



Satakunnan ammattikorkeakoulu
Satakunta University of Applied Sciences

ELINA TOIVANEN

Rauman matkailuyritykset kohti Sustainable Travel Finland-merkkiä

MATKAILUN TUTKINTO-OHJELMA
2023

TIIVISTELMÄ

Toivanen, Elina: Rauman matkailuyritykset kohti Sustainable Travel Finland-merkkiä

Opinnäytetyö, AMK

Matkailu

Toukokuu 2023

Sivumäärä: 60

Tässä opinnäytetyössä tutkittiin Rauman alueen matkailuyritysten kestävän kehityksen ja vastuullisuuden toimien nykytilaa ja tulevaisuuden suunnitelmia. Tulosten pohjalta laadittiin Visit Raumalle kehitysehdotuksia matkailuyritysten tukemiseen vastuullisuuden kehittämiseksi, jotta Visit Rauma voisi edetä Visit Finlandin Sustainable Travel Finland (STF)-ohjelmassa ja saavuttaa kohdetason STF-merkin. Saavuttaakseen kohdetason merkin, alueen matkailuyrityksistä yli puolella, niin liikevaihdollisesti kuin määrällisestikin, tulee olla ensin yritystason STF-merkki.

Teoreettinen viitekehys muodostui yritysvastuun, kestävän matkailun ja matkailukohteen johtamisen ympärille. Lähestymistapana opinnäytetyössä oli tutkimuksellinen kehittämistyö. Tutkimus toteutettiin monimenetelmällisenä ja tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselyä. Aineisto analysoitiin käyttämällä teorialähtöistä sisällönanalyysiä.

Kyselyn perusteella voitiin päätellä, että Rauman matkailuyritykset kokivat kestävän kehityksen ja vastuullisuuden tärkeänä osana arvojaan ja ne olivat tehneet kestävän kehityksen mukaisia toimia. Kiinnostus STF-ohjelmaa kohtaan ei kuitenkaan ollut kovin suurta ja vain muutamalla yrityksellä oli jo STF-merkki.

Rauman matkailuyrityksiä voisi tukea järjestämällä matalan kynnyksen koulutusta kestävän matkailun eri osa-alueista. Koulutuksissa voisi kiinnittää erityistä huomiota Visit Finlandin hyväksymiin sertifiointiohjelmiin, jotta yritysten valmiudet ja sitä myötä kiinnostus STF-ohjelman aloittamiseen paranisivat.

Avainsanat: kestävä matkailu, yritysvastuu, Sustainable Travel Finland, matkailukohteen johtaminen

Abstract

Toivanen, Elina: Rauma tourism companies towards the Sustainable Travel Finland label Bachelor's thesis

Tourism

May 2023

Number of pages: 60

The current state and future plans of the sustainable development and responsibility actions of tourism companies in the Rauma region were examined in this thesis. Based on the results, the aim was to prepare development proposals for Visit Rauma to support tourism companies in developing responsibility, so that Visit Rauma could advance in Visit Finland's Sustainable Travel Finland (STF) program and achieve destination level STF label. To reach the destination level label, more than half of the tourism businesses in the area must first have a business level STF label.

The theoretical framework was formed around corporate responsibility, sustainable tourism and destination management. The approach to the thesis was research-based development work. The study was carried out as a multi-method study and a survey was used as a research method. The data was analyzed using theory-based content analysis.

Based on the survey, it was concluded that Rauma tourism companies felt that sustainable development and responsibility were an important part of their values and had taken actions in line with sustainable development. However, interest in the STF program was not very great and only a few companies already had the STF label.

Tourism businesses in Rauma could be supported by organizing low-threshold training on different aspects of sustainable tourism. In the training, special attention could be paid to the certification programs approved by Visit Finland in order to improve the capabilities of companies and, consequently, interest in starting the STF program.

Keywords: sustainable tourism, corporate responsibility, Sustainable Travel Finland, destination management organisation, DMO

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	TUTKIMUKSEN TAVOITE JA RAJAUS	6
2.1	Tutkimuksen tavoite, tarkoitus ja tutkimuskysymykset.....	6
2.2	Toimeksiantajan ja kohteen esittely.....	6
3	YRITYSVASTUU.....	8
4	KESTÄVÄ MATKAILU.....	12
4.1	Kestävän matkailun määritelmä	12
4.2	Agenda 2030	12
4.3	Visit Finland ja Sustainable Travel Finland –kehitysohjelma	16
4.3.1	STF-ohjelman seitsemän askelta.....	18
4.3.2	Visit Finlandin hyväksymät sertifiointit ja ohjelmat.....	19
5	MATKAILUKOHTTEEN JOHTAMINEN	27
6	TUTKIMUS JA SEN TOTEUTUS	29
6.1	Tutkimusote	29
6.2	Aineiston kerääminen ja analysointi.....	29
6.3	Otanta.....	31
6.4	Tutkimuksen tulokset	31
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	42
7.1	Johtopäätökset kyselyn tuloksista	42
7.2	Kehitysehdotuksia toimeksiantajalle	44
7.3	Luotettavuustarkastelu.....	45
7.4	POHDINTA	47
7.5	Oma pohdinta	47
7.6	Toimeksiantajan palaute	48
	LÄHTEET	50
	LIITE 1.....	56
	LIITE 2.....	57

1 JOHDANTO

Kestävä matkailu on osa Suomen matkailustrategiaa ja tavoitteena on olla kestävimmin kasvava Pohjoismainen matkailukohde (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2022). Kestävä matkailu tähtää siihen, että matkailun vaikutukset antavat tuleville sukupolville nykyisten lisäksi mahdollisuudet hyviin ja kestäviin elinolosuhteisiin. (Business Finland, 2022a.) Kestävän matkailun periaatteiden toteutuminen organisaatioissa ja yrityksissä voidaan toteuttaa erilaisten järjestelmien ja sertifikaattien pohjalta, jolloin saadaan valmiit työkalut ja ulkopuolisen tahon antama todistus kestävästä ja vastuullisesta toiminnasta (Business Finland, 2022b).

Tämä opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Rauman kaupungin kaupunkikehitysyksikön matkailupalveluille, Visit Raumalle. Visit Rauma on hakeutunut kohteena Sustainable Travel Finland (STF)-polulle. STF-polku on Visit Finlandin koordinoima kestävä matkailun ohjelma. Visit Finland toimii valtakunnallisena matkailualan asiantuntijana ja toimii erityisesti ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun edistäjänä.

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää kestävä ja vastuullisen matkailun kehittämisen ja yritys vastuun nykytilannetta matkailuyrityksissä Raumalla. Lisäksi tarkoitus on kartoittaa yritysten jo olemassa olevia sertifiointeja ja niiden muita toimenpiteitä, jotka edistävät kestävä matkailua, sekä tutkia miten Visit Rauma alueorganisaationa voisi tukea yrityksiä tällä polulla ja samalla edistää kohdetason STF-merkin saavuttamista.

Olen suorittanut toimeksiantajan palveluksessa opintoihin kuuluvan työharjoittelun toisena opintovuotena. Aihe opinnäytetyöhön nousee esiin toimeksiantajan todellisesta tarpeesta sekä kiinnostuksestani kestävä matkailuun ja Raumaan matkailukohteena.

2 TUTKIMUKSEN TAVOITE JA RAJAUS

2.1 Tutkimuksen tavoite, tarkoitus ja tutkimuskysymykset

Kestävä matkailu on ajankohtainen teema ja sen merkitys kasvaa jatkuvasti niin Suomessa kuin maailmanlaajuisestikin. Toimeksiantajan on mahdollista hyötyä tutkimuksen tuloksista, mikäli niiden avulla voidaan edistää kohdetason STF-merkin saavuttamista.

Tämän tutkimuksen tarkoitus oli Rauman alueen matkailuyritysten kestävän kehityksen toimien ja yritys vastuun nykytilan kartoittaminen ja tutkiminen, miten niitä voisi kehittää ja tukea alueorganisaation toimesta. Rauma kohteena tavoittelee kohdetason STF-merkkiä. Kohdetason STF-merkkiä ei voi saavuttaa, ellei alueen kansainvälistä kauppaa käyvistä matkailuyrityksistä vähintään 51 % ole saanut sertifiointia ensin. Alueen matkailuyrityksiä haluttiin myös kannustaa pohtimaan kyselyn avulla oman yritystoimintansa vastuullisuutta ja sen kehittämistä, mahdollisesti STF-ohjelmaan osallistumalla. Tutkimus rajattiin Rauman alueen matkailuyrityksiin tästä syystä.

Pää- ja alatutkimuskysymyksinä olivat:

Miten Visit Rauma matkailun alueorganisaationa voisi koordinoida kestävän matkailun kehittämistä alueen matkailuyrityksissä?

Mikä on kestävän matkailun kehittämisen nykytila raumalaisissa matkailuyrityksissä?

2.2 Toimeksiantajan ja kohteen esittely

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Visit Rauma eli Rauman kaupungin matkailupalvelut, joka toimii Raumalla osana kaupunkikehityspalveluita ja matkailun alueorganisaationa (Rauman kaupunki, n.d.). Rauman

matkailupalvelut alueorganisaationa ja kohteena on hakeutunut mukaan STF-ohjelmaan. Alueorganisaation yksi tärkeä rooli onkin tukea ja kannustaa alueen matkailu yrityksiä vastuullisuuden kehittämisessä.

Suomen kolmanneksi vanhin kaupunki Rauma perustettiin vuonna 1442 Lounais-Suomen rannikolle. Tiivis kaupunkikeskus – Vanha Rauma – alkoi laajentua kaupunkialueena vasta 1900-luvun alussa. Tämä vanhin osa Raumaa on nykyään UNESCO:n maailmanperintökohde ja kaupungin sykkivä sydän, joka houkuttelee paikallisten asukkaiden lisäksi matkailijoita tunnelmallaan. (Vanha Rauma, n.d.)

Vanhan Rauman ympärille levittäytyvä noin 40 000 asukkaan teollisuus- ja satamakaupunki on yhdistelmä historiaa ja nykypäivää, joka tarjoaa matkailijoille paljon nähtävää. Muita merkittäviä nähtävyyksiä alueella ovat Selkämeren kansallispuisto ja kaunis saaristo, sekä Sammallahdenmäen pronssikautinen hautaröykkiöalue, joka on alueen toinen UNESCO:n maailmanperintökohde. Raumalta löytyy laaja valikoima matkailualan palveluntarjoajia hotelleista leirintäalueeseen ja ruokaravintoloista kahviloihin. Lisäksi tarjolla on kokous- ja ohjelmapalveluita, yökerhoja ja lukuisia vierailukohteita. (Visit Rauma, n.d.)

3 YRITYSVASTUU

Yritysvastuu merkitsee yrityksen toimia kestävän kehityksen edistämiseksi, lainsäädännön vaatimukset täyttäen ja ne ylittäen. Yritysvastuu huomioi kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti yrityksen liiketoiminnan taloudelliset, sosiaaliset ja ekologiset vaikutukset ja auttaa yritystä vastaamaan yhteiskunnan ja sidosryhmien vaatimuksiin, ottaen samalla huomioon toimien vaikutukset liiketoiminnan kilpailukykyyn. (Juutinen, 2016, s. 31–32, 39.) Yritystoiminnan avoimuus ja läpinäkyvyys ovat osa yritysvastuuta, mikä nostaa vastuullisuudesta viestimisen ja raportoinnin sen keskeiseksi osaksi. Viestinnän ja raportoinnin kautta sidosryhmät voidaan pitää ajan tasalla yrityksen vastuullisesta toiminnasta. (Vanhala ym., 2022, s. 17–18.) Liappis ym. (2019, s. 7) kuvaavatkin yritysvastuuta laajana kokonaisuutena, joka on konkretisoitu taloa kuvaavana kuvana (kuva 1.). Heidän mukaansa yritysvastuun perustana on kivijalka, johon kuuluvat yrityksen toimintatavat, kulttuuri ja päätöksenteko, joiden tulee olla linjassa yrityksen arvojen kanssa. Arvojen rooli onkin keskeinen yritysvastuun perustana. Perustan päälle rakentuvat yritysvastuun elementit, jotka on jaoteltu sosiaaliseen, taloudelliseen ja ympäristövastuuseen. Kattona yritysvastuulle toimivat viestintä ja sidosryhmät, joihin kuuluvat omistajat, työntekijät, asiakkaat ja sijoittajat.



Kuva 1. Yritysvastuun iso kuva (mukaillen Liappis ym. 2019, s. 7).

Taloudellinen vastuu toteutuu yrityksen toimiessa taloudellisesti kestävästi ja kannattavasti. Taloudellisen vastuun toteutuessa yritystoiminta voi jatkua ja luoda edellytykset ympäristövastuulle ja sosiaaliselle vastuulle. Taloudellinen vastuu kattaa yrityksen kannattavuuden, kilpailukyvyn, tehokkuuden ja omistajien tuotto-odotuksiin vastaamisen. Lisäksi tähän osa-alueeseen kuuluvat muun muassa yrityksen rahankäyttö, palkitsemisjärjestelmät, korruption ja lahjonnan estäminen sekä vastuullinen veronmaksu. (Liappis ym., 2019, s. 7.)

Suomessa yritystoiminnan taustalla on oletuksena osakeyhtiölain (624/2006) 1 luvun 5 § mukainen tarkoitus tuottaa voittoa osakkeenomistajille, ellei yhtiöjärjestyksessä toisin mainita (Finlex, 2023). Tämän voidaan ajatella aiheuttavan ristiriidan yritysten vastuullisuuden ja kestävyiden tavoitteiden kanssa, etenkin mikäli tätä tulkitaan lyhyen aikavälin voittoa tavoitellen. Linnainmaan (2019) mukaan yritys ei kuitenkaan voi menestyä pitkällä aikavälillä, jos se ei huomioi arvoja, jotka ympäröivä yhteiskunta kokee tärkeäksi. Linnainmaa toteaa, että huono maine vastuullisuuden osalta vie

asiakkaat, eikä tämä edesauta osakkeenomistajien vaurastumista. Tärkeää menestyvän yhtiön kannalta siis on, että hallitus huolehtii yritysvastuun korkeasta tasosta muiden menestystekijöiden ohella (Juutinen, 2020). Kuten Liappis ym. (2019, s. 7) myös toteavat, taloudellinen vastuu osana yritysvastuuta on pohjana yrityksen toiminnan kannattavuudelle ja jatkumiselle ja siten myös muiden vastuullisen toiminnan elementtien edellytyksenä.

Harmaala & Jallinoja (2012, s. 21) kirjoittavat ympäristövastuullisuuden tarkoittavan yrityksen pyrkimyksiä toimia ympäristön kannalta parhaalla mahdollisella tavalla. Yritysten ympäristövastuu perustuu Liappiksen ym. (2019, s. 7) mukaan luonnonvarojen kestävä käytön edistämiseen ja ympäristön tuhoutumisen estämiseen. Se käsittää ilmastonmuutoksen torjunnan, luonnon monimuotoisuuden turvaamisen, eläinten oikeudet, materiaali- ja energiatehokkuuden sekä päästöjen ja jätteiden vähentämisen.

Sosiaalinen vastuu kattaa henkilöstön ja muut yrityksen toimien kohteena olevat ihmiset. Henkilöstön hyvinvoinnin edistäminen, työturvallisuudesta huolehtiminen ja sen parantaminen sekä osaamisen kehittäminen lainsäädäntöä korkeammilla tavoitteilla ovat myös osa sosiaalista vastuullisuutta. Yritysten toimet vaikuttavat myös raaka-aineiden tuottajiin ja kumppaneiden ja alihankkijoiden henkilöstöön välillisesti. Yhteiskunnallisesta näkökulmasta voidaan katsoa, että yrityksillä on vastuuta myös työllisyyden edistäjänä ja työpaikkojen säilyttäjänä. (Harmaala & Jallinoja 2012, s. 20.)

Sangder (2022) esittää, että perustaso vastuullisuudessa ei enää ole riittävä ja jokaisen yrityksen sekä yhteisön tulisi järjestelmällisesti muuttaa toimintaansa hyödyttämään vihreää siirtymää. Vastuullisuuden ja kestävyuden on oltava aidosti osa yrityksen toimintaa ja johtamista, jotta sen avulla voidaan lisäarvoa yritykselle. Vähimmäismäärän tekeminen ei lisää yrityksen kilpailukykyä tai lisäarvoa, vaan tarvitaan tulevaisuuslähtöistä ajattelua, kykyä tehdä muutoksia ja investoida pitkäjänteisesti. Sangderin sanoin erityisvastuu on niillä, jotka vastaavat liike-elämän päätöksenteosta ja strategisista suuntaviivoista.

Yritysvastuu on jo nyt olennaista suurelle osalle yrityksistä. FIBS:n (Finnish Business & Society) teettämän Yritysvastuu 2021-kyselyn tulokset kertovat, että yritysten vastuullisuustoiminta on kehittynyt strategisemmaksi, tavoitteellisemmaksi ja organisoidummaksi verrattuna aiemmin saatuihin tuloksiin. Yritysvastuun hyödyt myös ovat alkaneet näkyä yritysten tuloksessa. Vastuullisuudella tavoitellaan tutkimuksen mukaan usein lyhyen aikavälin hyötyjä, joita voidaan mitata, kuten myynnin kasvua ja osakkeiden arvon nousua. Valtaosalle FIBS:n kyselyyn vastanneista yrityksistä vastuullisuudesta aiheutuvat kulut olivat pienempiä, kuin toimista saatava liiketoimintahyöty. Vastuullinen toiminta on noussut ylimmän johdon agendalle ja valtaosalla yrityksistä on vastuullisuuden ohjaus- ja työryhmiä. (FIBS, 2021.)

