

Kati Kotro

EKOLOGISUUS ANTTOLANHOVISSA
– NYKYTILA, KEHITTÄMINEN JA
HYÖDYNTÄMINEN
MARKKINOINNISSA

Opinnäytetyö
Liiketalous


Helmikuu 2015




MAMK

University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

	Opinnäytetyön päivämäärä 11.2.2015
Tekijä(t) Kati Kotro	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Liiketalouden koulutusohjelma
Nimeke Ekologisuus Anttolanhovissa – Nykytila, kehittäminen ja hyödyntäminen markkinoinnissa	
Tiivistelmä Matkailu on maailmanlaajuisesti erittäin merkittävä ja kasvava toimiala. Säilyttääkseen merkittävyytensä toiminta on toteutettava kestävän kehityksen periaatteella ja ekologisuutta noudattaen. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää ekologisuutta hotelli Anttolanhovissa. Tutkimusongelma koostuu kolmesta osa-alueesta: Mikä on ekologisuuden nykytila, miten sitä voidaan kehittää ja miten sitä voidaan hyödyntää markkinoinnissa. Tutkimuksen teoriaosuudessa käsitellään kestävää kehitystä liiketoiminnassa ja erityisesti hotellialalla sekä käytössä olevia tärkeimpiä ympäristömerkkejä ja -standardeja. Tutkimus on laadullinen tapaustutkimus ja tutkimusmenetelminä on käytetty teemahaastatteluja, osallistuvaa havainnointia sekä valmiita raportteja. Tutkimus on rajattu aiheen laajuuden vuoksi koskemaan vain hotellitoimintaa. Tutkimuksen tulokset osoittavat, että Anttolanhovissa on tehty jo yksittäisiä ekologisia ratkaisuja, mutta parannettavaa on myös paljon. Tärkeimmät kehittämisen osa-alueet ovat jätehuolto ja energian kulutus. Panostus kehittämistyöhön toisi taloudellisten säästöjen lisäksi etua markkinointiin sekä imagon vahvistamiseen. Yhteistyötä ympäristöasioissa tulee kehittää yhteistyössä sisarhotelli Lasaretin kanssa.	
Asiasanat (avainsanat) kestävä kehitys, ekologisuus, hotelliala, ympäristömerkit	
Sivumäärä 49 s. + liitteet 3 s.	Kieli Suomi
Huomautus (huomautukset liitteistä)	
Ohjaavan opettajan nimi Reijo Honkonen	Opinnäytetyön toimeksiantaja Anttolanhovi

DESCRIPTION

		Date of the bachelor's thesis 11 February 2015
Author(s) Kati Kotro	Degree programme and option Business Management	
Name of the bachelor's thesis Ecological aspects at Anttolanhovi – Present situation, development and the utilization in marketing		
Abstract <p>Tourism industry is a globally significant and expanding field of business. To preserve its significance, operations must be sustainable and take ecological aspects into consideration. The aim of this thesis is to find out how ecological hotel Anttolanhovi is. The research problem consists of three sections: what is the present situation in ecological sustainability, how could it be developed, and how could it be tapped in marketing.</p> <p>The theory of this thesis consists of sustainable development in business and especially in hotel industry, and the most important disposable eco-labels and ecological certificates. The research is a qualitative case study, and the research methods are theme interviews, participative observation and reports. Because of the large scope of the subject, the research only focuses on hotel operations.</p> <p>The results of this thesis show that some individual ecological decisions have already been made at Anttolanhovi, but there are also many things to be improved. The most important sectors of the development are waste management and energy consumption. Investment in development shall generate not only economical savings, but also benefits on marketing and strengthening the image. Anttolanhovi and its sister hotel Lasaretti should develop their co-operation in ecological issues.</p>		
Subject headings, (keywords) sustainable development, ecological sustainability, hotel industry, eco-labels		
Pages 49 p. + 3 app. p.	Language Finnish	
Remarks, notes on appendices 		
Tutor Reijo Honkonen	Bachelor's thesis assigned by Anttolanhovi	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	1
2	KESTÄVÄ KEHITYS JA LIIKETOIMINTA	2
2.1	Liiketoimintaetiikka.....	2
2.2	Yritysvastuu	4
2.2.1	Luonnonvarojen käyttö ja kierrätys	5
2.2.2	Ilmastovastuu ja hiilijalanjälki	6
2.2.3	Vaikutus ekosysteemiin	8
2.3	Ekologinen hotellitoiminta	9
2.3.1	Vesi ja energia sekä jätehuolto	11
2.3.2	Kaluston ja kulutustarvikkeiden hankinnat.....	14
2.3.3	Kemikaalit ja kuljetukset	15
3	STANDARDIT JA YMPÄRISTÖMERKIT	15
3.1	ISO 14001	16
3.2	EMAS	17
3.3	Ympäristömerkit hotellitoiminnassa.....	20
3.3.1	Joutsenmerkki	20
3.3.2	EU-kukka	22
3.4	Ympäristöstandardien ja -merkkien käyttö markkinoinnissa	23
4	TUTKIMUS	24
4.1	Anttolanhovi	24
4.2	Tutkimusmenetelmät	25
4.2.1	Haastattelututkimus.....	26
4.2.2	Havainnointitutkimus.....	27
4.2.3	Tiedot raporteista	29
4.2.4	Yhteenvedo tutkimusmenetelmistä.....	29
4.3	Tutkimustulokset	31
4.4	Toimenpidesuosituksset	39
5	POHDINTAA	41
5.1	Tutkimuksen onnistuminen	41
5.2	Validiteetti ja reliabiliteetti	43
6	PÄÄTÄNTÖ	44

LÄHTEET	45
---------------	----

LIITTEET

- 1 Haastattelukysymykset
- 2 Havainnointitaulukko

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kartoittaa hotelli Anttolanhovin ekologisuuden nykytilaa, etsiä ratkaisuja ympäristöystävällisyyden kehittämiseksi ja parantamiseksi sekä selvittää miten ekologisuutta voi hyödyntää markkinoinnissa. Olen itse työskennellyt Anttolanhovissa yli kymmenen vuotta ja tiedän että yrityksen toiminnan arvoihin sisältyy ympäristövastuuta ja pyrkimys toimia ekologisesti. Yksittäisiä hankintaratkaisuja on jo tehty ympäristönäkökohdat huomioiden. Mutta konkreettisiin ekologisuuteen tähtääviin tavoitteisiin ei ole laadittu strategiaa. Opinnäytetyöni varsinaiseksi tutkimusongelmaksi muodostui kaksiosainen kysymys: mikä on hotelli Anttolanhovin ekologisuuden nykytila ja millä keinoin sitä voidaan parantaa? Lisäkysymyksenä oli miten ekologisuuteen panostamista voidaan hyödyntää markkinoinnissa?

Matkailun katsotaan usein kuluttavan ympäristöä ja luonnonvaroja runsaasti. Tästä syystä on tarpeellista pohtia miten ja millä toimenpiteillä tilannetta voidaan parantaa ja muuttaa sitä vähemmän ympäristöä kuormittavaksi toiminnaksi. Matkailuala on neljänneksi suurin elinkeino maailmantaloudessa, joten kestävän kehityksen voidaan katsoa olevan sille elinehto. Valtavien taloudellisten ja työllistävien vaikutusten lisäksi matkailu on merkittävä toimiala kehittyville maille, joiden on mahdollista parantaa elintasoaan matkailutoiminnalla.

Ekologia sanana merkitsee oppia eliöiden ja niiden luonnonympäristön välisistä suhteista (MOT Gummerus Uusi suomen kielen sanakirja). Kun tässä työssä puhutaan ekologisuudesta hotellitoiminnassa, sillä tarkoitetaan ympäristöön vaikuttavien näkökulmien huomiointia hotelliliiketoiminnassa. Ympäristövastuusta puhutaan yleisesti yritystasolla (yhtenä yritys vastuun osa-alueista) kun halutaan kertoa pyrkimyksestä toimia ympäristön kannalta parhaalla mahdollisella tavalla (Harmaala & Jallinoja 2012, 16).

Koska tutkimus tehdään yhden yrityksen näkökulmasta, kyseessä on tapaustutkimus. Se on luonteeltaan laadullinen ja tutkimusmenetelmiksi valikoituivat havainnointi ja haastattelut sekä niitä tukevaksi menetelmäksi valmiit raportit. Teoreettinen viitekehys jakaantuu kahteen pääosaan: kestävä kehitys ja liiketoiminta sekä standardit ja ympäristömerkit. Sisällöllisesti teoria etenee suuremmista kokonaisuuksista pienempiin yksityiskohtiin.

2 KESTÄVÄ KEHITYS JA LIKETOIMINTA

Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan toimintaa, jolla vastataan ihmisten nykyhetken tarpeisiin vaarantamatta tulevien sukupolvien mahdollisuutta täyttää omat tarpeensa. Käsitteen on kehittänyt v. 1987 YK:n alainen Brundtlandin komitea ja sitä käytetään kansainvälisesti yhteiskunnallisissa ja talouselämän toimintaympäristöissä. Määritelmään on sisällytetty ympäristön, sosiaalisen vastuun ja taloudellisen toiminnan aspektit, jotka kaikki ovat keskenään riippuvaisia toisistaan. (Harmaala & Jallinoja 2012, 15–16.)

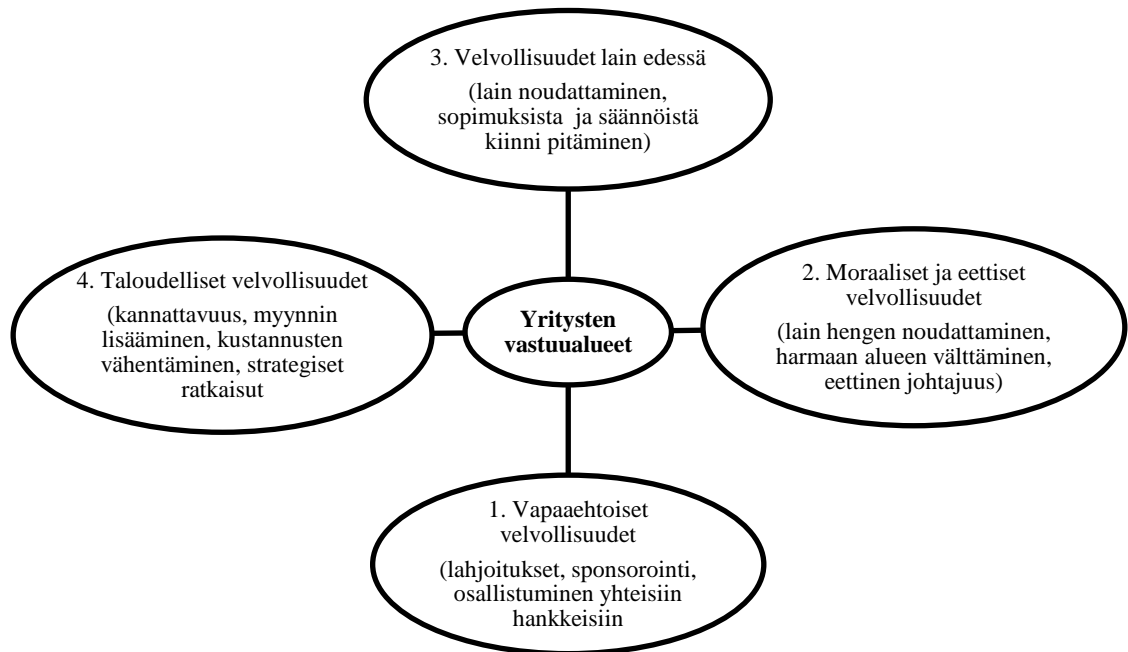
Bärlundin ja Perkon mukaan (2013, 195) kestävä kehitys liiketoiminnassa määritellään neljä ydinkysymystä. Ensinnäkin on mietittävä, tekeekö yritys oikeita asioita edistääkseen kestävä kehitys. Toiseksi on selvitettävä onko koko yrityksen henkilöstö ymmärtänyt tavoitteet ja sitoutunut niiden saavuttamiseksi. Kolmanneksi on laajennettava osallistaminen kaikkiin keskeisiin sidosryhmiin. Neljäntenä pohdittavana asiana on miettiä, tehdäänkö oikeita asioita oikealla tavalla.

2.1 Liiketoimintaetiikka

Etiikan käsite ymmärretään usein hyvin samanlaiseksi kuin moraalin, arvojen, normien ja hyveiden, mutta etiikan voidaan katsoa olevan luonteeltaan teoreettisempi (Aaltonen & Junkkari 2003, 141). Harmaala ja Jallinoja (2012) kiteyttävät etiikan olevan oppia moraalista eli oikean ja väärän tulkitsemisesta. Sovelletussa etiikassa taas tutkitaan moraaliopeja jonkin tietyn elämänalan kohdalla, kuten esimerkiksi liiketoiminnan kannalta (Aaltonen & Junkkari 2003, 141).

Nykyisin liiketoimintaetiikka vaihdetaan usein käsitteeseen yhteiskuntavastuu. Yhteiskuntavastuun kehittymistä kuvaamaan on lähtökohdaksi poimittu toistuvasti taloustieteen nobelisti Milton Friedmanin v. 1962 toteama lausahdus: ”Yrityksen ainoa yhteiskunnallinen vastuu on käyttää voimavarojaan voittojen lisäämiseksi”. Lainaus on hyvin kärjistetty, sillä myös Friedman oli yhteisten ja sovittujen pelisääntöjen kannattaja. (Vauhkonen 2007, 80.)

Yhdysvaltalainen A.B. Carroll laati v. 1991 yritysten yhteiskuntavastuusta nelikenttämallin, jota esitellään kuvassa 1.



KUVA 1. Carrollin yritysvastuualuemalli (mukailien Aaltonen & Junkkari 2003)

Akseleilla ovat vastakkain lakiin perustuvat velvoitteet ja vapaaehtoiset panostukset (pystyakseli) sekä talous ja etiikka (vaaka-akseli). Vaikka vastakkaiset tahot kilpailevat keskenään, ne eivät kuitenkaan tulisi toimeen ilman toisiaan. (Aaltonen & Junkkari 2003, 28–29.) Anna-Maija Lämsä (2007, 45) kuitenkin kritisoi Carrollin mallia. Hänen mukaansa se on laadittu amerikkalaiseen elämäntapaan sopivaksi eikä siten sovi täysin Suomen oloihin. Suomessa ja muissa Pohjoismaissa on yhteiskuntajärjestelmä, joka keventää osaltaan yritysten panostusta ns. hyväntekeväisyysulottuvuuteen (kuvassa osio vapaaehtoiset velvollisuudet). Muutenkin Lämsä toteaa vastuullisuuden tulkinnan olevan sidoksissa aikaan ja paikkaan eikä pysyviä määritteitä voida laatia.

Käytännössä liiketoimintaetiikka elää yrityskulttuurissa; yrityksen arvoissa, uskomuksissa, vuorovaikutuksessa, johtamisessa ja rituaaleissa (Aaltonen & Junkkari 2003, 104). On olemassa lukuisia piirteitä, jotka tukevat eettistä toimintaa yrityksissä. Näitä ovat mm. selkeästi määritellyt vastuut ja roolit, vastuiden kantaminen, avoin keskustelu ja muu vuorovaikutus, tavoitteellisuus, riittävät käytettävissä olevat resurssit ja jatkuva oppiminen ja koulutus. Näidenkin tekijöiden olemassaolo luo pohjan yrityksen eettiselle toiminnalle. (Aaltonen & Junkkari 2003, 113.)

2.2 Yritysvastuu

Yritysvastuun käsitetään pääsääntöisesti tarkoittavan vapaaehtoisia toimenpiteitä, joilla yritys toteuttaa yhteiskuntavastuutaan huomioiden kaikkien sidosryhmien odotukset. Euroopan komission määritelmä käsitteestä ”Corporate responsibility” on vapaasti suomennettuna sama asia: ”Se on konsepti, jossa yritykset yhdistävät vapaaehtoisesti sosiaaliset ja ympäristötavoitteet osaksi liiketoimintaansa yhteistyössä sidosryhmien kanssa”. (Harmaala & Jallinoja 2012, 16.)

Yritysvastuun ulottuvuuksina ovat samat vastuut kuin kestävän kehityksen määrittelyssä: taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristövastuu (Harmaala & Jallinoja 2012, 17). Tässä tutkimuksessa keskitymme ympäristövastuun osa-alueeseen.

Ympäristövastuullisuus merkitsee pyrkimystä toimia ympäristön kannalta parhaalla mahdollisella tavalla. Sen välittömiä vaikutuksia ovat ympäristövaikutukset suoraan toimintaympäristöön sekä luonnonvarojen kulutus. Välillisesti toiminnot vaikuttavat biodiversiteettiin eli luonnon monimuotoisuuteen sekä ilmastonmuutokseen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 16–22.)

Ympäristö on ekologisessa mielessä hyvin nuori sana suomen kielessä. Sitä on ryhdytty käyttämään vasta 1960-luvun lopulla. Aikaisemmin ympäristö-sanaa korvasi useimmiten luonnonsuojelu. Lakitekstiin ympäristö pääsi ensimmäistä kertaa v. 1978 jätehuoltolakiin. (Enckell 2002, 2.)

Ympäristöä on pyritty suojelemaan jo kauan ennen käsitteen käyttöönottoa. Suomen luonnonsuojeluyhdistys perustettiin jo v. 1938 ja luonnonsuojelua on toteutettu myös kansainvälisellä yhteistyöllä koko 1900-luvun ajan. Ympäristötietoisuuden kasvaessa ja laajetessa teollisuus ja yritykset tunsivat aluksi toimintansa uhatuksi kasvavien vaatimusten ja paineiden alla. 1970-luvulta alkaen useat valtiot alkoivat tukea yrityksiä ympäristönsuojelutoimissa, minkä seurauksena yritykset ryhtyivät kiinnittämään huomiota ympäristöasioihin. (Enckell 2002, 4–7.)

Harmaala ja Jallinoja (2012) toteavat ympäristönsuojelun käsitteen liiketoiminnassa muuttuneen suppeasta päästöjen vähentämisestä laajempaan koko tuotekaaren huomioivaan ympäristövaikutusten minimointiin. Ympäristövastuu kattaa paljon enem-

män kuin pelkän lakien huomioinnin. Vastuusta voidaan jo puhua, kun liiketoiminnassa toteutetaan kampanjoita tai projekteja ympäristön hyväksi. Syvintä vastuullisuus on silloin, kun se sisäistetään koko yrityksen strategiaan. (Harmaala & Jallinoja 2012, 57.)

