



Visit Finland



Visit Finland

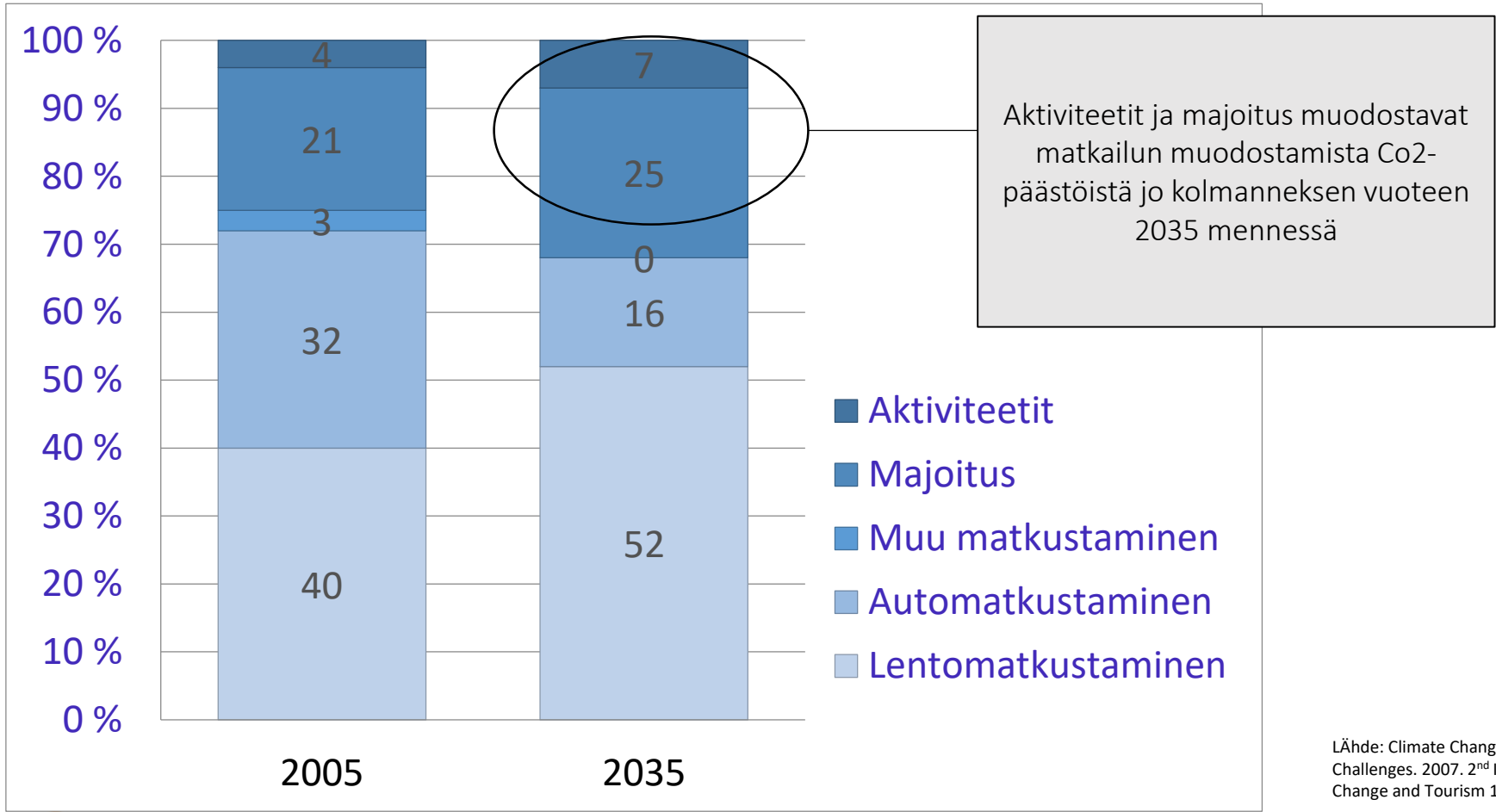
Vastuullinen Matkailu

Kooste Sustainable Travel Finland

- Infopäivästä 20.11.2019
Inarissa

Ekologinen vastuullisuus

Turismin eri toimintojen aiheuttamien kasvihuonekaasupäästöjen tila vuonna 2005 ja kehitysennuste



