

## **Suomalaisten matkanjärjestäjien sitoutuminen reilun matkailun periaatteisiin**

Essi Vuori

Opinnäytetyö

Matkailun koulutusohjelma

8.6.2012



Matkailun koulutusohjelma

<p><b>Tekijä tai tekijät</b> Essi Vuori</p>	<p><b>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi</b> 2009</p>
<p><b>Raportin nimi</b> Suomalaisten matkanjärjestäjien sitoutuminen reilun matkailun periaatteisiin</p>	<p><b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 59+3</p>
<p><b>Opettajat tai ohjaajat</b> Jarmo Ritalahti</p>	
<p>Opinnäytetyössä kartoitetaan suomalaisten matkanjärjestäjien toimintatapoja vastuullisen matkanjärjestämisen suhteen ja tutkitaan heidän sitoutuneisuutta reilun matkailun pääperiaatteisiin, jotka liittyvät sosiokulttuuristen, taloudellisten ja ympäristöelementtien kehittämiseen matkailukohteissa. Opinnäytetyön tuloksia ei kuitenkaan analysoida eikä julkaista absoluuttisena totuutena, vaan tarkoituksena on saada perustuntuma siihen, miten yksittäiset matkanjärjestäjät huomioivat reilun matkailun periaatteita.</p> <p>Tutkimus perustuu ensisijaisesti yrityshaastatteluihin, joissa käytetään opinnäytetyön toimeksiantajan, Reilun matkailun yhdistyksen, ja Laurea – ammattikorkeakoulun opiskelijoiden yhteistyönä laatimaa kysymyslistaa. Kysymykset koskevat matkakohteen ympäristön suojelua ja eläinten hyvinvointia, kohteen paikallisen talouden tukemista, sosiaalisten haittojen välttämistä ja paikallisten hyvinvoinnin edistämistä.</p> <p>Teoreettisessa viitekehyksessä selvitetään mitä kestävä kehitys matkailussa tarkoittaa. Matkailuelinkeinosta, vastuullisen matkailun historiasta ja sen kysynnästä nykypäivänä sekä tulevaisuudennäkymistä kerrotaan yleisesti.</p> <p>Opinnäytetyö on tutkimustyyppinen ja aineistonkeruumenetelmänä käytettiin teema-haastattelua sekä dokumenttianalyysiä. Tutkimus on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kevään 2012 aikana. Tutkimukseen osallistui kuusi suomalaista matkanjärjestäjää: Apollomatkat, Finnmatkat, Kon-Tiki Tours, Olympia Kaukomatkat, Mandala Travel ja Tjäreborg. Tutkimustuloksista selvisi matkanjärjestäjien toimintatapoja vastuullisen matkanjärjestämisen suhteen. Tuloksista selviää käytännön esimerkein, kuinka matkanjärjestäjät huomioivat matkakohteidensa ympäristön suojelua ja eläinten hyvinvointia, kohteiden paikallisen talouden tukemista, sosiaalisten haittojen välttämistä ja paikallisten hyvinvoinnin edistämistä. Tulokset ovat monipuolisia ja antavat selkeän kuvan siitä, miten yksittäiset matkanjärjestäjät huomioivat reilun matkailun periaatteita.</p>	
<p><b>Asiasanat</b> Reilu matkailu, matkanjärjestäjät, kestävä kehitys</p>	

Degree Programme in Tourism

<p><b>Authors</b> Essi Vuori</p>	<p><b>Group or year of entry</b> 2009</p>
<p><b>The title of thesis</b> Finnish tour operators' commitment to the principles of responsible tourism</p>	<p><b>Number of pages and appendices</b> 59+3</p>
<p><b>Supervisor(s)</b> Jarmo Ritalahti</p>	
<p>This study examines the procedures of Finnish tour operators, relating to the responsible tour operating. Their commitments to the guiding principles of responsible tourism in relation to developing socio-cultural, economic and environmental elements in destinations are being examined. The results of this study are not analyzed or published as an absolute truth, but to get the basic feel of how the individual tour operators take into account the principles of responsible tourism.</p> <p>The study is based primarily on interviews with companies. The question list used on interviews is prepared in co-operation with the thesis sponsor, Responsible tourism association, and the students of Laurea University. Questions concern protecting of the environment and the animal welfare, supporting of the local economy, avoiding social harms and promoting of the local wellbeing in destinations.</p> <p>The theoretical framework explains what sustainable development means in tourism. General information about tourism industry, the history of responsible tourism and of its demand on these days, as well as future prospects are being introduced.</p> <p>This task is a study and the data was collected by means of theme-interviews and documentary analysis. The approach of this study is qualitative.</p> <p>The study was conducted during the spring of 2012. The study involved six Finnish tour operators: Apollomatkat, Finnmatkat, Kon-Tiki Tours, Olympia Kaukomatkat, Mandala Travel and Tjäreborg. The results showed Finnish tour operators procedures relating to the responsible tour operating. The results will show practical examples of how tour operators take into account protecting of the environment and the animal welfare, supporting of the local economy, avoiding social harms and promoting of the local wellbeing in destinations. The results are diverse, and they give a clear picture of how the individual tour operators take into account the principles of responsible tourism.</p>	
<p><b>Key words</b> Responsible tourism, tour operators, sustainable development</p>	

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Reilu matkailu .....	3
2.1	Kestävä matkailu .....	3
2.1.1	Kestävä kehitys .....	5
2.2	Reilun matkailun historia ja tulevaisuudennäkymät .....	7
3	Yhteiskuntavastuu matkailualalla .....	10
3.1	Matkailuelinkeino .....	10
3.2	Suomalainen matkanjärjestäminen .....	11
3.3	Vastuullinen matkanjärjestäjä.....	12
4	Tutkimuksen toteutus.....	16
4.1	Tutkimuksen matkanjärjestäjät .....	16
4.1.1	Apollomatkat.....	17
4.1.2	Finnmatkat .....	18
4.1.3	Kon-Tiki Tours.....	19
4.1.4	Mandala Travel .....	20
4.1.5	Olympia kaukomatkatoimisto.....	20
4.1.6	Tjäreborg .....	21
4.2	Tutkimusmenetelmänä haastattelu.....	22
4.2.1	Reilun matkailun kysymyslista .....	22
4.3	Tutkimusmenetelmänä dokumenttianalyysi.....	25
5	Tutkimusaineiston analysointi .....	26
5.1	Haastattelu ja dokumenttianalyysi.....	27
5.2	Tutkimuksen luotettavuus.....	28
6	Tutkimustulokset.....	29
6.1	Paikallisen talouden tukeminen .....	29
6.2	Paikallisen ympäristön suojelu.....	33
6.3	Sosiaalisten haittojen välttäminen .....	39
6.4	Paikallisten hyvinvoinnin edistäminen .....	43
6.5	Muuta huomioitavaa .....	46
7	Yhteenvedo .....	48

Lähteet.....	55
Liitteet.....	60
Liite 1. Saatekirje .....	60
Liite 2. Haastattelukysymykset.....	61

# 1 Johdanto

Suomen matkatoimistoalan liitto SMAL:in mukaan matkanjärjestäjillä on ainutlaatuinen asema, jonka vuoksi ne voivat edistää merkittävästi kestävästä matkailusta. Matkanjärjestäjiä voidaan pitää matkailuliiketoimintaketjun risteysalueena, sillä ne voivat vaikuttaa kuluttajien valintapäätöksiin, hankkijoiden ratkaisuihin ja kohdealueiden kehittämiseen. (SMAL 2007, 11.)

Koska ympäristöön, taloudelliseen ja sosiaaliseen vastuuseen liittyvät seikat ovat matkailuelinkeinon toiminnan ja positiivisen kehityksen edellytyksiä, tahtoo opinnäytetyön toimeksiantaja, Reilun matkailun yhdistys, herättää keskustelua ja tarjota tietoa aiheesta. Reilun matkailun yhdistys pyrkii uudistamaan ja kehittämään kansalaisten käsitystä kolmannen maailman maista sekä vaikuttamaan yleiseen mielipiteeseen niin, että kuluttajat tiedostavat valintojensa vaikutuksen. Yhdistys haluaa kannustaa ja rohkaista myös matkailualan ammattihenkilöitä noudattamaan reilun matkailun periaatteita. Tämä opinnäytetyö tulee lisäämään suomenkielistä, ajankohtaista materiaalia aiheesta ja toivottavasti tulee sitä kautta kasvattamaan aiheesta kiinnostuneiden matkailijoiden tietoa ja herättämään keskustelua niin edellä mainittujen kuin matkoja järjestävien yritystenkin keskuudessa.

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan Reilun matkailun yhdistyksen laatimien haastattelukysymysten avulla suomalaisten matkanjärjestäjien vastuullisuutta ja sitoutuneisuutta reilun matkailun pääperiaatteisiin. Opinnäytetyössä kartoitetaan eri matkanjärjestäjien toimintatapoja vastuullisen matkanjärjestämisen suhteen ja tehdään vertailua tulosten pohjalta. Opinnäytetyö on tutkimustyyppinen ja aineistonkeruumenetelmänä käytetään teemahaastattelua sekä dokumenttianalyysiä. Tutkimus on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Saatujen tulosten perusteella pyritään luomaan kuvaa tunnetuimpien suomalaisten matkanjärjestäjien nykytilasta, mitä tulee reiluun matkailuun. Tämän opinnäytetyön tuloksia ei kuitenkaan analysoida eikä julkaista absoluuttisena totuutena, vaan tarkoituksena on saada perustuntuma siihen, miten yksittäiset matkanjärjestäjät huomioivat reilun matkailun periaatteita. Tuloksista laaditaan tiivistelmä yhdistyksen sivuille.

Tässä tutkimuksessa käytetään termejä reilu, kestävä ja vastuullinen matkailu. Pohjimiltaan kaikki termit viittaavat samoihin asioihin, vaikka painotuseroja löytyy.

Reilulle matkailulle ei nimittäin ole virallista määritelmää tai kriteerejä, kuten esimerkiksi reilulle kaupalle. Suomessa reilu matkailu – termiä käytetään vielä suhteellisen vähän, mutta Reilun matkailun yhdistys on valinnut termin kuvaamaan arvojaan ja ajamia asioitaan. Reilulla matkailulla yhdistys tarkoittaa turismia, joka huomioi ympäristönäkökohdat, kunnioittaa kohdemaan kulttuuris-sosiaalisia arvoja ja edistää matkailun taloudellisten hyötyjen ja haittojen nykyistä oikeudenmukaisempaa jakautumista. Näiden seikkojen pohjalta tutkimuksen kirjoittaja käsittelee tutkimusaihetta.

## 2 Reilu matkailu

### 2.1 Kestävä matkailu

YK:n alainen Maailman matkailujärjestö WTO määritteli kestävän matkailun vuonna 1988 seuraavanlaisesti: ”Kestävä matkailu vastaa sekä nykyisten matkailijoiden että kohdealueiden tarpeisiin sekä suojelee ja luo tulevaisuuden mahdollisuuksia. Sen on tarkoitus johtaa siihen, että kaikkia resursseja hallitaan tavalla, joka täyttää taloudelliset, sosiaaliset ja esteettiset tarpeet samalla kunnioittaen kulttuuriperintöä, suojellen ympäristöä, eläinten ja kasvien monimuotoisuutta ja elinkelpoisuuden säilymistä kohteessa.” Määritelmän mukaan matkailusta voi nauttia ja saada taloudellista hyötyä, mutta se tulisi tehdä tavalla, joka antaa samat mahdollisuudet myös tuleville sukupolville. (SMAL 2007, 9.)

Suomen matkatoimistoalan liitto SMAL:in mukaan kestävä kehitys matkailussa tarkoittaa matkailun negatiivisten vaikutusten poistamista tai minimoimista sekä positiivisten vaikutusten kasvattamista. Turismi on monille kehittyville maille tärkeä tulonlähde ja se edesauttaa sosiaalista ja taloudellista kehitystä, sekä edistää kulttuurienvälistä ymmärrystä. Se voi myös rohkaista taloudellisiin investointeihin ja kehitykseen parantamalla kohteen imagoa ja tunnettuutta. Matkailulla on kuitenkin myös haitallisia vaikutuksia kohteen kulttuuriin ja yhteiskuntaan, ympäristöön ja talouteen. Turismin tuottamia voittoja halutaan lyhyellä aikatahtimella, eikä kohteiden kestävyttä välttämättä tueta pitkällä ajanjaksolla. (SMAL 2007, 9-11.)

Matkailu voi olla reilua monella eri tasolla. Yksittäisen matkailijan konkreettiset valinnat ovat keskeisiä, mutta parasta olisi, jos koko matkailuala läpäisisi reilun matkailun periaatteet. (Mehtola, J. 2012.) Reilun matkailun yhdistys (2011c) kuvailee, että ennen kaikkea kestävän matkailun toteutumiseen tarvitaan sitoutumista eri osapuolilta, kuten matkailijoilta, matkailualan yrityksiltä, päättäjiltä ja viranomaisilta sekä lähtö- että kohdemaissa. Tämä tarkoittaa matkailusta aiheutuvien haittojen tiedostamista ja aktiivista minimoimista niin ekologisen, taloudellisen kuin sosiaalisenkin näkökulman puitteissa. Esimerkiksi sosiaalisesti kestävä matkailu pyrkii mahdollisimman tasa-arvoiseen kohtaamiseen matkailijan ja kohdemaan asukkaiden välillä. Siinä on monesti kyse matkaili-



joiden eettisistä ja moraalisisista valinnoista, joihin puolestaan voivat vaikuttaa heidän henkilökohtainen elämäntilanteensa, koulutustasonsa, tietämys toisista kulttuureista sekä omat tavat ja tottumukset. Myös matkailuyrityksillä on vastuu sosiaalisesti kestävä matkailun toteutumisesta. (Reilun matkailun yhdistys 2011c.)

Yhtenäisten määritelmien ja kestävä matkailun kriteerien puute luo hankalat lähtökohdat kestävä matkailun harjoittamiselle. ”Reilu matkailu ei ole kuin banaani, jota viljellään täällä ja myydään tuolla”, kuvailee Mehtola (2012). Matkailupalveluja kulutetaan ja ostetaan monissa eri paikoissa, joten niiden sertifiointi on haastavaa. Toistaiseksi ei ole pystytty luomaan luotettavaa keinoa mitata matkailutuotteen tai – palvelun kestävyttä, eikä siis tilannetta valvo maailmanlaajuisesti kukaan. Esimerkiksi pelkästään majoituspalveluiden ekologisuudesta ja eettisyydestä kertovia merkkejä on maailmalla käytössä yli 60 erilaista. (Mehtola, J. 2012.) Esimerkiksi The Global Sustainable Tourism Council, neuvosto joka pyrkii edistämään kestävä matkailun periaatteita maailmanlaajuisesti, on luonut Maailmanlaajuiset kestävä matkailun kriteerit, jotka muodostuvat 37 vapaaehtoisesta kriteeristä. Ne määrittelevät minimitason, johon matkailuyritysten tulisi pyrkiä suojellakseen kohteen luontoa ja kulttuuriperintöä sekä taatakseen, että matkailu tukee köyhyyden poistamista. (Global Sustainable Tourism Council 2011.)

Suomalainen Reilun matkailun yhdistys on laatinut matkailijoille suunnatut Reilun matkailijan ohjeet, jotka soveltuvat sekä kotimaan- että ulkomaanmatkailuun.

1. Hanki tietoa matkakohteesta
2. Matkusta huippusesongin ulkopuolella
3. Valitse vastuuntuntoinen matkanjärjestäjä
4. Suosi paikallista
5. Säästä energiaa ja vettä
6. Minimoi jätteet
7. Kunnioita paikallista kulttuuria
8. Suojele ihmisiä, eläimiä ja luontoa
9. Kerro näkemästäsi ja kokemastasi

Vastuuntuntoisen matkanjärjestäjän valitsemisen osalta yhdistys neuvoo matkailijaa käyttämään matkanjärjestäjää, joka pystyy osoittamaan, että sen toiminta hyödyttää paikallisyhteisöä ja minimoi ympäristö- ja sosiaaliset haitat. Matkailijaa neuvotaan ottamaan selvää myös matkanjärjestäjän yhteistyökumppaneista, esimerkiksi kuljetusyhtiöistä, paikallisagenteista ja ohjelmapalvelutoimittajista. Vastuuntuntoinen matkanjärjestäjä tiedottaa ja kertoo matkakohteen kulttuurista ja ympäristöstä sekä pystyy osoittamaan, miten se toiminnallaan tukee paikallisyhteisöä ja minimoi ympäristö- ja sosiaalisia haittoja. Lisäksi matkanjärjestäjällä tulee olla toimintaohjeet kuinka vieraassa kulttuurissa toimitaan ja kuinka matkailija voi omalla toiminnallaan vähentää kohteeseen tulevaa kuormitusta. Vastuuntuntoinen matkanjärjestäjä ei tuota palveluita siihen sopimattomalla alueella. (Reilun matkailun yhdistys 2012b.)

Syksyllä 2011 Reilun matkailun yhdistys laati yhteistyössä Laurea ammattikorkeakoulun oppilaiden kanssa Reilun matkailun kysymyslistan, joka auttaa matkailijaa reilun matkanjärjestäjän valinnassa. Kysymyslistan avulla matkailija voi itse selvittää, onko matkanjärjestäjä tai jokin muu matkailuyritys sitoutunut reilun matkailun periaatteisiin. Kysymyslistan tarkoituksena on saada niin matkailijat kuin matkanjärjestäjätkin kiinnittämään huomiota kestävän matkailun tärkeyteen ja sitä kautta edistää vastuullista matkailua ja sen kysyntää. Kysymysten avulla voidaan selvittää matkanjärjestäjien sitoutuneisuutta kestävän matkailun periaatteisiin, liittyen sosiokulttuuristen, taloudellisten ja ympäristöelementtien kehittämiseen matkailualueella. Reilun matkailun kysymyslista pitää sisällään neljä laajaa kysymystä, jotka liittyvät läheisesti kestävän kehityksen osaluoihin. Kysymykset koskevat matkakohteen ympäristön suojelua ja eläinten hyvinvointia, kohteen paikallisen talouden tukemista, sosiaalisten haittojen välttämistä ja paikallisten hyvinvoinnin edistämistä. Neljän pääkysymyksen alta löytyy lisäkysymyksiä, jotka tuovat tarkennusta aiheeseen ja antavat mahdollisuuden aiheen syvällisempään tarkasteluun. (Reilun matkailun yhdistys 2012a.)