Tienari ja Meriläinen (2009, 7–8) toteavat talouden merkityksen kasvaneen maailmanlaajuisesti viime vuosikymmenien aikana. Globalisaation vuoksi järjestelmät ovat muuttuneet, minkä perusteella on lanseerattu käsite uusi globaali talous. Käsitteellä on muitakin nimiä, kuten globaali kapitalismi tai huomiotalous. Uuden globaalien talouden tärkeimmät osa-alueet ovat teknologisoituminen, finanssivetoistuminen, monikulttuuristuminen, medialisoituminen ja ekologisoituminen. (Tienari & Meriläinen 2009, 13–14). Suomessa ekologisoitumisen keskeisimpiä piirteitä ovat olleet paikallisten haasteiden muuttuminen globaaleiksi, ympäristötietoisuuden kasvu kuluttajien keskuudessa sekä käsityserot yritysten yhteiskuntavastuusta. Yksittäisen yrityksen kohdalla piirteiden painoarvoon vaikuttavat yhteiskunnan, yrityksen eri sidosryhmien sekä kuluttajien vaatimukset. (Tienari & Meriläinen 2009, 70–75.)

2.2.1 Luonnonvarojen käyttö ja kierrätys

Luonnonvarat jaetaan uusiutuviin ja uusiutumattomiin. Uusiutumattomia luonnonvaroja on käytettävissä vain rajallinen määrä, olivat ne sitten ehtyviä tai säilyviä. Ehtyvän ja säilyvän ero on siinä, että säilyviä on mahdollista käyttää yhä uudelleen eli kierrättää. Luonnonvarojen väheneminen on yksi suurimmista ympäristöhaasteista. (Harmaala & Jallinoja 2012, 38.)

Toisena suurena haasteena tulee olemaan vesipula. Vesipula kulminoituu puhtaan veden saatavuuteen ja riittävyyteen. Maapallon asukasmäärän kasvu sekä lisääntyvä teollisuus tuottavat aina vain suuremman määrän tavaraa, mikä tarkoittaa suurempaa jätteiden ja muun saasteen määrää. Kasvavan ihmismäärän ruokkimiseksi ja asuttamiseksi on maapalloa käytetty ankarasti hyödyksi, mikä on köyhdyttänyt maaperää monilla alueilla. (Harmaala & Jallinoja 2012, 38–39.)

Euroopan Unioni on julkaissut v. 2008 tiedonannon kestävän kehityksen toimenpiteistä, joilla huomioitaisiin koko tuote- tai palveluketjun ekologisuus. Päättävöitteena on yksinkertaistettuna suurempi tehokkuus energian ja resurssien käytön osalta. EU on

hyväksynyt taloudelliseen kasvuun pyrkimisen, mutta koko tuotantoketjun olisi huomioitava ympäristönäkökohdat toiminnassaan. Toimintasuunnitelmassa korostetaan myös innovatiivisuutta, sillä se voi olla yritysten kilpailukeino. (Sustainable development 2008.)

Bärlund ja Perko (2013, 122) tuovat esiin tehokkuuden maksimoinnin käsitteellä elinkaariajattelu. Elinkaariarviointi tarkoittaa Harmaalan ja Jallinojan (2012, 256) mukaan tuotteen tai palvelun koko elinkaaren sekä hyvien että huonojen ympäristövaikutusten määrittelyä. Määritelmän perusteella arvioidaan tuotteen tai palvelun kokonaisvaikutuksia. Kestävämpään toimintaan Bärlundin ja Perkon (2013, 122) listauksessa johtaa usea eri asia. Kuten edellä, tärkeimpänä nähdään energia- ja resurssitehokkuus. Muita piirteitä ovat mm. logistiikan tehostaminen, pakkausten / jätteiden / päästöjen / ympäristölle vahingollisten aineiden vähentäminen, ilmastonmuutoksen ja biodiversiteetin huomiointi sekä ”tuotteiden sijaan palveluja” -ajattelu.

Kierrättäminen vähentää uusien luonnonvarojen käyttöä, mutta sillä on merkitystä myös kasvihuonekaasujen muodostumiseen. Ensinnäkin mitä vähemmän jätettä joutuu kaatopaikalle asti, sitä vähemmän ilmakehään pääsee jätteistä syntyvää metaanikaasua. Toiseksi materiaalien uusiokäyttö vähentää tuotannon synnyttämiä päästöjä. Suureen hyötysuhteeseen päästään alumiinin, muovin ja paperin kierrättämisellä. (Antila 2008, 83–85.)

2.2.2 Ilmastovastuu ja hiilijalanjälki

Ympäristökysymyksissä on 2000-luvulla korostunut keskustelu maailmanlaajuisesta ilmastonmuutoksesta ja mm. Portin (2008, 8) toteaa, että se on yksi tämän ajan suurimmista maailmanlaajuisista haasteista. Ilmaston vaihtelevuuden historiassa on nähtävissä luonnollista muutosta, mutta nykyisen muutoksen pääsyynä pidetään kasvihuonekaasujen vaikutusta, mikä taas johtuu fossiilisten polttoaineiden käytöstä. Ilmastonmuutoksen hillintään tarvitaan toimenpiteitä yleismaailmalliselta tasolta aina yksittäisiin kansalaisiin asti. (Virtanen & Rohweder 2011,14–15.)

Jos valtiot käsittelevät ilmastovastuuta poliittisilla ratkaisuilla, niin yrityksiltä tarvitaan oma panoksensa positiiviseen kehitykseen käytännön tasolla. Huomion kohteet vaihtelevat toimialoittain: mm. liikenne ja rakennusala kohtaavat enemmän investoin-

tivaateita, kun taas teollisuus joutuu kohdistamaan huomionsa enimmäkseen hiilidioksidipäästöihin. (Virtanen & Rohweder 2011, 296–298.)

Accenture selvitti v. 2008 kansainvälisellä tutkimuksella suurten teollisuusmaiden yritysjohtajien näkemyksiä ilmastonmuutoksen vaikutuksista ja haasteista. Todettiin, että yritysten ilmastovastuuta on vain harvoin upotettu kokonaisstrategioihin, mutta yksittäisiä toimenpiteitä tilanteen parantamiseksi tehdään. Yhtenä yleisimmästä toimenpiteistä on siirtyminen ”hiili-rajoitetumpaan” toimintamalliin tai yrityksen hiilijalanjäljen huomioiminen. Yhteenvetona annettiin myös ohjeita, miten ilmastohaasteeseen voi tulevaisuudessa vastata: tehokkaalla strategialla, toimintakulttuurin muutoksella sekä ottamalla käyttöön tavoitteita tukevia järjestelmiä ja prosesseja. (Achieving High Performance in an Era of Climate Change 2008, 31.)

Finnish Business & Society toteutti v. 2009 verkkohaastattelun suomalaisille yrityksille, missä selvitettiin yritysten näkemyksiä ilmastonmuutoksesta suhteissa asiakkaisiin. Myös Suomessa ilmastonmuutoksen vaikutukset yritystoimintaan on tiedostettu, mutta käytöksen perusteella yritykset voidaan jakaa kolmeen eri suhtautujatyyppiin: Ladunavaajiin eli edelläkävijöihin, perässähiittäjiin eli hitaammin reagoiviin ja vesihiihtäjiin eli välinpitämättömiin. Noin kolmasosa yrityksistä luetaan vesihiihtäjiin, jotka eivät tutkimuksen teko aikaan vielä olleet ottaneet lainkaan ilmastovastuuta. Suomalaisen yritysten nimeämiä parantavia toimenpiteitä olivat mm. energiansäästö yleisesti, uusiutuvien energiamuotojen, luonnonvarojen ja valmistusmateriaalien käyttö sekä kokonaisjätemäärän vähentäminen. (Haukkala 2009, 3.)

Myös Lingl ym. (2010, ix) korostavat edelläkävijyyden etuja. Nopealla reagoinnilla yritys saa kilpailuetua hitaampiin nähden eli mm. kustannussäästöjä ja kirkkaamman brändin vahvistamista. Johtavat edelläkävijät ovat entistä tehokkaampia toiminnoissaan, pystyvät hyödyntämään uusia markkinoita (ja saavat uusia asiakkaita) ja ymmärtävät paremmin menestyvän liiketoiminnan edellytyksiä hiilidioksidipäästöjä rajoittavassa maailmassa.

Hiilijalanjälki merkitsee jonkin määriteltävän asian (ihminen, yritys, tuote, palvelu ym.) vaikutusta ilmastonmuutokseen (Virtanen & Rohweder 2011, 410). Hiilijalanjälki määritellään laskureilla, joita on kehitetty eri tarpeisiin mm. Suomen ympäristökeskuksen kanssa. Yrityksille on kehitetty työkalu Y-HIILARI, joka huomioi lämmitys-,

sähkö-, jätehuolto-, kuljetus- ja liikematkustamisen vaikutukset. (Suomen ympäristökeskus 2014.)

Anttolanhovin sisarhotellilla Lasaretilla Oulussa on jo käytössä oma hiilijalanjälkilaskuri. Lasaretin internet-sivuilla asiakkaan on mahdollisuus yksinkertaisen ohjelman avulla laskea oman yöpymisensä tai kokouksensa jättämä hiilijalanjälki. Lasaretti seuraa myös mittauksin koko toiminnan ilmastonmuutosvaikutusta vuosittain käyttämällä Ecompterin Hiilijalanjäljen laskentamenetelmiä. Tilannetta on seurattu vuodesta 2009 lähtien. Laskurimallit on esitelty kuvassa 2. (Paakkari 2014.)

The image displays two versions of the CO₂-e Jalanjälkilaskuri (Carbon Footprint Calculator) interface for Hotel Lasaretti. Both screens feature a green header with the logo and title. The left screen shows the 'HUONETYYPPI' (Room Type) set to '1hh' and 'MAJOITTUJEN LKM' (Number of Occupants) set to '1'. The right screen shows 'TILA' (Room) set to 'Aurora-Sali' and 'KESTO' (Duration) set to '0.5 PV'. Both screens feature a 'LASKE JALANJÄLKI' (Calculate Footprint) button and links for 'Tietoa Hiilijalanjäljestä' (Information about Carbon Footprint) and 'Mitä minä voin tehdä?' (What can I do?).

KUVA 2. Lasaretin hiilijalanjälkilaskurit

Esimerkkilaskuna majoituksen hiilijalanjälki laskettuna majoituksesta (2hh) 26. – 27.9.2014 tuottaa hiilijalanjäljeksi 11,7 kg, joka vastaa 65,4 km ajoa henkilöautolla.

2.2.3 Vaikutus ekosysteemiin

Ekosysteemi tarkoittaa tietyssä paikassa olevaa elollisen ja elottoman ympäristön muodostamaa jossain määrin yhtenäistä toiminnallista kokonaisuutta (Harmaala & Jallinoja 2012, 256). Ekosysteemi on luonnollisesti toimiva monimuotoinen järjestelmä, johon ihmiset myös kuuluvat. Ihmisten toiminta uhkaa ekosysteemejä eri tavoin, mm. saasteiden ja luonnonvarojen ylikäytön takia. Ekosysteemien köyhtyminen uhkaa siis myös ihmiskunnan tulevaisuutta. (Luonto palvelee meitä kaikkia 2013.)

Tarvitsemme ekosysteemien toimintaa energian, ruuan ja raaka-aineiden tuottamiseen, ilmaston ja luonnontapahtumien säätelyyn, pohjavesien puhdistamiseen, luonnollisiin hajottamisprosesseihin eli ne ovat kaikessa mukana. Ekosysteemien voidaan sanoa tuottavan elämäämme myös pehmeitä arvoja eli henkisiä voimavaroja, estetiikkaa ja luovuutta. Ekosysteemien suojeleminen kuuluu yritysvastuuseen ja sen voi nähdä myös tuottavuuden kannalta: se tuo mukanaan kustannustehokkuutta, parantaa mainetta, toimii myynnissä kilpailutekijänä sekä auttaa yritystä riskienhallinnassa luonnonvarojen säilyttämisen näkökulmasta. (Luonto palvelee meitä kaikkia 2013.)

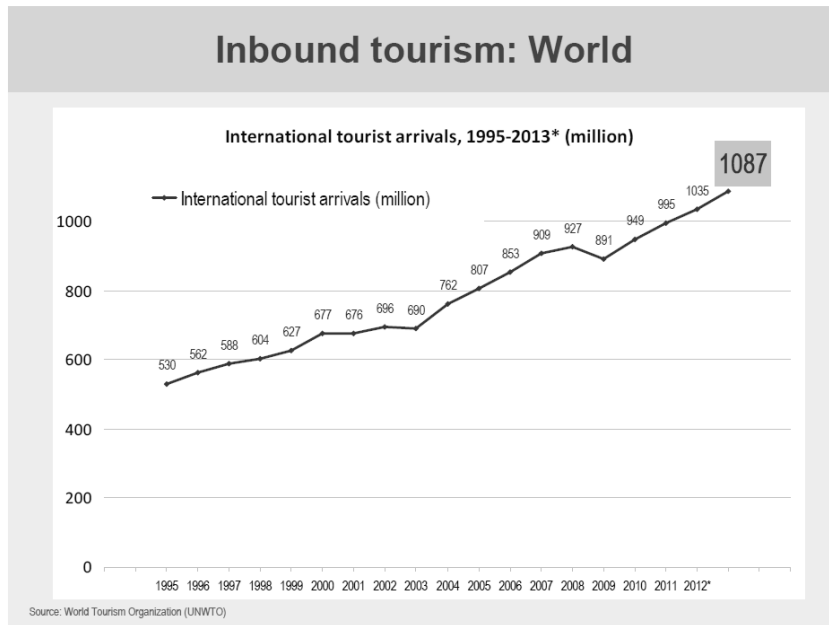
Ekosysteemien ihmisille tuottamista hyödyistä käytetään yleisesti nimitystä ekosysteemipalvelut. Ekosysteemipalvelut käsitteenä ei ole aivan yksiselitteinen, sillä sen merkityksessä on vivahte-eroja näkökannasta ja määrittelijästä riippuen. (Kolström 2010, 20–23.) Naskali (2010, 33) myötäilee käsitteen määriteltävyyden haastavuutta, mutta toteaa, että on tärkeää tuoda käsitteen avulla julkiseen keskusteluun ihmisten riippuvuutta ekosysteemien toimivuudesta. Jokinen (2010, 245–246) vie ajatuksen vielä pidemmälle ja johdattelee ekosysteemipalvelujen vakiinnuttamisen tielle. Hänen mukaansa vakiinnuttaminen tuo ihmisen paremmin mukaan osaksi prosessia, tietoisemmaksi toiminnastaan ja sen myötä osaksi ekosysteemipalveluja ymmärtävää yhteiskuntaa.

2.3 Ekologinen hotellitoiminta

Ekologia tarkoittaa oppia kaikkien eliöiden ja niiden luonnonympäristön välisistä suhteista (MOT Gummerus Uusi suomen kielen sanakirja). Käsitteen ekologisuus ymmärretään tässä opinnäytetyössä tarkoittavan ekologianäkökohtien huomiointia toiminnassa eli tässä tapauksessa hotelliliiketoiminnassa. Ekotehokkuus kaikilla toimialoilla tarkoittaa yksinkertaistettuna sitä, että rajoitetaan materiaalien ja energian kulutusta, mikä johtaa pienempiin päästöihin. Pienempi kulutus johtaa myös pienempiin kuluihin sekä tekee toiminnasta tehokkaampaa, mitkä ovat elintärkeitä asioita yritystoiminnassa. (Antila 2010, 13.)

Matkailuala on maailmanlaajuisesti kasvava toimiala. Vuonna 2013 kokonaismatkailijamäärät (yöpyvien matkailijoiden osalta) kasvoivat viidellä prosentilla edellisvuoteen

verrattuna ja kokonaismatkailijamäärä ylitti miljardin rajan jo v. 2012. (Kester 2014.)
 Matkailijamäärien kehitys selviää kuvassa 3.



KUVA 3. Maailman matkailijamäärät 1995 – 2013 (Kester 2014)

UNWTO (World Tourism Organization) on ennustanut matkailun kasvuksi 4 - 4,5 % vuonna 2014 (Kester 2014). Fischer (2014, 7) toteaa matkailun vaikuttavan monella tapaa ilmastonmuutokseen, luonnonvarojen käyttöön ja ekosysteemien toimintaan. Siksi voidaan todeta, ettei matkailualalla ole tulevaisuutta ilman kestävää kehitystä. Fischer (2014, 9) on myös tiivistänyt – Brundtlandin komitean v. 1987 määritelmän pohjalta – kestävän matkailun määritelmän: Matkailun pitäisi toteutua siten, että tulevilla sukupolvilla olisi samat mahdollisuudet nauttia matkailukohteista kuin meillä on nyt.

Vaikka matkailua ei yleensä mielletä kuuluvaksi saastuttavimpiin toimialoihin, joidenkin kansainvälisten tutkimusten mukaan hotellit ovat kaupallisessa käytössä olevista rakennuksista kaikkein vahingollisimpia ympäristölle. Hotellit kuormittavat ympäristöä energian ja veden käytöllä, jätteen määrällä sekä muilla saasteilla, mitkä tuottavat korkean hiilijalanjäljen. (Sloan ym. 2013, 15.)

Salon ym. (2008, 85) mukaan suurimmat luonnonvaroja kuluttavat tekijät hotelleissa ovat sähkö, lämmitys, rakennus- ja pysäköinti-infrastruktuuri. Tämä tutkimus toteutet-

tiin MIPS-menetelmän avulla. Se mittaa tuotteen tai palvelun luonnonvarojen kulutusta verraten niistä elinkaarensa aikana saavutettuun hyötyyn. (Salo ym. 2008, 11.)

Hyvänä esimerkkinä kestävästä kehityksestä hotellitoiminnassa pidetään Scandic-hotelliketjua. Useissa sen pohjoismaisissa hotelleissa on ympäristöohjelman ansiosta Joutsenmerkki ja Pohjoismaiden ulkopuolella EU-kukka, lisäksi työ on huomioitu YK:n ympäristöohjelma UNEP:n taholta. (Kalmari & Kelola 2009, 79.) Huomiot ovat pitkäaikaisen työn tulosta: ketju ryhtyi toteuttamaan suunnitelmallista ympäristö vastuuta v. 1993. Kestävä kehitys otettiin heti alusta alkaen mukaan yritysstrategiaan ja kun tavoitteet oli luotu, tuotiin ohjelma koulutuksen kautta koko henkilöstön tietoisuuteen. Henkilöstö otettiin heti mukaan suunnittelemaan käytännön parannuksia ja sitä mukaa kun niitä toteutettiin, tuotiin panostus myös asiakkaiden nähtäville. (Scandic: Better world 2008.)

Kansallisena käännekohtana ekologisessa matkailuliiketoiminnassa voidaan pitää Helsinki Declaration -julistusta, mikä on koko Suomen matkailuelinkeinon yhteinen sitoumus noudattaa kestävä kehityksen periaatteita toiminnassaan sekä lisätä yritys vastuuta. Julistuksen on allekirjoittanut yli 100 matkailualan toimijaa. Helsinki Declaration on allekirjoitettiin ensimmäistä kertaa tammikuussa 2009 MATKA 2009 -messuilla Helsingissä ja vuotta myöhemmin sitoumuksen tueksi julkaistiin ”Kestävä matkailun infopaketti”, jonka tarkoitus on tukea yrityksiä kestävä kehityksen toteuttamisessa. (Helsinki Declaration.)