Lähde: Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges. 2007. 2nd International Conference on Climate Change and Tourism 1-4.10.2007. Davos

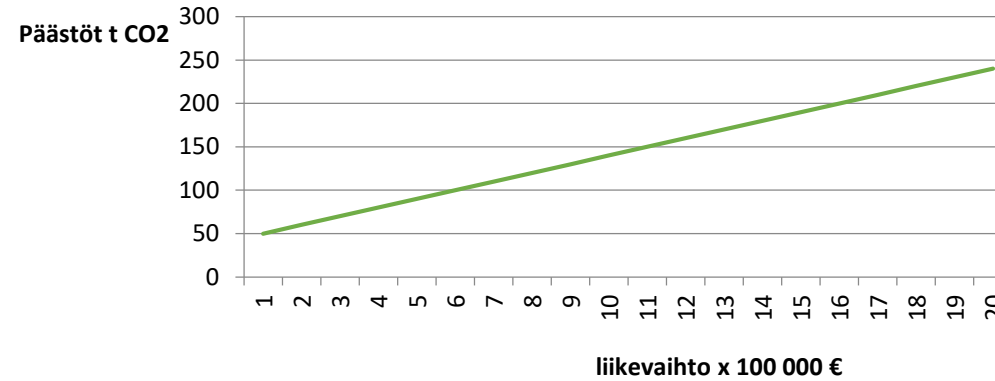


Ydinkäsitteitä

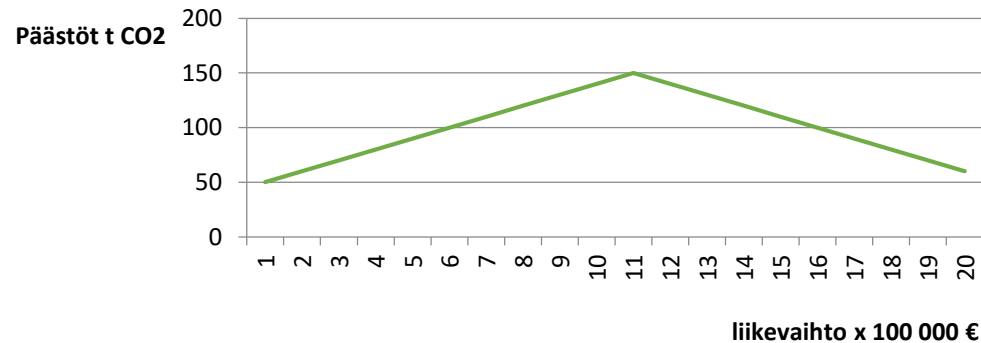
- Ympäristönäkökohta:
 - Toimintoihin, tuotteisiin tai palveluihin liittyviä muuttujia, jotka voivat aiheuttaa muutoksia ympäristöön (ympäristövaikutuksia)
- Ympäristövaikutus:
 - Ympäristöön kohdistuva useimmiten negatiivinen vaikutus
- Jokainen yritys aiheuttaa ympäristövaikutuksia
 - Ympäristönäkökohdat määrittelevät ympäristötoiminnan sisällön ja päämäärät
- Ympäristötoiminta:
 - Käytännön toimintaa ympäristövaikutusten hallitsemiseksi ja vähentämiseksi

Ympäristöjohtamisen tavoite

”Business as usual” – malli = Kasvua
liikevaihdon ehdoilla



Tavoite: Ympäristövaikutukset irtikytketty
liikevaihdon kasvusta



Ympäristönäkökohdat

- Ympäristönäkökohdat määrittelevät yrityksen ympäristötyön ja ekologisen kestävyuden lähtökohdat
- Käytännössä ympäristönäkökohdat ovat niitä asioita, joihin yritysten tulisi vaikuttaa ympäristötyössään
- Yleisimmät palveluliiketoiminnan ympäristönäkökohdat:
 - Energia
 - Vesi
 - Jätteet ja jätevedet
 - Kemikaalit
 - Hankinnat
 - Liikenne ja liikkuminen
 - Melu, valo, jne.