### **2.1.1 Kestävä kehitys**

Gro Harlem Brundtland totesi vuonna 1987 Yhteinen tulevaisuutemme -raportissa: ”Kestävä kehitys on kehitystä, joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa.” Tämä Yhdistyneiden kansakunti-

en ympäristön ja kehityksen maailmankomission eli Brundtlandin komission luomassa raportissa käsiteltiin ensimmäisen kerran käsitettä kestävä kehitys, jota varten esiteltiin pitkän aikavälin strategia vuoden 2000 jälkeisiin aikoihin saakka. (Global Finland 2009; Valtion ympäristöhallinto 2011.)

Suomen ulkoasiainministeriö (2006) luonnehtii nykypäivän kestävä kehitystä ”ohjatuksi ja jatkuvaksi yhteiskunnalliseksi muutokseksi, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville mahdollisuudet hyvää elämään”. Kestävä kehitys jaetaan kolmeen osa-alueeseen: ekologiseen, sosiaaliseen ja taloudelliseen kestävyteen. (Ulkoasiainministeriö 2006). Rohweder (2004, 16) lisää, että vaikka kestävä kehitys voidaan jakaa edellä mainittuihin kolmeen ulottuvuuteen, on selvää, että ulottuvuudet ovat toisiinsa kietoutuneita. Yhden huomioimatta jättäminen vaikuttaa edelleen myös kestävä kehityksen toteutumisen mahdollisuuksiin muiden ulottuvuuksien osalta. Kestävä kehityksen kannalta olennaista onkin taloudellisten, ympäristöön liittyvien ja sosiaalisten ulottuvuuksien tasapainoinen kehittäminen.

Ekologisessa kestävydessä ihmisen toiminta asettuu luonnon kantokyvyn rajoihin siten, etteivät luonnon monimuotoisuus tai ekosysteemien toimivuus vaarannu. Tämä tarkoittaa ihmisen taloudellisen ja aineellisen toiminnan sopeuttamista pitkällä aikavälillä luonnon kestokykyyn. (Valtion ympäristöhallinto 2011.) Käytännössä luonnonvaroja tulisi käyttää kestäväällä tavalla, nykyisiin ympäristöongelmiin tulisi hakea ratkaisua ja tulevia ongelmia tulisi ennaltaehkäistä (Rohweder 2004, 15).

Sosiaalinen kestävyys on ihmisarvoisen elämän, oikeudenmukaisen kohtelun ja kulttuurisen itsemääräämisoikeuden turvaamista. Sosiaalisessa kestävydessä keskeisenä kysymyksenä on taata hyvinvoinnin edellytysten siirtyminen sukupolvelta toiselle. (Valtion ympäristöhallinto 2011.) Sosiaaliseen kestäväan kehitykseen kuuluva kulttuurillinen kestävyys tarkoittaa paikallisten kulttuurien mahdollisuutta kehittyä omilla ehdoillaan. Lisäksi se liittyy kulttuurisen moninaisuuden ja erilaisuuden kunnioittamiseen. (Rohweder 2004, 15.)

Taloudellinen kestävyys on toiminnan pitkän aikavälin taloudellista kannattavuutta ja tasapainoista kasvua, joka nojaa luonnonvarojen säästeliääseen käyttöön ja turvaa kaikkien osapuolten riittävän toimeentulon (Valtion ympäristöhallinto 2011).

## 2.2 Reilun matkailun historia ja tulevaisuudennäkymät

Matkailu alkoi toden teolla toisen maailmansodan jälkeen, josta lähtien se on ollut tasaisessa kasvussa lukuun ottamatta esimerkiksi terrorismin ja taloustaantumien aiheuttamia notkahduksia. Matkailun suosion kasvaessa myös sen aiheuttamat negatiiviset vaikutukset ympäristöön kasvoivat. Ympäristöongelmien laajuus ja monimutkaisuus myönnettiin kuitenkin vasta useita vuosikymmeniä myöhemmin. (SMAL 2012c.)

Nykypäivää mietittäessä matkailun aiheuttamat ympäristöongelmat ovat olleet tiedossa jo kauan, vaikka tarkkaa ajankohtaa ympäristötietoisuuden alkamiselle on vaikea määrittellä. Ensimmäinen laaja ympäristökysymyksiin keskittynyt konferenssi järjestettiin Tukholmassa 1972, joka pani alulle YK:n ympäristöohjelman laatimisen. Vuonna 1987 Brundtlandin komissio julkaisi YK:n pyynnöstä Yhteinen tulevaisuutemme -raportin, jonka tarkoituksena oli pohtia miten kiihtyvä luonnon tuhoutuminen ja sen haitalliset vaikutukset inhimilliseen kehitykseen saataisiin kuriin. Raportti esitteli ensimmäistä kertaa kestävän kehityksen määritelmän, jossa otettiin huomioon ihmisten sosiaaliset ja taloudelliset tarpeet luonnon kantokyvyn rinnalla. (Kalmari & Kelola 2009, 10–13; SMAL 2012c.)

Ekoturismi – käsite syntyi, kun kansalaisjärjestöt ja tutkijat ryhtyivät vaatimaan kestävän kehityksen periaatteiden tuomista myös matkailualalle. Ekoturismilla tarkoitettiin alun perin kansallispuistoihin suuntautuvaa luontomatkailua, jonka tavoitteina oli edistää koskemattoman luonnon suojelua ja lisätä matkailijoiden ymmärrystä ja arvostusta luontoa kohtaan sekä minimoida matkailijoiden aiheuttamia haittoja. Massamatkailun aiheuttamat jäteongelmat, maiseman muutokset ja paikallisyhteisöjen vastustus todistivat, kuinka kestävämmällä pohjalla matkailu oli. Vastareaktionä vaadittiin pienimuotoisia, paikallisyhteisöjen omistamia tai hallinnoimia matkailuhankkeita uusille alueille – joskin nykyään tiedetään jo paremmin että monet pienryhmämatkat kuluttavat enemmän energiaa kuin massamatkailu ja tuottavat enemmän jätettä paikoissa, joissa sen

käsittely on erityisen hankalaa. Sittemmin ekoturismin määritelmä on saanut yhä erilaisempia muotoja: osa tarkoittaa sillä pelkästään matkustusta suojelualueille, osalle riittää vain kiinnostus luontoa kohtaan. (Kalmari & Kelola 2009, 10–13.)

Ensimmäinen ekoturismia ajava kansainvälinen järjestö, The International Ecotourism Society, perustettiin 1990. Nykyisin maailmalla on jo satoja kestäväää matkailua edistäviä kansalaisjärjestöjä ja monilla alan yrityksillä on kestävään kehitykseen liittyviä hankkeita ja järjestöjä. Myös matkailututkimuksessa on paneuduttu kestävään kehitykseen. Suomessa kestävämmän ja vastuullisemman matkailun periaatteista tiedottaa vuodesta 2003 toiminut Reilun matkailun yhdistys. (Kalmari & Kelola 2009, 10–13.)

Nykyään ekoturismi on keskittynyt pitkälti hotellien veden- ja energiankulutuksen vähentämiseen. Myös ilmaston nopea lämpeneminen on aiheuttanut paljon keskustelua viime vuosien aikana, ja siihen on puututtu aktiivisesti päästöjä vähentävillä toimenpiteillä ja erilaisilla ilmastopimuksilla. Pohjimmaisena ongelmana onkin, ettei selkeää määritelmää reilulle matkailulle, saati luotettavaa keinoa mitata matkailutuotteen tai –palvelun kestävyttä, ole pystytty luomaan. Kuluneen ekoturismi-ilmaisun tilalle on tarjottu vaihtoehtoisia nimityksiä, kuten vastuullista, reilua, kestäväää, paikallisyhteisöjen omistamaa tai toteuttamaa matkailua. Uudet nimitykset eivät kuitenkaan ole pystyneet ratkaisemaan itse ongelmaa, yhtenäisten kriteerien ja niiden valvonnan puutetta. (Kalmari & Kelola 2009, 10–13; SMAL 2012c.)

Nykypäivän kuluttajat ovat entistä tietoisempia, vaativampia ja kiinnostuneita matkailun vaikutuksista ympäristöön sekä yrityksistä, jotka toimivat vastuullisesti (MEK 2005). Matkailukysynnän tulevaisuuden trendit ovat kuitenkin kaksijakoisia: osa matkailijoista kaipaa tehokasta ajankäyttöä ja lyhytlomia, mutta samalla hitaan matkailun kysyntä lisääntyy. Matkailijoiden nautinnonhaluisuuden rinnalla lisääntyy eettinen ja vastuullinen asenne matkailussa. Vastuullisen matkailun asema erikoistuotteesta välttämättömyydeksi ja valtavirran tuotteeksi muuttuu vähitellen. 2000-luvun alkupuolella alle prosentti matkailijoista suosi kestävyiden periaatteiden mukaisia matkoja, mutta luvun ennustetaan kasvavan viiteen prosenttiin vuoteen 2015 mennessä. Myös kiinnostus paikallisiin kulttuureihin ja yhteyksiin paikallisen väestön kanssa on kasvamassa. Matkailun halutaan hyödyttävän paikallista taloutta, joten tulevaisuuden matkailija arvostaa kulttuurista

erilaisuutta ja käyttää yhä enemmän paikallisia tuotteita ja palveluita, eikä ole kiinnostunut persoonattomien suuryritysten palveluista. (Puhakka 2011.)

Eri kulttuureiden ja niiden tuntemisen ennustetaan nousevan tärkeiksi seikoiksi matkailussa. Tulevaisuuden matkailijat ovat kriittisiä lavastettuja, epäaitoja kokemuksia kohtaan ja etsivät todellisia kokemuksia ja ”koskemattomia” kohteita. Matkailijat pyrkivät syvempiin ja merkityksellisempiin kokemuksiin muuttamalla omaa rooliaan eli esimerkiksi osallistumalla vapaaehtoistyöhön, mikä muuttaa myös kohteessa vierailevan ja paikallisen suhdetta. Hyvinvoivia länsimaisia matkailijoita kiinnostaa myös kurjuuden kokeminen, esimerkiksi opastetuilla kierroksilla slummeissa. (Puhakka 2011.)

Kuoni Travelin Global Holiday Report -tutkimus osoittaa, että kestävä matkailu ja ekoturismi tulevat olemaan yhä tärkeämpiä seikkoja matkailijoille tulevien kymmenen vuoden kuluessa. Matkailijat ovat vastuullisempia kuin ennen ja huomioivat matkailun vaikutukset kohteeseen, jossa he vierailevat. Esimerkiksi 85 % tutkimukseen vastanneista suomalaisista kertoi mieltävänsä lomalla roskaamisen vastenmieliseksi. Tutkimuksen mukaan viisi tärkeintä tulevaisuuden matkailutrendiä suomalaisille matkailijoille liittyvät yhtä lukuun ottamatta tavalla tai toisella maapallon suojeluun ja matkailun vastuulliseen järjestämiseen: uusien paikkojen kokeminen (45 %), kestävä matkailu (37 %), sosiaalinen vastuu (26 %), luksus (20 %) ja ekomatkailu (19 %). Lomatutkimuksen mukaan kestävä matkailu ja sosiaalinen vastuu nousevat tärkeiksi trendeiksi etenkin alle 45-vuotiailla. (Matkalehti 2011; Rantapallo 2012.)

### 3 Yhteiskuntavastuu matkailualalla

#### 3.1 Matkailuelinkeino

Matkailu on yksi maailman suurimmista ja nopeimmin kasvavista elinkeinoista.

UNWTO:n mukaan kansainvälisten matkojen määrä on viimeisen kuudenkymmenen vuoden aikana kasvanut 25 miljoonasta 940 miljoonaan, ja luvun odotetaan nousevan 1,6 miljardiin vuoteen 2020 mennessä. Perinteisten Euroopan ja Amerikan matkojen rinnalle ovat nousseet matkat kehittyviin maihin, sillä vuonna 2010 jo 47 prosenttia kansainvälisistä matkoista tehtiin kehittyviin maihin. Lähi-idässä kansainvälinen matkailu kasvoi 14 % ja Aasian ja Tyynenmeren alueella 13 %. Euroopassa kasvua oli vain 3 %. Silti noin puolet kansainvälisestä matkailusta suuntautuu yhä Euroopan maihin.

(UNWTO 2011, 2.)

Kansainvälisen matkailun kasvuun on useita syitä. Erityisesti viimeisten vuosikymmenien aikana taloudellinen ja yhteiskunnallinen kehitys on edennyt nopeasti ja globalisaatio on lisännyt kansainvälistä vuorovaikutusta ja sen tarvetta. Talouden kasvu yhdessä vapaa-ajan kasvun kanssa on lisännyt kuluttajien mahdollisuuksia käyttää rahaa matkustamiseen, ei pelkästään länsimaissa vaan yhä enenevässä määrin myös useissa Aasian ja Latinalaisen Amerikan maissa sekä rikkaissa arabivaltioissa. Matkailun kasvun myötä myös kohdemahdollisuuksista on tullut yhä monipuolisempia ja uusia matkailukohteita avautuu jatkuvasti. Uusia matkailukohteita avautuu erityisesti kehittyvissä maissa, joissa matkailu on usein myös pääasiallinen elinkeino luoden uusia työpaikkoja ja mahdollisuuksia kehitykselle. Esimerkiksi vuonna 2007 kansainväliset matkailijat käyttivät 295 miljardia USA:n dollaria kehitysmaissa, kun taas teollisuusmaiden antamat varat kehitysyhteistyöhön samana vuonna olivat 103,7 miljardia USA:n dollaria. WTTC:n arvion mukaan vuonna 2011 matkailuala työllisti suoraan 99 miljoonaa ihmistä ja matkailualan luomat epäsuorat työpaikat mukaan lukien luku oli 258 miljoonaa ihmistä. Lähes puolet kaikista matkailualan työntekijöistä on naisia, mutta heidän palkkansa ovat keskimäärin 10–15% pienempiä kuin miesten ja he ovat edustettuina etenkin alemman tason työtehtävissä. (Reilun matkailun yhdistys 2011b; WTTC 2011, 26.)

Matkailuala on hyvin haavoittuvaista ja altista luonnonvoimille sekä luonnon säilymiselle. On selvää, etteivät pitkälle tähtäävät sijoitukset toimialalle ole kannattavia, jos matkailu kuluttaa ja käyttää kohteet loppuun. Yleisesti ottaen ei minkään matkustamisen voi sanoa olevan kovin kestävä. Matkailulla on kuitenkin sen negatiivisten vaikutuksien lisäksi paljon positiivisia vaikutuksia. Kestävässä matkailukehityksessä korostetaan muutosta jatkuvasta taloudellisesta kasvusta sellaiseen kehitykseen, joka ottaa huomioon nykypäivän tarpeet vaarantamatta tulevien sukupolvien mahdollisuuksia. Hyvässä yhteistyössä eri eturyhmien kanssa suunniteltu matkailu auttaa taloudellista kehitystä ja luo uusia työpaikkoja. Matkailu voi myös vaikuttaa myönteisesti kulttuuriperinteiden ylläpitämiseen ja luonnonsuojelualueiden säilyttämiseen. (MEK 2005.)

### **3.2 Suomalainen matkanjärjestäminen**

Matkatoimistotoiminta alkoi Suomessa vuonna 1897, kun Helsingin rautatieasemalla alettiin myydä kansainvälisiä kuponkilippuja rautateillä matkustaville. Vuonna 1909 perustettiin Suomen ensimmäinen matkatoimisto, nykyiseltä nimeltään Suomen Matkatoimisto Oy. Matkatoimistoalan alkutaipaleella suomalaisten ulkomaanmatkustus oli kuitenkin vielä vähäistä ja ulkomaanmatkoja pidettiin ylellisyytenä. (SMAL 2012d.)

1950-luvulla matkatoimistojen lukumäärä kasvoi suuresti ja verkosto levittäytyi pian ympäri Suomea. Vuonna 1950 järjestettiin myös ensimmäinen matkatoimistovirkailijakurssi Suomen matkatoimistoyhdistyksen puolesta. Ensimmäinen seuramatkalento tehtiin vuonna 1951 Espanjan Madridiin, ja matkat Kanariansaarille alkoivat viisi vuotta myöhemmin. 1960-luvulla alkoi suomalaisten laajamittainen seuramatkustus ulkomaille ja matkojen luonne muuttui ja kulttuuri- ja opintomatkoista aurinkolomiksi. Enää ei tarvinnut olla rikas lomaillakseen loisteliaasti. Vuonna 1968 astui voimaan matkatoimistoasetus ja matkatoimistoliikkeen harjoittaminen tuli luvanvaraiseksi. Kymmenen vuotta myöhemmin astui voimaan kuluttajansuojalaki, jonka myötä seura- ja lähimatkailun nopean kasvun vuoksi lisääntyneet valitukset kuluttajilta siirtyivät kuluttajavalituslautakunnan alaisiksi. EU:n myötä vuonna 1995 tulivat voimaan uusi valmismatkalaki ja valmismatkaehdot, ja valmismatkoista alettiin periä arvonlisäveroa. (SMAL 2012d.)