2.3.1 Vesi ja energia sekä jätehuolto

Kuten edellä todettiin, veden kulutus, energian käyttö sekä toiminnasta aiheutuvat jätteet ovat merkittävät osa-alueet hotellin ympäristökuormituksessa.

Veden kulutus

Vuonna 2012 tehdyn hollantilaistutkimuksen mukaan maapallon keskimääräinen vedenkulutus on 127 litraa / henkilö / päivä. Maiden välillä on suuria eroja, sillä köyhimpien maiden osuus on vain murto-osa tästä, kun taas esimerkiksi Yhdysvalloissa luku on 295 litraa ja Dubaissa jopa lähes 500 litraa. (Sloan ym. 2013, 92–93.)

Keskimääräinen veden kulutus suomalaisissa kodeissa on 155 litraa / henkilö / vuorokausi (Veden kulutus 2014). Hotelleissa sen sijaan vettä kuluu helposti moninkertainen määrä. Mero (2010) huomauttaakin, että ihminen antautuu matkaillessaan usein luksuselämän vietäväksi, mikä johtaa runsaaseen veden kulutukseen. Hotellit käyttävät vettä myös itse mm. pyykkihuoltoon, kylpylöiden ja uima-altaiden sekä viheraluiden ylläpitoon. (Mero 2010.)

Hotellihuonetta rakennettaessa tai remontoitaessa voidaan veden käyttöön vaikuttaa mm. vesihana-, suihku- ja wc-valinnoilla. Näistä kaikista on olemassa vettä säästäviä vaihtoehtoja. Kalmari & Kelola (2009, 93) korostava myös, että suihku kuluttaa vähemmän vettä kuin kylpyammeen käyttö. Hotellitoiminnassa jopa viidesosa vedenkulutuksesta saattaa muodostua pyykinpesusta, joten pyyhkeiden ja lakanoiden vaihtamistiheyden on syytä kiinnittää huomiota – monissa hotelleissa asiakkaille on annettu mahdollisuus vaikuttaa tähän ja heitä on informoitu jättämään vaihdettavat pyyhkeet lattialle (Mero 2010).

Energian kulutus

Energian kulutuksessa on syytä kiinnittää huomiota sekä kulutuksen määrään että siihen miten energia on tuotettu. Hotelli tarvitsee energiaa mm. lämmitykseen, ilmanvaihtoon, ilmastointiin, sähköön ja valaistukseen sekä lämpimään veteen. Tarvittava energia voidaan saada uusiutumattomista tai uusiutuvista energianlähteistä. (Sloan ym. 2013, 39, 52.)

Energiatehokkuus nähdään usein rakentamiseen tai remontoimiseen liittyvänä asiana. Olemassa olevissa raameissa on kuitenkin mahdollista vaikuttaa pienemmillään ratkaisuilla. Sloan ym. (2013, 52) huomauttavat että hotellikokonaisuus koostuu erilaisista tiloista, jotka vaativat energiansäästöön erilaista huomiointia. Käyttötarkoituksen mukaan tilat voidaan jakaa majoitushuoneisiin, yleisiin tiloihin ja palvelutiloihin. Näillä tiloilla on erilaisia haasteita: yleisissä tiloissa tapahtuu paljon lämmönhukkaa, kun taas vaikkapa palvelutiloista tekniset tilat vaativat tarkkaa ilmanvaihtoa. Siksi lämmityksen, ilmanvaihdon ja ilmastoinnin olisi toimittava tila- ja tarvekohtaisesti.

Huonetilojen suhteen on mahdollista antaa asiakkaille vaikutusmahdollisuus energian säästämiseen. Nämä ovat periaatteessa samoja valintoja, joita yksilöt tekevät ko-

tonaankin. Huoneen lämpötilan säätäminen pienemmälle, lämpimän veden harkittu käyttö sekä turhien valojen ja sähkölaitteiden sammuttaminen säästävät energiaa. (Antila 2008, 18–19, 34–35, 56–57.)

Jätehuolto

Jätelaki määrittelee miten Suomessa on käsiteltävä jätteitä. Sen tarkoituksena on ”ehkäistä jätteistä ja jätehuollosta aiheutuvaa vaaraa ja haittaa terveydelle ja ympäristölle sekä vähentää jätteen määrää ja haitallisuutta, edistää luonnonvarojen kestävästä käyttöä, varmistaa toimiva jätehuolto ja ehkäistä roskaantumista” (Jätelaki 1:1).

Jätteiden lajittelulla voidaan vaikuttaa ympäristölle aiheutuvan kuormituksen määrään. Sekajätteen seassa oleva biomassa tai vaikka paperijäte aiheuttavat turhia metaanipäästöjä ilmakehään, mitkä olisi voitu välttää lajittelemalla jätteet oikein. Yleisesti jätteet voidaan lajitella sekajätteen lisäksi paperiin, pahvi/kartonkiin, lasiin, metalliin, biojätteeseen, tekstiileihin sekä vaarallisiin jätteisiin. (Antila 2008, 78–82.)

Hotellissa syntyy kaikkia edellä mainittuja jätteitä. Sloan ym. (2013, 80) ehdottavat hotelli- ja ravintola-alan yrityksille käytännönläheisiä taktiikoita jätehuollon hallintaan. Ensinnäkin tulisi tehdä tiivistä yhteistyötä tavarantoimittajien kanssa. Yritys voi neuvotella pakkausmateriaalien vähentämisestä tai kierrätettävien / uudelleen käytettävien kuljetuspakkausten käytöstä. Kertakäyttöpakkauksien, kuten hotellihuoneiden pienten shampoopullojen tai ravintoloiden kertakäyttöastioiden, käyttämisestä tulisi välttää ja käyttää sen sijaan uudelleen täytettäviä kestopakkauksia ja kestäviä lasi-/posliiniasiain. Kaikissa materiaalihankinnoissa (käyttötarvikkeet, kalusto jne.) tulisi panostaa pitkään kestäviin tuotteisiin. Myös Suomen matkatoimistoalan liiton SMAL ry:n kokoamassa kestävästä matkailun infopakettissa tiivistetään jätteiden käsittely samoihin teeseihin (Turunen 2010, 17).

Kolme suurta avainasiaa ovat: vähennä – uudelleen käytä – kierrätä. Jotta tuloksiin päästään, on tarpeen määritellä vastuuhenkilö (/henkilöt) organisoimaan jätehuoltoa käytännössä, analysoida jätevirtojen kulun tehokkuus ja toimivuus, seurata jätehuollosta aiheutuvia kuluja sekä sitouttaa kaikki työntekijät osallistumaan jätteiden lajitteluun sekä kierrätykseen. (Sloan ym. 2013, 80–84.)

2.3.2 Kaluston ja kulutustarvikkeiden hankinnat

Kestävän kehityksen kalustohankinnoissa suositellaan lähestymistavaksi elinkaariajattelua. Kalusteet ovat pitkäkestoisia sijoituksia, joten kestävyys hotellikäytössä on niiden tärkeimpiä valintaperusteita. Materiaalivalinnat vaikuttavat luonnollisesti tuotteen ekologisuuteen. Materiaalin kierrätettävyys ja saatavuus läheltä pienentävät tuotteen ympäristövaikutuksia. Ulkonäössä pitkäkestoisuutta lisää ajattomuus, sillä klassikot säilyttävät tyylikkyytensä muotien vaihtuessa. Materiaaleille, kuten valmiille kalusteillekin, on olemassa ympäristösertifikaatteja, jotka kertovat niiden valmistusmenetelmien ja elinkaaren vaikutuksista. (Sustainable Interior Design 2011.)

Hotelleissa on runsaasti erilaisia sähkölaitteita, esimerkiksi televisioita, jääkaappeja ja pesukoneita. Nykyisin ns. kodinkoneilla on yhtenäinen energialuokitus A-G, joka kertoo tuotteen sähkönkulutuksesta. Luokitus toisaalta auttaa ostajia vertailemaan eri laitteita, toisaalta ohjaa tuottajia valmistamaan energiatehokkaampia ja pitkäkestoisempia laitteita. (Kotitalouslaitteiden energiamerkinnästä tietoa ostopäätöksen tueksi.)

Kuten edellisessä kappaleessa jätehuollon kohdalla todettiin, on ekologinen valinta valita pitkäkestoisia tuotteita kertakäyttöisten sijaan. Kulutustarvikkeissa tämä korostuu selvästi, sillä useissa tuotteissa on saatavilla molempia vaihtoehtoja. Motiva (Materiaalitehokkuus 2014) kannustaa yrityksiä materiaalitehokkuuteen, sillä se vaikuttaa suoraan kustannussäästöihin ja yrityksen kilpailukykyyn.

Hotelleissa käytetään kulutustavaroita erittäin laajalla asteikolla. Tavaroihin sisältyvät kaikkiin palvelumuotoihin (majoitus-, ravintola-, vapaa-ajan sekä muut oheispalvelut) liittyvät tarvikkeet ja lisäksi kiinteistön ylläpitoon sekä taustatyöhön (mm. toimisto ja hallinto) kuuluvat tarvikkeet. Hankintojen ekologisuudesta on määritelmiä eri ympäristömerkeillä ja standardeilla, joten niihin perehdytään tarkemmin kyseisessä luvussa.

Hotellitoimintaan sisältyy paljon toimistotyötä ja sitä kautta paperin kulutus on suurta. Lingl ym. (2010, 36) korostavat tämän tyyppisissä ympäristöissä yksinkertaisesti välttämään turhaa tulostusta ja luottamaan sen sijaan elektronisiin tallenteisiin. Mikäli tietoa täytyy tulostaa, säästöä saadaan käyttämällä paperin molempia puolia. Ympäristöystävällisyys lisääntyy valitsemalla kierrätyspaperin perinteisen paperin tilalle.

2.3.3 Kemikaalit ja kuljetukset

Suomalainen Kestävän matkailun infopaketti ohjeistaa hotelleja kemikaalien käytön hallintaan. Kestävää kehitystä on käyttää vahvoja kemikaaleja niin vähän kuin mahdollista, käyttää ympäristömerkittyjä kemikaaleja, hävittää käytetyt kemikaalit oikein sekä kouluttaa henkilökunta kemikaalien käyttämiseen. (Turunen 2010, 17.)

Hotellien kemikaalien käyttö yhdistetään ensisijaisesti siivoukseen. Jos hotellin yhteydessä on uima-allas tai kylpylä, niin käytössä on vahvempiakin kemikaaleja. Veden desinfiointiin uima-altaissa käytetään kloorikaasua, natriumhypokloriittia tai kalsiumhypokloriittia. Kloorikaasu on edellä mainituista haasteellisempi tai jopa vaarallisempi muoto ja sitä parempia vaihtoehtoja ovat natriumhypokloriitti ja pitempiaikaiseen varastointiin paremmin soveltuva kalsiumhypokloriitti. Investointikustannukset niiden käyttölaitteisiin ovat myös pienemmät kuin kloorikaasun kohdalla. Kloorikemikaalien turvallinen käyttö vaatii aina suunnitelmallisuutta ja perehtyneisyyttä asiaan. (Kloorin käytön turvallisuus vesilaitoksissa 2006.)

Liikenteen vaikutukset ympäristöön nähdään usein kasvihuonekaasupäästöjen kautta. Mäkelän ja Gösslingin mukaan kulkuvälineet voidaan jakaa ilmaston kannalta parhaimmasta huonompaan tässä järjestyksessä: Polkupyörä, sähköjuna, linja-auto, dieseljuna, henkilöauto, autolautta, pika-alus, lentokone (Kalmari & Kelola 2009, 60). Tämä pätee pohtiessa asiaa matkailijan kannalta, mutta entä hotellin omat kuljetukset?

Hotelliliiketoiminnan kuljetustarpeet voivat olla joko ulkoisia tai sisäisiä. Hotellien kuljetustarpeet voidaan myös jakaa henkilöiden ja tavaroiden kuljetuksiin. Sekä ympäristön että kustannustehokkuuden kannalta tulisi ensisijaisesti pyrkiä liikkumisen tarpeen vähentämiseen sekä lyhyillä matkoilla päästöttömien kulkuvälineiden käyttöön (Berninger 2012, 94). Henkilökuljetuksissa hotelli voi lisätä palvelutarjontaa ekotehokkaasti järjestämällä tarvittavia liitöntäkuljetuksia, jotka voivat kerätä isomman henkilömäärän kerrallaan, ja jotka käyttävät biopoltoaineita (Fischer 2014, 108).

3 STANDARDIT JA YMPÄRISTÖMERKIT

Sertifiointi tarkoittaa menettelyä, jossa on määritelty palvelun, tuotteen, tuotannon tai muun prosessin toteuttamistaso. Kirjallisen todistuksen vaatimusten täyttämistä

myöntää ulkopuolinen taho ja sitä voidaan pitää kilpailukyvyn tai erikoistumisen työkaluna. Yritys voi hyödyntää sitä markkinoinnissa ja kasvattaa sen myötä kuluttajien luottamusta sertifiointin kohteeseen. (Sloan ym. 2013, 285.)

Matkailualalla on lukuisia erilaisia ympäristösertifikaatteja käytössä. Jokaisella on omat kriteerinsä ja tavoitteensa, joten niiden vertailu voi olla haastavaa. Ympäristöohjelmille ei ole maailmanlaajuisia valvontaa, mikä kasvattaa merkkien kirjavuutta. Usein ympäristömerkkien käyttöoikeus on myös maksullista, mikä aiheuttaa sen, ettei osalla hotelleista ole varaa tai halua käyttää niitä. Hotelleilla tai hotelliketjuilla voi lisäksi olla käytössä aivan omia ympäristöluokituksia tai ekologisuusasteen määrittelyjä. (Kalmari & Kelola 2009, 80–81.) Tässä tutkimuksessa on siksi keskitytty vain kaikkein tunnetuimpiin standardeihin ja ympäristömerkkeihin.

3.1 ISO 14001

ISO (the International Organization for Standardization) on nimensä mukaisesti kansainvälinen standardisointiorganisaatio, jonka muodostavat kansalliset jäsenliitot. Suomessa tämä organisaatio on Suomen Standardisoimisliitto SFS. ISO-standardeja laaditaan eri aloille ja ISO 14001 käsittelee yritysten ympäristöasioita huomioiden eri maiden maantieteelliset, kulttuuriset ja sosiaaliset olosuhteet. Käytössä on tällä hetkellä toinen painos, joka korvaa ensimmäisen, v. 1996 julkaistun painoksen. (SFS-EN ISO 14001 2004: 4,6.) ISO 14001 on kymmenen vuotta vanha ja standardin uusiminen on käynnissä – sen odotetaan valmistuvan vuonna 2015 (SFS ISO 14000 Ympäristöjohtaminen).

Standardin koodista käy ilmi sen laajuus: SFS tarkoittaa standardin vahvistusta Suomessa, EN tarkoittaa vahvistusta Euroopassa ja ISO kansainvälistä standardia (SFS Usein kysyttyä). Koko 14000-standardiperhe käyttää toimintamallina jatkuvan kehittämisen PDCA-sykliä. Malli muodostuu sanoista Plan-Do-Check-Act (suomennettuna vapaasti Suunnittele-Tee-Tarkista-Korjaa) ja sitä käytetään paljon liiketaloudellisissa kehittämis- ja johtamismalleissa. (Sloan ym. 2013, 268–271.)

Tärkeimpänä tavoitteena standardilla on yritysten ympäristönsuojelun tason parantaminen. Lähtökohtana on siksi se, että yritys ottaa käyttöönsä ympäristöohjelman, jota seurataan ja kehitetään jatkuvasti. Standardin rakentaminen alkaa nykytilanteen kat-

selmuksella, jonka perusteella tulisi selvittää normaalien ja poikkeavien olosuhteiden ympäristönäkökohdat, varmistaa lakisääteiset ja muut vaatimukset toiminnassa, tutkia ympäristöjohtamisen vaikutukset käytännön toimissa sekä arvioida aiemmat poikkeus-tilanteet kuten onnettomuudet. (SFS-EN ISO 14001 2004: 26.)

Katselmuksen perusteella yritys luo ympäristöpolitiikan ja -strategian. Yrityksen on tunnistettava kaikki ympäristöön vaikuttavat toiminnot ja niiden vaikutukset, asetettava tavoitteet, sekä luotava ohjelma, jolla tavoitteisiin pyritään strategiaa noudattaen. Ympäristöstrategiaan sisältyvät myös varmistukset tehtävien asioiden tärkeysjärjestyksestä sekä tarkoituksenmukaisuudesta. Lisäksi yritykseltä edellytetään sopeutumiskykyä muutostilanteisiin. Organisaatioille annetaan standardissa joitakin vapauksia ympäristöjärjestelmän laajuuden määrittämisessä, esimerkiksi laajojen organisaatioiden kaikkia yksiköjä ei ole välttämätöntä ottaa mukaan. Rajauksessa on tosin syytä ottaa huomioon kokonaisuuskottavuus: miten jonkin yksikön poisjätö voidaan perustella luotettavasti. (SFS-EN ISO 14001: 26.)

Vapauksia järjestelmässä on myös lähestymistapojen ja toimintoluokkien valinnoissa. Valinnoissa on huomioitava merkittävyys ja tärkeys toiminnassa. Esimerkiksi yksittäisiä palveluja ei tarvitse huomioida erikseen, vaan yritys voi valita toiminnassaan ensisijaiset palveluluokat ja selvittää niiden ympäristövaikutukset. Lähestymistavoissa voidaan tarkastella päästöjä ilmaan, veteen ja maaperään, luonnonvarojen, raaka-aineiden ja energian käyttöä, vapautunutta energiaa, jätteitä tai kohteen (tuote / palvelu / toiminto) fyysisiä tekijöitä. (SFS-EN ISO 14001: 28.)

Standardin hankkiminen on maksullista, mutta sen sijaan sen käyttö ja hyödyntäminen maksutonta. Halutessaan sertifikaatin standardin toteuttamisesta yritys joutuu maksamaan ulkopuolisesta auditoinnista ja sertifikaatin hankinnasta. SFS itse ei toimi sertifiointielimenä, vaan Suomessa on sertifiointialan yrityksiä, jotka voivat myöntää ISO-sertifikaatteja. (SFS ISO 14001 – maailman tunnetuin ympäristöjärjestelmämalli.)