21/11/2019

First name Last name



Liiketoiminnan ympäristövaikutukset

LIIKETOIMINTA:

- MAJOITUSTOIMINTA
- RAVINTOLATOIMINTA
- KOKOUSTOIMINTA
- TOIMISTO
- AKTIVITEETIT
- LIIKENNE

YMPÄRISTÖNÄKÖKOHDAT:

- ENERGIAN KULUTUS
- VEDENKULUTUS
- JÄTTEET
- KEMIKAALIEN KÄYTTÖ
- HANKINNAT
- LOGISTIIKKA
- MELU, KEINOVALO

YMPÄRISTÖVAIKUTUKSET:

- REHEVÖITYMINEN
- PÄÄSTÖT kuten CO₂, Nox, CH₄
- MAISEMAHAITAT
- BIODIVERSITEETIN KÄRSIMINEN
- LUONNONVAROJEN EHTYMINEN
- JÄTEMÄÄRIEN KASVU
- JNE..

Ympäristövaikutukset

- Luonteeltaan suoria ja epäsuoria
- Suorat ympäristövaikutukset helppo tunnistaa ja mitata
 - Esim. toiminnasta syntyvät jätteet kerääntyvät roska-astioihin
- Epäsuorat ympäristövaikutukset vaikeampia tunnistaa ja mitata, mutta usein mahdollisia (arvioita)
 - Esim. hankinnat (elinkaarianalyysit)

Mittaaminen – tekeminen ja miten siinä onnistutaan-> ympäristöohjelmat

Kehitystä ei voi todentaa tai johtaa ilman mitattua tietoa

Ympäristötoiminnalle tarvitaan mittarit:

- Määrälliset
- Laadulliset

Mitattujen tulosten ja tietojen pohjalta päästään päivittämään **ympäristöohjelmia**, sekä kehittämään uusia toimenpiteitä

Mitatut tulokset selittävät muutoksia kun ne suhteutetaan johonkin toiminnalliseen muuttujaan (esim. kWh/yöpymisvrk tai kWh/m²)

Sähköenergia	kWh
Lämpö	kWh
Polttoaineen kulutus	litraa
Energiatehokkuus	kWh / tuote / asiakas...
Veden kulutus	litraa
Veden käytön tehokkuus	litraa / tuote / asiakas...
Materiaalitehokkuus	kg / tuote / asiakas...
Jätteen kierrätysmäärät jakeittain	kg / kg
Kemikaalimäärät	grammaa / litraa
Ympäristövahinkojen lukumäärä	
Asiakaspalautteet ympäristöasioista	
Reklamaatiot	kpl
Melu, haju	
Taloudelliset kustannukset	käyttökustannukset euroa / km / vrk

Esimerkki Ympäristökoulutusten teemoista, joiden tuloksena Yrityksen Ympäristökäsikirja (AK Lukkarila)

(huom. esimerkkinä AK –koulutukset ks. www.aklukkarila.com):

Haluamme säästää luontoa ja kustannuksia! Mitä haluamme tehdä ja miten? (Ympäristöpolitiikka)

- **Millaisia vaikutuksia toiminnastamme aiheutuu ympäristölle?** (Ympäristönäkökohdat)
- **Näihin asioihin haluamme vaikuttaa!** (Ympäristöpäämäärät)
- **Kohti meidän yrityksen ympäristötavoitteita - ja luonto kiittää** (Ympäristötavoitteet)
- **Nyt kääritään hihat - tavoitteista toimintaan** (Ympäristöohjelmat)
- **Miten voimme taata, ettei ympäristötyö väsähdä?** (Sisäisen auditoinnin menettelytapa)
- **Haluatko ympäristöässäksi?** (Ympäristötoiminnan organisoituminen)
- **Asiakkaat mukaan ympäristötyöhön!** (Sidosryhmät ja asiakaskyselyt, tiedottaminen)
- **Osaako henksu kierrättää?** (Henkilöstön sitouttaminen, perehdytys, henkilöstökyselyt ja ympäristökoulutus, sisäinen tiedottaminen)
- **Hey, we go green! Nyt tiedotetaan** (Sisäinen ja ulkoinen ympäristötiedottaminen)
- **Ympäristöä ympärivuoden** (ympäristöasioiden vuosikello, johdon katselmus, jatkuva arviointi ja parantaminen, mittaaminen)
- **Ympäristötyö yksiin kansiin** (Ympäristödokumentaatio, ympäristökäsikirja)

- **Me halutaan STF merkki!** (lisätään vaadittavat vastuullisen toiminnan kuvaus ja vastuullisen toiminnan kehittämissuunnitelma, tehdään suunnitelma kullekin yritykselle STF ohjelman osalta)

Ekologinen vastuullisuus ja ympäristötyö

Aloita työ heti!