Suomen matkatoimistoalan liitto SMAL perustettiin vuonna 1993. SMAL on matkatoimistojen, matkanjärjestäjien ja Incoming-toimistojen muodostama yhteisö, jonka tavoitteena on edistää matkatoimistoalan kehitystä Suomessa, ajaa jäsentensä yhteisiä etuja ja valvoa niiden oikeuksia, toimia hyvien liiketapojen ylläpitämiseksi ja luoda edellytyksiä hyviin suhteisiin ja toiminnalliseen yhteistyöhön jäsentensä ja matkailualan muiden yritysten kesken. Liiton jäsenistö muodostuu matkatoimistojäsenistä, joiden määrä on reilut 160 ja joiden toimipaikkojen määrä on yhteensä noin 300, sekä toimialajäsenistä, joita on noin 90. Toimialajäsenet ovat majoitusliikkeitä, matkailualan lehtiä, lento-, laiva- tai maaliikennettä harjoittavia yhtiöitä, konsulttiyrityksiä ja oppilaitoksia, ulkomailla toimivia matkatoimistoja, kotimaisia ja ulkomaisia matkailutoimistoja sekä muita matkailualan palveluita tarjoavia yrityksiä ja yhteisöjä. (SMAL 2012a.)

2000-luvulla matkailu on yksi suurimmista elinkeinoista, vaikka maailma on muuttunut entistä turvattommammaksi ja esimerkiksi World Trade Centerin iskut, Kaakkois-Aasian tsunami ja SARS ovat vaikuttaneet erityisesti matkustamiseen. Myös ilmastonmuutos tulee muuttamaan elämää ja matkailua monin tavoin. Uudenlainen maailma asettaa matkailuelinkeinolle monenlaisia haasteita ja mahdollisuuksia, mutta matkustaminen tuskin koskaan loppuu. (SMAL 2012d.)

### **3.3 Vastuullinen matkanjärjestäjä**

Suomen matkatoimistoalan liiton (SMAL 2007, 4) mukaan kestävän kehityksen merkitys kasvaa jatkuvasti sekä maailmanlaajuisesti että suomalaisessa yhteiskunnassa. Matkailun edistämiskeskus (MEK 2005) lisää: ”yhteiskuntavastuun merkitys kaiken kokoisten yritysten kilpailukyvyllä on voimakkaasti kasvussa. Matkailualan yritysten toiminnan kehittäminen yhteiskuntavastuullisesti takaa niiden menestymisen pitkällä aikavälillä.” Koska kestävän kehityksen merkityksen kasvu vaikuttaa siis selvästi myös matkailubisnekseen, on matkailuyritysten etu pysyä mukana kestävän kehityksen kelkassa. Kestävän kehityksen nousu laajoissa yhteiskunnallisissa keskusteluissa merkitsee samalla myös taloudellisesti, ekologisesti ja sosiaalisesti vastuullisen yritystoiminnan nousua yhä merkittävämmäksi haasteeksi. Yritysten osalta kestävä kehitys tarkoittaa ajattelu- ja toimintatapaa jossa päätöksiä ja valittuja toimintatapoja arvioidaan myös niiden pitkäaikaisen vaikutusten perusteella. (SMAL 2007, 4; 9.) Voidaankin puhua yritysten yhteis-

kuntavastuusta, joka tarkoittaa vastuuta yritystoiminnan vaikutuksista ympäröivään yhteiskuntaan ja yrityksen sidosryhmiin. Yhteiskuntavastuun käsite kokoaa yhteen kestävään menestymiseen vaikuttavat näkökulmat: talouden, ympäristön sekä sosiaalisen näkökulman. (MEK 2005.)

Usein matkailualan yritykset ovat pieniä tai keskisuuria ja niiden yhteiskunnalliset vaikutukset liittyvät kohdealueilla tapahtuviin muutoksiin. Kohde-alueelle haitallisista muutoksista puhuttaessa nostetaan yleensä esiin muutokset luonnonympäristössä ja sosiaalisissa tai kulttuurisissa kysymyksissä. Kysymys itsessään on kuitenkin paljon laajempi eikä ulotu vastuullisen toiminnan harjoittamiseen ainoastaan paikan päällä matkakohteissa. Vastuullisen matkailuyrityksen toiminnan tunnusmerkkejä on monia. Tässä tutkimuksessa käytettävää reilun matkailun kysymyslistaa mukaillen voidaan ne itse matkakohhteessa jakaa paikallisen talouden tukemiseen, ympäristön suojeluun, sosiaalisten haittojen välttämiseen ja paikallisten hyvinvoinnin edistämiseen. Reilun matkailun yhdistys tarkastelee aihetta matkailuyrityksen työntekijöiden, kohteen paikallisyhteisöjen, kohteen viranomaisten, ympäristöjärjestöjen, matkailijoiden ja paikallisten (matkailu)yritysten näkökulmista. Tarkasteltavia aihepiirejä ovat talous, ympäristö, kulttuuri, ihmisoikeudet ja lait. (Reilun matkailun yhdistys 2011a.)

Suomen matkatoimistoalan liitto SMAL jakaa vastuullisen yritystoiminnan matkanjärjestäjille seuraaviin osakokonaisuuksiin: yrityksen sisäiset toimintatavat, vastuullisen hankintaketjun hallinta, asiakasviestintä, liikenne, majoitus, retket ja matkakohteet. (SMAL 2007, 7–8). SMAL:in mukaan matkanjärjestäjät voivat ottaa kestävä matkailun periaatteet osaksi liiketoimintaansa huomioimalla yrityksen sisäiset toimet, esimerkiksi energian säästön, jätehuollon sekä hyvät työolot, sekä panostamalla kestävään tuotekehitykseen esimerkiksi valitsemalla kestävä kehitystä parhaiten toteuttavat hankkijat. Hankintaketjun hallintaa parempaan päin voi toteuttaa esimerkiksi tarjoamalla tietoa ja koulutusta, markkinointia ja muita kannusteita sekä sisällyttämällä kestävä matkailun vaatimuksen sopimusehtoihinsa. Lisäksi yhteistyö kohdealueiden kanssa ja valistus ja kannustus asiakassuhteiden kautta ovat tärkeitä toimia kohti kestävämpää liiketoimintaa. (SMAL 2007, 12–13.)

SMAL:in mukaan huomioitavia seikkoja ovat myös liikenne ja kuljetukset, joilla on yleensä lomamatkan suurin ympäristövaikutus. Parannustoimenpiteiksi voidaan ehdottaa muun muassa ympäristösertifioituja kuljetuksia, taloudelliseen ajotapaan pyrkimistä, julkisen liikenteen suosittamista asiakkaille sekä lyhyiden lentomatkojen rajoittamista. Tärkeää on myös kestävän majoituksen tarjoaminen, mikä sisältää aspektit vastuullisesti toimivien ja mieluiten paikallisten yrittäjien omistamien majoitusliikkeiden suosimisesta, lasten seksuaalisesta hyväksikäytöstä tiedottamisesta, paikallisen ja luomuruoan ostamiseen rohkaisemisesta ja reilujen matkamuistojen suosittamisesta. Matkakohteen retkillä ja aktiviteeteilla on lomamatkan osista kaikkein suurin vaikutus kohteelle ja matkailijoille tulisi tarjota vain retkiä jotka aiheuttavat vain vähän tai ei lainkaan haittaa ympäristölle. Paikallisyhteisöä tukevia retkiä ja aktiviteetteja tulisi kehittää ja tarjota matkailijoille, eikä yhteiskunnallisesti tai kulttuurisesti epäsoivia tuotteita tai palveluja tulisi tarjota. Jos matkakohteita ei suojella, matkailijat eivät enää halua matkustaa turmeltuineisiin kohteisiin tai matkustavat vain, mikäli matkan hinta on todella edullinen. Matkanjärjestäjät voivat vaikuttaa kohteiden kestävään kehitykseen suosimalla vastuullisempia kohteita tai tukemalla kohteiden kestävän matkailun kehitystä. (SMAL 2007, 54–81,

Kestävän kehityksen mukainen liiketoiminta on matkailuelinkeinon toiminnan ja positiivisen kehityksen edellytys, mutta se tuo mukanaan myös monia etuja yritykselle itselleen. Kestävän matkailun periaatteilla on positiivinen vaikutus yrityksen imagoon ja siten myös liiketoimintaan. Positiivinen yrityskuva houkuttelee uusia asiakkaita, rohkaisee kanta-asiakkuuteen ja johtaa kasvavaan tuottoon. Myös nuoret, lahjakkaat ihmiset etsivät yhä useammin vastuullisen arvomaailman omaavia työnantajayrityksiä. Kestävän matkailun periaatteiden noudattaminen johtaa usein alhaisempiin toiminnan kuluihin, tuottavuuden kasvuun, resurssien tehokkaampaan käyttöön ja sakkomaksujen välttämiseen. Lisäksi rahoituksen hankkiminen helpottuu, sillä sosiaaliset ja ekologiset kriteerit ovat usein ehtona rahoituksen saamiselle pankeilta tai sijoittajilta. Matkanjärjestäjillä, jotka ottavat käyttöön toimintaperiaatteita ja osoittavat noudattavansa niitä, on vahvempi asema vaikuttaa lainsäädännöllisiin ehdotuksiin tai toimenpiteisiin. Lainsäädännön mukainen toiminta ja kestävän kehityksen periaatteiden noudattaminen on myös osa riskienhallintaa: jos yritys osoittaa aloitteellisuutta kestävän matkailun ja tuotteiden

laatutason suhteen, tämä helpottaa puolustuksen työtä mahdollisissa oikeusjutuissa ja myös ehkäisee mahdolliset yrityskuvan saamat kolhut. (SMAL 2007, 11–12.)

## 4 Tutkimuksen toteutus

Tämä tutkimus on toteutettu kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimustavalla. Laadullisessa tutkimuksessa lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen. Tarkoituksena on hankkia suppeasta kohteesta paljon tietoa ja siten ymmärtää ilmiötä paremmin ja kokonaisvaltaisemmin. (Ojasalo ym. 2009, 94). Tutkimusaineistoa on kerätty dokumenttianalyysin menetelmin tutkittavien matkanjärjestäjien Internet-sivuilta ja kirjallisista esitteistä. Ensisijaisena aineistonkeruumenetelmänä pyrittiin kuitenkin käyttämään haastattelua, jotta saataisiin mahdollisimman kattavaa ja ajankohtaista tietoa.

Yrityshaastattelut pohjautuvat Reilun matkailun yhdistyksen ja Laurea – ammattikorkeakoulun opiskelijoiden yhteistyönä laatimaan kysymyslistaan, jota käytettiin haastattelun runkona. Myös lisäkysymyksiä esitettiin haastateltavan vastauksiin pohjautuen.

Tutkimusaineistoa kerättiin ajalta 13.3.–15.5.2012. Haasteelliseksi koettiin se, ettei mahdollisia haastateltavia ollut aina helppo tavoittaa eikä heidän mielenkiintoaan osallistua tutkimukseen voinut etukäteen tietää.

Haastattelupyynnöt lähetettiin seuraaville matkanjärjestäjille: Kon-Tiki Tours, OLYMPIA Kaukomatkatoimisto, Matkatoimisto Aventura, Matkatoimisto Detur, Nazar Nordic, Kaleva Travel, Apollomatkat, Suomen matkatoimisto, Air Finland Holidays, Matkatoimisto Hispania, KILROY, OK-Matkat, Mandala Travel, Tjäreborg, Aurinkomatkat ja Finnmatkat.

Tutkimuksen pääongelmana oli kartoittaa suomalaisten matkanjärjestäjien toimintatapoja vastuullisen matkanjärjestämisen suhteen ja tutkia heidän sitoutuneisuutta reilun matkailun pääperiaatteisiin.

### 4.1 Tutkimuksen matkanjärjestäjät

Kvalitatiiviselle tutkimusmenetelmälle tyypillistä on se, että henkilöt valitaan tarkoituksenmukaisesti, eikä satunnaisotoksen menetelmää käyttäen (Hirsjärvi ym. 2005, 155).

Tähän tutkimukseen pyrittiin tarkoituksella valitsemaan erityyppisiä matkanjärjestäjiä: niin pieniä kuin isojakin ja niitä jotka tuovat esille vastuullista matkailua sekä niitä jotka eivät tuo. Tutkimukseen saatiin mukaan Apollomatkat, Finnmatkat, Kon-Tiki Tours, Olympia Kaukomatkatoimisto, Mandala Travel ja Tjäreborg. Matkanjärjestäjistä ja niiden sitoutuneisuudesta reilun matkailun periaatteisiin etsittiin tietoa dokumenttianalyysin avuin yritysten Internet – sivuilta sekä esitteistä. Tarkoituksena oli saada tietoa suomalaisten matkanjärjestäjien toimintatavoista vastuullisen matkanjärjestämisen suhteen, joten valittujen matkanjärjestäjien toivottiin eroavan toisistaan ja tuovan sitä kautta erilaisia näkemyksiä aiheeseen. Toimintatapoja vastuullisen matkanjärjestämiseen on monia eikä yhtä ainoaa oikeaa toimintatapaa ole. Näitä tapoja kartoittamalla pystytään luomaan kuvaa suomalaisten matkanjärjestäjien nykytilasta, mitä tulee reiluun matkailuun, sekä saada perustuntuma siihen, miten yksittäiset matkanjärjestäjät huomioivat reilun matkailun periaatteita.

#### **4.1.1 Apollomatkat**

Apollo on yksi Pohjoismaiden suurimmista valmismatkatoimijoista ja se kuljettaa matkailijoita eri kohteisiin Suomesta, Ruotsista, Norjasta ja Tanskasta. Pohjoismaiden kattavin lomavalikoima pitää sisällään yli 1600 hotellia 150 matkakohteessa, 28 eri maassa. Suomessa Apollo tunnetaan nimellä Apollomatkat. Vuonna 2001 Apollosta tuli osa maailmanlaajuista, alun perin sveitsiläistä, Kuoni – matkakonsernia. Kuoni Nordiciin kuuluu Apollomatkat Suomessa, Apollo, Kuoni ja Golf Plaisir Norjassa, Ruotsissa ja Tanskassa, Falk Lauritsen Tanskassa sekä lentoyhtiö Novair. (Apollomatkat 2012a.)

Apollomatkat myy valmismatkoja pääasiassa lämpimiin matkakohteisiin. Kesäisin matkavalikoima koostuu enimmäkseen eurooppalaisista kohteista, kun taas talvella valikoimista löytyy myös kaukaisempia maita. Apollomatkat pyrkii olemaan modernimpi ja joustavampi toimija kuin muut alalla ovat. Matkanjärjestäjä myy matkoja kaikille: niin omatoimisille, seuramatkalaisille, lapsiperheille, pariskunnille kuin yksin matkustaville. Matkanjärjestäjän matkakohteissa on koosta riippuen laaja valikoima erilaisia majoitusvaihtoehtoja, retkiä ja aktiviteetteja. (Apollomatkat 2012a.)

Apollomatkojen Internet – sivuilta löytyy oma ”ympäristötyömme” – sivu. Apollomatoilla on valikoimissaan niin sanottuja Green-hotelleja; hotelleja jotka ovat ilmoittaneet työskentelevänsä, ja joiden tiedetään työskentelevän aktiivisesti ympäristökysymysten parissa. Hotellit ovat tunnustetun ympäristösertifiointijärjestelmän mukaisesti sertifioituja ja niiden seuranta ja raportointi tehdään hotellin ja sertifioivan organisaation välillä. Apollomatoilla ei ole omia hotellirakennuksia. Matkanjärjestäjä allekirjoittaa sopimukset paikallisten hotellien, kuljetusyritysten ja retkien järjestäjien kanssa, mikä suosii lomakohteen paikallistaloutta. Matkanjärjestäjä kertoo sivustolla myös sosiaalisesta vastuustaan ja yhteistyöstään Travelifen kanssa. (Apollomatkat 2012b.)

Apollomatkat tahdottiin ottaa mukaan tutkimukseen, jotta saataisiin tietoa suuren matkanjärjestäjän toimista kestävän matkailun parissa. Apollomatkat kuuluu Kuoni – konserniin joka on yksi Euroopan johtavista matkanjärjestäjistä. Internet – sivustollaan Apollomatkat mainitsee isona matkanjärjestäjänä halustaan ja vastuustaan työskennellä vastuullisen matkailun eteen. (Apollomatkat 2012b.)

#### **4.1.2 Finnmatkat**

Finnmatkat on Suomen toiseksi suurin matkanjärjestäjä noin 275 000 vuosittaisella valmismatkallaan. Finnmatkat on osa Pohjoismaiden suurinta matkanjärjestäjää, TUI Nordicia. TUI Nordicin päämatkanjärjestäjät ovat Finnmatkat Suomessa, Fritidsresor Ruotsissa, Star Tour Norjassa ja Star Tour Tanskassa. Ryhmä markkinoi matkoja myös nimikkeillä TEMA, Sportresor ja Grand Tours. Ryhmään kuuluu lisäksi tilauslentoyhtiö TUIfly Nordic ja risteilyjä myyvä WonderCruises. (Finnmatkat 2012b.)

Finnmatkoilla on Internet – sivuillaan oma kestävän matkailun osio. Matkanjärjestäjä kertoo haasteekseen matkailun positiivisten vaikutusten maksimoimisen kohdealueille ja siellä asuville ihmisille. Samaan aikaan tulee minimoida ne negatiiviset vaikutukset, joita lentoliikenne ja muu matkailutoiminta aiheuttaa. Kestävän matkailun osiossa kerrotaan laajalti sosiaalisesta vastuusta ja lentämisestä, ilmastotuista ja päästöjen kompensoinnista, sekä Finnmatkojen ympäristösertifioinnista, lomakohteista ja hotelleista. Sivustolla kerrotaan myös Finnmatkojen hallinnon toimista kestävämpää matkailua kohden sekä vinkkejä vastuulliselle matkailijalle. (Finnmatkat 2012a.)

