

## **Matkailupalveluiden tarjoajien sosiaalinen vastuu Kaakkois-Aasiassa**

Emma Loistovuori



<b>Tekijä(t)</b> Emma Loistovuori	
<b>Koulutusohjelma</b> Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Matkailupalveluiden tarjoajien sosiaalinen vastuu Kaakkois-Aasiassa	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 39
<p>Vastuullisuus on tällä hetkellä erittäin tärkeä sekä ajankohtainen aihe. Kansainvälinen matkailu lisääntyy koko ajan ja sen vaikutukset näkyvät jo selvästi useissa matkakohteissa. Erityisesti Kaakkois-Aasiaan suuntautuva matkailu on jatkanut kasvuaan jo vuosikymmeniä. Matkailun sosiaalisten vaikutusten ilmeneminen voi kestää vuosia, mutta sen negatiivisia vaikutuksia voidaan vähentää toimimalla vastuullisesti.</p> <p>Tämän työn tavoitteena on kartoittaa mitä sosiaalisen vastuun keinoja kaakkoisaasialaiset matkailualan yritykset toteuttavat. Tutkimukseen on valittu viisi eri sosiaalisen vastuun näkökulmaa: koulutus, päätöksenteko, työllistäminen, osallistaminen sekä kulttuuri. Tutkimuksella selvitetään näihin teemoihin liittyviä alaongelmia, eli miten yritykset kouluttavat työntekijöitään ja muita yhteisön jäseniä, miten yritykset lisäävät työntekijöidensä päätäntävaltaa, ketä yritykset työllistävät, miten yritykset osallistavat työntekijöitä ja yhteisön jäseniä sekä miten yritys huomioi alueen paikalliskulttuurin säilyttämisen.</p> <p>Tutkimus toteutettiin keväällä 2017 laadullisella sisällönanalyysillä, teemoittelua ja taulukointia apuna käyttäen. Aineiston lähteinä analyysissä toimi kaksi kansainvälistä matkailujärjestöä, Pacific Asia Travel Association (PATA) sekä World Travel and Tourism Council (WTTC). Tutkimukseen valittiin kymmenen näiden järjestöjen palkitsemaa vastuullisesti toimivaa kaakkoisaasialaista matkailualan yritystä. Aineistona hyödynnettiin järjestöjen lisäksi valittujen yritysten omaa ulkoista viestintää.</p> <p>Tietoperustassa käsitellään yritysvastuuta, sosiaalista vastuuta sekä matkailun vaikutuksia paikallisyhteisöihin Kaakkois-Aasiassa, jonka jälkeen kerrotaan tutkimusmenetelmät ja tulokset. Työn lopussa pohditaan tuloksia sekä tutkimuksen reliabeliutta ja validiutta, jonka jälkeen tehdään johtopäätökset ja esitetään kehitysehdotukset. Viimeisessä alaluvussa pohditaan omaa oppimista.</p> <p>Tutkimuksen tulokset näyttävät, että varsinkin koulutukseen ja työllistämiseen panostetaan jo paljon, mutta kulttuuriperinnön säilyttämiseksi ja paikallisten päätöksenteon lisäämiseksi yritysten tulisi tehdä enemmän töitä. Työntekijöitä ja muita paikallisyhteisön jäseniä pyritään osallistamaan mukaan yhteisiin projekteihin, mutta tässäkin on vielä kehitettävää. Yritysten tulisi panostaa enemmän paikalliseen osaamiseen ja työllistää paikallisyhteisön jäseniä välillisesti ostamalla tuotteita ja palveluita myös oman yrityksensä ulkopuolelta.</p>	
<b>Asiasanat</b> Yritysvastuu, sosiaalinen vastuu, paikallisyhteisöt, Kaakkois-Asia, matkailu	

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Yritysvastuu .....	3
2.1	Yritysvastuun määritelmä .....	3
2.2	Vastuullisen yritystoiminnan toimintamallit .....	7
2.3	Vastuullisen yritystoiminnan kehitysprosessi .....	9
2.4	Vastuullisen liiketoiminnan hyödyt .....	12
3	Sosiaalinen vastuu .....	15
3.1	Koulutus, työllistäminen ja osallistuminen .....	15
3.2	Kulttuurinen vastuu .....	18
4	Matkailun vaikutukset paikallisyhteisöihin Kaakkois-Aasiassa .....	20
5	Tutkimusmenetelmät .....	23
5.1	Sisällönanalyysi .....	23
5.2	Analysointimallin luominen .....	25
5.3	Tutkittavien yritysten valinta .....	26
6	Tulokset .....	29
6.1	Koulutus .....	30
6.2	Päätöksenteko ja työllistäminen .....	31
6.3	Osallistaminen ja kulttuuri .....	32
7	Pohdintaa .....	34
7.1	Koulutuksen keinot .....	34
7.2	Työllistäminen ja yhteinen päätöksenteko .....	35
7.3	Työntekijöiden osallistaminen ja kulttuurin suojelu .....	36
7.4	Johtopäätökset ja kehitysehdotukset .....	37
7.5	Reliaabelius ja validius .....	38
7.6	Oman oppimisen arviointi .....	39
	Lähteet .....	40

# 1 Johdanto

Yhdistyneet Kansakunnat on valinnut vuoden 2017 teemavuodeksi kestävän matkailun kehittämisen (United Nations 2016). Kestävä kehitys on tärkeää matkailualalle, sillä se on yksi harvoista aloista, joka ei omista myymäänsä tuotetta. Ihmiset eivät matkusta kohteeseen hotellin takia, vaan ympäristön, kulttuurin ja ihmisten vuoksi. Matkailualan yritysten täytyy pitää huolta näistä tekijöistä, jotta matkailu alueella säilyy. (Saarinen 2017.) Kestävän matkailun valitseminen YK:n vuoden teemaksi kertoo aiheen ajankohtaisuudesta ja tärkeydestä.

Kiinnostuin aiheesta, sillä olen itse matkustellut paljon Kaakkois-Aasiassa sekä suorittanut työharjoitteluni Thaimaassa ja Myanmarissa. Vastuullisuus on ollut aina minulle tärkeää ja halusin tutkia asiaa enemmän. Tutkimusta tehdessä opin, että parantamalla sosiaalista vastuullisuutta liiketoiminnassa sekä yhteisön sisällä, saadaan aikaan paljon positiivista kehitystä, esimerkiksi kouluttamalla ihmisiä ja luomalla työpaikkoja.

Vastuullisuus koostuu kolmesta eri osa-alueesta: taloudellisesta, ekologisesta sekä sosiaalisesta vastuusta. Kun nämä asiat ovat tasapainossa, saavutetaan kestävä ja vastuullista matkailua. (UNWTO 2005). Lisäksi vastuulliseen matkailuun liitetään kasvatuksellinen vastuu, paikallisten osallistuminen sekä halu keskustella. (Mowforth & Munt 2009, 101.) Sosiaalinen vastuullisuus matkailussa kiinnostaa minua eniten, eikä se ole ollut esillä yhtä paljon kuin esimerkiksi ekologinen vastuullisuus.

Tämän työn tavoitteena on kartoittaa, mitä sosiaalisen vastuun keinoja matkailualan yrittäjät käyttävät Kaakkois-Aasiassa. Tutkimuksessa paneudutaan seuraaviin alaongelmiin:

- Miten yritykset kouluttavat työntekijöitään ja yhteisön jäseniä?
- Miten yritykset lisäävät työntekijöidensä päätäntävaltaa?
- Ketä yritykset työllistävät?
- Miten yritykset osallistavat työntekijöitään ja yhteisön jäseniä?
- Miten yritys huomioi alueen paikalliskulttuuriin säilyttämisen?

Työ on hyödyllinen suomalaisille matkanjärjestäjille sekä matkailijoille, sillä tämän työn avulla he voivat saada ideoita vastuullisesti toimivista yhteistyökumppaneista sekä osaavat vaatia kohteen palveluilta tiettyä vastuullisuuden tasoa. Tutkimus hyödyttää myös muita matkailualan yrityksiä, jotka haluavat kehittää vastuullisuuttaan.

Tutkimus on toteutettu aineistoanalyysinä, jonka aineistoina toimivat World Travel & Tourism Councilin Tourism for Tomorrow -kilpailun voittajat ja finalistit sekä Pacific Asia Travel Associationin InSPIRE -kilpailun voittajat sekä kunniamaininnan saaneet yritykset. Tourism for Tomorrow palkitsee yrityksiä maailmanlaajuisesti, InSPIRE Aasian ja Tyynenmeren alueen laajuudelta, mutta tätä työtä varten valitsin vain kaakkoisaasialaisia yrityksiä. Rajasin aiheeni Kaakkois-Aasiaan, sillä Kaakkois-Aasian matkailu on kasvanut hurjaa vauhtia viime vuosina. World Tourism Organization (UNWTO) uusimman raportin (2017) mukaan vuonna 2005 Kaakkois-Aasiaan saapui 113 miljoona turistia, mikä on 9,1 prosenttia koko maailman matkailusta. Yritysvastuun osalta työ on rajattu sosiaaliseen vastuuseen.

Seuraavassa kappaleessa käsittelen yritysvastuuta sen kolmesta eri näkökulmasta: ympäristön, talouden sekä sosiaalisen vastuun kannalta. Toisessa kappaleessa syvennyn sosiaaliseen vastuuseen ja lopuksi pohdin matkailun vaikutuksia paikallisyhteisöihin Kaakkois- Aasiassa.

## 2 Yritysvastuu

Yritysvastuun kehitys jaetaan kolmeen ajanjaksoon; teollistumisen aikakauteen, kansainvälisen kaupan aikaan ja taloudellisen globalisaation. Nykypäivän vastuullinen liiketoiminta juontaa juurensa kansainvälisen kaupan ajalle, toisen maailmansodan jälkeiseen aikaan, jolloin esimerkiksi öljy-yhtiö Shell ilmoitti vastuullisuuden kuuluvan liiketoimintansa yleisiin periaatteisiin. Yritykset huomasivat, että hyvän tekemisellä on positiivinen vaikutus imagoon. Talouden globalisoituessa 1980- ja 1990-luvulla monet muut kansainväliset yritykset Shellin lisäksi nostivat imagoaan mainostamalla itseään vastuullisena yrityksenä, vaikka ne juuri synnyttivät ympäristöongelmia. (Hawkins & Bohdanowicz 2012, 19-21; Harmaala & Jallinoja 2012, 24.)

Yritysvastuulla pyritään kestävään kehitykseen, eli siihen että saamme omat tarpeemme tyydytettyä kuluttamatta tulevien sukupolvien luonnonvaroja (FIBS 2011). Vastuullisesti toimivat yritykset yhdistävät sosiaalisten ja ekologisten ongelmien ratkomisen osaksi liiketoimintaansa vapaaehtoisesti yhdessä yhteistyökumppaneidensa kanssa vaikuttaen yhteisöön positiivisesti. Näin toimiva yritys pyrkii tekemään hyvää vapaaehtoisesti, ilman lakivelvoitteita. (European Commission 2011, 3-6; Harmaala & Jallinoja 2012, 16-18.)

Suuret palvelualojen yritykset, kuten matkailualan toimijat, alkoivat kiinnittää huomiota toimintansa ympäristövaikutuksiin vasta 1990-luvun alussa, yhteiskunnallisiin sekä sosiaalisiin vaikutuksiin reagoitiin vielä myöhemmin. Vaikka matkailualalla on herätty vastuullisuuteen melko myöhään, ovat monet alan yritykset ottaneet vastuullisen yritystoiminnan periaatteet omakseen. (Hawkins & Bohdanowicz 2012, 21.)

### 2.1 Yritysvastuun määritelmä

Yritysten ja yhteiskunnan välinen työnjako kertoo kansalaisten ja ympäristön hyvinvointia rakentavasta yhteiskuntavastuusta. Taloudellisen vastuun lisäksi yritysten tulee ottaa vastuu sen ympäristöstä ja ihmisistä. (Harmaala & Jallinoja 2012, 14.)

Liiketoimintamahdollisuuksia tulee hyödyntää yhteiskunnan odotuksiin vastaten ja riskit minimoiden. Yritysvastuu liittyy aina liiketoimintaan, sen ulkopuolella suoritettavat toimet eivät ole enää yritysvastuuta. (Juutinen & Steiner 2010, 21–22.) Yritysten vastuuta tarkastellaan myös poliittisessa merkityksessä, eli kuinka yritys osallistuu yhteiskunnan kehittämiseen sekä edistää paikallisten oikeuksia osallistua. Näin ollen voidaan tarkastella yritysten roolia yhteiskunnan ja demokratian kehityksessä. (Harmaala & Jallinoja 2012, 15.)

Poliittisen tarkastelun lisäksi yritysten vastuuta voidaan tarkastella maantieteellisesti. Yritysten vastuulla on selkeitä globaaleja ulottuvuuksia, kuten ilmastonmuutos sekä paikallisia oloja koskevia asioita, kuten ihmisten työllistettävyys alueella. Alueen kulttuuri, historia ja lainsäädännöt vaikuttavat yrityksen vastuuseen. Yrityskansalaisuudesta puhuttaessa yritys kantaa vastuunsa ja hoitaa velvollisuutensa yhteiskuntaa kohtaan aivan kuten yksittäinen kansalainen. Joissain maissa yritysten vastuu on suurempi kuin toisissa, johtuen valtion vähäisemmästä osuudesta esimerkiksi sosiaalipalveluiden tuottamisessa. (Harmaala & Jallinoja 2012, 15.)

Kehittämällä vastuullista yritystoimintaa Euroopan komissio pyrkii luomaan hyvät olosuhteet kestäväälle kehitykselle, vastuulliselle yrityskäyttämismiselle ja pidemmille työsuhteille pitkällä aikavälillä. Talouskriisit ovat heikentäneet ihmisten luottamusta yrityksiä kohtaan, mutta vastuullisesti toimivat yritykset lisäävät ihmisten luottamusta. (European Commission 2011, 3.) Komissio kannustaa yrityksiä innovoimaan ja kehittämään tuotteita ja palveluita, jotka tukevat yhteiskunnallista hyvinvointia (European Commission 2011, 6).

Euroopan komission (2011, 7) mukaan vastuullisesti toimivien yritysten tulee huomioida ihmisoikeudet, työ- ja työllistämiskäytännöt, kuten perehdytys, monimuotoisuus ja sukupuolten välinen tasa-arvo sekä työntekijöiden henkinen ja fyysinen hyvinvointi. Yritysten tulee torjua lahjontaa sekä korruptiota, edistää syrjäytymisvaarassa olevien, kuten liikuntarajoitteisten työntekijöiden palkkausta sekä sopeuttamista ja tukea yhteisön osallistumista sekä kehittämistä. Yrittäjien tulee itse johtaa vastuullista ja kestävää kehitystä, viranomaisten tukiessa toimia, esimerkiksi tarvittaessa täydentämällä asetuksia, edistämällä avoimuutta, luomalla markkinakannusteita vastuulliseen liiketoimintaan sekä jollain tasolla valvoa yritysten vastuullisuutta. Yrityksillä tulee olla vapaus soveltaa vastuullisen liiketoiminnan periaatteita ja tavoitteita omaan toimintaansa sopivaksi. (European Commission 2011, 7.)

Ammattiliitot ja kansalaisjärjestöt voivat toimia yhteistyössä yritysten kanssa kohti kestävämpää yhteiskuntaa määrittelemällä ongelmia sekä ratkaisemalla niitä yhdessä. Kuluttajat ja investoijat vaikuttavat taas vastuulliseen kehitykseen valitsemalla vastuullisesti toimivia yrityksiä. Median rooli on nostaa tietoisuuteen yrityksiä, jotka toimivat vastuullisesti, kuten myös yrityksiä joiden toiminta ei ole hyväksyttävää. (European Commission 2011, 7.)

