

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU

Matkailu- ja palveluliiketoiminta

Linda Muhonen

HUONEISTOHOTELLI LIETSUN MATKA KOHTI SUSTAINABLE
TRAVEL FINLAND -MERKKIÄ

Opinnäytetyö

Joulukuu 2020



OPINNÄYTETYÖ
Joulukuu 2020
Matkailun koulutus

Karjalankatu 3
80200 JOENSUU
+358 13 260 600 (vaihde)

Tekijä

Linda Muhonen

Huoneistohotelli Lietsun matka kohti Sustainable Travel Finland -merkkiä

Toimeksiantaja
Huoneistohotelli Lietsu

Tiivistelmä

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on tuoda lisäarvoa toimeksiantajan Sustainable Travel Finland -merkin hakuprosessiin. Ohjelmasta käytetään työssä lyhennettä STF-ohjelma. Työn tavoitteena oli selvittää, mitä toimenpiteitä STF-ohjelma käytännössä vaatii toimeksiantaja Huoneistohotelli Lietsulta. Työn tietoperustassa käsitellään kestävyysosa-alueet: ekologinen, taloudellinen, sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys, sillä Sustainable Travel Finland -ohjelmaan kuuluvat nämä kaikki. Työssä esitellään myös STF-ohjelman taustaa ja pohditaan ympäristöohjelmien hyötyjä ja merkitystä matkailualalla.

Työssä käytettiin tiedonhankintamenetelmänä puolistrukturoitua haastattelua, jossa haastateltiin STF-merkin saaneita yrityksiä vertailuarviointia käyttäen. Haastatteluissa haluttiin saada selville, mitä käytännön toimenpiteitä Lietsu voi tehdä kestävämmän ja kuinka Lietsu voi tulevaisuudessa hyödyntää Sustainable Travel Finland -merkkiä. Toimeksiantaja saa lisää tietoa STF-ohjelmasta myös työn tietoperustasta.

Haastattelutuloksista selvisi konkreettisia toimenpiteitä Lietsulle. Tulosten perusteella Lietsu voi arvioida oman liiketoimintansa vastuullisuutta verraten sitä muihin yrityksiin, ja valmistautua siihen, mitä STF-ohjelma tuo mukanaan. Haastatteluista saatiin myös ohjeita siihen, miten Lietsun kannattaa toimia sen jälkeen, kun sille on myönnetty STF-merkki.

Kieli
suomi

Sivuja 48
Liitteet 2
Liitesivumäärä 5

Asiasanat

kestävä matkailu, ympäristöohjelma, Sustainable Travel Finland



THESIS
December 2020
Tourism and Hospitality Management

Karjalankatu 3
80200 JOENSUU
FINLAND
+ 358 13 260 600 (switchboard)

Author
Linda Muhonen

Title
Journey towards Sustainable Travel Finland -label: Case Lietsu

Commissioned by
Boutique Aparthotel Lietsu

Abstract

The objective of the thesis was to find out what the commissioner, Boutique Aparthotel Lietsu, could do better regarding sustainable matters. The commissioner of this thesis takes part in a new environmental program, Sustainable Travel Finland, abbreviated STF-program in this thesis. The theoretical part took a look at the different sectors of sustainability and the meaning of eco-labels in tourism industry. The theoretical part also covers the background and goals of the Sustainable Travel Finland program.

To collect data for this thesis, semi-structured interviews were used as a study method. Three Finnish companies participated in the study all of which already have the STF-label. The goal of the study was to find out, what the commissioner Hotel Lietsu could do better regarding sustainable tourism and how they can use the Sustainable Travel Finland label in the future. Hotel Lietsu can use the theory part of this thesis as a source of information as well.

The results of the interview provided some new concrete ideas for Hotel Lietsu to develop itself in sustainable tourism. The survey and this thesis have also prepared the commissioner for the Sustainable Travel Finland program and for the future after obtaining the STF-label.

Language
Finnish

Pages 48
Appendices 2
Pages of Appendices 5

Keywords

sustainable tourism, environment certification, Sustainable Travel Finland

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Opinnäytetyön lähtökohdat	6
2.1	Toimeksiantaja Huoneistohotelli Lietsu.....	6
2.2	Opinnäytetyön tausta ja tarkoitus.....	8
3	Kestävä matkailu	9
3.1	Kestävyys matkailualalla.....	9
3.2	Ekologinen kestävyys	10
3.3	Taloudellinen kestävyys.....	11
3.4	Sosiaalinen kestävyys	12
3.5	Kulttuurinen kestävyys.....	13
4	Ympäristösertifioinnit ja -ohjelmat	14
4.1	Vastuullisuus käytäntöön ympäristöohjelmilla.....	14
4.2	Ekokompassi	16
4.3	Ekokompassin kymmenen kriteeriä	17
5	Sustainable Travel Finland	19
5.1	Kestävyyden osa-alueet koottuna samaan merkkiin.....	19
5.2	Sustainable Travel Finland -kehittämispolku.....	20
5.3	Sustainable Travel Finland -sertifiointi	23
5.4	Sustainable Travel Finland -itsearviointi	24
6	Opinnäytetyön menetelmälliset valinnat.....	26
6.1	Menetelmän valintaan vaikuttavat tekijät	26
6.2	Haastateltavat yritykset.....	27
6.3	Haastattelun toteuttaminen	30
6.4	Opinnäytetyön luotettavuus sekä haastattelun toteutus.....	32
7	Haastattelujen tulokset.....	33
7.1	Sitoutuminen.....	33
7.2	Itsearviointi.....	34
7.3	Osaamisen kasvattaminen	35
7.4	Vastuullisuusviestintä	37
7.5	Kohderyhmille viestiminen	38
7.6	Yhteistyö muiden yrittäjien ja Visit Finlandin kanssa.....	39
7.7	Jatkuva kehittäminen	40
8	Tulosten tarkastelu ja johtopäätökset.....	42
9	Pohdinta.....	46
	Lähteet.....	48

Liitteet

Liite 1 Sustainable Travel Finland -ohjelmaan hyväksytyt ympäristömerkit

Liite 2 Haastattelukysymykset

1 Johdanto

Globalisaatio eli lisääntyneet yhteydet, verkostot ja vuorovaikutus ympäri maailman asuvien ihmisten välillä on kasvattanut matkailijoiden määrää. Ihmiset haluavat edelleen matkailla työn, vapaa-ajan, rentoutumisen ja huvittelun vuoksi, vaikka matkailun ympäristöhaitoista puhutaan paljon. (Fuad-Luke 2008.) Tämän vuoksi kestävän matkailun aatteet nostavat päätään jatkuvasti. Kestävällä matkailulla tarkoitetaan vastuullista matkailua, joka huomioi nykyiset ja tulevat sukupolvet. Kestävän matkailun tavoitteena on ottaa huomioon taloudelliset ja ympäristövaikutukset siten, että matkailijoiden, matkailuyritysten ja matkailukohteiden tarpeet huomioitu nyt ja tulevaisuudessa. Kestävällä matkailulla halutaan ylläpitää myös paikallista kulttuuria ja luonnon monimuotoisuutta. Matkailuyrittäjä toimii kestävästi omaksumalla kestävän matkailun periaatteet ja sitouttamalla myös henkilökunnan ja asiakkaat vastuulliseen toimintaan. (Hemmi 2005, 80–81.)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, mitä toimenpiteitä toimeksiantajan tulee tehdä, jotta sille voidaan myöntää Sustainable Travel Finland -merkki. Tavoitteena on, että opinnäytetyössä tehdystä tutkimuksesta on toimeksiantajalle käytännön hyötyä, ja tulosten avulla Lietsun yrittäjät osaavat ennakoida STF-ohjelman vaatimuksia, kehityskohteita ja hyötyjä paremmin.

Opinnäytetyön toimeksiantaja Huoneistohotelli Lietsu osallistuu Visit Finlandin uuteen ympäristöohjelmaan, jonka suorittuaan yritys saa käyttöönsä Sustainable Travel Finland -merkin. Sustainable Travel Finland -ohjelma on laaja kokonaisuus, jonka tavoitteena on edistää kestävä matkailua Suomessa sekä saada matkailuyrityksiä ja destinaatioita viestimään yhtenäisesti Suomesta kestävän matkailun maana. (Business Finland 2020a.)

2 Opinnäytetyön lähtökohdat

2.1 Toimeksiantaja Huoneistohotelli Lietsu

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Huoneistohotelli Lietsu, joka aloitti toimintansa joulukuussa 2019. Lietsu tarjoaa yksilöllisiä majoituspalveluja Joensuun ydinkeskustassa karjalaisella teemalla. Lietsun arvoihin kuuluvat vieraanvaraisuus, paikallisuus, omaleimaisuus ja vastuullisuus, jotka näkyvät hotellin jokapäiväisessä toiminnassa. Hotellin ovat perustaneet *piämäntä* Maria Saastamoinen ja *piänaine* Helena Puhakka-Tarvainen. (Lietsu Boutique Aparthotel 2020a.)



Kuva 1. Huoneistohotelli Lietsun tunnelmallinen tupa on ensimmäinen tila, jonka asiakas näkee hotelliin saapuessaan. (Kuva: Riikka Hurri).

Lietsussa on yhteensä 31 huoneistoa, joiden varustelu mahdollistaa asiakkaiden pidemmän viipymän. Kaikkiin huoneisiin kuuluu oma pieni keittiö, jossa on jääkaappi, liesi, astianpesukone, mikroaaltouuni, kahvinkeitin sekä astiat. Kylpyhuoneissa on pyykinpesukoneet. Huonehintaan sisältyy nettiyhteys, linavaatteet, pyyhkeet ja loppusiivous. Aamiainen, pysäköinti ja sauna ovat saatavilla lisäpalveluna ja erillismaksusta. Osa huoneistoista on mahdollista yhdistää väliovella

perhehuoneistoiksi. Huoneistoissa ja palveluissa huomioidaan esteettömyys kiinteistön mahdollisuuksien mukaan, uuden teknologian tarpeet ja mahdollisuudet, lapsiystävällisyys, työskentelytarpeet sekä mahdollistetaan liikunta ja hyvinvointi huoneistoissa lainattavilla kuntoiluvälineillä ja yhteistyösopimuksella alakerran kuntosalin kanssa. (Lietsu palvelut Oy 2019, 1–2.)

Huoneistot ja yleiset tilat kertovat ainutlaatuisen tarinan Pohjois-Karjalan luonnosta, kulttuurista, historiasta ja elinvoimasta. Tiloissa esitellään paikallista suunnittelua ja osaamista ja käytetään seudulla tuotettuja elementtejä, materiaaleja, esineitä ja tekstiilejä. Näin tiloja hyödynnetään karjalaista alkuperää olevien suunnittelijoiden, muotoilijoiden ja käsityöläisten esittelytiloina. (Lietsu palvelut Oy 2019, 1–2.)

Asiakkaan saapuessa Lietsuun, hän kohtaa ensimmäiseksi vastaanoton tiskin sijaan emännän tai isännän, joka palvelee asiakasta pohjoiskarjalaisella ilolla ja lämmöllä. Asiakkaan toiveita ja tarpeita kuunnellaan mielellään ja vierailun aikana luodaan kodinomainen tuttuuden tunne. Hotellissa vallitsee ystävällinen ja helposti lähestyttävä ilmapiiri. Asiakkaan on mahdollista valmistaa aamiainen huoneistossa itse, mutta hotellipalveluihin kuuluu kuitenkin lisämaksusta karjalainen aamiainen. Karjalaiseen aamiaiseen sisältyy vaihtelevasti paikallisia tuotteita. (Lietsu palvelut Oy 2019, 1–2.)

Yrityksen arvot näkyvät toiminnassa jo vahvasti ja etenkin vastuullisuus ja paikallisuus liittyvät Sustainable Travel Finland -ohjelmaan ja siihen osallistumiseen. Lietsu on ollut myös Joensuun kaupungin ilmastokumppani syksystä 2019 alkaen. (Puhakka-Tarvainen & Saastamoinen 2020.) Lietsulla on jo auditointia vaille valmis ympäristösertifikaatti Ekokompassi, jonka painopiste on ekologisessa kestävydessä. Näin ollen on luontevaa jatkaa matkaa kohti STF-merkkiä, joka käsittelee laajemmin muitakin kestävyden osa-alueita. (Lietsu Boutique Aparthotel 2020b.)

2.2 Opinnäytetyön tausta ja tarkoitus

Lietsun yrittäjät Maria Saastamoinen ja Helena Puhakka-Tarvainen ovat halunneet osallistua Sustainable Travel Finland -ohjelmaan heti hotellin perustamisesta saakka. Sustainable Travel Finland -ohjelmaan osallistuakseen matkailuyrityksellä tulee olla jo jokin olemassa oleva ympäristömerkki, ja Lietsulle ensimmäinen ympäristömerkki on Ekokompassi. (Puhakka-Tarvainen & Saastamoinen 2020.) Karelia-Ammattikorkeakoulun Energia- ja ympäristötekniikan opiskelija Tuukka Mäkelä kirjoitti opinnäytetyönsä keväällä 2020 Ekokompassi-ympäristöjärjestelmän luomisesta Huoneistohotelli Lietsulle. Mäkelän opinnäytetyö käsittelee ympäristöjärjestelmän rakentamisprosessia ja Lietsu vastaa itse Ekokompassin käyttöönotosta, jatkokehittämisestä, auditointiprosessista sekä ylläpidosta. (Mäkelä 2020.)

Ympäristöjärjestelmä on rakennettu Ekokompassi-ympäristöjärjestelmän rakenteen mukaisesti ja keväällä 2020 ohjelman päätteeksi Lietsun päätavoitteiksi valittiin biojätteen määrän vähentäminen, henkilökunnan ympäristötietoisuuden parantaminen ja vastuullisuuden painottaminen hankinnoissa. Ekokompassin vastuuhenkilö on toinen Lietsun yrittäjistä, Helena Puhakka-Tarvainen. Tavoitteiden avulla Huoneistohotelli Lietsu pyrkii parantamaan ympäristösuorituskykyään. Ympäristöjärjestelmä tulee käyttöönoton jälkeen auditoida, jonka jälkeen Lietsu saa ottaa käyttöönsä Ekokompassi-sertifikaatin. Auditointi on tarkoitus suorittaa alkuvuonna 2021. Ekokompassi-sertifiointia hyödynnetään Sustainable Travel Finland-ohjelmaan osallistumisessa ja STF-merkin hakemisessa. (Mäkelä 2020.)

Tämä opinnäytetyö seuraa ja kuvailee Lietsun matkaa kohti yhä kestävämpää toimintaa, joka sai alkunsa Ekokompassi-ympäristöjärjestelmästä ja Mäkelän työstä. Työ on rajattu niin, ettei tämän opinnäytetyön tekijä ole mukana Ekokompassiin liittyvässä jatkokehittämisessä tai auditoinnissa, vaan keskittyy Sustainable Travel Finland -ohjelmaan. Opinnäytetyön tarkoituksena on saada toimeksiantajalle lisää tietoa Sustainable Travel Finland -ohjelmaan osallistumisesta ja tuoda koko prosessiin lisäarvoa tiedonhankinnalla.

Tiedonhankintamenetelmänä opinnäytetyössä sovellettiin puolistrukturoitua haastattelua. Työtä varten haastateltiin kolmea suomalaista matkailualan yritystä, joille on jo aiemmin myönnetty STF-merkki. Haastattelun tavoitteena oli saada tietoa STF-ohjelman hyödyistä sekä ottaa selvää siitä, miten Lietsu voisi toimia vielä nykyistä kestävämmiin. Haastattelujen avulla haluttiin saada selville käytännön toimenpiteitä, joita Lietsu voisi tehdä kestävä kehityksen hyväksi.

3 Kestävä matkailu

3.1 Kestävyys matkailualalla

Kestävän matkailun käytäntöihin kuuluvat matkailusta aiheutuvien negatiivisten vaikutusten minimointi sekä positiivisten vaikutusten kasvattaminen. Matkailualan toimijoiden on tärkeää ajatella pelkän nykyhetken sijaan myös tulevaisuutta ja suunnitella liiketoimintaansa kestävästi. Suunnitellessa ja toimiessa tulee ottaa huomioon kaikki kolme kestävyiden osa-alueita. (Stainton 2020.)

Kestävydestä tulee usein ensimmäisenä mieleen ekologinen kestävyys, mutta matkailussa kestävydessä on kyse paljon muustakin. Kestävyteen kuuluvat yhtä lailla myös seuraavat ulottuvuudet: sosiaalinen, kulttuurinen sekä taloudellinen kestävyys. Nämä kestävyiden eri muodot ovat kaikki vahvasti yhteydessä toisiinsa, ja jos yhdestä osa-alueesta tingitään, se vaikuttaa helposti myös muihin. (Stone 2019.)