Finnmatkat tahdottiin ottaa mukaan tutkimukseen, jotta opinnäytetyöhön saataisiin tietoa suuren matkanjärjestäjän toimista kestävän matkailun parissa. Finnmatkat on Suomen toiseksi suurin matkanjärjestäjä ja se kertoo avoimesti ja laajasti kestävästä matkailusta Internet – sivuillaan.

#### **4.1.3 Kon-Tiki Tours**

Kon-Tiki Tours on yksityinen, suomalainen matkatoimisto, jonka matkavalikoima koostuu eri puolille maailmaa suuntautuvista alkuperäiskulttuuri-, luonto-, vaellus- ja harrastematkoista. Matkat toteutetaan 8 - 15 henkilön pienryhmissä. Yrityksen toiminta alkoi vuonna 1987, mutta yritys itsenäistyi ja se perustettiin uudelleen vuonna 1995. (Kon-Tiki Tours 2012b.)

Kon-Tiki Tours tuo Internet-sivuillaan vahvasti esille vastuullisen matkailun tärkeyden ja kertoo tavoitteekseen paremman ja elinkelpoisemman matkailumaailman luomisen. Yrityksen mielestä myös matkanjärjestäjät, majoitusketjut ja kuljetusyhtiöt ovat vastuussa ympäristöön kohdistuvista paineista lisääntyvän matkailun myötä. Matkoillaan he pyrkivät kunnioittamaan luontoa ja asukkaita, sekä tukemaan luonnonsuojeluhankkeita ja paikallista taloutta reilun matkailun periaatteiden mukaisesti. Kon-Tiki Tours on Suomen PATA:n (Pacific Asia Travel Association) ja TIESin (The International Ecotourism Society) jäsen. Kon-Tiki Tours sitoutuu jälkimmäisen perusajatukseen matkailusta: TIES määrittelee ekoturismiin "vastuulliseksi matkailuksi luonnonalueille, joka auttaa suojelemaan ympäristöä ja ylläpitämään paikallisväestön hyvinvointia". (Kon-Tiki Tours 2012a.)

Kon-Tiki Tours tahdottiin ottaa mukaan tutkimukseen, koska yritys mainostaa Internet – sivuillaan näkyvästi vastuuntuntoista matkailua maailmalla ja ottaa kantaa kestävän matkailun periaatteisiin. Yritys on yksityinen ja sen matkojen ryhmäkoot ovat pieniä, mutta matkakohteet ovat monipuolisia.



#### 4.1.4 Mandala Travel

Vuonna 2008 perustettu Mandala Travel on kotimainen, työntekijöidensä omistama matkatoimisto, joka järjestää kulttuuri-, luonto- ja aktiivimatkailuelämyksiä suomalaisella opastuksella. Yrityksellä on neljä työntekijää toimistollaan sekä noin kymmenen freelance – matkaopasta. Mandala Travelin luonto- ja kulttuurimatkojen teemoina ovat maailman värikkäät ja mielenkiintoiset kulttuurit, ihmiset, pyhät paikat, muinaiset sivilisaatiot sekä uniikit luontonähtävyydet. Aktiivimatkoista löytyvät patikointi-, vaellus-, pyöräily- ja vuorimatkat. Yrityksen erikoisalaa ovat pienryhmien sekä räätälöityjen matkojen toteuttaminen kaukomaihin. Lisäksi Mandala Travel on perustanut Outdoor Academyn, jonka kurssit tarjoavat opetusta vuorikiipeilyyn. Eritasoiset kurssit antavat mahdollisuuden tutustua vuorikiipeilyyn jo Suomessa sekä antavat hyvät valmiudet vuoristomatkailulle. (Mandala Travel 2012a; Mandala Travel 2012b.)

Internet – sivuillaan Mandala Travel kertoo tekevänsä työtä pitkäjänteisesti, suunnitelmallisesti ja vastuullisesti. Matkailu ja maailman moninaisuus ovat Mandala Travelille ”loppumattoman inspiraation lähde” ja matkoja tehdään sydäimestä ja intohimolla. Yritys kertoo myös kantavansa vastuun ympäristöstä sekä kotimaassa että kohdemaissaan. (Mandala Travel 2012a.) Internet – sivustolta ei kuitenkaan löydy lisätietoja tai esimerkkejä reilusta matkailusta. Näiden seikkojen vuoksi Mandala Travel koettiin mielenkiintoiseksi yritykseksi mukaan tutkimukseen ja sen toiminnasta tahdottiin kuulla lisää.

#### 4.1.5 Olympia kaukomatkatoimisto

Olympia on kaukomatkoihin erikoistunut matkatoimisto, joka perustettiin vuonna 1952. Yrityksellä on 18 työntekijää toimistollaan Helsingissä sekä 25 matkaopasta. Kyseessä on perheyhtiö, jonka toiminta-ajatuksena on tarjota asiakkaille jotakin parempaa kuin kilpailijat: ei matkoja tavanomaisiin kohteisiin, vaan aina jotakin eksoottista ja erikoista. Pääosa matkoista on laajoja kiertomatkoja jotka sisältävät runsaasti ohjelmaa, retkiä ja aterioita, majoituksen ensimmäisen ja loistoluokan hotelleissa sekä suomalaisen matkanjohtajan palvelut matkan ajan. Matkojen normaali ryhmäkoko on 15–25 henkeä. Yrityksessä ollaan ylpeitä kaukomailta vuosikymmenten varrella karttuneesta laajasta kokemuksesta ja osaamisesta, joka kiteytyy heidän sloganissa: "Paras tapa kokea maailma." (Olympia kaukomatkatoimisto 2012.)

Olympia kaukomatkatoimisto tahdottiin ottaa mukaan tutkimukseen, koska sen matkakohteet ovat monipuolisia ja toimisto pyrkii tarjoamaan jotakin valtavirrasta poikkeavaa: laadukkaita, erikoisia ja eksoottisia kaukomatkoja. Yritys ei kuitenkaan Internet-sivuillaan tuo näkyvästi esille reilun matkailun periaatteita, vaikkakin mainitsee kestävän kehityksen arvojen edistämisestä vuoden 2012 esitteessään.

#### 4.1.6 Tjäreborg

Tjäreborg on Suomen kolmanneksi suurin matkanjärjestäjä. Yritys on osa kansainvälistä Thomas Cook Group -matkanjärjestäjäkonsernia. Thomas Cook Northern Europe on Pohjoismaiden suurin matkanjärjestäjäkonserni johon kuuluvia matkanjärjestäjiä on Suomessa, Ruotsissa, Tanskassa ja Norjassa. Ruotsissa konserniin kuuluvat Globetrotter ja Ving, joka on Ruotsin suurin matkanjärjestäjä. Tanskassa ryhmään kuuluu matkanjärjestäjä Spies ja Norjassa matkanjärjestäjä Ving. Pohjoismaissa konserniin kuuluvat myös Skandinavian suurin tilauslentoyhtiö Thomas Cook Airlines sekä Sunwing Resort ja Sunprime Resorts -hotelliketjut. (Tjäreborg 2012f.)

Tjäreborgilla halutaan kehittää, toteuttaa ja markkinoida matkailua kestäväällä tavalla. Kestävän kehityksen periaatteet ohjaavat Tjäreborgin toimintaa ja yrityksessä työskennellään aktiivisesti ympäristöasioiden parissa. ”Jotta rakastamamme matkakohteet säilyisivät myös tuleville sukupolville, on meidän matkanjärjestäjien, valtion virastojen ja turistien tehtävä kaikki voitavamme kasvattaaksemme matkailun positiivisia vaikutuksia – ja pienentääksemme negatiivisia” yrityksen Internet – sivuilla kerrotaan. Tjäreborg kertoo työskentelyn ympäristön hyväksi olevan jatkuva prosessi, joka ei lopu koskaan. Yrityksessä on onnistuttu saavuttamaan merkittäviä parannuksia erityisesti lennoilla ja hotelleissa. Tjäreborgin lentoyhtiö, Thomas Cook Airlines Scandinavia, on Pohjoismaiden ympäristöystävällisin tilauslentoyhtiö ja yrityksen oma hotellikonsepti, Sunwing Resort, sai ensimmäisenä Euroopassa EU:n ympäristömerkin. Tjäreborg toimii yhteistyössä Travelifen kanssa, joka on luonut suuntalinjat ja mittausjärjestelmän, jonka tarkoituksena on saada aikaan parannuksia matkailualalla ympäristöasioissa sekä sosiaaliseen vastuuseen liittyvissä asioissa. (Tjäreborg 2012a; Tjäreborg 2012c.)

Tjäreborg tahdottiin ottaa mukaan tutkimukseen koska vastuulliseen matkailuun liittyvät kysymykset ovat yritykselle tärkeitä ja niiden seikkojen parissa myös työskennellään aktiivisesti. Yrityksellä on selkeää näyttöä ja konkreettisia esimerkkejä työskentelystä reilun matkailun hyväksi ja aiheesta löytyy paljon tietoa yrityksen Internet – sivuilta.

## **4.2 Tutkimusmenetelmänä haastattelu**

Tutkimuksen ensisijaiseksi toteuttamistavaksi valittiin haastattelu, sillä tutkimuksen aiheena on vähän kartoitettu aihe ja sen tiedetään ennalta tuottavan monitahoisia ja moniin suuntiin viittaavia vastauksia. Haastattelun eduksi voidaan lukea sen tarjoama mahdollisuus syventää saatavia tietoja ja selventää vastauksia mahdollisten lisäkysymysten avulla (Hirsjärvi & Hurme 2008, 34). Ojasalo ym. (2009, 94) lisää, että haastattelulla on mahdollista saada kerätyksi myös uusia näkökulmia avaavaa aineistoa, mikäli kehittämiskohde on vähän tutkittu. Lisäksi haastattelu sopii tilanteisiin, joissa halutaan tutkia arkoja tai vaikeita aiheita, joihin voidaan lukea yritysten vastuullisuus ja käytännön teot kestävän matkailun puolesta.

Haastattelussa käytetään kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Tyypillisiä piirteitä kvalitatiiviselle tutkimukselle ovat avoimet kysymykset, jolloin vastaaja saa vapaasti kertoa oman näkemyksen mukaan mitä mieltä hän on tai miten hän näkee tutkitavan asian. Peruskysymyksiä haastattelussa on 16 kappaletta. Niiden lisäksi haastattelun aikana kysyttiin täydentäviä lisäkysymyksiä annettujen vastausten perusteella, jotta kaikki olennainen tieto saataisiin aiheesta esille. Kvalitatiiviselle tutkimusmenetelmälle tyypillistä onkin se, että tutkimus toteutetaan joustavasti ja suunnitelmia muutetaan olosuhteiden mukaisesti. (Hirsjärvi ym. 2005, 151–155.)

### **4.2.1 Reilun matkailun kysymyslista**

Syksyllä 2011 Reilun matkailun yhdistys laati yhteistyössä Laurea ammattikorkeakoulun oppilaiden kanssa Reilun matkailun kysymyslistan, jonka avulla matkailija voi selvittää, onko matkanjärjestäjä tai jokin muu matkailuyritys sitoutunut reilun matkailun periaatteisiin. Kysymyslistan tarkoituksena on saada niin matkailijat kuin matkanjärjestäjätkin kiinnittämään huomiota kestävän matkailun tärkeyteen ja sitä kautta edistää vastuullista matkailua ja sen kysyntää.

Tämän opinnäytetyön tulokset pohjautuvat Reilun matkailun kysymyslistan pohjalta tehtyihin haastatteluihin. Kysymysten avulla pyritään selvittämään haastateltavien matkanjärjestäjien sitoutuneisuutta kestävän matkailun periaatteisiin, liittyen sosiokulttuuristen, taloudellisten ja ympäristöelementtien kehittämiseen matkailualueella.

Reilun matkailun kysymyslista pitää sisällään neljä laajaa kysymystä, jotka liittyvät läheisesti kestävän kehityksen osa-alueisiin. Kysymykset koskevat matkakohteen ympäristön suojelua ja eläinten hyvinvointia, kohteen paikallisen talouden tukemista, sosiaalisten haittojen välttämistä ja paikallisten hyvinvoinnin edistämistä. Neljän pääkysymyksen alta löytyy lisäkysymyksiä, jotka tuovat tarkennusta aiheeseen ja antavat mahdollisuuden aiheen syvällisempään tarkasteluun. Lisäksi Reilun matkailun yhdistyksen alkuperäisestä kysymyslistasta löytyy perustelut, jotka kertovat lisää kysyttävästä aiheesta ja selittävät, miksi kysyttävä aihe on tärkeä. (Reilun matkailun yhdistys 2012a.)

Kysymyslistan ensimmäinen kysymys liittyy matkakohteen paikallisen talouden tukemiseen, esimerkiksi paikallisessa omistuksessa olevan majoituksen tarjoamiseen ja alueen paikallisten työllistämiseen liittyen. Tämä on tärkeää, sillä matkakohteen paikallisten yritysten tukeminen ja suosiminen mahdollistaa paremman työllistymisen alueen asukkaille ja mikäli paikalliset pääsevät konkreettisesti hyötymään matkailusta, he todennäköisesti suhtautuvat suopeammin matkailun kehittämiseen ja ulkomaisiin matkailijoihin. Esimerkiksi all-inclusive-paketit sisältävät majoituksen, ruokailut ja ohjelman hotellissa, mikä vähentää pienempien paikallisten yritysten mahdollisuuksia kilpailla matkailumarkkinoilla. Usein all-inclusive-hotellit ovat suuria ulkomaisia ketjuja, mikä tarkoittaa sitä, että matkailijoilta saadut tulot eivät jää kohtemaahan. (Reilun matkailun yhdistys 2012a.)

Kysymyslistan toinen kysymys liittyy paikallisen ympäristön suojeluun. Siinä kysytään kuinka matkanjärjestäjä pyrkii vähentämään veden, luonnonvarojen ja energian kulutusta kohteissaan, minkälaista yhteistyötä heillä on luonnonsuojelujärjestöjen kanssa ja kuinka he tiedottavat eläinten hyvinvointia edistävästä valinnoista kohteessa. Kulutuksen vähentäminen on olennainen osa kestävää matkailua ja ympäristön suojelu matkakohteessa on tärkeää, sillä matkailu monesti kuluttaa moninkertaisesti luonnonvaroja

paikallisen väestön kulutustasoon nähden. Koska matkailu on monissa kohteissa yksi tärkeimmistä elinkeinoista, tulee matkailijoiden ja yritysten toimia ympäristöä kunnioittaen. Matkakohteen turmeltunut luonto vähentää matkailijoiden määrää. (Reilun matkailun yhdistys 2012a.)

Kysymyslistan kolmas kysymys liittyy sosiaalisten haittojen välttämiseen matkakohteessa, esimerkiksi paikallisista tavoista ja pukeutumissäännöistä tiedottamiseen matkailijoille ja lapsiprostituution välttämiseen. Sosiaalisia ongelmia ovat muun muassa prostituutio, lapsityövoima, korruptio, huumeet ja rikollisuus sekä sairaudet. Esimerkiksi matkanjärjestäjän julkinen irtisitoutuminen lapsiprostituutiosta välittää viestin matkailijoille sosiaalisesti kestävästä matkailusta. Paikallisten tapojen ja pukeutumissääntöjen noudattaminen on erityisen tärkeää silloin kun vierailaan paikallisten asukkaiden luona tai heille yleisissä paikoissa, esimerkiksi kylissä, toreilla, kirkoissa ja tempeleissä. Matkanjärjestäjän on hyvä tiedottaa matkailijoille myös muun muassa siitä, millaisissa tilanteissa ja kenestä on soveliasta ottaa valokuvia. (Reilun matkailun yhdistys 2012a.)

Kysymyslistan neljäs kysymys liittyy paikallisten hyvinvoinnin edistämiseen matkakohdeissa. Siinä kysytään millaista yhteistyötä matkanjärjestäjä tekee paikallisten yhteisöjen kanssa, miten paikalliset asukkaat saavat osallistua matkanjärjestäjän palvelutarjonnan suunnitteluun ja miten matkailija itse voi toimia paikallisen yhteisön hyväksi matkanjärjestäjän kautta. Paikallisten asukkaiden ja yritysten huomioiminen on tärkeää, jotta matkailusta olisi mahdollisimman paljon hyötyä ja mahdollisimman vähän haittaa paikalliselle ympäristölle, kulttuurille ja elinkeinoille. Paikallisten osapuolten ottaminen mukaan palvelutarjonnan suunnitteluun kertoo siitä, että matkailuyritys haluaa toimia paikallista kulttuuria kunnioittaen. Jos matkailuyritys tarjoaa matkailijoille mahdollisuuden avustaa paikallista yhteisöä vapaaehtoisella avustuksella, se viestii yrityksen sitoutumisesta globaaliin vastuuseen. Matkailijoita saattaa myös kiinnostaa mahdollisuus päästä tutustumaan avustuskohteisiin, esimerkiksi orpokoteihin ja kouluihin, eläinten hoitokoteihin, luonnonsuojelukohteisiin sekä yhteisöjen omiin kehityshankkeisiin. (Reilun matkailun yhdistys 2012a.)

### 4.3 Tutkimusmenetelmänä dokumenttianalyysi

Tutkimuksen toissijaisena menetelmänä käytettiin dokumenttianalyysia. Dokumenttianalyysi on menetelmä, jossa päätelmiä pyritään tekemään kirjalliseen muotoon saatusta aineistosta. Sitä voidaan käyttää valmiiden aineistojen kuten esimerkiksi markkinoitisesitteiden, lehtiartikkeleiden, raporttien ja www-sivujen sisällön analysointiin, myös sellaisten, joita ei alun perin ole tarkoitettu tutkimusta varten. Dokumenttianalyysia käytettiin tässä tutkimuksessa ensisijaisesti silloin, kun tutkittavalta matkanjärjestäjältä ei saatu haastattelua tai haastattelusta saatuja tietoja pystyttiin täydentämään esimerkiksi yrityksen matkaesitteiden avulla. Dokumentteihin voidaan lukea kaikki tutkittavasta ilmiöstä kirjoitettu, puhuttu tai kuvattu materiaali, jopa esineistö. Tavoitteena on analysoida dokumentteja järjestelmällisesti ja luoda sanallinen, selkeä kuvaus tutkittavasta asiasta. (Ojasalo ym. 2009, 121.)

