



Matkailun vastuullisuussertifikaatit aikamme ilmiönä

**STF-sertifiointin vaikutukset Vuokatin matkailualueen
toimijoihin**

Kirsi Keskitalo

Opinnäytetyö AMK restonomi
Toukokuu 2024
Majoitus- ja ravitsemusala
Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma

Keskitalo, Kirsi

Matkailun vastuullisuussertifikaatit aikamme ilmiönä. STF-sertifioinnin vaikutukset Vuokatin matkailualueen toimijoihin.

Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Toukokuu 2024, 51 sivua.

Matkailu- ja ravitsemisala. Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma. Restonomi AMK.

Julkaisun kieli: suomi

Julkaisulupa avoimessa verkossa: kyllä

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää Vuokatin matkailualueen toimijoiden kokemuksia Sustainable Travel Finland (STF) -vastuullisuussertifioinnista. Tutkimus toteutettiin matkailualueen toimijoiden sekä asiantuntijoiden parissa.

Tutkimus aloitettiin joulukuussa 2023. Tällöin tehtiin suunnitelma opinnäytetyön toteuttamisesta sekä aineistonhallinnasta. Lähdeaineistoa kerättiin joulukuusta huhtikuuhun 2024 ja tutkimuksen koostettiin hyödyntäen kotimaista ja kansainvälistä kirjallisuutta sekä erilaisia aihetta käsitteleviä akateemisia artikkeleita.

Aineisto kerättiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Menetelmänä tässä tutkimuksessa käytettiin teemahaastatteluita, jotka toteutettiin huhtikuussa 2024 yksilöhaastatteluina viiden vastuullisuussertifioidun majoitusalan palveluntarjoajan kanssa. Näiden haastatteluiden tavoitteena oli selvittää kokemuksia sekä kartoittaa vastuullisuussertifioinnin nykytilaa Vuokatin matkailualueella.

Kerätty aineisto litteroitiin ja sen sisällöstä valittiin tutkimukselle olennaisimmat sisällöt. Aineisto määriteltiin keskusteluissa esiin nousseiden teemojen mukaisesti. Teemoista pyrittiin löytämään yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia haastateltavien vastauksista. Tutkimustulokset osoittivat, että Vuokatin matkailuyritysten edustajilla oli positiivisia käsityksiä vastuullisen matkailun sertifiointiprosessista.

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että vastuullisen matkailun sertifioinnilla voidaan sanoa olevan merkitystä sekä yritysten työntekijöille että sidosryhmille. Vastuullisuusviestinnällä on olennainen rooli siinä, kuinka asiakkaat saavat tietoa tehdyistä toimenpiteistä ja minkälaista taustatukea on saatavilla vastuullisen matkustuskohteen valinnan tekemiseksi.

Vuokatin matkailualueen suunnitelmana on saada STF-destinaatiomerkki vuoden 2025 aikana.

Avainsanat (asiasanat)

Yritysvastuu, vastuullinen liiketoiminta, sosiaalinen vastuu, taloudellinen vastuu, ympäristövastuu, Visit Finland, Sustainable Travel Finland, vastuullisuussertifiointi, matkailuala, Vuokatin matkailualue

Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)

Ei salassapidettäviä liitteitä.

Keskitalo, Kirsi

Sustainability certificates in tourism. The impacts of STF certification in Vuokatti tourism area operators.

Jyväskylä: JAMK University of Applied Sciences, May 2024, 51 pages.

Degree Programme in Service Business. Bachelor's thesis.

Permission for open access publication: Yes

Language of publication: Finnish

Abstract

The aim of the study was to investigate the experiences of stakeholders in the Vuokatti tourism area regarding the Sustainable Travel Finland (STF) certification. The study was conducted among tourism area stakeholders and experts.

The research commenced in December 2023 with the formulation of a plan for conducting the thesis. Source materials were collected for the study from December to April 2024. The theoretical framework was compiled using domestic and international literature as well as academic articles on the subject matter.

Data collection was carried out as a qualitative study. The data collection method employed was themed interviews. Interviews were conducted individually in April 2024 with five providers of certified sustainable accommodation services. The aim of the interviews was to assess experiences and the status of sustainability certification in the Vuokatti tourism area.

The collected data was transcribed, and the most relevant contents for the study were extracted through coding. The data was categorized according to the themes that emerged during the discussions. The themes were analyzed using typification to identify similarities and differences in the respondents' answers. The results indicated that representatives of Vuokatti tourism businesses had positive perceptions of the sustainability certification process.

In conclusion, it can be stated that sustainability certification in tourism has significance for the employees and stakeholders of businesses. Sustainability communication plays a vital role in how customers receive information about the actions taken and what kind of background support is available to make travel destination choices.

The plan of the Vuokatti tourism area to obtain the STF destination mark during 2025 remains achievable.

Keywords/tags (subjects)

Corporate responsibility, responsible business, social responsibility, economic responsibility, environmental responsibility, Visit Finland, Sustainable Travel Finland, sustainability certification, tourism industry, tourist experience.

Miscellaneous (Confidential information)

No confidential attachments.

Sisältö

1	Johdanto	6
2	Opinnäytetyön tausta	8
2.1	Tutkimusasetelma	9
2.2	Tutkimuskysymys	10
3	Kestävän matkailun teoriaa	11
3.1	Palveluliiketoiminnan laadusta	11
3.2	Laatuajattelusta vastuullisuussertifiointiin	13
3.3	Vastuullisuuden kolmijako	14
3.3.1	Taloudellinen vastuu.....	15
3.3.2	Sosiaalinen vastuu	16
3.3.3	Ympäristövastuu	16
4	Vastuullisuus matkailualalla	16
4.1	YK:n Global Compact -aloite sekä kestävän kehityksen tavoitteet (SDG)	17
4.2	Sustainable Travel Finland -vastuullisuusmerkki	19
4.3	Suomessa merkittäviä matkailusertifikaatteja.....	22
5	Vuokatin matkailualue pähkinäkuoressa	22
5.1	Alueen toimijoiden vastuullisuustekoja	24
5.2	Vastuullinen matkailu-destinaatio 2025	25
6	Tutkimuksen toteuttaminen	26
6.1	Käsitteellinen kehys.....	26
6.2	Laadullinen tutkimus.....	27
6.3	Menetelmät.....	28
6.4	Aineiston keräys ja analysointi.....	28
6.5	Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus	30
7	Tutkimustulokset	31
7.1	Ekologinen vaikuttavuus	32
7.1.1	Lentoliikenteen vaikutus Vuokatin matkailualueeseen.....	32
7.1.2	Energiätehokkuudella kannattavampaa liiketoimintaa.....	33
7.2	Sosiaalinen vaikuttavuus	35
7.3	Taloudellinen vaikuttavuus	36
7.4	Asiakkaiden käsitykset ja asenteet.....	38
7.5	Haasteiden tunnistaminen	39
7.6	Johtopäätökset.....	41

8	Pohdinta.....	42
8.1	Tulokset suhteessa tietoperustaan	43
8.2	Jatkotutkimusehdotukset.....	44
8.3	Luotettavuuden arviointi	45
	Lähteet	47
	Liitteet	49
	Liite 1. Haastattelurunko.....	49
	Liite 2. Suomessa käytettäviä vastuullisuussertifikaatteja.....	50
	Kuviot	
	Kuvio 1. Kokonaisvaltainen laadunhallinta.	12
	Kuvio 2. Vastuullisuuden kolmijako	15
	Kuvio 3. Global Compact -vastuullisuustavoitteita.	18
	Kuvio 4. Matkailualan työllistävyys.....	37
	Taulukot	
	Taulukko 1. STF-kehitysprosessi.	21

1 Johdanto

Vuonna 2020 alkaneesta koronapandemiasta lähtien matkailuala on niin Suomessa kuin maailmanlaajuisestikin ollut edelleen jatkuvassa kriisissä asiakkaiden kulutustottumusten muutoksen, kasvaneiden kustannusten ja ennätystasolle kivunneen inflaation myötä. Investointeja ei uskalleta tehdä entiseen malliin, alalla on jatkuvasti paheneva työntekijäpula ja kuluttajakäyttäytymisen muuttuminen haastaa totuttuja tapoja niin kassavirran- kuin myös majoitusliikkeiden käyttöasteen ennustettavuuteen. Aiemmin totutusta poiketen majoitusvarauksia tehdään tällä hetkellä erittäin lyhyellä varoitusajalla, majoituspalveluita käyttävien asiakkaiden käytössä on selkeästi aiempaa vähemmän rahaa esimerkiksi ravintoloissa ruokailuun tai muiden oheispalveluiden käyttöön. Myös lentomatkailu on täysin aiheellisesti kriittisen suurennuslasin alla, siitä aiheutuvan valtavan hiilijalanjäljen vuoksi (Vaulio 2021, 241).

Selvää siis on, että nykyisillä teoilla ja toimenpiteillä ei pitkällä aikavälillä ole enää mahdollista säävuttaa koronaa edeltävää liikevaihto- ja kannattavuustasoa, näiden kasvusta puhumattakaan.

Kestävä kehitys ja vastuullisuus matkailupalveluissa on nostanut jatkuvasti merkitystään viimeisen vuosikymmenen ajan. Useimmat alalla toimivat määrittelevät tällä hetkellä toimintaansa niin maapallon, sen ihmisten kuin liiketaloudellisen voiton kautta – ja näkevät vastuullisuusasiat tulevaisuuden toimintojen ja kasvun tärkeimpänä osa-alueena. Systemaattinen vastuullisuustyö kantaa yrityksiä myös haastavampien aikojen läpi, vaikka alalla yleisemmin käytäisiin läpi suurempaakin turbulenssia (Kurittu ja Kalmari 2023, 332).

Asiakkaiden kiinnostus vastuulliseen matkailuun on ollut noususuunnassa eri puolilla maailmaa. Valintoja matkustusmuodon (esimerkiksi lentäminen vs. raiteilla tapahtuva matkustus), majoituspaikkojen ja jopa matkailukohteiden välillä tehdään enenevässä määrin myös kestävyuden näkökulmasta. Enää ei lennetä tuhansien kilometrien päähän viikonlopun kaupunkilomaselle, vaan selvittää ilmastoviisaita vaihtoehtoja, matkustustapoja ja -kohteita, joissa turismin vaikutukset paikallisten talouteen ja hyvinvointiin ovat mahdollisimman positiivisia. (Kestävän matkailun tila Suomessa 2022).

Myös kuluttajakäyttäytymisen trenditutkimuksissa on vastuullisuus noussut yhdeksi tärkeimmistä teemoista. Majoituspalveluiden tarjoajille kysymys siitä, miten nämä trendit vaikuttavat liiketoimintaan ja kohderyhmiin, on olennainen. Onko esimerkiksi kainuulaisen matkailuyrityksen kannalta merkittävää, että puolet suomalaisista arvostaa yrityksen osallistumista ilmastonmuutoksen torjumiseen? Entä ovatko vastuullisuussertifiointien tärkeyttä korostaneet kolmasosa suomalaisista nimenomaan tietyn Vuokatissa sijaitsevan majoitusliikkeen kohderyhmää? Tämänkaltaiset kriittisetkin kysymykset vaativat tarkempaa harkintaa, jotta voidaan ymmärtää, mitkä trendit ovat millekin yritykselle merkityksellisiä ja mitkä eivät. (Kalpio K., 2022.)

Tämä opinnäytetyö käsittelee matkailun vastuullisuussertifiointia yhtenä aikamme ilmiöistä. Tutkimusaiheena toimii Visit Finlandin Sustainable Travel Finland (STF) -kestävän matkailun sertifikaatti, joka on yksi merkittävimmistä kansainvälisen matkailun ja markkinoinnin edellytyksiä määrittävistä vastuullisen matkailun sertifikaateista Suomessa. Tutkimusaineiston kerääminen tehtiin yhteistyössä Vuokatin Matkailukeskuksen kanssa.

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää vastuullisuussertifioinnin vaikutuksia Vuokatin alueella toimiviin matkailualan yrityksiin ja niiden operatiiviseen toimintaan. Sertifiointiprosessi on ko. alueen yrityksillä ollut käynnissä muutamia vuosia, minkä takia otanta sekä yritysten kokemukset ovat vielä aikajänteeltään rajallisia. Vuokatti on kuitenkin asettanut tavoitteeksi saada koko matkailualueen kattavan STF-destinaation tunnuksen vuoden 2025 aikana, mitä silmällä pitäen tämän tutkimuksen voidaan ajatella antavan lisätietoa sertifiointiprosessia vasta suunnitteleville yrityksille. Oman haasteensa tutkimustyöhön tuo mukanaan paitsi sertifioitujen toimijoiden vähäinen määrä, myös heidän sijaintinsa maantieteellisesti laajalla alueella, missä asiakasryhmät poikkeavat melko merkittävästikin toisistaan. Myös sertifikaattien uutuus voi vaikuttaa tutkimustuloksiin ja niiden kattavuuteen: useimmilla yrityksillä STF-merkki on ollut vasta muutaman vuoden, mikä osaltaan aiheuttaa sen, että kovin pitkäaikaisia vertailutuloksia ei vielä ole saatavilla.

Tutkimustyö aloitettiin syksyllä 2023, jolloin fokus oli vastuullisuussertifikaattien vaatimusten selvittämisessä ja tietojen ajantasaisuuden saavuttamisessa. Loppuvuodesta 2023 aloitettiin tiedonhankinta ja opinnäytetyön suunnittelu. Lähteinä on käytetty tieteellisesti vertaisarvioituja artikkeleita ja aiheeseen liittyvää kirjallisuutta. Pääasiallisena aineistona olivat vuosien 2011–2021 väliset

aineistot ja tietolähteet, tosin mukana oli myös vanhempia, edelleen relevantteja lähteitä. Kirjoittajan omia mielipiteitä esitteleviä tai muutoin epävarmoja lähteitä vältettiin. Avainsanoina tiedonhaussa olivat vastuullisuus, kestävä matkailu, sustainability, vastuullinen liiketoiminta, kuluttajakäyttäytymisen tutkimus. Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena.

Kirjoittajan tietoisuus matkailun kestävästä valinnoista on lisääntynyt restonomiopintojen aikana, ja samalla on käynyt erittäin selväksi se, että vastuullisuusteemat sekä kestävä kehityksen tavoitteiden nostaminen niin henkilökunnan kuin asiakkaidenkin parempaan tietoisuuteen on elinehtona sille, että alan kasvu ja kehitys voi jatkua tuloksellisena myös tulevana vuosina. Erityisen tärkeää on moninaisten vastuullisten valintojen läpinäkyvyys ja muutoksen mitattavuus. Tämä tulee olemaan menestyksen edellytyksenä, olipa sitten kyseessä hotelliaamiaisen hävikinhallinta, henkilökunnan vastuullisuuskoulutukset tai vastuullisuussertifiointi koko yrityksen liiketoiminnan suhteen.

2 Opinnäytetyön tausta

”Olemme nyt saapuneet kahden tien risteykseen. -- Se tie, jota tähän mennessä olemme pitkän aikaa kulkeneet, on houkuttelevan helppo valita, se on sileä valtatie, jota etenemme nopeasti ja jonka päässä odottaa tuho. Toinen haarauma tarjoaa ainoan ja viimeisen mahdollisuutemme säilyttää maailmamme sellaisena kuin sen tunemme. Juuri meidän on tehtävä valinta näiden kahden tien välillä.”

Rachel Carson, 1963

Ensimmäiset matkailun ympäristövaikutuksia määrittelevät teemat on kansainvälisesti nostettu esille jo vuonna 1987, kun Brundtlandin komissio julkaisi *Yhteinen tulevaisuutemme* -raportin (Kalmarin ja Ketolan 2009, 10). Raportti on ensimmäinen laatuaan, jossa käsite ‘kestävä kehitys’ on esitelty ja määritelmä on edelleen, yli 30 vuotta myöhemmin, hyvin samankaltainen. Kestävällä kehityksellä on jo vuonna 1987 tarkoitettu kehitystä, joka “tyyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa.” Kalmarin ja Ketolan (2009, 10–11) mukaan erityisen merkityksellistä tässä määritelmässä on se, että luonnon kantokykyä huomioidiin ihmisten sosiaalisten ja taloudellisten tarpeiden rinnalla. Aiemmin luonnonsuojeluun ja ympäristöasioihin oli suhtauduttu omina, irrallisina ongelmina ja näille ehdotetut ratkaisut saattoivat jopa olla ristiriidassa keskenään.

Termejä vastuullisuus ja kestävä kehitys (tai kestävä matkailu) voi nähdä käytettävän esimerkiksi alan kirjallisuudessa ja tutkimuksissakin sekaisin. Hyvin lyhyesti sanottuna Kurittu ja Rankinen määrittelevät termit seuraavasti: **vastuullisuus** liittyy siihen, kuinka yrityksessä tavataan toimia ja tehdä päätöksiä. **Kestävyys** puolestaan on se toivottu seuraus näistä vastuullisuuspäätöksistä. (Kurittu & Kalmari 2023, 22–23).

