheisesti toisiinsa, mutta niillä on erilaiset painopisteet ja sovellusalueet. Kestävä kehitys viittaa laajempaan käsitteeseen, joka kattaa yhteiskunnallisen muutoksen, jossa ympäristö, talous ja sosiaalinen oikeudenmukaisuus otetaan tasapuolisesti huomioon. Kestävä kehitys pyrkii turvaamaan elinmahdollisuudet tuleville sukupolville, ja se sisältää useita eri ulottuvuuksia, kuten ympäristönsuojelun, taloudellisen kasvun ja sosiaalisen hyvinvoinnin. Vastuullisuus liittyy yksilöiden, yritysten ja organisaatioiden toimintaan. Vastuullisuus tarkoittaa eettisten ja moraalisten periaatteiden noudattamista toiminnassa ja päätöksenteossa. Se tarkoittaa esimerkiksi ympäristön, ihmisoikeuksien ja yhteiskunnallisten vaikutusten huomioimista. Vastuullisuus voi olla osa kestävää kehitystä, mutta se on enemmänkin periaate tai asenne, joka ohjaa toimintaa. (Sustainable Development Goals s.a.)

2.1 Sosiaalinen vastuu

Sosiaalinen vastuullisuus perustuu kansainvälisiin ihmisoikeussopimuksiin ja YK:n eri sopimuksiin. Sosiaalinen vastuullisuus tarkoittaa yritysten ja organisaatioiden vastuuta ihmisten hyvinvoinnista ja yhteiskunnallisista vaikutuksista. Se kattaa laajan valikoiman käytäntöjä ja periaatteita, jotka liittyvät työntekijöiden oikeuksiin, ihmisoikeuksiin, monimuotoisuuteen ja yhteisöjen tukemiseen. Sosiaalisesti vastuulliset yritykset noudattavat eettisiä normeja, edistävät tasa-arvoa ja kunnioittavat kulttuurista monimuotoisuutta. Tämä voi ilmetä muun muassa oikeudenmukaisina palkkakäytäntöinä, turvallisena ja terveellisenä työympäristönä sekä aktiivisena osallistumisena yhteisön kehittämiseen. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2023.)

Sosiaalisen vastuullisuuden hyödyt yritykselle ovat moninaiset. Sosiaalisesti vastuullinen yritys voi erottua kilpailijoistaan, houkutella asiakkaita ja lisätä asiakasuskollisuutta. Hyvä yritysmielikuva parantaa mainetta ja voi houkutella asiakkaita, yhteistyökumppaneita sekä investoijia. Vastuullinen toimintatapa myös motivoi ja sitouttaa työntekijöitä, vähentäen henkilöstön vaihtuvuutta.

Lisäksi sosiaalinen vastuullisuus vähentää sääntely- ja oikeudellisia riskejä, sillä yritys voi välttää juridisia ongelmia epäeettisistä käytännöistä. Hyvä suhde paikallisiin yhteisöihin tuo tukea ja positiivista palautetta. Vastuullisuus voi myös avata uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja edistää innovaatioita, kun yritys kehittää ratkaisuja, jotka vastaavat yhteiskunnan ja ympäristön tarpeisiin. (Jitendra, Shallini, & Arora 2021, 314.)

2.2 Taloudellinen vastuu

Taloudellinen vastuullisuus tarkoittaa yritysten, organisaatioiden ja yksilöiden taloudellista toimintaa, joka huomioi pitkäaikaisen kestävyyden ja yhteiskunnallisen hyvinvoinnin. Se sisältää esimerkiksi vastuullisen taloudenpidon, oikeudenmukaisen verojen maksun, reilun palkkauksen ja eettisten liiketoimintakäytäntöjen noudattamisen. Taloudellisesti vastuullinen toimija pyrkii tekemään taloudellisia päätöksiä, jotka tukevat kestävää kasvua eivätkä vahingoita yhteiskuntaa tai ympäristöä. (Sarkkinen 2006, 137.)

Taloudellisesti vastuullisella yrityksellä on mahdollisuus parempaan riskien hallintaan, pitkän aikavälin taloudellisen menestyksen saavuttamiseen sekä markkinauskottavuuteen. Strategioita taloudellisen vastuullisen harjoittamiseen ovat huolellisesti suunniteltu rahojenhallinta, riskien hallinta ja investointien hallinta. Taloudellisesti vastuullisilta yrityksiltä odotetaan myös läpinäkyvyyttä ja raportointia avoimesti taloudellisista tuloksistaan. (Commitment2050 2023.)

2.3 Ympäristövastuu

Ympäristövastuu tarkoittaa yrityksen sitoutumista luonnonympäristön suojelemiseen sen toiminnan vaikutuspiirissä. Tähän kuuluu luonnonvarojen tehokas ja kestävä käyttö, vesien, ilman ja maaperän suojelu sekä luonnon monimuotoisuuden turvaaminen. Lisäksi ympäristövastuuseen liittyy ilmastonmuutoksen torjuminen sekä vastuu tuotteen tai palvelun ympäristövaikutuksista sen koko elinkaaren ajan. (Sarkkinen 2006, 137.)

Ilmastonmuutoksen ja luonnon monimuotoisuuden vähenemisen estämiseksi tarvitaan sekä paikallista että kansainvälistä yhteistyötä. Koska kaikki yritystoiminta vaikuttaa ympäristöön, on vastuun kantaminen osa yritysten kestävää toimintaa. Ympäristövastuu yrityksissä voi alkaa siitä, että lainsäädännön minimitaso saavutetaan. Vastuullisen yrityksen on oltava tietoinen ympäristökuormituksestaan ja asetettava tavoitteita sen vähentämiseksi. On tärkeää, että yritykset keskittyvät niihin ympäristövastuun osa-alueisiin, joilla on merkittävimmät ympäristövaikutukset. Onnistunut ympäristöasioiden hallinta edellyttää yrityksiltä selkeää suunnittelua, ohjausta ja seurantaa. (Vastuullisen matkailun portaat 2021.)

Kiertotalous liittyy tiiviisti ympäristövastuuseen, sillä sen perusperiaatteena on minimoida luonnonvarojen käyttö ja jätteen syntyminen. Kiertotalous mahdollistaa kasvihuonekaasupäästöjen vähentymisen sekä turvaa luonnon monimuotoisuutta. Siksi yritysten tulisi tarkastella palveluidensa ja tuotteidensa ympäristövaikutuksia koko elinkaaren ajalta, kattaen raaka-aineiden hankinnan, valmistus- ja tarjoamisprosessit, käytön sekä käytöstä poistamisen. Kiertotalouden tavoite on luoda ”hyvä ympyrä”, joka tarkoittaa sitä, että tavaroita ja palveluita tuotetaan ilman rajallisten luonnonvarojen, kuten veden, raaka-aineiden tai energian, kuluttamista. (Green Tourism s.a.)

Ympäristövastuu on keskeinen teema tässä opinnäytetyössä, ja sitä käsitellään useissa tulevissa luvuissa. Luvussa 3 keskitytään vastuulliseen liiketoimintaan ja ympäristösertifikaatteihin. Luvussa 4 käsitellään yritysten ympäristövastuuviestintää ja luvussa 5 tarkastellaan ympäristövastuuta Balin matkailussa.

2.4 Viherpesu

Viherpesulla tarkoitetaan sitä, että kuluttajalle annetaan harhaanjohtava vaikutus tuotteen tai palvelun ympäristövastuullisuudesta. Viherpesua on monenlaista ja ympäristömainonta on yleistä. Viherpesu on yleistynyt, kun kuluttajat ovat alkaneet suosia vastuullisia tuotteita ja palveluita. Tyypillinen viherpesun muoto on sellainen, jossa tuotteesta tai palvelusta kerrotaan ympäristöväittämiä, jotka eivät olennaisesti liity merkittäviin ympäristövaikutuksiin. Kuluttajalle voidaan luoda tiettyjä mielikuvia tuotteen tai palvelun ympäristöystävällisyydestä esimerkiksi ympäristöystävällisiksi miellettävien värien, kuvien tai sanojen avulla. Kuluttajaa ohjataan mielikuvamarkkinoinnilla harhaan ja hänen on hankalaa tietää, onko koko totuus kerrottu ja missä määrin väittämät pitävät paikkaansa. Viherpesu on ongelmallista, sillä aidosti vastuullisten yritysten kilpailukyky heikkenee ja markkinat vääristyvät. (Euroopan parlamentti 2024.)

EU:n tavoitteena on lopettaa viherpesu ja tarjota kuluttajille luotettavaa tietoa ympäristövastuullisuudesta. Jatkossa ympäristöväittämien tulee perustua tutkittuun tietoon, sillä jopa 86 % EU:n kuluttajista toivoo saavansa parempaa tietoa kestävyydestä. Tavoitteena on kuluttajansuojan parantaminen, ympäristön suojeleminen sekä kiertotalouden edistäminen. (Euroopan komissio 2022.)

Saavuttaakseen nämä tavoitteet, EU aikoo kieltää yleisluontoiset ympäristöväitteet, joita ei voida todistaa, sekä kestävyysmerkinnät, joita viranomaiset eivät ole hyväksyneet tai jotka eivät perustu hyväksyttyihin sertifiointijärjestelmiin. Lisäksi kielletään väitteet siitä, että tuotteella on neutraali, pienentynyt tai positiivinen vaikutus ympäristöön, mikäli valmistaja kompensoi päästöjään. (Euroopan parlamentti 2024.)

Tässä opinnäytetyössä käsitellään ympäristövastuuviestintää, joten on tärkeää huomioida viherpesu tämän aiheen yhteydessä. Opinnäytetyö keskittyy kuitenkin balilaisiin matkailuyrityksiin,

jolloin EU:n toimintamallit tarjoavat hyviä esimerkkejä ja suuntaviivoja ympäristövastuulliselle toiminnalle. Balin matkailu kohtaa erityisiä ympäristöhaasteita, joten on tärkeää tarkastella, miten paikalliset matkailuyritykset vastaavat kuluttajien kasvaviin odotuksiin ympäristövastuullisuudesta ja viestinnän läpinäkyvyydestä. Ympäristövastuuviestintää balilaisten matkailuyritysten osalta käsitellään luvussa 4.

Viherpesun estämiseksi on olemassa tehokkaita keinoja, kuten ympäristösertifikaatit. Ympäristösertifikaatit ovat järjestelmiä ja standardeja, jotka tunnustavat tuotteiden, palveluiden tai organisaatioiden noudattavan tiettyjä ympäristöystävällisiä käytäntöjä. Ympäristösertifikaatit voivat koskea esimerkiksi tuotantoprosesseja, raaka-aineiden hankintaa tai energiankäyttöä. Sertifikaatit auttavat kuluttajia ja yrityksiä tekemään vastuullisia valintoja ja varmistavat, että ympäristönäkökohdat on huomioitu toiminnassa. (International Organization for Standardization s.a.)

Yritysten ympäristösertifioinnit ovat yleistyneet, sillä kuluttajat ja yhteistyökumppanit ovat yhä valveutuneempia ympäristökysymyksissä. Matkailualalle on tarjolla kymmeniä erilaisia sertifiointeja vastuullisen matkailutoiminnan kehittämiseen. Sertifikaatit tarjoavat kattavasti eri työkaluja yrityksen alkukartoituksesta jatkuvaan kehittämiseen, viestinnän tukemiseen ja ohjeistukseen sekä toimenpidesuunnitelman tekoon. (Visit Finland s.a.)

Luvussa 3.2 käsitellään tarkemmin matkailuyritysten käyttämiä ympäristösertifikaatteja, jotka auttavat yrityksiä osoittamaan sitoutumisensa ympäristövastuuseen ja kestävään toimintaan.

3 Ympäristövastuu yrityksissä

Vastuullisesti toimivat yritykset nähdään arvostettuina kumppaneina, ja vastuullisuus ohjaa yhä enemmän kuluttajien valintoja kaikilla toimialoilla. On perusteltua, että yritykset ovat kiinnostuneita vastuullisuustyöstä, ja onkin tärkeää tehdä tehdyt hyvät teot näkyviksi. Esimerkiksi ympäristöohjelman menestyksekkään toteuttamisen hyödyntämiseksi on olennaista viestiä siitä tehokkaasti eteenpäin. (Ekokompassi s.a.)

Vastuullinen yritys ymmärtää oman toimintansa ympäristövaikutukset, noudattaa sovellettavaa lainsäädäntöä, tunnistaa mahdolliset parannuskohteet ja pyrkii jatkuvaan kehitykseen kattavasti yrityksen kaikissa prosesseissa. Näitä ovat esimerkiksi energian, materiaalien ja luonnonvarojen säästeliäs ja tehokas käyttö, jätteiden määrän vähentäminen ja kierrätys, vesien, ilman ja maaperän suojeleminen, ilmastonmuutoksen torjuminen kasvihuonekaasupäästöjä vähentämällä sekä ympäristövastuullisten ratkaisuiden tarjoaminen asiakkaille. Taloudellinen ja ekologinen tehokkuus ovat entistä enemmän keskenään yhteensopivia tavoitteita, sillä prosessien tai menetelmien kehittäminen tehokkaammiksi tuottaa säästöjä sekä rahallisesti että ympäristön kannalta. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2018.)

Yritykset voivat siis toimia tehokkaammin ja säästää rahaa liiketoiminnan kuluissa siirtymällä ympäristövastuullisempaan toimintaan. Kuukausittaiset kiinteät kulut, esimerkiksi toimistotarvikkeet ja sähkölaskut voivat muodostaa suuria summia. Rahaa säästyy, kun yritykset keskittyvät ympäristövastuullisuuteen esimerkiksi vähentämällä paperin ja muiden materiaalien käyttöä, etsimällä tapoja säästää energiaa ja käyttämällä ympäristövastuullisia tuotteita. Yrityksille avautuu enemmän mahdollisuuksia myös liiketoiminnan kehittämiseen. Ympäristövastuullinen toiminta antaa kilpailuetua ja parantaa brändin mainetta, mikä puolestaan avaa ovia laajemmille markkinoille. Lisäksi voidaan löytää muita ympäristövastuullisia yrityksiä, jotka ovat halukkaita yhteistyöhön. Kestävästi toimiva yritys mahdollistaa tehokkaamman toiminnan, säästää enemmän rahaa, luo enemmän mahdollisuuksia ja tyydyttää enemmän asiakkaita. Kaikki tämä johtaa kasvuun ja lisääntyneisiin tuloihin. (Greener ideal 2024.)

Yrityksissä työskentely ympäristöhaasteiden parissa voi kuitenkin olla haastavaa monista syistä. Ympäristölainsäädäntö kehittyy jatkuvasti, ja yritysten on seurattava alaansa liittyviä lakimuutoksia ennakoivasti, jotta he voivat toteuttaa oikeat toimenpiteet. Dokumentointi ja tilastointi voivat olla aikaa vieviä tehtäviä, ja kerätyn datan vertailukelpoisuus eri vuosien välillä voi olla vaikeaa. Ympäristötyön tavoitteiden alkuperäinen merkitys saattaa samalla hämärtyä. Ympäristötyön menestyksellinen toteuttaminen vaatiikin yrityksiltä pitkäjänteistä tiedon hyödyntämistä päätöksenteossa, henkilöstön motivointia sekä avointa ja olennaisten asioiden viestimistä. (Kippo-Edlund 2006, 118.)

3.1 Vastuullisuus matkailuyrityksissä

Kysyntä on siirtymässä maailmanlaajuisesti yhä enemmän vähäpäästöisiin tuotteisiin ja palveluihin, joka luo merkittäviä mahdollisuuksia viennille. Yrityksillä ja kaupungeilla on keskeinen rooli päästöjen vähentämisessä, ja vastuulliset hankinnat ovatkin tärkeä osa yritysten ympäristövastuullista toimintaa. Ympäristövastuulliset valinnat eivät ainoastaan heijasta yrityksen arvoja, vaan myös osoittavat sitoutumista ympäristöasioihin, joka vaikuttaa monien asiakkaiden ostopäätöksiin ja valintoihin. (Yrittäjät s.a.)