Visit Finlandin tekemän tutkimuksen mukaan etenkin saksalaiset ja isobritannialaiset matkanjärjestäjät ja matkatoimistot arvostavat matkakohteita etsiessään ja valitessaan vastuullisuutta. Tutkimukseen osallistuneet kansainväliset matkanjärjestäjät ja matkatoimistot arvostivat suomalaisissa kohteissa eniten puhdasta luontoa, yleisesti hyviä kokemuksia, ekologisia aktiviteetteja, paikallista ja luomuruokaa sekä ekologisesti kestäviä majoituskohteita. (Visit Finland 2020a, 10.)

3.2 Ekologinen kestävyys

Ekologisella kestävyydellä on luontokeskeinen näkökulma. Ekologisella kestävyydellä pyritään säilyttämään luonnon monimuotoisuus ja pysäyttämään luonnonvarojen väheneminen. Luonnonvarat ja luonnon kestävyys ovat rajallisia, ja ihmisten tulee sopeuttaa oma toimintansa niiden mukaan, sillä monet ihmisen tarvitsemat tuotteet ja toiminnot ovat riippuvaisia luonnosta. (Hemmi 2005, 88.)

Ekologista kestävyyttä voi tukea monilla erilaisilla käytännön toimilla, jotka jokaisen matkailijan sekä matkailuyrityksen on hyvä ottaa käyttöön mahdollisuuksien mukaan. Ekologiset valinnat eivät rasita ympäristöä ja kuluttavat luonnonvaroja mahdollisimman vähän. Parhaimmillaan ekologista kestävyyttä voi tukea päivittäisillä teoilla, joista on matkailuyrittäjälle myös huomattavaa taloudellista hyötyä. (Suojanen 2019.)

Ekologista kestävyyttä tukevia toimenpiteitä ovat muun muassa jätteiden kierrätys ja lajittelu, kertakäyttöisten tuotteiden välttäminen, sähkön ja veden säästäminen sekä vähäpäästöisten energiamuotojen, kuten tuulivoiman suosiminen. Paikallisten palvelujen ja tuotteiden ostaminen, luonnon tarjoamien mahdollisuuksien kunnioittaminen sekä alueen kantokyvyn huomioiminen ovat myös osa ekologista kestävyyttä ja käytännön tekoja. (Nylund 2020.)

Matkailuyrittäjän kuuluu tietää ja ottaa käyttöönsä nämä tavat toimiakseen kestävästi ja vastuullisesti. On tutkittu, että yrityksillä, jotka toimivat vastuullisesti, on kaikkein tyytyväisimmät asiakkaat. Tämän lisäksi myös asiakkaiden kokema laatu on tavallista korkeampi. Tutkimukset osoittavat, että asiakkaat arvostavat ekologisuuksia matkailukohteissa. Matkailuyrittäjän tulee ymmärtää vastuullisuuden merkitys elinkeinonsa ja ympäristön tulevaisuudelle ja tiedostaa se, kuinka tärkeää ja oleellista kestävä kehitys on koko matkailualalle. (Business Finland 2020b.)

Ympäristö ja vastuullinen toiminta ovat olleet Huoneistohotelli Lietsun yrittäjille aina tärkeitä arvoja, ja liiketoimintaa suunniteltaessa on ympäristövaikutusten mi-

nimointi ollut yrittäjille lähestulkoon itsestänselvyys. Lietsussa ekologinen kestävyys toteutuu tällä hetkellä muun muassa jätteiden lajittelulla, ohjaamalla asiakkaita vähentämään ruokahävikkiä sekä suunnittelemalla aamiaisen tarjottavat ja niiden määrät kysynnän mukaan. Lietsun saunaa lämmitetään vain tarvittaessa, sähkön ja veden kulutusta seurataan ja hotellissa käytetään vihreää sähköä, joka on tuotettu pääosin tuulivoimalla. Yrityksen toimintaa suunniteltaessa päätettiin investoida LED-valaisimiin ja energiatehokkaisiin laitteisiin, eikä hotellihuoneissa ole esimerkiksi ikkunanavaajia lainkaan. (Puhakka-Tarvainen & Saastamoinen 2020.)

3.3 Taloudellinen kestävyys

Monesti ensimmäinen mielikuva kestävästä kehityksestä tai kestävästä matkailusta on nimenomaan ekologisuus ja siihen liittyvät käytännön teot, kuten kierrätys tai sähkön ja veden säästäminen. Kun puhutaan matkailualasta, on kestävyys kuitenkin paljon muutakin. Toinen kestävä matkailun osa-alueista on taloudellisuus, jolla on suuri merkitys matkakohteille, alueille, yrittäjälle sekä paikalliselle väestölle. (Business Finland 2020c.)

Taloudellisella kestävyydellä varmistetaan matkailukohteiden ja yritysten elinkelpoisuus ja kilpailukyky, jotta ne voivat jatkaa menestymistä ja hyötyä pitkällä aikavälillä. (Business Finland 2020c.) Taloudellisella kestävyydellä pyritään maksimoimaan isäntäkohteen taloudellinen hyvinvointi pitämällä huoli siitä, että matkailutulot ohjautuvat paikallisille ja alueen työntekijöille (Mällinen 2020).

Taloudellisuuteen liittyy myös työllisyys ja työllistäminen: halutaan lisätä paikallisia työpaikkoja määrällisesti ja laadullisesti ottaen huomioon myös palkkatason (Green Ideas For Tourism 2020). Matkailuyrittäjän taloudellisesti kestäväan arkeen kuuluvat myös kestävien investointien suunnittelu, laadukkaat hankinnat, jotka kestävät pitkään, pitkän tähtäimen suunnitelmat ja reilu kilpailu (Nylund 2020).

Huoneistohotelli Lietsu pyrkii toimimaan mahdollisimman vastuullisesti myös taloudellisen kestävyuden näkökulmasta. Yrittäjät haluavat, että liiketoiminta tuo alueelle lisää matkailijoita ja tuloja, jotka myös jäävät maakuntaan. Lietsu haluaa olla vastuullinen työnantaja, ja tarjota työpaikkoja paikallisille sekä suosia alueen muita yrityksiä yhteistyökumppaneina. Hotellin hankintoja suunnitellaan tarkasti ja pyritään aina valitsemaan mahdollisimman kestäviä vaihtoehtoja. Yrityksen liiketoiminta halutaan pitää elinkelpoisena muun muassa budjetoimalla, suunnittelemalla ja ennakoimalla. Taloudellisesti kestäväällä toiminnalla Lietsu voi olla luotettava ja vakaa yritys henkilökunnalle, asiakkaille sekä yhteistyökumppaneille. (Puhakka-Tarvainen & Saastamoinen 2020.)

3.4 Sosiaalinen kestävyys

Kolmannen kestävyuden osa-alueen eli sosiaalisen kestävyuden kulmakivenä on ympäröivän yhteisön hyvinvoinnin edistäminen ja huomioon ottaminen matkailussa. Sosiaalisesti kestävä matkailu ottaa huomioon paikallisen väestön, ja matkailuelinkeinon avulla halutaan edistää yhteisön jäsenten elämänlaatua. (Ferrer-Roca, Weston, Guia, Mihalic, Blasco, Prats, Lawler, Jarratt 2020.)

Sosiaalista kestävyyttä voi tukea esimerkiksi työllistämällä paikallisia asukkaita. Esimerkiksi opinnäytetyön toimeksiantaja Lietsu pyrkii tarjoamaan paikallisten oppilaitosten opiskelijoille harjoittelupaikkoja ja opinnäytetyön aiheita, jotta opiskelijoilla on mahdollisuus oppia matkailualasta.

Lietsussa työskentelee tällä hetkellä myös joensuulaisista oppilaitoksista valmistuneita opiskelijoita. Yrityksessä huomioidaan työntekijöille kuuluvat oikeudet ja kannustetaan avoimeen ja aktiiviseen keskusteluun työpaikalla. Henkilökunta pyritään pitämään ajan tasalla yrityksen toiminnasta ja tavoitteista koskien esimerkiksi kestävyyteen liittyviä kehittämiskohteita ja tulevaisuuden suunnitelmia. (Puhakka-Tarvainen & Saastamoinen 2020.)

3.5 Kulttuurinen kestävyys

Neljäs ja viimeinen kestävyiden osa-alue on kulttuurinen kestävyys. Kulttuurinen kestävyys painottuu paikalliseen elinvoimaan, paikallisyhteisöön ja kulttuuriperinnön vaalimiseen. Parhaimmillaan matkailuelinkeino voi tukea matkakohteiden elinvoimaisuutta. Viime vuosien aikana paikallisuus ja sen tukeminen on jäänyt joissain suosituissa matkakohteissa taka-alalle, kun matkailuyritykset pyrkivät saamaan elinkeinosta vain mahdollisimman paljon tuottoja. (Konu 2020.) Kulttuurisen kestävyiden arvojen mukaan matkailusta ei saa aiheutua haittaa paikallisille asukkaille ja yhteisöille. Matkailutoiminta ei saa myöskään aiheuttaa kulttuuriperinnön häviämistä. Paikallista kulttuuria tulee kunnioittaa ja arvostaa, ja sitä käytetään aidosti ja totuudenmukaisesti yritystoiminnassa ja markkinoinnissa. Kulttuurisen kestävyiden toimiin kuuluvat myös lähiruoan ja paikallisten tuotteiden sekä palveluiden suosiminen. (Business Finland 2018.)

Lietsussa koko liiketoiminnan idea on saanut alkunsa paikallisesta kulttuurista: karjalaisuus näkyy huoneiden teemoissa ja tarinoissa sekä aamiaispöydässä. Paikallista kulttuuria ja historiaa hyödynnetään yritystoiminnassa aidosti ja totuudenmukaisesti. Lietsussa halutaan säilyttää perinteitä, joista kerrotaan mielellään myös asiakkaille. Henkilökunta osaa kertoa yritystoiminnasta ja karjalaisesta teemasta sekä suositella muiden paikallisten yritysten palveluja. Monissa huoneissa ja hotellin tuvassa on myös nähtävillä kierrätysmateriaaleja sekä vanhoja esineitä, joista monet kertovat tarinoita karjalaisuudesta ja alueen historiasta. (Puhakka-Tarvainen & Saastamoinen 2020.)

Sosiaaliseen ja kulttuuriseen kestävyteen liittyy myös eettinen näkökulma: kaikki tulee huomioida samantarvoisina. Eettisesti toimitaan silloin, kun matkailuyrittäjä ei hyväksy minkäänlaista syrjimistä tai hyväksikäyttöä ja toimii reilusti yhteistyökumppaneitaan ja asiakkaitaan kohtaan. Matkailualan yrittäjällä on vastuu viestiä rehellisesti ja avoimesti esimerkiksi esteettömyydestä. (Nylund 2020.) Jotta matkailuala voi toimia vastuullisena elinkeinona nyt ja tulevaisuudessa, tulee jokaisen alan toimijan kiinnittää huomiota kaikkiin aiemmin mainittuihin kestävyiden

osa-alueisiin ja soveltaa niitä käytäntöön. Vastuullisella toiminnalla voidaan ratkaista kestävyysliittyviä ongelmia ja säilyttää matkakohde yhtä hyvänä niin paikallisille kuin matkailijoillekin. (Goodwin 2020.)

4 Ympäristösertifioinnit ja -ohjelmat

4.1 Vastuullisuus käytäntöön ympäristöohjelmilla

Kestävä matkailu on Suomelle mahdollisuus erottautua kilpailusta kansainvälisellä tasolla. Tunnetuimpia vetovoimatekijöitä Suomen matkailussa ovat koskematon luonto, kasvillisuus, eläimet, ilman ja veden laatu sekä hiljaisuus. Ympäristösertifikaatit- ja ohjelmat ovat yksi tapa varmistaa, että Suomen matkailumyyntivaltit säilyvät mahdollisimman kauan. (Akrenius 2019.)

Ympäristömerkkien tarkoituksena on auttaa kuluttajia valitsemaan markkinoilta ympäristöystävällisiä tuotteita ja palveluja. Ympäristömerkit viestivät ulospäin tietoa tuotteen ympäristöominaisuuksista ja houkuttelevat tekemään hankintoja, jotka ovat mahdollisimman ympäristöystävällisiä ja laadukkaita. (Yrittäjät 2014.)

Kun matkailija tunnistaa ympäristösertifikaatin, voi se auttaa asiakasta tekemään ostopäätöksen ja valitsemaan sertifioidun yrityksen tai kohteen. Entuudestaan tuntematonkin sertifikaatti voi viestiä kuluttajalle yrityksen arvoista. Ympäristömerkin saaminen vaatii matkailuyritykseltä aikaa ja resursseja, joiden käyttäminen osoittaa, että kestävyys on yritykselle tärkeä arvo ja siihen halutaan aidosti panostaa. Näin ollen yritys voi saada itselleen lisäarvoa ympäristösertifikaatin avulla. (Jaakkola 2020.)

Jotta sertifikaatit voivat auttaa matkailijoita vastuullisempien valintojen tekemisessä, täytyy matkailualan yritysten viestiä kestävydestä aktiivisesti ja avoimesti. Mitä tunnetumpia ympäristömerkit ja sertifikaatit ovat, sitä enemmän matkailijat etsivät vastuullisesti toimivia yrityksiä. Ympäristösertifikaattien suosion kasvu luo matkailuyritysten keskuuteen myös kilpailua. Yrityksen toiminnassa ja

viestinnässä tulee näkyä, ettei sertifikaattia ole hankittu vain markkinoinnillisen hyödyn vuoksi, vaan kestävyys ja vastuullisuus ovat yritykselle aidosti tärkeitä arvoja. (Jaakkola 2020.)

Sertifikaatti auttaa matkailijaa valintojen tekemisessä silloin, kun matkailijat tietävät sertifikaatin sisällöstä ja tavoitteista paremmin. Tämä tapahtuu viestimällä siitä, miten yritys tukee kestäväää kehitystä sekä kertoo kehittämiskohteista, joissa on vielä parannettavaa. Kun yritykselle myönnetyn sertifikaatin sisällöstä kerrotaan viestinnässä, siitä hyötyvät myös asiakkaat ja se voi auttaa tekemään ostopäätöksen. (Jaakkola 2020.)

Matkailualalle on saatavilla useita erilaisia sertifikaatteja, ohjelmia ja järjestelmiä, joilla pyritään kehittämään vastuullista matkailutoimintaa. Monet sertifikaatit tarjoavat työkaluja, joita matkailuyritykset voivat hyödyntää omassa toiminnassaan. Työkaluja on tarjolla alkutilanteen kartoitukseen, jatkuvaan kehitykseen, oikeanlaiseen viestintään sekä toimenpiteiden suunnitteluun. Osa ympäristösertifikaateista, järjestelmistä ja ohjelmista kattaa kaikki kestävän matkailun osa-alueet, toisten painopiste on pääosin ekologisessa kestävyudessa. (Business Finland 2020d.)

Hotelleille ja muille majoitusliikkeille on olemassa juuri niiden tarpeisiin suunniteltuja ympäristöohjelmia. Ohjelmiin osallistumalla ja täyttämällä tietyt ohjelman vaatimat kriteerit majoitusliikkeet voivat hankkia sertifikaatin siitä, että ne noudattavat ohjelman vaatimia ympäristöystävällisiä ja kestävän kehityksen tavoitteita. Näitä tavoitteita ovat usein muun muassa energian kulutuksen pienentäminen ja aktiivinen seuraaminen sekä jätteiden lajittelu ja kierrätys. Majoitusliikkeen tulee sertifikaatin saatuaan sitoutua noudattamaan kestävän kehityksen tavoitteita pitkällä tähtäimellä. Suomessa tunnetuimpia majoitusliikkeille tarkoitettuja ympäristösertifiointeja ovat muun muassa Green Key, Joutsenmerkki ja EU-ympäristömerkki. Näitä merkkejä on tunnetuilla hotelliketjuilla, kuten Sokos Hotelleilla sekä Scandicilla. (Suojanen 2019.)

Kaikki ympäristöohjelmat eivät sovi mille tahansa majoitusliikkeelle. Sertifiointia harkitessa yrityksen tulee ottaa huomioon muun muassa majoitusliikkeen koko ja

käytettävissä olevat resurssit. Yksi pienemmille majoitusliikkeille sopivista ympäristömerkeistä on Ekokompassi, joka keskittyy pääosin ekologiseen kestävyys-teen. (Yrittäjät 2016.)