## 5 Tutkimusaineiston analysointi

Tutkimustulosten keruuta varten soitettiin eri matkanjärjestäjille ja tiedusteltiin heidän kiinnostustaan osallistua tutkimukseen. Usein tämä johti avainhenkilöiden yhteystietojen saamiseen ja neuvon ottaa yhteyttä sähköpostitse. Jälkeenpäin sähköpostitse lähetetyllä saatekirjeellä tiedusteltiin yritysten mielenkiintoa osallistua tutkimukseen joko puhelinhaastattelulla, kasvotusten tai sähköpostitse kysymyksiin vastaamalla. Saatekirjeen (liite 1) toivottiin motivoivan vastaajaa osallistumaan tutkimukseen ja selvittävän tutkimuksen taustaa ja haastatteluun suostumista. Myös haastattelukysymykset (liite 2) lähetettiin saatekirjeen mukana.

Tutkimusaineistoa kerättiin ajalta 13.3.- 15.5.2012. Haasteelliseksi koettiin se, ettei mahdollisia haastateltavia ollut aina helppo tavoittaa varsinkaan puhelimitse eikä heidän mielenkiintoaan osallistua tutkimukseen voinut etukäteen tietää. Suuri osa matkanjärjestäjistä jätti vastaamatta haastattelupyyntöön, osa kieltäytyi kokonaan ja osa kieltäytyi haastattelusta mutta antoi sähköpostitse lisätietoja aiheen tiimoilta. Syy vastauksien hitauteen tai tiedusteluihin vastaamatta jättämiseen ei kuitenkaan ole välttämättä matkanjärjestäjien kiinnostuksen puute asiaa kohtaan, vaan työkiireet, sillä kevät on kuulemma kiireisintä sesonkia sillä kesälomamatkojen järjestely on silloin vilkkaimmillaan.

Matkanjärjestäjille lähetettyjen haastattelukysymyksien perusteella oli tarkoitus kartoittaa yrityksen vastuullisuutta ja sitoutuneisuutta reilun matkailun periaatteisiin. Kysymykset olivat avoimia ja muotoiltu niin, ettei pelkkä ”kyllä” tai ”ei” -vastaus riitä. Haastateltavien toivottiin vastaavan kysymyksiin perusteellisesti ja mahdollisimman laajasti, konkreettisia esimerkkejä käyttäen.

Ensisijaisena aineistonkeruumenetelmänä pyrittiin käyttämään haastattelua, jotta saataisiin mahdollisimman kattavaa ja ajankohtaista tietoa. Tutkimusaineistoa on kuitenkin kerätty haastatteluiden lisäksi myös dokumenttianalyysin menetelmin tutkittavien matkanjärjestäjien Internet-sivuilta ja kirjallisista esitteistä. Tässä tutkimuksessa esimerkiksi Tjäreborg vastasi haastattelukysymyksiin sähköpostitse ja sitä kautta saatuja tietoja pystyttiin laajentamaan yrityksen Internet – sivuilta löytyvillä tiedoilla. Olympia Kauko-

matkatoimistolla ei vastannut ollenkaan haastattelukysymyksiin, mutta antoi lisätietoja ja esimerkkejä toiminnastaan sähköpostitse.

## 5.1 Haastattelu ja dokumenttianalyysi

Haastattelut suoritettiin kvalitatiivisella eli laadullisella menetelmällä. Kvalitatiivinen menetelmä soveltui tässä tutkimuksessa parhaiten syvälliseen haastatteluun, sillä laadullisen tutkimusmenetelmän tarkoitus on nimenomaan antaa syvällisempää tietoa tutkimusaiheesta. Haastattelut suoritettiin keväällä 2012, ajalla 20.3.- 15.5.2012. Keskimäärin yhteen haastatteluun meni noin 45 minuuttia. Haastattelut muistuttivat enemmänkin keskustelutilanteita, koska kysymyksiin voi vastata hyvin laajasti ja vastaajille esitettiin lisäkysymyksiä heidän vastausten perusteella. Kysymykset lähetettiin vastaajille etukäteen, jotta he pystyisivät valmistautumaan vastaamiseen ja pystyisivät arvioimaan kuinka kauan vastaamiseen menisi, jotta he pystyisivät osallistumaan haastatteluun aikataulunsa mukaisesti.

Kaikki tutkimuksen haastattelut tehtiin keväällä 2012. Niistä ensimmäinen tehtiin 20. maaliskuuta. Haastattelu pidettiin Kon-Tiki Toursin toimistolla Sipoossa ja haastateltavana oli tuotantopäällikkö Rauni Tirri. Toinen haastattelu tehtiin 19. huhtikuuta lounastapaamisen merkeissä Helsingissä. Haastateltavana oli Mandala Travelin toiminnanjohtaja Miikka Ukkonen. Kolmas haastattelu tehtiin 9. toukokuuta ja haastateltava henkilö oli Finnmatkojen tiedottaja Leena Seppänen. Haastattelu pidettiin Finnmatkojen pääkonttorilla Helsingissä. Neljäs haastattelu tehtiin 15. toukokuuta ja haastateltavana oli Apollomatkojen maajohtaja Eva Torra. Haastattelu pidettiin Apollomatkojen toimistolla Helsingissä. Haastattelut kestivät puolesta tunnista reiluun tuntiin ja ne muistuttivat enemmänkin keskustelutilanteita, sillä aihe antoi laajoja vastauksia ja poiki monia lisäkysymyksiä.

Tjäreborgin myyntijohtaja Peter Kåla vastasi haastattelukysymyksiin sähköpostitse 12. huhtikuuta. Tutkittavan aiheen laajuuden vuoksi hän suositteli myös tutkimaan yrityksen verkkosivuja, joista löytyikin paljon kattavaa ja ajankohtaista tietoa sekä vastaukset moniin haastattelukysymyksiin.



Olympia Kaukomatkatoimisto ei kiireiden vuoksi osallistunut tutkimukseen haastattelukysymyksiin vastaamalla, mutta markkinointipäällikkö Sari Juurinen antoi sähköpostitse lisätietoja aiheesta 13. maaliskuuta. Hän kertoi myös muutaman esimerkin yrityksen toiminnasta. Näiden tietojen sekä yrityksen Internet – sivuilta löytyvien tietojen avulla saatiin myös Olympia Kaukomatkatoimistolta vastauksia osaan haastattelukysymyksistä.

## 5.2 Tutkimuksen luotettavuus

Yksi tämän tutkimuksen haasteista oli se, että osa vastaajista kertoi enemmän kuin toiset. Tämä tutkimus siis hyödyntää niiden henkilöiden vastauksia enemmän kuin heidän, jotka vastasivat lyhyemmin. Tutkimukseen liittyneillä ja haastatteluun suostuneilla, sekä aiheesta enemmän kertovilla oli mahdollisuus tuoja esille monipuolisempaa tietoa, mainita käytännön esimerkkejä sekä mahdollisesti luoda hyvää kuvaa yrityksestä. Myös lisäkysymykset vaihtelivat vastausten mukaan, joten kaikille ei esitetty samoja täydentäviä kysymyksiä.

Lähteiden luotettavuudesta voidaan todeta, että lähteistä poimitut aiheet tukevat tutkimusta ja luovat näin luotettavan kehyksen opinnäytetyölle. Sen lisäksi että tiedot ovat täsmällisiä ja ajankohtaisia, eivätkä ne sisällä mielipiteitä. Internet-lähteissä on käytetty yrityksen omia Internet-sivuja sekä sivuja, joiden tekijä vaikuttaa puolueettomalta ja sisältö ajankohtaiselta sekä asialliselta. Lisäksi sivujen tiedot eivät ole ristiriidassa muiden lähteiden kanssa.

Yleisesti opinnäytetyö on luotettava, sillä tutkimuksessa on kuultu monipuolisesti eri matkanjärjestäjiä. Kaikille opinnäytetyössä mainituille matkanjärjestäjille on tarjottu yhtäläinen mahdollisuus osallistua tutkimukseen. Tutkimuksessa on hyödynnetty yrityksen sisäisiä tietoja sekä ulkopuolisia lähteitä ja näiden perusteella voidaan tehdä toteen perustuva kuva tutkimukseen otettujen suomalaisten matkanjärjestäjien nykytilasta, mitä tulee reiluun matkailuun, sekä saada perustuntuma siihen, miten yksittäiset matkanjärjestäjät huomioivat reilun matkailun periaatteita.

## 6 Tutkimustulokset

### 6.1 Paikallisen talouden tukeminen

- Millä tavoin toimintanne tukee paikallista taloutta?

Apollomatkat kertoo koko bisnesmallinsa perustuvan siihen, ettei matkanjärjestäjä omista käyttämiään hotelleja. Siitä syystä hyvinvointi jää paikalliseen maahan. Apollo – tuotemerkin alta löytyy vain yksi oma, Fuerteventuralla sijaitseva hotelli, joka on kohteen suurin työnantaja. Hotellissa kaiken voi sanoa olevan täysin paikallista, ja sen toiminta tuokin hyvinvointia ja vaurautta alueelle josta ei muuten löydy palveluita. (Torra, E. 15.5.2012.)

Finnmatkojen toiminta tukee paikallista taloutta monin tavoin. Monessa matkakohteessa matkailu on alueen tärkein elinkeino ja merkittävä osa bruttokansantuotetta. Matkailu tuo kohteisiin verotuloja ja esimerkiksi matkanjärjestäjän retket tuottavat tuloja paikallisille nähtävyyksille. Hotellit maksavat veroja, jätemaksuja, vesimaksuja ja sähkölaskuja. Keskimääräisen laskelman mukaan, rahallisesti noin 80 % hotellien käyttämistä tavaroista ja palveluista jää paikallisen kohteen hyväksi. Matkailu myös työllistää paikallisia. Esimerkiksi Finnmatkojen käyttämien hotellien työntekijät ovat paikallisia. Omien oppaidensa lisäksi Finnmatkat käyttävät myös paikallisia oppaita, esimerkiksi useissa historiallisissa kohteissa. Myös matkailijat itse tukevat paikallista taloutta ostamalla paikallisia tavaroita ja palveluita. (Seppänen, L. 9.5.2012.)

Kon-Tiki Toursin matkoilla esimerkiksi Brasiliassa sijaitsevassa Mamirauan luonnonsuojelualueella majoitutaan alkuperäisväestön kanssa yhteistyössä rakennettuihin lodgeihin. Turismin ansiosta ihmisten halu oppia lisää kasvaa ja koulutus kohteissa lisääntyy. Yritys käyttää kohteissaan myös paikallisia oppaita ja esimerkiksi Afrikassa Masai Maran luoteisosassa sijaitsevassa Kicheche-leirin henkilökunta koostuu osittain paikallisen kylän masaista. Borneossa matkaohjelmaan kuuluu paikallisen naturalistin diaesitykseen tutustuminen sekä opastus kävelyretkellä. Myös matkailijoita kehoitetaan hyödyttämään paikallista väestöä esimerkiksi suosimalla paikallisia tuotteita ja palveluja. Esimerkiksi Borneon matkaohjelmasta löytyy kehoitus illallisesta paikallisessa ravintolassa asiakkaan omaan laskuun, mikä tukee paikallista taloutta. (Tirri, R. 20.3.2012.)

Mandala Travel kertoo, että he tukevat toiminnallaan paikallista taloutta esimerkiksi siten, että Nepalin vaellusmatkoilla käytetään paikallista operaattoria sen sijaan että palveluita ostettaisiin monikansalliselta matkatoimistoketjulta. Vaelluksilla majoittaudutaan paikallisiin vaellusmajoihin omien telttojen sijasta ja ruokailu tapahtuu paikallisissa ravintoloissa joissa tarjotaan paikallisesti tuotettua ruokaa. Nepalissa yrityksen matkoilla toimivat kantajat ovat usein paikallisia talonpoikia jotka tekevät sesongin ulkopuolella lisätienestettä. Käyttämällä kantajia esimerkiksi jakkien sijasta, palkat jakautuvat tasaisemmin kylään sen sijasta että tulot menisi vain yhdelle, jakit omistavalle perheelle. Eri-laisilla käytännön teoilla taataan, että yrityksen alueelle tuomat matkailutulot sijoittuvat paikalliseen kylään. (Ukkonen, M. 19.4.2012.)

Tjäreborg tukee kohteidensa paikallista taloutta työmahdollisuuksia tarjoamalla ja osaamisen kehittämisen kautta, esimerkiksi kouluttamalla yhteistyökumppaneita hotelleissa. Paikallista taloutta tuetaan myös yrityksen sijoituksin sekä hankintojen kautta. Lisäksi Tjäreborg pyrkii itse toimimaan omissa hotelleissaan esimerkillisesti. (Kåla, P. 12.4.2012.)

- Onko teillä tarjota paikallisessa omistuksessa olevaa majoitusta?

Apollomatkoilla suurin osa majoitustarjonnasta on paikallisessa omistuksessa olevaa. Suomessa matkanjärjestäjän myymistä matkoista 80 % suuntautuu Kreikkaan, jossa majoitus on perinteisesti pienissä, perhe-omisteisissa hotelleissa. (Torra, E. 15.5.2012.)

Finnmatkoilla noin 85 % valikoimissa olevista hotelleista on paikallisessa omistuksessa olevaa (Seppänen, L. 9.5.2012).

Kon-Tiki Tours pyrkii aina käyttämään paikallisessa omistuksessa olevaa majoitusta. Ellei kohdealueella ole sellaista vaihtoehtoa, käytetään hotelliketjuja, jotka taas palkkaavat paikallisia töihin. Oli majoitusmuoto mikä tahansa, laadun säilyttäminen on tärkeää. (Tirri, R. 20.3.2012.)

Mandala Travel kertoo, että heillä on tarjolla käytännössä melkein pelkästään paikallisessa omistuksessa olevaa majoitusta. Hotelleja varatessa pyritään siihen, että käytetään

yksityisiä paikallisia hotelleja isojen ketjujen sijaan, mikäli se vain on mahdollista. (Ukonen, M. 19.4.2012.)

Tjäreborgilla on hyvin paljon paikallisessa omistuksessa olevaa majoitusta tarjolla (Kåla, P. 12.4.2012).

- Mikäli työllistätte paikallisia, takaatteko heille riittävän palkan ja hyvät työolosuhteet?

Apollomatkat ei työllistä suoraan paikallisia, mutta kohteista löytyvät paikalliset agentit tarjoavat työllistymismahdollisuuksia paikallisille. Esimerkiksi bussiyhtiöt saattavat usein olla agentin omistuksessa tai yhteistyösuhteessa. (Torra, E. 15.5.2012.)

Finnmatkat kertoo, että kohdehotelleissa työskentelevät ovat työsuhteessa paikallisiin hotelleihin tai hotelliketjuihin, eivätkä ole sidoksissa Finnmatkoihin. Kohteissa noudatetaan siis paikallisia työehtoja ja – sopimuksia. (Seppänen, L. 9.5.2012.)

Riittävän palkan ja hyvien työolosuhteiden tarjoaminen paikallisille on Kon-Tiki Tourille tärkeää. Tämä vuoksi yritys ei sisällytä tippimaksuja matkojensa hintaan, vaan asiakkaita kehoitetaan maksamaan tipit itse, jotta tuki menee suoraan ja varmasti oikeaan paikkaan ilman välikäsiä. Asiakkaita myös kannustetaan tukemaan paikallisia esimerkiksi lahjoittamalla tavaroita kohteeseen matkan yhteydessä ja ottamaan selvää oikeista auttamiskanavista esimerkiksi kerjäläisiä tuettaessa. Esimerkiksi Kenian safariloman yhteydessä asiakkaille kerrotaan riistansuojeluvartijoiden arvokkaasta työstä salametsästäjiä vastaan ja heitä suositellaan jättämään juomarahaa siihen tarkoitettuun lippaaseen. (Tirri, R. 20.3.2012.)

Mandala Travel kertoo, että palkka yrityksen käyttämille paikallisille työntekijöille maksetaan paikallisten yhteistyöoperaattoreiden kautta. Yritys on tietoinen kohteiden palkkatasosta mutta ei pysty käytännössä sitä valvomaan. Esimerkiksi Nepalissa kantajilla on kuitenkin käytössään niin sanotut unionit ja taustallaan siis tuki liitoista, jotka neuvottelevat paikallisten operaattoreiden kanssa minimipalkkatasosta. Palkan päälle Mandala Travel pyrkii maksamaan tipit. Yrityksen työllistämien kantajien varustetasosta pidetään hyvää huolta: tulee olla esimerkiksi oikeanlaiset jalkineet, sade- ja nukkumava-

rusteet sekä suojaavat aurinkolasit. Lisäksi yritys ei palkkaa alaikäisiä työntekijöitä. (Ukonen, M. 19.4.2012.)

OLYMPIA Kaukomatkatoimiston matkojen hintaan sen sijaan sisältyvät kaikki tipit. Juomarahoja maksetaan paikallisoppaille ja autonkuljettajille Olympian matkanjohtajien toimesta. (OLYMPIA Kaukomatkatoimisto 2012b.)