Vastuullisessa matkailuliiketoiminnassa korostuvat erityisesti jätteen ja veden hallinta, hiilijalanjäljen pienentäminen, yhteisön osallistaminen sekä kulttuuriperinnön säilyttäminen. Näiden keskeisten osa-alueiden hallinta tukee ympäristövastuullisia käytäntöjä ja edistää kestävää matkailua. (CBI 2022.)

Kuvio 1. Kestävän matkailuliiketoiminnan kahdeksan osa-aluetta (Acorn Tourism Consulting s.a.)

Kuviosta 1 voidaan havaita kestävän matkailuliiketoiminnan kahdeksan osa-aluetta. Mitä vastuullisemmin liiketoimintaa harjoitetaan, sitä suurempia ovat positiiviset vaikutukset ympäristöön,

paikallisyhteisöön, matkailutuotteen laatuun sekä asiakaskokemukseen. Samalla yritykset voivat varmemmin korostaa ympäristötekojaan.

Jätteen ja veden hallinta muodostavat kestävän matkailun perustan. Yritykset voivat vähentää ympäristövaikutuksiaan noudattamalla periaatetta "vähennä, uudelleen käytä, kierrätä". Tämä tarkoittaa esimerkiksi jätteiden lajittelua ja kertakäyttömuovien vähentämistä. Vedenkulutuksen vähentämiseksi voidaan asentaa vettä säästäviä laitteita ja hyödyntää sadevettä. Kestävässä matkailussa tärkeää on hiilijalanjäljen pienentäminen, jotta voidaan ehkäistä ilmastonmuutosta. Näiden tekojen avulla voidaan kompensoida matkustamisesta syntyviä päästöjä ja edistää ympäristövastuullisia ratkaisuja. (CBI 2022.)

Yhteisön osallistaminen on myös ratkaisevaa kestävän matkailun onnistumiselle. Paikallisten asukkaiden työllistäminen ja yhteisömatkailun tukeminen eivät ainoastaan tuo taloudellista hyötyä vaan myös vahvistavat paikallista identiteettiä. On tärkeää varmistaa oikeudenmukaiset työolosuhteet ja tarjota riittävä koulutus työntekijöille. Lisäksi autenttisten kulttuurielämysten tarjoaminen matkailijoille rikastuttaa heidän kokemuksiaan. Matkailuliiketoiminnan tulisi tarjota matkailijoille mahdollisuus vuorovaikutukseen paikallisten kulttuurien kanssa tavalla, joka tukee paikallisten perinteiden säilyttämistä sekä tuottaa taloudellista hyötyä paikalliselle yhteisölle. (CBI 2022.)

Kestävässä matkailussa siis keskitytään ympäristön, kulttuurien ja talouden tasapainoiseen säilyttämiseen. Sen tavoitteena on vähentää matkailun negatiivisia vaikutuksia samalla, kun se edistää luonnon ja kulttuuriperinnön suojelua. Tavoitteena on säilyttää luonnon monimuotoisuus ja ehkäistä pitkäaikaisten vahinkojen syntymistä matkakohteille, luoda paikallisia työpaikkoja, vahvistaa alueen taloutta ja suojella paikallista kulttuuria. Siten matkailu voi tukea alueen kehitystä tuleville sukupolville ilman, että se heikentää luonnonvaroja tai kulttuuriperintöä. (The International Ecotourism Society s.a.)

Kestävän matkailun toteuttaminen ei kuitenkaan ole ongelmatonta. Tietoisuus sen periaatteista vaihtelee, ja käytännön toimenpiteet vaativat usein merkittäviä investointeja. On tärkeää, että matkailualan toimijat varmistavat, ettei kestävän matkailun toteuttaminen itsessään aiheuta uusia ympäristöongelmia tai kulttuurisia ristiriitoja. (The International Ecotourism Society s.a.)

Monet matkakohteet, kuten kansallispuistot ja suojelualueet, ovat ottaneet käyttöön kestävän matkailun periaatteet tarjoten tietoisuutta ympäristön ja kulttuurin kunnioittamisesta matkailijoille, taloudellista hyötyä paikallisille yhteisöille sekä tukea luonnon monimuotoisuuden säilyttämiseksi. (Buckley 2009, 16.)

3.2 Ympäristösertifikaatit

Luvussa 2.4 käsiteltiin sitä, kuinka matkailualalle on tarjolla erilaisia sertifiointeja vastuullisen matkailutoiminnan kehittämiseen. Tässä luvussa käydään läpi muutamia matkailualan tunnetuimpia sertifikaatteja, jotka auttavat yrityksiä osoittamaan sitoutumisensa kestävän kehityksen periaatteisiin ja ympäristövastuuseen.

Kuvio 2. Yleiset sertifikaatit matkailualalla (GSTC/Acorn Tourism Consulting s.a.)

Kestävä matkailu edellyttää kokonaisvaltaista lähestymistapaa, jossa energiatehokkuus, veden säästö, jätehuolto, yhteisön osallistaminen ja kulttuuriperinnön säilyttäminen ovat keskeisiä elementtejä. Sertifikaatit, kuten Green Key, EarthCheck ja Travelife, tarjoavat selkeitä ohjeita ja standardeja, jotka auttavat yrityksiä parantamaan ympäristö- ja sosiaalista suorituskykyään, edistäen näin vastuullista ja kestävää matkailua. (CBI 2022.)

Green Key -sertifikaatti on yksi merkittävä kansainvälinen ympäristösertifikaatti, joka myönnetään majoitus- ja ravintolapalveluille, jotka täyttävät tiukat ympäristönsuojelun kriteerit. Green Key -sertifioidut kohteet, kuten hotellit ja ravintolat, ovat implementoineet energiatehokkaita ratkaisuja, kuten LED-valaistusta ja älykkäitä lämmitysjärjestelmiä, mikä on merkittävästi vähentänyt energiankulutusta ja hiilidioksidipäästöjä. (CBI 2022.)

EarthCheck tarjoaa benchmarking-työkaluja ja ohjeita matkailukohteille ja yrityksille. EarthCheck-sertifioidut kohteet, kuten ekomatkailukohteet Australiassa ja Uudessa-Seelannissa, ovat toteuttaneet laajoja ympäristönsuojelutoimia, kuten uusiutuvan energian käyttöä, jäteveden kierrätystä ja ekosysteemien suojelua. Näiden käytäntöjen avulla kohteet ovat vähentäneet haitallisia ympäristövaikutuksiaan ja parantaneet taloudellista kestävyyttään. (CBI 2022.)

Travelife on kansainvälinen ohjelma, joka sertifioi matkailuyrityksiä ja -kohteita kestävän kehityksen käytäntöihin. Travelife-sertifioidut hotellit ja lomakeskukset ovat ottaneet huomioon energiankulutuksensa, veden hallinnan sekä jätehuollon tehostamisen yrityksissään. Sertifiointi edellyttää paikallisten yhteisöjen ja kulttuuriperinnön tukemista, mikä näkyy paikallisten tuotteiden käytön ja kulttuurihankkeiden rahoittamisena. (CBI 2022.)

Kuvio 3. Kestävän kehityksen sertifiointi (ATTA 2021)

Kuvio 3 osoittaa Adventure Travel and Trade Association (ATTA) vuonna 2021 toteuttaman Adventure Tour Operator Snapshot Survey -kyselyn tulokset, jossa 40 % vastaajista joko työskenteli kestävän kehityksen sertifioinnin saavuttamiseksi tai oli jo saanut sen. Kysely on toteutettu aktiivi- ja seikkailumatkojen järjestäjille ympäri maailmaa kuvaamaan kestävän kehityksen sertifioinnin merkitystä alalla.

Kuvion perusteella voidaan päätellä, että mitä useampi matkailualan toimija hankkii kestävän kehityksen sertifioinnin, sitä parempi tulos saavutetaan sekä ympäristön että yhteisöjen hyvinvoinnin kannalta. Sertifioinnin tavoittelu osoittaa sitoutumista vastuullisiin käytäntöihin ja kestävän kehityksen periaatteisiin, mikä voi parantaa alan mainetta ja houkutella ympäristötietoisia matkailijoita.

4 Viestintä yrityksissä

Yritysten viestintää voidaan tarkastella ainakin kolmesta näkökulmasta: vuorovaikutussuhteiden verkostona, joka liittää eri toiminnot ja toimijat yhteen, viestinnän ammattilaisten vastuulla olevana viestintätoimena sekä yrityksen johtamisen olennaisena osana, jonka tavoitteena on osaamispääoman kasvattaminen sekä vaaliminen. Viestinnän avulla luodaan ja tuodaan esille yrityksen visio, missio sekä arvot, asetetaan yhteiset tavoitteet, motivoidaan, delegoidaan ja koordinoidaan sekä annetaan palautetta. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 8.)

4.1 Viestintäkäytännöt ja suunnittelu

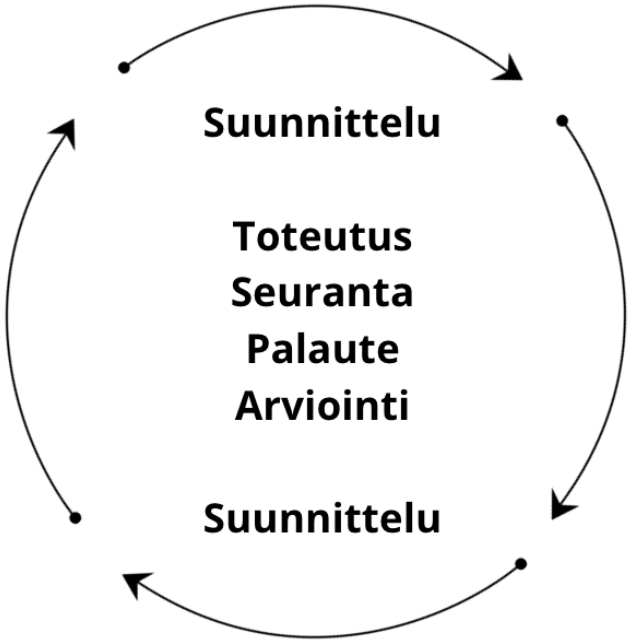
Sisäinen tiedottaminen viittaa yrityksen sisäisiin viestintäkäytäntöihin, joiden tarkoituksena on jakaa tietoa ja edistää viestintää yrityksen jäsenten välillä. Sisäisen tiedottamisen tavoitteet voidaan jakaa karkeasti kolmeen osaan: tiedonkulku, vuorovaikutus ja sitoutuminen. Sisäisellä viestinnällä varmistetaan, että tehtävien suorittamiseen tarvittavat tiedot ovat kaikkien saatavilla tai helposti löydettävissä. Sisäisen viestinnän tavoite on luoda ja ylläpitää avointa vuorovaikutusta yrityksessä ja kannustaa ihmisiä oman työnsä ja työyhteisönsä kehittämiseen. Sisäisellä viestinnällä tuetaan myös yrityksen visiota, strategiaa ja arvoja. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 106.)

Ulkoinen tiedottaminen on yrityksen uutisten välittämistä. Se hoitaa yhteiskunta- ja sidosryhmäsuhteita ja tukee markkinointiviestintää. Siten ulkoinen viestintä kattaa sekä uutisoinnin, että PR- eli suhdetoiminnan. Ulkoisen tiedottamisen kohderyhmä voi olla suuri, rajaamaton joukko tai pieni, tunnettu ja rajattu ryhmä. Suuren yleisön voi tavoittaa vain välillisesti, eli lähinnä median avulla, kun taas pienen ja tarkkarajaisen avainryhmän voi tavoittaa jopa henkilökohtaisen yhteydenpidon tasolle saakka. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 117.)

Strateginen viestintä on suunnitelmallista ja tavoitteellista viestintää, joka on linjassa yrityksen pitkän aikavälin tavoitteiden ja strategioiden kanssa. Se tarkoittaa viestintätoimien suunnittelua, toteuttamista ja arvioimista siten, että ne tukevat yrityksen strategisia päämääriä ja luovat arvoa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 9.)

Viestinnän suunnittelu ja tavoitteiden asettaminen pohjautuvat liiketoiminnan strategiseen, operatiiviseen ja taktiseen suunnitteluun. Strategisella tasolla määritellään viestinnän peruslinjat, jotka tukevat yrityksen strategisia tavoitteita (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 9). Kun viestintästrategia ja ylätason strategia ovat yhtenäisiä, ne vahvistavat toistensa uskottavuutta ja selkeyttävät fokusta heijastaen samat arvot, kohderyhmät ja tavoitteet. Lisäksi strategian tulisi ottaa huomioon yrityksen kohtaamat haasteet ja toimintaympäristön. Näiden tekijöiden pohjalta tehdään strategisia päätöksiä

siitä, mitä asioita tai tuotteita halutaan tuoda esiin kohderyhmille sekä millaista viestintää, kieltä ja kanavia halutaan käyttää. (Lato s.a.)



Kuvio 4. Viestinnän suunnitteluprosessi (Yrityksen viestintä 2008)

Kuvio 4 esittää viestinnän suunnitteluprosessin, joka korostaa viestinnän luonteen jatkuvuutta. Tässä prosessissa jokainen uusi suunnitteluvaihe perustuu aikaisemman toiminnan arviointiin. Tämä tarkoittaa sitä, että yritykset voivat oppia aiemmista kokemuksistaan ja tehdä tarvittavat muutokset viestinnässään, jotta se olisi entistä tehokkaampaa ja tarkoituksenmukaisempaa. Viestintä ei siis ole vain yksittäinen tapahtuma, vaan se on dynaaminen prosessi, joka kehittyy ja paranee jatkuvasti kerätyn tiedon ja palautteen perusteella. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 9.)

4.2 Ympäristövastuuviestintä

Ympäristövastuuviestintä viittaa yrityksen strategiseen ja tavoitteelliseen viestintään, joka keskittyy ympäristöasioiden ja kestävän kehityksen edistämiseen. Sen tarkoituksena on tiedon jakaminen yrityksen ympäristövastuullisista käytännöistä, saavutuksista ja sitoumuksista sekä yrityksen vastuullisen imagon vahvistaminen ja läpinäkyvyyden lisääminen. (Environmental Communication 2023.)

Ympäristövastuuviestintä kattaa useita keskeisiä osa-alueita. Yritykset viestivät sitoutumisestaan ympäristöasioihin ja asettavat selkeitä ympäristötavoitteita, kuten vähähiilisyystavoitteita tai kierrätyskäytäntöjä. Tämän lisäksi voidaan raportoida ympäristövastuullisista saavutuksista, kuten

vähentyneistä päästöistä tai energiansäästöistä. Merkittävä osa-alue on myös ympäristöriskien hallinta, jossa yritykset tiedottavat siitä, miten ne hallitsevat ympäristöriskejä ja varautuvat mahdollisiin ympäristöhäiriöihin. (Environmental Communication 2023.)

Ympäristövastuuviestinnässä korostuu keskustelu ja vuoropuhelu sidosryhmien kanssa; yritykset käyvät dialogia asiakkaiden, investoijien ja paikallisten yhteisöjen kanssa ympäristövastuullisuudesta ja kuuntelevat heidän palautettaan. Kriisiviestintä on olennainen osa ympäristövastuuviestintää, jossa yritykset tarjoavat selkeää ja rehellistä tietoa mahdollisista ympäristöhavainnoista tai -onnettomuuksista ja selittävät, miten ne käsittelevät tilannetta. Myös koulutus ja valistus ovat tärkeitä osa-alueita, joissa yritykset tarjoavat tietoa työntekijöilleen ja asiakkailleen ympäristönsuojelusta ja kestävästä kehityksestä. (Environmental Communication 2023.)

Vastuullisuusviestintä on usein osa-alue, joka herättää eniten kysymyksiä. Avoin ja läpinäkyvä vastuullisuusviestintä voi näyttäytyä jopa riskinä, mutta se voi myös olla ratkaiseva tekijä yhteistyökumppanin tai kuluttajan valinnoissa. Tämän vuoksi yritysten nykytilan ja tavoitteiden on oltava selkeästi esillä. Tämä edellyttää suunnitelmallista ja harkittua vastuullisuusviestintää, joka on linjassa yrityksen muun viestinnän kanssa. Ristiriitaiset viestit ja toiminta voivat heikentää yrityksen vastuullista brändiä, joten vastuullisuusviestinnän on oltava luotettavaa, selkeää ja informatiivista. Kun viestinnän perustana ovat omat arvot sekä konkreettiset teot ja suunnitelmat, se tekee viestinnästä kiinnostavaa ja aitoa. (Ekokompassi s.a.)