Vastuullisuudella matkailualalla tarkoitetaan useimmiten kahta osa-aluetta, jonka toimiiin pyritään vaikuttamaan: minimoidaan matkailun negatiiviset vaikutukset yhteiskuntaan ja luontoon sekä samanaikaisesti maksimoidaan positiiviset ja luovat kontribuutiot paikallisten talouteen sekä luonnon ja kulttuurihistorian säilyttämiseen. Myös niin paikallisten kuin matkailijoiden elämänlaatuun pyritään vaikuttamaan positiivisin tavoin. Yritykset, jotka onnistuvat huomioimaan näitä kestävän kehityksen ja vastuullisuuden haasteita toiminnassaan pääsevät varmasti etujoukkoihin kertomaan muillekin, kuinka vastuullisuusteot voivat olla paitsi kilpailuvaltti asiakkaiden silmissä, myös osaltaan vahvistavat alan kehittyvää rakennetta sekä jatkuessaan tulevaisuudessa mahdollistavat myös ilmastonmuutoksen hitaamman etenemisen. (Kurittu & Rankinen 2023, 77.)

2.1 Tutkimusasetelma

1960-luvulla alkaneesta keskustelusta teollistumisen aiheuttamista ympäristöhaitoista on viimeisten vuosikymmenten aikana tultu jo todella pitkälle. 2010-luvulla vastuullisen yritystoiminnan käsite on laajentunut entisestään. Enää ei puhuta vain kestävästä kehityksestä tai ympäristöongelmien karsimisesta, vaan yritysvastuun yhteyteen on sittemmin liitetty termejä, kuten *jaettu arvo* ja *nettopositiivisuus*. Vastuullisen yrityksen kaiken toiminnan tarkoituksena tulee olla positiivisten vaikutusten tuottaminen, ei siis toimia pelkästään kestävällä tasolla tai minimoida yritystoiminnasta mahdollisesti aiheutuvia haittoja. (Timmerbacka 2018)

Kalmarin ja Ketolan mukaan ekoturismin, vastuullisen-, reilun- tai kestävän matkailun suurin haaste on toistaiseksi ollut nimenomaan kestävän kehityksen eri osa-alueiden vertaaminen. Niin kauan kuin ei ole yhtenäisiä kriteereitä, joita myös pystytään luotettavasti valvomaan, on hyvin hankala saada asialle riittävän painavaa, uskottavaa arvoa kriittisten matkailijoiden silmissä. Tämän takia yhtenä ratkaisuehdotuksena onkin pidetty vastuun siirtämistä myös matkailijoille, mitä silmällä pitäen esimerkiksi erilaiset ympäristömerkit ja -sertifikaatit on havaittu toimiviksi. Haaste toki säilyi edelleen siinä, että missä esimerkiksi energian- ja vedenkulutuksen vähentäminen on

helposti mitattavissa ja todennettavissa, niin esimerkiksi paikallisen yhteisön hyvinvointi ja matkailun aiheuttamat vaikutukset ovat jääneet toistaiseksi vielä vähemmälle huomiolle. (Kalmari & Ketola 2009, 12–13).

Matkailualalla on runsaasti erilaisia ohjelmia, järjestelmiä ja sertifiointeja, jotka auttavat yrityksiä kehittämään vastuullisuuttaan. Näiden lisäksi Suomessa käytössä on erilaisia sertifikaatteja, jotka osoittavat esimerkiksi tuotteiden tai toimijoiden vastuullisuuden. Näiden sertifikaattien avulla voidaan asettaa tuotteille sekä palveluille vähimmäisvaatimukset ja varmistaa vastuullisuuden taso. Yrityksille nämä järjestelmät tarjoavat valmiin tavoitteen vastuullisuudelle sekä suunnitelmallisuutta toimintaan, samalla lisäten niiden uskottavuutta sidosryhmien silmissä. Ympäristömerkintöjen tavoitteena on lisätä kuluttajien tietoisuutta tuotteiden ympäristövaikutuksista ja auttaa heitä tekemään kestäviä valintoja. Suomessa lähes tuhat matkailuyritystä on mukana yhdessä useista kestävän kehityksen ohjelmista. (Kestävän matkailun tila Suomessa 2022).

2.2 Tutkimuskysymys

Matkailun ja matkustamisen kontekstissa kestävien matkailukäytäntöjen ja sertifiointien korostaminen heijastaa kasvavaa tietoisuutta matkailualan ympäristö- ja sosiaalisista vaikutuksista. Kestävien käytäntöjen omaksumista pidetään välttämättömänä vastauksena kielteisten seurausten lieventämiseksi ja vastuullisemman matkailun edistämiseksi.

Vastuullisuussertifiointi on osaltaan vaikuttamassa Vuokatin matkailualueen yritysten kilpailukykyyn positiivisesti, parantaen niiden mainetta ja houkuttelevuutta asiakkaiden silmissä. Taloudelliset hyödyt ilmenevät muun muassa kustannussäästöinä ja uusien markkinoiden avaamisena. Asiakastytyväisyys kasvaa, kun matkailijat arvostavat yritysten kestäväää toimintaa. Suurimmat haasteet vastuullisuussertifiointin käyttöönotossa liittyvät usein resurssien puutteeseen, koulutustarpeisiin ja byrokratiaan. Mahdollisuudet kuitenkin kumpuavat kilpailuedusta ja pitkän aikavälin kestävästä kasvusta. Pienet ja keski-suuret yritykset voivat hyötyä vastuullisuussertifiointista erityisesti erottautumalla kilpailijoistaan ja houkuttelemalla vastuullisuuteen painottavia asiakkaita. Esteitä voivat muodostaa esimerkiksi kustannukset ja resurssien niukkuus sertifiointiprosessissa

Tässä opinnäytetyössä pyritään edellisen pohjalta vastaamaan tutkimuskysymykseen, nimenomaan Vuokatin matkailualueella toimivien yritysten näkökulmasta:

- ✓ Miten pienet ja keskisuuret matkailualan yritykset voivat hyötyä vastuullisuussertifioinnista liiketoiminnassaan ja mitä esteitä he saattavat kohdata?

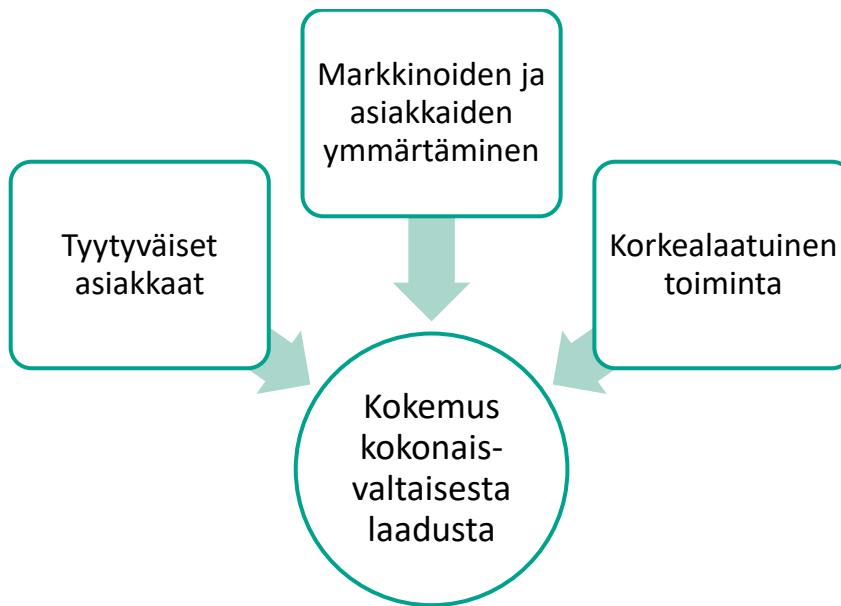
Johtopäätöksissä tullaan pohtimaan vastuullisuussertifikaattien vaikutuksia yleisemminkin matkailualalle Vuokatissa. Onko sertifikaateista selkeää hyötyä yrityksille esimerkiksi taloudellisesti, vaiko kenties pelkkää mainehyötyä matkanjärjestäjien tai asiakkaiden silmissä? Kuinka asiakaskunta Suomessa suhtautuu laatusertifiointiin – ja onko havaittavissa eroja kansainvälisten tai kotimaisten matkailijoiden välillä? Paljon puhutaan myös viherpesusta, jolla yritykset pyrkivät perättömästi kiilottamaan julkisivuaan antamalla kuluttajille harhaanjohtavan kuvan tuotteensa tai palvelunsa ympäristöystävällisyydestä. Kriittisempi kuluttaja voisikin siis ajatella näin myös vastuullisia matkailupalveluitaan raportoivista yrityksistä.

3 Kestävän matkailun teoriaa

3.1 Palveluliiketoiminnan laadusta

Laatuajattelu palveluyrityksissä on siirtynyt perinteisestä tuoteajattelusta kohti asiakaskeskeisempää lähestymistapaa. Keskittymisen asiakkaan tarpeisiin ja odotuksiin tulisi palvelualallakin tehdä prosessilähtöisen ajattelun sekä toiminnan jatkuvan parantamisen periaatteen näkökulmasta. Teknologiaa hyödyntämällä ja laatua erilaisten sertifikaattien kautta todentamalla voidaan osaltaan varmistaa parempi asiakastytyväisyys ja vastata muuttuviin markkinoihin (Hanhijärvi, Tuomela & Puhto 2001, 11).

Nykyään laatu ja sen hallinta nähdään siis laajemmin yrityksen kehittämisen ja johtamisen välineinä. Keskeisenä tavoitteena pidetään asiakastytyvyyttä, liiketoiminnan kannattavuutta sekä kilpailukyvyyn säilyttämistä ja kasvattamista pitkällä aikavälillä. Laadun ajatellaan kattavan kaiken yrityksen toiminnan, alkaen tuotteen laadusta ja jatkuen toimintaprosessien sekä asiakassuhteiden kehittämiseen asti. Laatua voidaan yleisesti määritellä kykynä täyttää asiakkaan tarpeet ja vaatimukset. (Silen, 2001).



Kuvio 1. Kokonaisvaltainen laadunhallinta (Lecklin 2002, 19).

Laatuajattelu onkin osaltaan johtanut myös matkailualan yrityksissä sertifiointiin korostamalla tarvetta standardisoida ja dokumentoida prosesseja sekä varmistaa tuotteiden tai palveluiden korkea laatu ja luotettavuus, niin yrityksen sisällä kuin sen ulkopuolellakin. Vaikka matkailuyritykset yleisimmin pohjaavat kaiken toimintansa erilaisille ihmisten välillä tapahtuvien palveluiden vaihtokaupalle, joissa useimmiten konkreettinen tuote ei välttämättä vaihda omistajaa, niin myös palvelualan yrityksissä on havahduttu siihen, että sertifikaatit, kuten ISO 9001, antavat ulkoisen vahvistuksen siitä, että yrityksen palveluliiketoiminta täyttää tietyt laatuvaatimukset ja että yrityksessä on myös sitouduttu toiminnan jatkuvaan parantamiseen.

Näin voidaan sanoa, että vastuullisuussertifiointit ovat osaltaan tulosta laatuajattelun levittämisestä ja laadunhallintajärjestelmien käytöstä erityisesti sellaisissa palvelualan organisaatioissa, jotka pyrkivät parantamaan kilpailukykyään ja asiakastytyvyyttään.

Laatuohjelmien valtavasta -ja alati kasvavasta- määrästä huolimatta monilla yrityksillä on edelleen haasteita löytää juuri omalle liiketoiminnalle sopivaa sertifiointiohjelmaa. Myös sertifiointiohjelmien laajuuksissa on eroavaisuuksia. Kritisoijat pitävät sertifikaatteja tarpeettomina ja byrokraattisina, tai huomioivat sertifiointit keskittyvän pääasiassa ympäristövaikutuksiin. Moni myös saattaa ajatella arjen tekojen olevan tärkeämpiä kuin virallinen sertifiointi, vaikka sertifiointeilla nähtäisiinkin olevan myös markkinointiarvoa. (Kurittu & Rankinen 2023, 65.)

Yksi haaste on nähtävillä myös siinä, kuinka yrityksen sertifiointin taustalle rakentama laatuajattelu sekä -käsikirja ja muut mahdolliset dokumentit todentavat haettavan sertifikaatin vaatimuksia. Yrityksen, joka on sisäistänyt laatuajattelun, odotetaan ylläpitävän jatkuvasti laatudokumentaatiotaan, mutta valitettavasti päivitykset usein viivästyvät ja tehdään vasta seuraavan - yleensä vuosittain tehtävän - auditoinnin lähestyessä.

Lecklinin (2002) mukaan laadun aitous heijastuu siitä, kuinka omistajat, johto ja työntekijät ovat omaksuneet laatuajattelun, ei niinkään siitä, minkä standardin kriteereitä kyseinen yritys ilmoittaa noudattavansa.

3.2 Laatuajattelusta vastuullisuussertifiointiin

Yrityksen polku laatuajattelusta vastuullisuussertifiointiin voi olla monivaiheinen ja vaatii organisaatiolta sitoutumista sekä järjestelmällistä työskentelyä. Aluksi organisaation on sisäistettävä laatuajattelu osaksi kulttuuriaan ja toimintatapojaan. Tämä voi tapahtua koulutusten, työpajojen ja prosessien läpikäynnin avulla.

Seuraavaksi organisaation on tunnistettava vastuullisuusnäkökohdat omassa toiminnassaan ja varmistettava, että ne otetaan huomioon kaikissa päätöksissä ja toimissa. Tämä voi sisältää esimerkiksi ympäristönsuojelun, sosiaalisen vastuun ja eettisen liiketoiminnan näkökulmat.

Kun organisaatio on vakiinnuttanut laatuajattelun ja vastuullisuusnäkökulmat toimintatapoihinsa, se voi ryhtyä valmistautumaan sertifiointiprosessiin. Tämä voi sisältää dokumentointia, prosessien kehittämistä vastaamaan sertifiointivaatimuksia ja mahdollisesti ulkoisen arvioijan käyttöä varmistukseen, että organisaatio täyttää sertifiointin vaatimukset.

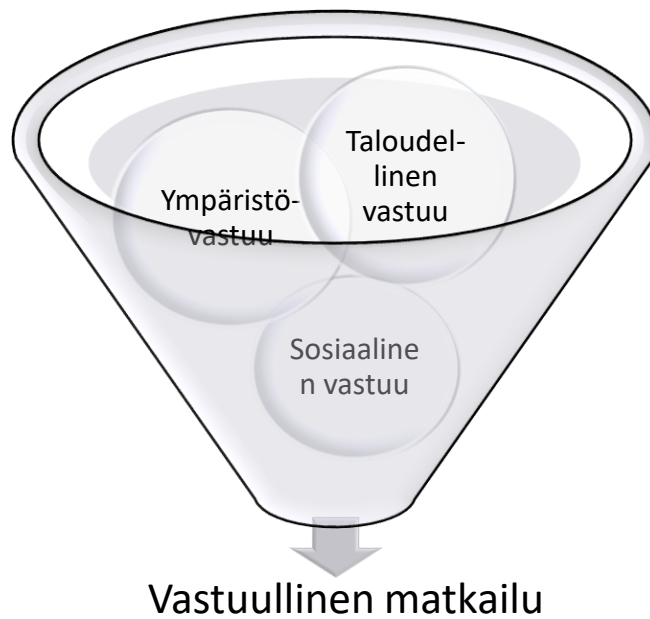
Lopuksi organisaatio hakee haluamaansa vastuullisuussertifikaattia ja käy läpi sertifiointiprosessin. Tämä voi sisältää auditointeja ja tarkastuksia, jotta varmistutaan siitä, että organisaatio täyttää sertifiointin kriteerit. Kun sertifikaatti on myönnetty, organisaation on jatkettava laatu- ja vastuullisuustyötään ylläpitääkseen ja kehittääkseen saavutettua tasoa.

Vastuullisen matkailun sertifikaateilla kartoitetaan siis kaikkea tätä yllä olevaa, selkein ja mitattavien kriteerein. Sertifikaattihakemusta voisikin ajatella kuin polkuna, jolla on selkeä alkupiste ja joka etenee suunnitelmallisesti, myös polulla etenevää kulkijaansa ja hänen tarpeitaan huomioiden. Sertifikaattien on suunniteltu auttavan kuluttajia tekemään tietoon perustuvia valintoja, tunnistamalla ympäristöä ja yhteiskuntaa kunnioittavat yritykset. Alalla toimivilla yrityksillä sertifikaatein varmennetut kestävät ja vastuulliset käytännöt paitsi edistävät positiivista brändi-imagoa, myös lisäävät yritystoiminnan pitkän aikavälin menestystä. (Kurittu & Rankinen 2023, 95.)