4.2 Ekokompassi

Huoneistohotelli Lietsun yrittäjät Maria Saastamoinen ja Helena Puhakka-Tarvainen ovat halunneet osallistua Sustainable Travel Finland-ohjelmaan jo pitkään. STF-ohjelmaan osallistuakseen yrityksellä tulee olla entuudestaan jokin ympäristömerkki, ja Lietsulle se on Ekokompassi. (Puhakka-Tarvainen & Saastamoinen 2020.)

Lietsun yrittäjille Ekokompassi-merkki oli jo entuudestaan tuttu. Yritykselleen sopivaa merkkiä etsiessään he tutustuivat kaikkiin niihin ympäristömerkkeihin, jotka hyväksytään STF-ohjelmaan. Sustainable Travel Finland-ohjelmaan hyväksytyt ympäristömerkit ovat lueteltuna työn lopussa liitteessä 1. Lopulta Lietsun yrittäjät päätyivät juuri Ekokompassiin, sillä merkki on suomalainen, se ei ole pienikokoiselle ja vasta aloittaneelle yritykselle liian raskas, ja merkin kustannukset ovat Lietsun kokoiselle yritykselle kohtuulliset. (Puhakka-Tarvainen & Saastamoinen 2020.)

Ekokompassi-ympäristömerkki on saatavilla monelle eri toimialalle, mukaan lukien matkailuala ja majoitusliikkeet. Ohjelmaan osallistumalla yritys saa tukea ja työkaluja toimivan ympäristöjärjestelmän rakentamiseen. Ekokompassi auttaa ymmärtämään riskien hallintaa ja lainsäädäntöä sekä tunnistamaan toimiensa ympäristövaikutuksia. Ekokompassi-sertifikaatti on voimassa kolme vuotta kerrallaan. Jotta yritys saa käyttää merkkiä, tulee sen toimissa näkyä jatkuva parantaminen tai vähintään vaaditun tason ylläpitäminen ympäristön hyväksi. (Ekokompassi 2020.)

Sertifikaatti antaa uskottavan näytön yrityksen hyvästä ympäristötyöstä ja viestii sitä myös ulospäin. Ekokompassi vaatii järjestelmään osallistujilta kaikkiaan kym-

menen kriteeriä, jotka yrityksen tulee täyttää saadakseen sertifiointin. Nämä kriteerit ovat Ekokompassi-järjestelmän perusta, ja niiden pohjalta yritys lopulta auditoidaan, eli tehdään selvitys siitä, saako yritys käyttöönsä Ekokompassi-merkin. (Ekokompassi 2020.)

4.3 Ekokompassin kymmenen kriteeriä

Ensimmäinen kriteeri koskee ympäristölainsäädännön ja määräysten aktiivista seuraamista sekä noudattamista: organisaation tulee tunnistaa, mitkä ympäristölait koskevat sitä ja kuinka lainsäädännön pohjalta tulee toimia. Organisaatio on itse vastuussa lainsäädännön seuraamisesta sekä noudattamisesta. (Ekokompassi käsikirja 2020, 10.)

Toisena vaatimuksena tulee ympäristövastaavan nimeäminen. Organisaatiolla tulee olla vähintään yksi vastuuhenkilö, pari tai tiimi, jolla on riittävät resurssit tehtävänsä hoitamiseen. Vastuuhenkilön tehtävänä on koordinoida organisaatiota eteenpäin ympäristötyössä ja Ekokompassin polulla. Jotta vastuuhenkilö on tehtävänsä pätevä, kuuluu hänen käydä vähintään yksi (Ekokompassin järjestämä tai muuten hyväksytty) ympäristökoulutus tehtäviinsä liittyen. (Ekokompassi käsikirja 2020, 11.)

Kun vastuuhenkilö on valittu, voidaan siirtyä kolmanteen vaiheeseen, joka on ympäristöasioiden hallinnan nykytilan kartoittaminen sekä merkittävimpien ympäristövaikutuksien tunnistaminen. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että yritys kartoittaa lähtötilanteensa ja arvioi mahdollisuutensa vaikuttaa niihin. Arvioinnin tulosten pohjalta organisaatiolle luodaan oma ympäristöohjelma- ja politiikka, joka on Ekokompassin neljäs kriteeri. (Ekokompassi käsikirja 2020, 12.)

Organisaation kuuluu luoda oma ympäristöpolitiikkansa, jossa sitoudutaan toimimaan ympäristöystävällisesti ja pyritään parantamaan toimintaa pitkällä tähtäimellä. Ympäristöpolitiikka on organisaation kannanotto, joka viestii sitoutumisesta ja ympäristön hyväksi toimimisesta julkisesti. Ympäristöpolitiikkaa voidaan

kutsua myös esimerkiksi arvo- tai asiakaslupaukseksi, ja siitä voi muokata organisaation itsensä näköisen, kunhan sen sisältö on vaaditunlainen. (Ekokompassi käsikirja 2020, 13.)

Viidentenä kriteerinä Ekokompassin saavuttamiselle tulee organisaation henkilöstön kouluttaminen ympäristöasioissa. Henkilökunnan täytyy ottaa ympäristö huomioon kaikissa toimissaan ja työtehtävissään. Organisaation pitää itse tätä varten taata henkilökunnalle riittävästi koulutusta ja perehdytystä, sillä käytännön toimintatavat vaihtelevat aina yrityksen toimialan ja tarpeiden mukaan. Kohdat kuusi, seitsemän ja kahdeksan ovat käytännön toimia, jotka liittyvät jätehuoltoon, jätteisiin ja kemikaaleihin, joilla kaikilla on suuri merkitys kestävän matkailun kannalta. (Ekokompassi käsikirja 2020, 14–17.)

Organisaatiolla tulee olla ajantasainen jätehuoltosuunnitelma, joka toimii jätelain mukaisesti. Jätehuoltosuunnitelmasta pitää käydä ilmi, että jätehuolto on toimivaa ja tarkoituksenmukaista, ja kuinka jätteitä käsitellään organisaatiossa. Vaaralliset jätteet (kuten akut, paristot, liimat ja maalit) täytyy pitää erillään muista jätteistä, ja niistä tulee pitää kirjanpitoa. Vaaralliset jätteet säilytetään muista erillään suljetussa tilassa ja hävitetään pois oikeaoppisesti. Toinen tarkasti seurattava elementti ovat kemikaalit. Organisaation kuuluu säilyttää ja kirjata ylös käyttämänsä kemikaalit kemikaalilainsäädännön mukaisesti, ja henkilökunta pitää olla koulutettu käyttämään kemikaaleja turvallisesti. (Ekokompassi käsikirja 2020, 15–17.)

Toiseksi viimeinen kriteeri koskee organisaation omaa ympäristöohjelmaa. Yritys laatii ympäristöohjelman, jossa kerrotaan yrityksen tavoitteet ympäristövaikutusten vähentämiseksi. Ohjelma päivitetään vuosittain, ja se tulee uusia vähintään kolmen vuoden välein, jolloin tavoitteet asetetaan uudelleen. Organisaatio valitsee omat tavoitteensa vähintään kahdesta seuraavista aihealueista: jätteen määrän vähentäminen ja lajittelu, energiatehokkuus ja uusiutuva energia, vastuulliset hankinnat, materiaalitehokkuus, logistiikka ja liikkuminen, viestintä ja vaikuttaminen, yhteistyökumppanien sitouttaminen tai jokin muu osa-alue, joka voi olla esimerkiksi meluhaittojen minimointi. (Ekokompassi käsikirja 2020, 18.)

Valituissa osa-alueissa tulee tehdä merkittäviä toimenpiteitä ympäristöasioihin pohjautuen. Kaikille toimenpiteille kirjataan ylös vastuuhenkilö ja aikataulu sekä tavoitteet, jotka ympäristöohjelmalla halutaan saavuttaa. Viimeisenä kriteerinä on vuosittainen raportointi ympäristöohjelmaan kirjatuista toimenpiteistä ja niiden etenemisestä. Sen lisäksi, että toimenpiteistä kuuluu raportoida Ekokompassi-ohjelmaan, voi niistä kertoa ja tuloksia esitellä esimerkiksi henkilöstötapauksissa ja sisäisessä viestinnässä. (Ekokompassi käsikirja 2020, 19–20.)

Lietsun Ekokompassi-ympäristöohjelman vastuuhenkilö on toinen yrittäjästä, Helena Puhakka-Tarvainen. Yrityksen tavoitteita ympäristövaikutusten vähentämiseksi ovat sisäisen ja ulkoisen vastuullisuusviestinnän parantaminen, kestävien hankintojen suunnittelu ja biojätteen määrän vähentäminen. Lietsun Ekokompassi-ympäristöohjelma on luotu keväällä 2020, ja merkki on tarkoitus auditoida alkuvuonna 2021, jolloin yritystoimintaa Lietsussa on ollut hieman yli vuoden. (Puhakka-Tarvainen & Saastamoinen 2020.)

Ensimmäistä auditointia varten ei tarvitse vielä olla kerättynä kirjallista dataa valituista kehittämiskohteista, vaan auditoinnissa keskitytään kiertämään yrityksen tilat ja tarkastamaan, toteutuvatko yrityksen toiminnassa Ekokompassin vaatimat kymmenen kriteeriä. Kirjallista dataa kestävän toiminnan etenemisestä tarvitaan myöhemmin vuosittaisessa raportoinnissa. Lietsussa on tällä hetkellä suunnitteilla, mitä kaikkea toimintaa yrityksessä tullaan seuraamaan ja minkälaiseen muotoon dataa kirjataan. (Puhakka-Tarvainen & Saastamoinen 2020.)

5 Sustainable Travel Finland

5.1 Kestävyyden osa-alueet koottuna samaan merkkiin

Perinteisten ympäristösertifikaattien rinnalle on Visit Finlandin toimesta luotu Sustainable Travel Finland -ympäristöohjelma, joka sai alkunsa vuonna 2019. Se on laaja kokonaisuus, joka on tarkoitettu kotimaisille matkailualan yrityksille ja

destinaatioille. Sustainable Travel Finland on kehittämisohjelma, jonka tavoitteina on edistää kestävä matkailua Suomessa. Sen avulla pyritään viestimään yhtenäisesti Suomesta kestävä matkailun maana ja auttamaan matkailijoita tekemään kestäviä päätöksiä matkakohteidensa suhteen. Ympäristöohjelmaan kuuluu vahvasti kestävä kehityksen mukainen yhteistyö kuntien ja matkailun alueorganisaatioiden sekä yritysten välillä. (Business Finland 2020e.)

Sustainable Travel Finland -ohjelma on maksuton, ja siihen voi osallistua mikä tahansa matkailuyritys tai -alue. Itse ohjelmaan kuuluu kehittämispolku sekä konkreettisia työkaluja kuten valmennuksia, oppaita ja digitaalinen työympäristö. Ohjelman suoritettuaan yritys saa käyttöönsä Sustainable Travel Finland -merkin. Osallistuakseen ympäristöohjelmaan ja saadakseen Sustainable Travel Finland -merkin täytyy yrityksellä olla ennestään vähintään yksi voimassa oleva ympäristösertifikaatti. Entuudestaan voimassa oleva ympäristösertifikaatti on myös edellytys kehittämispolulla etenemiselle, sillä se on yksi polun seitsemästä askeleesta. Visit Finland tekee yhteistyötä usean eri ympäristösertifikaatin kanssa. (Business Finland. 2020e.) STF-ohjelmaan hyväksytyt ympäristösertifikaatit ovat työn lopussa liitteessä 1.

Sustainable Travel Finland on ympäristömerkki, mutta sen lisäksi myös brändi, joka tulee helpottamaan Suomen viestintää ja markkinointia maan kestävä matkailun tarjonnasta. Matkailuyrityksille ja destinaatioille se tarjoaa kestävä matkailun kehittämispolun, jonka etenemistä yrittäjä pystyy seuraamaan kohta kohdalta ohjelmaan kuuluvan online-alustan avulla. (Business Finland 2020e.)

5.2 Sustainable Travel Finland -kehittämispolku

Kuten Ekokompassissa myös Sustainable Travel Finlandissa on omat kriteerinsä ja polku, jota pitkin edetään kohti kestävyyttä. Kehittämispolkuun kuuluu yhteensä seitsemän askelta, jotka auttavat yritystä muun muassa sitoutumaan kestävä kehityksen periaatteisiin ja tähtäämään jatkuvaan kehitykseen ympäristötyössä. Kaikki alkaa sitoutumisesta ja päätöksestä toimia kestävä matkailun edistäjänä. (Business Finland 2020e.)

Sustainable Travel Finland -kehityspolun ensimmäinen askel on, että yritys sitoutuu kestävän matkailun edistämiseen monilla eri tahoilla ja tekee siitä kirjallisen päätöksen. Kehittämispolkua kuvataan Visit Finlandin ja STF-ohjelman tarjoamalle onlinealustalle, jonne yrityksen tulee lisätä dokumentti, josta käy ilmi, että yrityksessä on tehty virallinen päätös Sustainable Travel Finland -ohjelmaan osallistumisesta. Dokumentin lisäksi yrityksen täytyy allekirjoittaa sitoutuminen Visit Finlandin kestävän matkailun periaatteisiin. Allekirjoitus tehdään digitaalisessa muodossa online-alustalla. Allekirjoittaessaan sopimuksen yritys sitoutuu noudattamaan Visit Finlandin luomia valtakunnallisia kestävän matkailun periaatteita. Näihin periaatteisiin kuuluu reilu yhteistyö, ekologinen, sosiokulttuurinen ja taloudellinen kestävyys, pitkäjänteisyys, paikallisuus, laadun ja turvallisuuden takaaminen, vastuullisuusviestintä ja sitoutuminen. Ensimmäisen askeleen toteuduttua yritys voi siirtyä osaamisen kasvattamiseen. (Sustainable Travel Finland 2020.)

Toiseen askeleeseen kuuluu kestävän matkailun osaamisen kasvattaminen, jota voi tehdä tutustumalla online-alustan tarjoamiin materiaaleihin, osallistumalla koulutuksiin ja valmennuksiin ja tekemällä itsearviointin yrityksen nykytilasta. Itsearviointin tarkoitus on muun muassa kertoa, mitä kaikkea vastuullisuustyöhön kuuluu, mitkä osa-alueet yrityksellä ovat jo hallussa ja auttaa ymmärtämään, mitkä voisivat olla seuraavia kehityskohteita vastuullisuustyössä. (Sustainable Travel Finland 2020.)

Sustainable Travel Finlandin itsearviointi auttaa yritystä ymmärtämään, mitä kaikkea vastuullinen liiketoiminta ja matkailun kehittäminen pitävät sisällään ja millä tasolla yritys on tällä hetkellä. Mikäli on mahdollista, itsearviointi kannattaa tehdä yhdessä henkilökunnan kanssa, jolloin henkilöstö saadaan osallistumaan ja sitoutumaan Sustainable Travel Finland -ohjelmaan heti alussa. Itsearviointin tulosten perusteella voidaan päätellä haasteellisimmat tai isoimmat osa-alueet, joiden eteen yrityksen tulee ensimmäisenä tehdä toimenpiteitä. Toimenpiteiden suunnittelua varten tehdään kehittämissuunnitelma, joka on polun kolmas askel. (Sustainable Travel Finland 2020.)

Nykytilanteen analysoinnin pohjalta saadaan selville yrityksen tahtotila sekä pää-tavoitteet, jotka tarvitaan sen saavuttamiseksi. Seuraavaksi päätetään toimet, keinot, aikataulu ja resurssit, joilla tavoitteet saavutetaan. Kestävän matkailun kehittämissuunnitelman tulee huomioida kaikki kestävyuden osa-alueet eli ekologi-nen, sosiaalinen, kulttuurinen sekä taloudellinen, joiden pohjalta otetaan kantaa muun muassa yrityksen ja henkilökunnan tavoitteisiin, vierailijakokemukseen, omien toimien mahdollisiin haittavaikutuksiin, aluetaloudellisiin vaikutuksiin, markkinointiin, viestintään ja tarvittaviin resursseihin. Valmis kestävän matkailun kehittämissuunnitelma ladataan online-alustalle. (Sustainable Travel Finland 2020.)

Neljäs askel haastaa yrityksen viestimään vastuullisesti kestävän kehityksen mu-kaisista toimenpiteistä. Toimiva ja totuudenmukainen vastuullisuusviestintä on tärkeää, sillä vastuullisuus saattaa olla matkailijalle juuri se viimeinen valintakri-teeri, jonka perusteella hän valitsee matkakohteen ja palvelut, joita käyttää mat-kansa aikana. Kertomalla yrityksen käytännön toimista voidaan lisätä matkailijoi-den tietoisuutta kestävästä matkailusta ja jopa vaikuttaa kuluttajien ajatusmaailmaan. Yrityksen kannattaa suunnitella omaa viestintää ja markkinoin-tia omien arvojen mukaiseksi. Yrityksen omissa kanavissa tulisi näkyä yrityksen näkemykset vastuullisuudesta, jotta myös kuluttajat näkevät ne. (Sustainable Travel Finland 2020.)