Vastuun eri osa-alueet taloudellinen, sosiaalinen, ja ympäristövastuu tukevat kaikki toinen toisiaan sekä ovat myös riippuvaisia toisistaan. (Kuvio 1.) Jotta yritys tuottaa hyvinvointia

yhteisölle, täytyy sen liiketoiminnan olla kannattavaa. Jotta yritys vastuu toteutuu, täytyy yrityksen olla kilpailukykyinen sekä taloudellisesti suorituskykyinen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 18; Kuvio 1.) Yrityksen tulee huomioida taloudelliset vaikutukset yhteiskuntaan sekä yhteistyökumppaneihin (Panigrahi & Sheela 2015). Mikäli halutaan päästä kohti kestävää taloutta, tulee yrityksen olla toimintakykyinen pitkällä aikavälillä ja tehdä investointia tulevaisuutta ajatellen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 18.)



Kuvio 1. Harmaalan ja Jallinojan (2012) malli kestävä kehityksen kolmesta ulottuvuudesta

Yrityksen taloudellisesta vastuusta kertoo tapa, jolla yritys luo taloudellista hyvinvointia ympäristöönsä (Harmaala & Jallinoja 2012, 19). Mikäli yritys esimerkiksi ostaa raaka-aineita tai palveluita omaa yritystoimintaansa varten lähiympäristöstä, tukee se paikallista taloutta sekä työllistää ihmisiä oman yrityksensä ulkopuolella. Investoimalla alueensa muihin yrityksiin tukee yritys paikallista taloutta ja toimiin näin taloudellisesta näkökulmasta vastuullisesti (Kuvio 1).

Sosiaaliseen vastuun kohteena ovat kaikki yrityksen vaikutuspiirissä olevat ihmiset, ensisijaisesti sen työntekijät. Mikäli työnantaja edistää työntekijöidensä terveyttä, turvallisuutta sekä osaamisen kehittämistä yli lakivelvoitteiden, tukee hän näin sosiaalisesti kestävää toimintaa. Yhteiskunnallisesta näkökulmasta katsottuna yrityksen tulee ottaa vastuuta työllistamisestä ja palkata myös vähemmistöryhmään kuuluvia, kuten



maahanmuuttajia. Yrityksen toiminta ei vaikuta pelkästään sen omaan henkilöstöön, vaan lisäksi liikekumppaneiden ja alihankkijoiden työllistämiseen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 19.)

Länsimaissa monia sosiaalisen vastuun asioita velvoittaa laki, mutta monissa vähemmän kehittyneissä maissa lait eivät ole yhtä kehittyneitä ja monesti valta on yrityksellä. Suuria ongelmia ovat esimerkiksi palkkatason määrittelyminen ja lapsityövoima (Harmaala & Jallinoja 2012, 20). Esimerkiksi Thaimaassa ulkomaisten siirtolaistyöntekijöiden tulo maahan alentaa yleistä palkkatasoa. Siirtolaisia saapuu köyhemmistä naapurivaltioista kuten Kambodžasta ja Myanmarista. (Paitoonpong 2011, 164.)

Työntekijöiden, sidosryhmien ja muiden alueen yritysten lisäksi yrityksen sosiaalinen vastuu koskee asiakkaita. Vastuullisesti toimiva yritys kehittää asiakkaitensa kuluttajansuojaa sekä varmistaa tuoteturvallisuuden (Kuvio 1). Sosiaalisella vastuulla on suuri rooli puhuttaessa yrityksen vuorovaikutuksesta ja hyvistä toimintatavoista. Johtamistyylin huomioiminen ja kehittäminen edistää vastuullista toimintaa. (Harmaala & Jallinoja 2012, 20-21.) Yrityksen tulee olla tilivelvollinen sekä suorista että epäsuorista vaikutuksista yhteisöön (Panigrahi & Sheela 2015, 113).

Kehittyneissä ja nykyään lisäksi kehittyvissä maissa kannustetaan yrityksiä toimimaan ympäristön kannalta vastuullisesti. Yksi tärkeimmistä syistä tähän on kilpailuetu, mikä on lisännyt ympäristöystävällisesti toimivien yritysten määrää. Kaikki toimintavaiheet tuotannosta jakeluun pyritään tekemään ympäristöä kunnioittaen sekä johtamiseen on kiinnitetty huomiota käyttämällä erilaisia malleja ja standardeja millä pyritään tukemaan ympäristön hyvinvointia. Yritysten tulee kehittää käytäntöjään jätteiden ja päästöjen vähentämiseksi, toimia tehokkaasti ja tuottavasti sekä huomioida luonnonvarojen käyttö. (Leslie 2012, 20.)

Vastuullisesti toimiva yritys on selvillä toimintansa ympäristövaikutuksista ja pyrkii kehittymään koko ajan ympäristön kannalta parempaan suuntaan. Yritysten ympäristövastuuseen kuuluu ympäristönsuojelun lisäksi kasvihuonepäästöjen vähentäminen, luonnon monimuotoisuuden turvaaminen ja tehokas kierrätys. (Harmaala & Jallinoja 2012, 22.) Vastuullisen yrityksen tehtävä on kääntää erilaisia talouteen, ympäristöön sekä ihmisiin liittyviä ongelmia negatiivisesta positiiviseksi. Yritysvastuun toimilla saadaan aikaan kestävää muutosta, joka parantaa tuotteita, työskentelyä sekä verkostoa (Panigrahi & Sheela 2015, 112).

Botswana on erinomainen esimerkki vastuullisesti toimivasta kohteesta, sillä siellä toimii monia ekologisesti ja vastuullisesti toimivia yrityksiä, jotka ovat käyneet läpi Community-Based Natural Resource Management- ohjelman. Ohjelman tavoitteena on kehittää luonnonsuojelua, saada paikalliset osallistumaan matkailusuunnitteluun ja kiinnittää huomioita heidän hyvinvointiinsa. Botswanan itsenäistyessä vuonna 1996 ei siellä ollut matkailua lainkaan, kuitenkin vuonna 2006 oli matkailuala jo maan toiseksi suurin elinkeino. Vastuullisesti toimivan matkailun ansiosta elämänlaatu on parantunut monissa Botswanalaisissa kylissä, työpaikkojen lisääntyessä ja tulotasojen kasvaessa. (Spenceley 2008, 207-220.)

## **2.2 Vastuullisen yritystoiminnan toimintamallit**

Yhä useampien yritysten sitoutuessa vastuullisuuteen, on erilaisten vastuullisuuden ohjeiden ja toimintamallien määrä kasvanut. Tunnetuimpia ohjeita vastuulliseen liiketoimintaan on luonut vapaaehtoisvoimin toimiva International Institute for Sustainable Development (IISD) sekä Yhdistyneet Kansakunnat (YK). IISD koostuu liike-elämän ammattilaisista, jotka haluavat toteuttaa vastuullista liiketoimintaa ja tuoda sen periaatteita kaikkien tietoisuuteen. (Hawkins & Bohdanowicz 2012, 30; International Institute for Sustainable Development 2013.)

IISD on toiminut jo 80 vuotta, nykyisin 130 eri maassa. IISD on luonut yrityksille Business Charter for Sustainable Development- ohjeistuksen, joka kattaa ympäristön kannalta merkityksellisiä näkökohtia terveyteen, turvallisuuteen sekä talouteen liittyen, siitä miten toimia vastuullisesti. Ohjeistuksen tarkoitus on, että erilaiset ja kokoiset yritykset voivat kehittää vastuullisuuttaan, ottamalla käyttöön johtamismalleja, mittaamalla niiden vaikutusta sekä raportoimalla kehityksestä sisäisesti ja ulkoisesti. (International Institute for Sustainable Development 2013.)

Ohjeistuksen mukaan ympäristön ja ihmisten huomioiminen tulee priorisoida yhdeksi tärkeimmistä asioista johtamisessa, luomalla vastuullisuutta tukevia toimintamalleja ja ottamalla ne mukaan käytäntöön. Toimintamallien ja yrityksen arvojen kehittämistä tulee jatkaa koko ajan ottaen huomioon tekninen kehitys, tieteellinen asiantuntemus sekä asiakkaiden tarpeet ja yhteisön odotukset. Työntekijöitä tulee kouluttaa ja motivoida sekä asiakkaita tulee ohjeistaa ja tarpeen tullen jopa kouluttaa vastuullisempaan toimintaan. Yrityksen tulee kannustaa ja kehottaa yhteistyökumppaneita toimimaan vastuullisesti ja noudattamaan samoja periaatteita. Työntekijöiden sekä yhteisön ehdotuksille ja mielipiteille tulee olla avoin ja ne täytyy huomioida päätöksenteossa. (International Institute for Sustainable Development 2013.)

Ennen uuden projektin aloittamista tulee arvioida sen vaikutukset ympäristöön sekä ottaa huomioon muut vastuullisuuteen vaikuttavat tekijät. Laitteistoa ja resursseja täytyy suunnitella ja käyttää energiankäyttö huomioiden sekä uusiutuvaa energiaa hyödyntäen. Jätteen ja päästöjen synty tulee minimoida. Vastuullisesti toimiva yritys pyrkii käyttämään mahdollisimman ympäristöystävällistä teknologiaa. Asiakkaille tulee tarjota palveluita ja tuotteita, jotka valmistetaan turvallisesti, ympäristöä kunnioittaen sekä luonnonvaroja säästäen. (International Institute for Sustainable Development 2013.)

Vastuullisuuteen sitoutuneen yrityksen tulee pyrkiä kaikkiin keinoin välttymään ympäristövahingoilta kehittämällä valmistusta, markkinointia sekä tuotteen käyttöä tieteen ja tekniikan avulla sekä tukea ja tehdä tutkimusta ympäristövaikutuksista. Onnettomuuksia varten yrityksen tulee tehdä pelastussuunnitelma yhdessä paikallisyhteisön, viranomaisten sekä pelastushenkilökunnan kanssa huomioiden mahdolliset riskit ennakkoon. Ympäristötietouden kehittämiseen osallistuminen on tärkeää julkisella sekä sisäisellä tasolla. Ympäristönsuojelun tasoa kannattaa mitata ja arvioida sekä tuoda tulokset kaikkien tietoisuuteen. Vuoteen 2013 mennessä jo yli 2000 yritystä on sitoutunut noudattamaan näitä periaatteita ja monet alakohtaiset järjestöt käyttävät niitä vastuullisuusohjelmiensa perustana. (International Institute for Sustainable Development 2013.)

Ihmisoikeudet ovat merkittävä osa vastuullista liiketoimintaa, yritysten tulee kunnioittaa kaikkien ihmisoikeuksia sekä tukea niiden toteutumista. Yritysten tulee vapaaehtoisesti puolustaa niin työntekijöiden sekä muiden yhteisön jäsenten oikeuksia ja kiinnittää erityistä huomiota heikompien osapuolten, kuten naisten ja lasten, puolustamiseen. Yritys voi vaikuttaa ihmisoikeuksien toteutumiseen ja kehittämiseen monella tapaa, esimerkiksi liiketoimintansa kautta, sosiaalisilla investoinneilla, hyväntekeväisyydellä, edunvalvonnalla sekä yhteistyöllä eri järjestöjen kanssa. (United Nations.)

Ihmisoikeuksien lisäksi yritysten tulee tunnustaa työntekijöiden oikeus työ sopimusneuvotteluihin ja tehdä töitä syrjinnän poistamiseksi. Pakko- ja lapsityövoima ovat ehdottomasti tuomittavia. Työskentely korruptiota vastaan on erittäin tärkeää paikallisella sekä kansainvälisellä tasolla. YK on kehittänyt UN Convention Against Corruption (UNCAC)- ohjeistuksen, tärkeän kansainvälisen työkalun, avuksi korruption vastaiseen taisteluun. (United Nations.) Ohjeistuksen päätavoitteita ovat korruption vastaisten toimien tehostaminen, kansainvälisen yhteistyön edistäminen, tekniikan apuna käyttäminen sekä rehellisyyden ja vastuun lisääminen julkisten hallintojen tasolla (United Nations 2004, 7).

Vastuullisen liiketoiminnan periaatteita ovat luoneet monet järjestöt, joiden pohjalta Rebecca Hawkins ja Paulina Bohdanowicz (2012, 34-42) ovat rakentaneet ohjeistuksen yrityksille. Ohjeet on jaettu kolmeen eri kategoriaan, joita ovat; ympäristövastuu, ihmisten ja yhteisön kunnioittaminen sekä oikeudenmukaisuus ja läpinäkyvyys.

Oikeudenmukaisuudella sekä läpinäkyvyydellä Hawkins ja Bohdanowicz (2012, 40) haluavat tuoda esille sen, kuinka yritysten tulee osata määritellä vastuullisen liiketoimintansa arvot ja osata kommunikoida niiden puolesta. Läpinäkyvyyden kautta luodaan luotettavuutta. (Hawkins & Bohdanowicz 2012, 40.)

Ympäristövastuun osalta Hawkins ja Bohdanowicz (2012, 34-35) haluavat kehottaa yrityksiä välttämään luonnonvarojen tuhlausta sekä suojelemaan ja kehittämään ympäristöä. Yritysten tulee varautua tulevaan sekä kehittää tuotteita ja palveluita jotka ovat vastuullisia. Jotta ihmisiä ja yhteisöä kunnioitetaan, tulee heidän näkemyksensä ottaa huomioon ja sisällyttää vastuullisen liiketoiminnan käytäntöjä koko toimitusketjuun. Työntekijöiden lisäksi asiakkaat tulee sitouttaa toimimaan ympäristön, talouden sekä sosiaalisen hyvinvoinnin puolesta. Yrityksen tulee voida vaikuttaa yleisiin käytäntöihin, niin että ne tukisivat kokonaisvaltaista hyvinvointia. (Hawkins & Bohdanowicz 2012, 36.)

### **2.3 Vastuullisen yritystoiminnan kehitysprosessi**

Yritysvastuun eri elementit, ekologinen, sosiaalinen ja taloudellinen, muodostavat käytännössä riippuvuussuhteen toisiinsa. Kaikki liiketoiminta vaikuttaa jollain tasolla näihin kaikkiin elementteihin ja yhtä parantamalla voidaan vaikuttaa toisiin osa-alueisiin. (Harmaala & Jallinoja 2012.) Yritysvastuuta voidaan lisäksi tarkastella eri hierarkian tasoista (Mc Donald 2002, 21).

Juutisen ja Steinerin (2010, 103) mukaan yritys vastuun toteuttamisessa on viisi eri kehitysvaihetta ja Mc Donaldin (2002, 21) mukaan puhutaan viidestä hierarkkisesta tasosta. Juutisen ja Steinerin (2010, 103) kehitysvaiheiden mukaan ensimmäisenä yritykselle tulee tarve ja tahto tehdä jotain vastuullisuuden eteen, ehdotus voi tulla yrityksen johdosta tai jopa ulkopuoliselta taholta. Seuraavassa vaiheessa tunnetaan ylpeyttä siitä miten hyvin asiat ovat, jonka jälkeen toteutetaan kaikki helpot projektit ja julkistetaan ensimmäinen raportti. Neljännessä vaiheessa kaikki helposti toteutettavat vastuuprojektit on jo toteutettu ja työ vastuullisuuden puolesta voi alkaa tuntua hankalalta. Viimeisessä kehitysvaiheessa yritys huomaa, ettei vastuullista toimintaa voida johtaa

erillisenä projektina, vaan sen on oltava osa jokaista toimintoa. (Juutinen & Steiner 2010, 103.)

Mc Donaldin (2002, 22) mukaan ensimmäisessä vaiheessa ollaan yritys vastuun rakenteellisella tasolla, jossa suunnittelu tapahtuu. Usein yritys vastuusta kiinnostuu aluksi yksi henkilö tai pieni ryhmä, mikäli kyseessä on yrityksen johtohenkilö, lähtee muutos useimmiten nopeammin liikkeelle. Yksittäisen työntekijän kiinnostus yritys vastuusta ja sen toteuttaminen voi viedä pidempään, sillä johto täytyy ensin vakuuttaa vastuullisen toiminnan hyödyistä ja tärkeydestä. Usein muiden saman alan yritysten esimerkki on tärkeä kuluttajien vaatimusten lisäksi. (Juutinen & Steiner 2010, 104.)