Tjäreborgilla noudatetaan aina jokaisen kohdemaan voimassaolevia lakeja, suosituksia ja asetuksia. Yritys korostaa omalla esimerkillä toimimista, esimerkiksi omissa hotelleissaan ja kohdehenkilökuntansa voimin. (Kåla, P. 12.4.2012.) Yrityksessä sovitut tietyt suuntalinjat sosiaaliseen vastuuseen kuuluville alueille (työehdot, lasten työnteko, ympäristö, lapsiseksiturismi) pohjautuvat YK:n lapsen oikeuksien julistukseen sekä kansainvälisen työjärjestön ILO:n määrittelemiin työehtoihin ja oikeuksiin työelämässä. Käytännössä Tjäreborg vaikuttaa siihen, että työehdoissa huomioidaan vapaus ammattiyhdistystoimintaan, vähimmäispalkat, hyvä työympäristö ja säännöllinen työaika. Yritys ei hyväksy työntekijää, joka on nuorempi kuin kunkin maan laissa on määrätty. (Tjäreborg 2012a.)

- Miten hyödynnätte all-inclusive – paketeissanne paikallista tuotantoa?

Apollomatkoilla all-inclusive – pakettien paikallinen tuotanto tulee hotellien omistajien kautta eli he vastaavat siitä, että ruoka on eettisesti tuotettua ja ostettua. Esimerkiksi lomasaarilla käytetään yleensä aina paikallista tuotantoa. (Torra, E. 15.5.2012.)

Finnmatkat eivät omista käyttämiään hotelleja, vaan hotellit hyödyntävät paikallista tuotantoa omien päätöstensä mukaan. Paikalliset tuotteet ja raaka-aineet ovat kuitenkin etusijalla hankinnoissa tuoreutensa, helpomman saatavuutensa ja usein edullisemman hintansa takia. (Seppänen, L. 9.5.2012.)

Kon-Tiki Toursilla ei ole all-inclusive – paketteja matkavalikoimassaan eikä toimisto suosi kyseistä matkustustapaa. Esimerkiksi vaellusmatkoilla ruoan kuuluessa hintaan, on matkaryhmällä tapana aterioida paikallisten kylien omissa ruokapaikoissa. (Tirri, R. 20.3.2012.)

Mandala Travel ei myöskään järjestä perinteisiä all-inclusive – paketteja mutta retkillä syödään pääosin paikallisissa ravintoloissa, jotka valitaan yleensä paikan päällä, tilanteen mukaan (Ukkonen, M. 19.4.2012).

Tjäreborgin all-inclusive – paketeissa hyödynnetään paikallista tuotantoa saatavuuden ja mahdollisuuksien mukaan sekä laatukriteerit huomioiden, sekä huomioiden myös mahdolliset kuljetuskustannukset (Kåla, P. 12.4.2012).

## 6.2 Paikallisen ympäristön suojeleminen

- Millä tavoin osallistutte paikallisen ympäristön suojelemaan?

Apollomatkat kertoo olevansa hyvin vahvasti mukana kohteiden paikallisen ympäristön suojelemissa ja matkanjärjestäjän käyttämiä hotelleja kannustetaan teettämään ympäristöystävällisiä ohjelmia. Apollomatkojen Green – merkinnän saavat hotellit jotka työskentelevät aktiivisesti ympäristökysymysten parissa. Ne ovat tunnustetun ympäristösertifiointijärjestelmän mukaisesti sertifioituja hotelleja joissa ympäristöohjelman noudattamista valvoo puolueeton elin. Apollomatkat lisää, että vaikka kaikki hotellit eivät olisi virallisesti sertifioituja, on yhä suurempaa kiinnostusta asiaa kohtaan havaittavissa. Hotelleilta löytyy valtavasti tietoisuutta asiaa kohtaan ja monien intresseissä on pitää huolta omasta ympäristöstään ja vähentää luonnon kuormitusta ja rasitusta. (Torra, E. 15.5.2012.)

Finnmatkojen omalla Blue Village – hotellikonseptilla on ISO 14001 – ympäristösertifikaatti. ISO 14001 on kansainvälinen standardi, jota käytetään systemaattiseen ja valvottuun ympäristötyöhön eri toimialoilla. Standardin lähtökohtana on 55 tarkasti määritettyä vaatimusta, jotka yrityksen tulee toteuttaa. Kriteerit liittyvät esimerkiksi sähkönkulutukseen, energian käyttöön ja jätteiden lajitteluun. Arvioinnin suorittaa ja sertifikaatin myöntää ulkopuolinen, riippumaton taho. ISO – sertifiointiin kuuluu vuosittainen arviointi ja vaatimus jatkuvasta kehityksestä eli pienemmästä ympäristökuormituksesta. Vaatimus jatkuvasta kehityksestä on syy, miksi Finnmatkat on valinnut työkalukseensa ISO 14001 – standardin. Finnmatkojen tavoitteena on saada ISO 14001 – sertifikaatti myös kaikille yrityksen Blue Star – hotelleille vuoden 2012 loppuun mennessä. Lisäksi Finnmatkoilla on yhteistyötä Travelife – järjestelmän kanssa sekä oma 1+1 ilmastopro-

jekti jossa matkustaja voi varaamisen yhteydessä lahjoittaa yhden euron, jonka lisäksi Finnmatkat lahjoittaa toisen euron. Summa lahjoitetaan erilaisiin ilmasto ja ympäristöprojekteihin. Lisäksi Finnmatkat aloitti kesällä 2010 konsernin tuhansien hotellisopimusten uusimisen eri puolilla maailmaa. Uusi sopimusliite sisältää peruseriaatteet ympäristöön, sosiaaliseen vastuuseen ja eläintensuojeluun liittyvistä kysymyksistä ja sen tarkoitus on vaikuttaa hotelleihin ja kannustaa niitä toimimaan kestäväällä tavalla. (Sepänen, L. 9.5.2012.)

Kon-Tiki Tours on vannoutunut vastuullisen matkailun kannattaja ja tiedottaa asiakkailleen ympäristönsuojelun, eläinten hyvinvoinnin ja turhan kulutuksen välttämisen tärkeydestä niin kohteessa kuin ennen matkaakin. Käytännön teot kohteessa merkitsevät ja esimerkiksi yhteistyökumppaneiden johdosta tapahtuvaan luonnon roskaamiseen ja turistibussien turhaan tyhjäkäyntiin puututaan. Yrityksen oppaat antavat matkoilla infoa asiakkaille ja vuoden 2012 esitteessä aihetta käsitellään otsikolla ”vihreitä ajatuksia matkallesi”. Matkailijoita neuvotaan jättämästä turhia jalanjälkiä ja poimimasta matkamuistoja historiallisilta paikoilta tai luontokohteista. Lisäksi esimerkiksi Grönlannin, Huippuvuorten ja Etelämantereen matkoja esittelevässä vihkosessa kerrotaan, että alueiden kohtalo vaikuttaa koko maapallon ilmastoon ja elinoloihin. Yrityksen järjestämät arktiset risteilyt eivät ole ”luksus huviristeilyjä”, vaan pikemminkin tutkimuskierroksia, joissa arktisten alueiden ekosysteemien esittely sekä niiden tärkeys tuodaan vahvasti esille. Lisäksi esimerkiksi Borneon matkalla kokonainen matkapäivä on omistettu uhanalaisille orangeille ja niiden kuntoutuskeskuksien tutustumiseen. (Tirri, R. 20.3.2012.)

Mandala Travel kertoo osallistuvansa paikalliseen ympäristönsuojeluun pienin asioin, esimerkiksi Nepalissa asiakkaita kannustetaan käyttämään kemiallisesti tai mekaanisesti puhdistettua vettä pullotetun veden käytön sijasta, jotta syntyisi mahdollisimman vähän pulloroskaa. Matkanjärjestäjällä ei ole pysyviä luontoprojekteja, mutta esimerkiksi syksyllä 2011 Mandala Travel oli mukana KAPUA – hankkeessa joka kerää varoja Nepalin luonnon ja ihmisten hyvinvoinnin edistämiseksi. Noin kuukausi ennen matkaa Mandala Travel pitää asiakkailleen matkainfon, joissa kerrotaan muun muassa käytännön esimerkkejä siitä, miten kohteessa tulisi toimia ympäristöystävällisesti. (Ukkonen, M. 19.4.2012.)

OLYMPIA Kaukomatkatoimisto on mukana kestävän kehityksen hankkeessa, jossa se sijoittaa tasevaroistaan jokaista myytyä matkaa kohti 10 euroa suomalaisen tuulivoiman tuotannon kehittämiseen ympäristön kannalta järkeville paikoille. Tällä eettisellä sijoituksellaan Olympia tukee maailmalla vallitsevaa pitkän tähtäimen tavoitetta lisätä päästötöntä energian tuotantoa ja varmistaa kestävä kehitys siltä osin myös tuleville sukupolville. (OLYMPIA Kaukomatkatoimisto 2012.)

Tjäreborg kertoo osallistuvansa kohteiden paikallisen ympäristön suojeluun hyvin monella tapaa, esimerkiksi omalla esimerkillä omissa hotelleissa, vaatimalla sitä yhteistyökumppaneilta sekä kouluttaen ja opastaen yhteistyökumppaneita (Kåla, P. 12.4.2012). Myös yrityksen opaskouluihin sekä palvelu- ja kohdepäälliköiden jatkokoulutukseen kuuluu ympäristökasvatusta. Internet – sivuillaan Tjäreborg kertoo pyrkivänsä vaikuttamaan siihen, että hotellien lisäksi myös muut yhteistyökumppanit, paikalliset viranomaiset sekä järjestöt toimisivat ympäristöystävällisemmin. Käytännön tekoina tämä näkyy muun muassa yhteistyönä Aviksen, maailman ympäristöystävällisimmän autonvuokrausyrityksen kanssa. Lisäksi Tjäreborg järjestää vuosittain Beach Cleaning Day – tapahtuman niissä kohteissa, joissa se on mahdollista. Tämä tarkoittaa sitä, että henkilökunta siivoaa rantoja ja myös vieraita kannustetaan osallistumaan ja siten näyttämään hyvää esimerkkiä paikallisviranomaisille. (Tjäreborg 2012e.)

- Kuinka pyritte vähentämään veden, luonnonvarojen ja energian kulutusta kohteissanne?

Apollomatkojen kohteissa pyritään siihen että hotellit kehottavat asiakkaitaan huomioidaan veden, luonnonvarojen ja energian kulutuksensa. Paljon on kuitenkin kiinni hotellista itsestään. Monista hotelleista löytyy nykyään modernit sähkönkäyttöjärjestelmät joissa sähkön kulutus lakkaa automaattisesti asiakkaan poistuessa huoneesta, ja monet asiakkaat osaavat nykyään ottaa huomioon turhan kulutuksen välttämisen. (Torra, E. 15.5.2012.)

Finnmatkojen omissa Blue Village – hotelleissa toimitaan ISO 14001 – ympäristösertifikaatin luonnonvarojen käyttöä vähentävien vaatimusten mukaisesti. Lisäksi kaikki Finnmatkojen käyttämät hotellit allekirjoittavat yhteistyösopimuksen, jossa on listattuna



kulutusta vähentäviä toimia ja jonka tarkoitus on myös herättää hotelleja ympäristöajatteluun. Finnmatkat on osa TUI Nordic:ia, jolla on isona konsernina mahdollisuus vaikuttaa ympäristöasioihin. Finnmatkojen kautta myös kuluttaja itse voi tehdä ympäristöystävällisiä valintoja, sillä matkanjärjestäjän Internet – sivuilla on listattuna niin sanottuja ”vihreämpi valinta” – hotelleja joissa on huomioitu ympäristöasiat muita vaihtoehtoja paremmin. (Seppänen, L. 9.5.2012.)

Kon-Tiki Tours muistuttaa vuoden 2012 esitteessään, että vesi ja energia kuuluvat rajallisiin luonnonvaroihin, joita säännöstellään monissa maissa. Matkustajia neuvotaan käyttämään niitä olosuhteiden mukaisesti säästäen. Mikäli matkailija huomaa vikoja esimerkiksi huoneensa laitteistoissa, häntä kehoitetaan ilmoittamaan niistä. Matkustajaa kehoitetaan myös olemaan roskaamatta ja rohkaisemaan esimerkillään muitakin pitämään lomakohde siistinä. Lisäksi jätteiden lajittelusta ja kierrätyksestä mainitaan. Edellä mainituista seikoista kerrotaan myös ennen matkaa asiakkaille lähetettävissä toimintaohjeissa. (Tirri, R. 20.3.2012.)

Mandala Travel kertoo vähentävänsä veden, luonnonvarojen ja energian kulutusta kohteissaan pienin valinnoin. Esimerkiksi vaellusmatkoilla käytetään vaellusmajoja, joissa ruoat valmistetaan ja lämmitetään retkikeittimissä petrolilla. Suihkuvedet lämmitetään myös puun sijasta kaasulla. (Ukkonen, M. 19.4.2012.)

Tjäreborg pyrkii vähentämään veden, luonnonvarojen ja energian kulutusta kohteissaan tiedottamalla asiakkaitaan sekä omissa hotelleissaan omien valintojen kautta (suihkut, ilmastointilaitteet, valaistus, TV:t ja niin edespäin). Esimerkiksi 7 Tjäreborgin Sunwing –perhehotellia on sertifioitu EU ympäristömerkin mukaisesti. Moni matkanjärjestäjän käyttämistä hotelleista on myös mukana Travelife –ohjelmassa. (Kåla, P. 12.4.2012).

Internet – sivuillaan Tjäreborg kertoo huomioineensa ympäristöasiat omissa hotelleissaan Sunwing Resorteissa, Sunprime Resortseissa ja SunGardeneissa 90-luvun alusta asti. EU:n ympäristömerkin saavuttamiseksi hotellin tulee täyttää seuraavat vaatimukset: uusiutuvien luonnonvarojen sekä ympäristön kannalta turvallisten aineiden käytön suosiminen, rajoitettu energian ja veden käyttö, rajoitettu jätteiden tuotto, ympäristöviestinnän ja -koulutuksen edistäminen ja vihreiden hankintojen edistäminen. ”Toistai-

seksi Pohjoismaista ei löydy toista valmismatkayritystä, joka pystyisi tarjoamaan asiakkailleen EU-ympäristömerkillä merkittyjä hotelleja” Tjäreborgin Internet – sivuilla kerrotaan. Travelife sen sijaan on riippumaton järjestö, joka tukee kaikkia eurooppalaisia matkanjärjestäjiä. Organisaation tavoitteena on tuottaa esimerkkejä siitä, miten hotellien ja matkanjärjestäjien kannattaa toimia koskien ympäristöasioita ja sosiaalista vastuuta. Näihin esimerkkeihin perustuvat kolme eri merkkiä, pronssi, hopea ja kulta, myönnetään hotelleille paremmuusjärjestyksessä Travelifen itse tekemien tarkastusten perusteella. Tällä hetkellä 34 Tjäreborgin hotelleja on mukana Travelife – ohjelmassa. Kaikki hotellit, joita Tjäreborg ei omista ja joiden kanssa yritys on yhteistyössä, allekirjoittavat ympäristökysymyksiä koskevan palvelusopimuksen. Seuranta tapahtuu jatkuvasti "property audit" -kiinteistötarkastuksilla, joissa pyydetään vastauksia kysymyksiin energiasta, vesihuollosta, kemikaaleista ja jätteiden käsittelystä. (Tjäreborg 2012d.)

- Minkälaista yhteistyötä teillä on luonnonsuojelujärjestöjen kanssa?

Apollomatkkoilla ei suoranaisesti ole yhteistyötä luonnonsuojelujärjestöjen kanssa tällä hetkellä (Torra, E. 15.5.2012).

Finnmatkat ohjaa oman 1+1 – ympäristöprojektinsa kautta kertyneet varat ilmastoprojekteihin. Finnmatkojen asiakkailta kertyneet eurot lahjoitetaan Plan Vivon puunistusprojekteihin. Finnmatkojen lahjoittamasta samansuuruisesta summasta puolet lahjoitetaan Water Aid – organisaatiolle, joka työskentelee vesi-, sanitaatio- ja hygieniahankkeiden parissa. Lisäksi Finnmatkoilla on eri kohteisiin liittyviä paikallisia projekteja, uusimpana esimerkkinä Thaimaan merikilpikonnien suojeluprojekti, jossa suojellaan kilpikonnien pesimäaluetta ja tutkitaan poikasten kuoriutumista sekä käyttäytymistä. (Sepänen, L. 9.5.2012.)

Kon-Tiki Tours on ollut yhteistyössä Suomen luonnonsuojeluliiton kanssa 1980-luvun lopusta lähtien. Tällaista yhteistyötä ja yhdessä kehittämistä Kon-Tiki Tours pitää yhtenä peruspilareistaan. Esimerkiksi osa yrityksen matkaoppaista tulee Suomen luonnonsuojeluliitosta. (Tirri, R. 20.3.2012.)

Mandala Travelilla ei varsinaisesti ole suoraa yhteistyötä luonnonsuojelujärjestöjen kanssa, vaan yhteiset hankkeet ovat aina olleet projektiluontoisia (Ukkonen, M. 19.4.2012).

Tjäreborg kertoo, että yhteistyö luonnonsuojelujärjestöjen kanssa riippuu pitkälti matkakohteesta ja toiminnasta. Yhteistyötä on esimerkiksi EU-ympäristömerkin, Travelifen ja Green Seatin kanssa. Yrityksellä on yhteistyötä myös kohteidensa paikallisten toimijoiden kanssa. (Kåla, P. 12.4.2012.)

- Miten tiedotatte eläinten hyvinvointia edistävistä valinnoista kohteessa?