Vastuullisuusviestintä on siis keskeinen osa liiketoiminnan kehittämistä, joka mahdollistaa ympäristötyön tuoman arvon maksimoimisen. Luvussa 4.1 käsitellään hyötyjä, joita yritykset voivat saavuttaa siirtymällä ympäristövastuulliseen toimintaan. Onnistunut ympäristövastuuviestintä voi esimerkiksi houkutella uusia asiakkaita ja samalla vahvistaa brändin uskollisuutta nykyisten asiakkaiden keskuudessa. Yritys, joka on kehittänyt ympäristöohjelman, omaa erinomaisen lähtökohdan vastuullisuudesta viestimiseen, sillä tavoitteet ja toimenpiteet ovat jo valmiiksi määriteltyinä. (Ekokompassi s.a.)

Osana tehokasta vastuullisuusviestintää, yrityksiltä olisi hyvä löytyä erillinen vastuullisuusraportti. Taloudellisesta, sosiaalisesta ja ekologisesta vastuusta raportoiminen on avainasemassa. Raportoinnissa olennaista on keskittyä sekä nykytilanteeseen että tulevaisuuden tavoitteiden asettamiseen. Erityisesti pk-yritysten kannattaa korostaa sellaisia tekijöitä, joilla on merkitystä heidän omille sidosryhmilleen. Vastuullisuusraportin tekeminen edellyttää, että yritys tunnistaa ja priorisoi ympäristöön ja kestävään kehitykseen liittyvät tekijät omalla toimintasektorillaan. Raportin laatiminen vaatii myös selkeiden tavoitteiden asettamista toiminnan parantamiseksi sekä sitoutumista sovittujen menetelmien käyttöön. Raportti on tärkeä työkalu viestittäessä sidosryhmille sekä markkinoitaessa yritystä asiakkaille. (Vastuullisuusraportti s.a.)

5 Ympäristöhaasteet Balilla

Matkailu tuo myönteisiä vaikutuksia Balille. Se on tärkeä elinkeino, joka luo talouskasvua. Matkailu luo työmahdollisuuksia paikallisille, kuten matkaoppaille, hotellihenkilökunnalle tai kuljettajille. Matkailu antaa myös mahdollisuuksia Balin myönteiselle kehitykselle. (Bali.com s.a.)

Matkailu tuo kuitenkin mukanaan myös paljon haasteita. Se vaikuttaa ympäröivään luontoon, kaupunkiympäristöön, elinolosuhteisiin ja ihmisten terveyteen. Globaalilla tasolla matkailuliiketoiminta vaikuttaa ilmaston lämpenemiseen ja kuluttaa paljon luonnonvaroja kuten vettä, energiaa ja raaka-aineita. (Vastuullisen matkailun portaat s.a.)

5.1 Ympäristölainsäädäntö Balilla

Vastuullisen yritystoiminnan lähtökohtana on, että kaikkien yritysten tulee toimia vallitsevan lainsäädännön mukaan. Sitovan lainsäädännön lisäksi valtiot ovat laatineet yrityksille vapaaehtoisia ohjeistuksia. Kansainvälisen tason ohjeistuksista tärkeimpiä ovat OECD:n (Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö) toimintaohjeet sekä YK:n yritystoimintaa ja ihmisoikeuksia koskevat ohjeistukset. Osa vapaaehtoisuuteen perustuvista normeista ja standardeista otetaan ajan myötä osaksi lainsäädäntöä. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2018.)

Indonesiassa sovelletaan ympäristölakia, joka velvoittaa yrityksiä ympäristövahinkojen torjuntaan. Yrityksille on esimerkiksi asetettu standardit jätteiden hävittämisen osalta, ja lain rikkominen johtaa sanktioihin. Päämääränä on myös edistää uusiutuvan energian kasvua tarjoamalla kannustimia yrityksille uusiutuvien energialähteiden investointeihin. Tavoitteena on, että 51,6 % Indonesiasta saatavasta energiasta olisi peräisin uusiutuvista lähteistä vuoteen 2030–2033 mennessä, mikä on linjassa kansallisten tavoitteiden kanssa. Indonesia on myös sitoutunut Pariisin sopimukseen vuoden 2016 lain (numero 16) kautta, tavoitteenaan saavuttaa Kansallisesti Määritellyt Sitoumukset. Indonesian presidentin asetus numero 98 vuodelta 2021, taas asettaa NDC-tavoitteet, jotka sisältävät kasvihuonekaasupäästöjen vähentämisen 29-41 % vuoteen 2030 mennessä ja ilmastonkestävyyden parantamisen. (AKSET Law 2023.)

Vuonna 2021 annettu laki numero 7 pyrkii yhdistämään Indonesian verotusjärjestelmää COVID-19-pandemiasta toipumisen edistämiseksi ja asettaa perustan hiiliverolle, joka kohdistuu ympäristölle haitallisiin hiilipäästöihin. Hiilivero koskee niitä, jotka ostavat hiiltä sisältäviä tuotteita tai aiheuttavat hiilipäästöjä. Tärkeimmät säännökset määrittelevät hiiliverokannan sijoittamisen hiilimarkkinahinnan yläpuolelle tai sen tasolle per kilogramma sekä verotulojen käytön ilmastonmuutoksen hallintaan. (AKSET Law 2023.)

Myrkyllisten ja vaarallisten jätteiden (B3-jätteiden) tuottajien on huolehdittava jätteiden hallinnasta, oikeaoppisella varastoinnilla ja käsittelyllä. Ympäristöministeriön määräykset määrittelevät B3-jätteiden varastoinnin standardit, kuten suojauksen sateelta ja asianmukaiset merkinnät. Jos yritys ei pysty hoitamaan jätteitään, se voi käyttää kolmatta osapuolta. B3-jätteiden vähentäminen tapahtuu muun muassa materiaalien korvaamisen ja ympäristöystävällisten tekniikoiden avulla. (AKSET Law 2023.)

Indonesian ympäristönsuojelusta ja -hallinnasta annettu laki numero 32 vuodelta 2009 vaatii, että sekä keskus- että aluehallinnon on kehitettävä taloudellisia välineitä ympäristön suojelemiseksi. Nämä välineet kattavat taloudellisen kehityksen ja toimintojen suunnittelun, ympäristörahoituksen sekä kannustimet ja mahdolliset rangaistukset. Tarkoituksena on kannustaa sekä hallintoa että yksityishenkilöitä ympäristönsuojeluun. Hallituksen asetus numero 46 vuodelta 2017 (GR 46/2017) sisältää joukon kannustimia ja epäkannustimia ympäristöön liittyvissä taloudellisissa välineissä. Näihin kuuluvat muun muassa:

- ympäristösertifiointijärjestelmän kehittäminen
- ekologisesti kestävien tuotteiden ja palvelujen hankinta
- ympäristöverojen, -maksujen ja -tukien käyttöönotto
- ekologisesti kestävien rahoituspalvelulaitosten järjestelmien kehittäminen
- päästöjen ja/tai jätehuoltolupien kauppajärjestelmien kehittäminen
- ympäristövakuutuksien kehittäminen
- ympäristöpalvelumaksujärjestelmien kehittäminen
- ympäristönsuojelun ja -hoidon alan suorituskyvyn arviointijärjestelmä

GR 46/2017 määrittelee, että edellä mainitut välineet voivat toimia kannustimina tai epäkannustimina toiminnoille, joilla on positiivisia tai negatiivisia vaikutuksia luonnonvaroihin ja ympäristötoimintoihin. Kannustimien ja epäkannustimien muodot ovat:

- velvollisuuksien keventäminen tai lisääminen
- toimintojen toteuttamisvaatimusten helpottaminen tai kiristäminen
- kannustimina tarjottavat tilat ja/tai avustus
- kannustimina toimiva ohjaus ja neuvonta
- kannustimina toimiva tunnustus ja/tai arvostus
- positiivisen tai negatiivisen suorituksen tiedottaminen yleisölle

Jokaisen yrityksen, joka aiheuttaa ympäristövahinkoja, on korvattava aiheuttamansa vahinko. "Saastuttaja maksaa" -periaatteen soveltaminen on ratkaisevan tärkeää uusien ympäristötavoitteiden saavuttamiseksi. Lisäksi saastuttavat tahot voivat joutua toteuttamaan konkreettisia toimenpiteitä, kuten jätteenkäsittelylaitteiden päivittämistä tai ympäristötoimintojen palauttamista. Hallituksen säännökset mahdollistavat myös pakotteita, kuten tuotannon keskeyttämistä. Ympäristön kunnostuksen takuurahastoa käytetään saastumisen estämiseen ja ympäristötoimintojen palauttamiseen, jotka ovat yritystoiminnasta syntyviä haittoja. Ympäristöluvan haltijoiden on perustettava rahasto, joka säilytetään hallituksen määräämässä pankissa. Yritysten tulee tallettaa rahastoon voimassa olevan lainsäädännön mukaisesti. (AKSET Law 2023.)

5.2 Matkailun kehitys ja sen vaikutukset

UNWTO (Yhdistyneiden kansakuntien maailman matkailujärjestö) julkaisee matkailuraportteja, jotka seuraavat matkailun kehitystä ja vaikutuksia. Raportit sisältävät tietoa kansainvälisistä matkailijasaapumisista, matkailutuloista, alan trendeistä ja kestävän matkailun edistymisestä. UNWTO kerää tietoja hallituksilta ja matkailuviranomaisilta, ja raportit tukevat päätöksentekoa ja strategista suunnittelua matkailualalla. Niillä pyritään edistämään matkailun myönteisiä taloudellisia, sosiaalisia ja ympäristövaikutuksia. (UNWTO s.a.)

Vuosi	Kansainväliset matkailijasaapumiset (milj.)	Kansainvälisen matkailun tulot (USD mrd.)
2010	972,81	989,1
2011	1 015,08	1 104,9
2012	1 060,21	1 141,4
2013	1 108,58	1 228,5
2014	1 151,37	1 279,1
2015	1 204,14	1 215,2
2016	1 246,14	1 244,8
2017	1 338,71	1 345,8
2018	1 415,21	1 459,0
2019	1 464,96	1 487,5
2020	406,37	558,7
2021	459,67	639,0
2022	974,86	1 133,2
2023	1 304,56	1 532,0

Kuvio 5. Kansainvälisten matkailijasaapumisten ja matkailutulojen kehitys vuosina 2010–2023 (UNWTO 2024)

Kuvio 5 havainnollistaa, miten kansainvälinen matkailu on kehittynyt tarkasteltavalla ajanjaksolla. Vuodesta 2010 alkaen sekä matkailijasaapumisten määrä että matkailutulot ovat olleet pääsääntöisesti kasvussa.

Kuvion tarkastelu paljastaa kuitenkin merkittävän laskun vuosina 2020 ja 2021, joka johtui pääasiassa COVID-19-pandemiasta. Rajojen sulkemiset, matkustusrajoitukset ja yleinen epävarmuus vaikuttivat merkittävästi kansainväliseen matkailuun ja aiheuttivat jyrkän laskun sekä matkailijasaapumisissa että matkailutuloissa. Vuodesta 2022 lähtien matkailu on kuitenkin jälleen kasvanut, kun rajoituksia on purettu ja matkailualan elpyminen on käynnistynyt. Vuonna 2023 matkailijamäärät ja tulot näyttävät jälleen nousseet lähelle pandemiaa edeltävää tasoa, mikä viittaa matkailualan palautumiseen. (UNWTO s.a.)

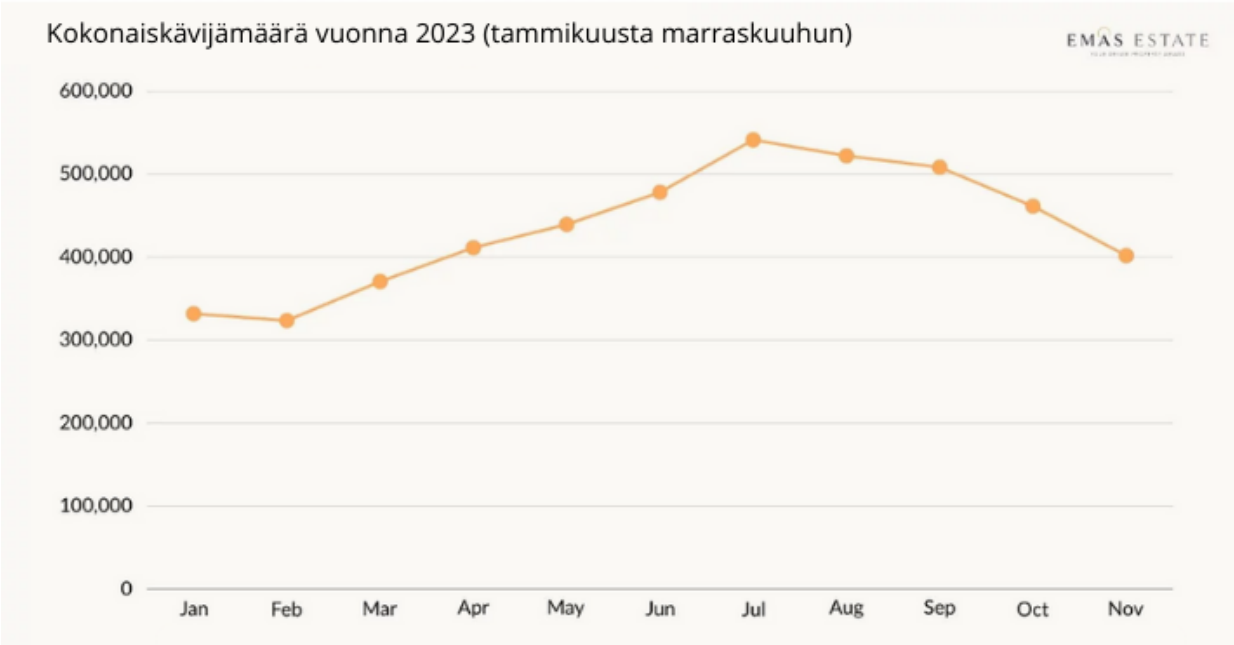
Lisääntynyt matkailu tuo mukanaan monia myönteisiä vaikutuksia. Ensinnäkin paikalliset asukkaat työllistyvät matkailutilojen rakentamiseen ja matkailijoiden palvelemiseen hotelleissa, ravintoloissa ja kaupoissa, mikä parantaa heidän elintasoaan. Lisääntynyt työllisyys kasvattaa myös paikallisia verotuloja, jolloin hallinto voi investoida koulutukseen, terveydenhuoltoon ja sosiaalipalveluihin. Isäntämaan asukkaat saavat mahdollisuuden oppia vieraita kieliä ja tutustua erilaisiin kulttuureihin, mikä edistää kulttuurista ymmärrystä. Lisäksi he hyötyvät infrastruktuurin parannuksista, kuten sähköistämisestä, uusista teistä ja lentokentistä, sekä matkailulle rakennetuista palveluista, kuten ravintoloista, vesipuistoista ja huvipuistoista. (Unsustainable Magazine 2023.)

Lisääntynyt matkailu voi tuoda myönteisiä vaikutuksia myös ympäristölle. Se voi esimerkiksi parantaa rappeutuneiden alueiden ulkonäköä sekä lisätä vapaaehtoistoimintaa ja lahjoituksia, jotka suuntautuvat rantojen siivoamiseen tai paikallisten luonnonsuojelualueiden tukemiseen. Matkailusta saatavia tuloja voidaan myös käyttää lisää jätevedenpuhdistamoiden rakentamiseen, mikä auttaa vähentämään veden saastumista. (Unsustainable Magazine 2023.)