3.2 EMAS

EMAS –lyhenne tulee käsitteestä European Union Eco-Management and Audit Scheme. Sen määrittellään olevan ympäristönhallintatyökalu yrityksille ja yhteisöille ja

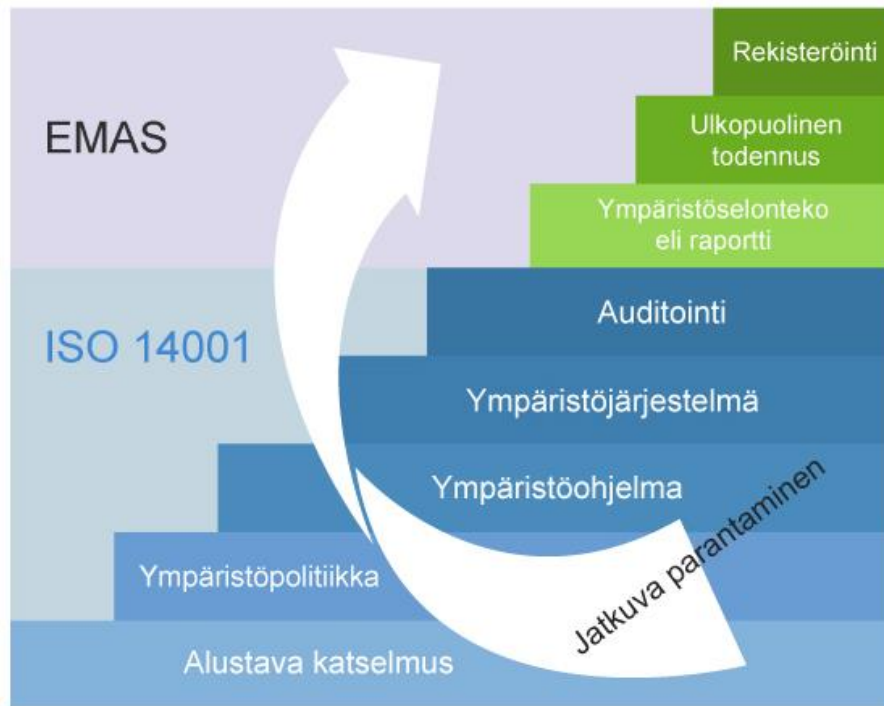
sillä voidaan arvioida, raportoida ja kehittää toimintakykyä ympäristöasioissa. (Sloan ym. 2013, 359.)

EMAS perustuu EU:n asetukseen (EY) N:o 1221/2009 ja se pitää sisällään ISO 14001 -ympäristöstandardin ja erillisen ympäristöraportin eli EMAS-selonteon. Se on täten laajempi kokonaisuus kuin pelkkä ISO 14001 -standardiin sitoutuminen ja EMAS-asetuksessa on lisäksi käsitelty joitakin kohtia ISO 14001 -standardia tarkemmin. Liittyessään EMASiin organisaatio sitoutuu noudattamaan ympäristölainsäädäntöä, parantamaan edelleen omaa tasoaan ympäristönsuojelussa sekä avoimeen ja totuudenmukaiseen raportointiin ympäristöasioissa. Mukanaolo EMASissa on maksullista ja maksua vastaan saa käyttöönsä sertifiointin sekä EMAS-logon (kuva 4.) käytettäväksi viestinnässä. (EMAS-järjestelmä ja sen toteuttaminen 2013.)



KUVA 4. EMAS-logo (EMAS-järjestelmä ja sen toteuttaminen 2013)

Järjestelmän toteuttaminen on monivaiheinen prosessi, jota voi tarkastella kuvassa 5. Prosessissa on eritelty miten ISO14001 sisältyy EMASiin. Työ alkaa lähtötilanteen kartoittamisesta ja päättyy varsinaiseen rekisteröintiin.



KUVA 5. Askeleet EMASiin (EMAS-järjestelmä ja sen toteuttaminen 2013)

Rekisteröinnin saavuttamisen jälkeen yritys toteuttaa laadittua ympäristöohjelmaa, sekä laatii ja julkaisee sovitusti vuosittaiset ympäristöraporttinsa (EMAS-järjestelmä ja sen toteuttaminen 2013).

Suomalaisten yritysten rekisteristä vastaa Suomen ympäristökeskus. Rekisteröintihaikemuksen käsittelymaksu on toimipaikkojen ja henkilöstön määrään sekä käytettävää aikaan sidoksissa. Esimerkiksi yhden toimipaikan enintään 50 työntekijän yritykseltä rekisteröintimaksu on 650 € (8 tuntia käsittelyaikaa), yli 50 työntekijän yritykseltä 1120 € (14 tuntia käsittelyaikaa). Rekisteröinti on uusittava vuosittain ja sen kustannukset ovat yhden toimipaikan osalta 400 € (5 tuntia käsittelyaikaa). (EMAS-rekisteröinti, -lomakkeet ja -maksut 2013.)

Suomalaisia hotelleja järjestelmässä ei vielä ole. Euroopan Unionin laajuisesti tärkeimpien palvelualojen joukossa toisena rekisteröintien määrällä mitattuna on majoitus (Reports & statistics 2014). EMAS-rekisteröintien haku sanalla ”accommodation” tuotti 155 osumaa, suurimmaksi osaksi Saksassa ja Espanjassa. (Search engine for EMAS registrations 2014).

EU:n v. 2009 julkaiseman tutkimuksen mukaan EMAS-järjestelmään rekisteröitymisestä on aiheutunut yrityksille paljon myönteisiä vaikutuksia. Vastaajat ovat valinneet

vaikutukset valmiista luettelosta, minkä voi ajatella vähentävän niiden vaikuttavuusarvoa ja niihin tulee suhtautua varauksella. Vaikuttavuusjärjestyksessä nimettyjä hyötyjä ovat energian ja luonnonvarojen säästöt, häiriötilanteiden väheneminen, sidosryhmäsuhteiden parantuminen, markkinatilaisuuksien lisääntyminen, tuottavuuden paraneminen, taloudelliset säästöt, henkilöstön rekrytoinnin helpottuminen tai pysyvyyden parantuminen sekä muut (nimeämättömät) vaikutukset (Euroopan Unionin virallinen lehti L 76).

3.3 Ympäristömerkit hotellitoiminnassa

Tähän kappaleeseen on koottu tunnetuimpia ja arvostetuimpia hotellitoimintaan liitettäviä ympäristömerkkejä. Hakiessani tietoa ja tutustuessani käytössä oleviin ympäristömerkkeihin, päätin ottaa tähän tutkimukseen mukaan vain kaksi tunnetuinta. Näissä merkeissä erot ovat mm. maantieteellisessä käyttöalueessa, mutta molemmat merkit ovat Suomessa käyttökelpoisia. Vaikka hotelli toimisi ilman merkkiäkin ympäristöystävällisesti, tuo tunnettu merkki Rautiaisen ja Siiskosen (2011, 18) mukaan selkeää etua markkinointiin ja muuhun yritysviestintään.

Merkkien lisäksi on kehitetty muitakin toimintoja tehostamaan yritysten ympäristövastuuta. Tästä esimerkkinä on Työ- ja elinkeinoministeriön sekä Elinkeinoelämän keskusliiton laatima energiatehokkuussopimus. MaRa (Matkailu- ja ravintola-alan yritysten edunvalvonta- ja työmarkkinajärjestö) liittyi vuonna 2008 mukaan sopimukseen, jonka tarkoituksena on tehostaa energian käyttöä yrityksissä. Liittymisen etuina kerrotaan energiatehokkuuden parantamisen aikaansaamien kustannussäästöjen lisäksi mahdollisuus saada rahallista tukea Työ- ja elinkeinoministeriöltä energiakatselmuksiin ja energiatehokkuutta edistäviin investointeihin. Mukanaolo edellyttää säännöllistä raportointia toimista ja vaikka mukaan liittyminen on ilmaista, yrityksen maksettavaksi tulee raportoinnista syntyviä kustannuksia. Tällä hetkellä vuosikustannus on korkeintaan viiden toimipaikan yritykseltä 300 € / vuosi. (Lisätietoja energiatehokkuussopimuksesta.)

3.3.1 Joutsenmerkki

Joutsenmerkki eli Pohjoismainen ympäristömerkki on v. 1989 Pohjoismaisen ministerineuvoston perustama kuluttajamerkki, jonka tarkoitus on sekä tuoda selkeästi esiin

ympäristötietoutta että ohjata yrityksiä ympäristöystävällisempään toimintaan. Joutsenmerkkiä käytetään kaikissa Pohjoismaissa. Merkki on onnistunut työssään hyvin, sillä se on erittäin tunnettu: Suomessa lähes yhdeksän kymmenestä kuluttajasta kertoo tunnistavansa ja tietävänsä merkin. (Rautiainen & Siiskonen 2011, 19.) Uusimpien tutkimusten mukaan Joutsenmerkki on tunnetuin ympäristömerkki sekä viidenneksi arvostetuin brändi Suomessa (Joutsenmerkki 2014). Joutsenmerkin logo on kuvassa 6.



KUVA 6. Joutsenmerkin logo (Joutsenmerkki 2014)

Suomessa Joutsenmerkin myöntämisestä ja valvonnasta vastaa Ympäristömerkintä – Motiva Services Oy. Myönnetty käyttöoikeus on määräaikainen, ja sitä on haettava aina uudelleen, kun vaatimuksia tiukennetaan. Tämä tapahtuu 3-5 vuoden välein. (Joutsenmerkki 2014.) Kriteeristö on laadittu lähes 65 eri tuoteryhmälle. Majoitustoiminnassa on tällä hetkellä voimassa kaksi kriteeristöä: Hotellit ja retkeilymajat kriteeriversio 3.5 (voimassa 30.6.2015 saakka) sekä Hotellit, ravintolat ja kongressikeskukset kriteeriversio 4.1 (voimassa 31.12.2018 saakka). (Hotellit, ravintola ja kongressikeskukset 2014.)

Kuten ympäristömerkeissä yleensäkin, Joutsenmerkin etuina korostetaan markkinointinäkökulmaa asiakkaille sekä kustannussäästöjä resurssisäästöjen ansiosta. Näiden lisäksi Joutsenmerkki tuo esiin myös yksinkertaistamisen edut. Ympäristövaatimukset saattavat olla monimutkaisia ja aikaa vieviä, joten merkki tekee ennakkotyötä konkretisoimalla ja priorisoimalla toimenpiteitä sekä antamalla opastusta ympäristöasioihin. (Joutsenmerkin kriteerit. Hotellit, ravintolat ja kongressikeskukset versio 4.1 2013, 1.)

Joutsenmerkin kriteeristö koostuu pakollisista ja valinnaisista osioista, joista on saatava yhteensä määritelty pistesumma jotta merkki voidaan myöntää. Osa-alueissa huomioidaan mm. energian- ja veden kulutus, jätehuolto, kemikaalit, hankinnat sekä asia-

kasmäärät. Kaikkia osa-alueita on pystyttävä mittaamaan eli niistä pitää olla saatavilla numeeriset arvot. Näitä arvoja verrataan raja-arvoihin ja sen perusteella määritetään pisteitys. (Joutsenmerkin kriteerit. Hotellit, ravintolat ja kongressikeskukset versio 4.1 2013, 4.) Joutsenmerkin maksut hotellille ovat 1.1.2015 alkaen seuraavat: uusi hakemus 2000 € / yksikkö ja uusintahakemus 1000 € / yksikkö. Vuosimaksu vaihtelee liikevaihdon mukaisesti 1500 – 6000 € / yksikkö. (Joutsenmerkin maksut 1.1.2015 alkaen.)

3.3.2 EU-kukka

EU-kukan voidaan sanoa olevan eurooppalainen vastine pohjoismaiselle Joutsenmerkille. Se on toimintamalliltaan hyvin samankaltainen - perustuen elinkaariajatteluun - ja suurimmat erot merkeissä ovat toiminta-alue sekä kriteeristö. Merkki on perustettu vuonna 1992 EU:n parlamentin asetuksella ja se on käytössä kaikissa EU- ja ETA-maissa. (Rautiainen & Siiskonen 2011, 28.)

Jokaisessa maassa on kansallinen toimielin, joka hoitaa mm. lupahakemuksia. Suomessa tämä elin on sama kuin Joutsenmerkilläkin eli Motiva Services Oy:n Ympäristömerkintä-yksikkö. Kansalliset toimivaltaiset elimet muodostavat yhdessä sidosryhmien kanssa EU:n ympäristömerkintälautakunnan, joka osallistuu ympäristömerkin kriteerien laatimiseen. Mailla on omat edustajansa myös sääntelykomiteassa, joka hyväksyy uudet kriteerit äänestyksessä. Koko EU:n tasolla toimintaa valvoo ja hallinnoi EU:n komissio. (EU-ympäristömerkki: Kuka tekee mitä?)

EU-kukan majoituspalvelujen kriteeristö on laadittu v. 2009 ja on tällä erää voimassa 30.11.2015 saakka (EU Ecolabel: Product Groups and Criteria). EU-Kukan eduksi markkinoidaan laajaa toiminta-aluetta, mutta Suomessa sen tunnettuus ei ylety lähellekään Joutsenmerkkiä. Erään tutkimuksen mukaan vuonna 2013 EU-ympäristömerkin tunnisti joka viides suomalainen kuluttaja. (EU-ympäristömerkki: Tutkimustietoa.) EU-kukka -logo on kuvassa 7.



KUVA 7. EU-kukka -logo (EU Ecolabel)

Kustannukset koostuvat EU:n ympäristömerkissä myös hakemusmaksusta ja vuosittaisesta jäsenmaksusta. Pienten ja keskisuurten yritysten hakemusmaksu vaihtelee välillä 200 - 600 € ja vuosimaksun katto on 750 €. Maksuihin on odotettavissa muutoksia vielä vuoden 2014 aikana. Hakemusmaksussa huomioidaan alentavasti, mikäli yrityksellä on käytössään ISO 14001 -sertifikaatti tai EMAS-rekisteröinti. (EU-ympäristömerkki: Maksut.)

3.4 Ympäristöstandardien ja -merkkien käyttö markkinoinnissa

Kaikkien ympäristömerkkien kohdalla etuna on esitetty hyödynnettävyys markkinoinnissa. Hyötysuhteeseen vaikuttaa se, miten tunnettu ja luotettu merkki on. Merkkejä käytetään eri fyysisillä alueilla joko kansallisesti tai kansainvälisesti, ja osa merkeistä on erikoistunut kapealle toimialalle, kuten ranta-alueiden ekologisuuteen viittaava Blue flag eli Sinilippu (Kalmari & Kelola 2009, 95).

Sloan ym. (2013, 203–204) huomauttavat, että esimerkiksi ISO ja EMAS ovat asiakasnäkökulmasta melko vaikeatajuisia käsitteitä, ja että asiakkaat osaavat antaa enemmän arvoa sellaisille ekologisuuteen liittyville määritille kuten ”johtava”, ”terveellisin” tai ”ympäristöystävällinen”. Sekä Sloan ym. (2013, 205–207) että Kalmari & Kelola (2009, 80–81) varoittavat kuitenkin ns. viherpesusta. Markkinointiin on helppoa liittää etuliitteitä ”vihreä” tai ”eko-”, mutta mikäli hotellilla ei ole osoittaa vihreyden astetta luotettavalla mittarilla, niin markkinointi ei ole totuudenmukaista.

Viherpesu voi pahimmillaan johtaa asiakkaiden katoamiseen luottamuksen mentyä ja pienemmässäkin mittapuussa maine ja brändi kärsivät viherpesun tultua ilmi. Ilmiötä voi välttää toimimalla avoimesti ja läpinäkyvästi, kouluttamalla henkilöstöä ympäristöasioiden hoitoon, käyttämällä riippumattomia toimijoita ekologisuuden arvioinnissa

ja mahdollisuuksien mukaan hankkimalla luotettavan ympäristösertifioinnin. (Lingl ym. 2010, 59.)

Kuluttajavirasto on osoittanut erityistä huomiota ympäristöväittämien käyttämiseen markkinoinnissa vuosina 2008 – 2011. Yhteenvetona todettiin, että valvontaa on tarvittu. Vaikka ympäristöteesejä ei varsinaisesti nostettu myynninedistämisen johtoahtukseksi, niin väittämiä oli usein käytetty liian väljin perustein ja yleistämällä. (Kuluttajansuojaa tarvitaan myös ympäristömarkkinoinnissa 2012.)

4 TUTKIMUS

Tässä kappaleessa esitellään toimeksiantaja sekä käydään läpi käytetyt tutkimusmenetelmät.

4.1 Anttolanhovi

Anttolanhovin omistaa Hengityслиitto ry. Yksikkö toimii osana Verveä, joka tarjoaa valtakunnallisesti ja monimuotoisesti kuntoutuspalveluja. Hengityслиitolla on Anttolanhovin lisäksi toinen hotelli-ravintola Lasaretti Oulussa, joka toimii kokous- ja matkailumarkkinoilla.

Anttolanhovi tarjoaa asiakkailleen monipuolisia kokous-, juhla-, hotelli- ja ravintolapalveluja luonnonläheisessä ympäristössä Saimaan rannalla. Näitä palveluja tukevat myös hyvät sisä- ja ulkoliikuntamahdollisuudet, Day Spa sekä ympäröivä luonto. Suurimmat asiakasryhmät muodostuvat Verve Mikkelin kuntoutusasiakkaista sekä kokous- ja vapaa-ajan matkailijoista. Lomalaisista suurin osa on kansainvälisiä turisteja, tärkeimmät asiakkaiden lähtömaat ovat Venäjä, Espanja ja Saksa. Anttolanhovi on valinnut kilpailukeinokseen palvelukonseptin, jolla se erottuu muista toimijoista. Liiketoiminnan perusajatus kytkeytyy puhtaasti tuotettuun, omassa keittiössä käsin tehtyyn lähiruokaan, hyvään palveluun, kiireettömyyteen, rauhalliseen ympäristöön, hyvinvointiin ja ekologisuuteen. Markkinointisloganeita ovat mm. hyvä olo, luonnollinen luksus, Wellness village ja puhtaita maaseudun makuja. (Martikainen 2014.)

Anttolanhovin hotelli käsittää perinteisen hotellimajoituksen lisäksi muutamia rivitalohuoneistoja sekä ainutlaatuisia Art&Design huviloita. Kokonaisvuodemäärä on 235, näistä 102 A&D rinne- ja rantahuviloissa. Hotellihuoneista 5 kpl on yhden hengen huoneita (standard) ja 49 kpl kahden hengen huoneita (14 kpl economy, 9 kpl standard, 25 kpl superior ja 1 sviitti). Osa standard-huoneista on yhdistettävissä perhehuoneiksi väliovella.

Hotellikompleksissa on majoitustilojen lisäksi liikuntatiloja, kuten iso liikuntasali, kuntosali, rentousharjoitushuone, sauna- ja allasosasto, Day Spa sekä kokoustiloja 6 – 50 henkilölle. Tätä henkilömäärää suuremmissa tilaisuuksissa rakennetaan kokousvarustus liikuntasaliin, johon tuolikatsomona mahtuu n. 400 vierasta.

Hotellivieraiden käytössä ovat miesten ja naisten sauna sekä allasosastolla oleva höyrysauna. Allasosastolle pääsee myös tilaussaunasta eli perhesaunasta, jota on mahdollista vuokrata omaan käyttöön. Uima-altaita on yhteensä neljä kappaletta. Matkaintiallas on pituudeltaan 16,7 metriä ja siinä on mahdollista harrastaa myös vesijuoksua. Muut altaat ovat pienille lapsille sopiva matala ja lämminvetinen kahluuallas, pieni vesiputousallas hierovin suihkuin sekä lämminvesiallas, joka sopii niin allasjumppiin kuin leppoisaan oleskeluunkin.