Kun yritys vastuuta lähdetään rakentamaan, tulee ensin kartoittaa nykytilanne, eli mitä asioita yritys hoitaa jo vastuullisuuden periaatteiden mukaan. Esimerkiksi voidaan huomata että irtisanomiset ollaan pystytty välttämään vaikeissakin taloudellisissa tilanteissa tai kierrätys toimii jo ennestään, näin päästään tavoitetasolle yritys vastuun kehityksessä. (Juutinen & Steiner 2010, 104; Mc Donald 2002, 22.) Näistä vastuullisista toimista saadaan aikaan jo ensimmäinen yritys vastuun raportti, joko osana vuosikertomusta, tai erillisenä raporttina. Yritykselle voi olla hyvin huojentavaa sekä motivoivaa huomata että yritys vastuun piiriin kuuluu asioita jotka ovat jo hyvällä mallilla eikä näin ollen vastuullisen toiminnan eteenpäin kehittäminen tunnu liian haastavalta. (Juutinen & Steiner 2010, 104-105.)

Yritys vastuun kehittämisen valmisteluvaiheessa verrataan yrityksen nykytilaa muutosajureiden, esimerkiksi asiakkaiden, työntekijöiden ja yhteiskunnan vaatimuksiin ja odotuksiin. Vertailun pohjalta aloitetaan valmistelut kohti uutta, parempaa yritys vastuun tasoa. Tässä vaiheessa tehdään analyysi kilpailijoiden yritys vastuusta sekä pohditaan yrityksen keskeisiä päätavoitteita. Suunnitteluryhmässä tulee olla mukana yritys johdon jäseniä, jotta liiketoiminnallinen näkökulma pysyy mukana suunnittelussa. Kun uusia päätöksiä paremmasta yritys vastuusta on tehty, tulee huomioon ottaa aikataulu, resurssit ja se kenelle raportoidaan. (Juutinen & Steiner 2010, 116-117.)

Kun johto on päättänyt yritys vastuun uudesta suunnasta, tulee projektista tehdä koko yrityksen yhteinen. Uusista toimintatavoista tulee tiedottaa kaikkia yrityksen jäseniä esimerkiksi järjestämällä yhteinen tilaisuus, jossa asiasta kerrotaan. Yritys vastuun toimet koskevat kaikkia ja ne vaativat sitoutumista työntekijöiltä, yrityksen johdon tulee näyttää esimerkkiä. Tiedottaessa tulee käydä läpi yhteiset tavoitteet ja se mitä yksittäisiltä henkilöiltä odotetaan. On todettu että työntekijöiden tunteisiin vetoamalla saadaan aikaan lujempaa sitoutumista vastuullisuuteen. Ihannetilanteessa työntekijät tuntevat ylpeyttä

yrityksestä ja ovat motivoituneita saavuttamaan tavoitteet yhdessä. (Juutinen & Steiner 2010, 118.) Kun tavoitteet on määritelty, päästään strategiselle tasolle, jossa pohditaan, kuinka toiminta organisoidaan, jotta päästään mahdollisimman hyviin tuloksiin (Mc Donald 2002, 22.)

Strategiselta tasolta päästään siirtymään toteutukseen, jolloin täytyy pohtia millä keinoin tavoitteet saavutetaan suunniteltuja strategioita käyttäen (Mc Donald 2002, 22). Jotta muutos saadaan aikaan, tulee kaikkien yrityksen jäsenten ymmärtää mitä yritys vastuullisuudella tarkoitetaan ja mitä se merkitsee yritykselle ja yhteiskunnalle, tämän takia koulutus on tärkeä osa yritys vastuun toteuttamista. Työntekijät eivät voi olla motivoituneita ja sitoutuneita vastuulliseen toimintaan, mikäli he eivät ymmärrä sen merkitystä. Yritys vastuun termeistä tulee olla samaa mieltä. Yritys vastuun perusasiat tulee ottaa osaksi uusien työntekijöiden perehdytystä. (Juutinen & Steiner 2010, 124-125.)

Kun yritys vastuun päätavoitteet ja vastuut ovat selvillä, päästään viimeiselle tasolle, jolloin aletaan todella toteuttaa ja seurata vastuutoimia erilaisten ohjelmien ja projektien kautta. Ohjelman avulla luodaan käytännön toimenpiteet ja otetaan huomioon paikalliset olosuhteet sekä valitaan keinot, jotka johtavat haluttuun tavoitteeseen. Vastuutoimenpiteisiin tulee ottaa mukaan paikallista henkilökuntaa sekä sidosryhmien jäseniä, sillä he toimivat yrityksessä käytännön tasolla ja tiedostavat ongelmat. Tällainen toimintatapa viestii yrityksen todellisesta sitoutumisesta vastuullisuuteen ja hyvistä suhteista sidosryhmiin. (Juutinen & Steiner 2010, 139; Mc Donald 2002, 22.)

Jotta yritys vastuun toteutumista voidaan valvoa, tulee tavoitteiden saavuttamista seurata ja tuloksia mitata. Mittausta varten tarvitaan tunnuslukuja, joiden avulla kerätään ja tiivistetään seurattavan asian tulokset. Tunnuslukuja voi olla esimerkiksi henkilöstön vaihtuvuus tai energian kulutus. Tulosten paikkansapitävyydestä täytyy olla varmuus, muuten niiden pohjalta ei voida tehdä päätöksiä. (Juutinen & Steiner 2010, 182-183.)

Suurin osa yritys vastuutaan raportoivista yrityksistä käyttää apunaan GRI (Global Reporting Initiative) työkalua, joka syntyi YK:n ympäristöohjelman UNEPIN (United National Environmental Program) ja kestävästä kehityksestä ajavan CERES- yhteenliittymän (Coalition for Environmentally Responsible Economies) toimesta. GRI- ohjeiston periaatteita ovat tiedon tasapuolisuus, täsmällisyys, selkeys, vertailukelpoisuus ja luotettavuus. GRI- raporttiin kuuluu myös teknisiä laskentaohjeita ja toimialakohtaisia raporttimalleja. GRI antaa yritykselle ohjeistuksen raportoinnin vähimmäistasosta. (Harmaala & Jallinoja 2012, 224-225.)

## 2.4 Vastuullisen liiketoiminnan hyödyt

Jopa 88 prosenttia nuorista työntekijöistä kertoo yrityksen vastuullisuuden vaikuttavan työpaikan valintaan. Nuoret työntekijät eivät halua työskennellä yrityksessä, jonka arvot eivät kohtaa heidän omiensa kanssa. 86 prosenttia nuorista kertoo olevansa valmis vaihtamaan työpaikkaansa, mikäli yrityksen vastuullisuuden taso ei vastaakaan odotuksia. Toimitusjohtajista 61 prosenttia on ilmoittanut että nuoria työntekijöitä on nykyään erittäin vaikea saada jäämään yritykseen. Nämä osuudet kertovat selkeästi, että yritys vastuun ylläpitäminen on erittäin tärkeää yrityksen vetovoiman kannalta rekrytoinnissa. (Juutinen & Steiner 2010, 177.)

Erityisesti palvelualalla työntekijöiden vaihtuvuus on usein erittäin yleistä, työpaikkaa vaihdetaan helposti mikäli arvot eivät kohtaa tai työ ei anna tarpeeksi haasteita. Jatkuva uusien työntekijöiden rekrytoiminen ja perehdyttäminen tulee yritykselle kalliiksi sekä heikentää sen imagoa. Työntekijät huomioon ottavat, vastuullisesti toimivat yritykset houkuttelevat paremmin ammattitaitoisia sekä motivoituneita työntekijöitä. (Hawkins & Bohdanowicz 2012, 53.)



Kuvio 2. Juutisen & Steinerin (2010) malli yritys vastuun hyödyistä

Juutisen ja Steinerin (2010) mallin (kuvio 2) mukaan vastuullisen yritystoiminnan hyödyt jaetaan neljään pääosaan. Vastuullinen liiketoiminta parantaa yrityksen bisnesketteryyttä, eli sitä miten sujuvasti yritys löytää uusia markkinoita ja tuotteita sekä hyödyntää niitä. Vastuullinen yritystoiminta parantaa kilpailukykyä, sillä se houkuttelee asiakkaita ja työntekijöitä. Vastuullisesti toimivan yrityksen on helpompi saada rahoitusta itselleen. Verkostoituminen taas parantaa sidosryhmien tuntemusta ja tuo heidän odotuksensa paremmin esille. Kustannustehokkuus paranee, kun materiaalien ja energian käyttöä tehostetaan. Vastuullinen yritystoiminta mahdollistaa työntekijöiden ja johdon omien arvojen toteuttamisen, mikä lisää motivaatiota. (Kuvio 2.)

Sosiaalisen vastuun periaatteiden noudattaminen päivittäisessä johtamisessa vaikuttaa yritykseen ja sen työntekijöihin positiivisesti, esimerkiksi lisäämällä työntekijöiden uskollisuutta ja tyytyväisyyttä sekä sitoutumista organisaatioon. Mitä paremmin työntekijä saa huomiota sekä pääsee osaksi päätöksentekoa sitä sitoutuneempi hän on organisaatiota kohtaan. Luottamus ja positiivinen ilmapiiri syntyvät työntekijän ollessa ylpeä omasta työpaikastaan. (You, Huang, Wang, Liu & Un. 2013, 66.)

Toimiva yhteistyö paikallisyhteisön kanssa on erittäin tärkeää yritykselle, sillä usein heillä on päätäntävaltaa siitä, minkälaisia yrityksiä ja kehitystä alueelle halutaan. Mikäli paikalliset asukkaat eivät ole tyytyväisiä yrityksen toimiin, voivat he saada median puolelleen, mikä taas voi vaikuttaa asiakasmääriin. (Hawkins & Bohdanowicz 2012, 52.) Yrityksen asenne korruptiota kohtaan ja sopimukset paikallisten viranomaisten sekä järjestöjen kanssa kertovat paljon vastuullisuudesta sekä antavat medialle kuvan yrityksen luotettavuudesta. (Hawkins & Bohdanowicz 2012, 136.)

Useat järjestöt, kuten Greenpeace ja Third World Tourism julkaisevat tietoa yrityksistä, jotka toiminnallaan tuhoavat ympäristöä, eivät voi todentaa vastuullista toimintaansa millään konkreettisilla teoilla tai jotka esimerkiksi sallivat naisten ja lasten oikeuksien alas polkemisen (Hawkins & Bohdanowicz 2012, 136). Mikäli yritys esimerkiksi ei noudata ihmisoikeuksia liiketoiminnassaan, menettää se lupansa toimia, luotettavuuden yhteistyökumppaneidensa silmissä ja joutuu todennäköisesti ostajien boikottiin (United Nations).

Sidosryhmät, yhteistyökumppanit ja asiakkaat voivat vaikuttaa yrityksen menestykseen, joko negatiivisesti tai positiivisesti, riippuen yrityksen tavoista toimia. Nykyään viestit ja mielipiteet yhteistyökumppaneita tai työntekijöitä huonosti kohtelevista yrityksistä kulkevat nopeasti sosiaalisen median kautta ja negatiivista kuvaa on vaikeaa muuttaa. (Hawkins &



Bohdanowicz 2012, 135-136.) Asiakkaille arvostelun kertominen on yhä helpompaa nettisivustojen, kuten TripAdvisorin kautta, jossa on jo yli 500 miljoona arvostelua hotelleista, ravintoloista, baareista, kaupoista ja nähtävyyksistä (TripAdvisor 2017.) TripAdvisorista on tullut valtava kanava, joka voi nostaa yrityksen suureen suosioon tai heikentää sen imagoa asiakkaiden arvioinneista riippuen.

Työntekijöiden, kuluttajien ja sidosryhmien lisäksi sijoittajia sekä rahoittajia kiinnostaa yrityksen vastuullisuus. Yrityksen riskienhallinnan on syytä olla kunnossa. Sijoittajat eivät halua rahoittaa yritystä, jonka liiketoiminta sisältää paljon riskejä, joihin ei olla varauduttu. Ympäristöasioiden ja ongelmien hallinta ja ennaltaehkäisy ovat tärkeässä roolissa, sekä se miten vakavasti yritys suhtautuu esimerkiksi lapsityövoimaan. (Juutinen & Steiner 2010,107; Harmaala & Jallinoja, 2012, 59-60.)

Yritysvastuulla on selvä yhteys yrityksen taloudelliseen menestykseen. Panostamalla ympäristöön ja ihmisiin saavutetaan kustannussäästöjä ja kysynnän kasvua. (Juutinen & Steiner 2010, 107; Kuvio 2.) Energiatehokkuudella, raaka-aineiden käytön tehostamisella ja liikematkustamisen vähentämisellä säästetään yrityksen kuluja sekä luontoa. (Juutinen & Steiner 2010, 107; Harmaala & Jallinoja, 2012, 59).

### **3 Sosiaalinen vastuu**

Yrityksillä on moraalinen velvollisuus tuoda osa voitostaan yhteisönsä hyväksi tukemalla sosiaalista kehitystä, esimerkiksi koulutuksen ja terveydenhuollon kautta sekä taistelemalla köyhyyttä, väkivaltaa ja eriarvoisuutta vastaan. Yritys joka huomioi sosiaalisen vastuullisuuden, vaikuttaa toimillaan yhteisöön sekä ympäristöön läpinäkyvästi ja eettisesti. Vastuullinen yritystoiminta tukee kestävästä kehitystä. Vastuullisesti toimiva yritys ottaa huomioon yhteisön hyvinvoinnin, huomioi yhteistyökumppaneiden odotukset, noudattaa paikallista lakia sekä kansainvälisiä normeja. (Tigu, Popescu & Hornoiu 2016, 742.)

Vastuullinen toiminta tuo paikallisväestölle mahdollisuuksia vastaanottaa matkailun hyötyjä yhteisön häiriintymättä siitä (Mowforth & Munt 2009, 101). Paikallisväestön olosuhteet tulee aina ottaa huomioon jo palvelutuotannon ja infrastruktuurin suunnitteluvaiheesta aina projektin tai muun toiminnan päättymiseen asti. Päätöksenteossa tulee kuunnella paikallisväestöä, yrityksiä ja hallintoa tasapuolisesti sekä pyrkiä hyödyntämään paikallista osaamista. (Verhelä 2014, 146.)

Sosiaalisesti vastuullinen toiminta hyödyttää yhteisön lisäksi yritystä itseään. Vastuullisesti toimivat yritykset erottuvat edukseen kilpailussa, sillä nykypäivän matkailijat ovat valistuneempia sekä kiinnostuneempia matkakohteensa paikallisyhteisön hyvinvoinnista. Kilpailun lisääntyessä matkailualalla, tulee yritysten löytää uusia keinoja saada yhteys asiakkaisiinsa sekä herättää mielenkiintoa. Sosiaalisesti vastuullinen yritystoiminta ja sen edustamat arvot luovat erinomaiset mahdollisuudet tälle yhteydelle. (Tigu, Popescu & Hornoiu 2016, 743.)

Yritystoiminnan menestyksen kannalta hyvät suhteet yhteistyökumppaneihin, kuten paikallisyhteisöön, paikallisiin päättäjiin sekä mediaan, ovat erittäin tärkeitä. Vastuullinen yritystoiminta tukee näiden suhteiden toimivuutta, molemmin puoleista arvostusta sekä luotettavuutta. Työntekijät, joita kuunnellaan ja arvostetaan ovat sitoutuneempia yritykseen, mikä lisää yrityksen menestystä. (Tigu, Popescu & Hornoiu 2016, 743.)