Murehdi sertifikaateista myöhemmin 😊


Säästä luontoa ja ympäristöä ja aloita työ luomalla ympäristöjärjestelmä yrityksesi.

-> Osallistu alueesi järjestämiin koulutus-, info- ja hanketilaisuuksiin!

-> Aloita STF polkusi kirjautumalla mukaan ohjelmaan


<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland/>

Taloudellinen vastuullisuus




Matkailun taloudelliset vaikutukset matkailukohteessa, yrityksissä ja paikallisyhteisössä

- Tulo ja työllisyys :)
- Paljon pieniä yrityksiä :)
- Investointihalukkuus alueelle :)
- Sesonkiluonteinen, osa-aikainen työ :)
 - - mutta toisaalta voi tarjota täydennystä muuhun osa-aikatyöhön :(
- Halpatyövoimaa muualta :(
- Mahdollinen riippuvuus matkailusta :(
- Elinkustannusten nousu :(
- Lisäkustannukset alan koulutuksesta :(
- Matkailutulon vuotaminen oman alueen ulkopuolelle :(




Vastuullinen
matkailuyritys
tuo tuloa
alueelleen

- Suosii paikallista tuotantoa hankinnoissaan (ruoka, tarvikkeet...)
- Tuottaa palveluita ja elämyksiä paikallisten yhteistyökumppaneiden kanssa
- Suosittelee paikallisia yhteistyökumppaneita asiakkailleen (ennen, aikana, jälkeen)



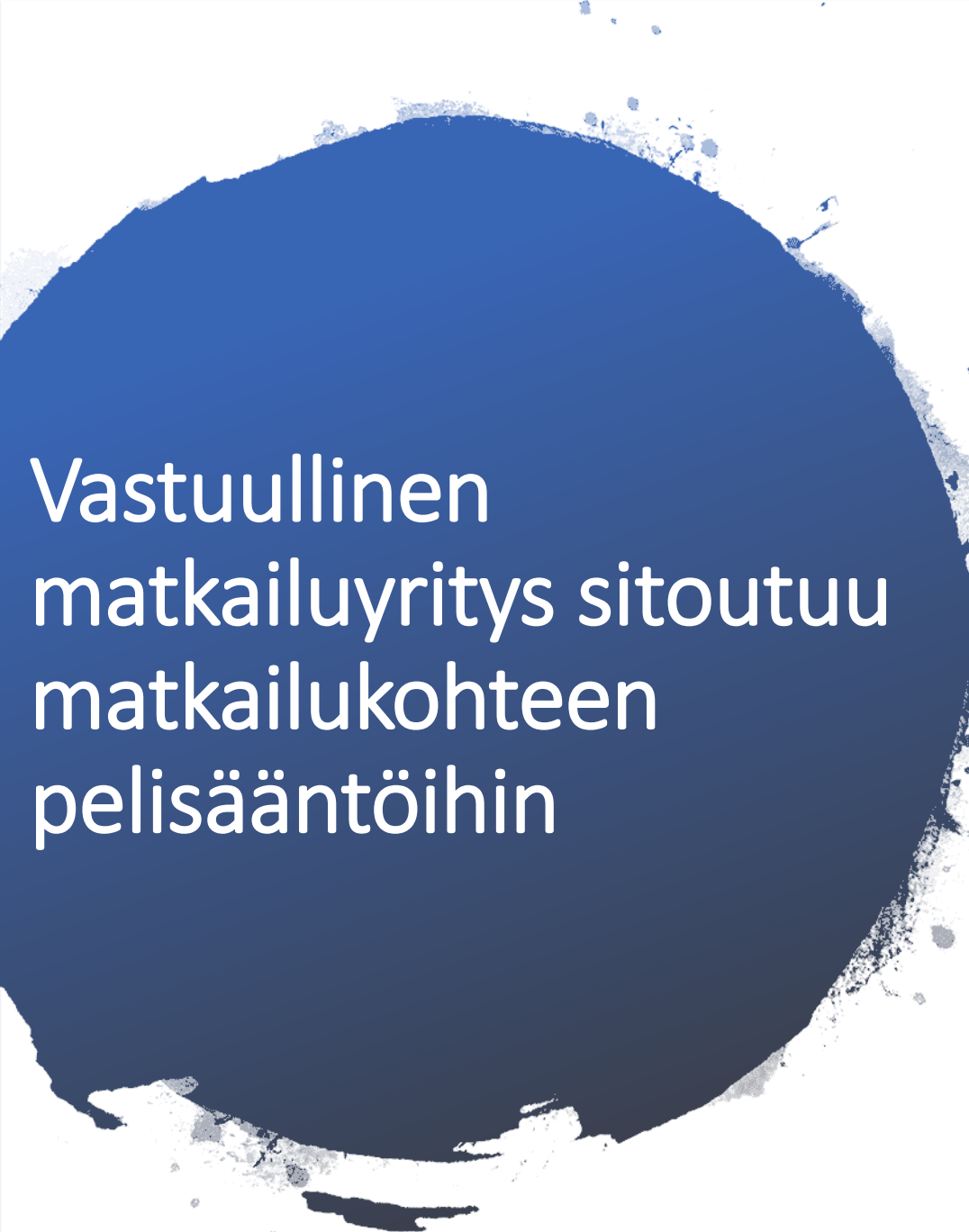
Vastuullinen
matkailuyritys
tuo työpaikkoja
alueelleen