Toisaalta, lisääntynyt matkailu tuo mukanaan myös merkittäviä ympäristöhaasteita. Alkuperäiset alueet tuhoutuvat, kun niiden tilalle rakennetaan hotelleja ja muita matkailupalveluja. Tämä kehitys lisää liikennettä, mikä puolestaan johtaa ruuhkiin, meluhaittoihin ja ilman saastumiseen. Maataloudelle varattua maata siirtyy matkailun käyttöön, ja lisääntynyt jätevesi saastuttaa meriveden, mikä nostaa sairastumisriskiä. Lisäksi kasvava lentoliikenne edistää ilmaston lämpenemistä, ja roskien sekä jätteen päätyminen luontoon aiheuttaa merkittäviä ympäristöhaittoja. (Unsustainable Magazine 2023.)

Bali vastaanottaa vuosittain noin 5 miljoonaa matkailijaa. Tämä liikenne vahingoittaa Balin herkkiä luonnonalueita, kuten rantoja, merta, kansallispuistoja ja metsiä (Bali.com 2024). Luvussa 2.4

käsittelin ympäristösertifikaatteja, joiden avulla pyritään kehittämään vastuullista matkailua saaren ainutlaatuisen ympäristön suojelemiseksi.



Kuvio 6. Balin matkailutilasto 2023 (Bali Government Tourism Office 2024)

Kuviosta 6 voidaan havaita Balilla vierailijoiden määrät kuukausittain vuonna 2023 tammikuusta marraskuuhun. Eniten matkailijoita vieraili Balilla heinäkuussa, elokuussa ja syyskuussa, yli 500 000 matkailijaa per kuukausi.

Ympäristöhaasteiden ohella lisääntynyt matkailu tuo mukanaan myös merkittäviä sosiaalisia haasteita. Balilla matkailijoiden ja paikallisten välinen taloudellinen eriarvoisuus ilmenee hintojen nousuna, mikä tekee monien paikallisten elämisestä taloudellisesti haastavaa. Työpaikat ovat usein kausiluonteisia, mikä tarkoittaa, että ihmiset saattavat olla useita kuukausia ilman tuloja. Pitkäaikaisen tai kohtuuhintaisen asunnon löytäminen voi olla vaikeaa, eikä rahaa jää välttämättömiin menoihin, kuten asumiseen, ruokaan tai terveydenhuoltoon. Matkailijat käyttävät huomattavia summia rahaa monikansallisiin yrityksiin paikallisten liiketoimintojen sijaan, mikä vaikuttaa kielteisesti paikalliseen talouteen. Matkailijoiden kasvava määrä Balilla on johtanut myös joidenkin perinteisten kulttuurikäytäntöjen menettämiseen, ja osa alkuperäisistä perinteistä on unohtunut erityisesti uusien sukupolvien keskuudessa. (Unsustainable Magazine 2023.) Luvussa 2.1 käsittelin sosiaalista vastuullisuutta, jonka tavoitteena on luoda paikallisille kestäviä työpaikkoja ja tukea heidän taloudellista hyvinvointiaan.

5.3 Balin ympäristöongelmia

Bali on tällä hetkellä merkittävien ympäristöhaasteiden edessä. Kaivosteollisuuden, maatalouden ja metsätalouden nopea kasvu on saastuttanut ilmaa sekä maaperää ja johtanut metsäkatoon. Indonesian metsät ovat biologisesti maailman monimuotoisimpia, ja niissä elää lukemattomia kasvi- ja eliölajeja. Metsien hävittäminen aiheuttaa peruuttamatonta vahinkoa arvokkaille ekosysteemeille. Metsäkato ei vaikuta ainoastaan ympäristöön, vaan myös paikallisväestön toimeentuloon ja hyvinvointiin, sillä he ovat riippuvaisia metsistä selviytyäkseen. (Unsustainable Magazine 2023.)

Ilmastonmuutoksella on paljon erilaisia vaikutuksia rannikkokohteiden ympäristöön. Ilmastonmuutos aiheuttaa merenpinnan nousua, joka aiheuttaa rannikkotulvia, eroosiota ja sään ääri-ilmiöitä kuten myrskyjä. Merenpinnan nousu pienentää rantojen kokoa ja lisää tulvien riskiä. Rannikkokohteiden ympäristön perustana toimivat ekosysteemit kärsivät suuresti, kun meri vähentää kosteikkojen kokoa. Suolaveden sekoittuminen makeaan veteen johtaa merkittäviin ekosysteemimuutoksiin ja vaikuttaa myös matkailijoiden odotuksiin kauniista ympäristöstä. Merenpinnan nousu ja äärimmäiset sääilmiöt johtavat eroosioriskiin ja pahimmassa tapauksessa estävät kokonaan pääsyn vaarallisille rannoille. Ilmastonmuutos aiheuttaa myös ilmaston ja veden lämpenemistä ja valtamerten happamoitumista. Äärimmäiset sääilmiöt johtavat usein runsaisiin sateisiin, jotka vaikuttavat meren ekosysteemeihin. Tällä on suora vaikutus myös merimatkailuun, sillä voimakkaat tuulet ja myrsky aiheuttavat merisairautta ja heikentävät näkyvyyttä. Rannikkokohteille suosittuja aktiviteetteja, kuten snorklausta, surffausta ja sukellusta on tällöin mahdotonta harrastaa. Alan yrityksiin tämä vaikuttaa kysynnän vähenemisenä ja taloudellisena tappiona. Äärimmäiset tapahtumat voivat vaikuttaa kohteeseen pitkään, etenkin jos vaikutuksiin ei puututa asianmukaisesti. (IPCC 2021.)

Samaan aikaan merissä ajelehtiva muoviroska muodostaa valtavan maailmanlaajuisen ongelman. Monista maista puuttuu infrastruktuuri muovisaasteen estämiseksi, mikä johtaa muovin pääsyyn jokiin ja valtameriin. Joka vuosi tuotetaan yli 400 miljoonaa tuhatta kiloa muovia. Puolet siitä käytetään kertakäyttötuotteiden, kuten muovikassien ja pillien, valmistamiseen. Vähintään 14 miljoonaa tuhatta kiloa muovia päätyy mereen vuosittain, joten jos muovia hävitetään väärin, se vahingoittaa ympäristöä ja biodiversiteettiä. Muovijätettä on tällä hetkellä eniten valtamerissä, meren pinnalta syvänmeren sedimentteihin. Suurin osa muovijätteestä löytyy suosituilta turistikohdealueilta ja tiheästi asutuilta alueilta. Muovia löytyy jokaisen mantereen rannoilta. (IUCN 2021.)

YK:n ympäristöohjelman (UNEP) mukaan 80 prosenttia valtamerten muoviroskasta on peräisin mantereilta. Valtamerten muoviroska on seurausta huonosti hoidetusta kierrätyksestä, jonka vuoksi muovi ajelehtii valtameriin jokien kautta (Plasticbank 2023). Luvussa 3.1 käsittelin matkailun kasvua, joka edistää roskien päätymistä luontoon. Kasvavat matkailijamäärät tuovat onneksi myös

tuloja, joilla voidaan lisätä vapaaehtoistoimintaa sekä kehittää kierrätysmenetelmiä, kuten rakentaa uusia jätevedenpuhdistamoita vesistöjen saastumisen vähentämiseksi.

Merellä ajelehtiva muoviroska on saastuttanut Balin rannikoita ja vaikuttanut negatiivisesti merielämän monimuotoisuuteen. Meren eliöt nielevät muovia ja sotkeutuvat muoviroskaan. Tämä vahingoittaa elinympäristöä ja häiritsee ravintoketjua. (IUCN 2021.) Meren muovijäte vaikuttaa taloudelliseen toimintaan erityisesti kalastuksen, matkailun ja rannikonhoidon aloilla. Yhdistyneiden kansakuntien koulutus-, tiede- ja kulttuurijärjestö (UNESCO) arvioi, että merimuovi aiheuttaa 8–14 miljardin dollarin tappiot näillä kolmella sektorilla.

Kansalliset tavoitteet kiinteän jätteen vähentämiseksi (2018-2025)
miljoonina tonneina ja prosentuaalinen muutos

Tunnusluvut	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Jätteen syntyminen	66.5	67.1	67.8	68.5	69.2	69.9	70.6	70.8
Jätteiden vähentämisen tavoite	12 (18%)	13.4 (20%)	14 (22%)	16.4 (24%)	17.99 (26%)	18.9 (27%)	19.7 (28%)	20.9 (30%)
Jätteenkäsittelyn tavoite	48.5 (73%)	50.3 (75%)	50.8 (75%)	50.7 (74%)	50.5 (73%)	50.3 (72%)	50.1 (71%)	49.9 (70%)

Kuvio 7. Indonesian tavoitteet kiinteän jätteen vähentämiseksi (UNEP-LEAP 2017)

Kuviosta 7 voidaan havaita, että jätteiden vähentämisen tavoitetta nostetaan prosentuaalisesti nopeammin kuin sitä syntyy. Vuonna 2025 jätteiden vähentämisen tavoite nousee 12 % vuodesta 2018, kun taas jätettä syntyy 4,3 % lisää. Jätteiden käsittelyn tavoite ei muutu huomattavasti. Jätteiden määrä kasvaa enemmän, kuin mitä sitä pystytään käsittelemään.

Auringon UV-säteilyn, tuulen, virtausten ja muiden luonnollisten tekijöiden vaikutuksesta muovijäte hajoaa pieniksi hiukkasiksi, joita kutsutaan mikromuoveiksi, mikä tekee niistä helpon saaliin merielämälle. Monet merieläinlajit kuolevat, kun ne nielevät muovia. Ne kärsivät myös infektioista, uintikyvyttömyydestä ja sisäisistä vaurioista. Merellä ajelehtiva muovi voi myös kuljettaa merilajeja muualle elinympäristöstään, ja näin ollen uhata ekosysteemiä ja ravintoketjua. (IUCN 2024.)

Muovijäte ei ainoastaan vaikuta merielämän monimuotoisuuteen, vaan aiheuttaa myös ihmisille terveydellisiä haittoja mikromuovien muodossa. Mikromuoveja on löydetty hanavedestä, oluesta, suolasta ja niitä on kaikissa maailman valtamerten näytteissä. Saastuminen välittyy merieläimistä

ihmisiin kalastuksen kautta ja on tunnistettu terveysriskiksi. Tutkimukset mikromuovien haitallisuudesta ovat vielä kesken, joten kaikkia terveysriskejä ei vielä edes tiedetä. (Euroopan parlamentti 2018.)

On selvää, että muovisaasteella on valtavia vaikutuksia merellisille matkakohteille. Muovi uhkaa valtamerten terveyttä, merieliöitä ja ekosysteemejä, mikä puolestaan vaikuttaa ruoan turvallisuuteen ja laatuun, ihmisten terveyteen sekä rannikkoturismiin. Muovijätteen kertyminen rannoille heikentää maan taloutta, luontoa ja ihmisten hyvinvointia, aiheuttaen samalla suuria taloudellisia kustannuksia rantojen siivoukseen ja ylläpitoon. Tämän seurauksena muovisaaste vahingoittaa turistikohteiden esteettistä arvoa ja voi johtaa matkailusta saatavien tulojen vähenemiseen. (IUCN 2024.) Tällaisessa ympäristössä koralliriuttojen merkitys korostuu entisestään. Koralliriutat ovat planeetan monimuotoisimmat ekosysteemit - jopa trooppista sademetsää monimuotoisemmat. Ne imevät hiilidioksidia ilmakehästä ja muuttavat sen hengittäväksi hapeksi, säädellen samalla ilman ja veden lämpötilaa. Kuitenkin, muovijäte ja sen aiheuttamat saasteet uhkaavat myös näitä elintärkeitä ekosysteemejä, jotka ovat keskeisiä meren biodiversiteetille. (WWF s.a.)

”Coral Triangle” eli korallikolmio on merialue, joka ulottuu Indonesian, Malesian, Papua-Uuden-Guinean, Filippiinien, Salomonsaarten ja Itä-Timorin osiin, jossa on vähintään 500 riuttaa rakentavaa korallilajia. Korallikolmio käsittää osia kahdesta luonnonmaantieteellisestä alueesta: Indonesian ja Filippiinien alueesta ja Kaukolounais-Tyynenmeren alueesta. Tällä alueella asuu enemmän koralliriuttalajeja kuin missään muualla maapallolla, kuusi maailman seitsemästä merikilpikonnalajista sekä 6 miljoonan km2 ekosysteemi, joka ruokkii talouksia ja tukee yli 100 miljoonan ihmisen toimeentuloa. (The Asean Post 2017.)

Lähes 200 miljoonaa ihmistä ovat riippuvaisia koralliriutoista suojautuakseen sään ääri-ilmiöiltä. Koralliriutat voivat pienentää aaltoa peräti 97 prosenttia ja toimia luonnollisena tulvasuojana lähes 71 000 kilometrin päähän rannikolta mantereelle. Ilmastonmuutoksen jatkuessa rannikkoyhteisöt ovat entistäkin riippuvaisempia koralliriutoistaan tulvasuojana, rannikoiden eroosioriskin minimoimiseksi. Koralliriutat tarvitsevat puhdasta ja lämmintä vettä sekä tervettä meren ekosysteemiä selviytyäkseen, ja jos näitä olosuhteita ei täytetä, korallit voivat stressaantua, sairastua ja jopa kuolla. (WWF s.a.)

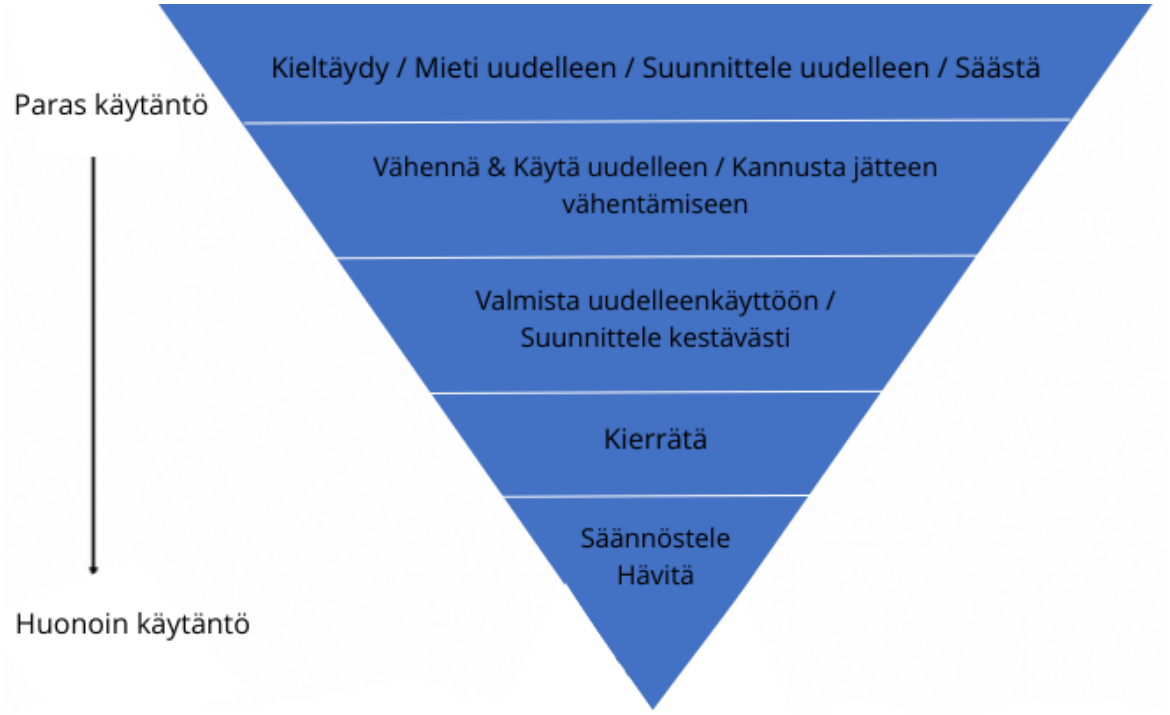
Koralliriuttojen vahingoittuminen on liikaturismin, liikakalastuksen ja huonon kierrätysjärjestelmän haitallinen seuraus. Monet stressitekijät vaikuttavat koralliriuttoihin ja meren biodiversiteettiin vähentäen niiden kykyä sopeutua ympäristöön. Jäteveden ja roskien kulkeutuminen mereen nopeuttaa ilmastonmuutosta ja koralliriuttojen vaurioitumista. (Coral Reef Alliance 2023.)