Verkkosivut ja sosiaalinen media ovat nykypäivänä oleellinen osa viestintää, mutta on hyvä muistaa myös kohtaamiset kasvokkain. Vastuullisuudesta voi ker-toa eri tavoin esimerkiksi matkailijan saapuessa kohteeseen ja palvelun tai elä-myksen toteutuessa. Esimerkiksi majoitusliikkeeseen saavuttaessa ja sisään kir-jautuessa henkilökunnalla on hyvä tilaisuus kertoa asiakkaalle yrityksen vastuullisesta toiminnasta. Tämän vuoksi on tärkeää, että henkilökunta osallistuu ja saa perehdytystä vastuullisuustyöstä ja sen eri osa-alueista, jotta he osaavat kertoa asiakkaille tärkeästä työstään kestävän matkailun hyväksi. Vastuullisuus-viestintää kannattaa harjoittaa myös erilaisissa tilaisuuksissa, kuten messuilla ja matkanjärjestäjiä tavatessa. (Sustainable Travel Finland 2020.)

5.3 Sustainable Travel Finland -sertifiointi

Viidentenä askeleena polulla on sertifiointi ja auditointi. Tällä askeleella tarkoitetaan sitä, että yrityksellä tulee olla entuudestaan jo jokin ohjelmaan hyväksytty ympäristömerkki. Kehittämispolun kaksi viimeistä askelta ovat todentaminen ja sopimus sekä jatkuva kehittäminen. Sustainable Travel Finland -merkki tulee uusia joko kahden vuoden välein tai vaihtoehtoisesti STF-merkkiä tukevan sertifikaatin viimeiseen voimassaolopäivään mennessä. Lietsulla STF-merkkiä tukeva sertifikaatti on Ekokompassi (Puhakka-Tarvainen & Saastamoinen 2020). STF-merkkiä uusittaessa tarvitaan todennuksia kehitystyöstä.

Todentaminen tapahtuu muun muassa kestävän matkailun kehittämissuunnitelman ja kestävän matkailun indikaattorien säännöllisellä päivittämisellä sekä itsearviointin uusimisella. Saadakseen Sustainable Travel Finland -merkin ja kaikki sen tuomat edut käyttöönsä tulee yrityksen tehdä sopimus Visit Finlandin kanssa merkin käytöstä. Allekirjoittaessaan sopimuksen yritys hyväksyy merkin käyttösäännöt ja sitoutuu noudattamaan Visit Finlandin asettamia merkin visuaalisia käyttöohjeita. Sopimus allekirjoitetaan Sustainable Travel Finland online -alustalla. (Sustainable Travel Finland 2020.)

Todentamiselle eikä kehityspolun etenemiselle ei ole asetettu aikarajaa. Jotkut yritykset, jotka ovat toimineet kestävän matkailun parissa jo pidemmän aikaa, saattavat käydä ohjelman läpi jopa päivissä. Toisilla taas saattaa mennä vuosia esimerkiksi resurssisyistä. Itse Sustainable Travel Finland -merkin hakeminen onnistuu heti, kun todentaminen online- alustalle on tehty niin, että kriteerit täyttyvät. (Sustainable Travel Finland 2020.)

Vaikka STF-polku on käyty läpi ja todentaminen tehty, on silti syytä seurata kehittämissuunnitelman toteutumista ja kestävyden edistämistä. Visit Finland suosittelee yrityksiä tekemään itsearviointin esimerkiksi puolen vuoden välein, jotta voidaan tarkkailla tavoitteissa edistymistä ja mahdollisia parannusta kaipaavia kohteita. Itsearviointi on helppo tehdä esimerkiksi taulukolla, johon kirjataan

kaikki toimenpiteet, aikataulut, vastuuhenkilöt ja mittarit. Taulukkoa kannattaa ylläpitää ja täydentää säännöllisin väliajoin, jotta siitä näkee jatkossakin helposti toimenpiteiden etenemisen ja toteutumisen. (Sustainable Travel Finland 2020.)

5.4 Sustainable Travel Finland -itsearviointi

Sustainable Travel Finland -ohjelman kehittämispolun alkuun kuuluu itsearvioinnin tekeminen. Itsearvioinnin tarkoitus on näyttää, mitä vastuullinen liiketoiminta ja matkailun kehittäminen pitävät sisällään, sekä tutustua siihen, millä tasolla kestävän kehityksen mukainen toiminta yrityksessä tällä hetkellä on. Itsearviointiin voi palata online-alustalla myös myöhemmin, ja sitä voi käyttää ikään kuin tarkistuslistana kehityssuunnitelmaa tehtäessä.

Huoneistohotelli Lietsussa itsearviointi tehtiin syyskuun 2020 aikana, ja sen tulosten perusteella lähdettiin suunnittelemaan tämän opinnäytetyön haastattelukysymyksiä sekä Lietsun omia kehittämiskohteita ympäristötyössä.

Itsearviointi tehdään online-alustalla ja se on jaettu kymmeneen eri osioon, jotka ovat:

- Yhteistyö
- Ekologinen kestävyys
- Kulttuurinen kestävyys ja kulttuuriperintö
- Sosiaalinen kestävyys ja hyvinvointi
- Pitkäjänteisyys ja paikallisuus
- Laatu ja turvallisuus
- Ilmastonmuutos ja resurssiviisaus
- Vastuullisuusviestintä
- Taloudellinen kestävyys ja kilpailukyky
- Sitoutuminen

Jokaisen otsikon alla on tiettyä kestävyiden osa-aluetta käsitteleviä kysymyksiä, joihin on olemassa valmiit vastausvaihtoehdot:

- Kyllä
- Ei
- Työn alla tai harkinnassa
- Ei liity toimialaamme
- En tiedä tai tarvitsen lisätietoa vastatakseni
- Työn alla tai harkinnassa ja haluan asiasta lisätietoa/koulutusta
- Ei, mutta haluan aiheesta lisätietoa/koulutusta

Kun itsearviointi on tehty, yrittäjä saa omaan sähköpostiinsa tiedon itsearvioinnin tuloksista. Jokaisesta osiosta ja vastauksesta saa tietyn määrän pisteitä, ja lopuksi on nähtävillä kokonaispistemäärä. Korkein mahdollinen pistemäärä on 648 pistettä. Huoneistohotelli Lietsun tulokset itsearvioinnista olivat pääosin hyvät, sillä vastuullisuus on alusta saakka ollut yksi yritystoiminnan arvoista ja kulmakivistä. (Puhakka-Tarvainen & Saastamoinen 2020.)

Jotkin itsearvioinnissa esiintyneet kysymykset eivät liittyneet Lietsun toimialaan, sillä Lietsu ei tarjoa esimerkiksi aktiviteettipalveluja tai toimi luonnonsuojelualueella. Hotellirakennusta ei ole myöskään rakennettu yrittäjien toimesta, joten rakentamisesta ja maisemoinnista ei ole ollut haittaa alueen luonnolle. Kaikkein parhaiten Lietsu pärjasi yhteistyötä, kulttuurista kestävyyttä ja kulttuuriperintöä sekä taloudellista kestävyyttä käsittelevissä osa-alueissa. (Puhakka-Tarvainen & Saastamoinen 2020.)

Itsearvioinnin vastausten perusteella Lietsun kehityskohteiksi nousivat esimerkiksi ympäristöystävällisempien pesuaineiden valinta, luonnon monimuotoisuuden edistäminen, paikallisten asukkaiden osallistaminen yrityksen toimintaan, työntekijöiden ympäristötietoisuuden kasvattaminen ja sitouttaminen ympäristöasioihin sekä hankintojen laadun ja määrän seuraaminen ja dokumentoiminen. Itsearvioinnin tulosten mukaan kehitettävää löytyy vielä jokaiselta kestävyiden osa-alueelta, vaikka Lietsussa toimintaakin jo vastuullisesti monella eri osa-alueella. (Puhakka-Tarvainen & Saastamoinen 2020.) Kehityskohteiden perusteella lähdettiin suunnittelemaan myös haastattelun avulla suoritettavaa benchmarkingia ja kysymyksiä STF-sertifioituille yrityksille.

6 Opinnäytetyön menetelmälliset valinnat

6.1 Menetelmän valintaan vaikuttavat tekijät

Opinnäytetyön haastattelua suunnitellessa täytyi valita siihen sopiva tutkimusmenetelmä. Koska haastatteluiden avulla haluttiin saada lisää tietoa kestävästä matkailusta edistävistä toimenpiteistä, joita toimeksiantaja Huoneistohotelli Lietsu voi STF-ohjelmaan osallistuessaan tehdä, päätettiin haastatella sellaisia yrityksiä, joille on jo aiemmin myönnetty Sustainable Travel Finland -merkki. Tällaisessa tilanteessa, jossa halutaan oppia paremmista toimintatavoista toiselta yritykseltä, puhutaan benchmarkingista.

Benchmarking on tutkimusmenetelmä, johon kuuluu monia eri muotoja, ja se voidaan toteuttaa monin eri tavoin. Benchmarking suomennetaan usein vertailuarvioinniksi tai vertaiskehittämiseksi, jotka kuitenkin poikkeavat toisistaan käytännössä. *Vertailuarvioinnin* avulla organisaatiot voivat verrata toimintaansa tai prosessejaan toiseen organisaatioon, joka on yleensä jossain suhteessa omaa organisaatiota parempi. (Seppänen-Järvelä 2004.) Menetelmän tarkoituksena on oppia muilta organisaatioilta niiden parhaista toimintatavoista. Benchmarkingin avulla voidaan tunnistaa oman toiminnan heikkouksia ja tulosten perusteella laaditaan kehitysideoita. (Itä-Suomen yliopisto 2020.)

Vertaiskehittäminen taas tarkoittaa menetelmää, jossa toimintapa on melko samanlainen kuin vertaisarvioinnissa, mutta tarkoituksena on, että kumpikin yritys oppii toisiltaan. Vertaiskehittämistä varten huomioidaan oman organisaation heikkoudet jollain tietyllä osa-alueella. Tämän jälkeen voidaan etsiä vertaiskumppani, joka suoriutuu tässä tietyssä asiassa jollain tapaa paremmin. Vertaiskumppanilla on kuitenkin myös oma heikko alueensa, johon se tarvitsee apua toiselta yritykseltä. Vertaiskehittäminen perustuu vastavuoroisuuteen, sillä kumpikin yritys oppii toisiltaan uusia toimintatapoja ja saa apua ongelmiinsa. (Seppänen-Järvelä 2004.)

Benchmarking toteutetaan usein vieraillemalla organisaatiossa, jonka kanssa halutaan vertailla omaa toimintaansa. Vertailuarviointi voidaan kuitenkin tehdä muillakin tavoilla, kuten esimerkiksi etsimällä tietoa internet-sivuilta, kirjoista tai artikkeleista, joissa kerrotaan tietyn organisaation parhaista käytännöistä halutulla osa-alueella. (Itä-Suomen yliopisto 2020.)

Onnistuakseen benchmarking vaatii paljon pohjustustyötä. Oman yrityksen kehittämiskohteiden löydyttyä voidaan etsiä vertailukumppanit, joilla kyseinen kehittämiskohde sujuu jollain tapaa paremmin kuin omalla yrityksellä. Tämän jälkeen aletaan keräämään tietoa siitä, kuinka haastatteluun valitut yritykset eli vertailukumppanit onnistuvat kyseisessä asiassa paremmin. Benchmarking-haastattelua tehdessä ja tuloksia analysoidessa on tärkeää ottaa huomioon toiminnan laillisuus ja mahdolliset liikesalaisuudet, joita ei saa kertoa eteenpäin. (Lerch 2016.)

Tässä opinnäytetyössä benchmarking toteutettiin haastatteleamalla etukäteen valittuja yrityksiä. Haastattelu on jaettu aihepiireihin, jotka käsittelevät muun muassa kehittämispolun eri vaiheita ja toimintatapoja.

6.2 Haastateltavat yritykset

Sustainable Travel Finland -merkki on myönnetty syksyyn 2020 mennessä noin kuudellekymmenelle matkailuyritykselle. Kaikki merkin saaneet yritykset ovat löydettävissä Visit Finlandin sivuilta. Sivua on tarkoitettu pääasiassa ulkomaalaisille matkailijoille apuvälineeksi vastuullisten ja kestävien matkakohteiden etsintään. Sivua ei ole saatavilla lainkaan suomeksi, mutta se on käännetty englannin lisäksi yhdeksälle eri kielelle. Sivulta voi rajata hakua haluamalleen alueelle tai etsiä tiettyä palvelua, esimerkiksi majoitusta, opastettuja kierroksia tai ravintolatoimintaa. Sivulla on yritysten alla nähtävillä erilaisia tageja eli avainsanoja tai tunnisteita, joilla voi etsiä mieleisiään yrityksiä. Näitä tageja ovat muun muassa Family Friendly, LGBTQ+ Friendly, Wellbeing ja Wheelchair Friendly. (Visit Finland 2020b.)

Avainsanat ovat muun sivuston lailla englanniksi, ja mainitsemisjärjestyksessä suomennettuna ne tarkoittavat perheille sopivaa toimintaa, seksuaalivähemmistöille avointa ja turvallista ympäristöä, hyvinvointipalveluja tarjoavaa yritystä sekä esteetöntä yritystä, joka sopii myös liikuntarajoitteisille asiakkaille. (Visit Finland 2020b.)

Tiedonhankintamenetelmänä opinnäytetyössä käytettyyn haastatteluun valittiin aiemmin mainitulta Visit Finlandin sivulta kolme Sustainable Travel Finland -merkin saanutta matkailuyritystä. Yritysten valintaperusteissa pidettiin tärkeänä sitä, että yritys on toimialaltaan, palveluiltaan, kooltaan ja arvoiltaan saman tyylinen kuin työn toimeksiantaja Huoneistohotelli Lietsu. Sijainniltaan yrityksiä on valittu Lietsun kotimaakunnasta Pohjois-Karjalasta sekä lähialueelta, Etelä-Savosta.

Ensimmäinen tutkimukseen valittu matkailuyritys on Pohjois-Karjalalainen Äksyt Ämmät. Äksyt Ämmät on matkatoimisto, joka sijaitsee Nurmeksessa. Yrityksen toimialaan kuuluvat opastetut retket, elämykset, ryhmämatkat ja erilaiset tapahtumat. (Äksyt Ämmät 2020a.) Äksyillä Ämmillä on omistuksessaan myös Majatalo Pihlajapuu, joka sijaitsee Nurmeksen Salmenkylässä. Majatalossa on kymmenen makuuhuonetta ja yhteensä viisitoista vuodepaikkaa. Yöpymisen lisäksi majatalossa on mahdollista järjestää erilaisia juhlia ja tilaisuuksia, sillä pihapiirissä on tilava liikuntasali, jonka voi vuokrata käyttöönsä. (Äksyt Ämmät 2020b.)

Äksyt Ämmät Oy on ollut toiminnassa yli 20 vuotta, ja se tunnetaan kestävän matkailun edelläkävijänä ja vastuullisena matkailualan toimijana. Yrityksessä arvostetaan luonnon monimuotoisuutta, ekologisuutta ja vastuullista toimintaa jokapäiväisessä työssä. Yritys on saanut tunnustusta vastuullisesta toiminnastaan ja sille on myönnetty Visit Finlandin Kestävän kehityksen kärkiyritys-diplomi vuonna 2017. Perusteluna diplomin saamiselle oli vuosia kestänyt määrätietoinen työ kestävyden eri osa-alueilla. (Äksyt Ämmät 2020c.)

Yrityksellä on käytössään esimerkiksi vieraidensa hiilijalanjäljen kompensointi. Äksyt Ämmät Oy:n muita merkittäviä kestävän matkailun saavutuksia ovat muun muassa:

- Hiljainen kantele, Suomi 100 vuotta -tuote, 2017
- Visit Finlandin Authentic FinRelax Experience (Hiljaiset hetket majataloissa), 2016
- Visit Finlandin Culture Finland (Hiljainen kantele), 2016
- Pohjois-Karjalan Biosfäärialueen kumppani vuodesta 2011 lähtien
- TourCert, CSR -ympäristösertifikaatti, vuodesta 2011 lähtien
- Pohjois-Karjalan ympäristöpalkinto, 2007

Sekä näistä kaikkein uusimpana saavutuksena Sustainable Travel Finland -merkki, joka on myönnetty Äksyt Ämmät Oy:lle vuonna 2020. (Äksyt Ämmät 2020b.) Yritys valittiin erilaisesta toimialasta huolimatta mukaan haastatteluun, sillä on mielenkiintoista saada vertailukohteeksi myös toimeksiantajan kanssa samalta alueelta tulevaa osaamista. Myös pitkäaikainen kokemus matkailualalla sekä kestävän kehityksen osa-alueilla tekee yrityksestä hyvän vertailukohteen, jonka avulla kehittää Lietsun toimintaa.