3.3 Vastuullisuuden kolmijako

Ekologisen ja taloudellisen kestävän kehityksen kannalta oleellista on, että majoitus- ja ravintolalalla kiinnitetään huomiota paitsi ruoan myös kaiken liiketoiminnan ympäristövaikutuksiin, materiaalien ja energian säästöön ja vältetään hävikkiä. Lisäksi asiakaspalvelussa on tällä hetkellä huomioitava, että asiakkaat ovat pienissäkin kaupungeissa yhä ympäristötietoisempia ja heille kannattaa kertoa myös yrityksen ympäristöasioista. (Vastuullinen ravintola-ala 2020).

Vastuullisen liiketoiminnan osa-alueiden jaottelussa käytetään erilaisia lähestymistapoja. Tässä opinnäytetyössä on käytetty John Elkingtonin "*triple bottom line*" -mallia, jossa korostetaan ympäristö-, sosiaalista ja taloudellista vastuuta ilman selkeää erottelua niiden välillä. Koipijärvi & Kuvaja (2017) huomauttavat, että tämä jaottelu voi olla ongelmallinen, koska sosiaaliset ja ympäristötekijät ovat usein sidoksissa taloudelliseen kestävyYTEEN. Lisäksi on muistettava, että osa-alueiden erillinen tarkastelu voi vääristää kokonaiskuvaa, sillä yhden osa-alueen positiiviset vaikutukset eivät välttämättä poista muiden osa-alueiden negatiivisia vaikutuksia.



Kuvio 2. Vastuullisuuden kolmijako (UNFP 2019).

3.3.1 Taloudellinen vastuu

Liiketoiminnan kannattavuus on paitsi taloudellisen vastuullisuuden myös kaiken yritystoiminnan perusta. Ainoastaan siinä tapauksessa, kun yritystoiminta on taloudellisesti kannattavaa, voi yritys hoitaa verojensa maksun sekä huolehtia monenlaisista yhteiskunnallisista, lakisääteisistä velvoitteistaan. Vakaa taloustilanne ja kassavirta antaa lisäksi yritykselle monenlaisia liiketoiminnan kehittämisen mahdollisuuksia, samalla mahdollistaen henkilöstölle turvallisen työpaikan ja toimeentulon. (Timmerbacka 2018)

Majoitus- ja ravintola-alan taloudellisella puolella hyvin usein painotetaan ainoastaan perustoimintojen suhteen kannattavaa liiketoimintaa sekä olemassa olevien lakien noudattamista esimerkiksi arvonlisäverojen ja palkkojen maksun osalta. Osasyynä tähän on arvioitu olevan alalle vallitsevan harmaan talouden tavallisuus. Laajemmassa skaalassa taloudellisen vastuun ajatellaan kuitenkin tarkoittavan toimeentulon tuottamista sekä yrityksen omistajille että hyvinvointia myös sidosryhmien välillä. Timmerbackan (2018) mukaan tämänkaltaisella taloudellisella vastuulla tarkoitetaan myös vaurauden oikeudenmukaista jakautumista yrityksen ja tuotantoketjun, kuten myös alihankkijoiden kesken.

Pähkinänkuoreen tiivistettynä, vastuullinen taloudellinen yritystoiminta tarkoittaa kannattavaa liiketoimintaa, jota toteutetaan eettisesti hyväksyttävällä tavalla. Perustasolla huolehditaan lakisääteisistä maksuista, mutta pidemmälle vietyä yrityksellä nähdään olevan mahdollisuuksia myös koko alan osaamisen kehittämiseen, henkilökunnan ammattitaidon tukemiseen sekä myös sidosryhmien sitouttamiseen vastuullisiin toimintatapoihin. (Timmerbacka 2018.)

3.3.2 Sosiaalinen vastuu

Välittömällä sosiaalisella vastuulla tarkoitetaan henkilöstön hyvinvointiin ja johtamiseen liittyviä seikkoja, tyytyväisyyttä, turvallisuutta ja tasa-arvoista kohtelua. Välillinen sosiaalinen vastuu puolestaan koskee yrityksen vaikutusta toimintaympäristöönsä. Esimerkkeinä voidaan mainita vaikkapa yhteistoiminta viranomaisten sekä paikallisten toimijoiden kanssa tai vaikkapa ravintolan raaka-ainetoimittajien omaa vastuullista toimintaa (Timmerbacka 2018).

Jokaisen vastuullisesti toimivan yrityksen tulisi siis ainakin luoda turvallinen työympäristö henkilökunnalleen sekä kehittää henkilökunnan koulutus- ja kouluttautumismahdollisuuksia. Pidemmälle vietyä huomiota tulisi kiinnittää myös työhyvinvoinnin järjestelmälliselle kehittämiselle sekä vaikkapa luomu- tai Reilun kaupan tuotteiden määrän lisäämiselle esimerkiksi ravintolan valikoimassa.

3.3.3 Ympäristövastuu

Ympäristövastuullisuus matkailualalla edellyttää kokonaisvaltaista lähestymistapaa, joka ottaa huomioon sekä ympäristöön että paikallisyhteisöihin liittyvät näkökulmat. Tavoitteena on säilyttää ja suojella luontoa ja kulttuuriperintöä samalla kun tarjotaan matkailijoille unohtumattomia kokemuksia. Matkailu voi aiheuttaa merkittävää kuormitusta luonnolle ja ympäristölle, kuten luonnonvarojen liikkakäyttöä, saastumista ja ekosysteemien häiriöitä. Ympäristövastuullisuus pyrkii vähentämään matkailun haitallisia vaikutuksia ja edistämään kestävä kehitystä.

4 Vastuullisuus matkailualalla

Kestävä matkailu on riippuvainen tasapainoisesta yhteiskunnasta sekä hyvinvoivasta luonnosta ja vakaasta taloudesta. Yksityisen sektorin on osallistuttava näiden tavoitteiden saavuttamiseen,

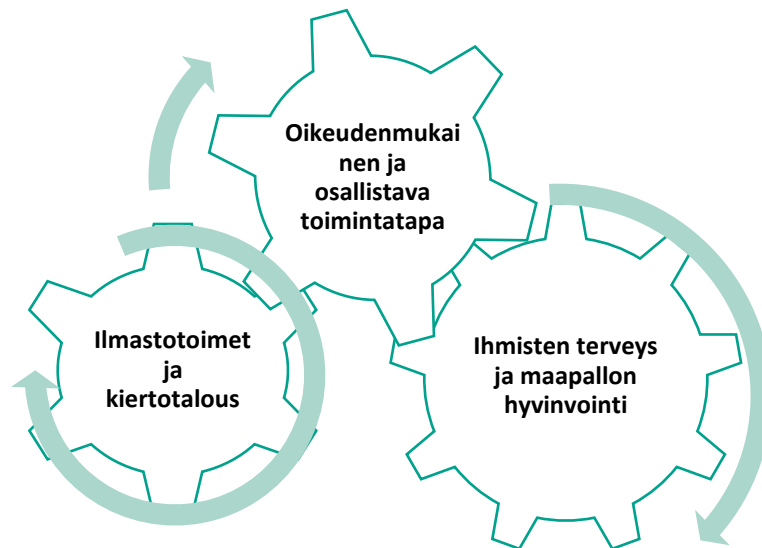
usein yritysten sosiaalisen vastuun kautta. Kestävän kehityksen tavoitteet tarjoavatkin kokonaisvaltaisen kehityksen myös majoitusliiketoiminnalle, mahdollistaen monenlaisen hyödyn maksimoinnin.

Kurittun ja Rankisen (2023, 34) mukaan huomionarvoista molemmissa termeissä on se, että niin matkailualan toimijat, erilaiset sidos- ja asiakasryhmät, yritysten johtoporras kuin alalla työskentelevätkin ymmärtävät sen, että niin vastuullisuus kuin kestävyyskin vaatii nykyisellään ennakointia ja erittäin aktiivista päätöksentekoa. Pelkkä vastuullisuusasioiden huomiointi ei yksinkertaisesti enää riitä.

4.1 YK:n Global Compact -aloite sekä kestävän kehityksen tavoitteet (SDG)

Vielä vuosikymmen sitten hyvin laaja-alaisesti ja yleisesti ajateltiin, että maapallomme on ehtymätön raaka-ainevarasto, eikä taloudellisella menestyksellä tai hyvinvoinnilla nähty olevan juurikaan ympäristöasioiden kanssa tekemistä. Tiedeyhteisö sekä erilaiset ympäristöjärjestöt ovat osaltaan pyrkineet muistuttamaan niin yritysjohtajia, maailman poliittisia johtajia kuin yksityishenkilöitäkin asioiden oikeammasta tilasta.

Vastuullisuus ja kestävä kehitys on helppo nähdä mahdottomina määritellä, kun käytännössä esimerkiksi vastuullisuus tarkoittaa myös sitä, mitä kukin yritys tai yksilö itse tulkitsee sen tarkoittavan. Vuonna 2000 julkaistu YK:n *Global Compact* -aloite pyrki osaltaan määrittelemään periaatteita, joiden tavoitteena oli saattaa yritykset toimimaan yhteiskunnallisesti, sosiaalisesti ja ympäristön kannalta kestävällä tavalla – sekä eritoten raportoimaan työn edistymisestä vuosittain (Kurittu ym. 2023, 28).



Kuvio 3. Global Compact -vastuullisuustavoitteita. (UNFP)

YK:n Kestävän kehityksen tavoitteet (Sustainable Development Goals, SDG:t) näkivät päivänvalon vuoden 2016 alussa, kun globaalisti merkittävimpien kestävyysongelmien ratkaisemiseksi nähtiin olennaisena myös yritysten saaminen valtioiden rinnalle. YK:n lauselman mukaan SDG:t ovat universaaleja, eli sitovat kaikkia maailman maita. Kestävän kehityksen tavoitteiden tarkoituksena on ”kääntää globaali kehitys uralle, jossa ihmisten hyvinvointi ja ihmisoikeudet, taloudellinen vauraus sekä yhteiskuntien vakaus turvataan ympäristön kannalta kestävällä tavalla.” Yhdessä globaalisti toimimalla tavoitellaan äärimmäisen köyhyyden poistamista maailmasta, ihan kaikissa muodoissaan. (Kestävän kehityksen tavoitteet n.d.)

Kurittu ja Rankinen kuvaavat näitä YK:n kestävän kehityksen tavoitteita ikään kuin kompassina, joka näyttää suunnan, minne päin vastuullisuustyössä pitäisi edetä. Huomionarvoista on myös pitää mielessä se, ettei yhdenkään yrityksen pidä pyrkiä edistämään kaikkia tavoitteita yhtäaikaista. Tavoitteena on tunnistaa oman toimialan kannalta ne olennaisimmat, joihin yritys voi omalla liiketoiminnallaan ja toimintatavoillaan vaikuttaa. (Kurittu ja Rankinen 2023, 31)

Kestävän matkailun kehittäminen on pitkäjänteinen prosessi, joka edellyttää jatkuvaa seuranta ja tarvittaessa korjaavia toimenpiteitä. Olennaista on myös se, että niin sidosryhmät kuin maan poliittinen johtokin on laajasti osallisena kehitysprosessissa.

Näitä YK:n melko korkealentoisiakin ja hyvin yleisellä tasolla useasti kuvattuja kestävän kehityksen tavoitteita on kuitenkin helppo tuoda konkretiaan myös matkailualalla. Kestävän kehityksen tavoitteita voidaan lähestyä esimerkiksi ympäristövaikutusten vähentämisen näkökulmasta, eli vaikkapa lämmitysmuodon vaihtamisesta ekologisempaan, pesulapalveluiden käytön vähentämiseen ja ympäristöystävällisiin pesuaineisiin, tai jätelajittelun sekä hävikinhallinnan tehostamiseen. Työnantajan sosiaalinen vastuu puolestaan vaikuttaa hyvin suoraan ihmisten keskinäiseen tasa-arvoon, oikeudenmukaisiin työoloihin, työllisyyden lisääntymiseen ja toimeentulon turvaamisen kautta köyhyyden vähenemiseen.

Kuriton ja Rankisen mukaan vastuullisen yrityksen tulee määritellä oma vastuun kantamisensa yritystoiminnan aiheuttamista vaikutuksista ympäristöön, yhteiskuntaan ja ihmisiin. Osa näistä vaikutuksista on epätoivottuja ja jopa haitallisia: näiden syntymistä tulisi siis ennaltaehkäistä ja vähentää. Vastaavasti positiivisia vaikutuksia tulisi pyrkiä lisäämään ja laajentamaan niin, että lopulta yritystoiminnan voidaan sanoa olevan ympäristölle sekä paikallisille ihmisille hyödyllistä ja tuovan mukanaan enemmän hyötyä kuin haittaa. (Kurittu & Rankinen 2023, 22).

4.2 Sustainable Travel Finland -vastuullisuusmerkki

Jo vuonna 2016 Suomen hallitus päivitti arktisen politiikan tavoitteitaan keskittyen arktisen alueen kehitykseen ja Suomen rooliin siinä. Kolme pääpainopistettä näissä tavoitteissa olivat arktinen osaaminen, kestävä matkailu ja infrastruktuurin ratkaisut. Vuosina 2018-2019 Visit Finlandille (entinen Matkailun Edistämiskeskus MEK) ja Business Finland Oy:lle myönnettiin rahoitus *Arktinen kestävä matkailu* -projektille. Tavoitteena oli kehittää kestävä matkailua suomalaisissa yrityksissä ja kohteissa, markkinoida Suomea vastuullisena matkailukohteena sekä ohjata matkanjärjestäjiä toimimaan vastuullisesti (CG 2018, 33).

Projektin tavoitteina oli:

- ✓ Luoda vastuullisia matkailukohteita, jotka ovat taloudellisesti kestäviä, asiakaslähtöisiä ja kunnioittavat paikallisia yhteisöjä ja luontoa
- ✓ Lisätä vastuullisuusosaamista matkailualalla
- ✓ Kasvattaa Suomen tunnettuutta vastuullisena matkailumaana

Sustainable Travel Finland -merkki onkin osaltaan tämän projektin pohjalta syntynyt lopputulema. STF-sertifikaatin suunnitelmana oli alusta saakka olla olemassa olevien laatusertifikaattien yhteen kokoava markkinoinnillinen merkki. Sen tavoitteena on edelleen viestiä ymmärrettävästi ja yhte-näisesti Suomesta nimenomaan kestävän matkailun maana. Tällä pyritään vaikuttamaan erityisesti kansainvälisten matkailijoiden valintoihin matkustuspäätöstä tehtäessä. STF-sertifiointi sinällään ei maksa yrityksille mitään, vaan hyöty saajalleen syntyy nimenomaan näkyvyydestä Visit Finlandin virallisissa ja kansainvälisissä markkinointikanavissa.

Visit Finland päivitti vuonna 2019 myös Suomen kansalliset kestävän matkailun periaatteet; tähän päivitystyöhön osallistui laajalti myös erilaisia sidosryhmiä. Näihin kansallisiin periaatteisiin sisältyy esimerkiksi reilu yhteistyö alueen muiden alan toimijoiden kanssa, luonnosta ja ilmastovaikutuk-sista huolehtiminen sekä kulttuuriperinnön kunnioittaminen, paikallisten tuotteiden ja palveluiden suosiminen, sekä hyvinvoinnin ja tasa-arvon edistäminen (Visit Finland 2019).

Vuonna 2020 käynnistetyn Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelman päämääränä on tukea ni-menomaan matkailualan kestävää kehitystä. Ohjelmassa tarjotaan kehityspolkua sekä yrityksille että kokonaisille matkailualueille (destinaatiot). Vuonna 2022 ohjelmaan oli liittynyt jo 942 yri-tystä, kattavasti läpi koko Suomen. Kun yritys on suorittanut kehityspolun ja täyttänyt ohjelman vaatimukset, voi se saada STF-merkin. Vuonna 2023 yhteensä 424 yritystä oli saanut tämän mer-kin. Lisäksi Suomessa on viisi STF-merkittyä matkailualueita: Posio, Tahko, Kristiinankaupunki, Puu-mala ja Savonlinna. (Kestävän matkailun tila Suomessa 2022).