Lasikäytävä yhdistää hotellin rantaravintolaan. Rantaravintolassa nautitaan hotelliaamiaisien lisäksi päivittäin noutopöytäaterioita sekä á la carte -annoksia. Ravintola palvelee niin yksittäisiä ruokailijoita kuin ryhmiäkin, ja salissa on ympärivuotisesti 160 asiakaspaikkaa. Kesäkaudella ravintolatoiminta laajenee satapaikkaiselle terassille. Palvelutarjontaa kasvattavat myös tilausravintolana toimiva Kotaravintola sekä ranta sauna, jonka voi varata käyttöön joko sähkölämmitteisenä tai savusaunana.

4.2 Tutkimusmenetelmät

Perinteinen vastakkainasettelu määrällisen ja laadullisen tutkimuksen välillä on puhuttanut tutkijoita jo kauan. Käytännön tutkimustyössä tiukasta määrittelystä ei juuri ole apua, koska useat tutkimukset hyödyntävät molempien tutkimusten piirteitä. Voidaan sanoa, että kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimus ovat toisiaan täydentäviä suuntauksia. Molemmilla on omat luonteenomaiset metodinsa ja tiedonkeräysmenetelmät,

mutta tulosten selvittämiseksi niitä on mahdollista yhdistää. (Hirsjärvi ym. 2013, 135–136.)

Tämän opinnäytetyön tutkimusmetodiksi on valittu laadullinen eli kvalitatiivinen menetelmä. Laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on todellisen elämän moninaisuuden kuvaaminen ja tarkoitus on lähestyä tutkimuskohdetta kokonaisvaltaisesti. Se, valitaanko lähestymistavaksi määrällinen vai laadullinen tutkimus, määräytyy tutkimusongelman asettelusta. Kvantitatiivinen tutkimus vastaa määrällisiin kysymyksiin, kuten: Kuinka paljon? Mihin aikaan? Miten kaukana? Kvalitatiivinen tutkimusongelma sisältää puolestaan laadullisia kysymyssanoja, kuten: Millainen? Miksi? Miten kehitetään? Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään yleensä löytämään tai paljastamaan tosiasioita enemmän kuin todentaa olemassa olevia väittämiä. (Hirsjärvi ym. 2013, 160–161.)

4.2.1 Haastattelututkimus

Haastattelututkimusta käytetään, kun halutaan saada tutkittavasta aiheesta tietoa joustavasti. Haastattelusta saatava tieto on yleensä subjektiivista, mutta liitettävissä laajempaan kontekstiin. Haastattelussa on mahdollisuus saada tietoa laajemmin, syvemmin ja monitahoisemmin kuin esimerkiksi kyselyssä, sillä vuorovaikutustilanteessa on mahdollista selventää vastauksia tai kehittää kokonaan uusia kysymyksiä. Haastattelijalta vaaditaan herkkyyttä tunnistaa keskustelun suunta sekä muu kuin sanallinen viestintä, sillä se voi vaikuttaa tulosten luotettavuuteen. (Hirsjärvi ym. 2007, 200–202.)

Hirsjärvi ym. (2007, 202–205) jakavat haastattelut kolmeen eri haastattelutyyppiin: strukturoituun, teema- ja avoimeen haastatteluun. Strukturoitu haastattelu toteutetaan lomakkeen avulla ennalta suunnitellusti. Avoin haastattelu on keskustelunomainen, haastattelun kuluessa muotoutuva haastattelutyyppi ja siitä käytetään usein nimitystä syvähaastattelu. Syvähaastattelun määrittely on kuitenkin tarkempi ja sen tarkoitus on saada erittäin syvällistä tietoa aiheesta, mikä saattaa vaatia useita haastattelukertoja. Kolmas tyyppi on teemahaastattelu joka on kahden edellä mainitun välimuoto. Teemahaastattelussa on nimensä mukaisesti määriteltäviä ennakkoon haastattelun teemat, mutta kysymysten tarkka muoto ja kysymysjärjestys puuttuvat. Omat haastatteluni ovat teemahaastatteluja.

Tein tutkimusta varten kaksi haastattelua. Ensimmäisenä haastattelin Anttolanhovin sisarhotellin Lasaretin johtaja Anna Paakkaria ja toisena Anttolanhovin hotellinjohtaja Eija Martikaista. Haastattelut eivät olleet samansisältöisiä, koska hotellit eivät ole samassa tilanteessa ekologisuuden kehittämisessä. Sen sijaan kysymyksiä käsiteltiin samojen teemojen kautta ja pyrittiin näin saamaan kuva siitä, minkä verran yhtäläisyyksiä Anttolanhovilla ja Lasaretila asiassa on. Haastattelukysymykset ovat liitteessä 1. Koska Lasaretti sijaitsee Oulussa, toteutin Paakkarin haastattelun lyncvideoneuvottelun avulla. Martikaisen haastattelu on toteutettu Anttolanhovissa. Molemmat haastattelut on nauhoitettu kokonaan ja litteroitu, minkä jälkeen niistä on lähetetty nostamaan tärkeimpiä teemoja esiin.

Litterointi on haastattelujen osalta toteutettu pääosin sanatarkasti ja joiltain osin yleiskielisen litteroinnin tasolla, mikä tuotti 17 sivua tekstiä. Aineisto on ensin jaoteltu karkeasti kolmeen eri teemaan: yritysvastuu, ekologinen hotellitoiminta ja ympäristömerkit / standardit. Eri osioita on vielä tarkennettu pienempiin osa-alueisiin kerätyn teoriapohjan otsikoinneilla. Aineiston jäsentely on suoritettu word-kirjoitusohjelmalla käyttämällä teemoille omia värikoodeja.

Haastatteluissa esiin nousseita avoimiksi jääneitä asioita olen haastateltavien pyynnöstä tarkistanut eri henkilöiltä. Asiat ovat olleet yksittäisiä, joten niistä selville saadut vastaukset ovat olleet henkilökohtaisia tiedonantoja, eivät uusia haastatteluja.

4.2.2 Havainnointitutkimus

Vähämäki ja Paalumäki (2011, 102) määrittävät havainnoinnin olevan menetelmä, jolla selvitetään ilmiöiden ja ihmisten toimintaa niiden omassa ympäristössään pitkällä aikavälillä sekä pyritään keräämään kokemuspohjaista ymmärrystä siitä miksi toimitaan juuri tietyllä tavalla. Tutkijan rooli voi olla osallinen, osallistuva tai ulkopuolinen. Osallinen havainnoija on itse mukana tutkimuksessa toiminnassa muussa kuin tutkijan roolissa, eli usein se liittyy hänen työhönsä. Osallistuva havainnoija on selkeästi ulkopuolinen tutkija, mutta hänen läsnäolonsa ja toimintansa vaikuttavat tutkittavaan tilanteeseen. Ulkopuolinen havainnoija seuraa tutkittavaa tilannetta osallistumatta ja vaikuttamatta lainkaan sen kulkuun. Siinä mielenkiinto kohdistuu siten puhtaasti ilmiöön sellaisena kuin se tapahtuisi ilman tutkimusta. (Vähämäki & Paalumäki 2011, 103–104.)

Hirsjärvi ym. (2013, 214–217) jakavat havainnointilajit ensin kahteen pääluokkaan: systemaattinen havainnointi ja osallistuva havainnointi. Näistä systemaattinen havainnoija on rooliltaan ulkopuolinen toimija ja osallistuvan havainnoijan rooli on joko täydellinen osallistuminen tai osallistuja havainnoijana. Vaikka osallistuvaan havainnointiin liittyy läsnäoloa, ryhmäytymistä muiden jäsenten kanssa sekä toiminnan omaksumista ja sitoutumista, olisi tutkijan muistettava pitää erillään varsinaiset havainnot ja omat tulkinnat tai mielipiteet havainnoista.

Liiketaloudellisissa tutkimuksissa havainnointia on käytetty erittäin vähän ensisijaisena aineistonkeruun menetelmänä. Toissijaisena menetelmänä sitä on käytetty vähän enemmän, mutta yleensä vain jotta tutkija saisi lisää ymmärrystä kohteesta. Jotta havainnointia voisi hyödyntää paremmin, siitä saatava tieto tulisi järjestää ja luokitella tieteellisen tutkimuksen vaatimalla tavalla. (Vähämäki & Paalumäki 2011, 104.)

Olen itse toiminut osallisena havainnoijana eli rooliini on kuulunut täydellinen osallistuminen. Toteutin havainnointia luokittelemalla aineistoa asiakkohtaisesti eli ennakoon suunnitellun taulukon avulla. Keräsin useina ajankohtina sekä varsinaisen työni ohella että työajan ulkopuolella havaintoja eri käyttäjäryhmien (asiakkaat ja työntekijät) käyttäytymisestä eri toimintokohdissa (hotellihuone, yleiset tilat, vastaanoton tilat, liikuntatilat, taustatilat). Huomioidakseni kaikki hotellitoiminnan tärkeimmät osa-alueet, laadin taulukkoon kohdat seurattavista osa-alueista: veden kulutus, energian kulutus, kalusto, kulutustavarat, jätehuolto ja kierrätys sekä kuljetukset ja kemikaalit. Käyttäytymisen lisäksi havainnoinnin kohteena olivat kaikkien edellä mainittujen osa-alueiden tekninen puoli eli miten toiminnot oli järjestetty ja mitä ne edellyttivät käyttäjiltä. Laatimani havainnointitaulukko on liitteessä 2.

Havainnointiin liittyi keskustelua muun henkilökunnan kanssa ja samalla kerroin heille tekeväni opinnäytetyötä Anttolanhoville hotellitoiminnan ekologisuudesta. Pyrin tuomaan esiin selkeästi, että tarkoitukseni on kartoittaa nykytilaa ja tehdä sen pohjalta ehdotuksia toiminnan kehittämiseksi eli toimin hyvin neutraalista lähtökohdasta käsin. Tarkoituksenani oli varmistaa keskustelujen osapuolille tutkimuksen eettinen lähestymistapa: kenenkään toimintaa ei ole tarkoitus arvostella eikä tavoitteena ole yksittäisen henkilön tai ryhmän mielipiteiden tai toiveiden eteenpäin vieminen eli niin sanotusti äänitorvena toimiminen. Taulukoinnin lisäksi tallensin word-tiedostoon henkilö-

kunnan kommentteja aiheesta. Näitä lainauksia käytän vain anonymisti, maininnalla ”työntekijä”, yksilönsuojan säilyttämiseksi.

4.2.3 Tiedot raporteista

Valmiiden raporttien hyödyntäminen luetaan kirjallisiin aineistoihin, kuten myös mm. pöytäkirjat, muistiot ja muut dokumentoidut tiedot. Nämä aineistot on kerätty jotain tiettyä tarkoitusta varten, joten aineistot ovat syntyneet subjektiivisista lähtökohdista. Muuhun tutkimukseen käytettäessä on suhtauduttava kriittisesti aineistojen sisältöön, tarkkuuteen ja luotettavuuteen. Sisältöä tarkasteltaessa on pidettävä mielessä, miten aineisto auttaa tutkimusongelman selvittämisessä. (Kananen 2013, 82 – 83.)

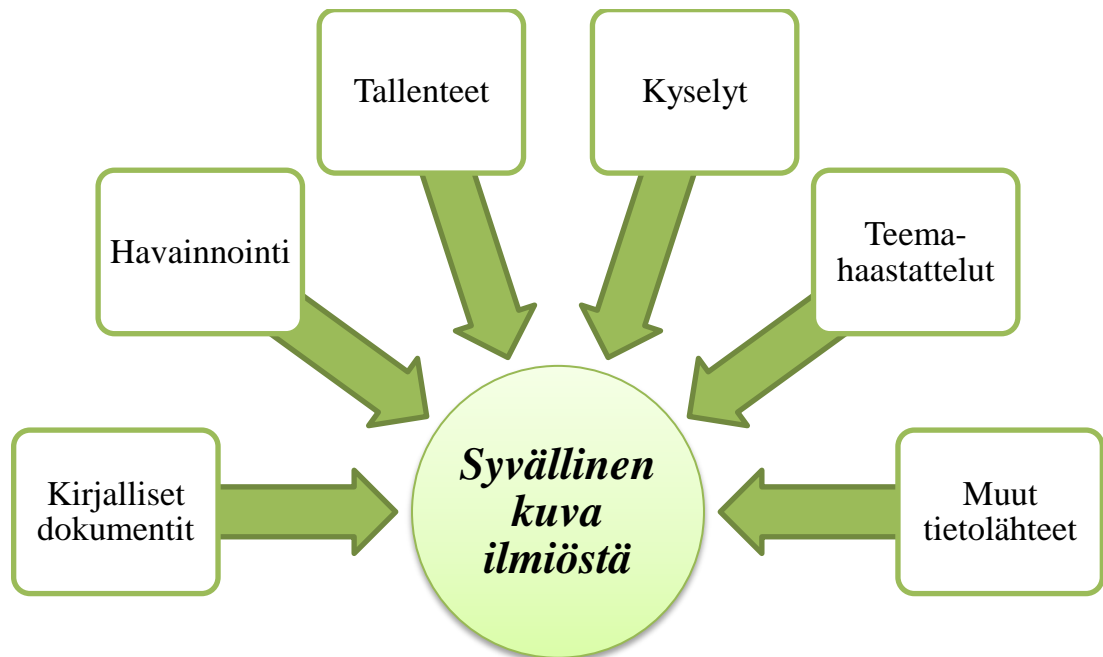
Raporteista saadut tiedot ovat tässä tutkimuksessa toissijaisia ja vähämerkityksisiä. Alun perin niiden tarkoitus oli todentaa haastatteluista ja havainnoista saatuja tuloksia, mutta tähän tarkoitukseen niistä ei juuri ollut apua. Käytettävissä olevista raporteista saatuja numeerisia tietoja ei ole selvitetty tarkemmin ajan puutteen vuoksi, vaan lähinnä on tutkittu millaista tietoa kerätään ja miten se on tallennettu ja hyödynnettävissä. Nämä raportit ovat lähinnä taulukkokokoosteita ja tilastoja, jotka kirjanpitäjä on koonnut lähinnä kirjanpitoluokituksen tai muuta tilastointia varten. Valtaosa tiedosta on tästä syystä kulupohjaista eli niissä on seurattu kulurakenteen kehitystä.

Tietoja on kerätty samanmuotoisina jo useiden vuosien ajan, joten kulujen osalta ne ovat vertailukelpoisia. Niissä on huomioitu myös suuria poikkeuksia aiheuttavat toimenpiteet kuten remontit tai lisärakentaminen. Vuonna 2008 valmistuneiden huviloiden osalta tietoja myös eritellään, jotta saadaan selville huviloiden osuutta kulurakenteesta. Tilastotietoa on saatavissa sähkönkulutuksesta, lämmitysenergian kuluista, veden kulutuksesta, jätehuollon hoitamisesta sekä kuljetuskaluston kuluista.

Lain vaatimalla tavalla tallennetaan tietoa myös virallista majoitustilastoa varten. Majoitustilastoinnin yhteydessä eritellään myös tietoja huviloiden osalta. Tilastoista on poimittavissa erilleen myös Verven kuntoutusmajoitus muusta hotellimajoituksesta.

4.2.4 Yhteenveto tutkimusmenetelmistä

Tämä tutkimus tehtiin yhdelle yritykselle, joten voidaan puhua case-tutkimuksesta eli tapaustutkimuksesta. Kananen (2013, 77) vertaa case-tutkimusta palapelin rakentamiseen, jossa kokonaiskuva tavoitellaan keräämällä tiedon palasia useista eri lähteistä vaihtelevilla metodeilla. Kuvassa 8 on esitelty case-tutkimuksen tiedonkeruumenetelmät.



KUVA 8. Case-tutkimuksen tiedonkeruumenetelmät (Kananen 2013)

Tärkeimmät tutkimusmenetelmät olivat haastattelut ja havainnointi ja luotettavuutta lisäävänä menetelmänä raporttitiedot. Valitut tutkimusmenetelmät toivat minulle hyvin tietoa nykytilasta. Menetelmät tukivat toisiaan ja niistä saatu tieto johti yhtenäisiin johtopäätöksiin. Havainnot ja haastattelut osaltaan johdattivat minua oikeiden raporttien jäljille, sillä vastausten perusteella raporteista saatavaa tietoa ei ollut aiemmin hyödynnetty järjestelmällisesti.

Haastatteluista heränneet lisäkysymykset olen käsitellyt kyselemällä tarkentavia tietoja asioista vastaavilta henkilöiltä. Tätä tiedonkeruutapaa ei ole tarkemmin eritelty tutkimusmenetelmissä, mutta kuvan 8. kaaviossa nämä yksittäiset kysymykset luokittelin kategoriaan ”Muut tietolähteet”. Saadut vastaukset on tallennettu henkilökohtaisina tiedonantoina ja niitä on käsitelty tarkentamaan ja selittämään haastatteluista saatuja vastauksia.

Tutkimusmenetelmien valinnan taustalla ovat olleet tarpeet asian syvällisestä ymmärtämisestä sekä vallitsevan asenneilmapiirin määrittämisestä. Tieteellisen tutkimuksen on aina pohjaututtava teorian tietoon ja koko tutkimuksen tulee toteutua teorian kautta. Myös nykytila on määriteltävä vahvistettujen tosipohjaisten faktojen pohjalta, mutta kehittämistyö vaatii myös oikeaa asennetta määriteltyjen tavoitteiden saavuttamiseksi.

4.3 Tutkimustulokset

Opinnäytetyön otsikoinnin mukaisesti käsittelen tuloksia kolmelta eri kannalta: nykytila, kehittäminen ja hyödyntäminen markkinoinnissa.

Nykytila

Selvitys nykytilasta perustuu ennen kaikkea havaintoihin. Ekologisuuden nykytilassa on paljon hyviä asioita, mutta niihin ei ole juuri kiinnitetty huomiota. Tilojen kunnostamisessa ja remontoinnissa sekä uusissa hankintapäätöksissä on tehty tavallaan luonnollisia ekologisia ratkaisuja, vaikka niitä on pohdittu taloudellisuuden kannalta. Kaikki uusitut wc-pöntöt on varustettu säästöhuuhtelupainikkeella, uusituissa hotelli-huoneissa syttyvät ja sammuvat valot avainkortin avulla, sähköä käyttävät laitteet ovat energiaa säästäviä malleja ja siivoukset toteutetaan vettä ja kemikaaleja säästäen.

Koska Anttolanhovissa on kylpyläosasto, vettä kuluu enemmän kuin hotelleissa, joissa sitä ei ole. Kylpyläosaston suihkut ovat perinteisellä hanamallilla, joka on itse aukaistava ja suljettava. Asiakkaita ei kannusteta veden säästämiseen hotellin missään tiloissa. Siivouksessa noudatetaan veden kulutusta säästäviä malleja, sillä useimmat nyky-materiaalit eivät kaipaa liikaa veden käyttöä, lukuun ottamatta kosteiden tilojen puhdistusta. Havaintojen mukaan henkilökunta noudattaa yleisesti ottaen tervettä järkeä veden käytössä ja esimerkiksi astiat pestään koneellisesti, odottaen että kone tulee täyteen. Veden kulutuksen määriin ja kulutuksen kehitykseen on saatavilla raporttitietoa, mutta sitä ei ole hyödynnetty toimintojen tehostamiseksi.