Toinen haastatteluun valittu yritys on Mikkelin Ristiinassa sijaitseva Tuukkalan Tila. Tila sijaitsee Vihreän Kullan Kulttuuritien varrella. Yritys on ollut toiminnassa jo vuodesta 1986 saakka, ja se tarjoaa tunnelmallista aamiaismajoitusta maatilalla. (Tuukkalan tila 2020a.) Yritykselle on myönnetty Green Key -merkki vuonna 2018. Tuukkalan Tila haluaa viestiä vastuullisuudesta avoimesti ja sitouttaa koko henkilökunnan mukaan vastuullisuustyöhön. Yrityksessä suositaan lähi- ja luomuruokaa sekä valitaan mahdollisimman ekologisia tuotteita. Tuukkalan Tila on myös sateenkaariystävällinen eli LGBTQ+ Friendly-kohde, ja se kuuluu We speak Gay-verkostoon. Yhdenvertaisuus on tilalla tärkeä arvo, ja kaikkia ihmisiä kohdellaan kunnioittavasti ja tasa-arvoisesti. (Tuukkalan Tila 2020b.)

Kolmas ja viimeinen haastateltava yritys on savonlinnalainen Lossiranta Lodge. Se on tunnelmallinen putiikkihotelli, joka sijaitsee Savonlinnan vanhassa kaupungissa, aivan historiallista Olavinlinnaa vastapäätä. Lossiranta Lodge on kunnostettu hotelliksi vanhasta huoltorakennuksesta vuonna 2002. Samaan tapaan kuin Huoneistohotelli Lietsussa, myös Lossiranta Lodgessa huoneille on annettu nimet, jotka juontavat juurensa talon historiaan. Huoneiden varustus mahdollistaa

matkailijoille pidemmänkin viipymän, sillä jokaisessa huoneessa on muun muassa jääkaappi, liesi, mikroaaltouuni, sekä silitysvälineet. (Lossiranta Lodge 2020a.)

Lossiranta Lodge on ensimmäinen Green Key -sertifioitu hotelli Savonlinnassa ja koko Saimaan alueella. Ympäristövastuullisuus näkyy Lossirannan toiminnassa päivittäin. Hotellin arvomaailmaan kuuluvat ympäröivän puhtaan luonnon arvostaminen sekä paikallisten luomutuotteiden suosiminen. Yritys on alueensa edelläkävijä kestävässä matkailussa, ja se haluaa kehittyä jatkuvasti yhä kestävämpään suuntaan. (Lossiranta Lodge 2020b.)

6.3 Haastattelun toteuttaminen

Benchmarking-toiminnalla tehtiin vertailuarviointi yritysten välillä. Tässä selvityksessä vertailuarvioinnin arviointikohteena olivat matkailuyritykset Äksyt Ämmät, Tuukkalan Tila ja Lossiranta Lodge, joiden toimintaa verrataan toimeksiantaja Lietsun toimintaan.

Vertailuarvioinnin tavoitteena oli saada Lietsulle maksimaalinen hyöty Sustainable Travel Finland -ohjelmaan osallistumisesta ja saada mahdollisimman paljon käytännön tietoa siitä, miten STF-merkki näkyy yritysten toiminnassa ja mitä on odotettavissa seitsemän askeleisen kehittämisspolun jälkeen. Tutkimuksen avulla halutaan myös selvittää, minkälaisia toimenpiteitä Lietsu voi tehdä toimiakseen vielä kestävämmiin. Haastattelut (Liite 2) tehtiin etäyhteydellä.

Vertailuarvioinnin tiedonkeruu tehtiin haastattelulla, joka on puolistrukturoitu. Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset ovat kaikille haastateltaville samat, mutta niihin ei ole olemassa valmiita vastausvaihtoehtoja tai vastauslomaketta. Haastateltava saa vastata kysymyksiin omin sanoin, ja haastattelija kirjaa vastaukset ylös. (Eskola & Suoranta 2000, 86–87.)

Tiedonhankintamenetelmänä käytetty haastattelu sovelsi puolistrukturoitua teemahaastattelua, sillä haastattelujen aihepiirit olivat ennalta määrätyt. Teemahaastattelu on kuitenkin muodoltaan puolistrukturoitua haastattelua vapaampi, ja haastattelijalla on huolen siitä, että kaikki teema-alueet käydään haastattelun aikana läpi. Teemahaastattelut ovat keskustelunomaisia, ja vastausten laajuus tai tiettyyn teemaan keskittyminen vaihtelevat haastattelujen välillä. (Eskola & Suoranta 2000, 86–87.) Tässä opinnäytetyössä tehdyissä haastatteluissa hyödynnettiin teemahaastatteluille tyypillistä keskustelunomaista etenemistä ja kysymysten aihepiireittäin jakoa, mutta koska kysymykset olivat jo melko tarkkaan ennalta määrättyjä, kyseessä ei ollut teemahaastattelu.

Haastatteluun valittiin seitsemän aihepiiriä, jotka olivat:

- Sitoutuminen
- Itsearviointi
- Osaamisen kasvattaminen
- Vastuullisuusviestintä
- Kohderyhmille viestiminen
- Yhteistyö muiden yrittäjien ja Visit Finlandin kanssa
- Jatkuva kehittäminen

Ensimmäiseen aihepiiriin kuuluvien kysymysten avulla haluttiin selvittää, mitä kautta yritykset ovat päätyneet osallistumaan STF-ohjelmaan, minkälainen tausta yrityksellä on ja kuinka yrityksissä sitoutetaan henkilökunta STF-ohjelmaan ja vastuulliseen toimintaan. Itsearviointi-aiheen tarkoituksella oli nostaa esiin STF-itsearviointin nousseita kehityskohteita, joiden ratkaisuja käsiteltiin myöhemmin aihepiirissä osaamisen kasvattaminen. Vastuullisuusviestintä-aihepiirin avulla haluttiin selvittää yritysten suurimmat kohderyhmät, ja miettiä, ovatko ne samantyyllisiä kuin toimeksiantajalla. Mikäli kohderyhmät ovat samanlaisia, voi toimeksiantaja ennakoita, kuinka asiakkaat tulevat suhtautumaan STF-merkkiin. Aihepiirissä keskityttiin asiakkaisiin ja siihen, kuinka paljon markkinoinnillisia hyötyjä STF-merkki tuo yrityksille.

Kohderyhmille viestiminen -aihepiirin tarkoituksena on auttaa toimeksiantaja Lietsua ennakoimaan tulevaa STF-ohjelman loppuvaihetta ja sitä, kun yritys on nähtävillä Visit Finlandin verkkosivuilla, johon kaikki merkin saaneet yritykset ovat koottuna. Yhteistyö muiden yrittäjien ja Visit Finlandin kanssa -aiheen avulla halettiin selvittää Lietsun tulevia yhteismarkkinointimahdollisuuksia STF-merkin pohjalta. Viimeisen aihepiirin, eli jatkuvan kehittämisen tarkoitus oli nostaa esiin STF-kehittämispolun jälkeisiä vaiheita. Tässä aiheessa käsitellään myös muiden yritysten Lietsulle suosittelimia jatkotoimenpiteitä ohjelman päättymisen jälkeen.

Haastattelut tehtiin etukäteen valituille kolmelle yritykselle marraskuun 2020 aikana. Haastatteluista kaksi tehtiin Microsoft Teams -palvelussa ja yksi puhelimitse. Kaikki haastattelut tallennettiin ja kuunneltiin myöhemmin läpi litterointia varten. Haastattelujen tuloksia käydään läpi opinnäytetyössä aihepiireittäin. Aiheita on kaikkiaan seitsemän kappaletta, ja tuloksissa esitellään haastatteluiden yleisimpiä tai mielenkiintoisimpia esille nousseita vastauksia. Vastausten käsittelyssä hyödynnetään benchmarking-menetelmää, ja pyritään etsimään vastauksista sellaista tietoa, josta on Huoneistohotelli Lietsulle suurin hyöty sen omalla Sustainable Travel Finland -polulla.

6.4 Opinnäytetyön luotettavuus sekä haastattelun toteutus

Opinnäytetyötä kirjoittaessa tekijä on tutustunut opinnäytetyön eettisiin suosituksiin ja sitoutuu noudattamaan Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohjeita hyvästä tieteellisestä käytännöstä. Hyvään tieteelliseen käytäntöön kuuluvat rehellisyys, huolellisuus ja tarkkuus tutkimustyötä tehdessä sekä tuloksia arvioidessa ja esittäessä. Tutkimukseen kuuluu soveltaa eettisiä tiedonhankinta-, tutkimus- ja arviointimenetelmiä. Tutkimuksen tuloksia julkaistessa viestitään vastuullisesti. Hyvään tieteelliseen käytäntöön kuuluu myös muiden tekemän tutkimustyön ja saavutusten arvostaminen. Muiden tekemää työtä kunnioitetaan viittaamalla heidän julkaisuihinsa oikeaoppisesta omaa työtä tehdessä. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2020.)

Opinnäytetyössä on pyritty käyttämään ajankohtaisia ja luotettavia lähteitä, ja tiedonhankinta on ollut lähdekriittistä. Työtä aloittaessa vaaditut sopimukset täytettiin kolmena kappaleena, joista yksi kappale on sekä tekijällä että toimeksiantajalla ja Karelia-ammattikorkeakoulun edustajalla. Opinnäytetyö suunniteltiin ja toteutettiin Tutkimuseettisen neuvottelukunnan vaatimukset täyttävällä tavalla. Haastatteluja tehdessä kunnioitetaan haastateltavien henkilöiden ihmisarvoa ja itsemääräämisoikeutta. Haastattelu toteutettiin niin, ettei siitä aiheudu haittaa tai vahinkoa vertailukohteina oleville yrityksille.

Kaikille yrityksille on annettu mahdollisuus tutustua haastattelukysymyksiin etukäteen. Haastattelun alussa jokaiselta yritykseltä on kysytty, saako yrityksen nimi esiintyä opinnäytetyössä julkisesti, ja saako haastattelun äänittää. Haastateltaville on kerrottu, missä tallennetta säilytetään ja milloin se hävitetään. Haastattelujen tulokset käsitellään opinnäytetyössä totuudenmukaisesti, ja yrityksille on kerrottu, että opinnäytetyö julkaistaan verkkokirjasto Theseuksessa.

7 Haastattelujen tulokset

7.1 Sitoutuminen

Haastattelussa kävi ilmi, että kaikki kolme yritystä ovat päätyneet osallistumaan Sustainable Travel Finland -ohjelmaan jo pitkään jatkuneen vastuullisuustyön pohjalta. Lossiranta Lodgen yrittäjä sai vihjeen Green Key -merkin kautta, että on tullut mahdollisuus osallistua uuteen ympäristöohjelmaan (Lossiranta Lodge 2020c). Tuukkalan Tilan arvoihin on aina kuulunut ympäristöystävällisyys ja vastuullisuus, joten STF-ohjelmaan osallistuttiin, jotta osaamista voidaan viedä vielä pidemmälle (Tuukkalan Tila 2020c).

Pohjois-Karjalaiselle Äksyille Ämmille Sustainable Travel Finland on tullut tutuksi ensimmäistä kertaa jo muutamia vuosia sitten. Keskusteluissa Visit Finlandin kanssa oli noussut puheenaiheeksi, että matkailualalle täytyy kehittää niin kut-

suttu sateenvarjomerkki, johon kuuluisi mahdollisimman moni kotimainen matkailuyritys. Tällöin merkillä olisi painoarvoa myös kansainvälisesti. STF-ohjelmaan osallistuminen oli myöhemmin Äksyille Ämmille lähes itsestään selvää. (Äksyt Ämmät 2020d.)

Kysyttäessä työntekijöiden sitouttamisesta ympäristöohjelmaan kävi ilmi, ettei kaikissa yrityksissä ole muita vakituisia työntekijöitä yrittäjien lisäksi. Äksyjen Ämmien yrittäjä kertoo, että heillä on kuitenkin olemassa sesonkityöntekijöille perehdytyskansio. Valmiissa perehdytyskansiossa on kerrottu yrityksen prosesseista ja arvoista sekä työstä vastuullisuuden eteen. Perehdytyskansiossa kerrotaan myös yritykselle myönnettyistä ympäristösertifikaateista, ja mitä niihin kuuluu. Perehdytyskansio on tehty siksi, että työntekijät ovat tietoisia yrityksen toiminnasta ja ideologiasta. (Äksyt Ämmät 2020d.)

7.2 Itsearviointi

Haastattelun toinen aihepiiri käsitteli Sustainable Travel Finland -polulla tehtävää itsearviointia ja siitä esiin nousseita kehittämiskohteita. Kaikki haastatteluun osallistuneet yritykset ovat toimineet vastuullisesti jo kauan, mutta joitain kehityskohteita on silti noussut esiin STF-ohjelmaan osallistumisen myötä. Aihepiirin tarkoituksena oli selvittää, ovatko jotkin kehityskohteet samanlaisia kuin toimeksiantaja Huoneistohotelli Lietsulla ja saada haastatteluissa kehityskohteisiin ratkaisuja, joita myös Lietsu voi myöhemmin toiminnassaan hyödyntää.

Yritysten suurimmat kehityskohteet itsearvioinnin jälkeen:

Äksyt Ämmät:

- Lähiruoan rinnalle enemmän luomuruokaa.
- A++ energialuokituksen saaneisiin kodinkoneisiin vaihtaminen.
- Vanhan liikuntasalin lämmitysjärjestelmän uusiminen, sillä tällä hetkellä salissa on käytössä öljylämmitys.
- Majatalo Pihlajapuun ulkoasun remontointi.
- Aktiivisempi osallistuminen Pohjois-Karjalan biosfäärialueen toimintaan.

Tuukkalan Tila:

- Asiakkaille aktiivisempi viestiminen suomalaisen hanaveden juomakelpoisuudesta.
- Sähköpolkupyörien hankinta ja pyöräretkipakettien suunnitteleminen.
- Vastuullisuusviestintä sosiaalisessa mediassa.

Lossiranta Lodge:

- Uusien tuotteiden seuraaminen markkinoilla, koska nykyään ympäristöystävällisiä tuotteita valmistetaan yhä enemmän, ja yrittäjillä on varaa valita kaikkein ekologisin vaihtoehto.
- Höyrypesurin käyttö siivouskemikaalien sijaan, kun se on mahdollista.
- Verkostojen ja yhteistyön parantaminen yrityksen toimialueella.

Yrityksillä oli itsearvioinnista noussut esiin kehityskohteita koskien kaikkia kestävyden osa-alueita. Kehityskohteet olivat keskenään hyvin erilaisia. Yrittäjiltä kysyttiin haastattelun seuraavassa osiossa siitä, miten kehityskohteita lähdettiin viemään eteenpäin.

7.3 Osaamisen kasvattaminen

Kehittämissuunnitelmasta kysyttäessä kävi ilmi, että kaikilla haastateltavilla yrityksillä on ollut kirjallinen kehittämissuunnitelma jo entuudestaan yrityksellä olutta ympäristömerkkiä varten. Kaikki yritykset kertoivat, että kehittämissuunnitelmaa päivitetään vuosittain.

”Suunnitelmaa päivitetään vuosittain ja sen avulla pysytään ajan tasalla kehityskohteista.” – Äksyt Ämmät

Äksyillä Ämmillä itsearvioinnista nousi esiin, että yrityksessä tulisi käyttää enemmän luomutuotteita. Asiaa on lähdetty konkreettisesti kehittämään tekemällä

enemmän yhteistyötä lähellä sijaitsevan toisen matkailuyrityksen kanssa, jolle luomutuotteet ovat entuudestaan tutumpia ja niitä käytetään paljon. Toisen yrityksen kanssa tehdään yhteisiä hankintoja, mikä on myös taloudellisesti järkevää. Yrityksen toinen kehityskohde on vanhan liikuntasalin lämmitysjärjestelmän uusiminen. Uusi lämmitysjärjestelmä tullaan valitsemaan ekologisiin perustein, ja hankinta suunnitellaan myös taloudellisesti järkevästi. Vastikään tehdyssä keittiöremontissa kodinkoneet on vaihdettu energiatehokkaisiin A++ koneisiin. Uusien kodinkoneiden myötä on huomattu myös taloudellisia hyötyjä. (Äksyt Ämmät 2020d.)