*Visit Finlandin visiona on, että **Suomi on johtava kestävän matkailun kohdema**a. Luomme lisäarvoa yhteiskunnalle ja asiakkaillemme ainutlaatuista luontomme ja kulttuuriamme kunnioittaen. Suomi on tiedostavan matkailijan ykkösvalinta. Tavoit-teemme on, että Suomen matkailuala toimii vastuullisesti ja kestävästi. Haluamme, että matkailuala on kestävyiden ylpeä viestinviejä.*

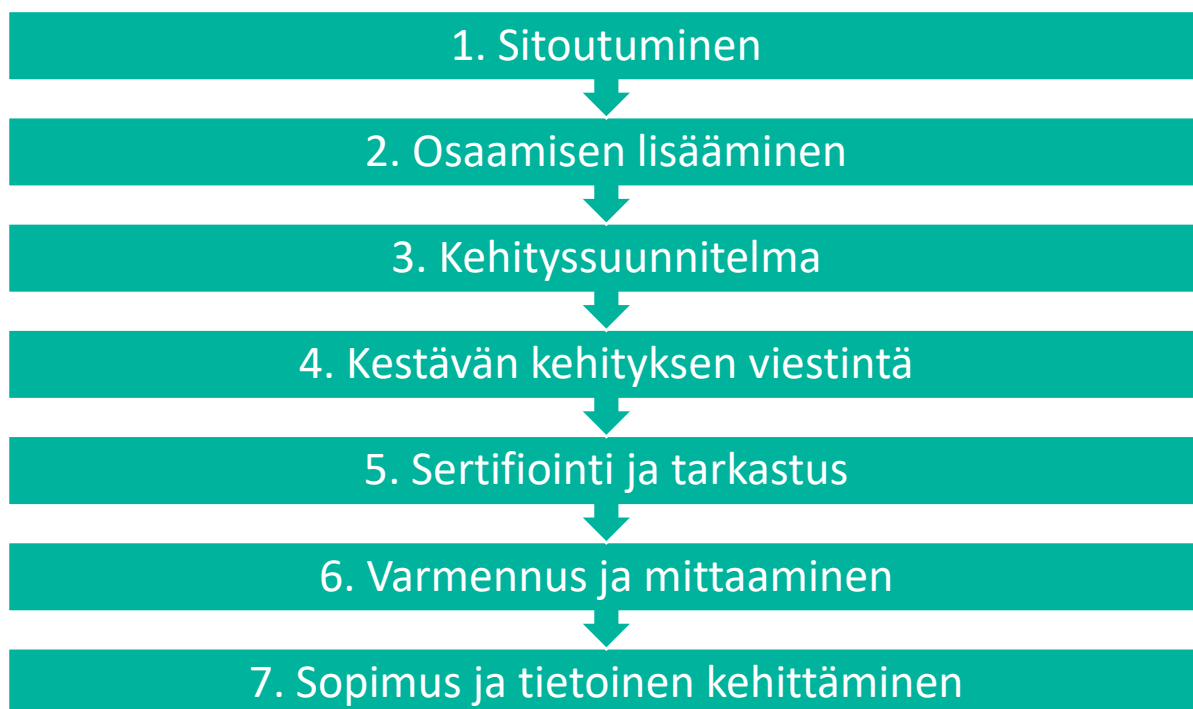
Lähde: Visit Finlandin strategia 2021–2025

STF-ohjelma tarjoaa matkailualan yrityksille ja destinaatioille kehityspolun kohti kestäväää kehi-tystä. Ohjelma opastaa vaihe vaiheelta kestävän toiminnan edistämässä. Kun matkailualan yritys tai matkailukohde on läpikäynyt koko kehityspolun ja siten täyttää vastuullisuusohjelman vaati-mukset, heille voidaan myöntää STF-merkki.

Tässä ei siis ole kyse erillisestä vastuullisuussertifiointista, vaan kestävän matkailun merkistä. STF-merkin saaneet yritykset ja alueet hyötyvät merkistä erityisesti saamalla käyttöönsä uusinta tietoa kestävästä matkailusta, jatkuvan vastuullisuustyön kehittämisen mallin sekä markkinointitukea ja lisänäkyvyyttä Visit Finlandin markkinointikanavissa.

Destinaatioiden kehittämisspolut pyrkivät osaltaan tekemään kestävän matkailun alueellisesta kehittämisestä systemaattista ja pitkäjänteistä. Saman merkin alle kerätään kaikki alueen STF-sertifioitua matkailualan yritykset. Ohjelman avulla destinaatiot profiloituvat paremmin nimenomaan kestävinä matkailukohteina. Vuokatin matkailualue tavoittelee kestävän destinaation STF-tunnusta vuoden 2025 aikana. Tällöin yli puolella alueen kansainvälisille asiakkaille suunnatuista matkailupalveluista tarjoavista yrityksistä tulisi olla STF-merkki.

Taulukko 1. STF-kehitysprosessi (Visit Finland).



Seitsemän vaiheen kehitysprosessi on hyvä esimerkki organisaation oppimismatkasta, jonka kautta matkailuyritys voi pyrkiä kestävämpiin liiketoimintakäytäntöihin, luottaen olemassa olevaan osaamiseen ja uuden tiedon luomiseen (Halminen 2021, 2).

Käytännössä matkailualan yrityksen tulee ensin hakea yritystoiminnoilleen soveltuvaa vastuullisuussertifiointia sekä läpäistä ko. sertifiointin myöntävän tahon auditointi, mahdollisine kuluineen. Vasta tämän jälkeen Visit Finland voi myöntää ko. yritykselle nimenomaan STF-vastuullisuusmerkin ja lisätä sertifioidun yrityksen omiin tietokantoihinsa.

Varsinaisen, alkuperäisen sertifiointin toimittanut taho on jatkossa vastuussa vuosittaisista auditoinneista ja matkailuyritys puolestaan sertifikaatin kriteerien jatkuvasta täyttämisestä sekä raportoinnista auditoinnin suorittaneeseen yritykseen.

4.3 Suomessa merkittäviä matkailusertifikaatteja

Matkailuyritykset käyttävät nykyään monenlaisia ohjelmia, järjestelmiä ja sertifikaatteja vastuullisen matkailutoiminnan kehittämiseen ja osoittamiseen. Yrityksetertifioivat toimintansa joko ulkoapäin tulevien vaikutteiden tai sisäisten syiden, kuten yrityksen ideologian, perusteella. Sertifiointilla pyritään luomaan positiivista yrityskuvaa, lisäämään uskottavuutta ja viestimään yrityksen arvoista. Lisäksi sertifiointiprosessi auttaa yrityksiä järjestelmällisesti miettimään, dokumentoimaan ja muuttamaan toimintaansa sekä ohjaamaan arkipäivän tekoja, sitouttamaan henkilökuntaa ja varmistamaan jatkuvan seurannan. (CG 2018, 35)

Suomessa tällä hetkellä tunnetuimpia ympäristösertifiointiohjelmia ovat Joutsenmerkki, Green Key ja Ekokompassi. Joutsenmerkki on Suomen tunnetuin ympäristömerkki, jota hotellit ovat voineet hakea jo vuodesta 1999. Green Key puolestaan on suunnattu erityisesti majoitusalan yrityksille ja se tukee nimenomaan Agenda 2030:n mukaan globaaleja SDG -tavoitteita. Ekokompassi puolestaan on kansainvälinen ympäristöjärjestelmä, joka sopii pk-yrityksille ja tapahtumille. Myös Ekokompassisertifiointia on hakenut lukuisat matkailu- ja ravintola-alan toimijat Suomessa.

5 Vuokatin matkailualue pähkinänkuoressa

Vuokatin matkailukeskus sijaitsee Kainuussa Sotkamon kunnassa, jossa asukkaita on noin 10 000. Kajaanista, jossa alueen lentoasema sekä rautatieasema sijaitsee, on Vuokattiin noin 35 kilometriä. Etäisyys pääkaupunkiseudulta puolestaan on noin 600 kilometriä. Vuokatin matkailualue pitää sisällään lähikunnista myös Kuhmon, Suomussalmen, Paljakan, Ukkohallan, Hossan sekä Kajaanin.

Tätä aluetta markkinoidaan kansainvälisesti Arctic Lakelandina, eli Järvi-Suomen pohjoisimpana osana.

Matkailualueella tekemistä löytyy ympäri vuoden: talvikuukausina tarjonta keskittyy Vuokatin las-kettelukeskuksen talvisiin aktiviteetteihin, murtomaahiihtoon ja kauniissa vaaramaisemissa vaikkapa lumikengillä ulkoiluun. Kesällä puolestaan alueella vaelletaan, golfataan tai vaikkapa pyöräil-lään. Myös sisäaktiviteetteja löytyy kylpylästä keilahalleihin ja jousiammunnasta padel-kenttiin – sekä kaikkea siltä väliltä.

Vuokatin hienot maisemat ja erinomaiset harrastusmahdollisuudet ovat tehneet alueesta suosituksen koko perheen matkakohteen. Rekisteröityjä yöpymisvuorokausia Vuokatin matkailualueella on yli 630 000 per vuosi, mikä tarkoittaa noin miljoonaa matkailijaa vuosittain – tai keskimäärin 3 500 matkailijaa joka vuorokausi. Vuonna 2019 toteutetun asiakaskyselyn mukaan keskeisimmät vetovoimatekijät Vuokatin matkailualueella ovat sen sijainti ja monipuoliset liikunta- ja harrastusmahdollisuudet. Myös oman, sukulaisen tai yrityksen omistaman loma-asunnon läheisyys Vuokatissa sekä luonnonkauneus ja rauhallisuus olivat merkittäviä matkailukohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä (Jaakola 2019, 23).

Jaakolan (2019) mukaan suuressa kuvassa voidaan sanoa, että kaiken matkailun pohjalla on omanlaisensa vetovoima- ja työntövoimatekijät. Vetovoima vastaa siihen puutokseen, jonka työntövoima on luonut ja kun nämä voimat kohtaavat toisensa, niin ne aikaansaavat matkailijan tekemään päätöksen tulevasta matkakohteestaan. Tutkimuksen mukaan Vuokatin tärkeimpinä vetovoimatekijöinä pidetään monipuolisia ympärivuotisia aktiviteetteja sekä kohteen maantieteellistä sijaintia. Tulevaisuudessa, säiden lämmitessä ja ilmaston muuttuessa, Vuokatin runsasluminen talvi ja lumen hyödyntäminen todennäköisesti vain kasvattaa alueen vetovoimaisuutta niin kotimaisten kuin ulkomaistenkin matkailijoiden keskuudessa. Vuokatti on tunnettu hyvin lumivarmana matkakohteena joulukuusta huhtikuulle saakka. Vuokatissakin matkailun vetovoima liittyy koskemattomaan luontoon, luonnonrauhaan ja erityisesti neljään vuodenaikaan, joista monissa Euroopan maissa voidaan enää vain haaveilla.

Vuonna 2024 julkaistu Menestyvä Vuokatti 2024–28 -suunnitelma tiivistää matkailualueen vision seuraavasti: ”Vuokatti on ympärivuotinen, Suomen monipuolisin lomakohde, joka hurmaa ainutlaatuisella vaarajonollaan, valloittavilla vesistöillään ja aktiivisella fiiliksellään. Vuokatin vieraanvairaus saa vieraamme palaamaan yhä uudestaan ja uudestaan. Olemme myös tavoitteellisesti kasvavan kansainvälistymisen polulla.” (Vuokatin matkailun kehittämissuunnitelma 2024). Samassa kehittämissuunnitelmassa painotetaan lisäksi Vuokatin matkailualueen saavutettavuutta sekä sitä, ettei loma ja vapaa-aika ole riippuvainen pitkistä välimatkoista. Brändilupauksensa mukaan Vuokatti ”tarjoaa mahdollisuuden irrottautua arjen kiireistä ja antaa itselleen luvan rentoutua ja nauttia elämästä enemmän.”

5.1 Alueen toimijoiden vastuullisuustekoja

Vastuullisuustyö Vuokatissa nähdään jo useiden matkailuyritysten toimintaa ohjaavana arvona. Tämä tarkoittaa käytännössä vastuullisten valintojen tekemistä esimerkiksi hankinnoissa, energiasopimuksissa ja henkilöstön hyvinvointia edistävissä toiminnoissa. Kuluttajien ja potentiaalisten työntekijöiden tietoisuus vastuullisuudesta kasvaa jatkuvasti, mikä tekee siitä entistäkin tärkeämpää yrityksille ja alueille.

Alueen vastuullisuussertifioidut majoitusliikkeet ja hotellit käyttävät valtaosin uusiutuvaa energiaa, panostaen samalla esimerkiksi jätteiden kierrätykseen, tarjoten kierrätysastioita sekä käytävillä että hotellihuoneissa. Hotelleissa hyödynnetään myös rakennusautomaatiota, jonka avulla voidaan seurata ja säätää mökkien lämpötiloja ja valaistuksia. Kohteiden ollessa tyhjillään huonelämpötilaa lasketaan. Siivousyritykset käyttävät ekologisia pesu- ja puhdistusaineita ja liinavaatteiden sekä pyyheliinojen vaihto- ja pesuväliä pidemmän majoitusvarauksen aikana on harvennettu. Myös alihankkijoina toimivat pesulat käyttävät ekologisia pesuaineita ja -menetelmiä. Hotelleissa ja lomahuoneistoissa on lisäksi vettä säästävät hanat ja suihkut, jotka osaltaan auttavat ympäristövastuullisuuden toteutumisessa. Asiakkaita kannustetaan säästämään vettä ja sähköä, suosimaan vuokrapyöriä tai julkista liikennettä. Lisäksi latauspisteitä sähköautoille on tarjolla niin majoitusliikkeiden pihoilla kuin Vuokatin rinteilläkin.

Hotellien ravintoloissa suositaan lähiruokaa: mm. vihanneksia, kananmunia, kalaa ja lihaa ostetaan paikallisilta toimijoilta, tai mahdollisimman lähellä tuotettuna. Aamupalapöydissä kahvi ja tee on vaihdettu joko reilun kaupan tai luomutuotteiksi.

Vuokatin rinteet puolestaan ovat hiilineutraaleja sähkön käytössä, käyttäen 100 % uusiutuvaa energiaa. Rinteiden lumetuksessa hyödynnetään järvivettä, josta suurin osa palautuu takaisin vesistöön sulamisen jälkeen. Käytetyt vuokraamovälineet myydään edelleen, pitäen kaluston hyväkuntoisena ja tarjoten iloa uusille omistajille pitkään. Asiakkaille tarjotaan sähköautojen latauspisteitä rinnekeskuksen ala-asevilla.

Inklusiivisen matkailun, eli sosiaalisen vastuullisuuden osalta esimerkiksi Vuokatinrinteiden hiihtokoulu tarjoaa laajan valikoiman soveltavan alppihiihdon välineitä, mahdollistaen laskettelun kaikille fyysisistä rajoitteista huolimatta. Kuhmossa sijaitsevassa hotelli Kalevalassa osa henkilökunnasta on puolestaan osallistunut We Speak Gay -sateenkaarikoulutukseen, joka kannustaa yrityksiä monimuotoisuuteen. Inklusiivinen matkailu tarkoittaa matkailuyrittäjälle paitsi erilaisia asiakkaita, myös työvoiman tasapuolista kohtelua.

”Sosiaalisen vastuullisuuden lisäksi asetimme kevättalvella tavoitteeksi tavoitella hiilineutraaliutta ensimmäisenä pesäpallojoukkueena Suomessa. Olemme kiinnittäneet ottelutapahtumissa huomiota jätteiden lajitteluun, ostettavien tuotteiden ekologisuuteen sekä laskeneet Sotkamon Jymyn superpesisjoukkueen matkustamisesta ja ottelutapahtumista syntyvän hiilijalanjäljen. Tästä eteenpäin rakennamme strategisen polun, jonka tavoitteena on vähentää askel askeleelta hiilijalanjälkeämme mm. ottelutapahtumien ja matkustamisen osalta. Päästöjen vähentämisen ohella olemme sitoutuneet kompensoimaan kaikki matkustamisesta ja ottelutapahtumista syntyvät päästöt suomalaisiin talousmetsiin yhteistyössä Hiilinelurekisterin kanssa.”

Sotkamon Jymyn superpesisjoukkue

5.2 Vastuullinen matkailu destinaatio 2025

Vuokatin Matkailukeskuksen on asettanut selkeän tavoitteen alueen vastuullisuustyölle: alue tavoittelee STF-merkkiä koko matkailualueelle vuoden 2025 aikana. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että alueen matkailuyritysten täytyy sitoutua vastuulliseen toimintaan ja vähintään 51 % kansainvälistä matkailutoimintaa harjoittavilla yrityksillä tulee olla läpikäytynä STF-polku ja saavutettuna STF-sertifikaatti vuoden 2025 aikana.

Hanke on aloitettu alkuvuodesta 2023 ja tuolloin laadittu toimenpidesuunnitelma tarjoaa alueen yrityksille ohjatun polun kohti sertifiointia ja STF-merkkiä. Yrityksille tarjotaan valmennusta, sparrausta ja ohjattua dokumentointia vastuullisen toiminnan edistämiseksi. Hankkeen toimintamalli

on poikkeuksellisen tuloksekas, kun sekä yrityskohtaista sparrausta että vertaistukea on tarjolla pitkäkestoisesti, koko hankkeen keston ajan.

Toteutuessaan vastuullinen STF-matkailu-destinaatio toisi mukanaan yhä laajempaa näkyvyyttä nimenomaan kansainvälisten matkanjärjestäjien ja matkailijaryhmien parissa, mikä osaltaan mahdollistaisi suunnitellusti Vuokatin matkailualueen systemaattista kasvua nimenomaan kansainvälisillä markkinoilla.