- Palkkaa paikallisia osaajia
- Maksaa oikeudenmukaisen palkan
- Myötävaikuttaa työntekijöiden koulutukseen
- Pyrkii välttämään yhden sesongin työsuhteita
- Vastuullinen yritys tekee pitkäjänteistä liiketoimintaa (esimerkiksi uuden tuotteen läpiviemiseen tulee varautua yhtä sesonkia pidemmäksi ajaksi)



Vastuullinen
matkailuyritys
toimii pitkäjänteisesti
ja läpinäkyvästi

- Maksaa asiaankuuluvat verot ja noudattaa velvotteita
- Hinnoittelee palvelunsa ja tuotteensa kestävästi kaikki kulut huomioiden
- Tekee asianmukaiset alihankintasopimukset
- Edellyttää myös alihankkijoilta vastuullista liiketoimintaa
- Investoi pitkällä tähtäimellä
- Käyttää hankinnoissa ja investoinneissa johdonmukaisesti vastuullisuuden mukaisia kriteerejä, esim. elinkaari
- Antaa kattavat tiedot yrityksestä sen kotisivulla



Vastuullinen
matkailuyritys sitoutuu
matkailukohteen
pelisääntöihin

- Osallistuu matkailukohteen yhteiseen päätöksentekoon matkailukohteessa sovitun käytännön mukaisesti
- Sitoutuu matkailukohteessa sovittuihin käytäntöihin koskien esimerkiksi tuotteistamista, laatua, markkinointia ja myyntiä
- Suosittelee matkailukohteen muiden vastuullisten yritysten palveluita ja tuotteita

Vastuullisessa matkailuyrityksessä on hankintakriteerit kaikilla käytössä

Kysy ensin: tarvitsemmeko ylipäätään uutta? Jos kyllä, pohdi:

- Saako tarvittavan käytettynä, lainattuna, vuokrataanko?
- Miten pääsen eroon edellisestä? (kierrätettävä?)
- Millainen on tuotteen elinkaari/kestävyys?
- Voiko halpa olla hyvä, laadukas, pitkäikäinen ja kierrätettävä?
- Mitkä ovat tuotteen ympäristövaikutukset?
Monen ympäristömerkkien kriteerit löytyvät netistä.
- Onko toimittajalla ympäristömerkillä varustettuja vaihtoehtoja?
Esim. Joutsenmerkki
- Onko lähellä tuotettua vaihtoehtoa?