5.4 Ympäristöongelmien torjunta

Luvussa 2 käsittelin vastuullisuutta ja ympäristöongelmien torjumiseksi tehtävien vastuullisten valintojen merkitystä. Avainasemassa on kehittää kohteen strategioita ja viestintää, jotta sidosryhmät ovat tietoisia ilmastonmuutoksen vaikutuksista ja hallinnollisista toimenpiteistä. Tässä työssä tulee olla mukana julkinen sektori, matkailualan yritykset ja -organisaatiot sekä muut teollisuudenalat. Viestintä on tärkeää, sillä se auttaa levittämään tietoisuutta, joka johtaa konkreettiseen toimintaan. (CoastAdapt 2016.)

Lisäksi ympäristölainsäädäntöä tulisi kehittää ja ympäristövalvontaa tehostaa. Matkailijoiden tulisi olla tietoisia paikallisista ympäristölainsäädännöistä, jotta he voivat noudattaa sääntöjä ja osallistua ympäristöongelmien torjuntaan sekä riskien ehkäisyyn. Matkailuorganisaatioilla ja -yrityksillä on merkittävä rooli tässä prosessissa, ja heidän on saatava käyttöönsä selkeät menetelmät ja lainsäädäntö sekä motivoiva toimintamalli ympäristöongelmien vähentämiseksi. Näin ollen vastuulliset matkailu- ja kulutustottumukset voivat kasvaa matkailijoiden keskuudessa. (CoastAdapt 2016.)

Ympäristöongelmien torjumiseksi tulisi erityisesti kiinnittää huomiota jätteen syntymiseen, jotta jätemäärä pysyisi mahdollisimman pienenä ja ympäristön saastuminen voitaisiin estää. Tämä tarkoittaa, että on välttämätöntä estää sellaisten jätteiden syntyminen, jotka voisivat aiheuttaa merkittäviä haittoja jätehuollon järjestämiselle, sekä ympäristölle ja ihmisten terveydelle. (Sarkkinen 2006, 95.)



Kuvio 8. YK Agenda 2030 kestävän kehityksen tavoitteet (Zero Waste International Alliance 2022)

Kuviosta 8 voidaan havaita YK Agenda 2030 kestävän kehityksen tavoitteet merellisten resurssien suojelemiseksi. Kuviossa ylimpänä on paras käytäntö ja alimpana huonoin käytäntö, joka vaikuttaa jätteen syntymiseen, muoviroskan määrään ja meren saastumiseen. Paras käytäntö on kieltäytyä kokonaan ostamasta. Seuraavaksi paras käytäntö on vähentää ja käyttää uudelleen jo olemassa olevaa. Alimpana taulukossa on tavaran kierrätys sekä tuotteen oikeaoppinen hävittäminen.

Jätteen synnyn vähentämisessä keskeisessä roolissa ovat yhteiskunnalliset päättäjät, jotka voivat luoda lainsäädäntöä tukemaan kestävää kehitystä. Lisäksi tuotteiden suunnittelijat ja valmistajat voivat vaikuttaa olennaisesti siihen, miten kestäviä ja ympäristöystävällisiä tuotteet ovat. On myös tärkeää huomioida kuluttajien rooli: heidän valintansa ja ostokäyttäytymisensä voivat merkittävästi vaikuttaa jätteen määrään. Kuluttajien on syytä olla tietoisia ympäristövaikutuksistaan, ja heidän tulisi suosia kestäviä vaihtoehtoja, jotta yhteiset ponnistelut jätteen vähentämiseksi voivat onnistua. (Sarkkinen 2006, 95.) Ympäristötietoisuuden lisääminen kouluissa ja yhteisöissä on siis olennaista, kuten myös paikallisten asukkaiden ja matkailijoiden kouluttaminen ympäristönsuojelusta, muovijätteen vähentämisestä ja kestävästä toiminnasta.

Balin viranomaiset ovat viime vuosina pohtineet, miten Balin ympäristöä ja kulttuuria voitaisiin suojella paremmin liikaturismilta ja jäteongelmalta. He ovat myös halunneet lisätä matkailusta saatavia hyötyjä paikallisväestölle. Kokonaisvaltainen lähestymistapa, jossa yhdistyvät lainsäädäntö, koulutus, yhteisön osallistaminen ja yritysten vastuullisuus, on keskeinen menettely ympäristöongelmien torjumisessa. Tämän pohdinnan myötä, Bali päätti ottaa käyttöön turistiveron 14. helmikuuta 2024. Veron suuruus on 150 000 Indonesian rupiaa, eli noin yhdeksän euroa. Vero ei koske muualle Indonesiaan matkaavia eikä kotimaisia turisteja. Balin hallinto on ilmoittanut haluavansa käyttää turistiverosta saatavia tuloja kulttuurin ja luonnon suojeluun, ja päämääränä on kannustaa matkailijoita kunnioittamaan näitä suojelukohteita. (Bali.com 2024.)

6 Tutkimuksen suorittaminen

Tutkimuksen voi toteuttaa monella tapaa. Määrällistä (kvantitatiivista) ja laadullista (kvalitatiivista) tutkimusta tehdään kaikilla aloilla. Tutkimuksen perustana toimii tutkimusongelma (pääkysymys) sekä tutkimusongelmasta johdetut alaongelmat (alakysymykset). (Vilkka 2015, 63.) Seuraavassa alaluvussa esitellään määrällinen ja laadullinen tutkimusmenetelmä ja niiden välisiä eroja.

6.1 Tutkimusmenetelmät

Kvantitatiivinen, eli määrällinen tutkimus perustuu numeeriseen analyysiin. Se on sopiva tutkimusmenetelmä, jos tavoitteena on saada tietoa siitä, kuinka paljon, miten usein ja miksi jokin asia ilmenee. (Vilkka 2021, 23.) Tutkimusaineiston keräämiseen on valittavissa kyselylomake, systemaattinen havainnointi tai valmiiden rekisterien ja tilastojen käyttö. Näistä tavallisin määrällisessä tutkimusmenetelmässä käytetty aineiston keräämisen tapa on kyselylomake. Tutkimuskohteina voivat olla sekä ihmiset että kulttuurituotteet, joihin lukeutuvat kaikki ihmisen tuottamat kuva- ja tekstiaineistot, riippumatta siitä, miten tutkimusaineisto on kerätty. (Vilkka 2015, 63.)

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus on tulkintaan perustuvaa. Tutkimusmenetelmässä tarkastellaan merkitysten maailmaa, joka on ihmisten välinen ja sosiaalinen. Merkitykset ilmenevät suhteissa ja niiden muodostamissa kokonaisuuksissa. Nämä merkityskokonaisuudet puolestaan näkyvät ihmislähtöisinä ja ihmisiin liittyvinä tapahtumina, kuten toimintana, ajatuksina, tavoitteiden asettamisina sekä yhteiskunnan rakenteina ja hallintovallan ilmentyminä. Tavoitteena on ymmärtää ihmisten omat kuvaukset koetusta todellisuudestaan, ja oletuksena on, että näissä kuvauksissa ilmenee ne asiat, joita ihmiset pitävät merkityksellisinä ja tärkeinä elämässään. Laadullisessa tutkimusmenetelmässä tutkimukseen sisältyy aina kysymys: mitä merkityksiä tutkimuksessa tutkitaan? (Vilkka 2015, 118.)

Tässä opinnäytetyössä on hyödynnetty laadullista tutkimusmenetelmää. Tämän tutkimusmenetelmän tavoitteena ei ole totuuden löytäminen tutkittavasta asiasta, vaan tavoitteena on käyttää tutkimusprosessin aikana syntyneitä tulkintoja näyttämään jotakin ihmisen toiminnasta tai hänen tuottamistaan kulttuurituotteista, mikä jää välittömän havainnoinnin ulkopuolelle. Välittömän havainnoinnin tavoittamattomissa olevat asiat ovat kuin arvoituksia ja tutkimuksen tavoite on näiden arvoitusten ratkaiseminen tutkimuksessa. (Vilkka 2015, 120.)

6.2 Havainnointikehikon laatiminen

Tiedonkeruumenetelmänä on hyödynnetty havainnointia. Havainnointia pidetään laadullisena tutkimuksessa yleisenä tiedonkeruumenetelmänä, jossa tutkittavasta ilmiöstä kootaan tietoa sitä seuraamalla ilman suoraa vuorovaikutusta tai vaikuttamista tarkkailtaviin kohteisiin. Tavoitteena on

saada ymmärrystä ilmiöistä, käyttäytymisestä tai olosuhteista. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 81.) Tässä opinnäytetyössä on hyödynnetty epäsuoraa havainnointia, jossa kerätään aineistoa toisten tekemien materiaalien kautta.

Tutkimuksen toteuttamiseksi on rakennettu havainnointikehikko, johon on kerätty aineistoa balilaisten matkailuyritysten verkkosivuilta. Havainnointikehikko mahdollistaa eri ympäristövastuun osa-alueiden arvioimisen ja vertaamisen. Tämän menetelmän avulla voi kerätä ja analysoida tietoa yritysten viestinnästä, sen sisällöstä, selkeydestä, käytännön toimenpiteistä ja kohderyhmistä.

Havainnointikehikon laatimisen tavoitteena on löytää vastaus tutkimusongelmaan: Millaista sisältöä matkailualan yritykset Balilla viestivät ympäristövastuustaan?

Valitut matkailuyritykset edustavat monipuolisesti Balin matkailukenttää, ja niiden verkkosivuilta kerätty tieto tarjoaa kattavan näkemyksen ympäristövastuuviestinnästä. Havainnointikehikon avulla arvioidaan, kuinka yritykset viestivät ympäristövastuustaan ja miten viestintä vastaa asetettuihin alaongelmiin.

Tutkimuksessa tarkastellaan neljää alaongelmaa, jotka ovat:

1. Mihin viestinnän sisältö painottuu?
2. Kuinka selkeästi ja löydettävästi se on esitetty?
3. Mitä ympäristösertifiointeja yritykset hyödyntävät?
4. Mitkä ovat yritysten ympäristötyön tavoitteet ja käytännön toimenpiteet?

Havainnointikehikon laatiminen aloitettiin etsimällä balilaisia matkailuyrityksiä, joiden verkkosivuilta löytyi erillinen ympäristövastuuseen keskittyvä osio. Tutkimukseen otettiin kymmenen erityyppistä matkailuyritystä, jotka sijaitsevat Balilla. Yritykset valittiin tutkimukseen muuten spontaanisti, mutta haluttiin huomioida erilaisia matkailualan yrityksiä, eikä vain esimerkiksi majoitustoimijoita, jotta saataisiin mahdollisimman laaja käsitys erityyppisten matkailuyritysten ympäristövastuuviestinnästä. Tutkimukseen valittiin kymmenen balilaista matkailualan pk-yritystä; neljä majoitustoimintaa, lintupuisto, eläinsafari, apinametsä, vesipuisto, kulttuuripuisto ja retkien järjestäjä. Kriteerinä oli myös se, että yrityksillä on verkkosivuillaan mainintoja ympäristövastuusta, vaikka kaikilla ei välttämättä ole selkeää osiota aiheesta.

Sopivien yritysten löydyttyä, havainnointikehikkoon hahmoteltiin erilliset osiot, joissa tarkasteltiin kunkin yrityksen energiatehokkuutta, jätteidenhallintaa, vedenkulutusta, luonnon monimuotoisuuden huomioimista, vieraiden osallistamista ympäristötyöhön sekä vastuullisuusraportin tai sertifikaattien löydettävyyttä. Tarkasteluun nostettiin kyseiset näkökulmat, sillä ne liittyvät keskeisesti ympäristövastuuseen. Tutkimus tapahtui kokonaisuudessaan yritysten verkkosivuja hyödyntämällä. Yritysten verkkosivuja tarkasteltiin kokonaisvaltaisesti, mutta pyrittiin keskittymään etenkin niiden

ympäristövastuuosioihin, mikäli erillinen osio siitä oli kirjoitettu. Havainnointikehikko haluttiin pitää selkeänä, jotta sitä olisi helppoa tulkita. Keskeisimmät asiat, joita yritysten verkkosivuilta löytyi kustakin tutkittavasta osa-alueesta, kirjattiin havainnointikehikkoon. Mikäli yrityksen verkkosivuilta ei löytynyt lainkaan tietoa tarkasteltavasta asiasta, kirjoitettiin havainnointikehikkoon myös tiedon puutteesta, jotta saatiin selville, kuinka monelta yritykseltä puuttui sama tieto.

6.3 Tulosten käsittely

Tutkimustulokset esitetään jäsennellysti, viiteen alalukuun jaoteltuina. Jokaisessa alaluvussa tarkastellaan erikseen, kuinka hyvin kukin yritys otti huomioon ympäristövastuuseen liittyvät asiat verkkosivuillaan. Alaluvut perustuvat havainnointikehikon teemoihin: vesi, energia ja jätteet, luonnon monimuotoisuus, vieraiden osallistaminen sekä raportointi ja sertifikaatit. Tulosten järjestely havainnointikehikon teemojen mukaisesti helpottaa tulosten selkeyttä ja ymmärrettävyyttä sekä antaa yksityiskohtaisen katsauksen jokaisen teeman osalta. Tämän rakenteen avulla voidaan helposti vertailla eri yritysten ympäristövastuuviestintää ja nostaa esiin hyviä käytäntöjä.

Lopuksi esitellään yhteenveto, jossa tiivistetään tutkimuksen keskeiset havainnot ja luodaan kokonaiskuva tutkimustuloksista. Yhteenveto-osiossa pohditaan, millainen olisi "täydellinen" tapa viestiä ympäristövastuusta matkailualan yrityksen verkkosivuilla.

Lopuksi hahmotellaan kuva ideaalista verkkosivusta, jonka ympärille kerätään kymmenen tärkeintä löydöstä. Tämä luo selkeän mallin, joka voi toimia inspiraationa muille yrityksille ympäristövastuuviestinnän kehittämisessä.

7 Tutkimustulokset

Verkkosivujen tarkastelu tehtiin aikavälillä syys-lokakuu 2024, ja ympäristövastuuosion löydettävyydestä käytettiin määreitä; hyvä, kohtalainen ja huono. Hyvä tarkoittaa, että verkkosivuilla oli selkeä oma osionsa vastuullisuudelle. Kohtalainen tarkoittaa, että osio löytyi jonkin muun otsikon alta, kuten esimerkiksi siten, että yritykselle tuli ensin olla aikeissa lahjoittaa, ennen kuin tietoa yrityksen ympäristöteoista löytyi. Huono tarkoittaa, että ympäristövastuuosiota ei löytynyt edes toisen otsikon alta.

7.1 Vesi

Tässä teemassa tarkastellaan, miten yritykset viestivät vedenkäytöstään ja vedensäästötoimenpiteistään verkkosivuillaan. Puolet tutkimukseen valituista yrityksistä mainitsivat vedenkäytöstään.

Vesipuisto viestii laajasti veden säästämisestään. Sen tavoitteena on kaiken veden kierrätys, vesipumpun tehokkuuden parantaminen sekä varmistaa, ettei puiston vesi häviä valumien muodossa. Majoitustoimijoista Legian Beach Hotel kertoo hyödyntävänsä jäteveden puutarhanhoidossa ja käyttävänsä suodatusjärjestelmiä, jotka varmistavat puhtaan veden saatavuuden.

Majoitustoimija Bloo Lagoon - Eco Village kertoo kehittäneen innovatiivisia menetelmiä veden säästämiseksi, kuten sadeveden keräämisen sekä suihkuista ja altaista tulevan veden kanavoimisen keinotekoiseen järveen ja lampiin. Näihin vesialueisiin on istutettu vesikasveja ja kaloja.