Energian kulutuksen suurimmat kulmakivet ovat lämmitys, valaistus, ilmanvaihto / ilmastointi ja sähkölaitteet. Martikaisen haastattelun ja lämmityskuluista kerättyjen tilastojen perusteella voidaan todeta, että lämmityksen osalta Anttolanhovi on tehnyt erittäin ekologisen ratkaisun jo vuosia sitten. Ensisijainen lämmitysmuoto on hake-

lämmitys, jota tuottaa oma hakevoimala. Varakeinona toimii öljylämmitys, mutta käytännössä koko hotellirakennus lämpiää hakkeella 100-prosenttisesti. Rinne- ja rantahuviloiden lämmitys taas hoidetaan sähköllä. Hakelämmitys luetaan bioenergiaan ja sen vahvuuksia ovat kotimaisuus ja metsäteollisuuden sivutuotteen hyödyntäminen (Energiaa metsästä 2014). Lämmitystä voidaan säätää eri tasoille eri tiloissa, mutta lämpötiloihin vaikuttavat varsinaisen lämmityksen lisäksi ilmastointilaitteet.

Valaistuksessa on käytössä energiansäästö-, loisteputki- sekä pienoisloisteputkilamppuja. Valaistuksen määrää voidaan säädellä sen mukaan, miten luonnonvaloa on saatavilla tai vähentäen valaistusta yöaikaan, mutta toiminta ei ole järjestäytynyttä. Käyttämättömistä tiloista (toimistot, kokoustilat jne.) sammutetaan lähtiessä valot henkilökunnan toimesta, mutta yleiset tilat eivät varsinaisesti ole kenenkään vastuulla valaistuksen määrän kannalta. Asiakkaille valojen säästäminen näkyy selkeästi hotellin superior-huoneissa, jossa koko huoneen valaistus toimii ainoastaan avainkortin avulla. Ympäristöajattelu yleisesti näkyy asiakkaalle kaikkein selkeimmin hotellihuoneessa, jossa asiakkaalla on vaikutusmahdollisuus siihen kuinka usein pyyhkeet vaihdetaan. Anttolanhovin käyttämä tiedote on esitelty kuvassa 9.



KUVA 9. Tiedote pyyhkeiden vaihtamisesta hotellihuoneessa

Ilmanvaihtojärjestelmä on hotellissa monin paikoin ikääntynyt, eikä kaikkiin tiloihin ole erillistä ilmanvaihdon säätömahdollisuutta. Yleistä ilmanvaihtoa säädellään siten vuodenaikojen, kellonaikojen ja asiakasmäärien mukaisesti. Esimerkiksi vanhimmissa

huoneissa ilmanvaihto on säädetty päivällä tehokkaammaksi kuin yöllä. Lisäilmanvaihtona huoneissa toimivat tuuletusikkunat. Ekologisempaa olisi, jos tilojen ilmanvaihtoa voisi säädellä yksilöllisesti, mutta tähän tilaan pääseminen edellyttää suuria muutostöitä ja investointeja.

Laitteistoa uusittaessa on panostettu energiaa säästäviin malleihin. Sähkölaitteista yleisin on televisio, joka on jokaisessa hotellihuoneessa sekä useassa kokoustilassa ja yleisessä tilassa. Hotellihuoneiden televisioidot ovat yleensä valmiustilassa, ts. virtaa ei ole katkaistu televisiosta kokonaan, vaan tv on käytettävissä kaukosäätimellä. Valmiustilakin kuluttaa pienen määrän sähköä, joten vuosittainen kulutus suurella televisiomäärällä voi olla merkittävä. Superior-huoneiden varusteluun kuuluu myös minibar-jääkaappi, mikä vaikuttaa sähkönkulutukseen. Myös minibaarit ovat jatkuvasti päällä. Vastaanotossa on runsaasti sähkölaitteita: tietokoneet oheislaitteineen sekä kahvioon liittyvät laitteet. Kahvilan kylmälaitteista osa on jo vanhoja, joten on mahdollista että ne kuluttavat sähköä selkeästi enemmän kuin uudet vastaavat. Niidenkään sähkönkulutuksesta ei silti ole mitattua tietoa. Uudemmissa laitteista mm. kahviautomaatti on varustettu energiansäästötoiminnolla eli se ei kuumenna vettä jatkuvasti.

Jätehuollon ja kierrätyksen osalta ei ole asiakkaille lainkaan toimintaohjeita. Hotellihuoneissa on vain yhden lajin roska-astia, josta kaikki päätyy sekajätteeseen. Siivoushenkilökunnalla on ohjeet lajitteluun, mutta roskapussien sisältöä heidän eivät käy lajittelemaan. Siivouksen esimies kertoi, että huoneesta esim. löytyvä lasi, paperi tai kierrätyspullot toimitetaan oikeaan jätteeseen / kierrätykseen, mutta yksi siivooja toteusi, että tiukkojen siivousaikavaatimusten takia tämäkään ei aina toteudu. Yleisissä tiloissa olevat roska-astiat ovat myös vain sekajätteelle, joten niihin päätyvät kaikki jätteet – jopa pantilliset virvoitusjuomapullot. Saunojen pukuhuoneissa on erilliset roska-astiat käytetyille pefleteille ja nämä roska-astiat tyhjennetään biojätteeseen. Astioissa ei ole kuitenkaan merkintää biojätteestä, vaan ohjeistuksessa lukee ”vain pefleteille”.

Hotellin vastaanotossa on mahdollisuus osittain lajitella jätteitä sekä mm. kierrättää paristoja. Vastaanotossa on omat jäteastiat sekajätteen lisäksi kierrätyspaperille ja silppuroitavalle paperille, biojätteelle sekä lasille. Metallinkeräysastia puuttuu, mutta tuikkujahti-kampanjan aikana tuikkujen metallikuoret kerätään erikseen ja toimitetaan niitä keräävälle koululuokalle. Pahvinkeräykseen ei ole omaa astiaa, mutta pakkaus-

pahvit litistetään ja pinotaan käytävälle, josta huolto tai siivous siirtää ne pahvinke-
räyspisteeseen. Biojätteen käsittelyssä on epäkohtia: kovassa kiireessä lajittelu unoh-
tuu ja kaikki jäte joutuu helposti sekajätteeseen. Vastaanoton takana olevissa henkilös-
tötiloissa ei ole omaa biojäteastiaa, joten helpompi ratkaisu on panna siellä syntyvä
jäte seka-astiaan kuin tuoda se asiakkaille näkyvän puolen bioastiaan. Lisäksi biojäte-
pusseja ei aina toimiteta biojätekeräysastiaan, sillä se sijaitsee aivan hotellikompleksin
toisessa päässä. Varsinkin talvella biojätepusseja joutuvat lähempänä sijaitsevaan seka-
jätekeräysastiaan.

Kalustohankinnoissa on kiinnitetty huomiota kalusteiden pitkäikäisyyteen ja kotimai-
suuteen. ”Enemmän kuin ympäristöystävällisyys, on [hankinnoissa] noussut esiin ko-
timaisuus, jo ihan brändinä” kertoi Eija Martikainen haastattelussa. Kotimaisia valin-
toja tuodaan myös esiin asiakkaille: mm. nettisivuilla kerrotaan hotellihuoneissa ole-
van Unikulman vuoteet. Kalusteiden ja tekstiilien oikeaan hoitoon on kiinnitetty hu-
miota, mikä pidentää niiden käyttöikää. Klassiseen tyyliin harkitusti valitut elementit
ovat myös ulkonäöltään pitkäikäisiä, eivätkä vaadi muutoksia muodin vaihtuessa.

Martikaisen haastattelusta kävi myös ilmi, että kulutustavaroissa hankintoja ohjaavat
Hengitysliiton ostosopimukset. Kertakäyttötuotteita on käytössä niin vähän kuin mah-
dollista ja missä niitä on, on niiden käyttö perusteltua. Hotellihuoneissa pesuaineet
ovat uudelleen täytettävissä pumppuastioissa ja mukaan otettavia pikkupakkauksia ei
ole lainkaan käytössä. Vain kertakäyttömukit ovat lasien tilalla, sillä astioiden pesu ei
ole nykymuodossaan järjestettävissä. Myös hävikki eli rikkoutuneet ja kadonneet lasit
olisivat ongelmallisia. Yleisissä wc-tiloissa käytetään osittain kankaisia käsipyyherul-
lia, osittain käsipyyhepapereita. Käsipyyherullat ovat käytössä kaikkein eniten käyte-
tyissä tiloissa. Aulakahviossa käytetään kertakäyttöastioita pääasiassa vain take-away
-tuotteissa.

Siivouksen käyttämät kemikaalit ovat valtaosin Joutsen-merkittyjä kotimaisia tuotteita.
Puhdistusaineissa on kiinnitetty huomiota myös oikeaan käyttövahvuuteen ja sii-
voojilla on tarkat ohjeet pesuaineiden käytöstä eri tiloissa. Anttolanhovin toiminta-
ajatukseen sisältyy hajusteettomuus ja tätä periaatetta noudatetaan niin siivousaineissa
kuin asiakkaiden käytössä olevissa shampoissa ja muissa pesuaineissa. Asiakkaille
päin kemikaalien harkittu käyttö näkyy juuri hajusteettomuuden suosimisena ja asiak-
kaat yleisesti ottaen ymmärtävät sen tärkeyden hengityssairauksien kannalta. Vah-

vempia kemikaaleja on käytössä uima-altaiden ylläpidossa, missä niiden käyttö ja hävittäminen on tarkoin säädeltyä.

Anttolanhovissa käytetään melko runsaasti sisäisiä kuljetuksia. Hotellikompleksin sisällä kuljetukset hoidetaan henkilövoimin, mutta eri rakennusten välillä käytetään kuljetuskalustoa. Kuljetusvälineet käyttötarkoituksineen on esitelty taulukossa 1.

TAULUKKO 1. Anttolanhovin kuljetuskalusto

Kulkuneuvo	Käyttäjärühmät	Käyttötarkoitus
henkilöauto Toyota Yaris, catering-auto	keittiö, ravintola	ruokakuljetukset keittiöstä kotaravintolaan, rantasaunalla, huviloille
henkilöauto Toyota Yaris, huvila-emännän auto	hotelli, siivous	palvelukäynnit rantasaunalla tai huviloilla, pienemmät sisäiset tavarakuljetukset, yksittäisten henkilöiden esittelykierrokset tai muut henkilökuljetukset
pakettiauto VW	huolto	tavarakuljetukset, ostosreissut kaupunkiin
pikkubussi Toyota	huolto, hotelli, kuntoutus	henkilökuljetukset max 8 henkilöä
mönkijä	huolto	huoltoajo, maastokuljetukset kesällä
moottorikelkka	huolto	huoltoajo, latupohjat, maastokuljetukset talvella
golf-auto	hotelli, asiakkaat	asiakaskuljetukset, palvelukäynnit, asiakkaiden vuokrattavissa

Suurempiin kuljetusmääriin on käytettävissä myös auton sekä mönkijän peräkäräyt. Kuljetustarpeeseen vaikuttavat varastojen hajanaisuus alueella sekä catering-palvelujen tarjoaminen. Edellä mainittujen autojen lisäksi siivousyhtiö N-Cleanilla on oma henkilöauto, sekin Toyota Yaris, käytössään.

Kierrätystä harjoitetaan Anttolanhovissa monella tapaa. Toiminta-ajatukseen kuuluu, ettei asiakkaan tarvitse ostaa kaikkea tarvitsemaansa omaksi, vaan yhteiskäytössä on erilaisia välineitä. Osa tavaroista on vapaasti lainattavissa, osa vuokrattavissa. Liikuntavälineet ovat pääsääntöisesti vuokrattavissa, mutta vapaassa käytössä on kävelysauvoja, polkupyöriä, pulkkia ja potkureita. Kierrätysideaa noudattaa myös Anttolanhovin kirjasto. Lahjoituksena saadut kirjat on järjestetty kirjahyllyihin hotellin luonnonilmatilaa, josta niitä saa vapaasti lainata huoneisiin (kuva 10).



KUVA 10. Osa kirjastoa hotellin luonnonilmatilassa

Kirjastossa on kirjojen lisäksi lainattavissa seurapelejä. Kalustoa kierrätetään Anttolanhovissa mahdollisuuksien mukaan. Tarpeeton käytetty kalusto myydään edelleen, esimerkiksi syksyllä 2014 uusittiin hotellihuoneiden sänkyjä ja vanhat sängyt löysivät tiensä Mikkeliin opiskelija-asuntoihin. Osa asiakastilojen kalusteista jatkaa elämäänsä myös henkilökunnan tiloissa, joissa kulumat eivät käyttäjiä häiritse.

Kehittäminen

Anttolanhovin tulisi ekologisuudessa päästä yksittäisistä ratkaisuista kohti suunnitelmallista kokonaisuutta. Kestävän kehityksen malli pitäisi ottaa käyttöön ratkaisemalla Bärlundin ja Perkon esittämät ydinkysymykset: Teemmekö oikeita asioita kestävän kehityksen edistämiseksi? Onko henkilöstö ymmärtänyt ja sitoutunut kestävään kehitykseen? Miten saamme kaikki osapuolet osallistumaan kehitykseen? Teemmekö oikeita asioita oikealla tavalla?

Toimintaan liittyy läpinäkyvyys. Kun edellä mainitut asiat ovat järjestyksessä, on avoimuutta ja läpinäkyvyyttä helppo noudattaa. Kehitystoiminnan saa alkuun nimeämällä toimintaan vastuhenkilöt. Vastuhenkilöt määrittävät toimintamallit ja tavoitteet ja järjestävät henkilökunnan kouluttamisen toiminnan toteuttamiseksi. Läpinäkyvyys kulkee tässä mukana vastuhenkilöiltä koko henkilökunnalle ja henkilökunnan kautta ulospäin asiakkaille. Henkilökunnan sitouttaminen toimintaan ja mahdollisuus tuoda esiin myös omia mielipiteitä on tärkeää ja mahdollisesti hyvin hedel-

mällistä. Molemmista haastatteluista nousi hyvin esiin myös koko henkilökunnan asema käytännön kehittämistyössä.

Lähtötilanne määrittyy raporttien perusteella. On tiedossa, minkä verran esim. energiaa (sähkö, lämmitys) ja vettä kuluu ja jätteitä tuotetaan tietyssä ajanjaksossa. Tärkeintä on toimenpiteiden seuranta raporttien kautta, jotta nähdään että valitut toimintamallit ovat oikeita. Tällä hetkellä ajankohtaisinta on lähteä selvittämään Hansel puitesopimuksen vaatimia vastuullisuusvaatimuksia. Valtionhallinnon puitesopimuksessa mukana olevat palvelujen tuottajat ovat velvoitettuja osoittamaan ympäristövastuuta joko energiategokkuuden huomiointitoimilla (mm. Motivan hyväksymällä energiakatselmuksella) tai hiilijalanjälkiraportoinnilla. Puitesopimuksen vaatimukset, joista ei kuitenkaan ollut vielä tarkkaa tietoa, tulivat kummassakin haastattelussa esiin useita kertoja.

Haastattelujen perusteella yhteistyömahdollisuuksia sisarhotelli Lasaretin kanssa tulee selvittää ja yhteistyötä lisätä ympäristöasioissa. Yhtenä käytännön yhteistyömallina voisi olla Anttolanhovin liittyminen Lasaretin olemassa olevaan ympäristötiimiin. Ympäristötiimin kokoontumisia voi toteuttaa videoneuvotteluina välimatkojen takia ja niissä on mahdollista jakaa niin hyviä kuin huonojakin kokemuksia sekä tehdä yhteisiä suunnitelmia ympäristötyön toteuttamiseksi. Martikaisen mukaan Anttolanhovissa on jo tehty energiakatselmus maaliskuussa 2012, jossa selvitettiin kiinteistön kokonaisenergian käyttöä ja esitettiin energiaa säästäviä toimenpide-ehdotuksia. Tätä energiakatselmusta kannattaa myös hyödyntää kehittämistyössä.

Palveluliiketoiminnassa tärkeää on huomioida asiakkaiden tarpeet ja viihtyvyys. Näiden huomiointi ei poissulje ympäristöystävällisyyttä. Anttolanhovin ympäristöystävällisyyden kehittämistä kannattaa jatkaa jo käytössä olevien arvojen kautta: kotimaisuus, puhtaus ja luonnonmukaisuus. Ympäristöystävällisyys on myös Martikaisen mukaan tärkeä osa imagoa ja sen voi kehittää myös brändiksi. Molemmat hotellinjohtajat näkivät myös että Eurooppalaiset matkailijat osaavat arvostaa jo laajalti hotellien tekemää ympäristötyötä. Erityisesti Paakkari korosti, että kehittämistä ei silti ole välttämättöntä tehdä ympäristömerkkien tai -standardien kautta, vaan niitä voi hyödyntää, mikäli se luontevasti toteutuu työn kautta.

Hyödyntäminen markkinoinnissa

Vaikka ympäristömerkkien suurimpana etuna nähdään hyödyntäminen markkinoinnissa, niin merkkeihin tulee suhtautua kriittisesti. Lasaretin kokemukset Joutsen-merkin markkinoinnillisista hyödyistä suhteutettuna sen tuottamaan työmäärään ja kustannuksiin ovat melko heikot. Ympäristötyö nähdään molemmissa hotelleissa tällä hetkellä ensisijaisesti taloudellisina vaikutuksina ja vasta sen jälkeen muina hyötyinä. Tämä on ymmärrettävää, sillä haastatteluissa tuli myös esiin omistajatahon näkemykset, jotka keskittyvät taloudellisiin säästöihin. Ympäristötietoisuuden odotetaan kuitenkin kasvavan ja tulevaisuudessa sen nähdään olevan tärkeä kilpailukeino matkailumarkkinoilla. Hotellinjohtajat arvioivat varovasti myös, että jossain määrin ekologisuuden kehittäminen on toiminnan ehto tulevaisuudessa, vaikka eivät uskokaan että ympäristömerkeistä tulisi pakollisia.

Ympäristöystävällisyyden käyttämiseen markkinoinnissa on jossain mielessä korkea kynnys, mikä on positiivinen asia. Anttolanhovi ei aio ryhtyäkään käyttämään myyviä korulauseita esittääkseen ympäristöystävällistä yritystä. Viherpesua kartetaan ja käytetään vain todenmukaisia väitteitä tuomaan esiin Anttolanhovin vahvuuksia. ”Meidän nykyisillä jätteen lajittelumahdollisuuksilla ei kannata lähteä kehumaan” totesi eräs työntekijä, kun keskustelimme ympäristöystävällisyydellä markkinoinnista.