Sosiokulttuurinen vastuullisuus

Sosikulttuurinen vastuullisuus:

- Luontoyhteys ja perinteet, autenttisuus ja ihmiset
- Saamelaiskulttuuri
- Kantokyky vs paikallinen asukas
- Paikallisuus matkailutuotteistamisessa
- Eläinten käyttö matkailussa
- Eettinen toiminta
- Yhteiskuntavastuullisuus

MATKAILU ON IHMISTEN KOHTAAMISIA MAHDOLLISTAVAA ELÄMYS- TEOLLISUUTTA



Kuva: Mood of Finland

1: Ownership

Matkailija kutsutaan jonkun maahan ja paikkaan -> vieraanvaraisuus

2: Collaboration

Matkailija otetaan mukaan tekemään ja kokemaan

3: Storytelling

Tarina on tuotteiden ja palvelupaketin punainen lanka.

4: Authenticity

Matkailija erottaa aidon epäaidosta

5: Adventure

Tutkimusten mukaan viipyvät pidempään ja jopa 65% käyttämästään rahasta kohteeseen

6: Wellness

Matkailijat, jotka haluavat parantaa fyysistä, henkistä tai hengellistä oloaan. Kuluttaa matkallaan 130% enemmän kuin keskiverto matkailija yleensä.

Lähde: Travindy, Jeremy Smith

Saamelaismatkailun eettiset ohjeet

- Saamelaisia ja saamelaiskulttuuria koskevan **oikean** tiedon jakaminen ja levittäminen koko matkailualan toimesta yhteistyössä saamelaisten kanssa on yksi tapa edistää saamelaiskulttuurin elinvoimaisuutta.
- Sitä vastoin aineelliseen ja/tai aineettomaan saamelaiseen kulttuuriperintöön liittyvä matkailullinen tuotteistaminen ja esittäminen tulee jättää saamelaisten matkailuyrittäjien ja/tai muiden saamelaistoimijoiden toteutettavaksi.
- Jos tarjottavaan tuotteeseen kuuluu jokin saamelaisuuteen ja/tai saamelaiskulttuuriin perustuva osuus, kuten esimerkiksi joikuesitys, tulee tämä toteuttaa yhteistyössä saamelaisen toimijan kanssa.



Miten paikalliset suhtautuvat matkailijoihin?

Doxeyn malli: Paikallisen väestön suhtautuminen matkailijoihin



Really? Have you come all the way from Australia to visit Finland?! WOW!

Positiivinen

Myönteinen suhtautuminen, euforia ja uteliaisuus, luonnollinen vieraanvaraisuus 😊

TUNNE

Apatiaa: matkailu on liiketoimintaa, ei enää uutuudenviehätystä

Ärtymystä: matkailijat aiheuttavat ruuhkaa, kantokyky saavutettu?

Antagonismi: avoin kielteinen suhtautuminen matkailijoihin

Negatiivinen

MATKAILIJOIDEN MÄÄRÄ KASVAA >



cc Aries Tottle

Paikallisuuden kunnioittaminen

- Kunnioitamme paikallista kulttuurihistoriaa
- Koulutamme ja tiedotamme henkilöstöä kulttuuriperinnöstä, ympäröivistä kylistä ja kansallispuistoista
- Tiedotamme asiakkaitamme kulttuuriperinnöstä, ympäröivistä kylistä ja kansallispuistoista
- Edistämme paikallisten tuotteiden myyntiä ja käyttöä (omissa valikoimissa, tuotannossa, viestinnän keinoin)
- Paikallinen kulttuuri ja perinteet ovat tuotteistamisen punainen lanka ja tarina



Kuva: Mood of Finland

Eläimet matkailun vetovoimatekijöinä Suomessa

- Hevoset, poro, koirat, rekikoirat
 - Aasit, alpakat, strutsit jne
 - Kotieläinpuistot
 - Eläinten katselu ja kuvaaminen
 - Metsästysmatkailu
-
- Perusajatus: eläimistä huolehditaan: ruokitaan, annetaan levätä, huolehditaan tiloista, käytetään lajille tyypilliseen toimintaan lajille tyypillisellä alueella
-
- Lue lisää:
[Eläinten hyvinvointi matkailussa](#)