Toinen majoitustoimija Ulaman Eco Luxury Resort kertoo käyttävänsä suodatettua kaivovettä. Majoitustoimijoista myös Bali Eco Stay on huomioinut vedenkulutuksen kattavasti, ja kertoo, että yrityksellä on käytössä muun muassa suodatettu lähdevesi, jota voi juoda suoraan hanasta, alhaisen vedenpaineen suihkut sekä jätevesipuutarha.

Muiden tarkasteltavien yritysten, eli lintupuiston, retkien järjestäjän, eläinsafarin, apinametsän ja kulttuuripuiston verkkosivuilla ei ole erillistä mainintaa vedenkäytöstä.

7.2 Energia ja jätteet

Tässä teemassa tarkastellaan, miten yritykset viestivät energian käytöstään ja jätteiden hallinnastaan verkkosivuillaan. Kuudella kymmenestä tarkastellusta yrityksestä löytyi maininta energiankäytöstä ja jätteiden hallinnasta.

Vesipuisto Water Bom esittää verkkosivuillaan kattavasti tavoitteensa, jotka sisältävät energiatehokkaiden vedenlämmittimien käyttöönoton, siirtymisen kaasukäyttöisistä keittiökoneista sähköisiin sekä kestävämpien kulutustarvikkeiden hankinnan. Lisäksi yritys pyrkii tehostamaan uusiutuvan

energian tuotantoa asentamalla enemmän aurinkopaneeleja. Legian Beach Hotel kertoo pyrkivänsä jätteiden ja saasteiden minimoimiseen sekä käyttävänsä uusiutuvia energianlähteitä. Jätteet lajitellaan huolellisesti, ja yritys välttää muovin käyttöä.

Bloo Lagoon - Eco Village kertoo kompostoivansa jätteitään ja kiinnittää huomiota uusiutuvien energianlähteiden hyödyntämiseen. Yrityksen villat ovat pieniä ja energiatehokkaita. Lintupuisto esittelee verkkosivuillaan selkeitä taulukoita, joissa käsitellään jätteen vaikutusta lintuihin sekä muovin vähentämisen edistämistä.

Ulaman Eco Luxury Resort kertoo ottaneensa käyttöön aurinkoenergialaitoksen ja muovittoman toimintamallin, sekä kompostoi jätteitään. Bali Eco Stay mainitsee kompostoinnin sekä vesivoimageneraattorin, joka tuottaa lähes 70 % yrityksen tarvitsemasta energiasta paikallista jokea hyödyntäen.

Muilla tarkasteltavilla yrityksillä, eli retkien järjestäjällä, eläinsafarilla, apinametsällä ja kulttuuripuistolla, ei ole verkkosivuilla mainintaa energian käytöstä tai jätteiden hallinnasta.

7.3 Luonnon monimuotoisuus

Tässä teemassa tutkittiin miten yritykset huomioivat luonnon monimuotoisuuden verkkosivuillaan. Yhdeksän yritystä kymmenestä oli kertonut luonnon monimuotoisuudesta verkkosivuillaan.

Vesipuisto Water Bom viestii asettaneensa tavoitteekseen nettonollapäästöt vuoteen 2033 mennessä ja ilmoittaa olevansa ainoa SBTi-hyväksytty matkailuyritys Indonesiassa, mikä tarkoittaa, että yritys on sitoutunut kansainväliseen Science Based Targets -aloitteeseen (SBTi), jonka tavoitteena on edistää ilmastotoimia asettamalla tieteeseen perustuvia päästövähennystavoitteita (SBTi s.a.). Sen pyrkimyksenä on tulla maailman vastuullisimmaksi vesipuistoksi. Legian Beach Hotel viestittää järjestävänsä puiden istutusta ja korostaa biologisen monimuotoisuuden sekä ekosysteemien suojelun merkitystä.

Bloo Lagoon - Eco Village kertoo ympäristövastuustaan kattavasti ja tuo esille konkreettisia toimenpiteitä, joita se toteuttaa merten suojelemiseksi. Yritys kertoo, että sen villat on rakennettu ympäröivää luontoa kunnioittaen, ja se myös istuttaa puita. Lintupuisto Bali Bird Park viestii luonnonsuojelusta erityisesti lintujen osalta, varmistaen, että tietyt lajit välttyvät sukupuuttoon kuolemiselta.

Retkien järjestäjä Eco Tours tarjoaa suppeaa tietoa ympäristövastuustaan ja tavoitteistaan, mainiten ainoastaan pyrkimyksen kestävämpään maaseudun kehitykseen. Eläinsafari Bali Safari and Marine Park viestittää safarilla elävien eläinten suojelusta, mutta ei esitä tarkempia ympäristövastuutavoitteita.

Apinametsä Monkey Forest viestittää, että lahjoituksina saatuja varoja käytetään apinoiden hyvinvointiin ja lähimetsien suojeluun. Kulttuuripuisto GWK ei tarjoa tietoa ympäristövastuustaan, mutta esittelee runsaasti tietoa balilaisesta kulttuurista, esityksistä ja kulttuurihistoriasta.

Ulaman Eco Luxury Resort mainitsee erilaiset hankkeensa ja kertoo, että villat on rakennettu paikallisia, kestäviä ja ympäristöystävällisiä materiaaleja hyödyntäen. Bali Eco Stay korostaa ympäristövastuuta jo etusivullaan ja kuvailee kaikki majoitusliikkeen toimet hyvin kattavasti, tarjoten myös videoita aiheesta.

7.4 Vieraiden osallistaminen

Tässä teemassa tutkittiin, miten yritykset huomioivat vieraiden osallistamisen ympäristövastuuseen liittyviin toimenpiteisiin verkkosivuillaan. Seitsemän kymmenestä yrityksestä mainitsi vieraiden osallistamisen osana ympäristövastuuviestintäänsä.

Water Bom korostaa läpinäkyvyyttä vastuullisuusasioissa ja tarjoaa kattavasti tietoa verkkosivuillaan. Heidän "Seed of Thought" -ohjelmansa tähtää nuorten innostamiseen ja kouluttamiseen ympäristönsuojelun merkityksestä, ja vieraille on mahdollisuus varata koulutusta. Legian Beach Hotel kertoo rantojen siivouspäivistä, joihin vieraat voivat osallistua, ja verkkosivuilla on nähtävillä kaikki ympäristön suojelemiseksi tehdyt toimenpiteet.

Bloo Lagoon - Eco Village kertoo mahdollisuudesta lahjoittaa vastuullisuusohjelmaan, joka keskittyy korallien suojelemiseen. Bali Bird Park puolestaan tarjoaa vieraille mahdollisuuden liittyä lintujensuojeluohjelmaan. Eco Tours ilmoittaa tavoitteekseen koulutuksen ja tietoisuuden lisäämisen uhanalaisista eläimistä ja ilmastonmuutoksesta.

Bali Safari and Marine Park ei maininnut vieraiden osallistamista verkkosivuillaan. Monkey Forest ilmoittaa järjestävänsä koulutustyöpajoja, mutta ei selvinnyt, kenelle järjestetyt koulutustyöpajat on tarkoitettu; ovatko ne suunnattu henkilökunnalle vai asiakkaille.

GWK ja Ulaman Eco Luxury Resort eivät maininneet verkkosivuillaan vieraiden osallistamista ympäristötoimiin. Myöskään Bali Eco Stay ei mainitse vieraiden osallistamisesta, mutta se kertoo tekevänsä tiivistä yhteistyötä paikallisten kanssa ja tukee pienyrityksiä tarjoamalla vieraille heidän palveluitaan.

7.5 Raportointi ja sertifikaatit

Tässä teemassa tutkittiin, kuinka matkailuyritykset viestivät ympäristövastuustaan raportoinnin ja sertifikaattien kautta.

Water Bom on järjestänyt vastuullisuuskoulutuksia ja laatinut vastuullisuusraportin, joka on saatavilla verkkosivuilla. Legian Beach Hotelilla on oma vastuullisuustarina, vastuullisuusohjelmia ja sertifikaatteja, jotka ovat luettavissa verkkosivuilla. Bali Safari and Marine Parkilla on Cleanliness, Health, Safety & Environment Sustainability (CHSE) -sertifikaatti, jonka se on saanut 100 % pistein Indonesian matkailuministeriöltä.

Muilta yrityksiltä ei löytynyt raportteja tai sertifikaatteja verkkosivuiltaan.

7.6 Yhteenveto

Löydösten perusteella rakensin esimerkkikuvan siitä, millaiselta matkailuyrityksen verkkosivun ympäristövastuuta käsittelevä osio näyttäisi ideaalitilanteessa. Verkkosivulla tulisi olla kymmenen keskeistä elementtiä, jotka ovat olennaisia täydellisen ympäristövastuuviestinnän toteutumiseksi.

Verkkosivun ympäristövastuuosiossa tulisi olla selkeä osio vedenkäytön hallinnasta, jossa yritys esittelee toimenpiteitään veden säästämiseksi ja kierrättämiseksi. Lisäksi tulisi olla erillinen osio energiatehokkuudesta ja uusiutuvien energialähteiden hyödyntämisestä.

Luonnon monimuotoisuuden tukeminen voisi näkyä verkkosivuilla konkreettisina tekoina, joilla yritys edistää luonnon suojelua ja ekosysteemien ylläpitoa. Vieraiden osallistaminen olisi oma osionsa, jossa tarjotaan mahdollisuuksia osallistua erilaisiin ympäristöprojekteihin ja lahjoituksiin.

Sivustolla tulisi olla myös esillä mahdolliset vastuullisuustodistukset ja sertifikaatit, jotka viestivät yrityksen sitoutumisesta ympäristövastuuseen. Vastuullisuuskoulutus olisi oma osionsa, jossa kerrotaan koulutustilaisuuksista ja työpajoista, jotka edistävät ympäristövastuullisuutta.

Yrityksen ympäristötavoitteet tulisi esitellä selkeästi omassa osiossaan, jotta kuluttajat voivat nähdä yrityksen kunnianhimoiset tavoitteet, kuten nettonollapäästötavoitteen. Vastuullisuusraportit tulisi olla ladattavissa, jotta vierailijat voivat tarkastella yrityksen ympäristötoimia yksityiskohtaisesti.

Verkkosivulla tulisi myös näkyä kuvaus toteutetuista ja tulevista ympäristöteoista esimerkiksi blogitekstien muodossa. Lopuksi sivustolla voisi olla osio, jossa esitellään yrityksen sitoutuminen jatkuvaan kehitykseen ja tulevat ympäristöhankkeet.

Kuvio 9. Esimerkkikuva ideaalista matkailuyrityksen ympäristövastuuosiosta verkkosivuilla

Esimerkkikuva havainnollistaa ideaalin matkailuyrityksen ympäristövastuuosion verkkosivuilla. Tämän esimerkin avulla matkailualan pk-yritykset voivat kehittää viestintästrategiaansa siten, että niiden ympäristöteot ja -suunnitelmat ovat mahdollisimman helposti löydettävissä ja selkeästi esitetty kuluttajille.

Pohdintaosiossa tarkastelen tutkimuksen tuloksia ja analysoin, kuinka hyvin yritykset ovat onnistuneet ympäristövastuuviestinnässään. Lisäksi arvioin, mitkä osa-alueet kaipaavat kehittämistä ja mitä parannuksia yritykset voisivat tehdä viestinnän selkeyttämiseksi ja tehostamiseksi.

8 Pohdinta

Tässä luvussa tarkastelen tutkimustuloksia valitsemalla viisi pääasiallista löydöstä, joita vertaan kirjallisuusviitekehykseen.

Ensimmäinen havainto liittyy yritysten raportointiin ja sertifikaatteihin. Vain kolme kymmenestä yrityksestä esittelee vastuullisuusraportteja ja sertifikaatteja verkkosivuillaan. Tämä löydös on ristiriidassa kirjallisuusviitekehyksen kanssa. Luvussa 3.2 kerrottiin, kuinka sertifiointi auttaa matkailuyrityksiä osoittamaan sitoutumisensa kestävän kehityksen periaatteisiin ja ympäristövastuuseen. Luvussa 2.4 puolestaan kerrottiin sertifikaattien tarjoavan kattavasti eri työkaluja yritysten alkukartoituksesta jatkuvaan kehittämiseen sekä viestinnän tukemiseen. Sertifikaatit ovat siis tärkeitä todisteita yritysten sitoutumisesta ympäristövastuullisiin käytäntöihin, ja niiden puuttuminen suurimmalta osalta tarkasteltavista matkailuyrityksistä on huolestuttava havainto. Sertifikaattien puuttuminen voi johtua siitä, että Balilla toimivilla pk-yrityksillä ei ole riittäviä resursseja sertifikaattien hankintaan ja ylläpitoon, sillä sertifiointi vaatii sekä ajallisia että taloudellisia panostuksia, jotka voivat olla pienemmille toimijoille haastavia. Sertifikaattien hyötyjä ei välttämättä myöskään tunneta Balilla vielä kovin hyvin.

Toinen löydös liittyy energiankäyttöön. Energiankäyttöä on käsitelty aikaisemmin tässä opinnäytetyössä, ja esimerkiksi luvussa 3.1 on esitetty kuvio, jossa energiatehokkuus on yksi kestävän matkailuliiketoiminnan kahdeksasta osa-alueesta. Viisi kymmenestä yrityksestä on viestinyt energiankäytöstään, ja kaikki heistä raportoivat siirtymisestään uusiutuviin energianlähteisiin. Tämä havainto viittaa siihen, että ne yritykset, jotka ovat viestineet tästä teemasta, ovat sitoutuneita energiatehokkuuden parantamiseen. Kuitenkin on huolestuttavaa, että puolet yrityksistä eivät ole lainkaan viestineet energiatehokkuuteen liittyvistä toimenpiteistään, mikä voi johtua siitä, että energiatehokkaita ratkaisuja ei ole otettu käyttöön tai ei tiedetä, miten ja miksi näistä teemoista tulisi viestiä. Lisäksi resurssipula voi olla esteenä energiatehokkuuden parantamiselle ja sen viestinnälle.

Kolmas löydös liittyy vieraiden osallistamiseen. Kuusi yritystä kymmenestä mainitsi verkkosivuillaan mahdollisuuksista osallistua vastuullisuusohjelmiin, kuten vastuullisuuskoulutuksiin, ympäristönsuojeluhankkeisiin tai lahjoittamiseen. Vieraiden osallistaminen voi parantaa asiakaskokemusta ja tehdä yrityksen vastuullisuustoimet konkreettisemmiksi asiakkaille. Yhteisön osallistaminen on ratkaisevan tärkeää kestävän matkailun onnistumiselle, kuten aiemmin luvussa 3.1 on todettu. On siis rohkaisevaa huomata, että yli puolet yrityksistä ovat nostaneet tämän teeman esille verkkosivuillaan.

Neljäs löydös liittyy vedenkäytön hallintaan. Viisi yritystä kymmenestä oli käsitellyt vedenkäyttöä verkkosivuillaan, viestien muun muassa veden kierrätysmenetelmistä, suodatusjärjestelmistä sekä

jäteveden hyödyntämisestä. Aiemmin luvussa 3 käsiteltiin ympäristövastuullisuutta yrityksissä, jolloin todettiin, että ympäristövastuullisten ratkaisujen tarjoaminen asiakkaille on osa vastuullista liiketoimintaa. Vaikka siis veden säästäminen on tärkeää kestävyydelle ja ympäristönsuojelulle, siitä huolimatta, puolet tarkastelluista yrityksistä eivät viestineet vedenkäytöstään lainkaan, mikä osoittaa, että veden vastuullisesta käytöstä viestiminen on monille matkailuyrityksille yhä kehityksen kohde.