6 Tutkimuksen toteuttaminen

Paitsi että vastuullinen matkailu velvoittaa palveluntarjoajia ja palveluita käyttäviä yksityishenkilöitä (ns. vastuulliset matkailijat), niin tehdyissä tutkimuksissa on kiinnitetty erityistä huomiota myös matkailualan sidosryhmiin. Keskinäisellä vuorovaikutuksella ja osaamisen sekä ymmärryksen hyödyntämisellä saadaan useimmiten hyvin ainutlaatuista tietoa ja monenlaisia näkemyksiä, joita tarvitaan vastuullisen matkailun edistämiseksi (Edelheim ja Ilola 2017, 231). Kriittistä näkökulmaa on hyödynnetty myös matkailualan koulutusta ja koulutustarpeita arvioitaessa. Kysymys kuuluukin, että kuinka koulutuksen kautta kyettäisiin hahmottamaan yhä vastuullisempia tapoja toimia matkailualueella?

Tähänastisessa matkailututkimuksessa on keskitytty lähinnä palveluiden tuottamisen ja kuluttamisen tutkimukseen. Kieltämättä taloudellinen ja ekologinen vastuu on helpommin mitattavissa ja tuloksetkin maalaisjärkeen sopiviksi tulkittavissa, eritoten energian- ja vedenkulutuksen tai vaikkapa jätemäärien osalta. Jatkossa syytä olisi valottaa myös alan kulttuurista ja poliittista vastuullisuutta ja yrittää ymmärtää eri sidosryhmien välisiä yhteyksiä myös kriittisen matkailututkimuksen näkökulmasta. Edelheimin ja Ilolan mukaan toivottavaa olisi löytää vielä enemmän konkreettisia keinoja vastuullisen matkailun kehittämiseksi. (Edelheim & Ilola 2017, 231).

6.1 Käsitteellinen kehys

Vastuullisella matkailulla ei siis viitata erilliseen matkailun tyyppiin, vaan niin paketti-, luonto- kuin vaikkapa kulttuurimatkailu voi olla vastuullista, kunhan se noudattaa vastuullisuuden periaatteita. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että niin matkailijat, palveluntarjoajat, viranomaiset kuin muut-

kin sidosryhmät ottavat vastuun omista toiminnoistaan ja niiden seuraamuksista sekä matkakoh- teeseen kuin paikallisten oloihin, matkailualan työntekijöihin, alalla toimivien yritysten taloudelli- seen kannattavuuteen kuin ympäristöönkin. (Edelheim & Ilola 2017, 230). Yksinkertaistetusti voi- daan sanoa, että kyseessä on toisten kunnioittaminen. Edelheimin ja Ilolan mukaan matkailu on vastuullista, kun se tapahtuu paikallisten ihmisten ja luonnon ehdoilla: matkailijat ovat vain tilapäi- siä vierailijoita paikoissa, joka on sen asukkaille koti.

Monessa matkailuyrityksessä toimitaan jo tällaisenaan kestävän kehityksen ja vastuullisen mat- kailun toimintaperiaatteiden mukaan, mutta valitettavan usein ko. toiminta on tiedostamatonta sekä vailla sen suurempaa suunnitelmallisuutta. Alan yrityksissä onkin havaittavissa selkeä tarve koulutukselle kestävästä ja vastuullisesta matkailusta.

Kuten jo aiemmin on todettu, on aihealue laajuudeltaan merkittävä ja opinnäytetyöprosessia sil- mällä pitäen aiheen rajaaminen – sekä määritellyissä raameissa pysyminen – on olennaisen tär- keää. Tämän opinnäytetyön ajatuksena on selvittää nimenomaan STF-vastuullisuussertifikaattia sekä sen vaikuttavuutta Vuokatin matkailualueella, paitsi matkailijoiden myös alan yrittäjien ja toi- mijoiden näkökulmasta. Tehdyn tutkimuksen ja siitä saatavan aineiston keräyksen seurauksena on analysoitu matkailualan vastuullisuussertifiointia yhtenä aikamme ilmiöistä.

6.2 Laadullinen tutkimus

Laadullinen tutkimus pyrkii monipuoliseen ymmärrykseen tutkittavista ilmiöistä, korostaen ihmis- ten kokemuksia ja merkityksiä. Sen tavoitteena on tuottaa laadullista tietoa, joka auttaa selittä- mään havaintoja ja ilmiöitä. Laadullisessa tutkimuksessa painotetaan kontekstin ymmärtämistä ja yksittäisten tapausten tarkastelua ja aineisto kerätään yleensä haastatteluista, havainnoista tai do- kumenteista. Näitä aineistoja tulkitaan ja analysoidaan, jotta löydettäisiin yhteneväisiä teemoja sekä merkityksiä, jotka heijastavat nimenomaan tutkittavaa ilmiötä. (Kallinen ja Kinnunen, n.d.)

Laadullisen tutkimuksen ytimessä on kontekstin ymmärtäminen, joka tukee myös teoreettisten nä- kökulmien löytämistä. Tavoitteena on avata uusia näkökulmia ja herättää myös kysymyksiä mah- dollista jatkotutkimusta varten. Tapauksesta toiseen vaihteleva tutkimusmenetelmä mahdollistaa yksityiskohtaisten tarkastelujen tekemisen, mikä voi tuottaa runsaan määrän havaintoja ja syven- tää ymmärrystä tutkittavasta kohteesta. (Eskola ja Suoranta 1998, 15).

Tässä tutkimuksessa pyrkimys on selvittää matkailualan sertifiointin olemassa olevien käytänteiden laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä, jota laadullinen tutkimus antaa mahdollisuuden tutkia esimerkiksi määrällistä tutkimusta tarkemmin. Määrällinen tutkimus pyrkii yleistettävyyteen, ennustettavuuteen ja kausaalisiin selityksiin. Laadullinen tutkimus puolestaan keskittyy kontekstin ymmärtämiseen sekä tulkintaan ja erilaisten toimijoiden omiin näkökulmiin (Hirsjärvi ym. 1997, 157). Keskeinen ero näiden kahden tutkimuslähestymistavan välillä on nimenomaan se, että määrällinen tutkimus perustuu lukujen analyysiin, siinä missä laadullinen tutkimus pyrkii vastaamaan kysymyksiin kuten *millainen* ja *miten*.

6.3 Menetelmät

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä on käytetty teemahaastatteluita kohdennettuna STF-merkin saaneisiin, vastuullisuussertifioituihin matkailualan yrityksiin. Maantieteellisesti tutkimus keskittyi Kainuuseen ja nimenomaan Vuokatin matkailualueeseen, jossa kirjoittajalla on hyvät kontaktit niin sidosryhmiin, matkailunedistämishankkeisiin kuin alan oppilaitoksiinkin.

Opinnäytetyö on tutkimuksellinen työ, joka itse kerätyn aineiston sekä menetelmäkirjallisuutta ja aiemmin tehtyjä tutkimuksia hyödyntäen on pyritty koostamaan sellaiseen muotoon, että siitä voi olla apua ja tukea esimerkiksi vastuullisuussertifikaattipolulle lähdössä oleville matkailualan yrityksille.

Teemahaastattelu rakentuu nimensä mukaisesti suhteellisen laaja-alaisestikin muotoiltujen, erilaisten teemojen pohjalle. Haastattelut on toteutettu aihepiiriä tuntevien ja Vuokatin matkailualueelle eri asemissa toimivien asiantuntijoiden kanssa. Vastuullisuusaihetta on lähestytty laaja-alaisesti, haastateltavan näkökulman mukaan. Teemat olivat kaikille haastateltaville yhteisiä, mutta niiden käsittelyjärjestys sekä painotukset vaihtelivat. Olennaista kuitenkin on, että keskeiset ja tiedon keräämisen kannalta olennaisimmat teemat käsiteltiin kaikkien haastateltavien kanssa.

6.4 Aineiston keräys ja analysointi

Tutkimuksen kohderyhmänä toimivat Vuokatin matkailualueen yritykset, jotka ovat saavuttaneet STF-vastuullisuussertifikaatin viime vuosien aikana. Kohderyhmä sisälsi sekä hotelleja, ravintoloita

että alueen muita matkailupalveluiden tarjoajia. Tutkimukseen haastatellut toimivat organisaatioissaan asiantuntijatehtävissä ja olivat kukin henkilökohtaisesti osallistuneet sertifiointiprosessiin. He valikoituivat sen perusteella, että kullakin oli pitkä työkokemus matkailualalla ja itse sertifiointiprosessi oli jokaiselle haastateltavalle omakohtaisesti tuttu. Vuokatin alueella STF-merkin saaneita yrityksiä on vielä hyvin rajallinen määrä, joten tutkimuksen reliabiliteettia vahvistettiin sillä, että yksi haastateltavista työskentelee yrityksessä, joka on vasta STF-polulla, mutta ei vielä lopullisesti sertifioitu.

Aineisto koostuu paitsi erilaisista vastuullisuussertifiointiin liittyvistä dokumenteista (Sustainable Travel Finland -merkin mahdollistavien sertifikaattien kriteerit ja arviointiraportit), myös muista aiheeseen liittyvistä julkaisuista. Tutkimusaineisto on kerätty haastatteleamalla matkailualan ammattilaisia sekä sertifiointiin liittyviä asiantuntijoita. Haastatteluihin osallistuminen oli vapaaehtoista ja osallistujille vakuutettiin yksityisyyden ja tietosuojan kunnioittamista. Haastateltaville kerrottiin ennakkoon sekä nauhoituksesta että litteroinnista sekä siitä, että tämä haastatteluaineisto tuhoetaan opinnäytetyön valmistuttua. Opinnäytetyössä ei julkaista haastateltujen nimiä.

Aineistoa kerättiin dokumenttianalyysillä, jolla tutkitaan ja analysoidaan sertifiointidokumentteja, ohjeita ja muita kirjallisia materiaaleja. Näin on pyritty löytämään vastauksen kysymykseen siitä, mitkä ovat yritysten suurimmat haasteet ja mahdollisuudet vastuullisuussertifiointin käyttöön-otossa.

Teemahaastattelut on rajattu koskemaan matkailualan toimijoita Vuokatissa. Haastatteluilla haettiin vastauksia tutkimuskysymykseen sekä kartoitettiin sitä, kuinka pienet ja keskisuuret matkailualan yritykset voivat hyötyä vastuullisuussertifiointista liiketoiminnassaan ja mitä esteitä he saattavat vastuullisuuspolutaan kohdata.

Tutkimuksessa hyödynnettiin haastattelumenetelmänä teemahaastatteluita. Teemahaastattelu mahdollistaa nimensä mukaisesti ennalta määriteltyjen teemojen ja kysymysten käytön, samalla tarjoten joustavuutta, kuten mahdollisuuden muuttaa kysymysten järjestystä. Teemahaastattelun avulla voidaan kerätä tietoa tietyistä aiheista säilyttäen samalla mahdollisuuden haastateltavien omien näkökulmien ja ajatusten tuomiseen esille. Tämänkaltaisen haastattelumenetelmä tarjoaa

rakenteen ja suunnitelman, mutta mahdollistaa samalla myös keskustelun luontevan etenemisen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka n.d.)

Aineiston analyysi on vaativa ja useimmiten aikaa vievä tehtävä, mutta on samalla olennainen osa tutkimusprosessia. Ennen analyysin aloittamista on tärkeää tutustua huolellisesti aineiston kokonaisuuteen ja ymmärtää sen sisältö. Haastattelujen kirjaamista puhtaaksi, eli litterointia, suositellaan, koska se selkeyttää paitsi aineiston hallintaa myös sen analysointia. Vaikka litterointi on usein hyvin aikaa vievää, se on yksi tehokkaimmista tavoista tulkita haastatteluja ja tehdä niistä analyysiä. Mahdollisimman tarkka litterointi auttaa myös aineiston järjestelyssä ja luokittelussa sekä tekstien yhtäläisyyksien ja eroavaisuuksien tunnistamisessa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka n.d.)

Aineiston analyysiä tehtiin koodaamalla, joka auttoi kirjoittajaa järjestämään, luokittelemaan ja löytämään merkityksiä aineistosta. Koodaamisen avulla haastatteluaineisto pilkotaan pienempiin osiin, jotka edustavat erilaisia teemoja, käsitteitä tai merkityksiä. Nämä koodit voivat olla ennalta määriteltäviä tai syntyä aineiston tutkimisen myötä. Koodaamisen avulla tutkija voi sitten analysoida ja tulkita aineistoaan, löytää yhteyksiä ja muodostaa johtopäätöksiä tutkimuskysymysten pohjalta. Tämä menetelmä mahdollistaa monipuolisen ja syvällisen ymmärryksen tutkittavasta ilmiöstä. (Kallinen & Kinnunen n.d.)

Sisällönanalyysi on keskeinen laadullisen tutkimuksen menetelmä, jota käytetään aineiston järjestämiseen, luokitteluun ja tulkintaan. Sen avulla tutkijat voivat systemaattisesti analysoida kirjoitettua, visuaalista tai puhuttua tekstiä löytääkseen merkityksellisiä teemoja, käsitteitä tai kuvioita tutkimuskysymysten tai teoreettisten viitekehysten valossa. Sisällönanalyysi tarjoaa joustavan ja systemaattisen tavan tulkita monimuotoista laadullista aineistoa ja tuottaa luotettavaa tietoa tutkimuskysymysten ratkaisemiseksi.

6.5 Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus

Tutkimuksen uskottavuus ja eettisyys ovat avainperiaatteita, joilla on suuri vaikutus tutkimuksen laatuun ja tulosten hyväksyttävyyteen. Näiden periaatteiden noudattaminen on välttämätöntä, jotta tutkimustuloksia voidaan pitää hyödyllisinä ja luotettavina. Luotettavuus edellyttää eettistä

toimintaa, joka puolestaan osaltaan edistää tutkimuksen luotettavuutta. Luotettavuuteen vaikuttavia tekijöitä on useita, erityisesti painoarvoa on valitulla tutkimusmenetelmällä, tiedonkeruulla ja sen analyysillä.

Tiedon luotettavuuden varmistamiseksi on tärkeää välttää virheitä, dokumentoida huolellisesti ja olla avoin prosessin jokaisessa vaiheessa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka n.d.)

Opinnäytetyön toteutusta varten laadittiin suunnitelma sekä erillinen aineistohallintasuunnitelma, jotta varmistettiin hyvän tieteellisen käytännön noudattaminen. Aineistohallintasuunnitelmassa määriteltiin, miten aineistoa hallitaan, säilytetään ja kuinka tietoturvasuus varmistetaan. Tässä tutkimuksessa on noudatettu myös *Tutkimuseettisen neuvottelukunnan* ohjeita hyvästä tieteellisestä käytännöstä sekä Jamkin raportointiohjeistusta.

Lähteiden valinta perustui niiden johdonmukaisuuteen, ajankohtaisuuteen ja luotettavuuteen. Valintakriteereinä olivat tekijän maine, julkaisijan luotettavuus ja materiaalin päivittyvyys. Lisäksi tutkimuksessa noudatettiin Jyväskylän ammattikorkeakoulun viittaamisohjeita, mikä helpottaa lukijaa tunnistamaan lähteet. Tietoa kerättiin eri tietokannoista, kuten janet.finna.fi ja Google Scholar.

7 Tutkimustulokset

Tutkimuksessa tarkasteltiin vastuullisuussertifiointia Vuokatin matkailualueella toimivien yritysten näkökulmasta. Lisäksi tarkastelussa oli nimenomaan STF-merkin vaikuttavuus matkailualan toimijoihin. Tässä luvussa kootaan yhteen haastateltujen tutkimustulokset, nimenomaan tietoperustasta syntyneiden haastatteluteemojen pohjalta. Tutkimuksen tuloksia on lisäksi peilattu kirjalliseen ja vertaisarvioituun lähdeaineistoon.

Tutkimustulosten tarkastelussa on käytetty John Elkingtonin "*triple bottom line*" -mallia, jossa korostetaan yrityksen ympäristö-, sosiaalista ja taloudellista vastuuta ilman selkeää erottelua niiden välillä. Lisäksi tarkastellaan vastuullisuussertifiointia opinnäytetyön tutkimuskysymyksen näkökulmasta, eli vastataan kysymykseen sertifiointin vaikutuksista sekä mahdollisista esteistä pienten ja keskisuurten matkailuyritysten toimintaan.

7.1 Ekologinen vaikuttavuus

Matkailun negatiiviset ympäristövaikutukset liittyvät pääosin kiinteistöjen energiankulutukseen ja jätteisiin sekä matkakohteen saavuttamisesta aiheutuvaan liikenteeseen ja päästöihin.

7.1.1 Lentoliikenteen vaikutus Vuokatin matkailualueeseen

Matkailun ympäristövaikutusten vähentämisessä on tärkeää tarkastella paitsi matkakohteessa tapahtuvia toimia, myös laajempaa liikennettä, joita matkailu synnyttää. Liikenne vastaa jopa 75 % matkailuun liittyvistä päästöistä. Näistä lentomatkustaminen aiheuttaa noin 40 %. Majoitus ja aktiviteetit aiheuttavat noin 25 % päästöistä. Kansainvälinen ilmailujärjestö (IATA) puolestaan on enustanut lentomatkailun kysynnän kasvavan kaksinkertaiseksi tulevina vuosikymmeninä. Tämä kasvu heijastuu myös Suomen matkailumarkkinoihin, lisäen ulkomailta Suomeen saapuvien matkailijoiden määrää. (Kestävän matkailun tila Suomessa 2022).