Imagokuva ja brändäys tulivat haastatteluissa esille ekologisuuden kehittämistarpeissa. Nämä ovat vahvasti yhteydessä markkinointistrategiaan. Varsinkin keskieuropalaisille yhteistyökumppaneille (matkanjärjestäjille) on luotu kuvaa ympäristöystävällisestä toiminnasta. Martikainen totesikin, että Saimaa on heille tuttu käsite ja sitä hyödynnetään myös Anttolanhovin markkinoinnissa. Saimaan vesi on toistaiseksi puhdasta ja rannat sopivia virkistyskäyttöön, mutta jotta näin olisi jatkossakin, vaatii se huomiointia.

Erilaisiin ympäristöohjelmiin sitoutuminen ei kuitenkaan tarkoita sitä, että kaiken kehittämisen tulisi olla jo tehty ja valmiina. Ennemmin kyse on sitoutumisesta jatkuvaan kehittämiseen, minkä molemmat hotellinjohtajat myös tiedostivat. Rehellisesti ja avoimesti tehtyä kehitystyötä voi ja kannattaa tuoda esiin sopivissa yhteyksissä. Esiin tuotava kehitystyö voi olla myös yksittäisiä tekoja tai kampanjoita. ”Joutsenmerkissäkin oli että meidän pitäisi saada yksi lihaton päivä ravintolaan, niin tämän tyyppisiin asioihin asiakkaat kiinnittävät huomiota” toteaa Anna Paakkari.

Kansainvälisille markkinoille vihreyden esiintuomiseksi löytyy lukuisia eri kanavia. Vaihtoehtoihin kannattaa tutustua, sillä niistä voi löytyä hyvin laajan yleisön suosiossa olevia kanavia. Esimerkiksi Paakkari mainitsi tuoreen ja kiinnostavan kanavan: erittäin suositulla Trivago -nettisivustolla on kansainvälinen ekologisuusohjelma, jonka avulla on mahdollista saada näkyvyyttä hotelleja vertaavien matkailijoiden keskuudessa. Tämä ei välttämättä ole juuri se oikea kanava, mutta esiin tuleviin vaihtoehtoihin kannattaa perehtyä tarkemmin ja punnita niiden hyödyt.

4.4 Toimenpidesuosituks

Tutkimuksen perusteella tehtäviä toimenpidesuosituksia on kahdenlaisia: suuremmat strategiset suositukset ja pienemmät käytännön suositukset.

Strategiset suositukset

Ensimmäisenä strategisena kannanottona on suhtautuminen ympäristömerkkeihin ja -standardeihin. Potentiaalisin merkeistä on Joutsen-merkki tunnettuutensa, luotettavuutensa sekä selkeytensä vuoksi, mutta en näe sen tavoittelua ajankohtaisena asiana tällä hetkellä. Merkin hankkimiseksi vaadittavat työ- ja rahalliset panokset eivät ole suoraan suhteessa saatavaan hyötyyn. Vaikka Lasaretilla merkki tällä hetkellä on, sielläkin pohditaan, onko sitä järkevää uusia. Lasaretin ja Anttolanhovin toimintamallit ovat haasteellisia suhteuttaa ympäristömerkin vaatimukseen. Joutsenmerkki elää ja kehittyy koko ajan ja antaa myös yleisesti viitteitä siitä, mihin toiminnassa kannattaa kiinnittää huomiota, joten sen kehittymistä ja suosituksia kannattaa aktiivisesti seurata.

Toiseksi, ympäristöyhteistyötä tulee lisätä Lasaretin kanssa. Yhteiseen ympäristötyömiin kuulumisen toisi paljon vetoapua ekologisuustoiminnan kehittämiseen. Anttolanhovi ei ole kuitenkaan pelkästään saavana osapuolena, vaan myös antavana: varsinkin ravintolatoiminnan puolelta Anttolanhovilla on paljon kokemuksia lähiruokakonseptin ja eri projektien, kuten Mamkin Energiatehokas keittiö -hankkeen kautta. Hiilijalanjälkilaskurin käyttöönottoa kannattaa myös selvittää Lasaretin kokemusten kautta. Laskuri on näkyvä keino tuoda esiin ekologisuusajattelua ja sen avulla tulee luontevasti selvitettyä parannusta vaativat kohdat toiminnassa. Laskuri on myös työkalu Hansel puitesopimuksen ympäristövastuuseen vastaamisessa.

Vapaa-ajan palveluissa on suosittu vähän ympäristöä kuormittavia aktiviteetteja. Tulevaisuudessakin kannattaa jatkaa näiden toimintojen markkinointia, mutta perustella sitä myös ympäristöystävällisyydellä. Kesäaikaan ei ole tarjolla vesijettien vuokrausta, vaan soutuveneitä ja kanootteja. Talvella ei järjestetä moottorikelkkasafareita, vaan lumikenkäretkiä ja rekiajelua. Ympäristössä liikutaan luontoa kunnioittaen, mikä on itsessään arvo monelle matkailijalle.

Käytännön toimenpidesuosituks

Ympäristövastuuta hoitamaan tulee nimetä vastuuhenkilö, joka koordinoi yhteistyötä ja vastaa kokonaisuudessaan kehittämisestä – voidaan puhua jopa ympäristöohjelman laatimisesta. Henkilökuntaa tulee myös kouluttaa, sillä järjestelmällisiä toimenpiteitä ei voida jättää pelkän maalaisjärjen varaan. Kaikkea seurantaan tulee tehostaa: kulutusmääristä olisi kirjattava sellaista tietoa, jonka perusteella voidaan asettaa tavoitteita mm. sähkönkulutuksen ja jätehuollon säästöihin sekä kulutusmäärien vähentämiseen.

Ympäristötyö on myös yksilövalintoja, joita jokainen matkailija tekee. Siksi tietoa jokaisen omista vaikutusmahdollisuuksista tulee olla helposti saatavilla. Kielto- ja ohjekylttien sijaan suosittelen laatimaan ympäristökansion, joka olisi luettavissa hotellin yleisissä tiloissa. Se sisältäisi ohjeita kestävämpään matkailuun alkaen hyvin käytännönläheisistä vinkeistä, kuten jätteiden lajittelumahdollisuudet. Läpinäkyvyys tulisi myös kansion kautta esiin, sillä siinä voidaan esitellä yrityksessä tehtävää näkymättömämpää työtä. Kansiossa on myös helppo korostaa asioita, joita voidaan pitää pikkujuttuina tai itsestäänselvyyksinä, kuten se, ettei huoneissa oli kertakäyttöisiä pikkushampoita, vaan pesuaineet ovat täyttöpakkauksissa. Scandic-ketjun ohjelmasta voidaan ottaa esimerkkiä.

Osa-alueista jätehuollossa olisi eniten kehitettävää. Raporttien perusteella voidaan yleistää, että mitä paremmin lajitellaan (=mitä vähemmän tavaraa menee sekajätteen), sitä taloudellisempaa toiminta on. Hansel puitesopimus edellyttää jätteiden lajittelua, joten huoneisiin tulisi saada lajittelumallin mukaiset jäteastiat. Yleisissä tiloissa tulisi myös löytyä mahdollisuus lajitella jätteet, vaikka sitten ohjeistuksella toimittaa lasi ym. kierrätettävä materiaali vastaanottoon. Vastaanottoon tulisi selkeästi ohjata myös ns. pieni vaarallinen jäte (ent. ongelmajäte) eli mm. käytetyt paristot. Samoin

henkilökunnan tiloissa tulee kiinnittää huomiota lajitteluun. Hotellin vastaanotossa tulee suunnitella mm. miten pahvijätteen kierrätys onnistuisi parhaiten sekä lisätä biojäteastia henkilökunnan tilaan. Vaikka yleisesti paperia jo säästetäänkin käyttämällä siitä molemmat puolet, tulisi paperin loppujätesijoitteluun kiinnittää huomioita. Paperin tehokkaan kierrätyksen ansiosta voidaan saada merkittäviä säästöjä, kun se lajitellaan oikein eikä sitä joudu sekajätteeseen. Lajittelu tulisi tehdä niin selkeäksi ja helpoksi, ettei kiireessäkään tarvitsisi siitä tinkiä. Koko talon henkilökunta tulee velvoittaa noudattamaan lajitteluohjeita.

Sähkön osalta kannattaa selvittää valaistuksen tarve eri tiloissa eri aikoina. Suunnitelman pohjalta ohjeistetaan henkilökunta säätelemään valaistusta eri aikoina tarpeen mukaan. Turhat koneet, tietokoneet ja televisiot, olisi myös sammutettava yön ajaksi, sillä niiden valmiustilatkin kuluttavat sähköä. Siivouksen ohjeistukseen tulee lisätä merkintä television sammuttamisesta virtakatkaisijasta huoneen loppusiivouksen yhteydessä.

Sisäisiin kuljetuksiin on hyvä kiinnittää myös huomiota. Varastointi tulisi suunnitella siten, ettei turhaa tavaran siirtoa tulisi edestakaisin. Tapahtumien yhteydessä on mahdollista kiinnittää huomiota kuljetustarpeiden yhdistämiseen. Kun tapahtumapaikkaan - esimerkiksi rantsaunalle - tarvitaan eri osastoilta palveluja, niin suunnittelemana jokainen osasto tekee oman erillisen käynnin paikalla.

5 POHDINTAA

Tässä kappaleessa käyn läpi tutkimuksen onnistumista ja sen validiteettia ja reliabiliteettia.

5.1 Tutkimuksen onnistuminen

Tämä tutkimus on tapaustutkimus, eikä siten ole yleistettävissä kaikkiin hotelleihin. Vaikka viitekehyspohja pätee yleisesti palveluliiketoiminnassa, tekee jokainen hotelli omat strategiset ratkaisunsa ympäristöasioiden suhteen. Tutkimuksen suhteen suurin vahvuus ja samalla heikkous omalla kohdallani oli Anttolanhovin toiminnan laaja tuntemus. Toisaalta tämä helpotti työtä, mutta toisaalta jouduin koko ajan pohtimaan kriittisesti pohjatietojani: olivatko ne faktatietoa vai mielipiteitä.

Sain mielestäni melko kattavan kokonaiskuvan Anttolanhovin ympäristötoiminnasta. Toisaalta valittu aihe on niin laaja, että syvempään perehtymiseen ei riittänyt aikaa ja kokonaisuus jäi jossain määrin pinnalliseksi. Aiheen laajuus on tosin perusteltavissa sillä, ettei aiempaa tutkimusta aiheesta ole. Koin työn tärkeimmäksi tavoitteeksi ”laittaa pyörän pyörimään” eli herättää kiinnostus suunnitelmalliseen ympäristötoimintaan Anttolanhovissa. Aiheen rajauksen jäädessä laajemmaksi tein päätöksen keskittyä tutkimaan vain konkreettista hotellitoimintaa. Ravintolatoiminnassa kehitys on kulkenut omaa rataansa lähiruokakonseptin vuoksi, joten se on jätetty tästä tutkimuksesta kokonaan pois. Se on kuitenkin vaikuttanut tutkimuksen taustalla ajatustasolla, sillä konseptiin sisältyy ekologinen näkökohta. Samoin majoituskäytössä olevat Art&Design huvilat on rajattu tutkimuksen ulkopuolelle, koska niiden synty- ja toimintamalli poikkeavat paljon varsinaisesta hotellitoiminnasta. Sekä ravintola- että huvilatoiminta noudattavat varsin ympäristöystävällistä toimintamallia ja toivon että esittämäni tulokset ja kehitysehdotukset hotellitoiminnasta kulkevat samaa yhtenäistä linjaa noudattaen kotimaisuuden, puhtauden ja lähituoteajattelun arvoja.

Etukäteen haastavimpana koin objektiivisuuden säilyttämisen. Tutkimuksen kohteena oli oma työympäristöni ja havainnoinnissa seurasin työkavereitteni toimintaa. Objektiivisuutta pyrin parantamaan vahvalla perehtymisellä teoriaan. Tuloksia kerätessäni kertosin jatkuvasti lähdemateriaalista keräämääni aineistoa, jotta teorian punainen lanka näkyisi myös tulosten tulkinnassa. Tutkimuksen edetessä haasteeksi ilmeni myös raporttitietojen hyödyntäminen. Raporteissa ei ollut tietoja, joilla olisin kumonnut tai vahvistanut havaintoni ja väitteeni. Koska tietoja on saatavissa raporttien muodostamista varten, hyödynsin tätä toimenpide-ehdotuksissa. Kehittämistyön etenemistä voidaan seurata suunniteltujen raporttien kautta. Kolmantena haasteena koin epävarmuuden siitä, onko tutkimukseni riittävän tieteellinen opinnäytetyöksi. Varsinaista uutta tietoa tässä tutkimuksessa ei tuotettu, vaan koottiin yhteen nykytilaa jonka perusteella tehtiin kehittämissuhteita.

Markkinoinnillinen hyödyntäminen jäi myös aika vaatimattomalle tasolle tässä työssä. Viitekehityksessä en markkinointia syvällisesti käsitellyt, sillä Anttolanhovissa on vahva markkinointiosaaminen ja ympäristöasioiden hyödyntäminen markkinoinnissa ei tätä taustaa tule muuttamaan. Perustelen painotusvalintaani myös sillä, että ensin

tarvitaan varsinaista kehitystyötä, ennen kuin ekologisesta toiminnasta on markkinoinnillista hyötyä.

5.2 Validiteetti ja reliabiliteetti

Validiteetti tarkoittaa tutkimuksen pätevyyttä, eli sitä kuinka hyvin valittu menetelmä antaa vastauksia tutkimusongelmiin. Validiuden kannalta on tärkeää että mm. haastatteluissa kysymykset olisivat yksiselitteisiä, jolloin sekä haastattelija että haastateltava ovat ymmärtäneet asian samalla tavalla. Reliabiliteetti tarkoittaa tulosten toistettavuutta eli sitä, että toinen tutkija voisi saada samat tulokset tehdessään itse tutkimuksen. Reliabiliteetti on siis sattumanvaraisuuksien likvidointia. (Hirsjärvi ym. 2007, 226–227.)

Validiuden suhteen on tärkeää että tutkimusongelma pysyy koko ajan tutkimuksessa mukana. Mielestäni valitut menetelmät palvelivat hyvin tutkimusongelman ratkaisussa koko opinnäytetyön ajan. Haastateltavien valinta ja haastatteluissa käytetyt teemat olivat ongelmanratkaisua tukevat ja teemoittelun kautta niistä löytyi yhteisiä linjoja joista oli tehtävissä johtopäätöksiä. Tässä kohtaa on taas vahvuutena oma työskentelyni Anttolanhovissa, koska tunsin taustat ja toimintatavat jo ennestään. Puhuimme haastateltavien kanssa samaa kieltä. Havainnointia toteutin suunnittelemani taulukon avulla, jotta osaisin ottaa kaikki näkökohdat huomioon. Havainnoinnista saadut tulokset on käsitelty myös havaintojen määrien suhteessa eli keskitytty niihin osioihin, joista on määrällisesti eniten havaintomateriaalia. Osa-alueiden tärkeyden määrittämisessä olen huomionut myös teoretiset suurimmista vaikuttavuustekijöistä.

Olen pyrkinyt dokumentoimaan mahdollisimman tarkasti tähän työhön kuvaukset menetelmien käytöstä. Kuvaukset ovat totuudenmukaisia ja rehellisiä eikä mitään hankittua tietoa ole vääristelty tai kaunisteltu. Uskon että tulokset ovat myös toimeksiantajan mielestä luotettavia.

Reliabiliteettia eli toistettavuutta on haasteellista arvioida tässä tutkimuksessa. Oletettavasti pitkän ajan havainnot noudattelisivat samaa kaavaa riippumatta tutkijasta, jolloin materiaali olisi yhteneväinen. Myös haastatteluista toinen tutkija saisi oletettavasti samantyyppisiä vastauksia, mutta olisiko painotus samanlainen? Myös tutkimusajan kohdalla on merkitystä: tällä hetkellä Hansel puitesopimuksen kauden vaihto on juuri

meneillään ja tästä johtuen siihen liittyvät asiat ovat pinnalla. Jossain toisessa ajankohdassa tämä ei olisi tullut niin vahvasti esiin.

Teoreettisessa viitekehyksessä on runsaasti internet-pohjaisia lähteitä. Tämä on perusteltavissa sillä, että esimerkiksi ympäristömerkkien käsikirjat ovat ladattavissa vain sähköisessä muodossa. Myös ajankohtainen lainsäädäntö, Euroopan Unionin tiedotteet, lait ja asetukset sekä muut tutkimukset ja oppaat ovat pääosin käytettävissä vain internet-sivustojen kautta. Pidän käyttämiäni sivustoja luotettavina niiden tunnettujen ja pitkäaikaisen toiminnan vuoksi.

6 PÄÄTÄNTÖ

Tämän opinnäytetyön tekeminen on ollut mielenkiintoinen ja kasvattava prosessi. Työ sai alkunsa omasta mielenkiinnostani aiheeseen ja kypsyi alkuvuoden 2014 aikana. Esittelin aiheen hotellinjohtaja Eija Martikaiselle ja sovimme opinnäytetyön toimeksiannosta. Alustavan tutkimussuunnitelman esittelin huhtikuussa 2014. Kesän aikana en ryhtynyt vielä kirjoittamistoimeen, vaan aloitin viitekehysten rakentamisen elokuussa 2014. Samalla ryhdyin kirjaamaan havaintoja muistiin, mutta tässä vaiheessa vielä järjestäytymättömästi. Sitä mukaa kun teoriaosuus sai muotonsa, suunnittelin myös havaintojen kirjaamistaulukon, johon laitoin aiemmat havainnot ylös ja ryhdyin tekemään tätä työtä järjestelmällisesti. Haastateltavista Eija Martikainen oli selvä valinta alusta alkaen ja taustatietoja kerätessä toiseksi haastateltavaksi valikoitui Anna Paakkari, sillä tiedonhaussa tuli lukuisissa yhteyksissä esiin Lasaretin toiminta ympäristöasioissa – alkaen Helsinki Declaration -julistuksesta Joutsen-merkin kautta Lasaretin nettisivuille ja hiilijalanjälkilaskuriin.

Koska ympäristövastuu on osa yrityksen strategiaa, näen johtajan roolin vahvana kehitystyössä. Ekologisuuden kehittäminen ei tarkoita pelkkää toimintojen muuttamista, vaan kokonaisten ajatustapojen. Se ei myöskään ole mikään pysyvä olotila, vaan jatkuvan kehittämisen olotila, missä on oltava valmius muutokseen ja uuteen tietoon koko ajan. Tästä tutkimuksesta olisi johdettavissa myös jatkotutkimuksia, jotka kohdistuisivat tarkemmin jollekin tietylle osa-alueelle. Tulevaisuudessa tutkimuksen aiheena voisi olla perehtyminen tarkemmin Joutsen-merkin vaatimukseen ja sen mahdolliseen hakemiseen Anttolanhoville.

LÄHTEET

Aaltonen, Tapio & Junkkari, Lari 2003. Yrityksen arvot ja etiikka. Juva: WS Bookwell Oy.

Achieving High Performance in an Era of Climate Change 2008. PDF-dokumentti. http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/PDF/Climate_change_8117.pdf. Ei päivitystietoa. Luettu 8.9.2014.