Apollomatkoilla ei ole tiedotusta eläinten hyvinvointia edistävistä valinnoista kohteessa, aihe on sellainen johon ei tällä hetkellä keskitytä Apollo – tuotemerkin alla (Torra, E. 15.5.2012)

Finnmatkojen Internet – sivuilta löytyy tietoa eläinten hyvinvointia edistävistä valinnoista. Lisäksi ennen matkaa asiakkaille annetaan kirjallinen kohdeopas, joista löytyy kohdekohtaista tietoa ja vinkkejä. Esimerkiksi Thaimaassa varoitetaan uhanalaisista apinoista, joita kanssa turistit voivat kuvauttaa itsensä maksua vastaan. Matkakohteissa myös oppaat osaavat kertoa uhanalaisista eläimistä ja valinnoista, joilla voi edistää kohteen eläinten hyvinvointia. (Seppänen, L. 9.5.2012.)

Kon-Tiki Tours kertoo, että eläimet ovat heille hyvin tärkeitä. Eläinten hyvinvointia edistävistä valinnoista kohteissa Kon-Tiki Tours tiedottaa esimerkiksi kohdeesitteissään. Eläinten hyvinvointia tuetaan viemällä matkailijoita kohteisiin, jotka tukevat lajien suojelua, esimerkiksi tiikeripuistoon Intiassa tai valasmatkoille. (Tirri, R. 20.3.2012.)

Mandala Travel tiedottaa eläinten hyvinvointia edistävistä valinnoista ennen matkaa järjestettävissä infotilaisuuksissa sekä paikan päällä kohteessa. Asiakkaille kerrotaan rehellisesti esimerkiksi uhanalaisista tai kielletyistä eläinperäisistä tuotteista, sekä myös matkamuuistoista jotka eivät ole paikallisesti tuotettuja. Esimerkiksi Tiibetin vanhassa kaupungissa voi usein olettaa matkamuuistojen olevan tuotu joko Nepalista tai Hong

Kongista. Siellä asiakkaat ohjataan kiinalaisten myymälöiden sijasta paikallisten naisten käsityömyymälöihin. (Ukkonen, M. 19.4.2012.)

Tjäreborg tiedottaa eläinten hyvinvointia edistävästä valinnoista kohteissaan tervetulo-materiaalissa ja retkillä (Kåla, P. 12.4.2012). Internet – sivuillaan yritys kertoo kasvien ja eläimien suojelun, esimerkiksi välttämällä arvokkaiden luonnonvarojen hyväksikäyttöä, olevan osa yrityksen ympäristöpolitiikkaa (Tjäreborg 2012b).

### **6.3 Sosiaalisten haittojen välttäminen**

- Millä tavoin toimintanne pyrkii välttämään sosiaalisia haittoja matkakohteessa? Apollomatkat kertoo sosiaalisten haittojen välttämisen olevan heille tärkeä asia. Matkanjärjestäjä tekee yhteistyötä SOS lapsikylien kanssa ja on allekirjoittanut ECPATin (End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking in Children for Sexual Purposes) esille ottaman käyttäytymiskoodin. Apollomatkat tukee muun muassa SOS lapsikylien vetämää nuorten ammattikoulua Kambodzassa. Matkanjärjestäjä tukee ECPATia ja tekee sen kanssa yhteistyötä monella eri tapaa, taloudellisesti ja noudattamalla sen käyttäytymiskoodia. (Torra, E. 15.5.2012.)

Finnmatkoilla hotellien kanssa tehtävissä yhteistyösopimuksissa otetaan ympäristöasioiden lisäksi esiin sosiaalisen vastuun asiat. Hotelleja muistutetaan työehtosopimuksien noudattamisesta, vain täysi-ikäisten työntekijöiden palkkaamisesta, sopivista työ-ajoista ja taukojen merkityksistä. Vuonna 1998 Finnmatkat allekirjoitti ECPAT – sopimuksen joka käsittää käyttäytymisohjeiston lasten seksuaalista hyväksikäyttöä vastaan. Finnmatkojen henkilökuntaa niin toimistolla kuin kohteissa koulutetaan jatkuvasti aiheen tii-moilta, tällä hetkellä esimerkiksi sähköisesti yrityksen Intrasta löytyvän E-learning – työkalun avulla, joka on ECPAT – järjestön luoma online – kurssi. (Seppänen, L. 9.5.2012.)

Kon-Tiki Tours kertoo välttävänsä sosiaalisia haittoja matkakohteessa ottamalla huomioon toiset ihmiset ja kohteen luonnon. Periaatteessa kohteessa käyttäytyään yhtä hyvin kuin kotonakin. Kon-Tiki Tours kertoo, että halua ja tahtoa toimia hyvin löytyy heiltä ja myös valtaosalta heidän asiakkaistaan. (Tirri, R. 20.3.2012.)

Mandala Travel kertoo, että esimerkiksi Nepalissa ja Intiassa kerjäläisiä ja katulapsia on paljon. Mikäli asiakkaat haluavat auttaa, heitä pyritään ohjaamaan oikeille kanaville. Esimerkiksi Katmandussa asiakkaat ohjattaisiin nepalilaisia sotaorpoja auttavaan yhdistykseen, jonka kanssa Mandala Travel on yhteistyössä ja jonka toimintaa matkanjärjestäjä tukee itsekin vuosittain. (Ukkonen, M. 19.4.2012.)

Tjäreborg pyrkii välttämään sosiaalisia haittoja matkakohteessa tiedottamalla asiakkaitaan ja toimimalla itse esimerkillisesti ja vaatimalla sitä myös yhteistyökumppaneilta. Yrityksen työkaluina ovat muun muassa koulutus ja tiedotus aiheen tiimoilta sekä mahdolliset kannusteet. (Kåla, P. 12.4.2012.)

- Miten tiedotatte matkailijoille kohteen sosiaalisista ongelmista ja niiden välttämisestä?

Apollomatkoilla matkailijoille tiedotetaan kohteen sosiaalisista ongelmista ja niiden välttämistä omissa esitteissään, katalogeissaan ja verkkopalvelussaan (Torra, E. 15.5.2012).

Finnmatkoilla matkailijoita tiedotetaan sosiaalisista ongelmista ja niiden välttämisestä kohteesta riippuen. Kohteissa, joista löytyy esimerkiksi prostituutiota ja lasten hyväksikäyttöä tai katulapsia ja köyhyyttä, tuovat kohteen oppaat asiaa selkeämmin ilmi, esimerkiksi joko lentokenttäkuljetuksessa tai matkan tervetuloilaisuudessa. Myös Finnmatkojen Internet – sivuilta löytyy tietoa asian tiimoilta. (Seppänen, L. 9.5.2012.)

Kon-Tiki Tours neuvoa matkailijoita käyttämään tervettä harkintaa hädänalaisia auttaessa. Esimerkiksi osa kerjäläisistä on ammatillisia. Tuki kannattaa mieluummin ohjata perille varmojen ja hyväksyttävien kanavien kautta. Kon-Tiki Tours kertoo, että ei-sanalla ei kuitenkaan tehdä mitään. Matkanjärjestäjä ei pyri sormi ojossa kieltämään matkailijoita, vaan pikemminkin kertomaan ”me ollaan tekemässä asiat näin, me toivotaan että te olette mukana myös”. (Tirri, R. 20.3.2012.)

Mandala Travel tiedottaa matkailijoitaan kohteen sosiaalisista ongelmista ja niiden välttämistä etukäteisinfoissaan sekä viimeistään paikan päällä kohteessa. Asiakkaille ker-

rotaan esimerkiksi katulapsista ja siitä miten heidän kanssaan tulisi toimia ja kuinka heitä voi auttaa oikealla tavalla. Asiakkaita ei rohkaista kohtaamisia vääristöihin tilanteisiin, esimerkiksi valokuvaukseen rahaa vastaan. Erilaisia käytännön seikkoja käydään läpi myös matkanjärjestäjän matkaohjelmissa. Kirjalliset tiedot sosiaalisin ongelmiin liittyen ovat kuitenkin pintapuolisia, sillä parhaimman lopputuloksen saa, kun ihmisille kertoo kohteen ongelmista henkilökohtaisesti paikan päällä. (Ukkonen, M. 19.4.2012.)

Tjäreborg tiedottaa matkailijoille kohteen sosiaalisista ongelmista ja niiden välttämistä esimerkiksi tervetuloa materiaalissa, hotelleissa, retkillä ja verkossa (Kåla, P. 12.4.2012).

- Miten olette sitoutuneet välttämään lapsiprostituutiota kohteessanne?

Apollomatkat toimii yhteistyössä ECPATin kanssa, joka on kansainvälinen järjestö joka toimii lasten seksuaalisen hyväksikäytön ehkäisemiseksi (Torra, E. 15.5.2012).

Finmatkat on allekirjoittanut ECPAT – sopimuksen ja muistuttaa matkailijoitaan aiheesta kohdeinfoissa ja – oppaissa. Lisäksi matkanjärjestäjän Internet – sivuilta löytyy tietoa aiheesta sekä toimintaohjeet, mikäli epäilee tai näkee toimintaa matkakohteessa. (Seppänen, L. 9.5.2012.)

Kon-Tiki Toursin matkat sijoittuvat pääasiassa luontoon: merelle, metsiin, vuoristoihin. Matkanjärjestäjällä ei ole kokemusta lapsiprostituutiosta kohteissaan. (Tirri, R. 20.3.2012.)

Mandala Travel ei järjestä matkoja, jotka sisältäisivät pelkästään lennon ja majoituksen. Käytännössä matkoilla liikutaan paljon valtaturisti – infrastruktuurien ulkopuolella ja matkailijoiden ryhmä on yhdessä koko matkan ajan. Mandala Travel ei ole törmännyt lapsiprostituutio – ilmiöön järjestämillään matkoillaan. (Ukkonen, M. 19.4.2012.)

Tjäreborg toimii yhteistyössä ECPATin kanssa. Matkanjärjestäjän allekirjoittama ECPAT – sopimus sisältää seuraavat viisi kriteeriä:

- ✓ Toimimme lasten seksuaalisen hyväksikäytön vastaisten toimintaperiaatteiden mukaisesti

- ✓ Tiedotamme/koulutamme henkilökuntaamme
- ✓ Tiedotamme asiakkaitamme
- ✓ Hotellisopimuksissamme on lauseke lapsiseksikaupan yhteisestä torjunnasta
- ✓ Kerromme paikallisille yhteistyökumppaneille näkökannastamme

Tjäreborg tuomitsee ankarasti kaiken lapsiin kohdistuvan seksuaalisen hyväksikäytön muodot ja tukee kaikkia lakeja, joita on säädetty näiden rikosten estämiseksi sekä näiden rikosten tekijöiden rankaisemiseksi. Yritys toteuttaa ECPATin matkanjärjestäjille suunnattua käyttäytymisohjeistusta. Tjäreborg pitää velvollisuutenaan raportoida kaikista niistä epäkohdista ja puutteista, joita yhteistyökumppaneiden toimissa havaitaan.

Väärinkäytökset saattavat johtaa yhteistyön lopettamiseen. (Kåla, P. 12.4.2012)

- Miten tiedotatte matkailijoille paikallisista tavoista ja pukeutumissäännöistä?

Apollomatkoilla kohdehenkilökunta kertoo matkailijoille paikallisista tavoista ja pukeutumissäännöistä. Myös Internet – sivuilla kerrotaan asiasta ja esimerkiksi matkanjärjestäjän esitteiden ”hyvä tietää” – osioissa kerrotaan kohteiden kulttuurista sekä painotetaan jo ennen matkaa asioista, joista saattaisi syntyä ikäviä tilanteita itse kohteessa. Matkanjärjestäjän mukaan näissä asioissa on vielä ”paljon tekemistä”, sillä on tärkeää ymmärtää toista kulttuuria ja kunnioittaa paikallisia tapoja. (Torra, E. 15.5.2012.)

Finnmatkat tiedottaa matkailijoitaan paikallisista tavoista ja pukeutumissäännöistä kohdeoppaissaan sekä tervetuloilaisuuksissa. Asiakkaita muistutetaan paikallisista tavoista myös matkanjärjestäjän retkillä. (Seppänen, L. 9.5.2012.)

Kon-Tiki Tours tiedottaa matkailijoilleen paikallisista tavoista ja pukeutumissäännöistä ennen matkaa lähetettävissä toimintaohjeissa sekä kohteesta riippuen esitteissään.

Matkailijoita kehoitetaan myös ottamaan itse ennakolta selkoa kohdemaasta, sen kehityksen taustoista, ihmisten elintavoista ja luonnosta. Yleisesti ottaen matkailijaa neuvotaan kunnioittamaan paikallisten ihmisten yksityisyyttä ja perinteitä sekä pukeutumaan niin, ettei loukkaa paikallisten tapoja tai tunteita. (Tirri, R. 20.3.2012.)

Mandala Travel tiedottaa matkailijoilleen paikallisista tavoista ja pukeutumissäännöistä ennen matkaa järjestettävissä infotilaisuuksissa sekä paikan päällä kohteessa. Asiakkaita neuvotaan kunnioittamaan paikallista kulttuuria ja esimerkiksi vaelluksilla pukeudutaan

paikallisia tapoja kunnioittaen; mukaviin ja käytännöllisiin, muttei liian kireisiin tai paljastaviin vaatteisiin. (Ukkonen, M. 19.4.2012.)

OLYMPIA Kaukomatkatoimisto antaa Internet-sivuillaan eri kohtemaiden kulttuureihin mukautettuja pukeutumisneuvoja. Matkailijoita opastetaan esimerkiksi huomioimaan islamilaisuuden välttämällä paljastavaa vaateetusta. (OLYMPIA Kaukomatkatoimisto 2012b.)

Tjäreborg kertoo tiedottavansa matkailijoille paikallisista tavoista ja pukeutumissäännöistä matkakohteissa. Matkanjärjestäjä mainitsee myös asiakkaiden olevan tänä päivänä hyvin valveutuneita. (Kåla, P. 12.4.2012.)

#### **6.4 Paikallisten hyvinvoinnin edistäminen**

- Millä tavoin toimintanne edistää paikallista hyvinvointia matkakohteessa?

Finnmatkat kertoo matkailun työllistävien vaikutuksien sekä matkailun kautta kohteisiin saatavien tulojen edistävän paikallista hyvinvointia matkakohteessa. Finnmatkat mainitsee myös ison matkanjärjestäjän roolista ja takana vaikuttavan maailmanlaajuisen konsernin mahdollisuudesta vaikuttaa ja muistuttaa hotelleja huomioimaan ympäristö- ja sosiaaliset seikat kohteissa. (Seppänen, L. 9.5.2012.)

Kon-Tiki Tours kuvailee, että matkailu itsessään usein edistää paikallista hyvinvointia matkakohteissa ja aktivoi ihmisiä tekemään hyvää. Matkoilla tapahtuu kansainvälistä ihmisten tapaamista: asioiden ja tiedon vaihtoa molemmin puolin. Esimerkiksi kerran yrityksen asiakas toi lahjoituksena aurinkopaneelin Perussa sijaitsevaan matkakohteeseen, jossa tarvittiin lisää lämpöä. Toisena esimerkkinä Kon-Tiki Tours kertoo tilanteesta, jossa he neuvoivat Ugandalaista hotellia saunan rakentamisessa. Matkoilta voi esimerkiksi löytää myös kummilapsia sekä solmia loistavia suhteita paikallisten ihmisten kanssa. (Tirri, R. 20.3.2012.)

Mandala Travel pyrkii käyttämään kohteissaan paikallisia toimijoita ja työllistämään mahdollisimman paljon paikallista henkilökuntaa. Matkailun työllistävä vaikutus ja mat-



kailutulojen tasainen jakautuminen muun muassa ruokailupaikkoja ja hotelleja valitsemalla ovat tärkeitä seikkoja Mandala Travelille. (Ukkonen, M. 19.4.2012.)

OLYMPIA Kaukomatkatoimisto kertoo esimerkin paikallista hyvinvointia edistävästä yhteistyökumppanistaan, Karen Blixen Camp – leiristä, jossa toimisto majoittaa Kenia Deluxe – safarinsa matkailijat Masai Marassa. Karen Blixen Camp on sitoutunut vastuullisen matkailun periaatteisiin, hoitaen liiketoimintaa tavalla joka hyödyttää ympäristöä, leirillä työskenteleviä ihmisiä ja leiriä ympäröiviä yhteisöjä. Toisena esimerkkinä Olympia kertoo Botswanalaisesta yhteistyökumppanistaan, &Beyond:ista, jolla on 33 leirikohdetta ympäri Afrikkaa sekä Intiassa. Vastuullinen matkailu ja kestävä kehitys ovat olleet yhtiön peruspilareita sen perustamisesta lähtien. (Juurinen, S. 13.3.2012; Karen Blixen Kamp 2012; &Beyond 2012.)

Tjäreborg tarjoaa työmahdollisuuksia paikallisille suoranaisesti ja epäsuorasti, sekä kehittää paikallista osaamista esimerkiksi kouluttamalla yhteistyökumppaneita hotelleissa. Paikallista taloutta tuetaan yrityksen sijoituksin sekä hankintojen kautta. Lisäksi yritys pyrkii itse toimimaan omissa hotelleissaan esimerkillisesti. (Kåla, P. 12.4.2012.)

- Millaista yhteistyötä teette paikallisten yhteisöjen kanssa?

Finnmatkat kertoo, että yhteistyöprojektit ovat paikallista ja riippuvat kohteesta. Esimerkiksi Thaimaasta ja Meksikosta löytyy orpokotiprojekteja, joissa lahjoitetaan tarvikkeita kohteelle. Myös matkustajia rohkaistaan tuomaan esimerkiksi vanhoja vaatteita tai koulutarvikkeita lahjoitettavaksi orpokoteihin ja kouluihin, jos matkalaukusta löytyy ylimääräistä tilaa. Finnmatkat kertoo kohdeoppaidensa tuntevan hyvin kunkin kohteen erityisominaisuudet ja olevan aktiivisia aiheen tiimoilta. (Seppänen, L. 9.5.2012.)