Tavoitteena oli myös Majatalo Pihlajapuun ulkoasun remontointi, joka on toteutettu suunnitellusti syksyn 2020 aikana. Remontissa on käytetty mahdollisimman paljon ympäristösertifioituja tuotteita. Kehitettävää on vielä aktiivisessa osallistumisessa Pohjois-Karjalan biosfäärialueen toimintaan ja luonnonsuojeluun. Biosfäärialueelle on tulossa uusi strategia, johon Äksyt Ämmät haluaa osallistua ja tehdä sen pohjalta yhteistyötä myös muiden yritysten kanssa. (Äksyt Ämmät 2020d.)

Äksyjen Ämmien yrittäjä on ollut yhteydessä Visit Finlandiin pienen tietokoneesta johtuneen ongelman tiimoilta, jolloin Visit Finland oli neuvonut yrittäjää. Kehittämispolkua tehdessä meni noin vuosi muiden töiden ohella. Kehittämispolulla esiin tulevia asioita täytyy myös oikeasti miettiä. Yritystoiminnassaan yrittäjä ei ole vielä huomannut, että nimenomaan STF-merkin vuoksi tulisi enemmän asiakkaita. Sustainable Travel Finland tuo kylläkin näkyvyyttä ja Visit Finland on hyvä yhteistyökumppani, kun halutaan lisää näkyvyyttä ja se halutaan säilyttää. Jatkossa STF-merkistä halutaan saada enemmän hyötyä esimerkiksi uusia asiakasryhmiä hankittaessa. (Äksyt Ämmät 2020d.)

Tuukkalan Tilalla itsearvioinnin tulosten pohjalta on lähdetty konkreettisesti kehittämään turvallisuusasioita yrityksen toiminnassa. Suunnitteilla on myös alkaa seuraamaan ja kyselemään asiakkailta, että mistä ovat kuulleet yrityksestä ja onko vastuullisuus vaikuttanut valintaan. Yrityksen toimesta ei olla oltu juurikaan yhteydessä Visit Finlandiin: kun STF-merkki oli myönnetty yritykselle, tuli Visit

Finlandilta jonkin verran ohjeita siitä, miten merkkiä kannattaa hyödyntää ja miten sitä saa käyttää markkinoinnissa. (Tuukkalan Tila 2020c.)

Kehittämispolkua tehdessä Tuukkalan Tilalla meni muutama päivä, ja kaikkein suurin työ oli dokumenttien ja todennuksien keräämisessä sekä kehittämissuunnitelman laatimisessa. STF-merkin hyötyjä yrityksessä ei ole vielä juurikaan näkynyt, sillä STF-merkki on asiakkaille vielä uusi. Paikan päällä asiakkaille vastuullisuudesta ja ympäristömerkeistä kerrottaessa asiakkaat vaikuttavat kuitenkin kiinnostuneilta ja arvostavat vastuullisuustyötä kovasti. Jotkin asiakkaat ovat kertonut hakeutuneensa yritykseen nimenomaan Green Key -merkin vuoksi, mutta STF-merkistä ei ole vielä tullut vastaavanlaista palautetta. Se voi johtua osittain siitä, että nyt suurin osa matkailijoista on suomalaisia, ja STF-merkki on suunnattu enemmän kansainvälisille asiakkaille. (Tuukkalan Tila 2020c.)

Lossiranta Lodgen yrittäjä kokee, että Visit Finlandin tarjoamat kirjalliset ohjeet olivat todella hyvät, joten yrityksen ei tarvinnut olla itse yhteyksissä Visit Finlandiin. Kehittämispolkua tehdessä meni kokonaismääräisesti aikaa noin kaksi päivää. STF-merkki on yritykselle vielä melko tuore, sillä se on myönnetty marraskuun alussa. Yrittäjä kertoo, että STF-merkki on hyvä lisä Green Key rinnalle ja toivottavaa on, että se vaikuttaisi asiakkaiden valintoihin. Tulevaisuudessa merkin avulla haluttaisiin saavuttaa enemmän asiakkaita. (Lossiranta Lodge 2020c.)

7.4 Vastuullisuusviestintä

Äksyt Ämmät nimeää merkittävimmäksi kohderyhmäkseen keskieurooppalaiset matkatoimistot. Covid-19 tilanteen takia kesällä oli erityisen paljon suomalaisia majoittujia. STF-merkkiä on hyödynnetty viestinnässä: merkki näkyy yrityksen nettisivuilla ja erilaisissa tapahtumissa yrittäjä esittelee yrityksensä STF-sertifioituna. Merkki tulee myös esille yrityksen sisätiloihin diplomiseinälle. Sustainable Travel Finland on ikään kuin ylämerkki kaikelle muulle vastuullisuudelle. Asiakkaat eivät vielä oikein tunnista STF-merkkiä. Sitten kun yhteistyökumppaneilla ja yhä useammalla yrityksellä on merkki käytössään, sen tunnettuus var-

masti kasvaa. Kesällä suomalaiset majoittujat ja muut asiakkaat eivät tulleet nimenomaan STF-merkin takia, mutta paikan päällä asiakkaiden kanssa on keskusteltu merkistä. Asiakkaat ovat olleet kiinnostuneita ja arvostaneet vastuullisuutta. (Äksyt Ämmät 2020d.)

Tuukkalan Tilan B&B majoituksessa suurin kohderyhmä on aina ollut suomalaiset asiakkaat. Tuukkalan Tilan omistuksessa on myös Kaidan Kiho, jonka toimialaan kuuluu ekologiset vuokrahuvilat. Näillä huviloilla suurimpia kohderyhmiä ovat olleet sveitsiläiset, saksalaiset ja venäläiset asiakkaat. Merkin saamisen jälkeen merkkiä on käytetty sosiaalisessa mediassa muun muassa käyttämällä Sustainable Travel Finland -hashtageja. Asiakkaat eivät tunnista merkkiä vielä kovin hyvin, vaan Green Key on asiakkaille tutumpi. Sen tunnettuutta on varmasti kasvatanut se, että Green Key -merkki on käytössä monilla Sokos Hotelleilla. Yrityksessä ei olla vielä kerätty dataa siitä, kuinka paljon yritys on valikoitunut matkakohteeksi STF-merkin vuoksi. (Tuukkalan Tila 2020c.)

Lossiranta Lodgessa kohderyhmiä on monia: yksin matkustajia, nuoria ja keskiikäisiä pariskuntia sekä lapsiperheitä käy kaikkia melko tasapuolisesti. Hotelli miellyttää myös paljon kokeneita matkustajia, jotka haluavat valita pienen ja rauhallisen sekä vastuullisen hotellin. STF-merkistä on viestitty ja tiedotettu, kun se on yritykselle myönnetty. Merkin pohjalta ei olla vielä tehty tarkkaa markkinointisuunnitelmaa. Merkki on nähtävillä yrityksen sähköpostiviestien lopussa. Koska merkki on niin tuore, ei vielä olla kerätty dataa siitä, miten hyvin asiakkaat tunnistavat merkin tai miten paljon yritys on valikoitunut matkakohteeksi merkin vuoksi. (Lossiranta Lodge 2020c.)

7.5 Kohderyhmille viestiminen

Visit Finlandin nettisivuilla nähtävät avainsanat eivät ole tuoneet uusia asiakasryhmiä. Merkki on vielä niin tuore, että sitä pitää seurata pidemmältä ajalta. Äksyllä Ämmillä merkin saamisesta on jo jonkin verran aikaa, mutta yrittäjä muisteli, että avainsanat ovat tulleet Visit Finlandin puolesta. Niihin varmasti saa kylläkin

itse vaikuttaa ja olla aktiivisemmin mukana. Avainsanojen kriteerit tulevat luultavasti yrityskuvailusta ja sen harjoittamasta liiketoiminnasta. Kriteereitä yritys voisi vielä miettiä enemmän ja hyödyntää omassa viestinnässään. (Äksyt Ämmät 2020d.)

Tuukkalan Tila kuuluu We Speak Gay-verkostoon ja suunnittelee tuotteitaan muiden verkostoon kuuluvien kanssa. Avainsanoihin liittyen nousi ilmi, että LGBTQ+ Friendly avainsana kannattaa suomentaa sateenkaariystävällinen, jolloin se viestii suvaitsevaisuudesta, avoimuudesta ja tasa-arvosta kaikkia kohtaan. Sateenkaariystävällinen yritys ei sulje ketään pois. Uusia kohderyhmiä ei ole nousut esiin Visit Finlandin sivujen kautta. Yritys sai itse valita avainsanat, ja yrittäjä muistuttaakin, että avainsanoja valitessa yrityksen tulee olla rehellinen ja vastuullinen. Avainsanojen kriteerejä ei ole kehittämisspolun varrella tullut ilmi, mutta STF-itsearviointin perusteella voi miettiä itse, onko oma yritys aidosti esimerkiksi LGBTQ+ Friendly. (Tuukkalan Tila 2020c.)

Lossiranta Lodgen itselleen valitsema avainsana on Family Friendly. Yritys saa valita itseensä sopivia avainsanoja, jotta ne varmasti täsmäävät yrityksen toimintaan ja arvoihin. Yrittäjä muistuttaa, että mikäli avainsanojen kautta haluaa itselleen sopivia kohderyhmiä, ei kannata valita liian tarkkoja kohderyhmiä pienelle yritykselle. Esillä olevien avainsanojen ja lupauksen takana tulee seisoa. (Lossiranta Lodge 2020c.)

7.6 Yhteistyö muiden yrittäjien ja Visit Finlandin kanssa

Äksyjen Ämmien yrittäjä kokee, että yrityksen markkinointiin on saatu tukea Visit Finlandin puolesta jonkin verran. Yritykset tiedot ovat nähtävillä Visit Finlandin nettisivuilla ja postituslistoilla. Jos asiakas ottaa yhteyttä Visit Finlandiin ja haluaa tietoa esimerkiksi vastuullisista ohjelmapalveluista Pohjois-Karjalan alueella, Visit Finland suosittelee Äksyjen Ämmien palveluja ja antaa asiakkaalle yrityksen yhteystiedot. Pohjois-Karjalan alueella ei vielä ole muita, joilla on STF-merkki. Tavoitteena on, että kaikilla yhteistyökumppaneilla, jotka ovat mukana majatalosta

majataloon tuoteperheessä, olisi lähitulevaisuudessa STF-merkki. Näin yhteismarkkinointi tiivistyisi ja helpottuisi, kun olisi olemassa kaikille yhteinen ympäristömerkki. (Äksyt Ämmät 2020d.)

Tuukkalan Tila ei koe saaneensa markkinointiin tukea Visit Finlandilta muuten kuin näkyvällä Visit Finlandin nettisivuilla. Etelä-Savossa on pari muutakin yritystä, joille on myönnetty STF-merkki, mutta aivan lähialueella ei ole kuin yksi. STF-merkin pohjalta ei olla tehty yhteismarkkinointia muiden matkailuyritysten kanssa. Aiemmin on ollut suunnitteilla alueen muiden mökkiyrittäjien kanssa yhteismarkkinointia vastuullisuusteemalla, mutta muut mökkiyrittäjät eivät innostuneet tähän lainkaan mukaan. (Tuukkalan Tila 2020c.)

Lossiranta Lodgessa ei olla saatu Visit Finlandin toimesta tukea markkinointiin, sillä sitä ei olla omatoimisesti haettu tai pyydetty. Yrittäjä ei osaa sanoa, onko samassa maakunnassa muita STF-merkin saaneita. Yrittäjä kokee, että suositelisi asiakkaille mielellään muita matkailuyrityksiä, joilla on Sustainable Travel Finland-merkki. Yhteismarkkinointia muiden yritysten kanssa ei olla vielä tehty, sillä muita yrityksiä ei vielä ole tiedossa, mutta se on mietinnän ja selvityksen alla. (Lossiranta Lodge 2020c.)

7.7 Jatkuva kehittäminen

Äksyjen Ämmien kehitystyötä seurataan aktiivisesti, ja kehitystyötä varten on kerätty dokumentteja kirjallisesti jo paljon Tourcert-ympäristömerkin pohjalta. Myös yrityksen hallituksessa on kerrottu STF-polusta ja mitä siihen kuuluu. Hallitusten jäsenten kesken on allekirjoitettu sopimus, että kaikki osapuolet hyväksyvät STF-ohjelmaan osallistumisen. Tämä sopimus laitetaan STF-polulle todennuksena. Kestävyyden puolesta ja taloudellisista syistä seurataan biojätteen määrää sekä sähkön ja veden kulutusta. Tourcert-merkkiä varten täytyy myös laskea asiakkaiden ja oman yrityksen hiilijalanjälki, jotta se voidaan kompensoida sataprosenttisesti. Yrityksen hankintoja ei kirjata ylös, sillä yrittäjä on niistä yksin vastuussa ja

tietää itse mistä mitkäkin tuotteet tulevat. Perehdytyskansiota varten olisi tulevaisuudessa hyvä, jos siihen olisi kirjattu myös ohjeet vastuullisten hankintojen tekemiseen. (Äksyt Ämmät 2020d.)

Äksyjen Ämmien yrittäjä kokee ohjelman hyödyksi sen, että Sustainable Travel Finland laittaa yrittäjän miettimään omia hankintoja ja toimintaa koko ajan yhä kestävämmiin. Ohjelmaan osallistumisen myötä esimerkiksi uusia tuotteita suunnitellessa voi peilata, sopiiko tuote STF-ideologiaan. Yrityksen toimintatavat eivät ole ohjelmaan osallistumisen myötä juurikaan muuttuneet, sillä vastuullisuus on ollut yrityksen toiminnassa läsnä aina. Uusia hankintoja tulee nykyään mietittyä enemmän STF-kriteerien mukaisiksi. (Äksyt Ämmät 2020d.)

Parannettavaa olisi kuitenkin vielä vastuullisuusviestinnässä, sillä aina ei muista edes viestiä eteenpäin kaikista kestävyden teoista. Jatkotoimenpiteeksi kehittämissuunnitelman päätyttyä Äksyt Ämmät suosittelee ohjelmaan yhä aktiivisesti osallistumista ja kehittämissuunnitelman läpi käymistä ja ennen kaikkea sen noudattamista. Lietsun kannattaa kirjata ylös deadlinet kehittämistoimenpiteisiin sekä päättää, kuka niistä on vastuussa. Kehittämissuunnitelma kannattaa käydä koko henkilökunnan kanssa läpi, ja muistaa myös kertoa henkilökunnalle, kun kehitystyötä on tapahtunut. Aina voi myös miettiä yhdessä, voisiko jotain vielä tehdä paremmin. Myös aktiivinen vastuullisuusviestintä ja sen suunnitteleminen on tärkeää: miten viestit siitä, että sinulla on nyt STF-merkki käytössäsi. (Äksyt Ämmät 2020d.)

Tuukkalan Tilalla dokumentteja kehitystyöstä on kerätty kirjallisesti jo Green Keytä varten, mutta myös STF-itsearviointista esiin nousseesta turvallisuudesta ja sen kehittämisestä on kirjattu kehityskohteita ja tapahtunutta kehitystyötä ylös. Kaikilla Kaidan Kihon huviloilla on paperiset huonekansiot ja niiden lisäksi nykyään on käytössä myös sovellus, jonka asiakas voi ladata puhelimeensa. (Tuukkalan Tila 2020c.)

Sovelluksessa on kaikki tiedot mökeistä ja käyttöohjeita esimerkiksi saunan lämmitykseen. Sovellukseen olisi tarkoitus lisätä vielä lisätietoa vastuullisuudesta ja

esimerkiksi paikallisista palveluista ja aukioloajoista. Myös tätä projektia seurataan ja tuloksia kirjataan ylös. STF-merkin hyötyjä on ollut se, että STF-polku on ollut ajatuksia herättävä ja se nosti esiin kehityskohteita osa-alueista, joita ei ollut aiemmin osannut ajatella niin paljon. Yrityksen toimintatavat arjessa eivät ole juurikaan muuttuneet ohjelmaan osallistumiseen myötä. Vinkkinä Lietsulle Tuukkalan tilalta kerrotaan, että STF-merkistä kannattaa ehdottomasti viestiä mahdollisimman paljon. (Tuukkalan Tila 2020c.)