#### **3.1 Koulutus, työllistäminen ja osallistuminen**

Vastuullinen matkailu antaa paikallisväestölle mahdollisuuden päätöksiin ja näin ollen lisää taloudellista hyvinvointia sekä yhdistää eri yhteisöjä. Paikallisten päätöksenteko helpottaa luomaan tasa-arvoisempia suhteita sidosryhmien ja matkailun välillä, luo

harmoniaa sekä yhteistyötä paikallistasolla. Ihmisten työskennellessä yhdessä he voivat saavuttaa yhteisiä tavoitteita. (Leslie 2012, 73.)

Ihmisiä tulee kouluttaa kehittämään, ja pitämään huolta kansallisperinnöstä sekä luonnosta. (Jamieson 2006, 7.) Kunnollinen koulutus varmistaa paikallisten osallistumisen matkailun hallintaan yhteisössä ja luo heille työpaikkoja. Vastuullisen matkailun harjoittaminen edellyttää koulutusta, edistääkseen yleistä ymmärrystä, liiketoimintataitoja ja ammattiosaamista. Koulutusten tulisi sisältää opetusta matkailusta, hotellin johtamisesta sekä muista tärkeistä aiheista. Henkilökuntaa tulee kouluttaa tietoisemmaksi matkailijoiden tarpeista ja kohteesta jossa he työskentelevät. On hyvä huomioida, että koulutus voi tapahtua monella tapaa, esimerkiksi luokkaopetuksena tai itseopiskeluna tietokoneelta. (Jamieson 2006, 28.)

Paikallisten osallistuminen on olennainen osa sosiaalisesti vastuullista toimintaa. Thaimaassa edesmennyt kuningas Bhumibol Adulyadej on pitänyt huolta paikallisten maanviljelijöiden osallistumisesta alusta loppuun heitä vaikuttaviin kehitysprojekteihin. Yhteisön osallistuminen varmistaa, että maanviljelijöillä on mahdollisuus ymmärtää käsillä oleva ongelma, rajallisuudet sekä projektien potentiaalit. The Royal Development Study Centre on tuonut useita projekteja käytäntöön, joissa ongelmat ratkaistaan yhdessä. Mukana projekteissa on ollut tekniikan ammattilaisia, kenttätyöntekijöitä ja paikallisia asukkaita. (Jamieson 2006, 53.)

Kuningas Bhumibol Adulyadej kehotti pitämään kehitysprojektit tarpeeksi yksinkertaisina, jotta ne ovat koko yhteisön ymmärrettävissä ja soveltuvat paikalliseen yhteisöön. Kehitysprojekteihin osallistuminen tulee olla vapaaehtoista, mutta on toivottavaa, että mahdollisimman moni yhteisön jäsen osallistuu. On tärkeää pitää hankkeet demokraattisina, jotta kaikilla on sananvaltaa muutokseen. Paikalliset olot, kuten ympäristö, kulttuuri ja perinteet tulee ottaa huomioon, kehityksen tulee olla sopusoinnussa niiden kanssa. Yhteisön täytyy olla vahva, jotta sen pohjalle voidaan luoda sosiaalisesti ja taloudellisesti kestävä tulevaisuus. (Jamieson 2006, 54.)



Kuvio 3. Hawkinsin ja Bohdanowiczin (2012) malli työntekijöiden osallistamisesta

Hawkinsin ja Bohdanowiczin mallin (kuvio 3) mukaan työntekijöiden omien arvojen tulee kohdata yrityksen arvojen kanssa, mikäli halutaan, että he ovat sitoutuneita yritysvastuuseen. Yritys, jonka toiminta vaikuttaa suoraan työntekijöiden omaan elinympäristöön saa usein työntekijät sitoutumaan paremmin vastuullisuustoimiinsa. (Hawkins & Bohdanowicz 2012, 179.) On tärkeää kouluttaa henkilökuntaa ymmärtämään mitä vastuullinen toiminta on, miksi sitä tehdään ja miten he siitä hyötyvät töissä sekä henkilökohtaisessa elämässä. (Hawkins & Bohdanowicz 2012, 182.)

Vastuullisen toiminnan tulee näkyä jokaisessa yrityksen työtehtävässä. On huomioitava ettei työntekijän osallistuminen vastuulliseen yritystoimintaan ole vain yksipuolista, vaan hänen täytyy myös saada palautetta. Työntekijöille tulee antaa vapaus innovoida uusia ideoita yrityksen hyväksi. Työ on paljon motivoivampaa, kun huomaa, että asioihin voi oikeasti vaikuttaa. (Hawkins & Bohdanowicz 2012, 186; kuvio 3.)

Matkailualan yritysten täytyy tarjota paikallisille laadukasta työtä sekä tehdä yhteistyötä paikallisten yritysten kanssa. Kansainvälisiä standardeja tulee noudattaa kansallisella sekä paikallisella tasolla. (Jamieson 2006, 7.) Matkailualalla työllistetään usein helposti vain nuoria, vanhempia työntekijöitä saatetaan syrjiä ja palkkaerot matkailun parissa

työskentelevien ja muun paikallisväestön kesken voivat kasvaa. (Verhelä 2014, 147.) Matkailualalle tyypillistä ovat alhaiset palkat sekä työn kausiluonteisuus, sillä esimerkiksi sää ja loma-ajat vaikuttavat paljon. Matkailuala parantaa myös naisten työllistettävyyttä, sillä palvelualan työt soveltuvat usein kaikille. (Spenceley 2008, 8.)

Thaimaalainen Klong Khwangin kylä on hyvä esimerkki onnistuneesta paikallisten osallistamisesta, jossa kehitettiin matkailua yhdessä. Klong Khwangissa käy lähinnä paikallisia turisteja katsomassa suurta makaavaa Buddhaa sekä muinaista kivipyörää, joilla on uskonnollinen merkitys thaimalaisille. Kehitystyötä lähdettiin tekemään yhdessä Canadian Universities Consortium Urban Environmental Management projektin avulla, joka oli osa Training and Technology Transfer (TTTP)- ohjelmaa. Yhteistyön tarkoituksena oli kehittää kylään suuntautuvaa matkailua kestäväällä tavalla. Tärkeää projektissa oli, että suunnitteluprosessiin osallistuivat kylän päämies, ryhmä paikallisia naisia, kyläkomitea sekä paikallisia nuoria. Kaikki osapuolet suunnittelivat kehitysprosessiaan yhdessä ja näin ollen projektista tuli kaikkien yhteinen. (Jamieson 2006, 65-66.)

### **3.2 Kulttuurinen vastuu**

Kulttuuri on yksi tärkeimmistä matkailun resursseista. Vuosisatoja ihmiset ovat halunneet matkustaa mitä eksoottisempiin kohteisiin ja tutustua erilaisiin kulttuureihin Afrikassa, Aasiassa ja Etelä-Amerikassa. Paikallisilla on ollut melko vähän sananvaltaa siihen, miten heidän kulttuuriaan on massatuotettu tai muunneltu matkailijoille sopivaksi. Matkailuala on pitkään hyötynyt myymällä alkuperäiskulttuureja viihteenä ja matkamuistoina, joiden yhteys paikallisiin ja heidän kulttuuriinsa voi olla todellisuudessa melko vähäinen. Tämä on johtanut kulttuuriperintöjen hyväksikäyttöön monissa kohteissa. (Leslie 2012, 75.)

Kulttuuri, paikalliset tavat ja arvot muuttuvat ja kokevat eräänlaista eroosiota lisääntyneen matkailun vuoksi. (Jamieson 2006 1.) Vastuullinen liiketoiminta edistää paikallisyhteisön eläväästä, luovaa kulttuuria ja pyrkii kehittämään sitä parempaan suuntaan. Yhteisön vahva kulttuuri-identiteetti kiinnostaa matkailijoita ja vahvistaa paikallisten yhteenkuuluvuuden tunnetta. Kulttuurin tulee olla monipuolista ja aitoa. (Richins 2009, 794.)

Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) (2016, 6.) on luonut kaakkoisaasialaisille matkailualan yritykselle standardeja, jotka auttavat ylläpitämään kulttuurillista koskemattomuutta ja rikastuttavat kulttuuriperintöä. Paikallisten toimijoiden

tulee tiedostaa oman kulttuurinsa merkitys, identifioida kulttuurilliset perinteet ja dokumentoida ne. Kulttuurin kehittämiseksi ja säilyttämiseksi voidaan luoda erilaisia ohjelmia, joissa keskitytään esimerkiksi perinteisten tapojen, arvojen ja identiteetin suojeluun. Toimijoiden täytyy pitää huoli, että kulttuuriin liittyviä säädöksiä ja lakeja noudatetaan. (ASEAN 2016, 6.)

Paikalliskulttuurin säilyttämiseen ja kehittämiseen kuuluu myös perinteisten elinkeinojen suojelu sekä uusien luominen. Yritysten tulee informoida matkailijoita, siitä miten kohteessa tulee käyttäytyä paikallisten kulttuurinormien mukaan. Yhteisön täytyy yhdessä päättää mitä he haluavat jakaa omasta kulttuuristaan vierailijoille, esimerkiksi mitä perinteitä halutaan esitellä matkailijoille. (ASEAN 2016, 6.)

Vastuullinen matkailu ei vahingoita paikallista kulttuuria, vaan lisää matkailijoiden ja paikallisten molemminpuolista kunnioitusta sekä kasvattaa paikallisten ylpeyttä omaa kulttuuria kohtaan. (David & Edgell 2016, 17.) On todettu, että esimerkiksi rantalomille suuntaavat matkailijat usein keskittyvät enemmän vesiturheiluun ja muihin ranta-aktiviteetteihin ja paikalliskulttuuriin tutustuminen voi jäädä taka-alalle. Kulttuurimatkailun suosio kuitenkin nousee koko ajan ja ihmiset haluavat yhdistää rantalomaan paikalliseen kulttuuriin tutustumista. (David & Edgell 2016, 231.)

Festivaalit ovat erinomainen tapa esitellä paikallista kulttuuria matkailijoille. Festivaalien ja tapahtumien järjestäminen tuo paikallisille mahdollisuuden nauttia kulttuuristaan ja vapaa-ajastaan. Festivaalien järjestäminen edistää paikallisyhteisön yhteistyö- ja organisointikykyä sekä lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta. Kun kehitetään autenttista kulttuurifestivaalia tai tapahtumia, on paikallisten tärkeää osata määritellä sen historiallinen ja kulttuurinen konteksti ja tuoda se matkailijoille interaktiivisella tavalla. Kun matkailijat osallistuvat paikalliseen kulttuuriin he sitoutuvat kohteeseen paremmin. (Jamieson 2006, 182-183.)

## 4 Matkailun vaikutukset paikallisyhteisöihin Kaakkois-Aasiassa

Matkailu kehittyvissä, kolmannen maailman maissa, kiehtoo ihmisiä upean luonnon ja kulttuurien monimuotoisuuden takia. Matkailua syrjäisempiin kohteisiin markkinoidaan suurena seikkailuna, jossa on mahdollisuus päästä kokemaan jotain mitä muut eivät ole vielä kokeneet. Paikallisväestölle matkailu taas tuo mahdollisuuden ansaita rahaa, mikä mahdollistaa alueen taloudellisen kehityksen. (Mowforth & Munt 2009, 1.)

Taloudellinen kasvu, sosio-kulttuurinen kehitys sekä infrastruktuuriin panostaminen ovat usein köyhemmissä maissa hyvin pitkälle matkailun ansiota. Matkailu suurien turistikohteiden ulkopuolella tarjoaa matkailijalle luontokokemuksia sekä mahdollisuuden tutustua aitoon paikalliseen kulttuuriin. Hyvin suunniteltu ja markkinoitu paikalliskohde täyttää matkailijoiden toiveet aidosta uudenlaisesta matkakohteesta. (Lo, Mohamad, Abang, Songan & Yeo 2012.) Vastuullisuus kuitenkin unohtuu helposti matkailun lisääntyessä pienempiin syrjäisiin yhteisöihin, jolloin kärsivät niin paikalliset kuin matkailijatkin (Jamieson 2006, 63).

Matkailun nopea kasvu toisen maailmansodan jälkeen vaikutti sosiokulttuuriin, talouteen sekä ympäristöön matkakohteissa. Massaturismin kasvoi nopeasti 1900-luvun lopulla muun muassa lisääntyneen markkinoinnin vuoksi. Suurin osa kasvusta sijoittui vähemmän kehittyneisiin kohteisiin, kuten Kaakkois-Aasiaan. (Leslie 2012, 72.) Vielä vuonna 1975 Itä-Aasian ja Tyynenmeren alue vastaanottivat vain noin 4 prosenttia kaikista matkailijoista, mutta jo vuonna 1995 oli matkailijoiden määrä kasvanut 15 prosenttia ja vuoteen 2013 mennessä 23 prosenttia (Mason 2015, 4).

Kaakkois-Aasian matkailu on kasvanut hurjaa vauhtia myös viime vuosina. World Tourism Organization (UNWTO) uusimman raportin (2017) mukaan vuonna 2015 Kaakkois-Aasiaan saapui 113 miljoonaa turistia, mikä on 9,1 prosenttia koko maailman matkailusta. Esimerkiksi Etelä-Amerikkaan saapui 32,7 miljoonaa matkailijaa ja koko Afrikkaan 57,8 miljoonaa (UNWTOa 2017, 9). Suurin muutos on tapahtunut Myanmarissa, jossa matkailijoiden määrä lähes kuusinkertaistui vuodesta 2011 vuoteen 2015, maan avauduttua matkailijoille. (UNWTO 2017, 9). Thaimaa ja Malesia houkuttelevat edelleen eniten matkailijoita Kaakkois-Aasiassa. Thaimaahan matkusti vuonna 2015 lähes 30 miljoonaa ihmistä. Kambodžan, Indonesian ja Laosin matkailu nousi 2-3 miljoonalla kävijällä.

Se miten matkapalveluita johdetaan, vaikuttaa paljon siihen ovatko matkailun vaikutukset negatiivisia vai positiivisia. Hyvin johdetut matkailupalvelut voivat saada aikaan taloudellista, sosiaalista, kulttuurillista ja poliittista kehitystä sekä luoda kehitysmahdollisuuksia paikallisyhteisöille ja koko kohdemaalle. Huonosti suunniteltu matkailu voi taas johtaa erittäin vahingollisiin vaikutuksiin (United Nations Environment.) Matkailun kasvun täytyy olla tarkkaan suunniteltua, kehitettyä ja johdettua paikallisyhteisön avulla (Jamieson 2006, 63).

Matkailuala on yksi maailmaan suurimmista työllistäjistä ja sen ekonomiset hyödyt ovat valtavat. Erityisesti kehittyvissä maissa tulojen kasvattaminen on matkailun harjoittamisen päämotivoija. (United Nations Environment.) Matkailun kasvu nostattaa maan taloutta muidenkin alojen osalta. Suoraan hyötyvät opaspalvelut, hotellit ja retkienjärjestäjät, näitä kutsutaan matkailun ensisijaisiksi ydinliiketoimijoiksi. Seuraavalla tasolla ovat toissijaiset toimijat; matkamuitseja tekevät ja myyvät käsityöläiset sekä ravintolat. Näiden lisäksi matkailusta hyötyvät vielä tukevat yritykset, kuten rahanvaihtoliikkeet, julkishallinto ja kuljetuspalvelut. (Harasarn & Chancharat 2014, 237.)

Ympäristön (luonnollisen sekä ihmisten rakentaman) hyvinvointi on hyvin olennainen osa matkailua. Matkailuun liittyy paljon toimintoja, jotka ovat haitallisia ympäristölle. Haittavaikutukset voivat vähitellen tuhota kohteen luonnonvarat, josta matkailu on riippuvainen. (United Nations Environment.) Matkailun seurauksena pienempien yhteisöjen ympäristön vaurioitumisen lisäksi esimerkiksi veden kulutus voi lisääntyä niin paljon, ettei sitä riitä paikallisille tarpeeksi (Jamieson 2006, 1).