Yritysvastuun merkitys on tarkentumassa ja muuttumassa, sillä hallitusohjelmassa on kirjaus selvityksestä, jonka tavoitteena on yritysvastuulain säätäminen. Euroopan komission helmikuussa 2022 julkaisema yritysten kestävyyttä ja huolellisuutta koskeva direktiiviuudistus tavoittelee EU:n laajuista yritysvastuusäntelyä, jonka tavoitteena on lisätä ympäristönsuojelua ja ihmisoikeuksien kunnioittamista. Jäsenmaiden tulee varmistaa yritysten noudattavan asianmukaista huolellisuutta. (Piirto & Teräväinen, 2022, s. 9, 32–34, 444.) Kuusniemi-Laineen ja Ollilan (2022) mukaan ehdotettu yritysvastuulaki vaikuttaisi kuitenkin jättävän avoimeksi, mitä yritysten todellisuudessa tulee tehdä täyttääkseen huolellisuusvelvoitteensa. Laki velvoittaisi kuitenkin suuret yritykset ottamaan vastuuta aiheuttamistaan ympäristövahingoista ja ihmisoikeusloukkauksista liikekumppaneitaan myöten.

4 KESTÄVÄ MATKAILU

4.1 Kestävän matkailun määritelmä

Kestävän matkailun tavoite osana kestävästä kehityksestä on Marskin (2021, s. 52–53) ja UNWTO:n eli YK:n maailman matkailujärjestön (2022c), sanoin edistää taloudellisesti, sosiaalisesti, ekologisesti, kulttuurillisesti ja poliittisesti paikallisyhteisön hyvinvointia ja minimoida negatiivisia vaikutuksia. Matkailun kehittämisen on oltava sopusoinnussa muiden elinkeinojen kanssa huomioiden tulevaisuus nykyhetken lisäksi. UNWTO:n (2022c) mukaan myös matkailijoiden tyytyväisyys, mielekkäät kokemukset ja tietoisuus kestävästä kehityksestä sekä kestävien matkailukäytäntöjen edistäminen ovat kestävästä matkailun kannalta olennaisia.

Kestävän matkailun tulisi myös auttaa säilyttämään luonnonperintöä, biologista monimuotoisuutta, kunnioittaa isäntäyhteisöjen sosiokulttuuria, kulttuuriperintöä, perinteisiä arvoja sekä edistää kulttuurien välistä suvaitsevaisuutta ja ymmärrystä. Vakaiden ja oikeudenmukaisten sosioekonomisten etujen, työllistymis- ja tulonhankintamahdollisuuksien sekä sosiaalipalveluiden kehittyminen ovat osa kestävästä matkailun toimivaa mallia. Kestävän matkailun prosessi vaatii jatkuvaa seuranta- ja toimenpiteitä aina tarvittaessa. (UNWTO, 2022c.)

Kestävä matkailu jaotellaan usein kolmeen ulottuvuuteen yritysvastuun tavoin. Nämä ulottuvuudet ovat ekologinen kestävyys, taloudellinen kestävyys ja sosiokulttuurinen kestävyys. Kestävyys toteutuu asiakastyytyväisyytenä, kannattavana liiketoimintana sekä hyvinä työoloina, kun kestävyden osat alueet ovat tasapainossa. (Verhelä, 2016, s. 145–146.)

4.2 Agenda 2030

Maailmanlaajuista kestävästä kehityksestä työtä ohjaa Agenda 2030, YK:n toimintaohjelma, jonka tavoitteena on poistaa äärimmäinen köyhyys ja ohjata maailman kaikkia maita kestävästä kehitykseen, jossa otetaan huomioon sekä

ihminen, ympäristö että talous tasavertaisesti. Toimintaohjelma on jaoteltu 17 tavoitteeseen, jotka esitellään kuvassa 2. (YK-liitto, 2023a.) Koska kestävä matkailua kehitetään kestävä kehityksen periaatteiden pohjalta, nämä tavoitteet ovat yhtä lailla kestävä matkailun tavoitteita.



Kuva 2. Agenda 2030: Kestävä kehityksen tavoitteet (YK-liitto, 2023b)

UNWTO esittää, että Agenda 2030:n kaikkiin tavoitteisiin voidaan vaikuttaa myös matkailuliiketoiminnan osalta, joko suoraan tai epäsuorasti. Vastuullisesti ja kestävästi toteutettu matkailu voi edistää talouskasvua ja tuoda tuloja työpaikkojen luomisen kautta, edistää yrittäjyyttä ja vahvistaa heikommassa asemassa olevien ryhmien, kuten naisten ja nuorten asemaa. Tämä edistää ensimmäisen tavoitteen, köyhyyden poistamisen, toteutumista. Toinen tavoite on poistaa nälkä. Paikallisen tuotannon, sen käytön ja myynnin edistäminen matkailukohteissa voi vauhdittaa maatalouden tuottavuutta. Tämä voi edesauttaa kestävämmän maatalouden kehittymiseen ja tulojen nousuun lisäten samalla matkailuelämyksen arvoa. (UNWTO, 2022b.)

Kolmas tavoite on edistää terveyttä ja hyvinvointia. Ulkomailta tulevia matkailu- ja verotuloja tulisi investoida uudelleen palveluihin ja terveydenhuoltoon, joiden tavoitteena tulisi olla sairauksien ehkäisy, lapsikuolleisuuden vähentäminen ja

äitien terveyden parantaminen. Hyvä koulutus on Agenda 2030:n neljäs tavoite. Matkailun menestymisen kannalta koulutettu työvoima on ensisijaisen tärkeää ja se voi kannustaa investoimaan koulutuksen tukemiseen, sekä mahdollistaa työvoiman liikkuvuus rajat ylittävillä sopimuksilla, jotka koskevat pätevyyskysymyksiä, sertifiointeja ja standardeja. (UNWTO, 2022b.)

Viides tavoite on edistää sukupuolten tasa-arvoa. Matkailu voi mahdollistaa naisten aseman vahvistumista tarjoamalla työpaikkoja ja tulonhankintamahdollisuuksia erikokoisissa matkailuun liittyvissä yrityksissä. Matkailu on yksi aloista, joka työllistää etenkin naisia ja sillä on siksi potentiaalia auttaa naisia osallistumaan ja vaikuttamaan kaikilla yhteiskunnan osa-alueilla. Kuudennen tavoitteen, puhtaan veden ja sanitaation saatavuuden, toteutumisessa matkailulla voi olla erityinen rooli. Tehokas veden käyttö ja asianmukaiset toimet jätevesien hallintaan ja saastumisen ehkäisyyn ovat avainasemassa elintärkeän luonnonvaran turvaamisessa. (UNWTO, 2022b.)

Seitsemäs tavoite on turvata edullisen ja puhtaan energian saatavuus. Matkailu vaatii merkittäviä määriä energiaa ja se voi nopeuttaa siirtymistä uusiutuvaan energiaan edistämällä järkeviä ja pitkäaikaisia investointeja kestäviin energialähteisiin. Kahdeksannen kohdan tavoitteessa matkailu on mainittu erikseen. Ihmisarvoista työtä ja talouskasvua tavoitellessa matkailulla on erityinen merkitys, sillä se tarjoaa jopa joka 11. ihmiselle työpaikan kautta maailman. Tavoitteena on kestävästi tukea paikallista kulttuuria ja tuotteita, sekä luoda työpaikkoja. (UNWTO, 2022b.)

Yhdeksäs tavoite on edistää kestävä teollisuutta, innovaatioita ja infrastruktuureja. Matkailun kehittäminen perustuu toimivaan ja hyvään julkiseen ja yksityiseen infrastruktuuriin sekä innovatiiviseen ympäristöön. Täten ala voi olla myös kannustamassa näiden kehittämistä kestävämmiksi, resurssitehokkaammiksi ja puhtaammiksi ja samalla houkuttaa sekä matkailijoita että ulkomaisia investoijia. Kestävä teollistuminen on myös talouskasvun, kehityksen ja innovoinnin edellytyksenä. (UNWTO, 2022b.)

Eriarvoisuuden vähentämisessä matkailulla voi olla myös tehokas rooli, jos se saa paikallisen väestön ja keskeiset sidosryhmät mukaan kehittämiseen. Matkailun avulla voidaan edistää kaupunkien uudistumista ja maaseudun kehittämistä ja vähentää epätasapainoa alueilla antamalla yhteisöille mahdollisuus menestyä kotipaikassaan. Erityisen merkittävä mahdollisuus tämä on kehitysmaille, joiden kokonaisviennistä matkailulla on usein suuri osuus. (UNWTO, 2022b.)

Kestävät kaupungit ja yhteisöt ovat yhdestoista tavoite. Voidaan sanoa, että kaupunki, joka ei ole hyvä asukkailleen, ei ole hyvä myöskään turisteille. Täten kestäväällä matkailulla on potentiaalia edistää infrastruktuuria, saavutettavuutta, alueiden uudistumista ja auttaa kulttuuri- ja luonnonperintöjen säilyttämisessä. Asukkaat hyötyvät toimista, jotka houkuttelevat matkailijoita. Vastuullista kuluttamista tavoitteleva kahdestoista kohta on toinen, jonka asetuksissa matkailu on erikseen mainittu. Sen mukaan on välttämätöntä kehittää ja ottaa käyttöön työkaluja kestävän kehityksen vaikutusten seuraamiseksi matkailun alalla, sillä ala luo työpaikkoja ja edistää tietoisuutta paikallisista kulttuureista ja tuotteista. (UNWTO, 2022b.)

Kahdestoista tavoite, kulutus- ja tuotantotapojen kestävyys matkailusektorilla, on merkittävässä roolissa maailmanlaajuisessa siirtymisessä kohti kestäväää kehitystä, ja tavoitteena on kehittää ja ottaa käyttöön keinoja kestävän kehityksen vaikutusten seuraamiseksi matkailualalla. Tähän tavoitteeseen on erikseen sisällytetty matkailun merkitys tavoitteen edistämiseksi. (UNWTO, 2022b.)

Matkailulla on vaikutus ilmastonmuutokseen ja ilmastonmuutoksella matkailuun. Matkailun edun mukaista on olla mukana globaalissa ilmastonmuutoksen vastaisessa toiminnassa. Vähentämällä energiankulutusta ja siirtymällä uusiutuviin energialähteisiin erityisesti kuljetus- ja majoitusalailla matkailu voi auttaa vastaamaan yhteen aikamme vakavimmista haasteista, tämä on UNWTO:n listalla kolmantentoista tavoitteena. (UNWTO, 2022b.)

Neljästoista tavoite on säilyttää meret ja niiden tarjoamat luonnonvarat, sekä edistää niiden kestävästä käyttöä. Matkailun suurimpia osa-alueita on rannikko- ja merimatkailu, joiden tulevaisuus riippuu terveistä meriekosysteemeistä. Matkailua on kehitettävä siten, että se auttaa suojelemaan ja säilyttämään näitä hauraita systeemejä ja toimii välineenä sinisen talouden edistämiseksi. (UNWTO, 2022b.)

Maanpäällisen elämän suojeleminen, viidestoista tavoite, koskettaa matkailua suuresti. Henkeäsalpaavat maisemat, koskemattomat metsät, luonnon monimuotoisuus ja luonnonperintökohteet ovat juuri niitä syitä, miksi turistit vierailevat monissa kohteissa. Kestävän matkailun rooli on merkityksellinen luonnon monimuotoisuuden säilyttämisessä, koska se pyrkii vähentämään jätettä ja kulutusta, suojelemaan alkuperäistä kasvistoa ja eläimistöä sekä edistää tietoisuutta. (UNWTO, 2022b.)

Rauhaa ja oikeudenmukaisuutta koskeva kuudestoista tavoite liittyy matkailuun etenkin eri kulttuuritaustaisten ihmisten kohtaamisten vuoksi. Kestävä matkailu voi edistää suvaitsevaisuutta ja ymmärrystä eri kulttuurien ja uskontojen välillä, tarjota toimeentulon lähteen, kannustaa yrittäjyyteen ja vahvistaa kulttuurillista identiteettiä ja täten auttaa estämään väkivaltaa ja konflikteja, sekä auttaa yhteiskuntia konfliktien jälkeen rauhan rakentamisessa. Yhteistyö ja kumppanuus kestävän matkailun tavoitteina ovat välttämätön ja keskeinen perusta alan kehittämiseksi. Agenda 2030:n seitsemästoista tavoite on vahvistaa yksityisen ja julkisen sektorin kumppanuuksia ja saada kansainvälisiä, kansallisia, paikallisia ja alueellisia sidosryhmiä toimimaan yhteisen tavoitteen saavuttamiseksi. (UNWTO, 2022b.)

4.3 Visit Finland ja Sustainable Travel Finland –kehitysohjelma

Visit Finlandin tarkoituksena on kehittää Suomea matkailukohteena kansainvälisillä markkinoilla tukemalla yritysten, yritysryhmien ja matkailualueiden kestävästä kasvusta. Visit Finlandin Strategia 2021–2025

mukaan tavoite on tehdä Suomesta kestävä, turvallinen ja luotettava matkakohde, joka tunnetaan maailman johtavana kestävä matkailun maana ja pohjoismaiden houkuttelevimpana matkailukohteena vuoteen 2025 mennessä. Kestävyyden nostaminen keskeiseksi ja kokonaisvaltaiseksi osaksi Suomen näkyvyyttä maailmalla vaatii kestävyden huomioimisen kaikissa matkailuhankkeiden, -palveluiden ja -tuotteiden kehittämisissä. Visit Finland haluaa tuottaa lisäarvoa kumppaneilleen sekä panostaa pitkäjänteisesti ja tavoitteellisesti yhteistyökumppanuuksiin, jotka ovat valmiita edistämään digitalisaatiota, vastuullisuutta ja kestävyttä. (Visit Finland, 2020, s. 5, 10–12, 15, 29.)

Suomen kestävä matkailu on tarkoitus keskittää Visit Finlandin Sustainable Travel Finland (STF)-ohjelman ympärille ja varmistaa, että kansainvälisillä markkinoilla olevilla matkailuyrityksillä olisi käytössä STF-merkki (Kuva 3). STF-ohjelman avulla kohteet ja yritykset voivat kehittää kestävämpiä toimintatapoja kulkemalla valmista kehittämisspolkua ja saavuttaa Sustainable Travel Finland-merkin, joka viestii matkailijoille kestävämmästä toiminnasta. Merkin saaneet yritykset ja alueet saavat lisänäkyvyyttä Visit Finlandin kanavissa, markkinointitukea, sekä uusinta tietoa matkailun kestävästä kehityksestä ja jatkuvan kehittämisen mallin. STF-merkki tulee uusia säännöllisesti, sillä kestävä matkailun toimenpiteet muodostavat jatkuvan kehityspolun. (Business Finland, 2022b; Visit Finland, 2020, s. 12.)



Kuva 3. Sustainable Travel Finland -merkki (Visit Finland, 2023a).

STF-merkki ei itsessään ole sertifiointi, vaan sen avulla on tarkoitus koota yhteen kestävästä matkailusta edistävät sertifikaatit ja tukea markkinointia. Matkailualueille suunnatun STF-ohjelman tarkoituksena on auttaa kohteita kehittämään kestävästä matkailusta pitkällä tähtäimellä ja koota STF-merkin alle alueen yritykset, joilla kyseinen merkki on. Tämän avulla voidaan lisätä alueen tunnettavuutta kestävästä matkailukohteena. Tavoitteena on myös edistää yhteistyötä kestävästä matkailusta osalta alueorganisaation, yritysten, kunnan ja muiden julkisten toimijoiden välillä. (Visit Finland, 2023a.)

Yritykset ja kohteet, jotka hakeutuvat mukaan STF-ohjelmaan, saavat käyttöönsä Kestävästä matkailusta e-oppaan. Opas antaa tarvittavan tiedon STF-polun seuraamiseen sekä perehdytyksen kestävästä matkailusta ja yritysvastuuseen. Käyttöön tulee lisäksi online-alusta, jolla todennetaan tehdyt toimenpiteet. Yritykset ja kohteet seuraavat seitsemän askeleen polkua, jonka kriteerien täytyttyä myönnetään STF-merkki. (Business Finland, 2022b.)

4.3.1 STF-ohjelman seitsemän askelta

Ensimmäinen askel STF-polulla on sitoutuminen, mihin sisältyy virallisen päätöksen tekeminen kestävästä matkailusta edistämiseksi ja sitoutuminen kestävästä matkailusta valtakunnallisten periaatteiden noudattamiseen. Lisäksi tulee nimetä kestävästä matkailusta koordinoiva henkilö. (Visit Finland, 2023b.) Toinen askel on osaamisen kasvattaminen. Kestävästä matkailusta e-oppaaseen tutustuminen ja osallistuminen Visit Finland Akatemian Sustainable Travel Finland -valmennukseen kasvattavat osaamista aiheesta. Lisäksi online-itsearviointin kautta tulee tehdä nykytilan kartoitus. (Visit Finland, 2023c.)

Kehittämissuunnitelma on polun kolmas askel. Suunnitelman kestävästä matkailusta kehittämiseksi tulee sisältää lähtötilanteen kuvaus ja toimenpidesuunnitelma. Lisäksi tulee huomioida ne yrityksen toiminnot, jotka liittyvät STF-merkkiin. Suunnitelmassa tulee huomioida kestävyys eri osa-alueet – taloudellinen, ekologinen ja sosiokulttuurinen – ja suunnitelma tulee päivittää aina STFmerkin uusimisen yhteydessä. (Visit Finland, 2023d.) Neljäntenä askeleena on vastuullisuusviestintä. Vastuullisuusviestintään

kuuluu kestävän matkailun toimenpiteistä viestiminen kansainväliselle yleisölle. Viestinnän tulee olla läpinäkyvää. (Visit Finland, 2023e.)