Myös Lossiranta Lodgessa dokumentointia kehitystyöstä tehdään jatkuvasti Green Keyn pohjalta, ja kaikkia kestävyiden osa-alueita sekä kehitystyötä seurataan. Yrityksen toimintatavat eivät ole muuttuneet, sillä vastuullisuus on aina ollut vahvasti läsnä yrityksen toiminnassa. Vinkiksi Lietsulle Lossiranta Lodgen yrittäjä kertoo, että vastuullisuus tulee olemaan tästä lähtien läsnä jokapäiväisessä toiminnassa ja muistuttaa, että vastuullisesti toimiminen on myös taloudellinen hyöty. Vastuullisuuden tulee olla aitoa. (Lossiranta Lodge 2020c.)

8 Tulosten tarkastelu ja johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostui kestävän matkailun osa-alueista, Ekokompassiin kuuluvista kriteereistä sekä Sustainable Travel Finland -ohjelman esittelemisestä. Työssä pohdittiin myös ympäristömerkkien merkitystä matkailualan yrittäjille ja asiakkaille. Kestävä matkailu on mahdollisuus erottautua kilpailijoista, mutta vastuullisuuden tulee olla aitoa. Tämä nousi esiin myös haastattelutuloksista esimerkiksi Visit Finlandin avainsanoista puhuttaessa.

Haastattelutulosten perusteella Huoneistohotelli Lietsu voi verrata nykyistä toimintaansa haastatteluun osallistuneisiin yrityksiin. Lietsu voi etsiä vastauksista samankaltaisuuksia tai saada kokonaan uutta tietoa sellaisesta kestävyiden osa-alueesta, joka ei ole Lietsun yrittäjille entuudestaan niin tuttu. Lietsun yrittäjille vastuullisuus on aina ollut tärkeä arvo, mutta kuten haastatteluista kävi ilmi, myös pitkään vastuullisuuden parissa toimineille yrityksille tulee STF-ohjelman myötä uusia kehityskohteita ja -ideoita.

Haastattelutulosten perusteella voidaan päätellä, että vastuullisuudesta puhutaan matkailualalla koko ajan yhä enemmän, mikä on hyvä asia, sillä säilyäkseen matkailualan tulee muuttua kestävämmäksi. Myös muiden ympäristöohjelmien, kuten Green Keyn, yhteyshenkilöt ovat suositelleet Sustainable Travel Finland -ohjelmaan osallistumista. Sustainable Travel Finland -ohjelma on vielä niin tuore, etteivät haastatteluun osallistuneet yritykset osanneet vielä kertoa ohjelman markkinoinnillisista hyödyistä. Ohjelman markkinoinnillisten hyötyjen arviointiin vaikuttaa myös koronavirusepidemia, joka on vähentänyt matkailijoiden määrää vuoden 2020 aikana. Haastatteluista nousi kuitenkin esiin, että paikan päällä vastuullisuudesta ja ympäristömerkeistä keskustellessa asiakkaat ovat olleet aiheesta hyvin kiinnostuneita.

Benchmarkingin eli vertailuarvioinnin näkökulmasta haastatteluista nousi esiin joitakin käytännön kehitysehdotuksia, joita voidaan hyödyntää opinnäytetyön toimeksiantajana toimivassa Huoneistohotelli Lietsussa. Kehitysehdotuksia tuli jokaiseen kestävyysosa-alueeseen liittyen. Näitä kehitysehdotuksia ovat:

- valmis perehdytyskansio työntekijöille (sosiaalinen kestävyys)
- yhteishankinnat muiden yritysten kanssa (taloudellinen ja sosiaalinen kestävyys)
- hankintojen käyttöiän ja hinta-laatu-suhteen huomioiminen (taloudellinen kestävyys)
- aktiivinen ja luonteva vastuullisuusviestintä sosiaalisessa mediassa sekä asiakkaille paikan päällä (sosiaalinen kestävyys)
- paperisen huonekansion sijaan puhelimeen ladattava sovellus (ekologinen ja sosiaalinen kestävyys)
- markkinoille saapuvien uusien, ekologisten tuotteiden vertailu (ekologinen ja taloudellinen kestävyys)
- mahdollisuuksien mukaan höyrypesurin käyttö siivouskemikaalien sijaan (ekologinen ja taloudellinen kestävyys)

Huoneistohotelli Lietsussa toimitaan jo tällä hetkellä monella tapaa vastuullisesti sekä yrittäjien omasta tahdosta että Ekokompassi-ympäristöjärjestelmän asetta-

mien vaatimusten ansiosta. Tällä hetkellä Ekokompassi-ympäristömerkki on Lietussa siinä vaiheessa, että keväällä 2020 asetettuja tavoitteita pyritään toteuttamaan ja seuraamaan aktiivisesti sekä aloittamaan toimenpiteiden systemaattista kirjaamista, vaikka sitä ei vielä ensimmäiseen auditointiin vaaditakaan.

STF-itsearviointin mukaan Lietsun kehityskohteita olisivat esimerkiksi ympäristöystävällisempien pesuaineiden valinta, luonnon monimuotoisuuden edistäminen, paikallisten asukkaiden osallistaminen yrityksen toimintaan, työntekijöiden ympäristötietoisuuden kasvattaminen ja sitouttaminen ympäristöasioihin sekä hankintojen laadun ja määrän seuraaminen ja dokumentoiminen. Haastattelutuksista nousi esiin kehitysehdotuksia ympäristöystävällisempiin pesuaineisiin, työntekijöiden sitouttamiseen ja hankintojen laadun ja määrän seuraamiseen liittyen.

Haastatteluissa selvitettiin myös, minkälaista yhteistyötä STF-ohjelman tiimoilta on matkailuyritysten ja Visit Finlandin välillä. Haastatellut yritykset eivät olleet kohdanneet varsinaiseen ohjelmaan liittyen sellaisia ongelmakohtia, joita olisi pitänyt lähteä selvittämään Visit Finlandin avulla, mutta kävi ilmi, että Visit Finlandiin saa tarpeen mukaan yhteyden ja apua ongelmiin, sillä yhdellä yrityksellä oli ollut tietotekninen ongelma STF-ohjelman online-alustalla. Kaikki yritykset olivat melko tyytyväisiä siihen, että yritykset ovat löydettävissä Visit Finlandin verkkosivuilta avainsanojen kanssa. Äksyt Ämmät kertoivat myös olleensa mukana muusakin yhteistyössä, sillä Visit Finland suosittelee asiakkaille mielellään sellaisia yrityksiä, joille STF-merkki on myönnetty.

Visit Finlandin verkkosivuilla näkyviin avainsanoihin Huoneistohotelli Lietsu saa tulevaisuudessa vaikuttaa itse, ja niiden avulla se voi lähteä tavoittelemaan myös haluamiaan kohderyhmiä. Haastatteluissa nousi esiin, että avainsanoja valitessa täytyy toimia myös vastuullisesti. Etenkin LGBTQ+ Friendly avainsanaa käyttävät monet yritykset tietämättään sen oikeaa merkitystä ja vaatimuksia. Varsinaisia valmiita kriteerejä sille ei ole, minkälaisia avainsanoja Lietsu saa tulevaisuudessa valita käyttöönsä, mutta kriteerejä voi miettiä esimerkiksi Sustainable Travel Finland -itsearviointin avulla.

STF-ohjelman käytännön hyödyistä kysyttäessä haastatteluissa nousi esiin, että ohjelma haastaa yrittäjää miettimään jatkuvasti kestävämmiin. Esimerkiksi uusia tuotteita ja hankintoja suunnitellessa voi miettiä, sopivatko ne Sustainable Travel Finland -ohjelman ideologiaan. Haastatelluilta yrityksiltä saatiin Lietsulle ohjeita siihen, miten seitsemän askeleisen kehittämisspolun päätyttyä kannattaa toimia.

Ohjeista nousi esiin kehittämissuunnitelman aktiivinen seuraaminen ja päivittäminen, henkilökunnan sitouttaminen kehittämistoimenpiteisiin, selkeä työnjako sekä aktiivinen ja luonteva vastuullisuusviestintä. Yrittäjien kertomat kehitysehdotukset ja ohjeet näyttivät todeksi myös Stonen (2019) väittämän siitä, että kestävyiden osa-alueet ovat kaikki yhteydessä toisiinsa. Monet yritysten kehityskohteet olivat ekologisesti kestäviä, mutta toivat myös taloudellisia hyötyjä.

Huoneistohotelli Lietsun tulee miettiä ohjelman jälkeen, miten yritys haluaa viestiä siitä, että heille on myönnetty sekä Ekokompassi että Sustainable Travel Finland -merkki. Kuten opinnäytetyössä on aiemmin kerrottu, vastuullisuusviestintää voi toteuttaa sosiaalisessa mediassa, mutta asiakkaiden kanssa kasvokkain kohtaamisissa ei tule silti unohtaa. Haastattelutuloksista kävikin ilmi, että asiakkaat yleensä arvostavat siitä, kun heille kerrotaan paikan päällä yrityksen arvoista ja vastuullisuudesta. Jaakkolan (2020) mukaan vastuullisuusviestinnän tarve korostuu, sillä kestävä matkailu luo alalle myös kilpailua. Ympäristömerkkejä voi ja kannattaa hyödyntää yrityksen viestinnässä, mutta niitä ei tule hankkia pelkästään markkinoinnillisten hyötyjen vuoksi. Näin ollen myös Lietsun täytyy osoittaa, ettei ympäristömerkkejä ole hankittu vain markkinoinnillisten hyötyjen vuoksi, vaan kestävyys ja vastuullisuus ovat yritykselle aidosti tärkeitä arvoja.

Huoneistohotelli Lietsun Sustainable Travel Finland -kehittämisspolku on vielä kesken. Syksyn 2020 aikana yritys on sitoutunut edistämään kestävä matkailua, tutustunut STF-ohjelman tarjoamiin materiaaleihin ja tehnyt itsearviointin. Seuraavana askeleena kehittämisspolulla on kehittämissuunnitelman laatiminen, jolloin tämä opinnäytetyö ja haastattelutulokset voivat olla hyödyllisiä toimeksiantajalle. Kehittämissuunnitelman jälkeen vuorossa on vastuullisuusviestinnän suunnitteleminen, johon tämä opinnäytetyö toi myös uutta tietoa.

9 Pohdinta

Opinnäytetyön aihe on ajankohtainen, sillä kestävän matkailun tarve kasvaa jatkuvasti. Myös Sustainable Travel Finland -ohjelma on vielä melko uusi. Haastattelujen avulla tehdystä tutkimuksesta ja Sustainable Travel Finland -ohjelmaan osallistumisesta on Lietsulle käytännön hyötyä, jotta hotelli voi jatkaa kehitystään yhä kestävämpään suuntaan. STF-merkin saatuaan Lietsu on Pohjois-Karjalassa ensimmäisten yritysten joukossa, joille merkki on myönnetty. Haastattelun avulla saatiin selville, minkälaisia yrityksiä STF-ohjelmaan osallistuu, miten ohjelma näkyy yritysten arjessa ja miten asiakkaat siihen suhtautuvat. Haastattelun avulla saatiin selville myös konkreettisia jatkotoimenpiteitä ja kehitysehdotuksia, joiden avulla toimeksiantaja Huoneistohotelli Lietsu saa STF-ohjelmaan osallistumisesta mahdollisimman suuren käytännön hyödyn.

Haastattelutulosten perusteella toimeksiantaja Lietsun on helpompaa ennakoida, mitä on odotettavissa STF-kehittämisspolun aikana ja merkin saamisen jälkeen. Haastattelun pohjalta Lietsu voi ottaa mallia muiden yritysten toimintatavoista ja oppia muun muassa, miten STF-merkistä voidaan viestiä asiakkaille ja sitouttaa työntekijöitä ympäristöohjelman vaatimuksiin.

Opinnäytetyötä kirjoittaessa opin paljon uutta kestävästä matkailusta ja siihen kuuluvista eri osa-alueista. Erityisesti sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys aiheina olivat minulle melko uusia, ja oli mielenkiintoista sekä lukea että kirjoittaa täysin uusista aiheista. Kestävän matkailun osa-alueista kirjoittaessa huomasin peilaavani oppimaani esimerkiksi sellaisiin matkailuyrityksiin, joissa olen itse työskennellyt tai ollut vieraana. Opin sen, että kaikki kestävyuden osa-alueet liittyvät vahvasti toisiinsa, eikä niistä mistään voi tinkiä, sillä se vaikuttaa myös muihin osa-alueisiin.

Haastatteluja tehdessä olin yllätynyt siitä, kuinka vaikeaa oli saada yrityksiä suostumaan haastatteluihin. Sustainable Travel Finland -ohjelmaan ja sosiaaliseen kestävyyskuuluu myös yhteiskuntavastuullisuus sekä yhteistyö oppilaitosten kanssa, joten oli todella yllättävää, miten negatiivisesti jotkut STF-

ohjelmaan kuuluvat yritykset suhtautuivat opiskelijaan, joka kaipasi apua ja tietolähdettä opinnäytetyöhönsä. Lopulta haastateltavat yritykset kuitenkin löytyivät, ja opin puolistrukturoidun haastattelun teorian sekä käytännön haastatteluja tehdessä.

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada toimeksiantaja Huoneistohotelli Lietsulle käytännön vinkkejä yhä kestävämpään toimintaan ja mahdollisimman hyvä pohja Sustainable Travel Finland -ohjelmaan osallistumista varten. Opinnäytetyössä pohdittiin Lietsun nykyistä tilannetta: mitä nyt jo tehdään hyvin, mitä Ekokompassin tavoitteisiin kuuluu, ja mitä voitaisiin tehdä vielä paremmin. Työssä tehdystä taustatutkimuksesta, teoriapohjasta ja haastatteluista on toimeksiantajalle varmasti hyötyä ja haastatteluista nousi esiin hyviä kehitysehdotuksia, joten opinnäytetyön tavoite on saavutettu. Tämä opinnäytetyö jatkoi siitä, mihin Mäkelän (2020) opinnäytetyö Ekokompassista jäi. Tämän työn pohjalta olisi mahdollisuus kirjoittaa vielä seuraava opinnäytetyö esimerkiksi Ekokompassin auditointiin, Sustainable Travel Finland -ohjelman toimenpiteisiin tai STF-ohjelmaan kuuluvien yritysten yhteismarkkinointiin liittyen.

Lähteet

- Akrenius, M. 2019. Vastuullinen toiminta on pitkällä aikavälillä ainoa mahdollinen tapa tuottaa matkailupalveluita. Salkunrakentaja.
<https://www.salkunrakentaja.fi/2019/09/tulevaisuus-vastuullinen-matkailu-kestava-kehitys/>. 9.9.2020.
- Business Finland. 2018. Kestävän kehityksen kriteerit.
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestavan-matkailun-periaatteet/>. 4.11.2020.
- Business Finland. 2020a. Matkailualalle ensimmäiset Sustainable Travel Finland -merkit.
<https://news.cision.com/fi/business-finland/r/matkailualalle-ensimmaiset-sustainable-travel-finland--merkit,c3125271>. 4.9.2020.
- Business Finland. 2020b. Vastuullisuus. Business Finland.
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestava-matkailu-lyhyesti/>. 2.9.2020.
- Business Finland. 2020c. Miksi matkailuyrityksen tulisi toimia vastuullisesti?
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestava-matkailu-lyhyesti/>. 2.9.2020.
- Business Finland. 2020d. Sertifiointit ja ohjelmat.
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sertifiointit—ohjelmat/>. 3.9.2020.
- Business Finland. 2020e. Sustainable Travel Finland.
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland/>. 4.9.2020.
- Ekokompassi. 2020. Rakentaminen ja hinnat.
<https://ekokompassi.fi/ymparistojarjestelma/rakentaminen-ja-hinnat/>. 4.9.2020.
- Ekokompassi käsikirja. 2020. Ekokompassin kriteerit.
https://drive.google.com/file/d/19x0rxeRf1stzCptNR_20Nn7KEdCe1u26/view. 4.9.2020.
- Eskola, J & Suoranta, J. 2000. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 86 - 87.
 15.10.2020.
- Ferrer-Roca, N, Weston, R, Guia, J, Mihalic, T, Blasco D, Prats, L, Lawler, M, Jarratt, D. 2020. Back to the future – challenges of European tourism of tomorrow. Journal of tourism futures.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-10-2019-0114/full/pdf?title=back-to-the-future-challenges-of-european-tourism-of-tomorrow>. 10.12.2020.
- Fuad-Luke, A. 2008. The eco-travel handbook. 7 - 9.
 26.10.2020.