Harvemmin asutuilla alueilla matkailu voi olla yksi paikallisten pääelinkeinoista (Lo, Mohamad, Abang, Songan & Yeo 2012). Parhaimmillaan matkailupalveluiden tuottaminen luo uusia työpaikkoja jopa sellaisille alueille joissa muuten elinkeinot ovat vähäisiä (Dodds & Kuehnel 2010, 221). Matkailu köyhempiin, vähemmän kehittyneempiin maihin ei kuitenkaan tuo pelkästään hyötyä vaan siihen liittyy myös monia ristiriitoja, esimerkiksi liikakansoitus, köyhyys sekä taudit (Mowforth & Munt 2009, 1). Muita haittavaikutuksia paikallisyhteisölle ovat matkailualan palkkojen alhainen taso, työn sesonkiluonteisuus sekä rikollisuuden lisääntyminen (Dodds & Kuehnel 2010, 222). Yleinen hintataso voi nousta, liikenne lisääntyä sekä paikallinen kulttuuri kärsiä (Jamieson 2006, 1).

Matkailun sosiokulttuuriset vaikutukset paikalliskulttuuriin tulevat joko suorasta tai epäsuorasta kontaktista matkailijoiden kautta. Sosiokulttuurisia vaikutuksia on hyvin vaikea mitata, sillä ne saattavat kehittyä vuosikausia. Vaikutuksia syntyy kun matkailu tuo



muutoksia paikallisväestön käyttäytymiseen ja uhkaa näin paikallisidentiteettiä. Muutokset usein vaikuttavat yhteisön rakenteeseen, perhesuhteisiin, perinteisiin elämäntyyliin, seremonioihin ja moraaliiin. (United Nations Environment.)

Matkailulla voi olla suuri vaikutus paikallisten elämäntyyliin, perinteisiin, käyttäytymiseen. Vaikka yhteisö ei suoranaisesti vahingoitu matkailun vaikutuksista, jää siitä jälki kulttuuriin. Matkailun vaikutus paikalliskulttuuriin ei aina ole kuitenkaan negatiivinen, mutta se esimerkiksi usein saa paikalliset vieraantumaan omasta kulttuuristaan uusien tapojen tullessa tilalle. Kulttuurilliset muutokset ovat usein havaittavissa vasta pitkällä aikavälillä, joten niiden mittaaminen on vaikeaa. (Mowforth & Munt 2009, 104.)

Matkailulla on kuitenkin myös monia positiivisia vaikutuksia paikallisyhteisöön ja sen kulttuuriin. Matkailun kasvu ja sen tuoma taloudellinen hyöty voi edistää rauhan syntymistä sotaisilla tai muuten kapinallisilla alueilla, sillä matkailijoita ja rahaa ei tule mikäli alue on levoton. Matkailun ansiosta paikalliset voivat tuntea uudenlaista ylpeyttä omasta kulttuuristaan ja vanhoja, jopa unohdettuja, perinteitä voidaan kaivaa taas esille. Eryteisesti kehittyvissä maissa ja kehitysmaissa muutetaan paljon kaupunkeihin työn takia. Matkailuala luo kuitenkin uusia työpaikkoja paikallisille ihmisille, niin ettei heidän tarvitse muuttaa pois omalta kotiseudultaan. (United Nations Environment.)

Kuluttajien uudet mieltymykset matkailualalla, kohti kestävämpää ja vastuullisempaa yritystoimintaa näkyvät selvästi. Kuluttajat eivät enää kaipaa perinteisiä valmismatkoja, vaan laatua, aktiviteettejä sekä ympäristöystävällisyyttä. Aktiivilomien suosio kasvaa koko ajan, ihmiset haluavat autenttisia kokemuksia haastavimmissa kohteissa. (Leslie 2012, 119.)

ASEANIN (2016) mukaan kansainvälinen matkailusektori muodostuu suurimmaksi osaksi pienistä yrityksistä. Järjestö määrittelee paikallisyhteisömatkailun (Community-Based Tourism) matkailuksi, minkä kehitys on hallittua ja pyrkii parantamaan yhteisön hyvinvointia ottaen huomioon ympäristön, taloudellisen ja sosiaalisen vastuun. Pienempiin paikallisyhteisöihin matkailu mahdollistaa paikallisille oman sosioekonomisen tulevaisuutensa suunnittelun, oman kulttuurinsa ylläpitämisen sekä edistää oikeudenmukaista isäntä-vieras vuorovaikutusta. Paikallisyhteisöihin kohdistuva matkailu koostuu lähinnä aktiivipalveluita tarjoavista matkailupalveluista, kulttuurimatkailun palveluista sekä ekomatkailusta. (ASEAN 2016, 1-2.)

## 5 Tutkimusmenetelmät

Kvantitatiiviset ja kvalitatiiviset tutkimukset ovat toisiaan täydentäviä suuntauksia, joiden eroja voi olla vaikea määrittää, eli niin sanottua oikeaa ja väärää tapaa ei ole. Sanotaan, että kvalitatiivinen tutkimus käsittelee merkityksiä ja kvantitatiivinen numeroita, mutta nämä kaksi ovat silti toisistaan riippuvaisia asioita. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2010, 134-135.; Silverman, 6.) Tämä työ on toteutettu kvalitatiivisella tutkimuksella.

Kvantitatiivisen tiedon analysoinnissa voidaan hyödyntää enemmän eri tekniikoita, mikä tekee siitä kvalitatiivisen tiedon analysointia helpompaa. Suurin ongelma laadullisen datan analysoinnissa on sen luontainen vaihtelevuus, joten samoja tekniikoita voi olla vaikeampaa käyttää eri tutkimuksiin. (Brotherton 2008, 207.) Kvantitatiivisessa, eli määrällisessä tutkimuksessa on olennaista tehdä johtopäätöksiä aiemmista tutkittavaan aiheeseen liittyvistä tutkimuksista sekä huomioida aiemmat teoriat. Käsitteet täytyy määrittellä sekä hypoteesi esittää. Muuttujat tulee muodostaa taulukkomuotoon ja aineisto tilastollisesti käsiteltävään muotoon. Laadullisessa tutkimuksessa päätelmät tulee tehdä havaintoaineiston tilastolliseen analysointiin perustuen. (Hirsijärvi ym. 2010, 140.)

Kvalitatiivinen, eli laadullinen tutkimus, pyrkii tutkimaan aihetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Tutkijan arvolähtökohdat vaikuttavat laadulliseen tutkimukseen, sillä arvot muovaavat sitä miten tutkittavat ilmiöt ymmärretään. Kvalitatiivisen tutkimuksen lopputuloksena voidaan paljastaa tai löytää tosiasioita, eikä niinkään todentaa olemassa olevia väittämiä. (Hirsijärvi ym. 2010, 161.) Laadullinen tutkimus painottaa enemmän sanoja, kuin numeroita. Tutkimusmenetelmänä se on induktiivinen, eli tutkitaan yksittäistä havainnointijoukkoa, josta muodostetaan yleistys tai teoria, aivan kuten tässä työssä on tehty. Laadullinen tutkimusprosessi on konstruktivinen, eli tutkijan aikaisemmat kokemukset vaikuttavat tutkimukseen sekä sen lopputuloksiin. Tämän tyyppinen tutkimus on myös interpretivisminen, eli tieto riippuu paljon tutkijan tulkinnasta. (Bryman & Bell 2007, 402.)

### 5.1 Sisällönanalyysi

Tutkimusmenetelmänä käytettiin aineistoanalyysia, tarkemmin sisällönanalyysia. Aineistoanalyysin luomiseen liittyy kolme eri esivalmisteluvaihetta. Ensimmäisessä

esivalmisteluvaiheessa täytyy aineiston tiedot tarkistaa, eli selvitetään puuttuuko tietoja tai onko kerätyssä aineistossa virheellisyyksiä. Seuraavaksi täydennetään tietoja, esimerkiksi haastattelun avulla. Viimeisessä vaiheessa aineisto järjestetään, jotta sitä voidaan analysoida. Tutkimusstrategialla on suuri merkitys siinä kuinka työläs vaihe on. Mikäli tehdään kvalitatiivista, eli laadullista tutkimusta on aineiston järjestämisessä suurempi työ. Kvantitatiivisen, eli määrällisen tutkimusaineiston järjestäminen ja analysointi on taas helpompaa. Jokaiselle havaintoyksikölle täytyy antaa oma arvo jokaisella muuttujalla, joita laadullisessa tutkimuksessa on paljon. (Hirsijärvi ym. 2010, 221-222.)

Sisällönanalyysi on yksi käytetyimmistä aineistoanalyysien tekniikoista, sitä käytetään usein kvantitatiivisena tekniikkana analysoimaan kvalitatiivista dataa, sillä se painottaa esimerkiksi avainsanojen ja kuvien luettelointia ja laskemista, joita voidaan objektiivisesti vertailla. (Brotherton 2008, 212.) Sisällönanalyysi tutkii dokumentteja ja tekstejä, jotka voivat olla printattuja tai sähköisiä. Sisällönanalyysi on hyvin joustava tutkimusmuoto, joka on sovellettavissa eri medioihin. Tämän tyyppisen tutkimuksen tulee olla systemaattinen sekä objektiivinen, eli tutkijan omien mielipiteiden, asenteiden ja arvojen tulisi näkyä työssä mahdollisimman vähän. Systemaattisuudella tarkoitetaan tutkimukseen ja sen kulkuun luotujen sääntöjen johdonmukaista soveltamista. Objektiivisuudella ja systemaattisuudella tarkoitetaan sitä, että kenen vain tulisi pysytää pääsemään samalla tutkimuksella samoihin lopputuloksiin. (Bryman & Bell 2007, 302-303.)

Analyysitapoja on kaksi erilaista: selittävä ja ymmärtävä. Selittävässä, eli induktiivisessa, toimintatavassa käytetään monesti tilastollista analyysia. Tässä työssä käytettiin ymmärtämiseen pyrkivää, deduktiivista lähestymistapaa, joka hyödyntää taas laadullista analyysia. (Brotherton 2008, 211-212.) Sisällönanalyysillä pyritään kuvaamaan ilmiötä tiivistetysti ja yleisesti (Tuomi & Sarajärvi 2009, 103). Tutkimusmenetelmäksi valittiin sisällönanalyysi, sillä se sopii parhaiten tämän tyyppiseen työhön, jossa tarkastellaan useita yrityksiä ja halutaan päästä mahdollisimman yleistävään lopputulokseen.

Sisällönanalyysin analysointitapana käytettiin teemoittelua ja taulukointia. Teemoittelulla tarkoitetaan aineistoin purkamista ja järjestämistä erilaisiin tutkimuksen kannalta oleellisiin kategorioihin, kuten tässä tutkimuksessa eri sosiaalisen vastuun aihealueisiin. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 101.) Kun aineistosta valittu tieto on jaettu kategorioihin, voidaan sitä alkaa kvantifioimaan. Kvantifiointivaiheessa lasketaan kuinka monta kertaa kategorioiden asiat esiintyvät aineistossa, eli tässä tapauksessa yritysten ja järjestöjen ulkoisessa viestinnässä. Laskentaa varten luodaan analysointirunko, eli taulukko. Taulukoinnilla lasketaan teemoja sekä vertaillaan ryhmien välisiä eroja, kuten tässä työssä tehtiin. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 120.)

## 5.2 Analysointimallin luominen

Taulukossa (taulukko 1) käydään läpi jokainen valittu yritys, niiden ulkoista viestintää apuna käyttäen, sen mukaan mitä näistä sosiaalisen vastuun toimista yritys toteuttaa. Ensimmäisessä sarakkeessa kerrotaan mistä aineistolähteestä aineisto on saatu. Toisessa sarakkeessa kerrotaan missä maassa yritys toimii ja kolmannessa sarakkeessa mikä yritys on kyseessä. Neljänteen sarakkeeseen merkitään järjestääkö yritys minkäänlaista koulutusta työntekijöilleen ja viidenteen sarakkeeseen annetaanko työntekijöille mahdollisuudet päätöksentekoon. Kuudenteen sarakkeeseen merkitään työllistääkö yritys paikallisia tai välillisesti muita alueen yrittäjiä. Seitsemänteen sarakkeeseen merkitään osallistaako yritys työntekijöitään ja viimeiseen sarakkeeseen huomioiko se alueen paikalliskulttuurin säilyttämisen. Taulukon avulla analysoidaan yhteensä kymmenen yritystä.

Taulukko 1. Analysointirunko

AINEISTOLÄHDE	MAA	YRITYS	KOULUTUS	PÄÄTÖKSENTEKO	TYÖLLIS- TÄMINEN	OSALLIS- TAMINEN	KULT- TUURI

Taulukon (taulukko 1) tutkittaviksi aiheiksi valittiin tutkimuksen alaongelmat, eli koulutus, päätöksenteko, työllistäminen, osallistaminen sekä kulttuuri, jotka nousevat esiin jo aiemmin tietoperustan sosiaalisen vastuun kappaleessa. Koulutuksen tärkeyttä korostivat esimerkiksi Tigu, Popescu ja Hornoiu (2016, 742), Jamieson (2006, 28) sekä Hawkins ja Bohdanowicz (2012, 182). Työpaikkojen luomisen ja paikallisen osaamisen puolesta puhuivat erityisesti Verhelä (2014, 146) ja Jamieson (2006,28). Tässä taulukossa työllistämällä tarkoitetaan sitä, että yritys työllistää joko vähemmistöryhmiin kuuluvia,

vaikeista oloista tulevia paikallisia tai muita työntekijöitä välillisesti oman yrityksensä ulkopuolelta. Tietoperustan neljännessä kappaleessa Doddsin ja Kuehneliin (2010, 221) mukaan matkailupalveluiden tulisi luoda työpaikkoja alueille, joissa muut elinkeinot ovat vähäisiä. Verhelä (2014, 146), Leslie (2012, 73) ja Hawkins sekä Bohdanowicz (2012, 182) korostivat työntekijöiden päätöksenteon mahdollistamisen merkitystä ja Jameson (2006, 53) taas toi esiin paikallisten osallistamisen tärkeyden.

### **5.3 Tutkittavien yritysten valinta**

Taulukon (taulukko 1) aineistolähteinä toimivat englantilainen World Travel Tourism Concern (WTTC) sekä Pacific Asia Travel Association (PATA) -järjestöt. Molemmat järjestöt ovat järjestäneet kilpailuja, joissa palkitaan vastuullisesti toimivia matkailualan yrityksiä. Tutkimukseen on valittu kilpailuiden, Tourism for Tomorrow ja Tourism InSPIRE, voittajista ja finalisteista vain Kaakkois-Aasiassa toimivat matkailuyritykset. WTTC:n ja PATA:n nettisivujen lisäksi tietoja täydennettiin yritysten omaa ulkoista viestintää apuna käyttäen. Nämä kansainväliset järjestöt valittiin, sillä ne ovat palkinnet useita kaakkoisaasialaisia matkailualan yrityksiä, joita tässä työssä haluttiin tutkia.

PATA järjesti vuonna 2015 EU:n rahoittaman Tourism InSPIRE Awards -kilpailun, yhdessä United Nations Environment Programin (UNEP) sekä SWITCH -Asian Regional Policy Support Component (RPSC) -järjestöjen kanssa. Kilpailussa palkittiin yrityksiä, jotka ovat toiminnassaan huomioineet vastuullisuuden kolme ulottuvuutta. Kriteerit perustuvat kansainvälisiin vastuullisuuden periaatteisiin. Kuusi matkailualan yritystä ja järjestöä palkittiin ja näiden lisäksi kolme yritystä saivat kunniainninnat raadilta. (PATA 2017.)