Viides askel sisältää sertifiointin ja auditoinnin. Yrityksellä tulee olla jokin Visit Finlandin hyväksymä sertifikaatti, joka tukee kestävää matkailua tai sellaista vastaava ohjelma. Kohteen yritysverkoston matkailuyrityksistä 51 %:lla, liikevaihdollisesti ja määrällisesti, tulee olla STF-merkki, jotta kohde voi saavuttaa STF-merkin. (Visit Finland, 2023f.) Kuudentena ovat todentaminen ja mitattavuus. STF-ohjelman asettaman kriteeristön täytyminen todennetaan onlinealustalla. Lisäksi tulee sitoutua kestävän matkailun valtakunnallisiin indikaattoreihin, jotka on otettu käyttöön 2022. (Visit Finland, 2023g.)

Viimeisen askeleen kohdalla tehdään sopimus Visit Finlandin kanssa STFmerkin käytöstä ja hyväksytään merkin käytösäännöt. Lisäksi sitoudutaan päivittämään osaamista, itsearviointia, kehittämissuunnitelmaa ja indikaattoreita, jotta STF-merkki voidaan uusia vähintään kolmen vuoden välein tai sertifikaatin kanssa samaan aikaan. Seitsemäs askel sisältää siis sopimuksen ja jatkuvan kehittämisen. (Visit Finland, 2023h.)

4.3.2 Visit Finlandin hyväksymät sertifiointit ja ohjelmat

Vastuullisuus saattaa olla ratkaiseva kriteeri matkailijalle, joka pohtii lomakohdettaan. Toisaalta vastuullisuudesta viestiminen lisää mahdollisesti matkailijoiden tietämystä ja ymmärrystä aiheesta. Sertifioinneilla ja niistä kertovilla logoilla voidaan selkeästi kertoa asiakkaille yrityksen tekemästä työstä ympäristön hyväksi. Sertifiointiohjelmat ovatkin yksi keino viestiä yrityksen vastuullisuuden tilasta ja kehittää toimintaa vapaaehtoisen, yrityksen ulkopuolisen tahon antamin työkaluin. (Business Finland, 2022d.)

Visit Finland on listannut kestävän matkailun sertifiointeja ja ohjelmia, joita matkailutoimijat ja matkanjärjestäjät Suomessa voivat käyttää toimintansa kehittämiseen sekä kestävyuden todentamiseen. Visit Finlandin mukaan jo lähes tuhat matkailuyritystä on Suomessa mukana jossakin näistä ohjelmista, ja samalla siis sitoutunut kehittämään toimintaansa vastuullisemmaksi.

Seuraavat sertifikaatit hyväksytään suoraan osaksi STF-merkkiä; Biosphere, Blue Flag, Eceat Suomi, EGLA Corporate Certificate, Ekokompassi, Emas, EU Ecolabel / EU-ympäristömerkki, Geo Golf, Good Travel Seal ja Virus-Aware Seal, Green Globe, Green Key, Green Activities, HI-Quality & Sustainability (HI-Q&S), ISO 14001, ISO 20121, Joutsenmerkki, Kirkon Ympäristödiplomi, Roope-satama, TourCert, Travelife for Accomodation, Travelife for Tour Operators ja WWF Green Office. STF-merkkiä tavoittelevalla yrityksellä tulisi olla jokin näistä sertifikaateista. (Business Finland, 2022c.)

Biosphere-sertifikaatin myöntää Responsible Tourism Institute (RTI), jonka tavoite on edistää kestävän kehityksen toimia ja ohjelmia biosfäärialueiden matkailuyrityksissä ja -kohteissa. Järjestelmä perustuu YK:n 17 kestävän kehityksen tavoitteeseen. Biosfäärialueet ovat kestävän kehityksen mallialueita, joissa yhdistetään ympäristötutkimus, luonnonvarojen kestävä käyttö ja ympäristön monimuotoisuuden suojelu. Prosessi toimii online-muodossa ja tarjoaa osallistujille tapahtumia, tukea ja koulutusta. (Biosphere Sustainable, n.d.; Visit Finland, 2023i.)

Myös *Blue Flag*-sertifikaattiohjelma toimii YK:n 17 kestävän kehityksen tavoitteen edistämiseksi. Tähän kansainväliseen ympäristöohjelmaan voivat osallistua rannat, venesatamat ja veneilyretkiyritykset. Tavoitteena on edistää ympäristön ja yhteiskunnan kannalta kestävämpiä toimintatapoja vesillä ja sen äärellä toimiviin vapaa-ajan toimijoihin. Ympäristökuormituksen vähentäminen, ympäristötietoisuuden lisääminen ja ympäristön arvostamisen kasvattaminen ovat ohjelman keskeisiä tavoitteita. Blue Flagin kattojärjestö on FEE international. (Blue Flag, n.d.; Visit Finland, 2023i.)

ECEAT Suomi ry eli Suomen luomumatkailuyhdistys perustaa toimintansa kansainvälisen ECEAT-järjestön (European Centre for Ecological and Agricultural Tourism) malliin. ECEAT Suomi ry:n verkostoon voivat hakeutua matkailupalveluja tarjoavat luomutilat, ympäristövastuulliset majatalot, kurssikeskukset, paikallismuseot, pienet hotellit ja leirintäalueet, ekokylät ja -yhteisöt sekä muut majoitus- ja vierailukohteet, jotka panostavat ympäristönsuojeluun ja paikalliseen kulttuuriin. Yhdistyksen tavoitteena on

tukea luonnon- ja ympäristönsuojelua, luomuviljelyä, kestävää maankäyttöä, maaseudun ekologisia toimeentulomahdollisuuksia sekä kulttuuriperinnön ja maisemien suojelua. Kohteiden on täytettävä laatuvaatimukset, joissa korostuvat ekologinen, kulttuurinen ja sosiaalinen kestävyys. (Suomen luomumatkailuyhdistys – ECEAT Suomi ry, n.d.; Visit Finland, 2023i.)

Riippumaton, voittoa tavoittelematon ja itsenäinen *EGLA Corporate Certificate* on järjestö, jonka tavoitteena on auttaa organisaatioita näkemään yritysten mahdollisuudet menestyä rakentamalla yhdessä kestävää tulevaisuutta. Kestävä kehitys ja kiertotalous lisäävät kehitysmallin mukaan tuloksia. Prosesissa organisaatioille koulutetaan omat osaajat ja kehittämisen ja oppimisen tukena on EGLA:n E-akatemia. (EGLA Global, n.d.; Visit Finland, 2023i.)

Toimialariippumaton ympäristöjärjestelmä *Ekokompassi* pohjautuu ISO 14001-standardiin. Ekokompassi on yritys, jonka omistaa Suomen luonnonsuojeluliitto. Asiantuntijan avulla organisaatiolle rakennetaan omiin tarpeisiin sopiva ympäristöohjelma, jonka toteutuminen auditoidaan ulkopuolisesti ympäristösertifikaatin saavuttamiseksi. (Ekokompassi, n.d.)

EMAS (the Eco-Management and Audit Scheme) on ympäristöjärjestelmä, joka on tarkoitettu kaikille organisaatioille ja yrityksille. Se toimii ympäristöjohtamisen välineenä ja sen avulla organisaatio oppii tunnistamaan toimintansa, tuotteidensa ja palvelujensa ympäristövaikutukset ja vaikuttamaan niihin suunnitelmallisesti negatiivisten vaikutusten vähentämiseksi. Organisaatio sitoutuu noudattamaan ympäristölainsäädäntöä, parantamaan ympäristönsuojelun tasoa jatkuvasti ja raportoimaan julkisesti ympäristöasioista. EMAS-järjestelmä koostuu kansainvälisen ISO 14001 -ympäristöjärjestelmästandardin mukaisesta ympäristöjärjestelmästä sekä ympäristöraportista eli EMAS-selonteosta. (Ympäristöhallinnon yhteinen verkkopalvelu, 2023.)

EU-ympäristömerkki (EU Ecolabel) on osa kestävästä kulutuksesta ja tuotantoa koskevaa politiikkaa Euroopan yhteisössä. Tavoitteena on vähentää

kulutuksen ja tuotannon kielteisiä ympäristö-, terveys- ja ilmastovaikutuksia edistämällä sellaisten tuotteiden myyntiä, joilla on korkea ympäristönsuojelullinen taso. Merkin kriteerit laativat ja merkin myöntää riippumaton kolmas osapuoli. (EU-ympäristömerkki, n.d.)

Saksalainen matkanjärjestäjäportaali ja kestävän matkailun verkosto *Forum Anders Reisen* edellyttää sertifioiduilta jäseniltään kestävän kehityksen prosessin omaksumista ja kriteerien täyttymistä. Kriteereihin kuuluu sitoutuminen ympäristön suojelemiseen, resurssien säästämiseen ja vieraiden kulttuurien kunnioittamiseen. (Visit Finland, 2023i.)

Geo (Golf Environment Organisation) ekoleima on suunnattu Golf-kentille ja tapahtumille kautta maailman. GEO-sertifikaatti velvoittaa dokumentoimaan golf-kenttien ympäristötoimenpiteistä ja panostamaan kestävän kehityksen toimenpiteisiin. Ympäristö, ihminen ja talous tulee huomioida tasavertaisesti päätöksissä ja toiminnassa. (Sustainable Golf, n.d.; Visit Finland, 2023i.)

Good Travel Seal (GTS) ja *Virus-Aware Sel (VAS)* ovat soveltuvia kaikille matkailuyrityksille ja matkailuun liittyville toimijoille ja ne on suunniteltu erityisesti pienille ja keskisuurille yrityksille. GTS-ohjelmaan kuuluu 57 kriteeriä ympäristön, sosiaalisen vastuun, terveyden ja turvallisuuden alueilla. Virus-Aware Seal voidaan hyväksyä STF-ohjelmaan vain osana Good Travel Sealia, sen avulla arvioidaan ja mitataan kohteen turvallisuutta ja terveydellisiä näkökulmia. (Good Travel Guide, n.d.; Visit Finland, 2023i.)

Korkean tason kansainvälinen kestävän matkailun standardi *Green Globe* pohjaa kriteerinsä seuraaviin ohjelmiin; Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC), Global Partnership for Sustainable Tourism Criteria (STC Partnership), Agenda 21, ISO 9001 / 14001 / 19011. Green Globen kohderyhmänä ovat matkailutoimialojen kansainväliset yritykset laajalti, kuten esimerkiksi matkanjärjestäjät, matkailualan organisaatiot, ravintolat, majoitusliikkeet, liikenneyhtiöt, matkustaja-alukset, kylpylät ja kongressipalvelut. (Green Globe, n.d.; Visit Finland, 2023i.)

Green Key -sertifiointi perustuu YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin. Green Key on kansainvälinen ohjelma, joka sitouttaa yritykset lisäämään jatkuvasti toimintansa sosiaalisia ja paikallistaloudellisia hyötyjä ja vähentämään ympäristön kuormittamista. Kriteerit huomioivat tehokkaasti ja käytännönläheisesti matkailualan ominaispiirteet. Suomessa jo yli sadalla majoituskohteella ja useilla ravitsemisliikkeillä ja käyntikohteilla on tämä sertifikaatti. Green Key sertifikaattia hallinnoi kansainvälinen FEE (Foundation for Environmental Education) ympäristökasvatusjärjestö. (Green Key, 2023a; Visit Finland, 2023i.)

Green Activities vastuullisuusohjelma ja -sertifikaatti on kehitetty Green Key ohjelman pohjalta ja suunnattu ohjelmapalveluita ulkoilmassa tarjoaville pienille yrityksille, jotka toimivat kestävän kehityksen periaatteiden mukaan. Tämä on Pohjoismaiden ainoa vastuullisuussertifikaatti, joka sisältää matkailualan eläinten hyvinvointia koskevia kriteerejä. (Green Key 2023b.)

Global Sustainable Tourism Council (GSTC) hallinnoi kestävän matkailun maailmanlaajuisia standardeja. GSTC hyväksyy tahot, jotka tekevät sertifiointeja ja auditointeja matkailualan tuotteille ja palveluille. GSTC:n rooli on sertifiointiohjelmien maailmanlaajuinen akkreditointi eli valtuutus, joka antaa kolmannen osapuolen auditoida ja sertifioida yrityksiä. GSTC-akkreditoitujen, sertifioidujen yritykset voidaan hyväksyä mukaan STF-ohjelmaan. (GSTC, 2023a; Visit Finland, 2023i.)

Hi-Quality & Sustainability (HI-Q&S) on Hostelling Internationalin laajennettu laadunhallintajärjestelmä, joka ottaa huomioon hostellien kestävän kehityksen toimet. Sertifioidut hostellit saavat oikeuden käyttää Hi-Q&S-logoa. Hi-Q&Ssertifiointi on GSTC-akkreditoitu. (GSTC, 2023b; Visit Finland, 2023i.)

ISO 14001 on maailman tunnetuimpia ympäristöasioiden hallintajärjestelmiä. Se soveltuu kaiken kokoisille yrityksille ja organisaatioille toimialasta riippumatta, yksityisellä ja julkisella sektorilla. Ympäristöasioiden ja kestävän kehityksen edistäminen ja hallinta onnistuu ISO 14001 -standardin avulla kokonaisvaltaisesti. Se määrittelee organisaation menetelmät, prosessit ja

resurssit ympäristötavoitteiden parantamiseksi. (Suomen standardisoimisliitto SFS Ry, 2023a.)

Kestävän tapahtumahallinnan sertifiointistandardi *ISO 20121* kattaa tapahtumien sosiaaliset, taloudelliset ja ympäristönäkökulmat, sekä korostaa riskien minimoimista. Se sopii kaikkiin tapahtumiin pienistä markkinoista suuriin messuihin ja kattaa tapahtumien johtajat, järjestäjät ja alihankkijat. Iso 20121-sertifikaatteja myöntävät sertifiointialan yritykset. (Suomen standardisoimisliitto SFS Ry, 2023b; Visit Finland, 2023i.)

Pohjoismainen *Joutsenmerkki* on Suomen ja koko markkina-alueensa tunnetuin ympäristömerkki. Pelkästään Suomen markkinoilla on noin 15 000 Joutsenmerkittyä palvelua ja tuotetta. Joutsenmerkki voidaan myöntää tuotteelle tai palvelulle sen täytettyä kunnianhimoiset ympäristövaatimuskriteerit. Kriteerit ovat kokonaisvaltaiset ja niiden täyttäminen auttaa hillitsemään ilmastonmuutosta, tukee luonnon monimuotoisuutta ja edistää kiertotaloutta sekä resurssitehokkuutta. Lisäksi keskiössä ovat kemikaaleihin ja terveyteen liittyvät vaatimukset. Suomessa on useita kymmeniä Joutsenmerkittyjä majoitus- ravintola- ja konferenssiyrityksiä. (Joutsenmerkki, n.d.; Visit Finland, 2023i.)

Kirkon ympäristödiplomi on osa Suomen evankelisluterilaisen kirkon ympäristötyötä, jonka pohjana ovat lisäksi Kirkon energia- ja ilmastostrategia Hiilineutraali kirkko 2030 ja Kirkon ilmasto-ohjelma Kiitollisuus, kunnioitus, kohtuus. Kirkon ympäristödiplomi on laadittu, jotta seurakunnat voivat kantaa ympäristövastuussa osansa ja olla esimerkillisiä omissa toiminnoissaan. Diplomin avulla voidaan ottaa paremmin huomioon toiminnan vaikutukset ympäristöön, minimoida riskejä, ennakoida tulevaisuuden haasteita ja tarjota apua toimintojen kehittämiseen. Kirkon ympäristödiplomi perustuu ISO 14001 -standardiin. (Suomen Ev. Lut. Kirkko, n.d.; Visit Finland, 2023i.)

Roope-satama on Pidä Saaristo Siistinä ry:n ympäristöohjelma suomalaisille venesatamille. Ohjelman tavoitteena on auttaa kaiken kokoisia venesatamia kehittymään ympäristö- ja turvallisuusnäkökulmat huomioiden, sekä samalla

edistää saaristo- ja järviluonnon hyvinvointia. Myös venesatamien käyttäjiä ohjataan toimimaan näiden näkökulmien mukaan. (Pidä Saaristo Siistinä ry, n.d.)

Voittoa tavoittelematon *TourCert* on matkailun sertifiointijärjestö, joka tarjoaa opastusta kestäväan matkailuun destinaatioille, yrityksille ja matkailijoille. TourCert tekee yhteistyötä erilaisten sidosryhmien, kuten viranomaisten ja tutkimuslaitosten kanssa. Sertifiointi pohjautuu ISO- ja EMAS-standardeihin ja se vastaa myös GSTC:n kriteerejä. (TourCert, n.d.; Visit Finland, 2023i.)

Travelife for Accomodation on kansainvälinen majoituksen kestävyysohjelma ja sertifiointin vaatimukset ovat kokonaisvaltaiset. Ne kattavat ympäristöasioiden hallinnan, päästöt, luonnon monimuotoisuuden säilyttämisen, ihmisoikeudet, yhteisön tukemisen, lasten suojelun ja eläinten hyvinvoinnin ja sertifiointi on GSTC:n tunnustama. (Travelife, 2023a; Visit Finland 2023i.)