Esteettömyyskriteerit matkailussa

Esteettömyys ja Turvallisuus

- Matkailu kuuluu kaikille
- UNWTO arvioi julkaisussaan "Tourism for all" (2016), että 27 % Euroopan väestöstä kuuluu esteettömän matkailun piiriin (VF)
- Visit Finland: [Esteettömän matkailun kriteerit](#)



Kuva: Mood of Finland

YHTEISKUNTAVASTUULLISUUS

- Yhteiskuntavastuullisuus
CRS – Corporate Social Responsibility
 - yrityksen osallisuus ympäröivän yhteiskunnan, yhteisön ja yksilön hyvinvointiin korostuu
 - yrityksen toiminta on läpinäkyvää eikä epäselväksi jää, millä tavalla yrityksen varat ja liikevaihto hankitaan
 - hyväntekeväisyys ja jonkin kohteen taloudellinen tukeminen
 - kerrotaan avoimesti mikä osuus tuloksesta ohjataan yrityksen arvoja tukevaan kohteeseen
 - vahvistaa luottamusta palvelua tuottavaan yritykseen
 - yritys koetaan vastuulliseksi ja luotettavaksi myös asiakkaitaan kohtaan

Lähteitä ja linkkejä 1/2

- Auranmaa Kirsi. Ympäristömerkit ja yrityksen vastuulliset hankinnat Esitys 31.10.2018. https://www.xamk.fi/wp-content/uploads/2018/05/Auranmaa_Mikkeli-2018.3.pdf
- Fogo Island Inn. <https://fogoislandinn.ca/in-between/economic-nutrition/>
- Global sustainable tourism council <https://www.gstcouncil.org/>
- Goodwin Harold. Taking responsibility for tourism. <https://haroldgoodwin.info/>
- Smith Jeremy. <http://jmcsmith.co.uk/posts/>
- Visit Finland. Vastuullisuus. <http://www.visitfinland.fi/kestava-kehitys-matkailuyrityksessa/>
- Visit Finland/Anu Nylund. Työkaluja vastuullisuuteen ja viestintään. 2018. http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2019/01/Tyokaluja_vastuullisuusviestintaan_a5_web_21012019.pdf?dl
- World travel market (WTM) Responsbile tourism blog <https://news.wtm.com/how-to-engage-tourists-in-sustainable-tourism-make-them-feel-proud-to-come/>

Lähteitä ja linkkejä 2/2

- <https://haroldgoodwin.info/responsible-tourism/>
- <https://suomalainentyo.fi/2019/01/30/tutkimus-yritysten-vastuullisuus-merkitsee-eri-asioita-nuorille-ja-vanhemmille/>
- <https://www.samediggi.fi/toiminta/elinkeino-ja-oikeus/>
- <http://www.visitfinland.fi/news/tutustu-uusiin-vastuullisen-matkailun-oppaisiin/>
- <http://www.visitfinland.fi/kestava-kehitys-matkailuyrityksessa/>
- [https://lacris.ulapland.fi/fi/publications/elainmatkailu-lapissa\(0b3b091f-87f7-41e9-9455-11923c6cbd9e\).html](https://lacris.ulapland.fi/fi/publications/elainmatkailu-lapissa(0b3b091f-87f7-41e9-9455-11923c6cbd9e).html)
- <https://blogi.eoppimispalvelut.fi/elma/>
- <https://www.ukessays.com/essays/tourism/host-community-attitudes-and-perceptions-about-tourism-tourism-essay.php>

Vinkit:

Hyödynnä tutkimustuloksia: [Arktinen kestävä matkailu](#)

Tee suunnitelmat: [Vastuullisen matkailuyrityksen oppaat](#)

Pysy ajantasalla globaaleista trendeistä: [Unwto](#)

Tämäkin kannattaa muistaa: [Responsible Tourism parternship](#)

Työkaluja ja menossa maksuton s-postikurssi 10 askelta yrityksen ympäristötyöhön: <https://www.aklukkarila.com/tilaa-maksuttomia-tarppeja-tyokaluja/>

Luettavaa: <https://www.aklukkarila.com/matkailu/lappi-2030-matkailijan-kestava-keidas-vai-ilmastopakolaisen-paratiisi/>





Visit Finland