Puhuttaessa Vuokatin kaltaisesta matkailukohteesta, jonne junayhteys Helsingistä kestää lähestulkoon 7 tuntia, voidaan todeta, että matkailun kasvun ja kehittymisen näkökulmasta toimiva lento-liikenne on edelleen elinehtona alueen vetovoimalle, erityisesti kansainvälisiä matkailijoita ja tämän kohderyhmän kasvua silmällä pitäen. Raideliikenne ei vielä tällaisenaan ole riittävän houkuttelevaa tai hinnoiltaan kilpailukykyistä. Tämä riippuvuus toimivista lentoyhteyksistä on kuitenkin myös räikeässä ristiriidassa kestävän matkailun periaatteiden suhteen, minkä myös tutkimukseen haastatellut toteavat.

Yhtenä tutkimuksessa selkeimpänä esiinnousseena esimerkkinä Kajaanin lentokentän kasvavasta vetovoimasta voidaan mainita *Suorat lentoyhteydet Kajaaniin* -hanke, joka onnistui vuoden 2023 lopussa tavoitteessaan saada saksalainen charter-lentoyhtiö alueelle. Hankkeen edustajat tekivät laajoja selvityksiä ja asiakaskyselyitä sekä tiivistä yhteistyötä kansainvälisten matkanjärjestäjien kanssa. Uusi lentoyhteys Düsseldorfista Kajaaniin aloittaa tammikuussa 2025 ja näillä suorilla lomalennoilla tavoitellaan keskieurooppalaisia matkailijoita erityisesti Saksasta, Hollannista ja Belgiasta. Talvisesongin ajan operoitavien lomalentojen arvioidaan tuovan alueelle jopa 6000 kansainvälistä matkailijaa ensimmäisten vuosien aikana.

- Uusi lentoyhteys on merkki siitä, että me olemme täällä tehneet hyvin matkailun kansainvälistä markkinointia ja tuotteistamista. Lentoyhteys parantaa Kainuun saavutettavuutta sekä lisää maakunnan matkailun elinvoimaa.

Saara Uusiheimala, projektipäällikkö Suorat lentoyhteydet Kajaaniin -hanke

Haastateltujen näkemys on yksimielinen sen suhteen, että Kajaanin lentoasemalla on olennainen vaikutus Vuokatin matkailualueen suunniteltuun kasvuun. Vuokattia lähimmät rautatie- ja lentoasemat sijaitsevat 30–40 kilometrin päässä Kajaanissa, eikä näiltä asemilta ole tällä hetkellä tarjolla sujuvaa jatkoyhteyttä Vuokattiin. Raideyhteyksiä on kyllä olemassa, mutta valitettavasti tällaiseen raideliikenne ei vielä ole riittävän houkutteleva eikä mahdollista kansainvälistä kasvua riittäväällä volyymillä. Yhteistyötä on kuitenkin tehty ja suunnitelmia laadittu esimerkiksi sähköistetylle ratayhteydelle etelästä suoraan Vuokattiin tai nopeaa ratayhteyttä Vuokatista Ouluun ja Oulun lentoasemalle. (Vuokatti Masterplan 2030, 33).

Ekologisen kestävyuden näkökulmasta huomionarvoisen tärkeää olisi kuitenkin löytää tapoja vaikuttaa sekä matkojen pituuteen että matkustusmuotojen vähäpäästöisyyteen. Matkailualan kasvussa päästöjen on pysyttävä hallinnassa, eivätkä ne voi kasvaa samaa tahtia esimerkiksi lentomatkailun kysynnän kanssa. (Kestävän matkailun tila Suomessa 2022).

7.1.2 Energiatehokkuudella kannattavampaa liiketoimintaa

Vuokatin vastuullisuussertifioituilla matkailuyrityksillä on tarkkaan tiedossa toimintansa energiätehokkuuden negatiivisiin ympäristövaikutuksiin suurimmin vaikuttavat seikat sekä se, kuinka niihin voidaan puuttua.

*- Tänä päivänä, kun esimerkiksi pikaruokaravintolankin ruoka-annoksissa on jo hiilijalanjälki laskettuna, niin jatkossa tullaan varmasti menemään siihen, että myös majoi-
tusliikkeet haluavat tuoda asiakkailleen esille vaikkapa sitä, että siellä tehdään sähköä aurinkoenergialla tai että on selvästi säädetty jollakin tavalla sitä hotellin tai mökkimajoituksen hiilijalanjälkeä -- (Haastateltava 5)*

Energiankulutus on usein yksi merkittävimmistä ympäristövaikutuksista yrityksille, eikä matkailuala ole poikkeus. Vuonna 2022 voimaan tulleen ilmastolain päämääränä on, että Suomi saavuttaa hiili-neutraaliuden vuoteen 2035 mennessä. Kun matkailu- ja ravintola-alan vähähiilisyyteen tähtäävässä tiekartassa laskettiin alan nykyinen hiilijalanjälki ja arvioitiin päästöjen kehitys vuoteen 2035

asti, niin havaittiin, että matkailualan suurimmat päästöt (93 %) johtuvat nimenomaan yritysten omien ja vuokratilojen kaukolämmön ja sähkön käytöstä (Kestävän matkailun tila Suomessa 2022).

Kaikista STF-ohjelmaan osallistuvista yrityksistä lähes 90 % on käytössään vähintään kaksi eri keinoa energiankulutuksen vähentämiseksi ja keskimäärin ne toteuttavat kuutta toimenpidettä yritystä kohti. Myös alan sidosryhmillä on energiatehokkuus fokuksessaan.

- Kyllä rakennuttajille tänä päivänä on selvä tahtotila, että (vastuullisuus-) sertifikaattien kriteereistä monia asioita pyritään hyödyntämään myös uutta rakentaessa tai vanhaa korjattaessa. Ensinnäkin tietysti se, että energiaa säästämällä myös rahaa säästyy, ollaan kustannustehokkaampia. Ja kun kunnostetaan tai huolletaan kiinteistöjä ja sen laitteita, niin se kiinteistökin säilyy silloin toimivana pidempään -- (Haastateltava 5)

Tehtyjen haastattelujen vastauksista käy selvästi ilmi, että Vuokatin matkailualan yritykset toteuttavat nykyisellään vastaavan kaltaisia energiansäästötoimia, kuten majoitustilojen lämpötilan alentamista ja sähkönkulutuksen vähentämistä vaikkapa saunojen ja valaistuksen osalta. Matkailu- ja ravintola-alan tiekartassa vähähiilisyteen mainitaan lisäksi energiatehokkuusremontit, aurinkosähkön tuotanto ja siirtyminen kaukolämmöstä maalämpöön – näistä edellä mainituista on kokemuksia myös tutkimukseen osallistuneilla tahoilla. Lisäksi vedenkulutuksen vähentämiseksi on käytössä erilaisia toimenpiteitä kuten pyyhkeiden ja liinavaatteiden harvempi peseminen ja vedenkulutusta vähentävät hanat. Näiden toimien avulla yritykset saavat sekä ympäristö- että kustannussäästöjä.

- Erilaiset lämmön talteenoton ratkaisut on myös nousseet ihan eri tavalla pinnalle. Aiemmin ajateltiin, että poistoilmasta ei varsinaisesti kannattanut kauheasti ottaa lämpöä talteen, koska se (poistoilma) on niin matalalämpöistä. Mutta tänä päivänä, kun energia onkin kallista ja kiinteistöjen tulisi olla erityisen energiatehokkaita, niin poistoilman lämmön talteenotto erilaisten kehittyneiden lämpöpumppujen avulla on nyt noussut ihan viime aikoina pinnalle -- (Haastateltava 5)

Voikin todeta, että tutkimuksen perusteella vastuullisuussertifioinnin suurin taloudellinen vaikutus tällä hetkellä näkyy nimenomaan energiatehokkuuden aiheuttamassa kustannussäästöissä. Vedenkulutuksen väheneminen ja erilaiset energian säästöön vaikuttavat investoinnit maksavat äkkiä itsensä takaisin ja vaikuttavat näin pitkällä jännteellä yrityksen liiketoimintojen kannattavuuteen, pienenevien operatiivisten kustannusten ansiosta.

7.2 Sosiaalinen vaikuttavuus

Matkailu tarjoaa mahdollisuuksia paikallisille yhteisöille. Jotta paikalliset voisivat tiivistää siteitä matkailuun ja hyötyä siitä, on tärkeää tarjota heille mahdollisuuksia osallistua. Olennaista olisi vähentää kausiluonteisuutta, panostaa tulevaisuuden suunnitteluun ja kunnioittaa matkakohteen kapasiteetin kantokykyä sekä erityispiirteitä. Lisäksi matkailupalveluiden ja -tuotteiden tarjonnan monipuolistaminen on tärkeää.

Haastatteluissa kävi ilmi, että sosiaalisten ja kulttuuristen vaikutusten arviointi koetaan Vuokatin matkailualueellakin usein haastavammaksi kuin ympäristö- tai talousvaikutusten mittaaminen, koska ne sisältävät enemmän subjektiivisuutta ja yleistäminen voi olla vaikeampaa. Vaikka sosiaaliseen ja kulttuuriseen vastuullisuuteen liittyviä vaikutuksia voi olla vaikea ymmärtää, monet toimenpiteet tukevat niitä. Esimerkiksi FCG:n Visit Finlandille tekemässä *Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehitystarpeet* -selvityksessä (2018) havaittiin, että vaikka yritykset usein kokivat sosio-kulttuurisen kestävyden ymmärtämisen vaikeaksi, niin sitä edistettiin kuitenkin enemmän kuin ekologista kestävyttä.

- Kerromme jo nettisivuillamme yrityksemme arvoista, että kohtelemme kaikkia vieraita ja henkilökuntaa tasa-arvoisesti ja kunnioituksella. Meille ei ole väliä, että mistä tulet tai mitä kansallisuutta, uskontoa tai seksuaalista suuntautumista edustat. Eikä palkkauksessa syrjitä ketään iän, etnisen taustan, sukupuolen tai vamman takia -- (Haastateltava 3)

Inklusiivinen matkailu tarkoittaa kaikkien osallistavaa ja syrjimätöntä toimintatapaa, jossa kaikenlaiset asiakkaat voivat käyttää tarjolla olevia palveluita tasapuolisesti. Matkailualueella tämä voi tarkoittaa fyysisesti esteettömien tilojen ja kulkureittien suunnittelua sekä vaikkapa viestinnän monikielisyyttä. Lisäksi inklusiivisuus edellyttää avoimuutta arvojen suhteen ja pyrkimystä torjua ennakkoluuloja. Yrityksen on päätettävä palveluilla kaikkia yhdenvertaisesti ja niin, että kaikenlaisilla asiakasryhmillä on turvallista viettää lomaansa kyseisessä matkakohteessa.

Vuokatin matkailualueella tästä on useampia erittäin positiivisia kokemuksia, mikä haastateltavillekin oli tullut jopa hieman yllätyksenä.

- Vieraanvaraisuus ei ole jotain, mihin täytyisi satsata rahallisesti. Enemminkin se on sellaista avarakatseisuutta ja reiluutta, miten yrittäjä asennoituu matkailupalvelujensa kehittämiseen. Sitä on vaikea rahassa mitata -- (Haastateltava 3)

- Uusien asiakasryhmien löytyminen ei aina vaadi suuria ponnistuksia. Rohkeudella, edelläkävijyydellä ja esimerkkinä olemisella on usein pitkälle kantavat, positiiviset vaikutukset -- (Haastateltava 1)

7.3 Taloudellinen vaikuttavuus

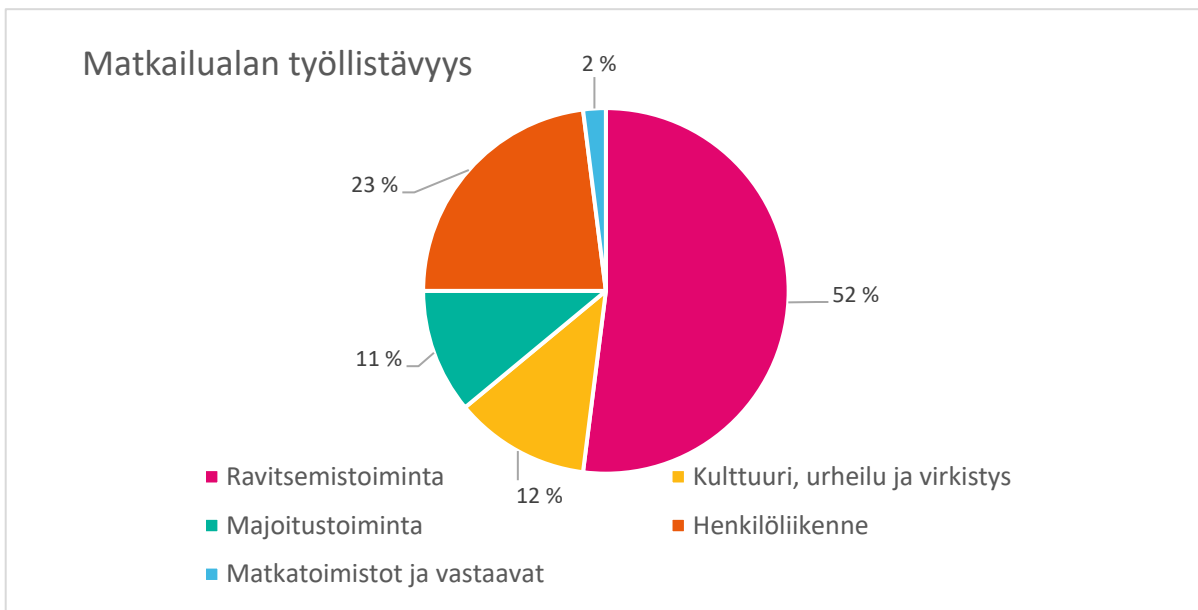
Matkailuyrityksen vastuullisuustyön mitattavuus taloudellisen hyödyn osalta on vielä tällä hetkellä hankalasti todennettavissa, myös osaltaan koronapandemian aiheuttaman kuluttajakäyttäytymisen muutoksenkin takia. Vertailukelpoisia lukuja viime vuosien välillä on vasta tulossa. Tämänhetkiset tilastot tai tämän tutkimuksen tulokset eivät anna riittävän luotettavaa kuvaa majoituspaikan vastuullisuustyön vaikutuksista, tai ylipäätään kohdevalinnan syistä ja seurauksista.

Tehdyn tutkimuksen mukaan tiedolla konkreettisimmin mitattavissa taloudellinen hyöty on nimenomaan energiatehokkuus: erityisesti sähkön- ja vedenkulutuksen väheneminen näkyy hyvin selvästi yrityksen kulurakenteessa. STF-merkin saaneiden matkailuyritysten kohdalla odotettavissa on myös liikevaihdon kasvu asiakasmäärien kasvaessa: haastatteluissa kävi selkeästi ilmi se, että yritykset odottavat sertifiointilla olevan jatkossa yhä suurempi rooli jo majoituskohdetta valittaessa. Esimerkiksi booking.com ja hotels.com -varaussivustoilla on jo nyt mahdollista lajitella majoitustarjontaa nimenomaan majoitusyrityksen vastuullisuussertifiointin mukaan. Tämän kasvun luotettavaa mitattavuutta on kuitenkin luvassa vasta joidenkin vuosien kuluttua, kun saatavilla on tilastoja useammalta koronan jälkeiseltä vuodelta.

Matkailualan taloudellista merkitystä voidaan arvioida monilla mittareilla. Perinteinen tapa mitata Suomen matkailun taloudellista panosta on matkailutilinpidolla. Tämä järjestelmä antaa kattavan kuvan matkailun taloudellisista vaikutuksista sekä työllisyydestä valtakunnallisesti ja alueellisesti. Tärkeimmät tiedot sisältävät matkailukysynnän, matkailun luoman lisäarvon (bkt) ja työllisyyden matkailualalla.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että Vuokatin matkailulla on Sotkamon kunnalle merkittävä taloudellinen vaikutus. Vuonna 2017 alueen välitön matkailutulo oli 64 miljoonaa euroa ja matkailuala työllisti

tuolloin 365 henkilöä. Välittömällä matkailutulolla tarkoitetaan kyseisellä kohdealueella matkailu-
vien palveluihin ja ostoksiin käyttämää rahaa (Jaakola 2019, 8). Vuoteen 2030 mennessä matkailun
välittömien vaikutusten on suunniteltu tuplaantuvan nykyisestä. Tällöin matkailun välitön liike-
vaihto Sotkamossa olisi 110 miljoonaa euroa, työllistäen jopa 800 henkilöä välittömissä työpai-
koissa (Sotkamo-Vuokatti Masterplan 2030).



Kuvio 4. Matkailualan työllistävyys. Visit Finland ja Tilastokeskus 2022.