Travelife for Tour Operators on johtava koulutus-, johtamis- ja sertifiointiohjelma matkailuyrityksille, jotka haluavat sitoutua edistämään kestäväa kehitystä. Travelife for Tour Operators auttaa matkanjärjestäjiä ja matkatoimistoja hallitsemaan ja parantamaan sosiaalisia ja ympäristövaikutuksia noudattamalla kestäväa kehityksen kriteerejä. Ohjelma tarjoaa laajan valikoiman palveluita, jotka sisältävät koulutusta, hallintaa, suunnittelua, raportointia ja B2Btyökaluja. (Travelife, 2023b; Visit Finland 2023i.)

WWF Green Office toimii organisaation ympäristöjohtamisen apuna ja auttaa pienentämään työpaikan hiilijalanjälkeä ja käyttämään luonnonvaroja harkitusti. Green Office tarjoaa valmiin mallin, jonka avulla organisaatio voi rakentaa omiin tarpeisiinsa sopivan ympäristöjärjestelmän. Järjestelmän itsearviointilla selvitetään negatiiviset ympäristövaikutukset ja niiden perusteella asetetaan tavoitteet toiminnan kehittämiseksi. Sertifikaatin saaminen edellyttää tavoitteiden saavuttamista ja toiminnan auditoimista sekä jatkuvaan toiminnan parantamiseen sitoutumista. (WWF Green Office, n.d.)

Edellä mainittujen sertifikaattien lisäksi UNESCO:n maailmanperintökohteilla ja Metsähallituksen luontopalveluilla on yhteiset kestävän matkailun periaatteet ja seuranta työkalu niiden toteutumisen seurantaan. Näitä periaatteita noudattavat organisaatiot ja kohteet voivat myös hakea STF-merkkiä. UNESCO on myös laatinut työkalupakin kestävän matkailun toteutumisen varmistamiseksi. (Business Finland, 2022c.) Nämä yhteiset kestävän matkailun periaatteet sisältävät kohteiden arvojen säilyttämisen ja niiden suojelun edistämisen tukemisen, ympäristön kuormituksen minimoimisen, paikallisuuden vahvistamisen, kohteiden tuottaman hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen, paikallistalouden ja työpaikkojen luomisen edistämisen ja kohteiden arvoista ja palveluista viestimisen yhdenmukaisesti. (Metsähallitus, 2016.)

Muut matkailun kestävyttä kuvaavat merkit, jotka täyttävät ISO 14024-kriteerit voivat myös täyttää Visit Finlandin vaatimukset STF-ohjelmaan sopivuudesta, kuten myös kestävän matkailun sertifioimattomat edelläkävijäryitykset. Näissä tapauksissa soveltuvuus selvitetään yhteistyössä Visit Finlandin kanssa.

5 MATKAILUKOHTTEEN JOHTAMINEN

Matkailukohteen tai -alueen johtamisesta puhutaan englanniksi ja usein suomeksikin lyhenteellä DMO, joka on lyhennetty sanoista Destination Management Organisation tai Destination Marketing Organisation. Yleisimmin Suomessa käytetään termiä matkailun alueorganisaatio DMO:sta puhuttaessa. Matkailun alueorganisaatiot ovat kohteiden yhteistyöorganisaatioita, joiden tehtävät ovat moninaisia, keskittyen erityisesti johtamiseen ja markkinointiin. Niiden tavoitteena on houkutella matkailijoita alueelle, tukea paikallisia yrittäjiä ja huomioida paikallisten asukkaiden hyvinvointi muiden toimien ohella. Saavuttaakseen uskottavuutta matkailun alueorganisaatioilta edellytetään pätevyyttä, johtajuutta ja taitoa viedä kohdetta eteenpäin. (Björk, 2017, s. 142.) Matkailun alueorganisaatioiden kolme avainaluetta ovatkin strateginen johtaminen, tehokas toimenpiteiden toteutus ja tehokas hallinto. Niiden tulisi huomioida kaikki kehittämisen osa-alueet ja olla toiminnan keskiössä koordinoimassa alueen toimijoita kohti kestävä ja kilpailukyistä matkailua, huomioiden alueen ominaispiirteet. (UNWTO, 2022a; Business Finland, 2019, s. 8.)

Business Finlandin selvityksen mukaan alueorganisaatioiden päätehtävinä Suomessa ovat vetovoimaisuuden edistäminen ja alueen brändin voimistaminen markkinoinnin ja myyntityön avulla. Osittain toimenpiteet vaihtelevat alueorganisaatioiden välillä, mutta tyypillisiä toteutustapoja ovat muun muassa yhteismarkkinoinnin suunnittelu, organisointi ja kumppanuuksien rakentaminen. Alueorganisaatioiden tehtäviin kuuluvat yleensä myös esimerkiksi matkailupalveluiden myynti ja välitys, matkailuneuvonta, matkailupalveluiden tuottaminen, markkinointimateriaalien tuottaminen, suuralue- ja yhteistyökampanjat, messut, myyntiworkshopt, promootio-tilaisuudet, media- ja vierailut, vaikuttajamarkkinointi, hankeneuvonta ja hankkeistaminen, yhteistyön edistäminen eri toimijoiden välillä, tilastojen kerääminen ja selvitysten teettäminen, koulutusten järjestäminen ja tarjoaminen sekä matkailuun liittyvien toimien edunvalvonta kunnan tai laajemman organisaation sisällä. (Business Finland, 2019, s. 16–17.)

Matkailun alueorganisaation yksi rooli on siis toimia alueen toimijoiden yhdistävänä toimeenpanijana ja avustaa kumppanuuksien kehittämisessä ja ylläpidossa. Kumppanuusyhteistyö on tärkeä osa matkailun alueorganisaation toimintaa ja sen avulla voidaan saavuttaa monia etuja. Kumppanuuksia voi esiintyä monilla eri tasoilla, kuten valtion virastojen, eri hallintotasojen ja yksityisen sektorin välillä. Kumppanuudet voivat perustua esimerkiksi taloudellisiin, sosiaalisiin tai ympäristöllisiin tarkoituksiin. Hyvät suhteet kumppanien välillä, säännöllinen yhteydenpito ja tehtävien ja hankkeiden koordinointi auttavat matkailualueen kehittämisessä. (World Tourism Organization Staff Content Provider & Unwto Author, 2007, s. 8.)

Matkailukohteen tehokas hallinta tuo alueelle monia etuja. Kilpailuetu saavutetaan kehittämällä kohteen nähtävyyksiä ja resursseja korostamalla sen ainutlaatuisia ominaisuuksia ja tarjoamalla korkeatasoisia kokemuksia. Nämä menestystekijät edellyttävät koordinoitua johtamistapaa, joka perustuu yhteisöllisiin näkemyksiin ja vahvoihin kumppanuuksiin. Kestävän matkailun kehittäminen asianmukaisella johtamisella ja suunnitellulla varmistaa, että kohde ja sen resurssit säilyvät ja pysyvät houkuttelevina myös tulevaisuudessa. Hyvä johtaminen myös voi auttaa välttämään sosiaalisia ja kulttuurillisia konflikteja ja estää matkailua vaikuttamasta haitallisesti paikallisiin elämäntapoihin, perinteisiin ja arvoihin. Matkailun hyötyjä voidaan johtamisen avulla hajauttaa koko matkailualueelle esimerkiksi tukemalla yhteisöpohjaisia matkailutuotteita ja kokemuksia, edistämällä maaseutu- ja elämysmatkailua, pienyritysten kehittämistä ja tukemalla taide- ja käsiteollisuutta. Toimivan ja tehokkaan alueorganisaation tuomia etuja ovat myös kohdistetun aluekehityksen ja kohdennetun markkinoinnin avulla pidentyneet vierailijoiden keskimääräiset oleskeluajat ja kausiluonteisuuden väheneminen, sekä vahvan ja elävän brändi-identiteetin rakentuminen. (World Tourism Organization Staff Content Provider & Unwto Author, 2007, s. 9.)

6 TUTKIMUS JA SEN TOTEUTUS

6.1 Tutkimusote

Tämä opinnäytetyö on toteutettu tutkimuksellisena kehittämistyönä, sillä konkreettista tuotosta ei lopputuloksena synny. Tutkimuksellisen kehittämisen tavoite on löytää uutta tietoa työelämän käytännöistä ja ratkaista todellisia ongelmia ja tyypillisesti sitä tehdessä käytetään monia kehittämistyön menetelmiä rinnakkain. Työn tulokset on tarkoitus jalkauttaa käytäntöön ja saatu tieto käyttöön ammattilaisille. (Humak University of Applied Sciences, 2022a.)

Kehittämistarvetta voidaan selvittää useilla eri tavoilla, kuten kyselyllä, kenttätyöstä kerätyllä aineistolla, käyttämällä benchmarkkausta, osallistuvaa havainnointia tai monia muita menetelmiä. Tärkeimmäksi asiaksi on nostettu se, että lukija pystyy seuraamaan tulosten ja tuotosten syntymistä opinnäytetyössä. Opinnäytetyöntekijän on myös objektiivisesti analysoitava syntynyttä aineistoa ja tehtävä siitä johtopäätöksiä. (Humak University of Applied Sciences, 2022b.)

6.2 Aineiston kerääminen ja analysointi

Tämä tutkimuksellinen kehittämistyö toteutettiin monimenetelmällisenä ja tiedonkeruutapana käytettiin kyselyä. Vilkan (2021, luku 4, Tutkimusaineiston keräämisen tavat) mukaan kyselylomake on tyypillisin tapa kerätä aineistoa määrällisessä tutkimuksessa. Tämä tapa mahdollistaa nopean tiedonkeruun suurelta ja hajallaan olevalta joukolta ja vastaaja jää tuntemattomaksi. Kyselyn riskinä on alhainen vastausprosentti, jota sanotaan tutkimusaineiston kadoksi. Tähän kyselyyn vastasi noin 26 % yrityksistä, joille se lähetettiin.

Heikkilän (2014, s. 45–46) mukaan kyselyn laatijan tulee ottaa huomioon kyselyä suunnitellessa se, että kysymykset on suunniteltu huolellisesti ja muotoiltu oikein. Tämä edellyttää, että tutkimuksen tavoite on selvillä, jotta voidaan tietää, mihin kysymyksiin tarvitaan vastaukset. Kyselylomake tulee

myös lähettää testijoukolla ennen sen lähettämistä tutkittavalle joukolla, jotta kyselyä voidaan tarvittaessa vielä muokata ja kehittää kommenttien perusteella (Ojasalo ym., 2014, s. 133). Kysely testattiin testijoukolla ennen sen lähettämistä tutkittavalle joukolla ja muutoksia tehtiin muutamia testijoukon ehdotusten perusteella.

Tämä kysely toteutettiin lähettämällä saatekirje (LIITE 1) ja linkki Microsoft Forms -kyselyyn. Kysely lähetettiin toimeksiantajan kautta, sillä toimeksiantaja on alueen matkailuyrityksille tuttu ja luotettava kumppani. Kysely suoritettiin tammikuussa 2023, sillä toimeksiantajan ja tämän opinnäytetyön tekijän arvion mukaan kyselyyn vastaamiseen olisi yrityksillä riittävästi voimavaroja joulusesongin jälkeen. Kysely oli saatavilla 17.1.–27.1. ja muistutusviesti lähetettiin 24.1. jotta vastauksia saataisiin enemmän.

Kyselyssä käytettiin sekä avoimia että strukturoituja kysymyksiä. Myös strukturoiduissa kysymyksissä oli mahdollisuus vastata avoimesti. Avoimet kysymykset kuuluvat laadullisiin tutkimusmenetelmiin. Laadullista tutkimusta tehdään usein silloin, kun halutaan ymmärtää aihetta paremmin ilman aiempaa tietoa aiheesta. Käyttämällä useampaa aineistoa ja erilaisia tiedonkeruumenetelmiä voidaan lisätä tulosten luotettavuutta. (Ojasalo ym., 2014, s. 105.) Ilman avoimia kysymyksiä tämä kysely ei olisi voinut antaa vastaajille mahdollisuutta kertoa vastauksia laajasti ja monipuolisesti. Aikaisempaa tietoa alueen matkailuyrittäjiltä ei myöskään ole kerätty, joten avoimilla kysymyksillä voitiin saada syvällisempää tietoa aiheesta.

Kyselyn kysymyksissä (LIITE 2) oli tarkoituksena ottaa huomioon olennaisimmat asiat ja karsia kaikki ylimääräinen. Tutkimuskysymykset laadittiin ajatellen vastaajia, heidän mielenkiintoaan aiheeseen ja itse kyselyyn vastaamiseen. Kysymykset haluttiin pitää yksinkertaisina ja nopeasti vastattavina, jotta mahdollisimman moni osallistuisi ja palauttaisi kyselylomakkeen. Ajatuksena oli, että mielekäs kysely innostaisi aiheen pariin, eikä aiheuttaisi paineita tai negatiivisia tuntemuksia vastaajissa, vaan lisäisi mielenkiintoa aihetta kohtaan. Kysymykset käytiin läpi toimeksiantajan kanssa ja niihin tehtiin joitakin muutoksia toimeksiantajan toiveesta.

Kyselyyn vastaaminen tapahtui täysin anonyymisti. Kysymykset suunniteltiin ja analysoitiin siten, ettei ilmi tulisi tunnistettavia yksityiskohtia yrityksistä. Henkilökohtaisia tietoja yrittäjiltä ei kerätty. Aineisto analysoitiin käyttäen sisällönanalyysia teorialähtöisestä näkökulmasta. Sisällönanalyysin taustalla käytettiin tutkimuksen teoreettista viitekehystä kestävästä matkailusta, yritysvastuusta ja matkailukohteen johtamisesta. Käyttämällä sisällönanalyysia tutkittava ilmiö hahmotetaan tiivistetysti ja järjestetään kerätty aineisto selkeään, tiiviiseen muotoon säilyttäen sen sisältämä informaatio. Aineistoa analysoidessa on tavoitteena lisätä informaatioarvoa ja selkeyttä, jotta johtopäätösten teko olisi mahdollista. (Tuomi & Sarajarvi, 2018, s. 116–120.)

6.3 Otanta

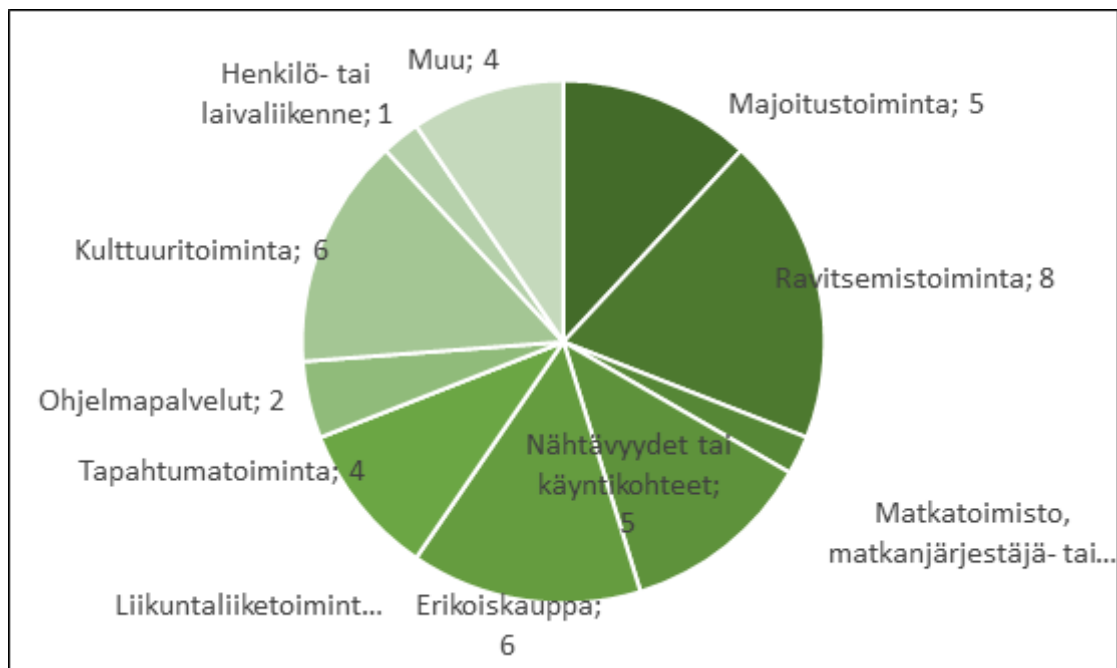
Kyselyyn otettiin mukaan jokainen perusjoukon jäsen, joten kyseessä on kokonaistutkimus, joka on kannattavaa perusjoukon ollessa suhteellisen pieni. Kyselytutkimuksissa pieneksi määritellään vielä jopa 300 yksikön suuruinen perusjoukko. (Heikkilä, 2014, s. 12, 31.)

Tämän opinnäytetyön kyselyn perusjoukkona olivat kaikki Rauman alueen matkailuyritykset, jotka selvitettiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Kysely lähetettiin 116 yritykselle. Oli oleellista ottaa kaikki perusjoukon jäsenet mukaan, sillä kyselytutkimuksen tulos on sitä tarkempi, mitä useampi vastaa. Kaikkien näiden yritysten vastaukset liittyen erityisesti STF-ohjelmaan ovat merkityksellisiä toimeksiantajan kannalta.