Viides löydös koskee luonnon monimuotoisuutta, josta kaikki muut tarkasteltavat yritykset viestivät jollakin tavalla, paitsi kulttuuripuisto Garuda Wisnu Kencana (GWK). Havainnointikehikkoon kirjattiin kuitenkin, että GWK oli huomioinut sosiaalisen vastuullisuuden viestimällä balilaisesta kulttuurista, esityksistä ja kulttuurihistoriasta, vaikkei tämä liitykään ympäristövastuuseen. GWK oli ainoa yritys, joiden verkkosivuilta ei löytynyt ympäristövastuuteemaan liittyen mitään. Yritys pidettiin silti mukana havainnointikehikossa, koska tämä löydös oli huomion arvoinen ja yllättävä, sillä GWK on hyvin tunnettu nähtävyys matkailijoille Balilla. Luvussa 5.2 käsiteltiin Balin kasvavien matkailijamäärien vaikutuksia perinteisiin kulttuurikäytäntöihin. Koska puisto on omistautunut kulttuurisen vastuullisuuden edistämiseen, olisi tärkeää huomioida myös muut vastuullisuuden osa-alueet, kuten ympäristövastuu. Itse puistossa vieraillessani huomasin, että siellä on kulttuurielämysten lisäksi useampia ravintoloita, runsaasti liikennettä ja ympäröivää luontoa, minkä vuoksi ympäristövastuullisuuden tulisi olla keskeinen osa GWK viestintää.

Seuraavaksi tarkastelen tutkimuksen alaongelmia ja analysoin, miten löydökset vastaavat näihin kysymyksiin. Alaongelmat tutkimuksessa olivat:

1. Mihin viestinnän sisältö painottuu?

2. Kuinka selkeästi ja löydettävästi se on esitetty?

3. Mitä ympäristösertifiointeja yritykset käyttävät?

4. Mitkä ovat yritysten ympäristötyön tavoitteet ja käytännön toimenpiteet?

Tutkimuksessa selvisi, että yritysten ympäristövastuuviestintä painottuu erityisesti vieraiden osallistamisen ja luonnon monimuotoisuuden teemoihin, sillä näistä aiheista suurin osa yrityksistä viesti aktiivisimmin. Sen sijaan vedenkäytön hallinta ja sertifikaattien esittely olivat vähemmän näkyvillä.

Viestintä oli osittain selkeää, mutta vaihteli yrityksittäin: puolet yrityksistä esitteli ympäristövastuunsa selkeästi omassa vastuullisuusosiossaan, kun taas puolella yrityksistä tiedot löytyivät hankalammin, muiden aiheiden alta tai osana laajempaa yritystietoa.

Eläinsafarilta löytyi Cleanliness, Health, Safety & Environment Sustainability (CHSE) -sertifikaatti. Sertifikaattien osalta vain muutamalla yrityksellä oli näkyvästi esillä ympäristösertifikaatteja, mikä oli huolestuttava löydös, sillä sertifikaatit ovat tärkeitä todisteita ympäristövastuuseen sitoutumisesta.

Yritysten ympäristötyön tavoitteina korostettiin uusiutuvaan energiaan siirtymistä ja jätteiden vähentämistä, ja käytännön toimenpiteitä olivat esimerkiksi aurinkopaneelien asennus, veden kierrätys, villojen luonnonmukaiset rakennusmateriaalit ja kompostointi.

Työn päätavoitteena oli vastata tutkimusongelmaan: Millaista sisältöä matkailualan pk-yritykset Balilla viestivät ympäristövastuustaan?

Tutkimuksessa havaittiin, että vaikka useimmat yritykset sisällyttivät ympäristövastuun viestintäänsä, keskeiset painopisteet vaihtelivat huomattavasti yritysten välillä. Vieraiden osallistaminen nousi monissa yrityksissä esiin yhtenäisenä teemana, mikä osoittaa suurimman osan yrityksistä pyrkivän aktiivisesti herättämään kuluttajissa kiinnostusta kestäviin toimintatapoihin. Tämä löydös oli tärkeä, sillä kuluttajilla on suuri rooli yritysten vastuullisuuskehityksessä. Heidän valintansa ja vaatimuksensa ohjaavat yrityksiä panostamaan vastuullisuuteen yhä vahvemmin.

Tämän lisäksi lähes kaikki yritykset viestivät luonnon monimuotoisuudesta, mikä oli myös merkittävä havainto, koska luonnon monimuotoisuuden suojelu on keskeinen osa ympäristövastuullisuutta. Kun yritykset nostavat luonnon monimuotoisuuden esille, ne eivät pelkästään osoita sitoutumistaan ympäristövastuuseen, vaan myös kannustavat kuluttajia tukemaan kestävää kehitystä.

Toisaalta ympäristövastuullisuuden muut osa-alueet, kuten vedenkäytön hallinta, energiatehokkuus ja ympäristösertifikaatit, jäivät monilla yrityksillä vähälle huomiolle. Vain muutamalla yrityksellä oli selkeät viittaukset vedenkäytön ja energiatehokkuuden hallintaa koskeviin toimenpiteisiin, ja sertifiointeja oli esillä hyvin rajoitetusti. Näissä teemoissa monella yrityksellä olisi viestinnän suhteen parantamisen varaa, mikä voisi auttaa vahvistamaan kuluttajien luottamusta yrityksen ympäristövastuullisuuteen.

Tietojen löydettävyys vaihteli myös huomattavasti. Joillakin yrityksillä oli selkeästi nimetty vastuullisuusosio, kun taas toisilla tiedot oli piilotettu monimutkaisemmin muiden otsikoiden taakse tai niitä ei löytynyt ollenkaan. Tämä osoittaa, että ympäristövastuun merkitys ja viestintätapojen tärkeys koetaan yrityksissä eri tavoin. Ympäristövastuuviestinnän laatu ja selkeys voivat olla ratkaisevassa asemassa kuluttajien päätöksenteossa ja yritysten kilpailuaseman vahvistamisessa – näin ollen selkeät, helposti saatavilla olevat tiedot voivat olla merkittävä kilpailuetu.

8.1 Kehittämisehdotukset ja hyödyntäminen

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että Balin matkailualan pk-yrityksillä on merkittävä mahdollisuus parantaa ympäristövastuuviestintäänsä verkkosivuillaan.

Ensimmäisenä kehittämisehdotuksena on viestinnän selkeyttäminen. Yritysten tulisi kehittää verkkosivujensa sisältöä siten, että ympäristövastuuosio on esillä selkeästi ja helposti löydettävissä. Ja mikäli ympäristövastuuosio on kirjoitettu, olisi sieltä hyvä löytyä kaikki oleellinen tieto.

Toinen kehittämisehdotus on ympäristösertifikaatin hankkiminen, kuten Green Key tai Travelife, joita käsiteltiin luvussa 3.2. Sertifikaatti vahvistaisi yritysten sitoutumista kestävään kehitykseen. Se voisi myös parantaa yrityksen mainetta, tarjota asiakkaille luotettavaa tietoa vastuullisuudesta sekä parantaa yritysten kilpailuasemaa. Sertifikaatin tulisi olla esillä yrityksen verkkosivuilla.

Kolmas kehittämisehdotus on verkostoituminen. Yritykset voisivat luoda tai liittyä verkostoihin, joissa ne voisivat jakaa hyviä käytäntöjä ja oppia muilta alan toimijoilta ympäristövastuusta. Tällaiset verkostot olisivat erityisen hyödyllisiä pk-yrityksille, jotka tarvitsevat enemmän tukea ja resursseja viestimiseen. Siten pk-yrityksilläkin olisi paremmat mahdollisuudet luoda kattava ympäristövastuuosio verkkosivuilleen.

Tämän tutkimuksen tuloksia voivat hyödyntää erityisesti suomalaiset matkailualan pk-yritykset, koska opinnäytetyöni on kirjoitettu suomeksi. Yritykset voivat tämän opinnäytetyön tutkimustuloksia apuna käyttäen selkeyttää omaa vastuullisuusviestintäänsä. Tämä tutkimus voi tarjota heille mahdollisuuden tavoittaa vastuullisuudesta kiinnostuneita kuluttajia ja siten vahvistaa kilpailuasemaansa Suomen matkailumarkkinoilla.

Jatkotutkimuksissa voisi selvittää esimerkiksi, miten ympäristövastuuviestintä vaikuttaa kuluttajien ostopäätöksiin, sillä minua kiinnostaa, miten suuri rooli yritysten verkkosivuilla on kuluttajien valintoihin.

Toinen kiinnostava tutkimuskohde voisi olla yritysten sisäiset haasteet ja resurssit ympäristövastuuviestinnän toteuttamiseksi. Tähän tutkimukseen voisi ottaa mukaan sertifikaattien hankkimisen haasteet, tai tehdä erillisen tutkimuksen siitä, kuinka tietoisuutta sertifikaattien hyödyistä ja niiden saavutettavuudesta voitaisiin lisätä paikallisten yritysten keskuudessa. Kun laadin esimerkin ideaalista matkailuyrityksen ympäristövastuuosiosta, pohdin samalla, miten pk-yrityksillä riittäisi resurssit sellaisen toteuttamiseen. Onko ainoastaan organisaatioilla mahdollisuus luoda "täydellinen" vastuullisuusosio verkkosivuilleen? Ja miten tämä vaikuttaa pk-yritysten kilpailuasemaan matkailumarkkinoilla?

8.2 Tutkimuksen luotettavuus ja etiikka

Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys olivat keskeisiä periaatteita tämän työn toteutuksessa. Tutkimuksen suorittaminen perustui tieteellisen toiminnan sääntöihin, ja työssä noudatettiin Hyvän tieteellisen käytännön (HTK) ohjeistusta. Koska käytin havainnointia tutkimustapana, ei ollut tarpeen hankkia suostumuksia tai eettistä ennakkoarviointia, sillä tutkimuskohteena olivat julkiset verkkosivut, eivät yksityishenkilöt tai arkaluonteiset tiedot. Tämä lähestymistapa minimoi tutkimuksen eettisiä riskejä ja varmistaa, ettei tutkimuksella ollut haitallisia vaikutuksia ulkopuolisiin tahoihin.

Tutkimuksen aikana varmistettiin, että havainnointiprosessi toteutettiin huolellisesti ja systemaattisesti, jotta tulokset olisivat mahdollisimman luotettavia. Havainnointimenetelmässä kiinnitettiin erityistä huomiota siihen, että kaikki kerätty tieto dokumentoitiin tarkasti, mikä mahdollisti myöhemmin tehdyn analyysin perustuvan luotettaviin havaintoihin. Kuitenkin aineiston rajaaminen kymmenen yrityksen verkkosivuihin voi asettaa rajoitteita tulosten yleistettävyyteen, sillä otanta on rajallinen ja saattaa siten heijastaa vain osittaista kuvaa Balin matkailuyritysten ympäristövastuuviestinnästä.

Tutkimukseen valittiin kuitenkin tarkoituksella erityyppisiä matkailualan yrityksiä, jotta saataisiin kattavampi ja monipuolisempi kuva Balin matkailuyritysten ympäristövastuusta. Valitsemalla erilaisia toimijoita pyrittiin varmistamaan, että analyysi kattasi laajan kirjon vastuullisuusviestinnän käytäntöjä ja lähestymistapoja. Tämän lähestymistavan tavoitteena oli tasapainottaa tutkimuksen yleistettävyyttä, minkä ansiosta saatiin enemmän tietoa eri yritysten vastuullisuustavoista ja käytännöistä. Laajempi näkökulma mahdollistaa syvällisemmän ymmärryksen ympäristövastuullisuuden tilasta Balin matkailussa ja voi tarjota arvokkaita näkemyksiä myös tuleville tutkimuksille.

8.3 Tutkimuksen onnistuminen ja oma oppiminen

Tutkimuksen tavoitteet saavutettiin mielestäni hyvin. Tutkimuskysymykseen vastattiin ja tutkimustuloksissa esitettiin keskeiset piirteet siitä, miten matkailuyritykset viestivät ympäristövastuustaan kuluttajille.

Kerätyn tiedon perusteella pystyin esittämään selkeät johtopäätökset ja kehittämisehdotukset, jotka voivat auttaa yrityksiä parantamaan ympäristövastuuviestintäänsä. Tutkimuksessa käytetyt menetelmät, kuten havainnointikehikko ja sisällönanalyysi, osoittautuivat toimiviksi työkaluiksi. Ne mahdollistivat keskeisten havaintojen tekemisen ja helpottivat vertailua kirjallisuusviitekehykseen.

Opin tämän työn kautta, kuinka tärkeää on viestiä vastuullisuudesta sekä kouluttaa siitä tehokkaasti. Mitä laajemmin vastuullisuusviestintä tavoittaa kuluttajat, sitä tietoisemmiksi he tulevat ympäristöasioista, ja siten yritykset alkavat etenevissä määrin sisällyttää vastuullisuuden osaksi strategiaansa.

Opin myös, kuinka merkittävä rooli kuluttajilla on ympäristövastuuasioissa. Mitä enemmän kuluttajat vaativat yrityksiltä vastuullisuustoimia, sitä suurempi paine yrityksillä on ottaa ympäristövastuullisuus vakavasti. Tämä voisi johtaa siihen, että tulevaisuudessa kaikilta yrityksiltä löytyisi selkeä ympäristövastuuosio verkkosivuiltaan, eikä yksikään yritys jäisi tämän viestinnän ulkopuolelle. Vastuullisuudesta viestiminen ja sen vaatiminen kuluttajien taholta voisi vähitellen johtaa siihen, että yritysten toimenpiteet aidosti parantaisivat ympäristön tilaa. Pitkällä aikavälillä, kun yhä useampi yritys ottaa ympäristöasiat huomioon ja toteuttaa kestävän kehityksen käytäntöjä, tällä olisi positiivinen vaikutus niin paikalliseen kuin globaalin ympäristöön.

Tutkimusprosessin läpikäynti auttoi minua syventämään ymmärrystäni tutkimusmenetelmistä. Opin suunnittelemaan ja toteuttamaan tutkimusta, jäsentämään hankittua tietoa selkeärakenteiseseksi, luomaan havainnointikehikon ja analysoimaan sitä. Opin, kuinka tärkeää on järjestelmällinen tiedonkeruu ja objektiivinen analyysi, jotta tutkimus on selkeärakenteinen ja todenmukainen. Nämä ovat konkreettisia taitoja, jotka voivat olla itselleni hyödyllisiä tulevissa projekteissa tai työtehtävissä.

Luotettavien lähteiden etsiminen oli haaste erityisesti siksi, että balilaisten pk-yritysten toimintatavat voivat poiketa merkittävästi eurooppalaisista käytännöistä. Saatavilla olevat lähteet olivat usein suunnattu länsimaisille markkinoille tai suuremmille yrityksille. Tästä syystä päätin hyödyntää tutkimuksessa enemmän artikkeleita lisätietojen saamiseksi. Olisi ollut myös mielenkiintoista päästä syventymään yritysten tarkempiin toimintatapoihin ja dataan, joka olisi ollut hyödyllistä työssäni, mutta se olisi vaatinut pääsyn yritysten sisäisiin tietoihin.

Tämän tutkimuksen kautta kehityin erityisesti vastuullisuusviestinnän ja kestävän matkailun osa-alueilla. Opin kestävän kehityksen periaatteista ja niiden integroimisesta liiketoimintaan. Ymmärrykseni kasvoi pk-yritysten mahdollisia resurssihaasteita kohtaan, ja opin kuinka realistisia ratkaisuja voidaan soveltaa eri kokoisissa yrityksissä sekä miten pienemmillä resursseilla voidaan silti tehdä vaikutusta, jotta myös pienemmät yritykset voivat hyödyntää ympäristövastuuviestintää kilpailuasemansa vahvistamiseen.

Yhteenvetona voin todeta, että tämä työ opetti minua monipuolisesti eri osa-alueilla, kuten tutkimusmenetelmien soveltamisessa, tiedon kriittisessä arvioinnissa ja vastuullisuusviestinnän merkityksen ymmärtämisessä. Lisäksi kiinnostukseni vastuullisuusviestintää ja kestävän kehityksen periaatteiden noudattamista kohtaan kasvoi huomattavasti työn aikana. Tämä aihealue inspiroi minua syventämään osaamistani ja pohtimaan, miten näitä periaatteita voisi entistä tehokkaammin toteuttaa ja viestiä matkailualalla tulevaisuudessa.