WTTC järjestää vuosittain Tourism for Tomorrow -kilpailun, jonka viiteen eri kategoriaan matkailualan yritykset voivat osallistua. Kilpailussa palkitaan vastuullisesti toimivia yrityksiä, jotka ovat osoittaneet onnistumisensa yhteisön tai muuten ihmisten hyväksi työskentelemisessä, ympäristön huolehtimisessa, innovoimisessa, tai olemalla vastuullinen matkakohde. Tourism for Tomorrow on järjestetty jo kuutena vuotena. (Tourism for Tomorrow.) WTTC on ainut maailmanlaajuinen järjestö joka tuo yhteen kaikki matkailualan toimijat lentoyhtiöistä matkanjärjestäjiin ja antaa niille mahdollisuuden kommunikoida hallituksille ja muille kansainvälisille tahoille yhtenä rintamana tarkoituksena kasvattaa matkailualan markkinoita harmoniassa ympäristön kanssa. (WTTC.) PATA on voittoa tavoittelematon järjestö, joka pyrkii kehittämään matkailua vastuullisempaan suuntaan Aasia-Tyynimeri alueella. PATA tekee tärkeää tutkimustyötä matkailun parissa ja järjestää jäsenilleen inspiroivia tapahtumia (PATA 2017.)

Parhaasta majoitusbrändistä Tourism InSPIRE Awardseissa palkinnon sai filippiiniläinen El Nido Resorts, joka tarjoaa asiakkailleen monenlaisia aktiviteettejä, kuten ruoanlaittokursseja sekä melontaa. Vuonna 2013 El Nido Resorts voitti myös Tourism for Tomorrow -kilpailussa palkinnon yhteisökategoriassa. (El Nido Resorts 2017; PATA 2017; WTTC.) Finalistipaikan sai monipuolisesti aktiviteettejä tarjoava Loola Adventure Resort Indonesiasta (Tourism for Tomorrow).

Safariaktiviteettejä ja majoitusta tarjoava Malesialainen Sukau Rainforest Lodge voitti palkinnon kategoriassaan paras yksityinen majoitus. Sukau syntyi Borneo Eco Toursin johtajan, Albert Teon toimesta. Teon mukaan ekomatka ei ole mitään ilman ekologista majoitusta, joten hän rakensi mökin, josta on hyvät mahdollisuudet luonnon tarkkailuun ja joka toimii luontoretkien tukikohtana. Sukau on Borneon ekomatkailun esikuva, se on toiminut jo yli 20 vuotta edistään ympäristön ja yhteisön hyvinvointia. Sukau Rainforest Lodge muodostaa yhdessä Borneo Eco Toursin kanssa voittoa tavoittelemattoman Sukau Ecotourism Research and Development Centre -järjestön, joka tunnetaan myös nimellä Borneo Ecotourism Solutions & Technologies Society (BEST). Järjestön tavoitteena on johtaa eko- ja yhteisöprojekteja. (PATA 2015; Sukau Rainforest Lodge 2017.)

Toinen Borneolainen yritys, Borneo Rainforest Lodge, palkittiin InSPIRE -gaalassa. Borneo Rainforest Lodge sai palkinnon olemalla paras vastuullinen kohde. Rainforest Lodge sijaitsee Danum Valley -suojelualueella, jossa asuu satoja eri eläinlajeja. (Borneo Rainforest Lodge 2009; PATA 2015.) Yhteisöön panostamisesta tunnustusta sai filippiiniläinen paikallisista koostuva Bojo Aloguinsan Ecotourism, joka järjestää ekoretkiä Bojo-järvellä. (PATA 2017.)

Tourism for Tomorrow –kilpailu järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 2012, jolloin Destination- kategoriassa finalistiksi pääsi sukellusta, snorklausta ja muita aktiviteetteja, kuten retkiä paikalliskyltiin, tarjoava Misool Eco Resort. Misool sijaitsee Indonesiassa Länsi-Papuan tuntumassa. Yritys on perustanut oman Misool- järjestön, jonka tehtävänä on suojella luontoa, erityisesti koralliriuttoja sekä luoda paikallisille mahdollisuuksia päätöksentekoon. Tänä vuonna (2017) Misool on taas ehdokkaana Tourism for Tomorrowssa, tällä kertaa Environment Award -kategoriassa. (Misool 2017; Tourism for Tomorrow.)

Parhaasta yhteisön hyväksi työskentelystä finalistipaikan vuonna 2012 sai retkiä järjestävä Soria Moria Boutique Hotel Kambodžasta, mikä todella panostaa henkilökuntansa hyvinvointiin ja koulutukseen. Finalistina yhteisökategoriassa vuonna

2016 oli vietnamilainen Sapa O'Chau, mikä järjestää vaelluksia Sapan alueella sekä harjoittaa kahvilatoimintaa ja käsityökauppaa. O'Chaun omistavat paikallisiin vähemmistöihin kuuluvat yrittäjät, jotka pyrkivät kohti kestävämpää ja vastuullisempaa matkailua köyhällä Sapan alueella. Sapa O'Chaun lisäksi finalistina yhteisökategoriassa vuonna 2016 oli Indonesialainen Yayasan Ekowisata, joka tarjoaa matkailijoille majoitusta Waerebon kylässä ja erilaisia retkiä kahviin liittyen, jota viljellään alueella. Waerebo sijaitsee erittäin syrjässä, kylään pääsee vain kävelemällä neljä tuntia, sillä sinne ei johda kunnollisia teitä. (Tourism for Tomorrow.)

Kinyei International sai kilpailussa vuonna 2016 maininnan sen toiminnasta ihmisten hyväksi. Kinyei Internatonal on vuonna 2009 perustettu kambodžalainen järjestö, jonka tavoitteena on edistää paikallisten nuorten yrittäjyyttä sekä vastuullista matkailua kahden matkailuyrityksen, Soksabiken ja Kinyei Cafen, kautta. (Tourism for Tomorrow.)

## 6 Tulokset

Tässä kappaleessa käsitellään tutkimuksen tuloksia teema kerrallaan. Koulutuksesta otti vastuuta kymmenestä yrityksestä kahdeksan. Ainoastaan Yayasan Ekowisata ja Borneo Rainforest Lodge eivät maininneet nettisivuillaan kouluttavansa työntekijöitään.

Päätöksentekoon työntekijöitä ja muita paikallisia mukaan ottavat alle puolet, eli neljä yritystä kymmenestä. Kaikki tutkimuksen yritykset tukevat yhteisöä työllistämällä vaikeista lähtökohdista tulevia paikallisia ja välillisesti myös muita yhteisön yrittäjiä tai luomalla työpaikkoja alueille joissa elinkeinot ovat vähäisiä. Työntekijöitä tai yhteisön muita jäseniä toimintaansa osallistaa kuusi kymmenestä, eli yli puolet tutkimuksen yrityksistä.

Paikalliskulttuuria tukevat neljä kymmenestä yrityksestä. (Taulukko 2.)

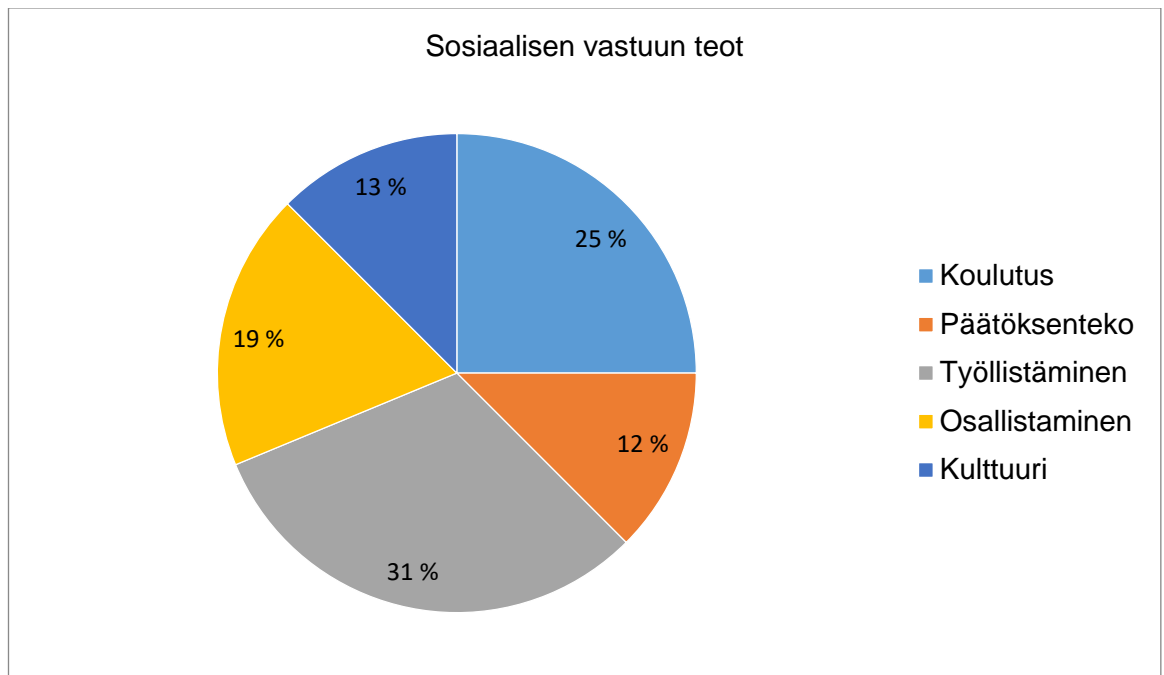
Taulukko 2. Tulokset

AINEISTOLÄHDE	MAA	YRITYS	KOU- LUTUS	PÄÄTÖK- SENTEKO	TYÖLLIS- TÄMINEN	OSALLIS- TAMINEN	KULT- TUURI
Tourism For Tomorrow	Indonesia	Loola Adventure	X	X	X	X	
Tourism For Tomorrow	Vietnam	Sapa O'Chau	X	X	X	X	X
Tourism For Tomorrow	Kambodža	Kinyei Internationa I	X	X	X	X	X
Tourism For Tomorrow	Indonesia	Yayasan Ekowisata			X		X
Tourism For Tomorrow	Indonesia	Misool Eco Resort	X		X	X	
Tourism For Tomorrow	Kambodža	Soria Moria	X	X	X	X	X
Tourism InSPIRE	Filippiinit	Bojo Aloguinsan	X		X		
Tourism InSPIRE +Tourism For Tomorrow	Filippiinit	El Nido Resorts	X		X		
Tourism InSPIRE	Malesia (Borneo)	Sukau Rainforest Lodge	X		X	X	



Tourism InSPIRE	Malesia (Borneo)	Borneo Rainforest Lodge				X		
--------------------	---------------------	-------------------------------	--	--	--	---	--	--

Taulukosta käy ilmi, kuinka koulutus ja työllistäminen ovat selvästi sosiaalisesti vastuullisesti toimivat yrityksen päätavoitteet (kuvio 4). Koulutuksen ollessa kunnossa, voidaan työllistää, jonka jälkeen voidaan antaa vastuuta ja päätösvaltaa. Taulukon tulokset kertovat, että sosiaalista vastuullisuutta implementoidaan jo paljon, mutta kehittämisen varaa on edelleen.



Kuvio 4 Sosiaalisen vastuun tekojen jakautuminen

## 6.1 Koulutus

El Nido Resorts tarjoaa koulutusta oman henkilökuntansa lisäksi myös muille matkailualan työntekijöille alueella. Vuodesta 2005 El Nido Resorts on järjestänyt koulutuksia erilaisiin tehtäviin kerroshoitoon, ravintolaan, vastaanottoon sekä kouluttanut hierojia. Lisäksi paikallisten kylien naisia on koulutettu tekemään käsitöitä, joita hotelli heiltä ostaa. (El Nido Resorts 2017; PATA 2017; WTTC.)

Borneo Rainforest Lodgen järjestö, Sukau, on järjestänyt erilaisia tapahtumia, koulutuksia ja työpajoja koululaisille sekä muille alueen paikallisille. (Borneo Rainforest Lodge 2009; PATA 2015.) Misool on taas rakentanut alueelle päiväkodin sekä tukee monia alueen opettajia. (Misool 2017; Tourism for Tomorrow.)

Soria Moria tarjoaa työntekijöilleen ammatillisen koulutuksen lisäksi sponsoreita korkeampaan koulutukseen esimieskoulutuksen lisäksi sekä tekee yhteistyötä paikallisten hyväntekeväisyysjärjestöjen kanssa. (Tourism for Tomorrow.) Soria Moria järjestää työntekijöilleen retkiä Kambodžan eri kohteisiin, jotta he oppisivat lisää omasta kulttuuristaan sekä siitä, mitä heidän maallaan on tarjota matkailijoille (Soria Moria 2014).

Loolan omistajat ovat molemmat opettajia, joten heille työntekijöiden, paikallisten asukkaiden ja vierailijoiden kouluttaminen on luonnollista. Loolassa vierailee esimerkiksi paljon kouluryhmiä oppimassa ekologisuudesta ja vastuullisuudesta. (Tourism for Tomorrow; Loola.) Sapa O'Chau tukee paikallisia kouluja sekä opiskelijoita ja sen yksi päätavoitteista on markkinoida koulutuksen tärkeyttä. (Sapa O'Chau, 2017; Tourism for Tomorrow.)

Kinyei Cafessa koulutetaan kambodžalaisia nuoria baristoiksi. Koulutuksen laadusta kertoo se, että osa heistä on jopa voittanut kansallisia baristakilpailuja. Tämän lisäksi Kinyei kouluttaa myös asiakkaitaan, opettamalla heille paikallista elämäntapaa ja kulttuuria. (Tourism for Tomorrow.)

## **6.2 Päätöksenteko ja työllistäminen**

Borneo Rainforest Lodgen perustama järjestö Sukau pyrkii luomaan paikallisille mahdollisuudet päättää itseään koskevista asioista paikallistasolla. (Borneo Rainforest Lodge 2009; PATA 2015.) Soria Morian työntekijät ovat osakkaita yrityksessä, joten heillä kaikilla on mahdollisuus vaikuttaa yritystä koskeviin päätöksiin sekä saada voittoja. (Tourism for Tomorrow.) Loola sekä Kinyei International ovat mahdollistaneet työntekijöidensä osallistumisen päätöksentekoon luomalla heille puitteet toimia yrittäjinä. Loolassa baaritoiminta sekä retkien järjestäminen ovat paikallisten työntekijöiden vastuulla, joten heillä on yrittäjinä täysi päätäntävalta omaan liiketoimintaansa. (Tourism for Tomorrow.) O'Chaun omistavat vähemmistöihin kuuluvat paikalliset, jolloin yritys myös luonnollisesti tukee paikallisia vähemmistöryhmiä antamalla heille päätösvaltaa. (Sapa O'Chau, 2017; Tourism for Tomorrow.)

El Nido Resort työllistää paikallisia el nidolaisia sekä pienen Tatay- kylän asukkaita. Työllistäminen mahdollistaa sen, että he voivat pysyä kotiseudullaan eikä työtä tarvitse lähteä etsimään muualta. El Nido Resort työllistää ja tukee myös paikallisia

maanviljelijöitä, sillä hotelli hankkii suurimman osan raaka-aineista heiltä. (El Nido Resorts 2017; PATA 2017; WTTC.) Borneo Rainforest Lodge pyrkii toiminnallaan parantamaan paikallisyhteisön hyvinvointia työllistämällä paikallisia yrittäjiä. (Borneo Rainforest Lodge 2009; PATA 2015.) Loola työllistää paikallisia pienen kylän asukkaita tarjoamalla heille työpaikkojen lisäksi mahdollisuuden yrittäjyyteen. (Tourism for Tomorrow; Loola.)

Spa O'Chaun 52 työntekijästä 48 kuuluu johonkin paikalliseen vähemmistöryhmään. Sapa O'Chau tukee paikallisia opiskelijoita ja tarjoaa heille työtä vaellusoppaina. Opiskelijoiden lisäksi O'Chau työllistää köyhiä maanviljelijöitä, jotta heidän lapsillaan olisi mahdollisuus päästä kouluun. (Sapa O'Chau, 2017; Tourism for Tomorrow.) Kiney Internationalin yritys Soksabike työskentelee 30 paikallisen perheen kanssa ja jakaa voitot heidän kanssaan aina kun ryhmä vierailee perheen luona. Kinyein tarkoituksena on tarjota työtä matkailualalla vaikeista lähtökohdista ponnistaville nuorille.