6.4 Tutkimuksen tulokset

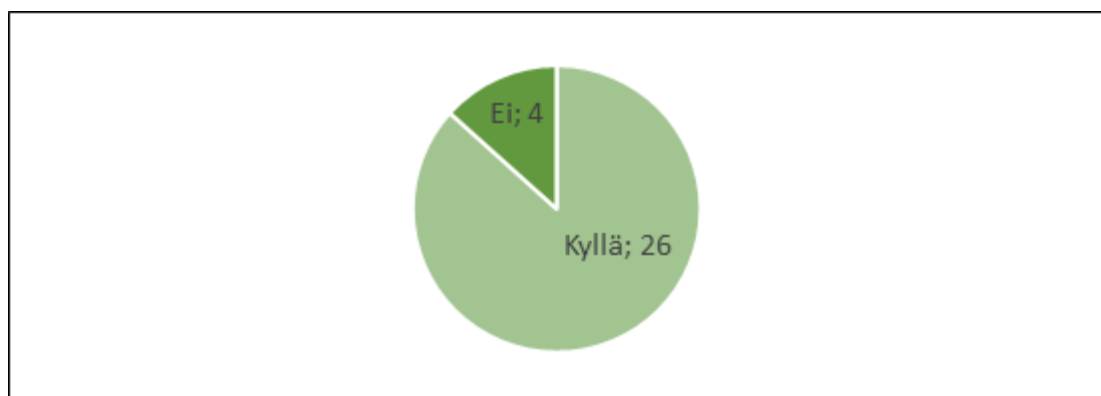
Kysely lähetettiin yhteensä 116 yritykselle ja vastauksia tuli yhteensä 30. Vastausprosentiksi muodostui n. 26 %. Kahdeksan vastaajaa ilmoitti päätoimialakseen ravitsemistoiminnan, kuusi vastaajaa ilmoitti päätoimialakseen erikoiskaupan, kuusi kulttuuritoiminnan ja viisi majoitustoiminnan, viisi nähtävyydet ja käyntikohteet, neljä

tapahtumatoiminnan ja kaksi ohjelmapalvelut ja yksi vastaaja henkilö- ja laivaliikenteen. Muita vastauksia oli neljä ja ne olivat kaupunkiorganisaation edustaja/kulttuurimatkailu, maailmanperintö, taiteellinen luominen, opaspalvelut sekä panimo ja elämystapahtumat. Tässä kysymyksessä oli mahdollista valita useampi päätoimiala, sillä tiedossa oli, että osa toimijoista tarjoaa useampaa erityyppistä palvelua päätoimisesti. (Kuvio 1.)



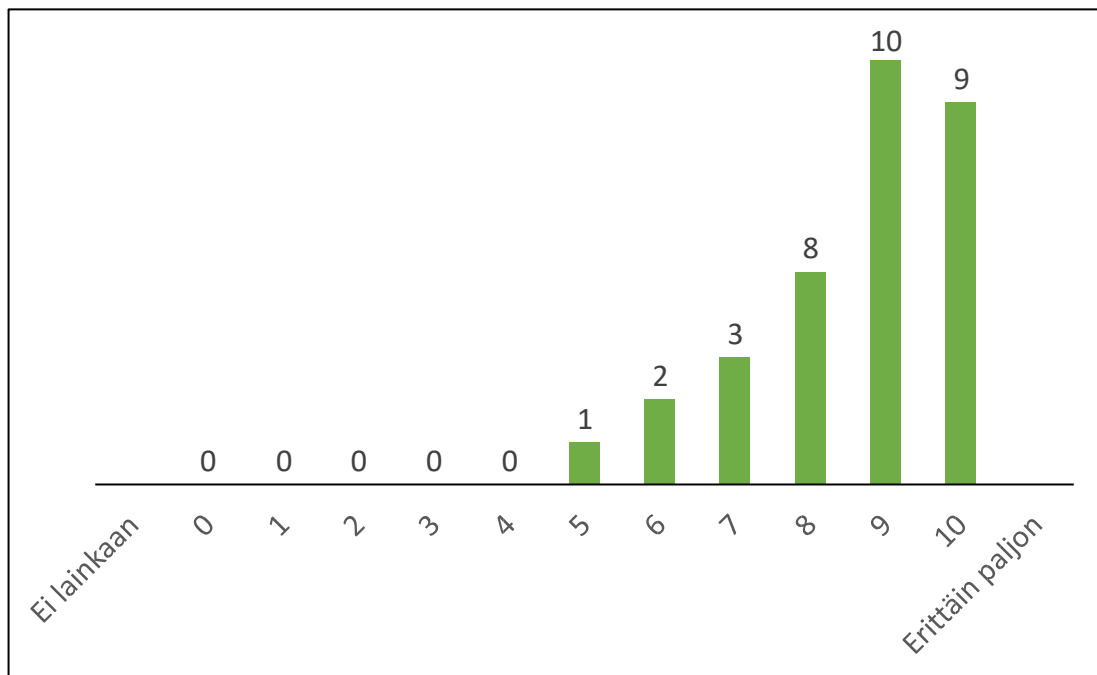
Kuvio 1. Yrityksen päätoimiala

Toisessa kysymyksessä kysyttiin, onko yrityksellä kansainvälisiä asiakkaita. 26 yritystä (87 %) ilmoitti, että heillä on kansainvälisiä asiakkaita, neljä yritystä (13 %) vastasi kieltävästi. (Kuvio 2.)



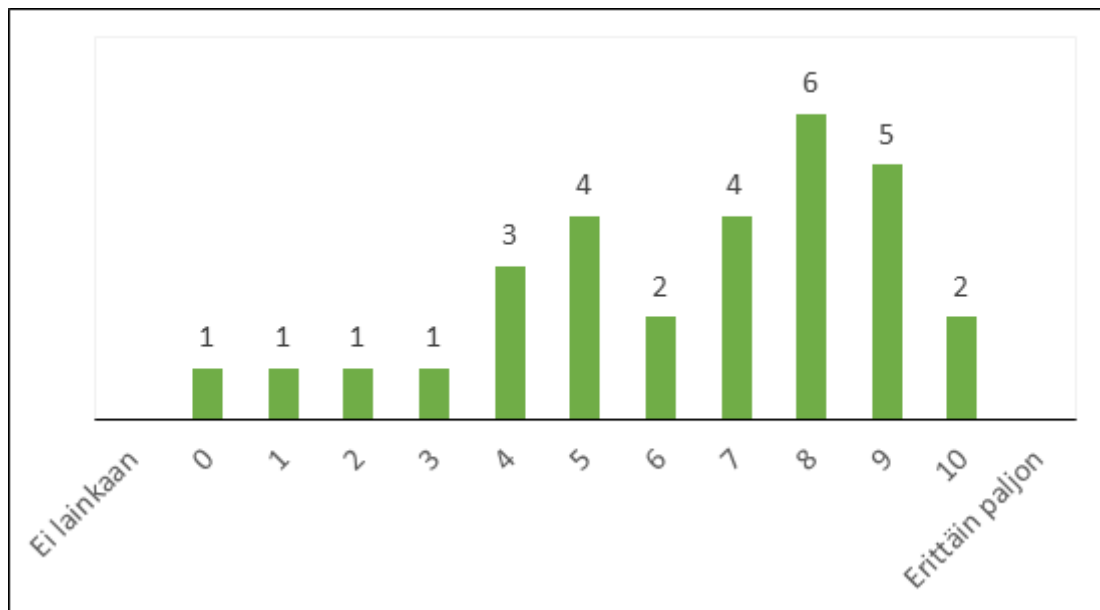
Kuvio 2. Yrityksellä on kansainvälisiä asiakkaita (n=30)

Kolmannessa kysymyksessä kartoitettiin, miten yrityksissä koettiin vastuullisista toimintatavoista hyötyminen toiminnalle. Vastaus annettiin asteikolla nolasta kymmeneen, (0) Ei lainkaan ja (10) Erittäin paljon. Yksikään vastaus ei ollut (4) tai pienempi. 19 yritystä vastasi joko (9) tai (10) eli erittäin paljon. Viisi vastasi (8) ja loput, kuusi vastausta sijoittuivat välille (5) – (7). (Kuvio 3.)



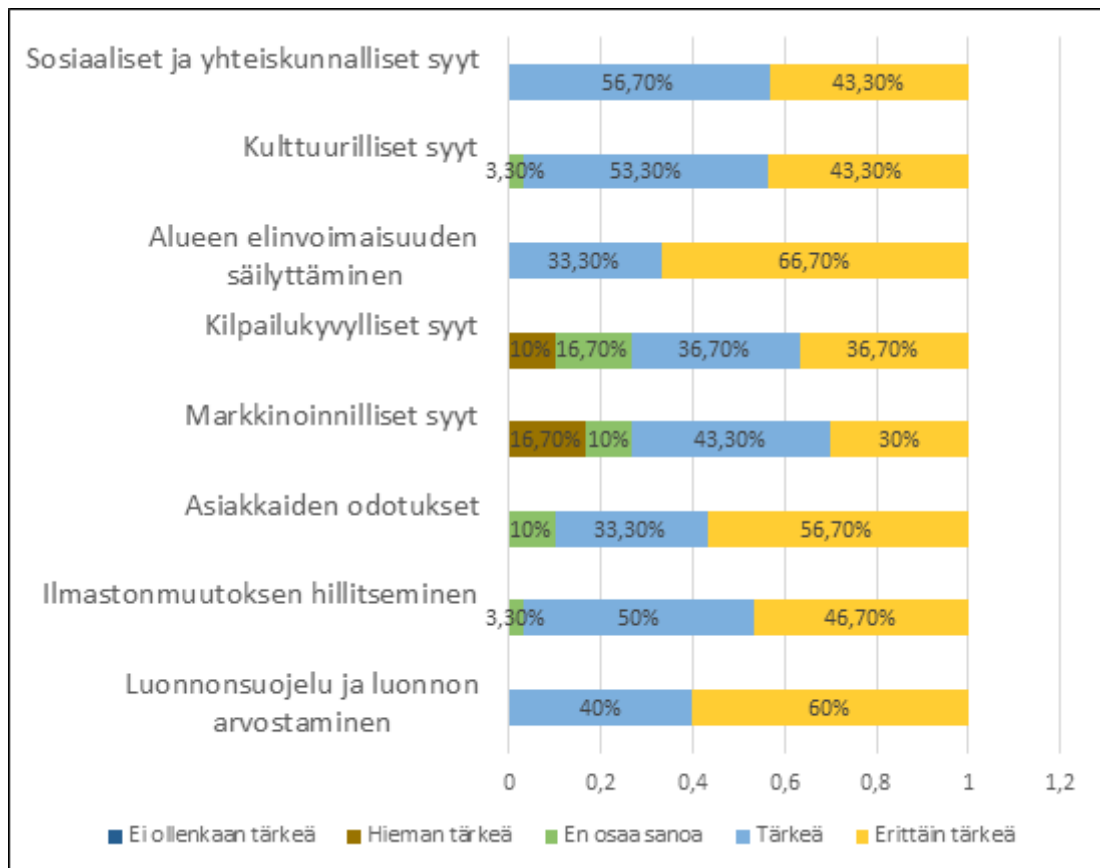
Kuvio 3. Vastuullisten toimintatapojen hyödyllisyys yritystoiminnalle (n=30)

Kysyttäessä kaipaavatko yritykset lisätietoa vastuullisemmista toimintatavoista, jotta voisivat ottaa ne paremmin huomioon toiminnassaan, vastaukset jakaantuivat laajemmin kuin edeltävässä kysymyksessä. Vastausvaihtoehdot olivat tässäkin kysymyksessä asteikolla nolasta kymmeneen, (0) Ei lainkaan ja (10) Erittäin paljon. Vastausvaihtoehdot (0) – (3) saivat jokainen yhden vastauksen. Vastausvaihtoehdot (4) – (6) saivat 9 vastausta ja loput 17 vastausta tulivat välille (7) – (10). (Kuvio 4.)



Kuvio 4. Lisätiedon tarve vastuullisemmista toimintatavoista (n=30)

Kartoittaessa miten tärkeinä yritykset pitivät kahdeksaa kestävään kehitykseen ja vastuullisuuteen liittyvää asiaa toiminnassaan, vastausvaihtoehtoja oli viisi; Ei ollenkaan tärkeää, Hieman tärkeää, En osaa sanoa, Tärkeää, Erittäin tärkeää. Sosiaaliset ja yhteiskunnalliset syyt ovat tärkeitä 17 vastaajalle ja erittäin tärkeitä 13 vastaajalle. Kulttuurilliset syyt olivat tärkeitä 16 vastaajista ja erittäin tärkeitä 13 vastaajista. Yksi vastasi, ettei osaa sanoa. Alueen elinvoimaisuuden säilyttäminen oli tärkeää kymmenelle ja erittäin tärkeää 20 vastaajalle. Kilpailukyvylliset syyt olivat hieman tärkeitä kolmelle, tärkeitä yhdelletoista ja erittäin tärkeitä yhdelletoista vastaajista, viisi ei osannut sanoa. Markkinoinnilliset syyt olivat hieman tärkeitä viidelle, tärkeitä 13 vastaajalle ja erittäin tärkeitä yhdeksälle, kolme vastaajista ei osannut sanoa. (Kuvio 5.)



Kuvio 5. Kestävään kehitykseen ja vastuullisuuteen liittyvien asioiden tärkeys yritysten arvomaailmassa (n=30)

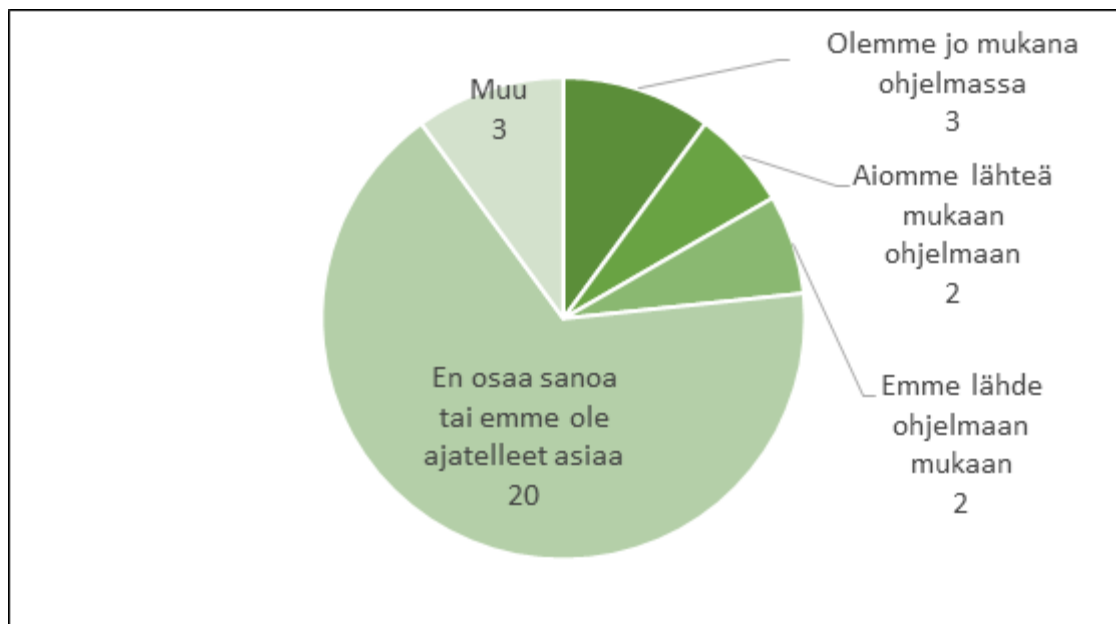
Kaikki yritykset ilmoittivat tekevänsä vastuullisia toimenpiteitä. 28 vastaajaa (93 %) kertoi tekevänsä yhteistyötä alueen muiden yritysten kanssa. 23 vastaajaa (77 %) ilmoitti tuovansa esille paikallisia perinteitä ja sama määrä vastaajia myös kierrättää. 22 vastaajaa (73 %) vastasi huomioivansa vastuullisuuden suunnitellessaan toimintaansa. 21 vastaajaa (70 %) vastasi suosivansa suomalaisia tuotteita ja raaka-aineita. Sama määrä vastaajia ilmoitti viestivänsä toiminnastaan avoimesti. Paikallista työvoimaa suosii vastausten mukaan 20 vastaajaa, eli 67 % vastaajista. Ruokahävikkiä on vähentänyt 17 yritystä (57 %) ja sähkön- tai vedenkulutusta on vähentänyt 14 vastaajaa (47 %). (Kuvio 6.) Muita vastauksia tuli neljä; *"Rikitön polttoaine, aurinkosähkö, harmaiden vesien keruu"*, *"Tarjoamme omissa henkilöstötilaisuuksissamme vain kasvisruokaa."*, *"Aurinkopaneelien asennus vuonna 2022"* ja *"Olemme mm. Green Key sertifioitu"*.