Haastatellut toivat myös yksimielisesti esille, että jatkuva yhteistyö eri toimijoiden välillä parantaa selvästi alueen yritysten kilpailukykyä sekä tuo mukanaan positiivista kuvaa myös asiakkaiden suuntaan.

*- Ravintolassa olemme ottaneet jo ruokalistaa suunnitellessa mukaan myös paikalliset pientuottajat ja panimon edustajat. Näin ollaan saatu aikaiseksi asiakkaillekin kiinnostava ja ennen kaikkea maistuva menu, joka koostuu pääosin paikallisista sato-
kauden tuotteista – (Haastateltava 1)*

Tähän liittyen haastatteluissa nousi esille se, että on tärkeää huomioida myös syntyneen lisäarvon hinnoittelun läpinäkyvyys asiakkaalle: ei ole taloudellisesti vastuullista laskea hintaa katteiden kustannuksella, kun kyseessä on esimerkiksi lähiruoka vs. teollisesti tuotetut raaka-aineet.

7.4 Asiakkaiden käsitykset ja asenteet

Tutkimuksessa kävi ilmi, että Vuokatin alueen tärkeimmät vetovoimatekijät ovat monipuoliset ympärivuotiset aktiviteetit sekä sen maantieteellinen sijainti eteläsuomalaisiin nähden hyvässä kohdassa. Verrattuna Lapin matkailukeskuksiin, nähdään vain 7 h ajomatka pääkaupunkiseudulta Vuokattiin vielä kohtuullisena. Tyypillisen Vuokatissa matkailevan voidaankin sanoa olevan aktiivinen ja useimmiten myös perheellinen liikkuja, joka arvostaa sitä, että alueella on tarjottavana monenlaisia aktiviteetteja kaikenikäisille ihmisille, melko lailla ympäri vuoden (Jaakola 2019, 31). Vuokatti ei ole profiloitunut riehakkaana, monotansseistaan tunnettuna bilepaikkana, vaan alueella luonnossa liikkuva nauttii nimenomaan hiljaisuudesta ja kauniista vaaramaisemista.

Asiakaskäyttäytymiseen sekä yksilön omien että palveluita tarjoavan yrityksen arvojen on tutkitusti nähty vaikuttavan enenevässä määrin. On myös ollut nähtävissä, että nimenomaan vastuullisuuden ja kestäväan kehitykseen liittyvä arvokeskustelu ja vuoropuhelu on koko ajan kasvusuunnassa. Tästä syystä kaikessa vastuullisuustyössä tulisi pitää mielessä myös yrityksen omien arvojen määrittely sekä tarvittaessa päivittäminen, nimenomaan vastaamaan myös asiakkaiden muuttuvaa arvopohjaa.

Tehdyt haastattelut osoittivat, että vastuullisuussertifioitujen matkailuyritysten vielä rajallinen määrä Vuokatin matkailualueella on johtanut siihen, että nimenomaan asiakkaille suunnattua vastuullisuusviestintää on oltu tähän saakka toteuttamassa suhteellisen rajallisin resurssein, kunkin yrityksen omin voimin. Vuokatin matkailusivuilla on kootusti saatavilla tietoa paikallisista yrityksistä ja työn alla olevista vastuullisuustoimenpiteistä, samoin kuin majoituskohteista löytyy kunkin yrityksen omille asiakkaille suunnattuja tietoiskuja asiaan liittyen sekä ohjeita, kuinka kohteessa vieraileva voi osallistua vastuullisuustyöhön esimerkiksi jätteen lajittelun, veden- ja energiankäytön yms. suhteen.

- Viestintä näkyy niin, että hotellin aulassa ja nettisivuilla on esillä meidän sertifikaatit. Ja sitten huoneissa on sitä ohjeistusta esimerkiksi veden- ja sähkön käytön suhteen. Sosiaalisessa mediassa pyritään myös kertomaan pieniäkin juttuja mahdollisimman paljon -- (Haastateltava 4)

Näillä toimilla ei kuitenkaan voida tutkitusti todeta olevan vielä kovin suurta merkitystä heille, jotka vasta pohtivat matkailukohteen tai majoituspaikan valintaa. Kun myös asiakastyytyväisyyttä

kartoittavat kyselyt ovat toistaiseksi olleet yritysten oman aktiivisuuden varassa, eikä niissä käytetä yhteneväisiä kysymyksiä tai teemoja, niin tällaisenaan näistä ei vielä voida tehdä kovin laaja-alaisia johtopäätöksiä Vuokatin alueen vastuullisuusviestinnän toteutumisesta tai sen roolista asiakaskokemukseen.

Haastatteluissa tuotiin esille, että STF-merkin saavuttaneita yrityksiä valmennetaan myös vastuullisuusviestintään. Kun yrityksellä on hyvä ymmärrys asiakaskunnastaan, tulee näiden toivottujen asiakasryhmien tavoittamiseen osaltaan parempi ote. Yrityksiä kannustetaan kertomaan erityisesti myös niistä pienimmistä, samaistuttavista vastuullisteoista, raskaiden raporttien ja lukujen sijaan.

Matkanjärjestäjille vastuullisuussertifiointilla on yhä suurempi painoarvo, eritoten kansainvälisistä ryhmistä puhuttaessa. Visit Finlandin markkinointitoimenpiteissä tulee jatkossa olemaan vain STF-merkin saavuttaneita matkailualan yrityksiä. Esimerkiksi ulkomaisille matkanjärjestäjille kohdenne- tuille tutustumismatkoille tullaan ottamaan mukaan vain vastuullisuussertifioituja palveluntarjo- ajia. Tällä pyritään motivoimaan yhä useampia toimijoita mukaan vastuullisuuspolulle.

- Kyllä se sertifikaatti on matkanjärjestäjille iso juttu ja jopa ihan kohteen valintakri- teerinäkin, että pitää olla esittää yksi tai useampi sertifikaatti nimenomaan vastuulli- suusasioissa. Että ihan tarjouspyynnössä pyydetään luettelemaan kohteen kaikki ser- tifikaatit, joiden perusteella he sitten tulevat valitsemaan matkakohteen -- (Haastateltava 4)

7.5 Haasteiden tunnistaminen

Vastuullisuussertifiointiin liittyy edelleen monenlaista -ja osin hyvin aiheellistakin- kritiikkiä, myös matkailualalla. Yleisimmin mainittavia ovat sertifiointistandardit, jotka voivat vaihdella eri alan yri- tysten välillä ja niiden määrittely voi olla epäselvää tai hankalasti tulkittavissa. Lisäksi entistä use- ammin kuulee käytettävän termiä *viherpesu* erilaisten ympäristöystävälliseksi leimattujen tuotteiden tai palveluiden markkinoimiseksi, vaikka näille markkinointiväitteille ei olisikaan sen kummempaa totuusperää. Myös auditoitujen vastuullisuustoimien vähäiset konkreettiset vaiku- tukset voivat herättää tiedostavissa kuluttajissa epäilyjä.

Haastatteluissa tuotiin esiin, että STF-polkuun kuuluvissa valmennuksissa osallistujia ohjataan esimerkiksi yritykselle tai toimialalle oikean sertifikaatin valinnassa ja kerrotaan rehellisesti myös siitä kuinka kriittiseenkin keskusteluun voi suhtautua. Pääpaino on kuitenkin kannustaminen uudistuksen mahdollisuuteen.

- Sertifiointiprosessi tulisi nähdä ainutlaatuisena mahdollisuutena yrityksen omien vahvuuksien oivaltamiseen. Se mahdollistaa ihan koko yrityksen kehittämisen niin, että myös henkilökunta on projektissa mukana. Palveluyritys voi luoda konseptiaan uusiksi tai kehittää jo olemassa olevia tuotteita. Ja tämä kehitystyö tuo mukanaan lisäarvoa myös sidosryhmille, kun yrityksen omat arvot tulevat näkyviksi ja helposti ymmärrettäviksi -- (Haastateltava 2)

Tutkimuksen mukaan sertifikaattien haun aiheuttamat kustannukset erityisesti hakemuksen laatimiseen tarvittavan henkilöstöresurssin osalta, byrokratia ja seurannan puutteet voivat osaltaan olla eritoten pienille yrityksille merkittäviä haasteita – ja jopa esteenä sertifiointin hakemiselle. Haastatellut toivat kuitenkin systemaattisesti esiin, että ensimmäisen hakemuksen mukanaan tuomaa työmäärää ei tulisi liikaa etukäteen kauhistella. Kun projekti on hyvin aikataulutettu ja vastuuta jaettu riittävän monelle asianosaiselle, niin sertifiointihakemus on mahdollista saada tehdyksi myös pienemmässä organisaatiossa.

- Kun tosi monet pelkäävät sitä ajankäyttöä hakemuksen laatimisessa ja sen uusimisessa, niin kun sen tekee tai sitten jakaa useammalle päivälle niin, että tekee vaikka kerran viikossa muutaman tunnin sitä hakemusta. Niin kyllä se kannattaa tehdä. [...] Ei se loppujen lopuksi ole niin aikaa vievää, kun se on kerran tehnyt. Se kynnyksen vaan tuntuu alkuun suuremmalta – (Haastateltava 4).

Usein ennakkoluuloja syntyy myös sertifiointiprosessin kustannuksista; moni yrittäjä pelkää, että sertifiointi vaatii tuhansien eurojen investointeja esimerkiksi majoitusrakennuksen taloteknisiin ratkaisuihin vaikka veden paineen säätämiseksi. Todellisuudessa tämänkaltaisia investointeja harvoin tarvitaan välittömästi hakuvaiheessa – ja toteutuessaankin investointi maksaa itsensä takaisin melko äkkiä, pienenevän vedenkulutuksen ja sitä kautta merkittävästi pienempien vesilaskujen myötä.

Haastateltavien mukaan haasteena on nähty myös henkilökunnan vaihtuvuus, joka erityisesti pienessä yrityksessä voi vaikuttaa sertifiointin uusimiseen, tai vastaavasti uusimisen unohtumiseen.

Siksi STF-valmennuksessa suositellaankin vastuullisuusprojektia kokonaiselle tiimille jaettavaksi, ei siis vain yhden yksittäisen työntekijän vastuulle.

- Mitä suurempi porukka vastuullisuusprojektia on työstämässä ja jalkauttamassa kaikkeen arkipäiväiseen tekemiseen, sitä suuremmalla todennäköisyydellä isotkin asiakokonaisuudet tulevat todella osaksi sitä kaikkea tehtyä työtä. Lisäksi näin mahdollistuu myös vastuullisuustekemisen jatkuva kehittyminen, vaikka henkilöstö vaihtuisikin -- (Haastateltava 1)

7.6 Johtopäätökset

Tutkimukselle asetettuihin tavoitteisiin nähden kävi selväksi, että vastuullisuussertifiointiprosessilla oli tutkimuksessa mukana olleille yrityksille monenlaisia positiivisia vaikutuksia kaikkien tutkimusteemojen osalta, eli niin sosiokulttuurisesti, taloudellisesti kuin ekologisestikin. Myös suunnitelma koko alueen sertifioinnista vastuulliseksi matkailu-destinaatioksi näkyi tuloksissa selvästi positiivisena projektina, jonka nähdään tuovan kokonaisuudessaan hyötyä niin alueen toimijoille kuin matkailijakokemuksellekin.

Vuokatin alueen työllisyyteen matkailualalla ja sen kehityksellä on jo vuosien ajan ollut merkittävä vaikutus, mikä myös Sotkamon kunnassa on todettu. Matkailun ollessa toinen kunnan vahvoista toimialoista, on selvää, että siihen tulee näin olla valmiita investoimaan, niin yksityisten yritysten kuin kunnankin toimesta. Vahva yhteistyö alueen matkailutoimijoiden keskuudessa sekä alan opiskelijoiden parissa on mahdollistanut monenlaisten kehitysprojektien toteutumisen ja näille on tulevaisuudessa myös luvassa jatkoa.

Vapaa-ajan matkailu tuo mukanaan sosiaalisia ja taloudellisia etuja, kuten suvaitsevaisuuden lisääntymistä ja sosiaalisen hyvinvoinnin sekä taloudellisen toimeentulon parantumista, vain muutamina esimerkkeinä. Eikä sovi unohtaa myöskään matkailijoiden roolia tärkeänä tulonlähteenä paikallisille. Vastuullinen matkailija osaakin hyödyntää paikallisia palveluita, kuten opastusta, maa-tila- ja luontomatkailua sekä kulttuuripalveluita, mikä osaltaan edistää maaseudun elinkeinojen monipuolistumista ja elinvoimaisuutta.

Vuokatin matkailualueella tehdään aktiivista kehitystyötä eri toimijoiden välillä, jotta palvelutarjontaa saadaan laajennettua vastaamaan kuluttajien kysyntää. Vetovoimaisuuden säilyminen edel-

lyttää toimintaympäristön tarjoaman potentiaalin ymmärtämistä ja jo olemassa olevien olosuhteiden aktiivista ylläpitämistä. Tästä Vuokatin matkailualueella on hyviä näyttöjä esimerkiksi vaellus- ja luontoreittien kunnostamisen ja ylläpidon suhteen, erilaisten paikallismatkailun pilottihankkeiden suunnittelussa ja toteuttamisessa – eli alueen toimintaympäristön kilpailukyvyyn takaamisessa.

Kuitenkin matkailijoiden päästöt kohteeseen perille pääsemiseksi ovat valtavia, vaikka kohteessa ja majoituspaikoissa pyrittäisiin (ja onnistuttaisiinkin) lomareissun mahdollisimman kestävään toteutukseen. Aidosti kestävään matkailuun ei vielä ole olemassa riittävän suuria kannusteita: useimmiten nopein ja halvin matkustustapa on nimenomaan se, joka myös tuottaa suurimmat päästöt.

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että taloudellisten investointien ja paikallisten työllistymisen sekä toimeentulon lisäksi huomionarvoista on jatkaa johdonmukaisesti myös kestävä matkailun tiellä. Aihe on entistä vahvemmin suuren yleisön huomion alla – ja vastuullisuusteemat kiinnostavat paitsi viranomaisia, matkailijoita ja matkanjärjestäjiä myös potentiaalista työvoimaa. Mitä paremmin Vuokatin alueen yritykset huomioivat vastuullista työnantajamielikuvaa, sitä todennäköisemmin alueen vetovoima ja kilpailukyky säilyy myös työntekijöiden silmissä.

8 Pohdinta

Tähän opinnäytetyöhön tehdyn tutkimuksen pohjalta voidaan löytää erilaisia merkityksiä niin matkailupalveluita tarjoaville, yritysjohdolle kuin toimintaa valvoville viranomaisillekin.

Ensinnäkin voi todeta, että kestävyys matkailualalla edellyttää palveluntarjoajilta jatkuvaa valmiutta, sitoutumista ja halua oppia, jotta saavutettu kehitys ei pysähdy. Usein kuulee sanottavan, että kestävä ja vastuullinen matkailu sekä sen sertifiointi on monimutkaista ja vaatii monenlaisten byrokraattisten prosessien läpikäyntiä, joka puolestaan vaatii valtavaa määrää paperityötä ja ulkopuolista asiantuntemusta. Todellisuudessa kestävyystoimet ovat kuitenkin usein hyvin käytännöllisiä ja helppoja toteuttaa pienyrityksessäkin – ja useimmiten jotain, mikä monessa yrityksessä on jo tällaisenaan osa jokapäiväistä operatiivista toimintaa. Lähinnä tämän työn dokumentointiin voi joutua käyttämään eritoten aluksi huomattavan paljon aikaa ja energiaa.

Toisekseen tehty tutkimus osoittaa, että vastuullisuussertifikaatit ja -merkit, kuten STF-merkki ovat osaltaan tärkeässä roolissa tukemassa nimenomaan konkreettisia vastuullisuustoimia. Sertifiointi ja auditointi sekä näiden mukanaan tuomat laatukäsikirjat ja -ohjelmat toimivat hyvänä työkaluna nimenomaan konkreettisten vastuullisuustoimien toteutuksessa, kirjaamisessa ja seurannassa. Vastuullisuussertifiointiprosessin vahvuuksiin kuuluu, että pienilläkin yrityksillä on mahdollisuus tarkastella toimintaansa ulkopuolisen näkökulmasta. Tämä puolestaan mahdollistaa kriittisen arvioinnin paitsi siitä, että mitä jo nykyisellään tehdään hyvin, myös siitä mitä pitäisi edelleen parantaa.

8.1 Tulokset suhteessa tietoperustaan

Kokonaisuutena tehty tutkimus tarjosi hyvän tilaisuuden saada näkemyksiä ja kokemuksia vastuullisuussertifiointiprosessista pienen ja keskisuuren matkailuyrityksen näkökulmasta. Tutkimuksen pohjalta voi sanoa, että jokainen matkailupalveluita tarjoava yritys on toimintatavoiltaan omanlaisensa – ja samanaikaisesti nimenomaan omalla kehityspolullaan kohti kestävästä matkailusta. Lisäksi on tärkeää muistaa, että jokainen palveluntarjoaja määrittelee omat oppimis- ja kehitystavoitteensa ja työskentelee niiden saavuttamiseksi, kukin omalla tavallaan.