Yayasan Ekowisata mahdollistaa köyhän Waerebon kylän kehittymisen turismin avulla, tarjoamalla työtä ja sitä kautta tuloja matkailun parissa muulta maailmalta syrjässä eläville kyläläisille. (Tourism for Tomorrow.) Misool tarjoaa työtä reilusti yli sadalle paikalliselle syrjäisellä saarella, jossa elinkeinot ovat vähäiset. (Misool 2017; Tourism for Tomorrow.) Soria Moria tarjoaa työtä sekä osakkuutta yrityksestä köyhistä lähtökohdista ponnistaville paikallisille. (Tourism for Tomorrow.) Bojo Aloguinsan työllistää paikallisia kalastajia sekä heidän perheitään, joiden tulot muutoin ovat vain noin 70 dollaria kuukaudessa. Lähes kaikki Sukau Rainforest Lodgen työntekijät ovat paikallisia Borneolaisia. (PATA 2015.)

### **6.3 Osallistaminen ja kulttuuri**

Sukaun yksi päätavoitteista on osallistaa paikallisia mukaan päätöksentekoon. (Borneo Rainforest Lodge 2009; PATA 2015.) Misool on järjestänyt yhteisön yhteisen kierrätysprojektin, jossa paikalliset kierrättävät jätteet ja Misool hoitaa niiden kuljetuksen takaisin mantereelle, jossa ne kierrätetään uusiokäyttöön. Misoolin oma järjestö osallistaa paikallisia koralliriuttojen suojeluun. (Misool 2017; Tourism for Tomorrow.)

Soria Moria keskittyy työntekijöidensä koulutuksen lisäksi heidän osallistamiseensa. Kaikki työntekijät, kerroshoidosta esimiehiin omistavat osan yrityksestä. Työntekijät esiintyvät hyvinä roolimalleina muille yhteisön jäsenille puhumalla vastuullisen yritystoiminnan puolesta. Loolan henkilökunta on osallistettu mukaan liiketoimintaan tarjoamalla heille mahdollisuus toimia yrittäjinä. (Tourism for Tomorrow.) Yksi O'Chaun päätavoitteista on osallistaa yhteisöä mukaan omaan toimintaansa. (Sapa O'Chau,

2017;Tourism for Tomorrow.) Kiney International luo pohjan uusien ideoiden syntymiselle ja kehittämiselle sekä haluaa osallistaa syrjäytymisvaarassa olevia nuoria mukaan toimintaansa. (Tourism for Tomorrow.)

Sapa O'Chau tukee paikallisia tarjoamaan kotimajoitusta matkailijoille, jolloin molemmat osapuolet pääsevät jakamaan omaa kulttuuriaan toisilleen. (Sapa O'Chau, 2017;Tourism for Tomorrow.) Yayasan Ekowisatan ideana on, että kyläläiset jakavat kulttuuriaan matkailijoiden kanssa ja ansaitsevat sillä rahaa, joten esimerkiksi luontoa ja kulttuuriperintöä vahingoittava laitton hakkuu on jäänyt vähemmälle.

Kinyei Internationalin yritys Soksabike tarjoaa koulutuksellisia pyöräkerroksia Battambangin maaseudulla. Pyöräretkillä tutustutaan paikalliseen kulttuuriin sekä opitaan esimerkiksi millaista on muslimin elämä buddhalaisessa valtiossa. (Tourism for Tomorrow.) Soria Moria kouluttaa työntekijöitään tuntemaan oman maansa kulttuuria laajemmin järjestämällä matkoja Kambodžan eri kohteisiin. Soria Moria tarjoaa myös paikallisen khermin kielen kirjoitus- ja lukuopetusta työntekijöilleen sekä muille paikallisille. (Soria Moria 2014.)

## 7 Pohdintaa

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa mitä sosiaalisen vastuun tekoja kaakkoisaasialaiset matkailualan yritykset toteuttavat sekä selvittää seuraaviin alaongelmiin vastaukset:

- Miten yritykset kouluttavat työntekijöitään ja yhteisön jäseniä?
- Miten yritykset lisäävät työntekijöidensä päätäntävaltaa?
- Ketä yritykset työllistävät?
- Miten yritykset osallistavat työntekijöitään ja yhteisön jäseniä?
- Miten yritys huomioi alueen paikalliskulttuuriin säilyttämisen?

### 7.1 Koulutuksen keinot

Kahdeksan kymmenestä tutkimukseen valitusta yrityksestä on selvästi panostanut työntekijöidensä koulutukseen. Koulutus luo tärkeän pohjan työllistymiselle sekä muille sosiaalisen vastuun osa-alueille. Vain koulutukseen panostaneet yritykset ovat mahdollistaneet työntekijöidensä osallistamisen sekä antaneet heille päätäntävaltaa. Kouluttamattomat työntekijät eivät osaa vaatia oikeutta päätöksiin tai osallistumista esimerkiksi hallinnollisiin tehtäviin. Yritykset tekevät koulutuksen eteen paljon, mikä varmasti johtuu osittain Kaakkois-Aasian heikosta koulutustilanteesta. Isolla osalla kaakkoisaasialaisista ei ole varaa kouluttautua eikä koulutuksen taso ole välttämättä niin hyvä.

El Nido Resorts ja Sukau panostavat työntekijöidensä lisäksi myös muiden paikallisyhteisöön kuuluvien kouluttamiseen, mikä parantaa koko yhteisön elämänlaatua ja työllistymismahdollisuuksia. Kinyei International ja Loola opettavat myös asiakkaitaan. Kinyein Soksabike –kierroksella matkailija oppii alueen kulttuurista, kun taas Loolassa vierailevat ryhmät saavat hyödyllistä tietoa ekologisuudesta. Kuten tietoperustassakin kävi ilmi koskee yritysten sosiaalinen vastuu myös asiakkaita (Harmaala ja Jallinoja 2012, 20-21). Vaikka yritys toimisi työntekijöitään ja yhteisöä kohtaan vastuullisesti, voi perehdyttämätön asiakas toimia tietämättään vastuuttomasti matkakohteessa.

Soria Moria tekee esimerkillistä työtä työntekijöidensä koulutuksen osalta. Köyhistä oloista tuleville työntekijöille sponsori korkeampaan koulutukseen voi muuttaa tulevaisuuden

suunnan koko perheen osalta. Työntekijöiden koulutus oman maansa kulttuuriin ja matkakohteisiin on erittäin tärkeää, sillä usein köyhemmillä paikallisilla ei ole ollut mahdollisuutta matkustaa kotimaassaan ja tieto omasta kulttuurista sekä maantieteellinen hahmottaminen voi olla hyvinkin heikkoa.

Sapa O'Chaun yksi päätavoitteista on markkinoida koulutuksen merkitystä, mikä on erittäin tärkeää köyhällä Sapan alueella, jossa ei välttämättä osata nähdä koulutuksen tuomaa pidemmälle tähtäävää hyötyä. Köyhien alueiden menestyvien yritysten velvollisuus on toimia kuten Sapa O'Chau toimii, kehittämällä kouluja sekä tukemalla opiskelijoita. O'Chahun lisäksi Misool on ottanut velvollisuudekseen koulutuksen tukemisen yhteisössä, rakentamalla alueelle päiväkodin.

Vastauksena tutkimusongelmaan 'miten yritykset kouluttavat työntekijöitään ja yhteisön jäseniä' voidaan siis todeta, että yritykset kouluttavat työntekijöitään sekä muita yhteisön jäseniä erilaisilla ammatillisilla koulutuksilla, esimieskoulutuksilla sekä työpajoilla. Työntekijöille tarjotaan parhaassa tapauksessa sponsoreita korkeampaan koulutukseen. Matkailua opetetaan konkreettisesti opintomatkoilla ja osa yrityksistä kouluttaa myös asiakkaita kertomalla kulttuurista tai ekologisuudesta.

## **7.2 Työllistäminen ja yhteinen päätöksenteko**

Yhteinen päätöksenteko luo tasa-arvoisempia suhteita yksilöiden sekä yhteisöjen välille. Kuten jo tietoperustassa mainittiin tulisi vastuullisen matkailun luoda paikallisväestölle mahdollisuudet päätöksentekoon (Leslie 2012, 73). Työntekijöiden sekä yhteisön ehdotuksille ja mielipiteille tulee olla avoin päätöksenteossa (International Institute for Sustainable Development 2013).

Soria Morian työntekijöiden ollessa osakkaita yrityksessä on heillä yhtäläinen päätösvalta yrityksen asioihin. Loola ja Kinyei kannustavat työntekijöitensä yrittäjyyteen yrityksensä sisällä, mikä mahdollistaa työntekijöiden vastuun ja päätösvallan. O'Chaun 52 työntekijästä 48 kuuluu paikalliseen vähemmistöryhmään, kuten myös yrityksen omistajat, mikä lisää vähemmistöjen päätöksentekomahdollisuuksia yhteisössä. Sukau kertoo ulkoisessa viestinnässään pyrkivänsä luomaan paikallisille hyvät mahdollisuudet päätöksentekoon, mutta ei kuitenkaan kerro millä keinoin.

Kuten tietoperustan neljännessä kappaleessa mainittiin, on matkailuala yksi maailman suurimmista työllistäjistä (Harasarn & Chancharat 2014, 237). Kaikki valitut yritykset työllistävät alueen paikallista väestöä ja näin ollen parantavat heidän tulotasoaan sekä elämänlaatuaan. Monet yrityksistä, kuten Misool ja Yayasan Ekowisata sijaitsevat hyvin syrjässä muulta maailmalta, eikä alueella ole montaa elinkeinoa, jolloin matkailualalle työllistäminen on erittäin tärkeää. Monesti ihmiset joutuvat jättämään kotinsa näillä alueilla, lähtiessään suurempiin kaupunkeihin paremman tulotason toivossa. Mikäli heidän kotiseudullaan on työllistymismahdollisuuksia, ei heidän tarvitse lähteä. Työpaikkojen luominen hidastaa Aasian suurkaupunkien slummiutumista.

El Nido Resorts työllistää omien työntekijöidensä lisäksi myös matkailun toissijaisia toimijoita, ostamalla raaka-aineita paikallisilta viljelijöiltä sekä matkamuittoja kouluttamiltaan käsityöläisiltä. Kiney Internationalin Soksabike työllistää välillisesti 30 paikallista perhettä, joiden luona he vierailevat asiakkaiden kanssa. Kun voitot vierailusta jaetaan saman tien, on yhteistyö sujuvaa sekä luottamuksellista.

Yritykset siis mahdollistavat työntekijöidensä päättäväisyyttä tarjoamalla heille osakkuutta yrityksestä tai mahdollisuutta yrittäjyyteen yrityksensä sisällä. Yritykset työllistävät vähempiosaisten tai syrjässä elävien paikallisten lisäksi myös välillisesti muita alueen yrittäjiä tai yksittäisiä perheitä. Vähemmistöryhmiin kuuluvien työllistäminen vaikuttaa myös työntekijöiden mahdollisuuksiin päättää asioistaan yhteisön sisällä.

### **7.3 Työntekijöiden osallistaminen ja kulttuurin suojeleminen**

Kuusi kymmenestä, eli yli puolet tutkimuksen yrityksistä toi esille työntekijöidensä osallistamisen mukaan yrityksen tai yhteisön toimintaan. Soria Morian osakkuuksien jakaminen työntekijöiden kesken osallistaa kaikki työntekijät toimimaan yhdessä yrityksen hyväksi. Puhumalla vastuullisen toiminnan puolesta työntekijät osallistuvat ja pyrkivät myös osallistamaan muita yhteisön jäseniä mukaan tekemään hyvää.

Parhaiten työntekijöidensä ja muiden yhteisön jäsenten osallistamisen toi esille Misool. Yhdessä työskentelyllä saavutetaan myös yhteisiä tavoitteita, mikä lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta sekä ylpeyttä omasta yhteisöstä, joka näkyy myös asiakkaille. Vastuullinen toiminta koostuu ekologisesta, taloudellisesta ja sosiaalisesta vastuusta ja ne kaikki vaikuttavat toisiinsa (kuvio 1). Yhteiset vastuullisuusprojektit tuovat konkreettisesti esille sen, kuinka tärkeää on sitoa kaikki vastuun osa-alueet yhteen.

Vain neljä kymmenestä yrityksestä toi paikalliskulttuurin esille omassa ulkoisessa viestinnässään. Soria Morian järjestämät koulutusmatkat tuovat työntekijöille lisää tietoa omasta kulttuurista, jolloin siitä voi myös olla ylpeä. Kun työntekijät tuntevat maansa eri kulttuuriperinnönkohteita kasvaa heille todennäköisesti halu myös suojella niitä. Soria Morian kirjoitus- ja lukuopetus auttaa ylläpitämään paikalliskulttuurin säilymistä.

Sapa O'Chau, Yayasan Ekowisata ja Soksabike toivat esille paikallisten ja matkailijoiden välisen vuorovaikutuksen ja eri kulttuureihin tutustumisen. Tämänkaltaisen vuorovaikutus lisää paikallisten ylpeyttä omaa kulttuuria kohtaan sekä esiin saatetaan nostaa jo unohtuneita perinteitä. Matkailijoiden kulttuurikoulutus on tärkeää, sillä mikäli he eivät ymmärrä kohdemaan kulttuuria on matkasta vaikea saada elämyksellistä. Toisen kulttuurin ymmärtäminen ja arvostaminen on välttämätöntä, jotta voidaan puhua vastuullisesta matkailusta ja minimoida matkailun haittavaikutuksia.

Paikallisyhteisön jäseniä osallistetaan yhteisillä projekteilla luonnonsuojeluun liittyen. Yrittäjäyys ja yrityksen osaomistus ovat myös yrityksen tapoja osallistaa työntekijöitään toimintaansa. Paikalliskulttuurin säilyttämiseksi ja eheyttämiseksi pyritään lisäämään kulttuurillista vuorovaikutusta paikallisten ja matkailijoiden välillä. Työntekijöitä myös koulutetaan tuntemaan oma kulttuurinsa paremmin, mikä vahvistaa heidän kulttuuri-identiteettiään.

#### **7.4 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset**

Kuten tietoperustassa jo mainittiin, kehittyvissä maissa vastuun valta on usein yrityksillä, sillä lait eivät ole yhtä kehittyneitä kuin länsimaissa (Paitopong 2011, 164). Tästä johtuen yritysten vastuullinen toiminta on erittäin tärkeää. Tutkimuksessa kävi ilmi, että valittujen kaakkoisaasialaisten yritysten toiminta sisältää kaikkia tässä työssä käsiteltyjä sosiaalisen vastuun toimia. Tämän tutkimuksen perusteella voidaan yleistää, että työllistettävyyteen ja koulutukseen panostetaan sekä osallistamiseen pyritään kaakkoisaasialaisten matkailualan yritysten keskuudessa.

Työntekijöille ja muille yhteisön jäsenille päätäntävällän antaminen kaipaa vielä kehittämistä. Kulttuurin suojelemisen ja kehittämisen eteen yritysten tulisi tehdä töitä. Koko ajan kasvavan matkailun vaikutukset paikallisalueen kulttuuriperintöön voivat olla tuhoisat, mikäli näitä asioita ei huomioida. Yritysten tulisi panostaa sellaiseen koulutukseen mitä sen henkilökunta tarvitsee. Jos työntekijöiden peruskoulutus on jäänyt



kesken, tulee yrityksen ottaa vastuu perusasioiden, kuten luku- ja kirjoitustaidon opetuksesta. Mikäli työntekijöillä on peruskoulutus ja ammatillinen koulutus kunnossa voi heitä alkaa tukea kohti korkeampaa koulutusta.