Kuvio 6. Yritysten tekemät vastuulliset teot (n=30)

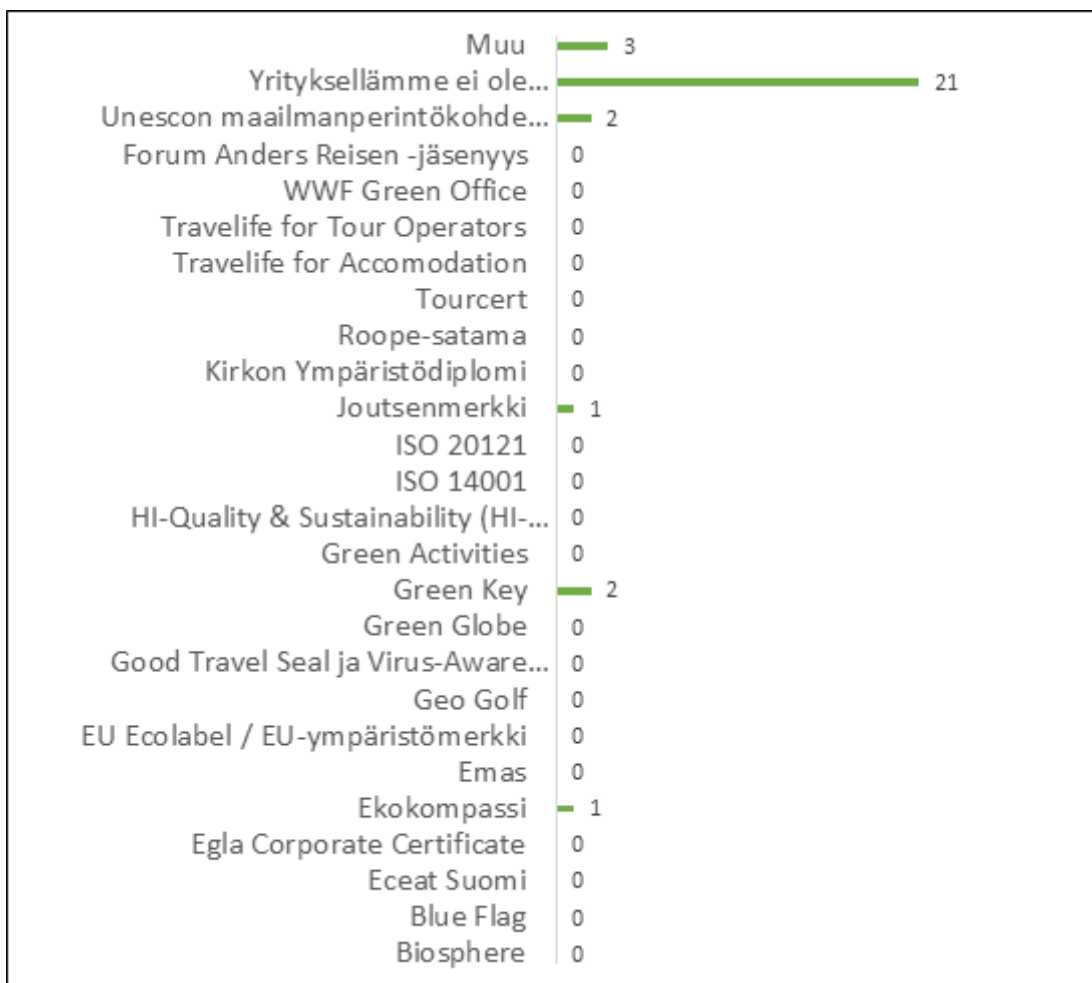
Kolme yritystä ilmoitti olevansa mukana STF-ohjelmassa. Kaksi vastaajaa kertoi, että aikovat lähteä mukaan ja 2 vastaajaa, etteivät aio lähteä mukaan ohjelmaan. Suurin osa, 20 vastaajaa (67 %), kertoi, etteivät osaa sanoa tai eivät ole ajatelleet asiaa. Kolme yritystä ilmoitti vastaukseksi "Muu". (Kuvio 7.) Lisäksi "Muu" -kohtaan tuli yksi kirjallinen vastaus; *"Olemme olleet mukana joissain STF-koulutuksissa, mutta sertifikaatti on meille liian kallis ja raskas."*

Toistaiseksi emme aio viedä STF-polkua loppuun.”



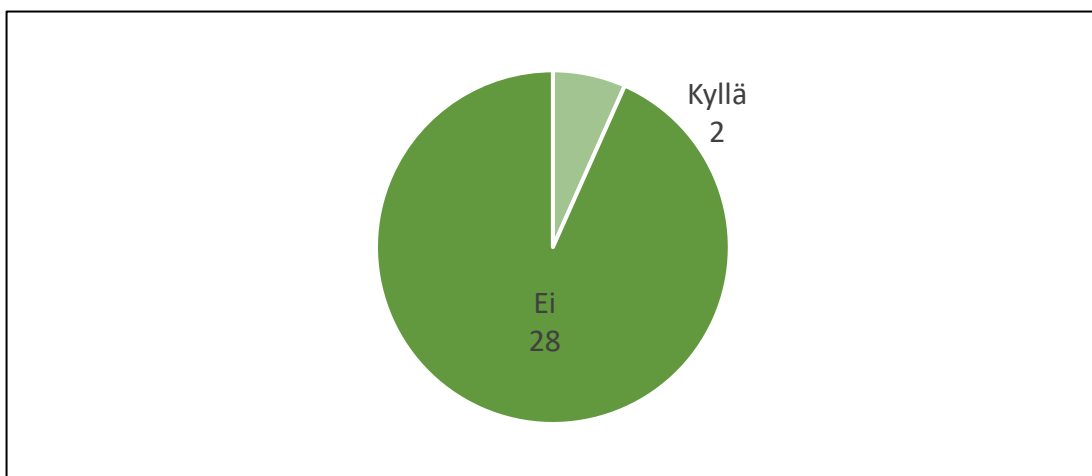
Kuvio 7. Yritysten halukkuus lähteä mukaan STF-ohjelmaan (n=30)

Yli kaksi kolmasosaa, eli 21 yritystä vastasi, ettei heillä ole ympäristömerkkiin perustuvaa sertifikaattia. Kahdella vastaajista oli Unescon maailmanperintöstatus, yhdellä Joutsenmerkki, yhdellä Green Key ja yhdellä Ekokompassi. Kolme yritystä kertoi, että heillä on jokin muu sertifikaatti. (Kuvio 8.) Muita erikseen mainittuja sertifikaatteja olivat Hinku ja Avainlippu, jotka yhdellä yrityksellä oli molemmat.



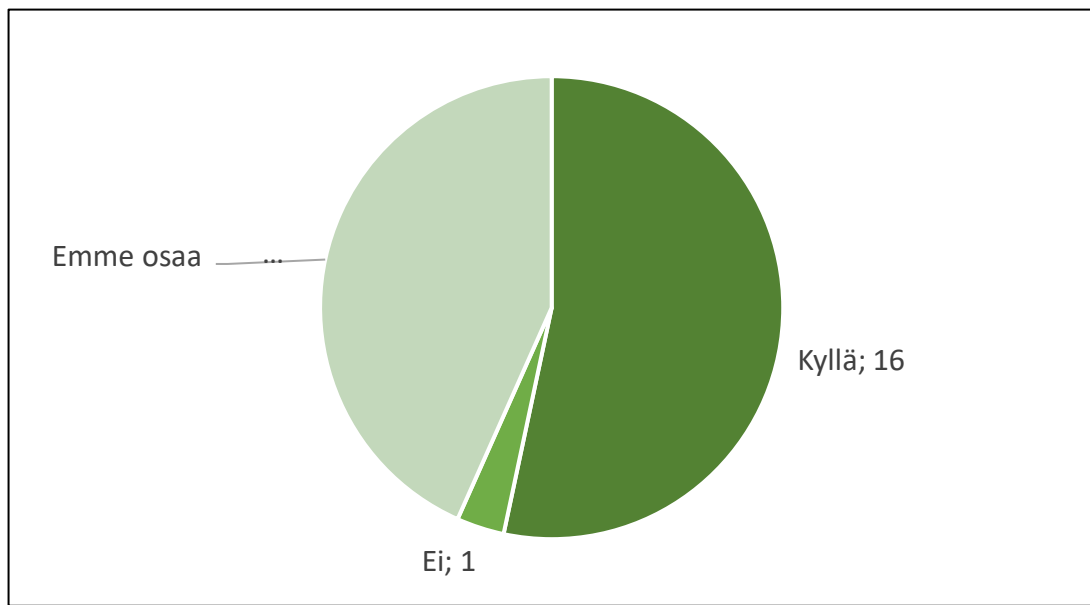
Kuvio 8. Yritysten olemassa olevat sertifikaatit (n=30)

Vain kaksi vastaajaa kertoi aloittaneensa prosessin jonkin edellä mainitun sertifikaatin saavuttamiseksi, mutta ei ollut vielä sitä saanut. (Kuvio 9.)



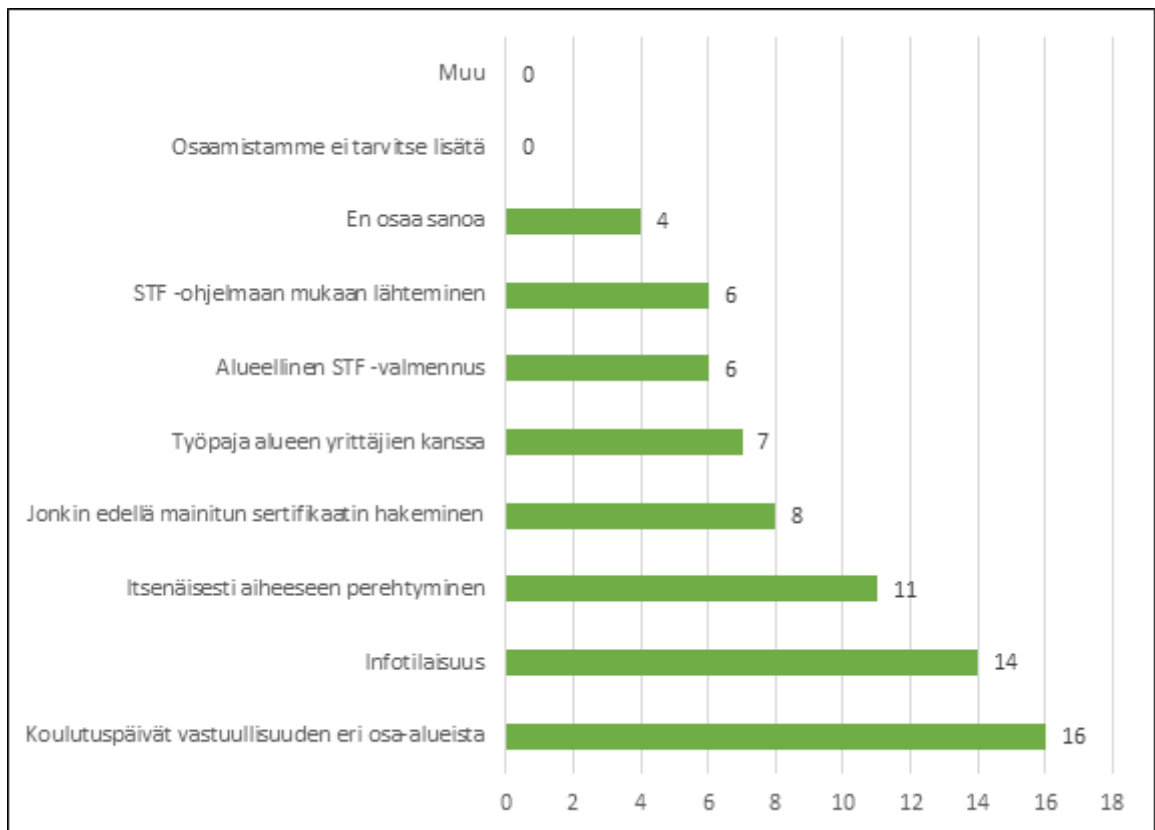
Kuvio 9. Yritykset ovat aloittaneet prosessin jonkin edellä mainitun sertifikaatin hakemiseksi (n=30)

Yli puolet vastaajista, 16 yritystä, (54 %) ilmoitti olevansa kiinnostunut osallistumaan, mikäli Visit Finland järjestäisi Raumalla valmennuspäivän STF-ohjelman aloittamisen tueksi. Vain yksi yritys ilmoitti, ettei olisi kiinnostunut. Jäljelle jääneet 13 vastaajaa (43 %) eivät osanneet kertoa kantaansa. (Kuvio 10.)



Kuvio 10. Yritysten halukkuus osallistua Visit Finlandin ja alueorganisaation järjestämään STF-valmennuspäivään (n=30)

Viimeisessä strukturoidussa kysymyksessä kysyttiin hyviä tapoja lisätä yrityksen vastuullisuustoiminnan ja kestävän matkailun osaamista. Eniten suosiota sai vaihtoehto "Koulutuspäivät vastuullisuuden eri osa-alueista", jota kannatti hieman yli puolet vastaajista (53,33 %). Infotilaisuutta kannatti 14 vastaajaa (46,67 %) ja itsenäisesti asiaan perehtymistä 11 vastaajaa (36,67 %). Kahdeksan vastaajaa (26,67 %) kannatti jonkin edellä mainitun sertifikaatin hakemista ja seitsemän (23,33 %) työpajaa alueen yrittäjien kesken. Alueellista STF-valmennusta ja STF-ohjelmaan mukaan lähtemistä molempia kannatti kuusi vastaajaa (20,00 %). Neljä vastaajaa ei osannut kertoa, mikä olisi hyvä tapa. Yksikään vastaaja ei ilmoittanut, että osaamista ei tarvitse lisätä. Myöskään muita vastauksia ei tullut. (Kuvio 11.)



Kuvio 11. Hyviä tapoja lisätä yritysten vastuullisuustoiminnan ja kestävän matkailun osaamista (n=30)

12. kysymys oli "Miten Rauman matkailupalvelut voisi tukea yritystänne vastuullisen toiminnan kehittämisessä?". Tämä oli avoin kysymys, johon ei ollut pakko vastata. Vastauksia tuli yhteensä yhdeksän; *"Enemmän yhteisöllistä toimintaa, yhdessä ei erikseen."*, *"Järjestää asian tiimoilta infotilaisuus, missä käytäisiin läpi vastuullisuuden eri osa-alueita. Ongelma on tietenkin se, että sopiiko päivä kalenteriin."*, *"en osaa sanoa näin äkkiseltään"*, *"Tiedottaminen on tärkeää, jos kaupunki jotain infotilaisuutta tms. järjestää asian tiimoilta."*, *"Pitää keskustelua vastuullisuudesta yllä matkailutoimijoiden kanssa, nostaa puheenaiheeksi."*, *"Pohdittava asia"*, *"Henkilökohtaisesti olen perehtynyt aiheeseen varsin hyvin, mutta ajatellen alueen matkailuyrityksiä ja -toimijoita yleisellä tasolla, Rauman matkailupalvelut voisi entistä enemmän pyrkiä lisäämään yritysten välistä yhteistyötä, joka on mielestäni melko olematonta tällä hetkellä. Yritysten välisen yhteistyön lisääminen hyödyttäisi niin yrittäjiä, paikallisia asukkaita kuin alueella vierailevia matkailijoita"*, *"Yhteistoiminta tiedotuksen ja informoinnin alalla"* ja *"Markkinoimalla meitä vastuullisena"*

yrityksenä omilla kanavillaan”. Lisäksi vastaajille annettiin mahdollisuus lisätä tai kertoa jotakin aiheeseen liittyvää, johon tuli vain yksi vastaus; “Tällä hetkellä turhan sekava ja asiakkaat eivät pysty jäsentämään mitä vastuullisuus käytännössä merkitsee. Yritykset eivät saa kulujaan takaisin lisääntyneenä myyntinä vaan panostus jää lisäkuluksi yritykselle.”

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

7.1 Johtopäätökset kyselyn tuloksista

Kyselyn tulosten mukaan suurin osa yrityksistä käy kansainvälistä kauppaa, jolloin ne voivat osallistua STF-sertifikaatin hakemiseen. Yritysten päätoimialat jakautuivat moneen eri alueeseen, kyseessä on siis hyvin erilaisia yrityksiä, joiden prosessit ja valmiudet sertifikaattien hakemiseen saattavat poiketa toisistaan huomattavasti.

Vastuulliset toimintatavat koettiin toiminnalle hyödyllisiksi tai erittäin hyödyllisiksi lähes kaikkien vastausten perusteella. Yksikään vastaajista ei pitänyt niitä täysin tai lähes täysin hyödyttöminä. Lisätietoa vastuullisemmista toimintatavoista ei pidetty aivan yhtä tärkeänä, vaikka suurin osa vastaajista kokikin tarvitsevansa ainakin jonkin verran lisää tietoa. Yksikään vastaaja ei kuitenkaan ilmoittanut, ettei tietoa tarvittaisi ollenkaan lisää. Kaikkia vastanneita yrityksiä siis aihe kiinnostaa ainakin hieman.

Kestävään kehitykseen ja vastuullisuuteen liittyvien asioiden tärkeyttä toiminnan arvomaailmassa mittaavassa kysymyksessä vastaajat ilmoittivat pitävänsä tärkeänä tai erittäin tärkeänä lähes jokaista kysyttyä asiaa. Luonnonsuojelu ja luonnon arvostaminen, alueen elinvoimaisuuden säilyttäminen ja sosiaaliset ja yhteiskunnalliset syyt koettiin pelkästään tärkeinä tai erittäin tärkeinä. Ilmastonmuutoksen hillitseminen, asiakkaiden odotukset ja kulttuurilliset syyt saivat lisäksi muutamia "En osaa sanoa" -vastauksia. Markkinoinnilliset ja kilpailukyvylliset syyt saivat lisäksi muutaman "Hieman tärkeä" -vastauksen. Tämän kysymyksen tarkoitus oli saada vastaajat huomioimaan, että monet erilaiset toimet ovat osa vastuullisuutta.

Kaikki yritykset vastasivat tehneensä joitakin kysytyistä vastuullisista toimenpiteistä, lisäksi tuli neljä muuta vastausta, joissa kerrottiin muista jo tehdyistä vastuullisista toimenpiteistä. Lähes kaikki vastaajat ilmoittivat tekevänsä yhteistyötä muiden alueen yritysten kanssa. Myös kierrätys, paikallisten perinteiden esille tuominen, vastuullisuuden huomioiminen

toimintaa suunnitellessa, suomalaisten tuotteiden ja raaka-aineiden suosiminen, avoimesti toiminnasta viestiminen ja paikallisen työvoiman suosiminen toteutuivat kahdella kolmasosalla tai suuremmalla osalla vastaajista.