Lähteet

Acorn Tourism s.a. Sustainable Development Goals. Luettavissa: https://acorntourism.co.uk/sustainable-tourism/sustainable-development-goals. Luettu: 17.10.2024.

Adventure Travel 2021. Adventure Travel Industry Snapshot. Luettavissa: https://learn.adventuretravel.biz/research/2021-adventure-travel-industry-snapshot. Luettu: 5.8.2024.

Aritonangon, D. 28.4.2023. 3 Reasons Why Plastic is Leaking from The Land to the Ocean in Indonesia. Plasticbank. Luettavissa: https://plasticbank.com/3-reasons-why-plastic-is-leaking-from-the-land-to-the-ocean-in-indonesia. Luettu: 20.5.2024.

Bali.com s.a. Bali tourist tax. Luettavissa: https://bali.com/bali/bali-visa-indonesia-entry-regulations/bali-tourist-tax-international-travelers/. Luettu: 11.5.2024.

Buckley, R. 2009. Ecotourism: Principles and Practice. CABI Publishing. Gambridge.

CBI 2022. How to be a sustainable tourism business. Luettavissa: https://www.cbi.eu/market-information/tourism/be-sustainable-business. Luettu: 8.8.2024.

Chambers and Partners 2023. Environmental Law 2023. Luettavissa: https://practiceguides.chambers.com/practice-guides/environmental-law-2023/indonesia/trends-and-developments. Luettu: 3.8.2024.

Coast adapt s.a. Climate change impacts on coastal tourism. Luettavissa: https://coastadapt.com.au/sites/default/files/factsheets/T312_7_Coastal_Tourism.pdf. Luettu: 15.6.2024.

Commitment2050 2023. Vastuullisuuden osa-alueet ja niiden tärkeys. Luettavissa: https://commitment2050.fi/vastuullisuuden-osa-alueet-ja-niiden-tarkeys/. Luettu: 13.5.2024.

Coral reef alliance s.a. Tourism. Luettavissa: https://coral.org/en/coral-reefs-101/why-care-about-reefs/tourism/. Luettu: 20.5.2024.

Elinkeinoelämän keskusliitto 2019. Vastuullisuuden suunnannäyttäjät. Luettavissa: https://ek.fi/wp-content/uploads/EK_Vastuullisuusjulkaisu_final_net_11.9.2019.pdf. Luettu: 13.5.2024.

Environmental Communication 2023. Environmental Communication Excellence Guide. Luettavissa: https://communicating.green/wp-content/uploads/2024/03/Environmental-Communication-Excellence-Guide.pdf. Luettu: 20.5.2024.

Euroopan parlamentti 2024. Loppu viherpesulle: miten EU sääntelee ympäristöväitteitä. Luettavissa: https://www.europarl.europa.eu/topics/fi/article/20240111STO16722/loppu-viherpesulle-miten-eu-saantelee-ymparistovaitteita. Luettu: 10.4.2024.

Euroopan parlamentti 2024. New EU rules to empower consumers for the green transition enter into force. Luettavissa: https://www.europarl.europa.eu/topics/fi/article/20240111STO16722/loppu-viherpesulle-miten-eu-saantelee-ymparistovaitteita. Luettu: 24.4.2024.

Euroopan parlamentti 2018. Mikromuovit: lähteet, haitat ja EU:n ratkaisut. Luettavissa: https://www.europarl.europa.eu/topics/fi/article/20181116STO19217/mikromuovit-lahteet-haitat-ja-eu-n-ratkaisut. Luettu: 13.4.2024.

Fletcher, C. 28.10.2024. The Benefits Of Running An Environmentally-Friendly Business. Greener Ideal. Luettavissa: https://greenerideal.com/news/business/benefits-of-an-environmentally-friendly-business. Luettu: 29.10.2024.

Green Tourism s.a. Championing sustainable tourism. Luettavissa: https://www.green-tourism.com/certifications/green-tourism-certification. Luettu: 18.10.2024.

GSTC s.a. Why Become a Certified Tour Operator? Luettavissa: https://www.gstcouncil.org/certification/become-certified-tour-operator. Luettu: 17.10.2024.

Heinz, V. 10.7.2023. Negative Impacts of Tourism in Bali: A Comprehensive Guide. Unsustainable magazine. Luettavissa: https://www.unsustainablemagazine.com/negative-impacts-of-tourism-in-bali. Luettu: 11.5.2024.

IPCC s.a. Global Warming of 1.5 ºC. Luettavissa: https://www.ipcc.ch/sr15/. Luettu: 20.5.2024.

IUCN 2024. Marine plastic pollution. Luettavissa: https://www.iucn.org/resources/issues-brief/marine-plastic-pollution. Luettu: 15.6.2024.

Jamk 2021. Vastuullisen matkailun portaat. Luettavissa: https://vastuullisenmatkailunkoulutus.fi/files/2021/02/4-Yrityksen-ymparistovastuu.pdf Luettu: 20.5.2024.

Jitendra, D., Shallini, T. & Arora, H. 2021. Corporate Social Responsibility and Sustainable Development. Routledge. Oxon, NY.

Kortetjärvi-Nurmi, S., Kuronen, M. & Ollikainen, M. 2008. Yrityksen viestintä. Edita. Helsinki.

Latotools s.a. Millainen on hyvä viestintästrategia ja miten se toteutetaan? Luettavissa: https://www.latotools.com/Millainen+on+hyva+viestintastrategia+ja+miten+se+toteutetaan. Luettu: 13.4.2024.

Reilun matkailun yhdistys s.a. Valitse vähäpäästöinen liikkumismuoto. Luettavissa: https://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/valitse-vahapaastoinen-liikkumismuoto/. Luettu: 17.9.2024.

Sarkkinen, S. 2006. Ympäristövastuu työpaikalla. Edita. Helsinki.

Sustainable development goals s.a. The Sustainable Development Agenda. Luettavissa: https://www.un.org/sustainabledevelopment/. Luettu: 10.5.2024.

The Asean Post 2017. The 'siren call' of marine ecotourism in ASEAN. Luettavissa: https://theaseanpost.com/article/siren-call-marine-ecotourism-asean. Luettu: 13.4.2024.

The International Ecotourism Society s.a. What is ecotourism? Luettavissa. https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/. Luettu: 13.4.2024.

Tuomi, J., Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Helsinki.

UN Environment Programme 2021. Plastic Pollution Policy Country Profile: Indonesia. Luettavissa: https://leap.unep.org/en/countries/id/case-studies/indonesia. Luettu: 12.5.2024.

UNWTO s.a. Tourism Statistics. https://www.unwto.org/statistics. Luettu: 3.8.2024.

UNWTO 2024. UN Tourism tracker. Luettavissa: https://www.unwto.org/tourism-data/un-tourism-tracker. Luettu: 10.10.2024.

Vastuullisuusraportti s.a. Vapaaehtoinen raportti voi olla hyvä apu rahoitusmarkkinoilla. Luettavissa: https://www.vastuullisuusraportti.com/. Luettu: 3.8.2024.

Vilkka, H. 2015. Tutki ja kehitä. PS-kustannus. Jyväskylä.

Visit Finland s.a. Sertifioinnit ja ohjelmat. Luettavissa: https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/sertifioinnit--ohjelmat. Luettu: 24.4.2024.

Visit Finland s.a. Vastuullinen matkailu. Luettavissa: https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu. Luettu: 13.9.2024.

Wayan. 25.1.2024. Bali Tourism Overview 2023. Emas Estate. Luettavissa: https://emasestate.com/bali-tourism-overview-2023/. Luettu: 13.4.2024.

Yrittäjät s.a. Yritysvastuu. Luettavissa: Yritysvastuu - Yrittajat.fi. Luettu: 3.4.2024.

Zero Waste International Alliance 2022. Zero Waste Hierarchy of Highest and Best Use 8.0. Luettavissa: https://zwia.org/zwh/. Luettu: 13.9.2024.

Liitteet

Liite 1. Havainnointikehikko

Yritys	Vesi	Energia ja jätteet	Luonnon monimuotoisuus	Vieraiden osallistaminen	Raportointi ja sertifikaatit
Waterbom, vesipuisto https://www.waterbom-bali.com/ Löydettävyys: hyvä	Erittäin laajasti otettu huomioon veden säästäminen. Tavoitteena esimerkiksi kaiken veden kierrätys, vesipumpun tehokkuuden parantaminen, ja ettei puiston vesi häviä valumien muodossa.	Tavoitteena energiatehokkaiden vedenlämmittimien käyttöönotto, siirtyminen kaasukäyttöisistä keittiökoneista sähköisiin, kestävämpien kulutustarvikkeiden hankinta, uusiutuvan energian tuotannon tehostaminen paikan päällä (enemmän aurinkopaneeleja asennettuna)	Nettonollapäästötavoite vuoteen 2033 mennessä. Ainoa SBTi-hyväksytty matkailuyritys Indonesiassa. Tavoitteena on olla maailman vastuullisin vesipuisto.	Tavoitteena läpinäkyvyys vastuullisuusasioissa. Verkkosivuilla on kattavasti käsitelty vastuullisuuteen liittyviä aiheita, jotka ovat helposti jokaisen löydettävissä ja luettavissa. Seed of Thought -ohjelma, jonka tavoitteena on innostaa ja kouluttaa nuoria ympäristönsuojelun tärkeydestä. Mahdollisuus varata koulutus.	Yrityksessä järjestetään vastuullisuuskoulusta ja tehdään vastuullisuusraportti, joka on luettavissa myös verkkosivuilla.
Legian beach hotel, majoitustoiminta https://legianbeachbali.com/ Löydettävyys: hyvä	Yritys kertoo jäteveden hyödyntämisestä puutarhanhoitoon ja suodatusjärjestelmistä, jotka varmistavat puhtaan veden.	Yritys kertoo pyrkivänsä jätteiden sekä saasteiden minimoimiseen ja käyttämään uusiutuvia energianlähteitä. Jätteet lajitellaan. Välttää muovinkäyttöä.	Yritys järjestää puiden istutusta ja kertoo biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemien suojelun tärkeydestä.	Rantojen siivouspäivät, joihin on mahdollisuus osallistua. Verkkosivuilla on nähtävillä kaikki teot, mitä yritys tekee ympäristön suojelemiseksi.	Yrityksellä on vastuullisuustarina, omat vastuullisuusohjelmat ja sertifikaatit. Kaikki ovat luettavissa verkkosivuilla.

Yritys	Vesi	Energia ja jätteet	Luonnon monimuotoisuus	Vieraiden osallistaminen	Raportointi ja sertifikaatit
Bloo Lagoon - Eco Village, majoitustoiminta https://bloolagoon.com/ Löydettävyys: kohtalainen	Veden säästämiseksi kerätään sadevettä sekä suihkuista ja altaista tulevaa vettä kanavoimalla sen keinotekoiseen järveen ja lampiin. Näihin on istutettu vesikasveja ja kaloja.	Yritys kompostoi jätteitä. Kiinnitetään huomiota uusiutuviin energianlähteisiin. Villat ovat pieniä ja tehokkaita.	Kerrottu ympäristövastuusta ja kattavasti konkreettisista teoista, joita yritys tekee merten suojelemiseksi. Villat ovat rakennettu ympäröivää luontoa kunnioittaen. Yritys istuttaa puita.	Asiakkailla on mahdollisuus lahjoittaa vastuullisuusohjelmaan korallien suojelemiseksi.	Ei mainintaa sertifikaateista tai vastuullisuusraportista.
Bali Bird Park, lintupuisto https://www.balibirdpark.com Löydettävyys: hyvä	Ei erillistä mainintaa vedenkäytöstä.	Selkeät taulukot jätteen vaikutuksesta lintuihin. Taulukko muovin vähentämisen edistämiseksi.	Huomioitu luonnonsuojelu lintujen osalta, jotta tietyt lajit välttyisivät sukupuuttoon kuolemiselta.	Mahdollisuus liittyä jäseneksi lintujensuojelu-ohjelmaan.	Ei mainintaa sertifikaateista tai vastuullisuusraportista.
Eco tours, retkien järjestäjä https://ecotoursbali.com/ Löydettävyys: kohtalainen	Ei erillistä mainintaa vedenkäytöstä.	Ei erillistä mainintaa energiankäytöstä tai jätteiden lajittelusta.	Kerrottu suppeasti ympäristövastuusta, ja tavoitteista. Ei tietoa konkreettisista teoista. Kerrottu tavoitteena olevan kestävä maaseudun kehitys.	Kerrottu tavoitteena olevan koulutus ja tietoisuuden lisääminen uhanalaisista eläimistä ja ilmastonmuutoksesta.	Ei mainintaa sertifikaateista tai vastuullisuusraportista.
Bali Safari and Marine Park, eläinsafari https://www.balisafarimarinepark.com/ Löydettävyys: hyvä	Ei erillistä mainintaa vedenkäytöstä.	Ei erillistä mainintaa energiankäytöstä tai jätteiden lajittelusta.	Kerrottu safarilla elävien eläinten suojelusta, mutta ei oikeastaan muuta ympäristövastuutavoitteista.	Ei erillistä mainintaa vieraiden osallistamisesta.	Cleanliness, Health, Safety & Environment Sustainability (CHSE) -sertifikaatti 100 % pistein Indonesian matkailuministeriöltä.

Yritys	Vesi	Energia ja jätteet	Luonnon monimuotoisuus	Vieraiden osallistaminen	Raportointi ja sertifikaatit
Monkey forest, apinametsä https://monkeyforestubud.com/ Löydettävyys: nähtävillä ainoastaan, jos on aikeissa lahjoittaa	Ei erillistä mainintaa vedenkäytöstä.	Ei erillistä mainintaa energiankäytöstä tai jätteiden lajittelusta.	Kerrottu kattavasti, mihin lahjoituksilla saatuja varoja käytetään, ja mukana apinoiden hyvinvoinnin lisäksi myös lähimetsien suojelu.	Yritys järjestää koulutustyöpajoja (henkilökunta vai asiakkaat?) vastuullisien tekojen edistämiseksi.	Ei mainintaa sertifikaateista tai vastuullisuusraportista.
GWK - Cultural park, kulttuuripuisto https://www.gwkbali.com/ Löydettävyys: huono	Ei erillistä mainintaa vedenkäytöstä.	Ei erillistä mainintaa energiankäytöstä tai jätteiden lajittelusta.	Ei löydy tietoa ympäristövastuusta, mutta balilaisesta kulttuurista kyllä. Kerrottu esityksistä ja kulttuurihistoriasta.	Ei erillistä mainintaa vieraiden osallistamisesta.	Ei mainintaa sertifikaateista tai vastuullisuusraportista.
Ulaman Eco Luxury Resort, majoitustoiminta https://www.ulamanbali.com/ Löydettävyys: huono	Yritys käyttää suodatettua kaivovettä.	Käytössä aurinkoenergialaitos, muoviton toimintamalli, kompostointi	Kerrottu yrityksen eri hankkeista. Villat on rakennettu paikallisia, kestäviä ja ympäristöystävällisiä materiaaleja hyödyntäen.	Ei erillistä mainintaa vieraiden osallistamisesta.	Ei mainintaa sertifikaateista tai vastuullisuusraportista.
Bali Eco Stay, majoitustoiminta https://www.baliecostay.com/ Löydettävyys: hyvä	Yritys huomioi vedenkulutuksen kattavasti. Käytössä mm. suodatettu lähdevesi, jota voi juoda suoraan hanasta, alhaisen vedenpaineen suihkut sekä jätevesipuutarha.	Kompostointi. Vesivoimageneraattori, joka tuottaa paikallista jokea hyödyntäen lähes 70 % yrityksen tarvitsemasta energiasta	Erittäin hyvin huomioitu ympäristövastuu heti etusivulla. Kaikista majoitusliikkeen teoista kirjoitettu hyvin kattavasti. Videoita katsottavissa aiheesta.	Ei erillistä mainintaa vieraiden osallistamisesta, mutta tiivistä yhteistyötä paikallisten kanssa, ja tuetaan pienyrityksiä tarjoamalla vieraille heidän palveluitaan.	Ei mainintaa sertifikaateista tai vastuullisuusraportista.