Antila, Katja 2008. Pysäytä ilmastonmuutos. Suomalaisen arjen valintoja. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Antila, Katja 2010. Kaikki toimialat ovat vihreitä. Pienennä päästöjä – Paranna tulosta. Helsinki: Talentum.

Berninger, Kati 2012. Hiilineutraali Suomi. Miten luodaan ilmastoystävällinen yhteiskunta? Helsinki: Gaudeamus.

Bärlund, Aija & Perko, Susanna 2013. Kestävä johtajuus – bisneksen uusi elinehto. Helsinki: Talentum.

EMAS-järjestelmä ja sen toteuttaminen 2013. Suomen ympäristökeskus SYKE. WWW-dokumentti. http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus_ja_tuotanto/Ymparistojarjestelmat_ja_johtaminen/EMASin_toteuttaminen. Päivitetty 4.2.2014. Luettu 6.10.2014.

EMAS-rekisteröinti, -lomakkeet ja -maksut 2013. Suomen ympäristökeskus SYKE. WWW-dokumentti. http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus_ja_tuotanto/Ymparistojarjestelmat_ja_johtaminen/EMASrekisterointi_lomakkeet_ja_maksut. Päivitetty 4.2.2014. Luettu 6.10.2014.

Enckell, Emelie 2002. Yrityksen ympäristövastuu – ongelmat ja mahdollisuudet. PDF-dokumentti. http://www.ees-taas.com/yrityksen_ymparistovastuu.htm. Ei päivitystietoa. Luettu 3.9.2014.

Energiaa metsästä. Motiva 2014. WWW-dokumentti. http://www.motiva.fi/toimialueet/uusiutuva_energia/bioenergia/energiaa_metsasta. Päivitetty 28.3.2014. Luettu 6.1.2015.

EU Ecolabel: Product Groups and Criteria. Tourist accommodation services. WWW-dokumentti. <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/products-groups-and-criteria.html>. Ei päivitystietoa. Luettu 12.10.2014.

EU-ympäristömerkki: Kuka tekee mitä? WWW-dokumentti. <http://eu-ymparistomerkki.fi/eu-ymparistomerkki/kuka-tekee-mita/>. Ei päivitystietoa. Luettu 12.10.2014.

EU-ympäristömerkki: Maksut. WWW-dokumentti. <http://eu-ymparistomerkki.fi/yrityksille/maksut/>. Ei päivitystietoa. Luettu 12.10.2014.

EU-ympäristömerkki: Tutkimustietoa. WWW-dokumentti. <http://eu-ymparistomerkki.fi/yrityksille/tutkimustietoa/>. Ei päivitystietoa. Luettu 12.10.2014.

Euroopan Unionin virallinen lehti L76. Suomenkielinen laitos, lainsäädäntö. Verkkolehti. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=OJ:L:2013:076:FULL&from=FI>. Julkaistu 19.3.2013. Luettu 12.10.2014.

Fischer, Anton 2014. Sustainable Tourism. Bern: Haupt UTB.

Harmaala, Minna-Maari & Jallinoja, Niina 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Haukkala, Teresa 2009. Ilmastonmuutos ja asiakas – Mikä on ratkaisevaa tuloksen aikaansaamiseksi? PDF-dokumentti. www.fountainpark.fi/FP+FiBS-raportti_291009.pdf. Päivitetty 29.10.2009. Luettu 6.9.2014.

Helsinki Declaration. Suomen Matkatoimistoalan liitto ry. WWW-dokumentti. <http://www.smal.fi/fi/SMAL/Helsinki-Declaration>. Luettu 30.9.2014.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2013. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Hotellit, ravintolat ja kongressikeskukset. Joutsenmerkki 2014. Motiva Services Oy. WWW-dokumentti. <http://joutsenmerkki.fi/kriteerit/hotellit-ravintolat-ja-kongressikeskukset/>. Ei päivitystietoa. Luettu 12.10.2014.

Jokinen, Ari 2010. Ekosysteemipalvelujen vakiinnuttamisen ongelma. Hiedanpää, Juha, Suvantola, Leila & Naskali, Arto (toim.) Hyödyllinen luonto. Ekosysteemipalvelut hyvinvointimme perustana. Tampere: Vastapaino, 225-246.

Joutsenmerkin kriteerit. Hotellit, ravintolat ja kongressikeskukset versio 4.1 2013. PDF-dokumentti. <http://joutsenmerkki.fi/wp-content/uploads/2013/11/Hotellit-ravintolat-ja-kongressikeskukset-versio-4.1.pdf>. Luettu 12.10.2014.

Joutsenmerkin maksut 1.1.2015 alkaen. PDF-dokumentti. <http://joutsenmerkki.fi/wp-content/uploads/2013/11/Hotellien-ravintoloiden-ja-kongressikeskusten-maksut-v.-2014.pdf>. Päivitetty 1.1.2014. Luettu 12.10.2014.

Joutsenmerkki 2014. Motiva Services Oy. WWW-dokumentti. <http://joutsenmerkki.fi/joutsenmerkki/>. Ei päivitystietoa. Luettu 12.10.2014.

Jätelaki 646/2011. WWW-dokumentti. <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2011/20110646>. Luettu 30.9.2014.

Kalmari, Heidi & Kelola, Kati 2009. Vastuullisen matkailijan käsikirja. Image Kustannus Oy.

Kananen, Jorma 2013. Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylän Ammattikorkeakoulu.

Kester, John G. C. 2014. 2013 International Tourism Results and Prospects for 2014. PDF-dokumentti. http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_fitur_2014_hq_jk_1pp.pdf. Päivitetty 20.1.2014. Luettu 10.9.2014.

Kloorin käytön turvallisuus vesilaitoksissa 2006. Tukes Turvatekniikan keskus. PDF-dokumentti. http://www.tukes.fi/Tiedostot/vaaralliset_aineet/esitteet_ja_oppaat/Kloorin_kayton_tu rv.pdf. Päivitetty 18.10.2006. Luettu 8.10.2014.

Kolström, Taneli 2010. Mitä ekosysteemipalvelut ovat? Hiedanpää, Juha, Suvantola, Leila & Naskali, Arto (toim.) Hyödyllinen luonto. Ekosysteemipalvelut hyvinvointimme perustana. Tampere: Vastapaino, 19-32.

Kotitalouslaitteiden energiamerkinnästä tietoa ostopäätöksen tueksi. Euroopan komissio. WWW-dokumentti. http://ec.europa.eu/finland/news/press/101/10824_fi.htm. Päivitetty 22.12.2011. Luettu 1.10.2014.

Kuluttajansuojaa tarvitaan myös ympäristömarkkinoinnissa 2012. Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta verkkolehti 1. WWW-dokumentti. <http://www2.kuluttajavirasto.fi/Page/7689e6c0-7e9b-40cb-9cfc-78f572372512.aspx?announcementId=6fe0a752-99bc-43f1-80a2-720605afa404&groupId=7b4c9f0f-45d3-4fd4-a2bc-640cf3059614>. Luettu 12.10.2014.

Lingl, Paul, Carlson, Deborah & the David Suzuki Foundation 2010. Doing business in a new climate. A guide to measuring, reducing and offsetting greenhouse gas emissions. London and Washington, DC: Earthscan.

Lisätietoja energiatehokkuussopimuksesta. Matkailu- ja ravintola-alan järjestö MaRa. WWW-dokumentti. <http://www.mara.fi/lisatietoja-energiatehokkuussopimuksesta/>. Ei päivitystietoja. Luettu 8.10.2014.

Luonto palvelee meitä kaikkia 2013. Finnish Business & Society ry. Yritysvastuuverkosto FIBS. WWW-dokumentti. <http://www.fibsry.fi/fi/teemat/business-biodiversity/luonnon-monimuotoisuus-ja-ekosysteemipalvelut>. Ei päivitystietoa. Luettu 9.9.2014.

Lämsä, Anna-Maija 2007. Yrityksen vastuullisuus – mitä ja miksi? Vauhkonen, Päivi (toim.) Liiketoiminnan vastuullisuus – Minkä väristä se on? Oitmäki: Johtamistaidon opisto JTO, 42-51.

Materiaalitehokkuus. Motiva 2014. WWW-dokumentti. <http://www.motiva.fi/toimialueet/materiaalitehokkuus>. Päivitetty 2.9.2014. Luettu 6.10.2014.

Mero, Mari 2010. Fiksu ei lotraa matkallakaan. Area Aflyer 3/2010. WWW-dokumentti. https://www.area.fi/area/aflyer/archive/aflyer0310/page3_0310.html. Luettu 26.9.2014.

MOT Gummerus Uusi suomen kielen sanakirja. Kielikone Ltd. WWW-dokumentti. <https://mot.kielikone.fi.ezproxy.mikkeli.amk.fi/mot/mamk/netmot.exe>. Luettu 3.12.2014.

Naskali, Arto 2010. Ekosysteemipalvelun termodynaamiset juuret. Hiedanpää, Juha, Suvantola, Leila & Naskali, Arto (toim.) Hyödyllinen luonto. Ekosysteemipalvelut hyvinvointimme perustana. Tampere: Vastapaino, 33-52.

Paakkari, Anna 2014. Hiilijalanjälkemme vuonna 2013. Lasaretti hotelli-ravintola. WWW-dokumentti. <http://www.lasaretti.com/ymparisto/lasaretti-hiilijalanjalki.html>. Luettu 26.9.2014.

Portin, Anja 2008. Kaikesta jää jälki. Portin, Anja (toim.) Kaikesta jää jälki. Puheen-
vuoroja ympäristöä säästävistä valinnoista. Helsinki: Avain, 7-17.

Rautiainen, Mirja & Siiskonen, Mika 2011. Hotellin asiakasliikenne ja kannattavuus. Helsinki: Restamark.

Reports & statistic 2014. European Commission: EMAS. WWW-dokumentti. <http://ec.europa.eu/environment/emas/register/reports/reports.do>. Päivitetty 6.10.2014. Luettu 6.10.2014.

Salo, Marja, Lähteenoja, Satu & Lettenmeier, Michael 2008. MatkailuMIPS - Matkailun luonnonvarojen kulutus. Työ- ja elinkeinoministeriö. PDF-dokumentti. https://www.tem.fi/files/18849/temjul_8_2008_tyo_yrittajyys.pdf. Päivitetty maaliskuun 2008. Luettu 10.9.2014.

SFS ISO 14000 Ympäristöjohtaminen. Suomen Standardisoimisliitto SFS ry. WWW-dokumentti. http://www.sfs.fi/julkaisut_ja_palvelut/tuotteet_valokeilassa/iso_14000_ymparistojohtaminen. Ei päivitystietoa. Luettu 15.10.2014.

SFS ISO 14001 – maailman tunnetuin ympäristöjärjestelmämalli. Suomen Standardisoimisliitto SFS ry. WWW-dokumentti. http://www.sfs.fi/julkaisut_ja_palvelut/tuotteet_valokeilassa/iso_14000_ymparistojohtaminen/ymparistojarjestelma. Ei päivitystietoa. Luettu 15.10.2014.

SFS-EN ISO 14001: 2004. Ympäristöjärjestelmät. Vaatimukset ja opastusta niiden soveltamisesta. Suomen Standardisoimisliitto SFS ry. Vahvistettu ja julkaistu englanninkielisenä.

SFS Usein kysyttyä. Suomen Standardisoimisliitto SFS ry. WWW-dokumentti. http://www.sfs.fi/julkaisut_ja_palvelut/usein_kysyttya. Ei päivitystietoa. Luettu 15.10.2014.

Scandic: Better World 2008. WWW-dokumentti. <http://www.scandic-campaign.com/betterworld/index.asp?languageid=fi>. Päivitetty 2011. Luettu 12.9.2014.

Search engine for EMAS registrations 2014. European Commission: EMAS. WWW-dokumentti. <http://ec.europa.eu/environment/emas/register/>. Päivitetty 6.10.2014. Luettu 6.10.2014.

Sloan, Philip, Legrand, Willy & Chen, Joseph S. 2013. Sustainability in the Hospitality Industry. Principles of sustainable operations. London and New York: Routledge.

Suomen ympäristökeskus 2014. Laskureita hiilijalanjäljen arviointiin ja seurantaan. WWW-dokumentti. [http://www.syke.fi/fi-FI/Tutkimus__kehittaminen/Kulutus_tuotanto_ja_luonnonvarat/Laskurit/Laskureita_hiilijalanjäljen_arviointiin_\(3890\)](http://www.syke.fi/fi-FI/Tutkimus__kehittaminen/Kulutus_tuotanto_ja_luonnonvarat/Laskurit/Laskureita_hiilijalanjäljen_arviointiin_(3890)). Päivitetty 22.8.2014. Luettu 8.9.2014.

Sustainable Development – Environment. 2008. European Commission. WWW-dokumentti. http://ec.europa.eu/environment/eussd/escp_en.htm. Päivitetty 6.3.2014. Luettu 5.9.2014.

Sustainable Interior Design 2011. International Tourism Partnership: Green Hotelier. WWW-dokumentti. <http://www.greenhotelier.org/our-themes/sustainable-interior-design/>. Päivitetty 27.11.2011. Luettu 1.10.2014.

Tienari, Janne & Meriläinen, Susan 2009. Johtaminen ja organisointi globaalissa taloudessa. Helsinki: WSOYpro Oy.

Turunen, Anna (toim.) 2010. Kestävän matkailun infopaketti. Suomen matkatoimistoalan liitto SMAL ry. PDF-dokumentti. <http://www.smal.fi/loader.aspx?id=2989a1e4-a78f-4e3a-981f-2663b4398e07>. Luettu 30.9.2014.

Vauhkonen, Päivi 2007. Vastuullisuuden kehittämisprosessin eettinen tarkastelu. Vauhkonen, Päivi (toim.) Liiketoiminnan vastuullisuus – Minkä väristä se on? Oitmäki: Johtamistaidon opisto JTO, 78-97.

Vedenkulutus. Motiva 2014. WWW-dokumentti. http://www.motiva.fi/koti_ja_asuminen/mihin_energiaa_kuluu/vedenkulutus. Päivitetty 19.8.2014. Luettu 26.9.2014.

Virtanen, Anne & Rohweder, Liisa 2011. Mitä ilmastonmuutos merkitsee ja mitä tulisi tehdä? Teoksessa Virtanen, Anne & Rohweder, Liisa (toim.) Ilmastonmuutos käytännössä. Hillinnän ja sopeutumisen keinoja. Gaudeamus Helsinki University Press, Oy Yliopistokustannus HYY Yhtymä, 11 – 18.

Virtanen, Anne & Rohweder, Liisa 2011. Yritykset ja ilmastomyönteinen toiminta. Teoksessa Virtanen, Anne & Rohweder, Liisa (toim.) Ilmastonmuutos käytännössä. Hillinnän ja sopeutumisen keinoja. Gaudeamus Helsinki University Press, Oy Yliopistokustannus HYY Yhtymä, 295 – 305.

Vähämäki, Maija & Paalumäki, Anni 2011. Havainnointi johtamis- ja organisaatiotutkimuksessa. Teoksessa Puusa, Anu & Juuti, Pauli (toim.) Menetelmäviidakon raivaajat. Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. Johtamistaidon opisto JTO, 102 – 113.

Haastattelukysymykset (26) Anna Paakkari

YMPÄRISTÖTOIMINNAN ALKUVAIHEET

Milloin Lasaretissa on alettu pohtia ympäristökysymyksiä?

Miksi Lasaretissa on alettu pohtia ympäristökysymyksiä?

YMPÄRISTÖVASTUU

Mitä vastuullisuus mielestäsi tarkoittaa hotellitoiminnassa?

Miten ympäristövastuusta on hankittu tietoa?

Miten / millä keinoin kestävä kehitys tuotiin toiminta-ajatukseen mukaan?

KEHITTÄMISTOIMENPITEET

Miten ekologisuuden lähtötilanne määriteltiin? Kuka määritteli?

Mitkä ovat kehittämisen yleiset tavoitteet?

Miten kehittämistyö on esitelty sidosryhmille (tai henkilöstö, yhteistyökumppanit, asiakkaat)?

Miten eri sidosryhmät ovat suhtautuneet ympäristöasioiden kehittämiseen?

Onko vastustusta on ilmennyt, miten ja miltä taholta?

HIILIJALANJÄLKILASKURI

Miksi haluttiin ottaa käyttöön?

Miten päädyttiin juuri Ecompterin laskuriin?

Mikä on Lasaretin ympäristötiimi ja miten se toimii?

Mitä konkreettista hyötyä Lasaretille on laskurista ollut?

Millaisia haasteita laskurin käyttöönotolla ja käytöllä on ollut?

***Asiakkaat (majoituksen / kokouksien hiilijalanjälkilaskuri):**

Onko tietoa kuinka paljon laskuria käytetään?

Millaista palautetta laskurista on saatu asiakkailta?

JOUTSENMERKKI

Miksi Joutsenmerkki? (Miksei joku muu?)

Millainen prosessi Joutsenmerkin hankkiminen on ollut?

Joutsenmerkistä saadut hyödyt suhteessa kustannuksiin?

Miten Joutsenmerkkiä on hyödynnetty markkinoinnissa?

Millaista palautetta Joutsenmerkin olemassaolosta on saatu asiakkailta?

Haastattelukysymykset

MUUT MERKIT / SITOUMUKSET

Onko Lasaretti tehnyt muita ekologisia sitoumuksia? Jos on niin mitä ja miksi?

KOKEMUKSISTA OPITTUA

Mitä neuvoja voisitte antaa kokemustenne perusteella Anttolanhovin ekologisuuden kehittämiseksi?

Miten suosittelette lähtemään liikkeelle johdonmukaisen ja suunnitelmallisen ympäristövastuun kehittämiseksi?

Millaisia mahdollisuuksia näette Anttolanhovin ja Lasaretin yhteistyöhön ympäristöasioiden kehittämiseksi?

Haastattelukysymykset Eija Martikainen

YMPÄRISTÖASIOIDEN NYKYTILA

Miten seurataan (seurataanko aktiivisesti ja järjestelmällisesti)

energian kulutusta

veden kulutusta

jätehuollon lukuja

Miten ympäristöasioita on pohdittu Anttolanhovissa?

Mitä toimenpiteitä on tehty ekologisuuden parantamiseksi?

Koetko että sinulla on riittävästi tietoa ympäristöasioista hotellitoiminnassa?

YMPÄRISTÖASIOIDEN KEHITTÄMISEN TAHTOTILA

Mitä vastuullisuus mielestäsi tarkoittaa hotellitoiminnassa?

Miten ympäristöasioista on hankittu tietoa? / Miten ja millaista tietoa halutaan lisää?

Kiinnostavatko ympäristömerkit / standardit? Millä ehdoin?

Mitä tärkeimpiä tavoitteita halutaan asettaa kehittämistoiminnalle?

Mitkä arvelet olevan suurimmat haasteet ekologisuuden kehittämiseksi?

Millaisia mahdollisuuksia näet Anttolanhovin ja Lasaretin yhteistyöhön ympäristöasioiden kehittämiseksi?