Näiden kyselyn ensimmäisten kysymysten vastauksista voidaankin päätellä, että vastuullisuus ja kestävä kehitys ovat osa kaikkien vastanneiden yritysten arvomaailmaa ja toimintaa. Toisaalta voidaan myös olettaa, että kyselyyn vastasi erityisesti yrityksiä, joille nämä ovat tärkeitä arvoja ja vastaamatta jättivät ne, joita aihe kiinnostaa keskimääräistä vähemmän.

Suoraan tai välillisesti STF-ohjelmaan liittyvien kysymysten perusteella voidaan päätellä, että useimmat yritykset eivät ole perehtyneet aiheeseen vielä paljoa. Kysyttäessä onko yrityksenne mukana tai lähdössä mukaan STF-ohjelmaan, eniten vastauksia sai vaihtoehto "En osaa sanoa tai emme ole ajatelleet asiaa". Vain kolme yritystä oli jo mukana ohjelmassa ja kaksi oli lähdössä mukaan. Avoimessa kohdassa oli tullut yksi vastaus, jossa ilmaistiin, että yritys kokee prosessin liian kalliiksi ja raskaaksi, eivätkä he aio viedä STF-polkuja loppuun ainakaan toistaiseksi. Kaksi yritystä ei aio lähteä ollenkaan mukaan.

STF-ohjelmaan vaadittavia sertifikaatteja ei löytynyt kuin kuudelta yritykseltä, kolmella yrityksellä oli jokin muu sertifikaatti. Tämä kertoo, että suurimmalle osalle yrityksiä STF-prosessi tulisi aloittaa aivan alusta hankkimalla jokin tarvittavista sertifikaateista. Kaksi yritystä on kuitenkin jo aloittanut prosessin jonkin sertifikaatin hankkimiseksi, joten heidän etenemisensä STF-ohjelmassa olisi oletettavasti nopeampaa ja kiinnostusta aiheeseen löytyisi.

Hieman yli puolet vastaajista ilmoitti olevansa kiinnostunut osallistumaan, mikäli STF-valmennuspäivä järjestettäisiin Raumalla. Vain yksi yritys ei osallistuisi ja loput eivät osanneet sanoa. Tästä voidaan päätellä, että suurin osa yrityksistä on aiheesta kiinnostunut ja loput avoimia aiheelle.

Kysyttäessä hyviä tapoja lisätä yrityksen vastuullisuustoiminnan ja kestävän matkailun osaamista, eniten kannatusta sai ehdotus koulutuspäivistä vastuullisuuden eri osa-alueista. Yli puolet vastaajista antoi äänensä tällä vaihtoehdolle. 14 yritystä kannatti infotilaisuutta ja 11 aiheeseen itse perehtymistä. Kahdeksan kannatti jonkin edellä mainitun sertifikaatin hakemista ja seitsemän työpajaa alueen yrittäjien kanssa. Vain kuusi vastaajaa eli 20 % kannatti alueellista STF-valmennusta tai STF-ohjelmaan mukaan lähtemistä.

STF-ohjelma ei vastauksista päätellen ole ensisijainen tapa, jolla yritykset haluavat vastuullisuuttaan edistää. Kiinnostusta ohjelmaa kohtaan kuitenkin myös löytyy. Infotilaisuus ja koulutuspäivät alueorganisaation järjestämänä saivat suurimman kannatuksen, mikä osoittaa, että aiheeseen halutaan tutustua sitoutumatta itse STF-ohjelmaan.

Avoin kysymys, jossa kysyttiin miten Rauman matkailupalvelut voisi tukea yritystänne vastuullisen toiminnan kehittämisessä toi esille toiveita yhteistyön lisäämisestä yritysten välillä, jossa Visit Rauma olisi koordinoivana osapuolena. Myös lisää informointia ja keskustelua asian tiimoilta toivottiin, sekä markkinointia Visit Rauman kanavissa vastuullisena yrityksenä.

7.2 Kehitysehdotuksia toimeksiantajalle

Visit Rauma alueorganisaationa on merkittävässä roolissa alueen matkailuyritysten tukijana kestävän matkailun toimien ja STF-ohjelman edistämässä. Keskeistä STF-ohjelmassa on vastuullisuussertifiointin hakeminen. Motivoimalla yrityksiä sertifiointin hakemiseen voidaan useampia yrityksiä saada ohjattua tulevaisuudessa myös STF-ohjelman aloittamiseen.

Visit Rauma voisi tukea alueen matkailuyrityksiä järjestämällä koulutusta kestävän matkailun eri osa-alueista kiinnittäen erityistä huomiota Visit Finlandin hyväksymiin sertifiointiohjelmiin, jotta yritysten valmiudet ja sitä myötä kiinnostus STF-ohjelman aloittamiseen lisääntyisi. Tieto vastuullisuussertifikaateista ja niiden soveltuvuudesta madaltaisi yritysten

kynnystä lähteä hakemaan sopivaa sertifikaattia ja samalla ohjaisi niitä kohti STF-ohjelman aloittamista.

Yritykset hyötyvät sertifikaateista myös ilman aktiivista tavoitetta STF-merkin saavuttamisesta, joten koulutus aiheesta sopisi niillekin yrityksille, jotka eivät STF-merkkiä aktiivisesti tavoittele tai kokevat sen hakemisen liian työlääksi. Voidaan kuitenkin olettaa, että jos yrityksellä on jokin STF-ohjelmaan hyväksytty sertifikaatti, myös STF-merkin hakeminen koetaan jatkossa houkuttelevammaksi.

Ne yritykset, jotka lähtevät tavoittelemaan samoja sertifikaatteja, voisivat halutessaan verkostoitua alueorganisaation tukemana. Verkostoitumista voitaisiin edistää järjestämällä työpajoja samaa sertifikaattia hakevien yritysten kesken ja samalla tukea yrityksiä sertifiointiprosessin aikana. STF-ohjelmaa suoraan edistäville toimille ei todennäköisesti tässä vaiheessa ole tarpeeksi kiinnostusta. Alueellinen STF-valmennus voisi olla ajankohtainen siinä vaiheessa, kun suurempi osa yrityksistä on saatu lähtemään mukaan sertifikaattien hakemisprosessiin.

7.3 Luotettavuustarkastelu

Koko opinnäytetyöprosessin ajan kiinnitettiin tarkasti huomiota työn luotettavuuteen ja eettisyyteen. Opinnäytetyön luotettavuus katsotaan validiteetin ja reliabiliteetin avulla, ne ovat hyvän tutkimuksen perusvaatimukset. Tutkimuksen validiteetti eli pätevyys kertoo Heikkilän mukaan (2014, s. 27) siitä, kuinka tarkasti tutkimus mittaa sitä, mitä siinä on tarkoitus mitata. Pätevä tutkimus ei sisällä systemaattisia virheitä. Validius tulee ottaa huomioon jo tutkimuksen suunnitteluvaiheessa, sillä sitä on vaikea tarkastella jälkikäteen. Tutkimuslomakkeessa tulee kysyä oikeita asioita ja kattaen koko tutkimusongelman. Validia tutkimusta edesauttavat myös perusjoukon tarkka määrittely, edustavan otoksen saaminen ja korkea vastausprosentti. Tämän tutkimuksen kysymykset laadittiin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa ja heikkoudet pyrittiin minimoimaan. Perusjoukko määriteltiin tarkasti ja kysely lähetettiin koko perusjoukolle. Vastausprosentiksi

tuli n. 26 %, joka voidaan määritellä melko korkeaksi ottaen huomioon, että kyseessä on kokonaistutkimus.

Reliabiliteetti eli luotettavuus kertoo tulosten tarkkuudesta ja toistettavuudesta, tutkimus ei saa olla tehty sattumanvaraisesti. Tutkijalta vaaditaan tarkkuutta ja kriittisyyttä, sillä virheitä voi tulla tietojen keräämisessä, niitä syöttäessä, käsiteltäessä ja tulkittaessa tuloksia. Luotettavuutta parantaa otoksen edustaminen koko perusjoukkoa, eikä vain osaa siitä. Otoskoon tulisi myös olla tarpeeksi suuri. Suuri kato eli poistuma heikentää luotettavuutta. (Heikkilä, 2014, s. 28–29.) Tutkimus on dokumentoitu niin, että se olisi mahdollista toteuttaa myös toisen tutkijan tekemänä säilyttäen samat tulokset. Toisaalta tulokset saattaisivat poiketa aikaisemmasta, mikäli alueen yrittäjien kiinnostus ja toimenpiteet lisääntyisivät tai vähenisivät tämän tutkimuksen ajankohdan tilanteeseen nähden. Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida myös sillä, vastasivatko tulokset tutkimuskysymyksiin. Kuten johtopäätöksissä on esitetty, vastaukset tutkimuskysymyksiin saavutettiin.

Tutkimusetiikka tarkoittaa hyvän tieteellisen käytännön noudattamista ja sillä tarkoitetaan yleisesti sovittujen sääntöjen noudattamista tutkimusta tehdessä. Tutkijan on noudatettava eettisesti kestäviä tutkimus- ja tiedonhankintamenetelmiä suhteessa tutkimuskohteeseen, toimeksiantajiin, rahoittajiin, kollegoihin ja suureen yleisöön. Eettisiin tiedonhankintamenetelmiin kuuluu tiedonhankinta asianmukaisista lähteistä ja tutkimuksen asianmukainen analysointi. Tutkimustulosten on lisäksi täytettävä tieteelliselle tutkimukselle asetetut vaatimukset, joiden mukaan tutkimuksen tulee tuottaa uutta tietoa tai esittää vanhan tiedon hyödyntämistä. Tutkijalta edellytetään huolellisuutta, rehellisyyttä ja tarkkuutta sekä tutkimustyössä että tulosten esittämisessä. (Vilka, 2021, luku 2, Tutkimusetiikka.)

Työn teoreettisessa tutkimuksessa on käytetty monipuolisia ja mahdollisimman tuoreita lähteitä, jotka on valikoitu pääosin oppilaitosten käyttämistä materiaaleista ja kirjallisuudesta, ammattilaisten julkaisuista ja eri toimijoiden virallisilta kotisivuilta, viranomaislähteistä ja alan kirjoista. Lähteiden valintaa ohjasi sisällön julkaisijan lisäksi vahvasti julkaisujen ajankohta.

8 POHDINTA

8.1 Oma pohdinta

Visit Rauma on valinnut lähteä kestäväen matkailun edistämisen polulle osallistumalla STF-ohjelmaan. Alueorganisaationa Visit Raumalla on merkittävä rooli alueen matkailuyritysten tukemisessa ja kannustamisessa kohti kestävämpiä toimintatapoja. Tämä tulee esille myös aluetason STF-merkin vaatimuksesta, jonka mukaan alueen matkailuyrityksistä yli 50 prosentin, liikevaihdollisesti ja määrällisesti, tulee saavuttaa ensin yritystason STF-merkki.

Opinnäytetyössä on kuvattu yritys vastuuta, kestävää matkailua ja matkailukohteen johtamista. Lisäksi on keskitytty erityisesti STF-ohjelmaan ja vastuullisuussertifikaatteihin. Työn osana toteutettiin kyselytykimus, jonka avulla oli tarkoitus selvittää Rauman matkailuyritysten kestäväen kehityksen toimien ja yritys vastuun tilannetta. Lisäksi tavoitteena oli tutkia, miten Visit Rauma matkailun alueorganisaationa voisi tukea yrityksiä kestäväen kehityksen toimien edistämisessä ja samalla edistää STF-ohjelman toteutumista aluetasolla.

Tutkimus toi esille, että alueen matkailuyritykset ovat kiinnostuneita kestäväen ja vastuullisen matkailun edistämisestä ja tekevät toimia sen eteen. Yritysten kiinnostus on kuitenkin melko heikkoa itse STF-ohjelmaa kohtaan. Tavoite alueellisen merkin saavuttamiseksi on kaukana ja vaatii kiinnostuksen herättämistä ja yhteistyötä yrittäjien kanssa. Alueorganisaatioiden tehtäviin kuuluu alueen yritysten tukeminen muun muassa kestävyiden ja vastuullisuuden kehittämisessä, mutta haasteena Raumalla on herättää yrittäjien motivaatio lähteä mukaan toimintaan. Tavoite voisi tällä hetkellä olla yrittäjien kiinnostuksen lisääminen aiheeseen matalan kynnyksen toiminnalla, joka ei aseta yrittäjiä heti liian suurten haasteiden eteen.

Aihe työhön kumpusi henkilökohtaisesta kiinnostuksestani sekä Raumaan matkailukohteenä että kestäväen kehitykseen. Ajatus opinnäytetyön

aiheeseen syntyi harjoitteluni aikana Visit Rauman palveluksessa keväällä ja kesällä 2021, jolloin keskusteltiin toimeksiantajan tarpeista ja mahdollisista opinnäytetyön aiheista.

Opinnäytetyöprosessi on ollut mielenkiintoinen, haastava ja samalla hyvin opettavainen. Työn aikana kehityin erityisesti tutkimuksen tekijänä ja kestävän matkailun ja yritys vastuun sekä kestävän matkailun sertifi kaattien ja STF-ohjelman tuntijana. Työn tekeminen on edistänyt asiantuntijuuttani ja ammatillista kehittymistäni työelämälähtöisesti ja työ on mielestäni onnistuneesti saatu päätökseen.

8.2 Toimeksiantajan palaute

Toimeksiantajan palaute opinnäytetyöstä 8.5.2023:

Työn ovat lukeneet ja palautteen antaneet kestävän kehityksen koordinaattori Anna Meriruoho ja matkailupäällikkö Irene Villanen.

Opinnäytetyön aihe on erittäin ajankohtainen Raumalla, kansallisesti ja kansainvälisestikin. Opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää suoraan ja välillisesti Rauman kestävän matkailun kehittämistyössä ja Visit Finlandin koordinoimassa Sustainable Travel Finland -ohjelmassa.

Teoriaosuudessa on käsitelty teoreettisena viitekehyksenä yritys vastuullisuutta, kestävä matkailua ja matkailukohteen johtamista. Opiskelija avaa hyvin ja selkeästi yritys vastuun ja kestävän matkailun eri ulottuvuuksia ja taustaa. Kestävän kehityksen käsitteen määritelmää olisi voinut avata tarkemmin. Kestävän kehityksen 17 yleismaailmallista tavoitetta on kuitenkin avattu lukijalle hyvin tarkkaan ja mietitty usein myös näiden tavoitteiden kytkeä matkailutoimialaan.

Teoreettisessa viitekehyksessä on annettu melko laajasti tilaa Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -ohjelmassa hyväksytyille yksittäisten

ympäristösertifikaattien esittelylle. Tämän lisäksi opiskelija olisi voinut analysoida eri sertifikaattien yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia.

Empiirinen aineisto on matkailuyrityksiltä kerätty kyselylomakkeen avulla, jossa on ollut strukturoituja ja avoimia kysymyksiä. Avointen kysymysten kohdalla opinnäytetyössä olisi ehkä voinut analysoida tuloksia enemmän sen lisäksi, että annettuja vastauksia on tuotu suorina lainauksina esille.

Kaiken kaikkiaan opinnäytetyö vastaa tilattua toimeksiantoa erinomaisesti tavoitteiden mukaisesti ja sitä tullaan hyödyntämään suoraan ja välillisesti kestävän matkailun kehittämistyössä Raumalla. (Meriruoho & Villanen, 8.5.2023.)

LÄHTEET

Biosphere Sustainable. (n.d.). About us. Haettu 28.2.2023 osoitteesta <https://www.biospheresustainable.com/en/page/59/about-us>

Björk, P. (2017). Matkakohteen yhteistyöorganisaatio (DMO). Teoksessa Edenheim, J. & Ilola, H. Matkailun avainkäsitteet, s. 142–147. Hansaprint Oy. Turenki

Blue Flag. (n.d.). Our programme. Haettu 28.2.2023 osoitteesta <https://www.blueflag.global/our-programme>

Business Finland. (19.9.2019). Selvitys Suomen matkailuorganisaatioiden toimintamalleista. https://www.businessfinland.fi/4a865c/globalassets/julkaisut/visitfinland/tutkimukset/2019/selvitys_suomen_matkailuorganisaatioiden_toimintamalleista.pdf

Business Finland. (2022a). Kestävä matkailu lyhyesti. Haettu 6.4.2022 osoitteesta <https://www.businessfinland.fi/suomalaisilleasiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestava-matkailu-lyhyesti>

Business Finland. (2022b). Sustainable Travel Finland. Haettu 20.2.2022 osoitteesta <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland>

Business Finland. (2022c). Sertifiointit ja Ohjelmat. Haettu 14.5.2022 osoitteesta <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sertifiointit-ohjelmat>

Business Finland. (2022d). Viesti vastuullisuudesta. Haettu 11.11.2022 osoitteesta <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/viesti-vastuullisuudesta>

EGLA Global. (n.d.). Home. Haettu 28.2.2023 osoitteesta <https://www.eglaglobal.eu/>

Ekokompassi. (n.d.). Yritys. Haettu 28.2.2023 osoitteesta <https://ekokompassi.fi/yritys/>

EU-ympäristömerkki. (n.d.). EU-ympäristömerkki. Haettu 28.2.2023 osoitteesta <https://eu-ymparistomerkki.fi/tietoa-merkista/>

FIBS. (2021). Yritysvastuu 2021. Tiivistelmä. https://fibsry.fi/wpcontent/uploads/2021/12/Yritysvastuu_2021_Tiivistelma%C3%88_FIBS_Final-1.pdf

Finlex. (2023). Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624. Haettu 24.1.2023 osoitteesta <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060624>

Good Travel Guide. (n.d.). Good Travel Seal. Haettu 2.3.2023 osoitteesta www.goodtravel.guide/good-travel-seal

Green Globe. (n.d.). Green Globe Certification. Haettu 6.3.2023 osoitteesta <https://www.greenglobe.com/green-globe-certification>

Green Key. (2023a). Green Key -vastuullisuusohjelma ja -sertifikaatti. Haettu 6.3.2023 osoitteesta <https://greenkey.fi/mika-green-key/>

Green Key. (2023b). Green Activities-vastuullisuusohjelma ja -sertifikaatti. Haettu 8.3.2023 osoitteesta <https://greenkey.fi/mika-green-activities/>

GSTC. (2023a). GSTC Glossary of Sustainable Tourism Terms. Haettu 8.3.2023 osoitteesta <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/glossary/>

GSTC. (2023b). Hostelling International's Quality & Sustainability Standard Achieves GSTC-Recognition. Haettu 8.3.2023 osoitteesta <https://www.gstcouncil.org/hostelling-international-s-quality-sustainabilitystandard-achieves-gstc-recognition/>

Harmaala, M. & Jallinoja, N. (2012). Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta (1. painos.). Talentum Media.