Koska vain yhtä oikeaa ratkaisua vastuullisuusasioiden omaksumiseen ja sertifiointiprosessin läpikäyntiin ei ole olemassa, niin on hyvä pitää mielessä, että sertifiointit tai vaikkapa STF-merkki ei ole varsinainen valmis vastuullisuusmalli sellaisenaan – vaan nimenomaan eräänlainen oppimisrakenne, joka voidaan sovittaa kunkin yrityksen tarpeisiin ja asiantuntemukseen. Vastaavasti STF-vastuullisuusmerkki ja Visit Finlandin tuki tarjoaa mahdollisuuden ja tarvittavan viitekehysten tehokkaan vastuullisuusviestinnän luomiseen.

Pienyritysten ei missään nimessä tulisi ajatella olevansa jollain tavalla vähäpätöisiä tai ettei niillä olisi omaa rooliaan parhaillaan käytävissä vastuullisuuskeskusteluissa. Päin vastoin nimenomaan vastuullisten käytäntöjen ja uuden oppimisen näkökulmasta pienyritykset voivat olla asiantuntemuksen ja inspiraation lähde uusien tapojen löytämiseksi, joilla voitaisiin kehittää entistä kestävämpää matkailua.

STF-ohjelma on suunniteltu tukemaan Suomen matkailualaa kehittämään kestäviä käytäntöjä. Sen tavoitteena on edistää kestävää talouskasvua, täyttää työllisyyttä ja parantaa matkailualan työpaikkojen laatua. Ohjelman keskeinen tavoite on varmistaa, että matkailutoiminta on kestävä ja että alalla toimivat yritykset taistelevat ilmastonmuutosta vastaan. Kansallinen kestävä matkailun indikaattorijärjestelmä auttaa seuraamaan näitä tavoitteita.

Vaikka edistystä onkin tapahtunut kestävydessä, kohtaa matkailuala edelleen haasteita vastuullisuuden vaatimusten kasvaessa, niin viranomaisten kuin asiakkaidenkin taholta. Kestävä matkailu vaatii jatkuvaa tasapainoa yritystoiminnan hallinnan, sen taloudellisen tasapainon, ekologisten vaikutusten sekä sosiokulttuurisen vaikuttavuuden välillä. Parhaimmillaan matkailu ei ainoastaan vähennä negatiivisia vaikutuksia, vaan edistää kokonaisvaltaisesti toimintaympäristönsä hyvinvointia. Suomella onkin merkittävä mahdollisuus toimia edelläkävijänä kestävässä matkailussa ja johtaa koko alaa kohti uudistuvaa tulevaisuutta

8.2 Jatkotutkimusehdotukset

Tehty tutkimus vastasi osaltaan alkuperäiseen tutkimuskysymykseen nimenomaan alueen toimijoiden kokemuksen ja sertifiointin mukanaan tuomien hyötyjen näkökulmasta. Asiakaskokemuksen mittaamiseen ei ollut saatavilla riittävän luotettavaa dataa, joten tätä näkökulmaa ei tehdyn tutkimuksen perusteella valitettavasti voi käsitellä.

Tehdyissä haastatteluissa heräsi uusia kysymyksiä, joita Vuokatin matkailualueella voitaisiin tarkastella edelleen. Tällaisenaan matkailualueella toimivien kokemukset sertifikaattipolusta ovat vielä melko tuoreita, eli voisi olla mielenkiintoista toteuttaa jatkotutkimus alueen matkailuyrityksissä esimerkiksi 3–5 vuoden kuluttua. Näin voitaisiin arvioida, kuinka niiden kestävä kehityksen ja vastuullisen matkailun kokonaisuuden hallinta on kehittynyt ajan myötä.

Myös alueen matkailijakokemuksen tutkiminen toisi varmasti omalta osaltaan lisää arvokasta esimerkiksi siitä, kuinka onnistuneena vastuullisuusviestintää voidaan pitää ja minkälaista lisäarvoa matkaansa suunnittelevat kokevat vastuullisuusasioista saavansa sekä kuinka näistä teemoista etukäteen kertominen vaikuttaa tehtyihin päätöksiin esimerkiksi matkakohteen tai majoituspaikan suhteen.

Mahdollinen jatkotutkimus voisi myös tarjota lisää näkemyksiä itse vastuullisuussertifiointiprosessista sekä aiheen tiimoilta tapahtuvasta opetuksesta esimerkiksi paikallisten matkailu- ja majoitusalan oppilaitosten (Kajaanin Ammattikorkeakoulu sekä Kainuun Ammattiopisto) opiskelijoiden ja opettajien parissa.

8.3 Luotettavuuden arviointi

Tutkimukselle asetettu tavoite oli saada luotettavaa tietoa vastuullisuussertifiointin vaikutuksesta matkailuyrityksen toimintaan sekä tunnistaa sertifiointiprosessiin liittyviä haasteita ja onnistumisen kokemuksia. Tätä tavoitetta kohti edettiin haastatteleamalla viittä matkailuyrityksen työntekijää ja alan asiantuntijaa, joilta saatiin tutkimukseen tarvittavat tiedot.

Haastateltavien määrän riittävyys varmistettiin, sillä, että haastateltavat toivat toisistaan tietämättä aiheesta esille samankaltaisia seikkoja ja havaintoja. Kaikilla haastateltavilla oli pitkäaikaista kokemusta ja asiantuntemusta matkailualalta, mikä osaltaan oli takaamassa heidän kykyään tarjota riittävän perinpohjaista tietoa tutkimusaiheesta.

Tutkimuksen menetelmät ja haastateltavat valittiin huolellisesti, mikä varmisti tulosten luotettavuuden ja pätevyyden. Tutkimuskysymykset koottiin tukemaan tutkimuksen tavoitteita ja sen toteutumista. Validiteetti kysymysten ja vastausten yhteensopivuuden kannalta todettiin hyväksi, samoin kuin reliabiliteetti siltä osin, että haastatteluaineisto ei sisältänyt ristiriitaisuuksia.

Haastateltujen lukumäärä johtui alueella STF-merkin saaneiden yritysten toistaiseksi suhteellisen vähäisestä määrästä. Jos tutkimuskysymys olisi asetettu sisältämään myös ne yritykset, jotka ovat jo saaneet jonkin vastuullisuussertifikaatin ja ovat siten STF-polulla, olisi tämä haastateltavien lukumäärä kasvanut. Tähän työhön haastatellut kuitenkin kertoivat kokemuksistaan yhdenmukaisesti, eikä poikkeavia vastauksia ollut – eli saturaatio täyttyi ja siten voidaan todeta, että haastateltujen määrä toi riittävän kattavasti tutkittavaa tietoa.

Jälkikäteen ajateltuna opinnäytetyön tutkimusryhmään olisi voinut sisällyttää myös otannan alueella palveluita aiemmin käyttäneistä asiakkaista. Tämä olisi antanut objektiivisen kuvan siitä, kuinka alueen toimien aktiivisuus vastuullisuusasioissa ja saavutetut sertifikaatit vaikuttavat asiakaskokemukseen sekä matkakohteen valintaan. Kyselytutkimuksen kvantitatiiviset tulokset olisivat

myös voineet olla suoraviivaisemmin tulkittavissa kuin tähän työhön tehtyjen teemahaastatteluiden analysointi koodaamalla.

Yhteenvetona voidaan kuitenkin todeta, että tehty tutkimus onnistui tuottamaan luotettavaa tietoa Vuokatin matkailualueen toimijoiden kokemuksista vastuullisuussertifiointista ja nimenomaan STF-sertifikaatista. Haastatteluissa selvisi alan toimijoiden kokemuksia, haasteita ja parhaita käytäntöjä liittyen STF-merkkiin ja sen saavuttamiseen. Näiden tietojen sekä tutkimusta varten rakennetun tietoperustan voidaan ajatella tarjoavan arvokasta tietoa alan toimijoille, jotka suunnittelevat vastuullisuussertifikaatin hakemista.

Lähteet

Ahonen, S., Holopainen, M., Tunkkari-Eskelinen, M. 2021. Vastuullisuus näkyväksi: eväitä matkailun vastuullisuusviestintään. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Dolinšek, S., Kulusjärvi, O., Ojala S., Tervo-Kankare, K. 2021. Vastuullisen matkailun osaamistarpeet matkailuyrityksissä. Nordia Tiedonantoja, (1) 1-52. Viitattu 24.9.2023. <https://nordiatiedonantoja.journal.fi/article/view/107277>

FCG 2018. Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehittämistarpeet. Viitattu 3.3.2024. https://www.businessfinland.fi/48e79a/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/loppuraportti_selvitys_kestavan_matkailun_nykytila_ja-kehittamistarpeet.pdf

Grönroos C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOYpro.

Gärling, T., Ettama, D., Friman, M. 2014. Handbook of sustainable travel. Springer, cop.

Haitti, F. 2019. Vastuullisuus nuorten matkailijoiden valinnoissa. Viitattu 24.9.2023. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2019060514942>

Haikola, M. 2024. Uutinen. Kainuu sai ensimmäisen suoran lentoyhteyden Keski-Eurooppaan. Viitattu 1.5.2024. <https://yle.fi/a/74-20079005>

Halminen, S. 2021. Learning about Sustainability: An Action Research Study of a Small Tourism Organization Undergoing the Sustainable Travel Finland -Program. Viitattu 24.9.2023. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2021121560762>

Jaakola, M. 2019. Vuokatin vetovoimatekijät. Opinnäytetyö AMK. Kajaanin ammattikorkeakoulu, matkailun koulutusohjelma. Viitattu 7.5.2024. <https://www.theseus.fi/handle/10024/265175>

Kallinen, T. & Kinnunen, T. N.d. Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Viitattu: 17.3.2024. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/metelmaopeetus/kvali/>.

Kalmari, H., Kelola, K. 2009. Vastuullisen matkailijan käsikirja. Image Kustannus Oy.

Kalpio, K. 2022. The Next New -kuluttajatrenditutkimus. Viitattu 14.5.2024. <https://www.franklypartners.fi/fi/news-next-new-5>

Kestävän kehityksen tavoitteet. N. d. Kestävä kehitys – Agenda 2030 kuvaus YK-liiton sivuilla. Viitattu 9.12.2023. <https://www.ykliitto.fi/kestava-kehitys>

Kestävän matkailun periaatteet 2019. Artikkelijulkaistu Visit Finlandin www-sivuilla. Viitattu 5.5.2024. <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/kestavan-matkailun-periaatteet>

Kestävä matkailu Suomessa 2022. Raportti julkaistu Visit Finlandin www-sivuilla. Viitattu 24.4.2024. <https://www.visitfinland.fi/498840/globalassets/visitfinland.fi/vf-julkaisut/2023/kestavan-matkailun-tila-2022.pdf>

Koipijärvi, T., Kuvaja, S. Yritysvastuu. Johtamisen uusi normaali. 2017. Kauppakamari. Helsinki.

Kurittu, K., Rankinen, L. 2023. Menesty kestävästi! Vastuullisuus johdon ja hallituksen agendalla. Alma Talent Oy

Röntynen, R., Tunkkari-Eskelinen, M., Törn-Laapio, A. 2021. Vastuullisen matkailun portaat: oppeja ja havaintoja matkasta osaamiseen. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV-Menetelmäopetuksen tietovaranto. Verkkojulkaisu. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 17.3.2024. https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html.

Silén T. 2001. Laatu, brändi ja kilpailukyky. Porvoo. WS Bookwell Oy.

Smith, J. 2018. Transforming travel: realising the potential of sustainable tourism. CAB

Timmerbacka, N. 2018. Strateginen yritys vastuu ravintola-alalla. Opinnäytetyö. Haaga-Helian ammattikorkeakoulu.

UNFP, 2019. Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, UNEP and UN Tourism, 2005. Viitattu 23.4.2024.

Vastuullinen ravintola-ala. 2020. Kestävän kehityksen opas. Artikkelijulkaistu Perhon ravintolakoulun www-sivuilla 27.4.2020. Viitattu 19.3.2024. <https://perho.fi/keke-opas-vastuullinen-ravintola-ala/>

Vuokatin matkailun kehittämissuunnitelma. 2024. Raportti julkaistu 22.2.2025. Viitattu 7.5.2024. <https://www.epressi.com/tiedotteet/matkailu/vuokatin-matkailun-kehittämissuunnitelman-julkistus-22.2.2024-klo-17.html?block=5&customer=7760>

Liitteet

Liite 1. Haastattelurunko

PÄÄTEEMA

TUKIKYSYMYS

KILPAILUKYKY / TALOUDELLISET HYÖDYT

Millaisia taloudellisia hyötyjä olette havainneet STF-sertifiointista

Onko se lisännyt kannattavuutta ja miten?

Miten olette kokeneet vastuullisuussertifiointin vaikuttavan Vuokatin matkailualueen yritysten kilpailukykyyn?

Onko se mielestänne parantanut tai heikentänyt asemaanne koko Suomen matkailumarkkinoilla?

ASIAKASNÄKÖKULMA / ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Kuinka asiakastyytyväisyys on muuttunut vastuullisuussertifiointin myötä?

Onko asiakkaillanne nähtävissä kasvava kiinnostus vastuullisia palveluita kohtaan?

Miten näette vastuullisuussertifiointin roolin tulevaisuudessa matkailualalla?

Kuinka aiotte kehittää toimintaanne sen suhteen?

Kuinka olette toteuttaneet asiakkaille ja sidosryhmille suunnattua vastuullisuusviestintää?

HAASTEET / ESTEET

Mitkä ovat olleet suurimmat haasteet vastuullisuussertifiointin hakuprosessissa tai käyttöönotossa?

Miten olette onnistuneet ratkaisemaan nämä haasteet?

Mitkä ovat olleet suurimmat esteet vastuullisuussertifiointin hyödyntämisessä liiketoiminnassa

Miten olette yrittäneet vähentää näitä esteitä?

Kuinka paljon resursseja ja aikaa vastuullisuussertifiointin ylläpitäminen vaatii?

Onko se koettu resurssien arvoiseksi?

MAHDOLLISUUDET / HYÖDYT

Millaisia mahdollisuuksia olette tunnistaneet vastuullisuussertifiointin käyttöönoton myötä?

Onko se avannut uusia liiketoimintamahdollisuuksia?

Miten pienet ja keskisuuret matkailualan yritykset voivat hyötyä vastuullisuussertifiointista käytännössä?

Onko teillä konkreettisia esimerkkejä parhaista käytännöistä?

Millaisia toimenpiteitä olette toteuttaneet vastuullisuussertifiointin tukemiseksi yrityksessänne?

Liite 2. Suomessa käytettäviä vastuullisuussertifikaatteja

<p>EU:N YMPÄRISTÖMERKKI</p>	<p>Yksi tärkeimmistä kestävän matkailun merkeistä, joka on hyväksytty myös Sustainable Travel Finland -ohjelmaan. Tämä merkki myönnetään majoitusliikkeille, jotka täyttävät tiukat ympäristökriteerit.</p>
<p>GREEN KEY-SERTIFIKAATTI</p>	<p>Maailman johtava matkailualan vastuullisuusohjelma, joka on suunnattu erityisesti hotelleille. Tämän sertifikaatin saamiseksi hotellin</p>

	<p>on sitouduttava ympäristö- ja yhteiskuntavastuuseen sekä laadittava vastuullisuussuunnitelma, jota päivitetään vuosittain.</p>
BIOSPHERE	<p>Hallintajärjestelmä, joka ohjaa matkailukohteita ja yrityksiä kohti kestävästä kehitystä ja YK:n Agenda 2030 -tavoitteiden saavuttamista. Sen kriteerit perustuvat YK:n 17 kestävästä kehityksen tavoitteeseen (SDG:t).</p>
GREEN GLOBE	<p>Kansainvälinen matkailualan kestävä matkailun standardi, jossa on korkeat kriteerit. Pohjautuu useisiin eri ohjelmiin ja standardeihin.</p>
TRAVELLIFE FOR ACCOMMODATION	<p>Kansainvälinen majoitusten kestävyysohjelma, joka edellyttää majoitusliikkeiltä ympäristöasioiden hallintaa, reilua työvoimaa, ihmisoikeuksien kunnioittamista ja yhteisön tukemista</p>
EKOKOMPASSI-YMPÄRISTÖSERTIFIKAATTI	<p>Suomalainen järjestelmä, joka auttaa organisaatioita tunnistamaan ja vähentämään ympäristövaikutuksiaan.</p>
JOUTSENMERKKI	<p>Yksi tunnetuimmista vastuullisuuden merkeistä, joka voi koskea myös hotelleja ja ravintoloita. Se ohjaa toimijoita säästämään energiaa ja vettä, lajittelemaan jätteet sekä suosimaan ympäristömerkittyjä tuotteita ja palveluita hankinnoissa.</p>