- Goodwin, H. 2020. Dr Harold Goodwin Explains Responsible Tourism.
https://www.youtube.com/watch?v=HxX3le-n-uY&fbclid=IwAR26wXdSo11_OgAGeL78Tus0yVa-pwg6YojXHTcbUXKakO05Rd8-oSQBZQI&app=desktop. 3.9.2020.
- Green Ideas For Tourism. 2020. Mitä on kestävä matkailu?
<http://www.greentourism.eu/fi/Post/Name/SustainableTourism>.
 3.9.2020.
- Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto, osa 1. 76-77.
 26.10.2020.
- Itä-Suomen yliopisto. 2020. Benchmarking.
<http://www3.uef.fi/web/guest/benchmarking>. 3.10.2020.
- Jaakkola, S. 2020. Auttaako sertifikaatti valitsemaan vastuullisemmin vai ovatko matkailualan sertifikaatit pelkkää viherpesua?
<https://valpas.media/artikkelit/auttaako-sertifikaatti-valitsemaan-vas-tuullisemmin-vai-ovatko-matkailualan-sertifikaatit-pelkkaa-viherpe-sua/>. 10.11.2020.
- Konu, H. 2020. Matkailuliiketoiminta teoriasta käytäntöön. E-kirja.
<https://www.ellibslibrary.com/book/9789517688550>. 10.12.2020.
- Lerch, B. 2016. Vinkit Benchmarkingiin. Oppariapu.
<https://oppiapu.wordpress.com/2016/02/17/vinkit-benchmark-ingiin/>. 12.10.2020.
- Lietsu Boutique Aparthotel. 2020a. Lietsun tarina.
<https://www.lietsuhotel.fi/lietsun-tarina/>. 28.9.2020.
- Lietsu Boutique Aparthotel. 2020b. Vastuullisuus.
<https://www.lietsuhotel.fi/vastuullisuus/> 12.10.2020.
- Lietsu Palvelut Oy. 2019. Liiketoimintasuunnitelma – Huoneistohotelli Lietsu.
 3.10.2020.
- Lossiranta Lodge. 2020a. Huoneet.
<https://www.lossiranta.net/huoneet>. 9.11.2020.
- Lossiranta Lodge. 2020b. Green Key.
<https://www.lossiranta.net/green-key>. 9.11.2020.
- Lossiranta Lodge. 2020c. Toimitusjohtaja. Nauhoitettu haastattelu. 12.11.2020.
- Mäkelä, T. 2020. Ekokompassi-ympäristöjärjestelmän laadinta joensuulaiselle Huoneistohotelli Lietsulle. Karelia-ammattikorkeakoulu. Energia- ja ympäristötekniikan koulutus. Opinnäytetyö.
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/336815/Makela_Tuukka_2020_05_06.pdf?sequence=2&isAllowed=y.
 5.10.2020.
- Mällinen, J. 2020. Kestävä matkailu edellyttää säätelyä. Oulun Yliopisto.
<https://www oulu.fi/yliopisto/uutiset/kestava-matkailu>. 10.12.2020.
- Nylund, A. 2020. Vastuullisuus. Mood of Finland.
<https://moodoffinland.fi/esittely/vastuullisuus/>. 2.9.2020.
- Puhakka-Tarvainen, H. & Saastamoinen, M. 2020. Yrittäjät. Huoneistohotelli Lietsu. Haastattelu. 29.10.2020.
- Seppänen-Järvelä, R. Hyvät käytännöt. Menetelmäkäsikirja.
<https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/77163/vertaismenetel-mat.pdf?sequence=1>. 28.10.2020.
- Stainton, H. 2020. Sustainable tourism explained: What, why and where. Tourism Teacher.
<https://tourismteacher.com/sustainable-tourism/>. 10.10.2020

- Stone, W. 2019. For travelers, sustainability is the word—but there are many definitions of it. National Geographic.
<https://www.nationalgeographic.com/travel/features/what-sustainable-tourism-means/>. 2.9.2020.
- Suojanen, A. 2019. Ekologisuus tuo taloudellista hyötyä – ympäristön huomioiminen kiinnostaa hotelleja. Vantaan Sanomat.
<https://www.vantaansanomat.fi/paikalliset/1233919> . 2.9.2020.
- Sustainable Travel Finland. 2020. E-opas.
<https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/1-tervetuloa>. 4.9.2020.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2020. Hyvä tieteellinen käytäntö.
<https://www.helsinki.fi/fi/tutkimus/tutkijan-palvelut/tutkimusetiikka>. 6.10.2020.
- Tuukkalan tila 2020a. Tuukkalan tila.
<https://tuukkalantila.com/>. 10.11.2020.
- Tuukkalan tila 2020b. Vastuullisuus.
<https://tuukkalantila.com/vastuullisuus/>. 10.11.2020.
- Tuukkalan Tila. 2020c. Yrittäjä. Tuukkalan Tila. Nauhoitettu haastattelu. 13.11.2020.
- Vairimaa, R. 2019. Harvemmin, lähemmäs, sesongin ulkopuolella — matkailun on muututtava. Helsingin yliopisto.
<https://www.helsinki.fi/fi/uutiset/kestava-kehitys/harvemmin-lahemas-sesongin-ulkopuolella-matkailun-on-muututtava>. 2.9.2020.
- Visit Finland. 2020a. Arctic Sustainable Destination Finland.
<https://www.businessfinland.fi/48e79a/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/arctic-sustainable-destination-finland-2018.pdf>. 27.11.2020.
- Visit Finland. 2020b. Sustainable Travel Destinations And Companies In Finland.
<https://www.visitfinland.com/sustainable-finland/sustainable-travel-destinations/?paged=1&category%5B%5D=7297&service%5B%5D=7299>. 6.10.2020.
- Yrittäjät. 2014. Ympäristömerkit.
<https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/yritystoiminnan-abc/ymparistotietoa/ymparistomerkit-318334>. 26.10.2020.
- Yrittäjät. 2016. Ympäristöjärjestelmät.
<https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/energia-ymparisto-ja-maan-kaytto/ymparistotietoa/ymparistojarjestelmat-317911>. 12.10.2020.
- Äksyt Ämmät. 2020a. Etusivu.
<https://aksytammat.fi/>. 6.10.2020.
- Äksyt Ämmät. 2020b. Majatalo Pihlajapuu.
<https://aksytammat.fi/p/14/majatalo-pihlajapuu>. 9.11.2020.
- Äksyt Ämmät. 2020c. Äksyt Ämmät Oy.
<https://aksytammat.fi/aksyt-ammat>. 13.10.2020.
- Äksyt Ämmät. 2020d. Yrittäjä. Äksyt Ämmät. Nauhoitettu haastattelu. 6.11.1.2020.

Merkki/ sertifikaatti	Kenelle sopii? Mihin painottuu?
BIOSPHERE	Sertifikaatti voidaan myöntää biosfäärialueille ja matkailuyrityksille eri toimialoilla. Kaikki osa-alueet.
ECEAT-merkki	Luomutilat, ympäristövastuulliset majatalot ja ekokylät, sekä muut majoitus- ja vierailukohteet, joissa toimitaan vastuullisesti. Luonnon- ja ympäristönsuojelu, kestävä maankäyttö, kulttuuriperinnön ja -maisemien suojele sekä maaseudun ekologiset toimeentulomahdollisuudet.
Ekokompassi	Usealle toimialalle ja tapahtumille, myös pienikokoisille yrityksille. Ekologinen kestävyys.
EMAS	Kaikille yrityksille ja organisaatioille tarkoitettu ympäristöjärjestelmä. Painottuu erilaisten päästöjen ja jätteiden sekä energian ja luonnonvarojen kulutuksen vähentämiseen.
EU-kukka (Ecolabel)	Monille eri aloille. Pyritään vähentämään palvelujen ja tuotannon kielteisiä ympäristövaikutuksia sekä terveyteen, ilmastoon ja luonnonvaroihin liittyviä vaikutuksia.
Forum Anders Reisen	Matkailuyritysten verkosto, joka on sitoutunut kestäväan matkailuun. Kaikki kestävyuden osa-alueet.
Geo Golf	Ohjelma ohjaa golfkenttiä voimavarojen tehokkaampaan käyttöön ja ympäristön vaalimiseen.
Green Activities	Ohjelmasta työhjeet, miten luonnossa liikutaan vastuullisesti ja miten huomioidaan luonnon monimuotoisuus, jätteet ja ruokailu. Soveltuu pienille yrityksille, jotka vievät asiakkaita luontoon liikkumaan, ja joilla ei ole omia asiakastiloja.
Green Globe	Kansainvälinen matkailualan korkea kestäväan matkailun standardi. Merkin saamiseen monia kriteerejä. Majoitus, liikenne, matkanjärjestäjät, kongressikeskukset ja matkailualan organisaatiot, jotka ovat kansainvälisillä markkinoilla, ja jotka ovat toimineet jo pitkään kestäväan matkailun parissa.
Green Key	Majoitusliikkeille. Painottuu ekologisuuteen, lisäksi joitain sosiaalisen, kulttuurisen ja taloudellisen vastuullisuuden kriteereitä.
HI-Q&S (Hostelling International)	Kansainvälisen Hostelling Internationalin laadunhallintajärjestelmä. Sopii hostelleille, kaikki kestävyuden osa-alueet huomioitu.
ISO 14001	Maailman tunnetuin ympäristöjärjestelmän malli. Standardi sopii kaikenkokoisille organisaatioille, jotka haluavat hallita ympäristövastuitaan järjestelmällisesti. Standardiin kuuluu riskien ja mahdollisuuksien tunnistaminen. Ympäristönsuojelun tason arviointi, ympäristömerkinnät, elinkaariarviointi, kasvihuonekaasupäästöjen hallinta, tuotteiden hiili- ja vesijalanjälki sekä ympäristöviestintä.
Joutsenmerkki	Kulutustuotteista myös tapahtumille ja matkailualan yrityksille. Kriteerit koskevat muun muassa energian- ja vedenkulutusta, jätteen määrän seuraamista, kemikaalien käyttöä, hankintoja, logistiikkaa, ruokaa ja yrityksen tiloja sekä hankintamenettelyjä ja omavalvontaa.
Roope Satama	Pidä Saaristo Siistinä ry:n suomalaisille venesatamille suunnittelema ympäristöohjelma. Tavoitteena on kehittää kaikenkokoisia venesatamia erityisesti ympäristön ja turvallisuuden näkökulmasta. Myös venesatamien käyttäjiä ohjataan ympäristöystävällisempään toimintaan.

<p>TourCert</p>	<p>Kansainvälinen sertifiointijärjestö, joka tarjoaa perehdytystä kestävään matkailuun destinaatioille, yrityksille ja matkailijoille. TourCert tarjoaa erilaisia mittareita, kriteerejä ja työkaluja, joiden avulla matkanjärjestäjien yhteiskuntavastuuta voidaan mitata. Kaikki kestävyden osa-alueet.</p>
<p>Travelife for Touroperator</p>	<p>Travelife-järjestelmä matkanjärjestäjille tarjoaa verkkokoulutusta ja käytännön työkaluja kestävyysuunnitteluun, hallintaan ja raportointiin. Koulutus ja työkalut sopivat kaiken kokoisille yrityksille ja ne keskittyvät kaikkiin kestävyden osa-alueisiin ympäristöjohtamisen näkökulmasta.</p>
<p>Travelife for Accommodation</p>	<p>Kansainvälinen sertifikaatti, tarkoitettu majoitusliikkeille. Keskittyy kaikkiin kestävyden osa-alueisiin. Sertifikaatin vaatimukset laajat: ympäristöasioiden hallinta, reilu työvoima, ihmisoikeudet, yhteisön tukeminen, lasten sekä eläinten hyvinvoinnin turvaaminen.</p>
<p>WWF Green Office</p>	<p>Opastaa monen eri alan organisaatioita toimimaan ympäristövastuullisesti. Tavoitteena on pienentää työpaikan hiilijalanjälkeä, luonnonvarojen viisas käyttö ja luonnon monimuotoisuuden suojeleminen. Seitsemän teemaa: johtaminen, viestintä ja sitouttaminen, energia ja vesi, kierrätys, lajittelu ja siivous, liikkuminen, ruoka ja hankinnat.</p>

Sustainable Travel Finland -ohjelmaan hyväksytyt ympäristömerkit ja sertifiointit selityksineen (Business Finland 2020d).

SITOUTUMINEN

1. Erilaisia ympäristösertifikaatteja ja ohjelmia on nykyään tarjolla monia erilaisia. Miten yrityksenne päätyi osallistumaan juuri STF-ohjelmaan?
2. Osallistuakseen Sustainable Travel Finland-ohjelmaan täytyy yrityksellä olla entuudestaan olemassa vähintään yksi voimassa oleva ympäristösertifikaatti. Mikä sertifikaatti yrityksellänne oli entuudestaan?
3. Olivatko yrityksen työntekijät mukana tekemässä kehittämisspolkua?
4. Miten työntekijät on sitoutettu, kun STF-merkki on otettu käyttöön?
5. Minkälaista perehdytystä tai koulutusta työntekijöille järjestettiin STF-ohjelmaan ja merkkiin liittyen?

ITSEARVIOINTI

1. Yksi ensimmäisistä askelista Sustainable Travel Finland-kehittämisspolulla on itsearviointi. Mitä kehittämiskohteita yrityksellänne nousi esiin itsearvioinnista seuraavilla osa-alueilla:
2. Minkälaista kehitettävää yrityksellänne oli ekologisessa kestävydessä?
3. Minkälaista kehitettävää yrityksellänne oli taloudellisessa kestävydessä?
4. Minkälaista kehitettävää yrityksellänne oli sosiaalisessa ja kulttuurisessa kestävydessä?

OSAAMISEN KASVATTAMINEN

1. Teittekö itsearvioinnin tulosten perusteella kirjallisen kehittämissuunnitelman? Jos teitte, niin minkälaisen?
2. Miten näitä esiin nousseita epäkohtia lähdettiin konkreettisesti kehittämään?
3. Minkälaista tukea ja neuvoja yrityksenne sai Visit Finlandilta, mikäli itsearvioinnista nousi esiin ongelmakohtia, joita yritys ei itse osannut ratkaista?
4. Kuinka kauan yrityksellänne meni kehittämisspolkua tehdessä?
5. Mitä merkillä on saavutettu yrityksessänne ja mitä sillä halutaan saavuttaa tulevaisuudessa?

VASTUULLISUUSVIESTINTÄ

1. Mitkä ovat yrityksenne suurimmat kohderyhmät?
2. Kuinka olette hyödyntäneet STF-merkkiä yrityksen markkinoinnissa ja viestinnässä?
3. Kuinka hyvin asiakkaat tunnistavat merkin?
4. Miten paljon yritys on valikoitunut matkakohteeksi STF-merkin vuoksi?

KOHDERYHMILLE VIESTIMINEN

1. Visit Finlandin sivuilla on koottu STF-merkin saaneet yritykset yhteen ja sivuilla on saatavilla erilaisia avainsanoja tietynlaisten yritysten löytämiseksi. Avainsanoja ovat muun muassa Family Friendly, LGBTQ+ Friendly ja Wheelchair Friendly. Onko STF-merkki ja tämä verkkosivu tuonut yrityksenne uudenlaisia asiakkaita tai kohderyhmiä, kuten enemmän lapsiperheitä?
2. Saiko yrityksenne päättää nettisivuilla olevat avainsanat itse, vai tulivatko ne Visit Finlandin puolesta?
3. Minkälaiset ovat kriteerit sille, että yritys voi verkkosivuilla sanoa olevansa esimerkiksi LGBTQ+ Friendly?

YHTEISTYÖ MUIDEN YRITTÄJIEN JA VISIT FINLANDIN KANSSA

1. Sustainable Travel Finland on merkin lisäksi myös brändi. Oletteko saaneet tukea yrityksenne markkinointiin Visit Finlandilta?
2. Onko samalla alueella (maakunnassa) muita yrityksiä, joille on myönnetty STF -merkki?
3. Jos samalla alueella on muita yrityksiä, joilla on STF-merkki, oletteko tehneet sen pohjalta yhteismarkkinointia tai muuta yhteistyötä?

JATKUVA KEHITTÄMINEN

1. STF-merkki tulee uusia kahden vuoden välein. Oletteko keränneet uusista varten dokumentteja kehitystyöstä? Millä tavoin?
2. Minkälaisia kestävyteen liittyviä toimenpiteitä seuraatte ja dokumentoitte?

3. Kirjaatteko ylös esimerkiksi hankintoja, biojätteen määrää tai ruokahävikkiä?
4. Minkälaisia Sustainable Travel Finland-ohjelman hyötyjä olette huomanneet arjessa?
5. Ovatko jotkin yrityksen toimintatavat muuttuneet merkittävästi ohjelmaan osallistumisen myötä?
6. Minkälaisia jatkotoimenpiteitä suosittellette seitsemän askeleisen kehittämispolun päätyttyä?