Heikkilä, T. (2014). Tilastollinen tutkimus. (9. uudistettu painos). Edita Publishing Oy

Humak University of Applied Sciences. (28.4.2022a). Miten tutkimuksellinen kehittäminen eroaa tieteellisestä tutkimuksesta ja arkisesta kehittämisestä? Haettu 30.3.2022 osoitteesta <https://humak.libguides.com/c.php?g=688355&p=4925415>

Humak University of Applied Sciences. (28.4.2022b). Tutkimuksellisen kehittämistyön lähestymistavat ja menetelmät. Haettu 11.11.2022 osoitteesta <https://humak.libguides.com/c.php?g=688355&p=4925417>

Joutsenmerkki. (n.d.). Tietoa Joutsenmerkistä. Haettu 9.3.2023 osoitteesta <https://joutsenmerkki.fi/tietoa-joutsenmerkista/>

Juutinen, S. (2016). Strategisen yritysvastuun käsikirja. Alma Talent.

Juutinen, S. (2020). Yritysvastuu ja siitä raportointi hallitustyöskentelyssä. Haettu 24.1.2023 osoitteesta <https://dif.fi/osa/yritysvastuu-hallitustyoskentelyssa/>

Kuusniemi-Laine, A. & Ollila, M. (2022). EU:n yritysvastuulaki nostaisi ympäristön ja ihmisoikeudet hallituspöydälle. Haettu 24.1.2023 osoitteesta https://dif.fi/wp-content/uploads/2022/06/BV0122_EUn-yritysvastuulaki-nostaisi-ympariston-ja-ihmisoikeudet-hallituspoydille.pdf

Liappis, H., Pentikäinen, M., & Vanhala, A. (2019). Menesty yritysvastuulla: Käsikirja kokonaisuuteen. Edita Publishing Oy.

Linnainmaa L. (29.10.2019). Voitto ja vastuu eivät ole vastakohtia. Haettu 19.1.2023 osoitteesta <https://dif.fi/blogit/jasenblogit/voitto-ja-vastuu-eivat-olevastakohtia/>

Marski, L. (2021). Matkailun suuntana kestävä ja turvallinen tulevaisuus. TEM toimialaraportit 2021:1. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/162841>

Meriruoho, A. & Villanen, I. (8.5.2023). Matkailupäällikkö Irene Villasen sähköposti opinnäytetyön tekijälle.

Metsähallitus. (2016). Kestävän matkailun periaatteet. Kansallispuistot, luonto- ja historiakohteet sekä maailmanperintökohteet. https://www.visitfinland.fi/4aa9a3/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/kestavan_matkailun_periaatteet_2016.pdf

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. (2014). Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. (3. uudistettu painos). Helsinki: Sanoma Pro.

Pidä Saaristo Siistinä ry. (n.d.). Roope-satama on ympäristöystävällinen satama. Haettu 9.3.2023 osoitteesta <https://www.pidasaaristosiiistina.fi/ymparistotietoa/roope-satamat>

Piirto, L. & Teräväinen, S. (2022). Arviomuistio asianmukaisen huolellisuuden velvoitteesta. Kansallisen yritysvastuulain arviointia. Työ- ja elinkeinoministeriö.

Rauman kaupunki. (n.d.). Kaupunki ja Hallinto, Organisaatio, Toimialat. Haettu 2.5.2022 osoitteesta <https://www.rauma.fi/kaupunki-ja-hallinto/organisaatio/toimialat/>

Sangder, M. (24.11.2022.) Kun perustaso ei riitä – Vastuullisuus strategisena arvonluojana tulevaisuuden liiketoiminnassa. Haettu 24.1.2023 osoitteesta <https://dif.fi/teema-artikkelit/kun-perustaso-ei-riita-vastuullisuus-strategisenaarvonluojana-tulevaisuuden-liiketoiminnassa/>

Suomen Ev. Lut. Kirkko. (n.d.). Kirkon oma ympäristöjärjestelmä. Haettu 9.3.2023 osoitteesta <https://evl.fi/ymparistodiplomi/ymparistokasikirja/kirkonymparistodiplomi/kirkon-oma-ymparistojarjestelma>

Suomen luomumatkailuyhdistys – ECEAT Suomi ry. (n.d.) Suomen luomumatkailuyhdistys. Haettu 28.2.2023 osoitteesta <https://luomumatkailu.fi/suomen-luomumatkailuyhdistys/>

Suomen standardisoimisliitto SFS Ry. (2023a). ISO 14000 Ympäristöjohtamisen standardisarja. Haettu 9.3.2023 osoitteesta

<https://sfs.fi/standardeista/tutustu-standardeihin/suosittu-standardit/iso-14000-ymparistojohdamisen-standardisarja/>

Suomen standardisoimisliitto SFS Ry. (2023b). Iso 20121 – Vastuulliset tapahtumat. Haettu 9.3.2023 osoitteesta <https://www.sgs.fi/fifi/sustainability/management-and-compliance/organization-and-events/iso20121-sustainable-events>

Sustainable.Golf. (n.d.). GEO Foundation for Sustainable Golf. Haettu 9.3.2023 osoitteesta <https://sustainable.golf/>

TourCert. (n.d.). Travel for Tomorrow. Haettu 9.3.2023 osoitteesta <https://tourcert.org/en/>

Travelife. (2023a). Travelife Certified accommodation providers are committed to creating better places to live, work and visit. Haettu 10.3.2023 osoitteesta <https://travelifestaybetter.com/>

Travelife. (2023b). Tour operators and travel agents. Haettu 10.3.2023 osoitteesta https://www.travelife.info/index_new.php?menu=home&lang=en

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Työ- ja elinkeinoministeriö. (2022). Suomen matkailustrategia vuosille 2022–2028. Haettu 10.4.2023 osoitteesta <https://tem.fi/suomen-matkailustrategia>

UNWTO. (2022a). Policy and destination management. Haettu 4.5.2022 osoitteesta <https://www.unwto.org/policy-destination-management>

UNWTO. (2022b). Tourism in the 2030 Agenda. Haettu 29.8.2022 osoitteesta <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda>

UNWTO. (2022c). Sustainable development. Haettu 14.9.2022 osoitteesta <https://www.unwto.org/sustainable-development>

Vanha Rauma. (n.d.). Unescon maailmanperintökohde. Haettu 2.5.2022 osoitteesta <https://www.vanharauma.fi/unescon-maailmanperintokohde/>

Vanhala, A., Ristaniemi, M. & Dahlqvist, M. (2022). Yritysvastuu & oikeus. Kauppakamari.

Verhelä, P. (2016). Matkailun perusteet. (2. painos.). SH Traveledu Oy.

Vilkkä, H. (2021). Tutki ja kehitä (5. painos). PS-kustannus. Jyväskylä.

Visit Finland. (2020). Strategia 2021–2025. Haettu 20.8.2022 osoitteesta <https://www.businessfinland.fi/492562/globalassets/finnish-customers/02build-your-network/visit-finland/julkaisut/visit-finland-strategia-2021-2025suomi.pdf>

Visit Finland. (2023a). Kestävän matkailun e-opas. Tervetuloa. Haettu 7.2.2023 osoitteesta <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/1-tervetuloa>

Visit Finland. (2023b). Kestävän matkailun e-opas. Sitoutuminen. Haettu 13.2.2023 osoitteesta <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/askel-1-sitoutuminen>

Visit Finland. (2023c). Kestävän matkailun e-opas. Osaamisen kasvattaminen. Haettu 13.2.2023 osoitteesta <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/askel-2-osaamisen-kasvattaminen>

Visit Finland. (2023d). Kestävän matkailun e-opas. Kehittämissuunnitelman laatiminen. Haettu 13.2.2023 osoitteesta <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/askel-3-kehittamissuunnitelman-laatiminen>

Visit Finland. (2023e). Kestävän matkailun e-opas. Vastuullisuusviestintä. Haettu 13.2.2023 osoitteesta <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/askel-4-vastuullisuusviestinta>

Visit Finland. (2023f). Kestävän matkailun e-opas. Sertifiointi. Haettu 13.2.2023 osoitteesta <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/askel-5-sertifiointi>

Visit Finland. (2023g). Kestävän matkailun e-opas. Todentaminen ja mitattavuus. Haettu 13.2.2023 osoitteesta <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/askel-6-todentaminen-ja-mitattavuus>

Visit Finland. (2023h). Kestävän matkailun e-opas. Sopimus. Haettu 13.2.2023 osoitteesta <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/askel-7-sopimus>

Visit Finland. (2023 i). Kestävän matkailun e-opas. Kestävän matkailun sertifiointeja, järjestelmiä ja ohjelmia. Haettu 28.2.2023 osoitteesta <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/26-kestavan-matkailun-sertifiointeja-jarjestelmia-ja-ohjelmia>

Visit Rauma. (n.d.). Haettu 2.5.2022 osoitteesta www.visitrauma.fi

World Tourism Organization Staff Content Provider & Unwto Author. (2007). A Practical Guide to Tourism Destination Management. Unknown PTHE Pub.

WWF Green Office. (n.d.). Ympäristöjärjestelmä ja sertifikaatti. Haettu 13.3.2023 osoitteesta <https://wwf.fi/greenoffice/mika-green-office/>

YK-liitto. (2023a). Kestävän kehityksen tavoitteet. Haettu 27.2.2023 osoitteesta <https://www.ykliitto.fi/kestava-kehitys#tavoitteet>

YK-liitto. (2023b). Logot ja sgd-kuvakkeet. Haettu 27.2.2023 osoitteesta <https://www.ykliitto.fi/uutiset-media/logot-ja-sdg-kuvakkeet>

Ympäristöhallinnon yhteinen verkkopalvelu. (12.10.2022). EMAS-järjestelmä ja sen toteutuminen. Haettu 28.2.2023 osoitteesta https://www.ymparisto.fi/fiFI/Kulutus_ ja_ tuotanto/Ymparistojarjestelmat_ ja_ johtaminen/EMASin_toteuttaminen

LIITE 1

Hei,

Vastuullisuus ja kestävyys ovat tärkeitä Suomen matkailun kasvun jatkumiselle ja kilpailukyvyille. Tämä kysely selvittää Rauman alueen matkailuyritysten kestäväen kehityksen ja yritys vastuun nykytilaa ja suunnitelmia tulevaisuuden suhteen. Kyselyyn vastaaminen kestää noin 5 minuuttia.

Kartoitamme myös yritysten mahdollista kiinnostusta Visit Finlandin Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelmaan osallistumisesta. STF-ohjelman avulla yritykset saavat työkaluja vastuullisemman ja kestävämmän toiminnan ja valintojen tueksi. Rauman matkailupalvelut on ollut mukana ohjelmassa vuodesta 2019 ja tavoitteena on saavuttaa kohdetason merkki. Edellytyksenä on, että alueen matkailuyrityksistä 51 %:lla pitää olla STF-merkki. Yrityksiä tarvitaan siis mukaan ohjelmaan.

Tämä kysely on osa Satakunnan ammattikorkeakoulun matkailualan restonomiopiskelijan opinnäytetyötä. Rauman kaupunki voi hyödyntää kyselyn vastauksia alueen matkailun kehittämisessä ja STF-ohjelman edistämässä. Opinnäytetyö tehdään toimeksiantona Rauman kaupungin kaupunkikehitysyksikön matkailupalveluille.

Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja anonyymisti.

Kysely on auki 27.1.2023 asti. Mikäli herää kysyttävää kyselyyn liittyen, voitte ottaa yhteyttä sähköpostitse osoitteeseen elina.toivanen@student.samk.fi

Suuri kiitos osallistumisestanne!

Ystävällisin terveisin,

Elina Toivanen

LIITE 2

1. Mikä on yrityksenne päätoimiala:

- Majoitustoiminta
- Ravitsemistoiminta
- Matkatoimisto, matkanjärjestäjä- tai varausspalvelutoiminta
- Nähtävyydet tai käyntikohteet
- Erikoiskauppa
- Tapahtumatoiminta
- Liikuntaliiketoiminta
- Ohjelmapalvelut
- Kulttuuritoiminta
- Henkilö- tai laivaliikenne
- Muu, mikä?

2. Onko yrityksellänne kansainvälisiä asiakkaita?

(Kyllä, Ei)

3. Koetteko, että vastuullisemmista toimintatavoista olisi hyötyä toiminnallenne?

(Ei yhtään, Vähän, En osaa sanoa, Paljon, Erittäin paljon)

4. Kaipaatteko lisätietoa vastuullisemmista toimintatavoista, jotta voisitte ottaa ne paremmin huomioon toiminnassanne??

(Ei yhtään, Vähän, En osaa sanoa, Paljon, Erittäin paljon)

5. Miten tärkeinä pidätte seuraavia kestävään kehitykseen ja vastuullisuuteen liittyviä asioita toimintanne arvomaailmassa?

(Ei yhtään, Vähän tärkeä, En osaa sanoa, Tärkeä, Erittäin tärkeä)

- Luonnonsuojelu ja luonnon arvostaminen
- Ilmastonmuutoksen hillitseminen
- Asiakkaiden odotukset

- Markkinoinnilliset syyt
- Kilpailukyvylliset syyt
- Alueen elinvoimaisuuden säilyttäminen
- Kulttuurilliset syyt
- Sosiaaliset ja yhteiskunnalliset syyt
- Muu, mikä?

6. Mitä vastuullisia toimenpiteitä yrityksenne on jo tehnyt?

(Ei yhtään, Vähän, En osaa sanoa, Paljon, Erittäin paljon)

- Suosimme paikallista työvoimaa
- Teemme yhteistyötä alueen muiden yritysten kanssa
- Suosimme suomalaisia tuotteita ja raaka-aineita
- Tuomme esille paikallisia perinteitä tai kulttuuria
- Viestimme toiminnastamme avoimesti
- Olemme vähentäneet veden- ja sähkökulutusta
- Olemme vähentäneet ruokahävikkiä
- Kierrätämme
- Muu, mikä?

7. Oletteko mukana tai aiotteko lähteä mukaan STF –ohjelmaan?

- Olemme jo mukana ohjelmassa
- Aiomme lähteä mukaan ohjelmaan
- Emme lähde ohjelmaan mukaan, miksi ei?
- En osaa sanoa tai emme ole ajatelleet asiaa
- Muu, mikä?

8. Onko yrityksellänne jokin seuraavista sertifikaateista, jotka hyväksytään osana STF-ohjelmaa?

- Biosphere
- Blue Flag

- Eceat Suomi
- Egla Corporate Certificate
- Ekokompassi
- Emas
- EU Ecolabel / EU-ympäristömerkki
- Geo Golf
- Good Travel Seal ja Virus-Aware Seal
- Green Globe
- Green Key
- Green Activities
- HI-Quality & Sustainability (HI-Q&S)
- ISO 14001
- ISO 20121
- Joutsenmerkki
- Kirkon Ympäristödiplomi
- Roope-satama
- TourCert
- Travelife for Accomodation
- Travelife for Tour Operators
- WWF Green Office - Forum Anders Reisen - Muu, mikä?
- Yrityksellämme ei ole sertifikaattia, joka perustuu ympäristöjärjestelmään tai laatuohjelmaan

9. Onko yrityksenne aloittanut prosessin jonkin edellä mainitun sertifikaatin hakemiseksi, mutta ei ole vielä saanut sitä?

- Kyllä, minkä?
- Ei

10. Visit Finland järjestää alueorganisaatioiden kanssa valmennuspäiviä yritysryhmille STF-ohjelman aloittamisen tueksi. Olisiko yrityksenne kiinnostunut osallistumaan, jos valmennuspäivä järjestettäisiin Raumalla?

(Ei, En osaa sanoa, Kyllä)

11. Mikä olisi hyvä tapa lisätä yrityksenne vastuullisuustoiminnan ja kestävän matkailun osaamista? (Voit valita useamman vastauksen)

- Jonkin edellä mainitun sertifikaatin hakeminen
- STF-ohjelmaan mukaan lähteminen
- Alueellinen STF -valmennus
- Työpaja alueen yrittäjien kanssa
- Koulutuspäivät vastuullisuuden eri osa-alueista
- Infotilaisuus
- Itsenäisesti aiheeseen perehtyminen
- Osaamista ei tarvitse lisätä
- En osaa sanoa
- Muu, mikä?

12. Miten Rauman matkailupalvelut voisi tukea yritystänne vastuullisen toiminnan kehittämisessä? (Vapaa sana)

13. Haluatko lisätä tai kertoa jotain aiheeseen liittyen? (Vapaa sana)

14. Halutessasi jätä sähköpostiosoite, jos haluatte lisätietoa mahdollisista koulutuksista tai tilaisuuksista liittyen aiheeseen.