Useampien yritysten tulisi hyödyntää paikallista osaamista myös oman yrityksensä ulkopuolelta ostamalla raaka-aineita ja palveluita paikallisilta yrittäjiltä. Näin yritys tukee sosiaalista vastuuta työllistämällä välillisesti paikallisia sekä myös taloudellista vastuuta jättämällä tuloja omaan yhteisöönsä. Ekologinen vastuu täytyy kuljetuspäästöjen vähentyessä. Muiden paikallisten yritysten tukeminen lisää myös yhteisöllisyyttä.

Erinomainen paikalliskulttuurien kehittämisen ja tukemisen keino ovat erilaiset festivaalit. Kulttuurifestivaalit toisivat yhteen matkailijat ja paikalliset, sekä ne voisivat sisältää myös yhteisiä projekteja ja teemoja esimerkiksi ekologisuuteen, kuten kierrättämiseen liittyen. Kulttuurifestivaaleilla voisi olla myös koulutuksellinen merkitys. Jokainen voisi tuoda esiin omia taitojaan sekä oppia jotain uutta alueen kulttuuriin liittyen. Festivaalit ja tapahtumat houkuttelevat matkailijoita sekä paikallisia, mikä toisi myös lisää tuloja alueelle. Järjestäjänä voisi hyvin toimia yksittäinen matkailualan yritys tai useampi yrittäjä yhdessä ja mukaan voisi osallistaa kaikki halukkaat yhteisön jäsenet.

## **7.5 Reliaabelius ja validius**

Valmiina oleviin aineistoihin täytyy suhtautua kriittisesti ja niiden luotettavuutta tulee pohtia. Tutkimuksen reliaabeliudella tarkoitetaan sen toistettavuutta, eli tutkimuksen ei tulisi antaa sattumanvaraisia tuloksia. Tutkimus on reliaabelinen ja tarpeeksi objektiivinen, mikäli useammat tutkijat päätyvät samaan lopputulokseen tai tutkimus tehdään useamman kerran samoilla tuloksilla. (Hirsijärvi & muut 2010, 231; Brotherton 2008, 213.)

Tutkimusta arvioidessa tulee validius ottaa huomioon. Validius kertoo onko kyseinen tutkimusmenetelmä tarpeeksi kyvykäs tutkimaan ja mittaamaan tutkittavaa asiaa. Laadullisissa tutkimuksissa validiutta ja reliaabeliutta on vaikea mitata. Tutkimuksen luotettavuutta lisää tutkijan tarkka selostus tutkimuksen kaikista vaiheista. Laadullisessa aineistoanalyysissä luokitellaan analyysin aiheet ja kerrotaan lukijalle, miten niihin päädyttiin. Valinnat täytyy perustella. (Hirsijärvi & muut 2010, 232.)

Pohdin vaihtoehtona tutkimuksen toteuttamista haastattelemalla yrityksiä, jolloin työ saattaisi olla luotettavampi. Haastattelujen saaminen olisi kuitenkin ollut hankalaa ja aikaa

vievää, haastateltavien yritysten ollessa toisella puolella maailmaa. Sähköposti- tai Skype- haastattelut olisivat olleet mahdollisia, mutta hitaita ja vaikeita toteuttaa esimerkiksi aikaeron takia. Epäilen myös yritysten resurssien riittävyyttä haastatteluihin.

Yritysten ulkoinen viestintä ei ole aineistona kaikkein luotettavin, sillä yritys ei välttämättä kerro nettisivuillaan kaikkia vastuullisuuden toimiaan tai saattaa vastaavasti liioitella joitain vastuullisia tekojaan. Nettisivut luokitellaan markkinointiviestinnäksi, joten yritys tuo esiin vain sen mitä se haluaa asiakkaidensa näkevän. Mielestäni aineistoanalyysin luotettavuutta lisää se, että yritykset ovat tunnettujen järjestöjen palkitsemia. WTTC ja PATA ovat tehneet paljon töitä oikeiden yritysten valitsemiseen ja luotan niiden arvostelukykyyn.

Tutkimusta voisi jatkaa pidemmälle, tutkimalla miten nämä sosiaalisen vastuun teot ovat todellisuudessa vaikuttaneet yritysten omaan paikallisyhteisöön ja miten ne siitä hyötyvät. Tutkimus voitaisiin toteuttaa haastatteleamalla paikallisia yrityksiä, työntekijöitä sekä muita yhteisön jäseniä, jolloin saataisiin mahdollisimman luotettava lopputulos.

## **7.6 Oman oppimisen arviointi**

Tämä työ on hyödyllinen matkailu-alan ammattilaisille sekä matkailijoille. Suomalaiset matkanjärjestäjät, jotka haluavat toimia vastuullisesti, voivat lukea työn ja saada ideoita uusista yhteistyökumppaneista Kaakkois-Aasiassa, esimerkiksi mitä vastuullisia retkiä ja muita aktiviteetteja tarjota asiakkailleen. Myös yritykset, jotka haluavat lähteä kehittämään toimintaansa vastuullisempaan suuntaan saavat työstäni hyvän käsityksen vastuullisuudesta matkailualan yritysten näkökulmasta. Matkailijat, jotka kiinnittävät vastuullisuuteen huomioita matkaillessaan voivat tämän työn luettuaan hahmottaa paremmin vastuullisuutta yritysten näkökulmasta sekä saada matkanjärjestäjien tavoin tietoa Kaakkois-Aasian matkakohteista ja palveluista jotka toimivat vastuullisesti.

Opiskelen Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelmassa ja kiinnostuin matkailualasta opintojeni keskivaiheilla. Vaihto-opintojen takia en suorittanut Haaga-Heliassa Yritysvastuu- kurssia, joten opin tämän työn aikana paljon aiheesta itsenäisesti. Suoritin syventävän harjoittelun viime syksynä Myanmarissa matkatoimistossa ja aion valmistuttuani hakeutua matkailualalle. Tämä opinnäytetyö syvensi ymmärrystäni matkailualan toimijoita kohtaan sekä opin paljon vastuullisuudesta, minkä parissa haluan työskennellä tulevaisuudessa.

## Lähteet

ASEAN 2016. Asean Community Based Tourism Standard. The ASEAN Secretariat Jakarta. Luettavissa: <http://www.asean.org/storage/2012/05/ASEAN-Community-Based-Tourism-Standard.pdf>. Luettu: 16.4.2017.

Brotherton, B. 2008. Researching Hospitality and Tourism. A Student Guide. SAGE Publications Ltd. London, California, New Delhi, Singapore.

Borneo Rainforest Lodge 2009. Luettavissa: [http://www.borneonaturetours.com/www/brl\\_lodges.aspx](http://www.borneonaturetours.com/www/brl_lodges.aspx). Luettu: 8.4.2017

Bryman, A. & Bell, E. 2007. Business research methods. Oxford University Press. New York.

CBT Vietnam. Luettavissa: <http://www.cbtvietnam.com/cbt-vietnam-1/#slidenew>. Luettu: 26.4.2017.

David, L., Edgell, Sr. 2016. Managing Sustainable Tourism. A Legacy For The Future. Routledge. London.

Dodds, R., Kuehnel, J. 2010. CSR among Canadian mass tour operators; good awareness but little action. International Journal of Contemporary Hospitality Management. 22.2, 221-224. Luettavissa: <http://ezproxy.haaga-helia.fi:2091/abicomplete/docview/228325637/fulltextPDF/84290B1A4FA64B97PQ/1?accountid=27436>. Luettu: 12.4.2017.

El Nido Resorts 2017. Luettavissa: <http://www.elnidoresorts.com>. Luettu: 26.4.2017.

European commission 2011. Communication From The Commission To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions. Luettavissa: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:en:PDF>. Luettu: 27.3.2017.

Harasarn & Chancharat 2014. Evolutional-Genetic Approach to Formation of Sustainable International Tourism and Economic Growth in Thailand. Cointegration and Granger Causality. Journal of Enviromental Management & Tourism. Luettavissa:

<http://ezproxy.haagahelia.fi:2091/abicomplete/docview/1667200677/fulltextPDF/B9D1CC679BA645EDPQ/1?accountid=27436>. Luettu: 15.4.2017.

Harmaala, M. & Jallinoja, N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Sanoma Pro Oy. Helsinki.

Hawkins, R. & Bohdanowicz, P. 2012. Responsible Hospitality Theory and Practice. Goodfellow Publishers Ltd. London.

Hiltunen, L. Graduaineiston analysointi. Jyväskylän Yliopisto. Luettavissa: [http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/aineiston\\_analysointi2.pdf](http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/aineiston_analysointi2.pdf). Luettu: 8.5.2017.

Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. Tammi. Helsinki.

International Institute for Sustainable Development 2013. ICC Business Charter for Sustainable Development. Luettavissa: [https://www.iisd.org/business/tools/principles\\_icc.aspx](https://www.iisd.org/business/tools/principles_icc.aspx). Luettu: 22.3.2017.

Jamieson, W. 2006. Community Destination Management in Developing Economies. The Haworth Hospitality Press. New York.

Leslie, D. 2012. Responsible tourism. Concepts, theory and practice. CAB International. Oxfordshire.

Lo, M., Mohamad, A., Songan, P. & Yeo, A. 2012. Positioning Rural Tourism- Perspectives from the local communities. International Journal of Trade, Economics and Finance. 3, 59. Luettavissa: <http://ezproxy.haagahelia.fi:2091/abicomplete/docview/1441439372/729132389A0844D9PQ/11?accountid=27436>. Luettu: 21.3.2017.

Loola Adventure Resort. Luettavissa: <http://www.loola.net>. Luettu: 27.4.2017.

Mason, P. 2015. Tourism Impacts, Planning and Management. Routledge. London. Luettavissa: [https://books.google.fi/books?hl=fi&lr=&id=DOpzCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=socio+cultural+impacts+in+tourism+in+asia&ots=mPUjJX596N&sig=BunfKORmyhJ5zJt4UNjYKlc6WFU&redir\\_esc=y#v=onepage&q=socio%20cultural%20impacts%20in%20tourism%20in%20asia&f=false](https://books.google.fi/books?hl=fi&lr=&id=DOpzCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=socio+cultural+impacts+in+tourism+in+asia&ots=mPUjJX596N&sig=BunfKORmyhJ5zJt4UNjYKlc6WFU&redir_esc=y#v=onepage&q=socio%20cultural%20impacts%20in%20tourism%20in%20asia&f=false). Luettu: 15.4.2017.

Mazumder, M., Murad, M., Ahmed, E. & Bashir M. 2006. Tourism and Regional Economic Development in Southeast Asia. 9th PRSCO Summer Institute International Conference. Luettavissa:

[https://www.researchgate.net/publication/261986885\\_Tourism\\_and\\_Regional\\_Economic\\_Development\\_in\\_Southeast\\_Asia](https://www.researchgate.net/publication/261986885_Tourism_and_Regional_Economic_Development_in_Southeast_Asia). Luettu: 8.2.2017.

McDonald, J. 2002. Giving the Ship a Compass: Sustainability management systems using the natural step framework and ISO 14001. Dalhousie University (Canada), Pro Quest Dissertations Publishing. Luettavissa: <http://ezproxy.haaga-helia.fi:2091/abicomplete/docview/305467013/605689E1B153446BPQ/6?accountid=27436>. Luettu: 3.4.2017.

Misool 2017. Luettavissa: <https://www.misool.info/projects-1/>. Luettu: 27.4.2017.

Mowforth, M. & Munt, I. 2009. Tourism and Sustainability. Development, globalisation and new tourism in the Third World. Routledge. New York.

Paitoonpong, S. 2011. Managing International Labor Migration in ASEAN: Thailand (Immigration). Philippine Journal of Development. 38.1/2. 163-193. Luettavissa: <http://ezproxy.haaga-helia.fi:2091/abicomplete/docview/1509393941/893524DB93064FCCPQ/1?accountid=27436>. Luettu: 31.3.2017.

Panigrahi, R. & Sheela, P. 2015. Corporate Social Responsibility: Study of Select CSR Models in India. IPE Journal of Management, 5,1, s. 112-134. Luettavissa: <http://ezproxy.haaga-helia.fi:2091/abicomplete/docview/1712750923/2649BD2457804260PQ/16?accountid=27436>. Luettu: 31.3.2017.

PATA. Pacific Asia Travel Association. Tourism InSPIRE Awards. 2015. Luettavissa: <http://sustain.pata.org/resources/case-studies/awards/tourism-inspire-awards/>. Luettu 3.4.2017

Richins, H. 2009. Environmental, cultural, economic and socio-community sustainability: a Framework for Sustainable Tourism in Resort Destinations. Environment, Development and Sustainability. Dordecht. 11.4. Luettavissa: <http://ezproxy.haaga-helia.fi:2091/docview/219612550/63B941C29CC4156PQ/2?accountid=27436>. Luettu: 15.4.2017.

- Saarinen, J. 2017. Kestävä matkailu on vielä kaukainen tavoite. Helsingin Sanomat. Luettavissa: <http://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000005052225.html>. Luettu: 7.2.2017.
- Sapa O'Chau 2017. Luettavissa: <http://sapaochau.org>. Luettu: 27.4.2017.
- Silverman, D. 2013. Doing Qualitative Research. SAGE Publications. London, California, New Delhi, Singapore.
- Soria Moria 2014. Luettavissa: <http://thesoriamoria.com/responsible-tourism/good-business-practice-in-soria-moria/>. Luettu: 29.4.2017.
- Sukau Rainforest Lodge 2016. Luettavissa: <http://www.sukau.com>. Luettu: 26.4.2017.
- Tigu, G., Popescu, D. & Hornoiu, L. 2016. Corporate Social Responsibility – An European Approach Through The Tourism SME'S Perspectives. Amfiteatru Economic, suppl. Contemporary Approaches and Challenges of Tourism. Vol 18. 742-756. Luettavissa: <http://ezproxy.haaga-healia.fi:2091/abicomplete/docview/1872589916/BFFB815F98D74D23PQ/1?accountid=27436>. Luettu: 18.3.2017.
- TripAdvisor 2017. Home page. Luettavissa: <https://www.tripadvisor.com>. Luettu: 9.5.2017.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Helsinki.
- United Nations. The Ten Principles of the Un Global Compact. Luettavissa: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles/principle-1>. Luettu: 29.3.2017.
- United Nations. 2016. International Year of Sustainable Tourism for Development, 2017. 70/193. Luettavissa: [http://www.un.org/en/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=A/RES/70/193&referer=/english/&Lang=E](http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/193&referer=/english/&Lang=E). Luettu: 29.3.2017.
- United Nations. 2014. United Nations Convention Against Corruption. 7. Luettavissa: [https://www.unodc.org/documents/brussels/UN\\_Convention\\_Against\\_Corruption.pdf](https://www.unodc.org/documents/brussels/UN_Convention_Against_Corruption.pdf). Luettu: 31.3.2017.

United Nations Environment. Impacts of Tourism. Luettavissa:  
<http://drustage.unep.org/resourceefficiency/impacts-tourism>. Luettu: 19.4.2017

UNWTO 2005. Sustainable Development of Tourism. Luettavissa:  
<http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>. Luettu: 7.2.2017.

UNWTO 2017. Compendium of Tourism Statistics Data 2011-2015. 2017 Edition.  
UNWTO Publications. Madrid.

World Travel & Tourism Council. Tourism for Tomorrow Awards. Luettavissa:  
<https://www.wttc.org/about/>. Luettu: 28.4.2017.

You, C., Huang, C., Wang, H., Liu, K. & Un, C. 2013. The Relationship Between Corporate Social Responsibility, Job Satisfaction And Organizational Commitment. International Journal of Organizational Innovation; Hobe Sound, 5, 4, 65-77. Luettavissa:  
<http://ezproxy.haaga-he-lia.fi:2091/abicomplete/docview/1355878303/61F63FE49A8845D4PQ/2?accountid=27436>  
. Luettu: 28.3.2017.