Kon-Tiki Toursin matkakohteissa on matkatoimistot, jotka ovat useimmiten toiminnassa paikallisten yhteisöjen kanssa esimerkiksi erilaisten projektien kautta. Näin voidaan vaikuttaa monen linkin kautta. Yhtenä käytännön esimerkkinä Kon-Tiki Tours kertoo eräällä Nepalilä matkalla järjestäneensä niin, että Nepalilä luonnonsuojeluliiton ja Suomen luonnonsuojeluliitto aloittivat yhteistyön keskenään. (Tirri, R. 20.3.2012.)

Mandala Travelilla on matkaohjelmissaan kohteita, joissa vierailu tukee paikallisia yhteisöjä. Esimerkiksi Intian kiertomatalla käydään aina tietyssä orpokodissa. Paikallisten yhteisöjen omistamia hotelleja sekä oppaita käyttämällä matkailutulot menevät paikallisen yhteisön hyväksi. (Ukkonen, M. 19.4.2012.)

Tjäreborg kertoo, että yhteistyö paikallisten yhteisöjen kanssa riippuu matkakohteesta. Yhteistyö voi olla esimerkiksi tiedottamista, hankintoja ja koulutusta kohteesta riippuen. (Kåla, P. 12.4.2012.)

- Miten paikalliset asukkaat ja yritykset saavat osallistua palvelutarjontanne suunnitteluun?

Finmatkat kertoo palvelutarjontansa olevan hyvinkin paikallisesti suunniteltua. Matkanjärjestäjä käyttää aina kohteissaan agentteja, jotka tuntevat paikalliset erikoisuudet, nähtävyydet ja mielenkiintoisimmat kohteet. Myös asiakkailta tulee omia vinkkejä ja ehdotuksia matkavalikoimiin. (Seppänen, L. 9.5.2012.)

Kon-Tiki Toursissa esimerkiksi paikalliset oppaat voivat vaikuttaa palvelutarjontaan ja sen suunnitteluun (Tirri, R. 20.3.2012).

Mandala Travel kertoo, että käytännössä paikalliset asukkaat eivät osallistu palvelutarjonnan suunnitteluun, mutta operaattorit tietysti tekevät ehdotuksia ja voivat myös osallistua ”tuotteen” suunnitteluun yhdessä tuotantohenkilökunnan ja oppaiden kanssa. (Ukkonen, M. 19.4.2012.)

Tjäreborgilla matkakohteen retket suunnitellaan ja toteutetaan yhdessä paikallisten kanssa (Kåla, P. 12.4.2012).

- Miten matkailija voi toimia paikallisen yhteisön hyväksi teidän kauttanne?

Apollomatkat uskoo tämän tyyppisen toiminnan tulevan nousemaan tulevaisuudessa. Tällä hetkellä Ruotsin Apollomatkoilla on Kreetalla käytännön kokeiluja siitä, millä tavalla voisi auttaa esimerkiksi paikallisia vähäosaisia lapsia. Apollomatkat kertoo myös, että asiakkailta on selkeästi halua toimia paikallisten yhteisöjen hyväksi. Käytännössä

matkanjärjestäjä on esimerkiksi kerännyt lomalennoillaan avustuksia muun muassa SOS-lapsikylälle Thaimaassa. (Torra, E. 15.5.2012.)

Finnmatkat kertoo, että heidän Internet – sivuiltaan löytyy lista siitä, kuinka matkailija voi toimia vastuullisesti matkallaan. Vastuullisuus muodostuu pienistä teoista: ei kuluteta liikaa vettä tai energiaa kohteessa, syödään paikallisissa ravintoloissa ja ostetaan paikallisia tuotteita. (Seppänen, L. 9.5.2012.)

Kon-Tiki Tours kertoo, että matkailija voi toimia paikallisen yhteisön hyväksi heidän kauttaan esimerkiksi viemällä vaatteita kohteisiin ja tukemalla kummilapsia (Tirri, R. 20.3.2012).

Mandala Travelin asiakkaat kysyvät usein esimerkiksi vaelluksilla, voivatko he lahjoittaa vaatteita, kouluvarusteita tai rahaa kohteen hyväksi. Matkailijat voivatkin toimia paikallisen yhteisön hyväksi esimerkiksi tukemalla paikallisia kouluja. Mandala Travel uskoo niin sanottuun ”ruohonjuuritasolla – vaikuttamiseen” ja ohjaa mielellään asiakkaidensa tarjoaman tuen oikeisiin paikkoihin kohteissa. (Ukkonen, M. 19.4.2012.)

Tjäreborg kertoo, että matkailija voi toimia paikallisen yhteisön hyväksi toimimalla itse vastuullisesti ja esimerkillisesti matkakohdeissa. Tietyissä matkakohdeissa on myös mahdollisuus tehdä lahjoituksia, esimerkiksi Gambiassa kouluvierailun yhteydessä. (Kåla, P. 12.4.2012.)

## **6.5 Muuta huomioitavaa**

Olympia Kaukomatkatoimisto ei kiireistä johtuen osallistunut tähän tutkimukseen haastattelun merkeissä. Sähköpostitse saatiin kuitenkin lisätietoja, joista ei yrityksen Internet-sivuilla kerrota. Olympia Kaukomatkatoimisto pitää tutkimuksen haastattelukysymyksiä hyvinä ja tärkeinä ja kertoo, että omalla toiminnallaan ja valinnoillaan toimisto pyrkii aina mahdollisuuksien mukaan tukemaan paikallisia toimijoita/valitsemaan paikalliset yhteistyökumppanit niin, että heidän toimintansa on eettisesti sekä ympäristön näkökulmasta kestävä kehityksen mukaista. Yritys on allekirjoittanut SMALin Helsinki Declarationin, joka on Suomen matkailuelinkeinon sitoumus kestäväan kehi-

tykseen. Helsinki Declarationin allekirjoitus kertoo yrityksen sitoumuksesta ryhtyä kehittämään toimintaansa kestävämpään suuntaan. Allekirjoittamalla julistuksen yritykset/organisaatiot sitoutuvat periaatteisiin, joiden pohjalta ne toteuttavat kukin omia konkreettisia toimenpiteitään. Sen on allekirjoittanut yli sata matkailualan toimijaa. (Juurinen, S. 13.3.2012; SMAL 2012a.)

Olympia Kaukomatkatoimisto ei mainitse Internet-sivustollaan reilua matkailua. Yritys kertoo erillisessä esitteessään sen sijaan kokevansa tärkeäksi kestävän kehityksen arvojen edistämisen. ”Fyysisellä tasolla se tarkoittaa saasteiden vähentämistä ja henkisellä puolella kulttuurien ja hyvien elinolojen säilyttämistä matkakohteissamme”, esite kuvaillee. Esitteessä yritys kertoo myös olevansa mukana kestävän kehityksen hankkeissa. (OLYMPIA Kaukomatkatoimisto 2012a.)

## 7 Yhteenveto

Tutkimuksessa selvisi, että haastateltavien matkanjärjestäjien toiminta tukee paikallista taloutta monin tavoin. Yleisesti ottaen matkailu tuo tuloja matkakohteisiin. Esimerkiksi Apollomatkat kertoo koko bisnesmallinsa perustuvan siihen, ettei matkanjärjestäjä omista käyttämiään hotelleja. Siitä syystä hyvinvointi jää paikalliseen maahan. Finnmatkojen laskelman mukaan noin 80 % heidän hotellien käyttämistä tavaroista ja palveluista jää paikallisen kohteen hyväksi. Matkailu myös työllistää paikallisia. Jokainen tutkimukseen osallistuneista tarjoaa työmahdollisuuksia paikallisille, esimerkiksi palkkaamalla paikallisia oppaita. Mandala Travel kertoo myös esimerkin tapauksesta jossa pyritään työllistämään paikallisia niin, että palkat jakautuvat tasaisemmin alueelle sen sijaan että tulot menisivät vain yhdelle perheelle. Myös matkailijat itse tukevat paikallista taloutta ostamalla paikallisia tavaroita ja palveluita. Esimerkiksi Kon-Tiki Tours kannustaa matkailijoitaan tukemaan paikallista taloutta suosimalla paikallisia tuotteita ja palveluja. Kon-Tiki Toursin mukaan turismin ansiosta ihmisen halu oppia lisää kasvaa ja sen myötä myös koulutus kohteissa lisääntyy. Tjäreborg kertoo toimintansa tukevan paikallista taloutta osaamisen kehittämisen kautta, esimerkiksi kouluttamalla yhteistyökumppaneita hotelleissa.

Jokaisella tutkimukseen osallistuneella matkanjärjestäjällä on tarjolla paikallisessa omistuksessa olevaa majoitusta. Mandala Travelilla on tarjolla käytännössä melkein pelkästään paikallisessa omistuksessa olevaa majoitusta ja Finnmatkoilla noin 85 % valikoimissa olevista hotelleista on paikallisessa omistuksessa olevaa. Apollomatkoilla suurin osa majoitustarjonnasta on paikallisessa omistuksessa olevaa. Myös Kon-Tiki Tours pyrkii aina käyttämään paikallisessa omistuksessa olevaa majoitusta. Tjäreborg kertoo heillä olevan hyvin paljon paikallisessa omistuksessa olevaa majoitusta tarjolla.

Paikallisten työllistämistä, riittävästä palkasta ja hyvistä työ-olosuhteista selvisi, että matkakohteissa noudatetaan paikallisia työehtoja ja – sopimuksia. Esimerkiksi Finnmatkat kertoo, että kohdehotelleissa työskentelevät ovat työsuhteessa paikallisiin hotelleihin tai hotelliketjuihin, eivätkä siten ole sidoksissa Finnmatkoihin. Apollomatkat ei myöskään työllistä suoraan paikallisia, mutta kohteista löytyvät paikalliset agentit tarjoavat työllistymismahdollisuuksia paikallisille. Myös Mandala Travel kertoo, että palk-

ka yrityksen käyttämille paikallisille työntekijöille maksetaan paikallisten yhteistyöoperaattoreiden kautta. Matkanjärjestäjä on tietoinen kohteiden palkkatasosta mutta ei pysty käytännössä sitä valvomaan. Myös Tjäreborgilla noudatetaan aina jokaisen kohteeseen voimassaolevia lakeja, suosituksia ja asetuksia. Käytännössä Tjäreborg vaikuttaa siihen, että työehdoissa huomioidaan vapaus ammattiyhdistystoimintaan, vähimmäispalkat, hyvä työympäristö ja säännöllinen työaika. Kon-Tiki Tours kertoo myös tippimaksujen merkityksestä kohteissa. Matkanjärjestäjä ei sisällytä tippimaksuja matkojensa hintaan, vaan asiakkaita kehoitetaan maksamaan tipit itse, jotta tuki menee suoraan ja varmasti oikeaan paikkaan ilman välikäsiä. Asiakkaita myös kannustetaan tukemaan paikallisia esimerkiksi lahjoittamalla tavaroita kohteeseen matkan yhteydessä ja ottamaan selvää oikeista auttamiskanavista esimerkiksi kerjäläisiä tuettaessa. Myös Mandala Travel kertoo pyrkivänsä maksamaan tipit työntekijöiden palkan päälle. Lisäksi Mandala Travel kertoo pitävänsä hyvää huolta yrityksen työllistämien kantajien varustetasosta.

Kahdella tutkimukseen osallistuneella matkanjärjestäjällä, Kon-Tiki Toursilla ja Mandala Travelilla, ei ole all-inclusive – paketteja matkavalikoimissaan. Lisäksi Kon-Tiki Tours kertoo, etteivät he matkanjärjestäjänä suosi tätä matkustusmuotoa. Tjäreborgin all-inclusive – paketeissa hyödynnetään paikallista tuotantoa saatavuuden ja mahdollisuuksien mukaan sekä laatukriteerit huomioiden, sekä huomioiden myös mahdolliset kuljetuskustannukset. Finnmatkat kertoo, että heidän käyttämänsä hotellit hyödyntävät paikallista tuotantoa omien päätöstensä mukaan. Paikalliset tuotteet ja raaka-aineet ovat kuitenkin etusijalla hankinnoissa tuoreutensa, helpomman saatavuutensa ja usein edullisemmän hintansa takia. Myös Apollomatkoilla all-inclusive – pakettien paikallinen tuotanto tulee hotellien omistajien kautta eli he vastaavat siitä, että ruoka on eettisesti tuotettua ja ostettua.

Jokaisella tutkimukseen osallistuneella matkanjärjestäjällä on tapansa osallistua paikallisen ympäristön suojeluun. Finnmatkojen omalla Blue Village – hotellikonseptilla on ISO 14001 – ympäristösertifikaatti, jonka kriteerit liittyvät esimerkiksi sähkönkulutukseen, energian käyttöön ja jätteiden lajitteluun. Finnmatkoilla on yhteistyötä Travelife – järjestelmän kanssa sekä oma 1+1 ilmastoprojekti. Lisäksi Finnmatkat aloitti kesällä 2010 konsernin tuhansien hotellisopimusten uusimisen. Uusi sopimusliite sisältää perusperiaatteet ympäristöön, sosiaaliseen vastuuseen ja eläintensuojeluun liittyvistä ky-

symyksistä ja sen tarkoitus on vaikuttaa hotelleihin ja kannustaa niitä toimimaan kestäväällä tavalla. Apollomatkojen oman Green – merkinnän saavat hotellit jotka työskentelevät aktiivisesti ympäristökysymysten parissa. Ne ovat tunnustetun ympäristösertifiointijärjestelmän mukaisesti sertifioituja hotelleja joissa ympäristöohjelman noudattamista valvoo puolueeton elin. Apollomatkojen mukaan hotelleilta löytyy ylipäänsä valtavasti tietoisuutta asiaa kohtaan ja monien intresseissä on pitää huolta omasta ympäristöstään ja vähentää luonnon kuormitusta, vaikkei hotelleilla virallisia ympäristösertifikaatteja olisikaan. Myös Tjäreborg kertoo osallistuvansa kohteiden paikallisen ympäristön suojeluun hyvin monella tapaa, esimerkiksi omalla esimerkillä omissa hotelleissa, vaatimalla sitä yhteistyökumppaneilta sekä kouluttaen ja opastaen yhteistyökumppaneita. OLYMPIA Kaukomatkatoimisto on mukana kestävän kehityksen hankkeessa, jossa se sijoittaa tasevaroistaan jokaista myytyä matkaa kohti 10 euroa suomalaisen tuulivoiman tuotannon kehittämiseen ympäristön kannalta järkeville paikoille. Pienemmät matkanjärjestäjät Kon-Tiki Tours ja Mandala Travel kertovat osallistuvansa paikalliseen ympäristön suojeluun käytännön teoin ja tiedottamalla asiakkailleen ympäristönsuojelun, eläinten hyvinvoinnin ja turhan kulutuksen välttämisen tärkeydestä niin kohteessa kuin ennen matkaakin.

Veden, luonnonvarojen ja energian kulutuksen vähentämiseksi matkanjärjestäjät tiedottavat matkailijoita käytännön teoista ja omien valintojen vaikutuksista. Apollomatoilla pyritään myös siihen, että itse kohteissa hotellit kehottavat asiakkaitaan huomioimaan veden, luonnonvarojen ja energian kulutuksensa. Mandala Travel tekee pieniä valintoja kohteessa: vaellusmatkoilla käytetään vaellusmajoja, joissa ruoat valmistetaan ja lämmitetään retkikeittimissä petrolilla ja suihkuvedet lämmitetään puun sijasta kaasulla. Finnmatkojen omissa Blue Village – hotelleissa toimitaan ISO 14001 – ympäristösertifikaatin luonnonvarojen käyttöä vähentävien vaatimusten mukaisesti. Lisäksi kaikki Finnmatkojen käyttämät hotellit allekirjoittavat yhteistyösopimuksen, jossa on listattuna kulutusta vähentäviä toimia ja jonka tarkoitus on myös herättää hotelleja ympäristöajatteluun. Finnmatkoilla myös kuluttaja itse voi tehdä ympäristöystävällisiä valintoja, sillä matkanjärjestäjän Internet – sivuilla on listattuna niin sanottuja ”vihreämpi valinta” – hotelleja joissa on huomioitu ympäristöasiat muita vaihtoehtoja paremmin. Tjäreborg kertoo huomioineensa ympäristöasiat omissa hotelleissaan Sunwing Resorteissa, Sunprime Resortseissa ja SunGardeneissa 90-luvun alusta asti. 7 Tjäreborgin Sunwing – per-

hehotellia on sertifioitu EU ympäristömerkin mukaisesti ja 34 Tjäreborgin hotellia on mukana Travelife – ohjelmassa. Kaikki hotellit, joita Tjäreborg ei omista ja joiden kanssa yritys on yhteistyössä, allekirjoittavat ympäristökysymyksiä koskevan palvelusopimuksen.

Lähes jokaisella tutkimukseen osallistuneella matkanjärjestäjällä on jonkinlaista yhteistyötä luonnonsuojelujärjestöjen kanssa. Finnmatkojen oman 1+1 ympäristöprojektin kautta kertyneet varat lahjoitetaan Plan Vivolle ja Water Aid – organisaatiolle. Lisäksi Finnmatkoilla on useita eri kohteisiin liittyviä paikallisia projekteja. Myös Mandala Travelilla on ollut projektiluontoisia hankkeita, vaikkei matkanjärjestäjä suoranaisesti ole yhteistyössä jonkin tietyn luonnonsuojelujärjestön kanssa. Myös Tjäreborg kertoo, että yhteistyö luonnonsuojelujärjestöjen kanssa riippuu pitkälti matkakohteesta ja toiminnasta. Matkanjärjestäjällä on yhteistyötä esimerkiksi EU-ympäristömerkin, Travelifen ja Green Seatin kanssa. Tjäreborgilla on yhteistyötä myös kohteidensa paikallisten toimijoiden kanssa. Kon-Tiki Tours on ollut yhteistyössä Suomen luonnonsuojeluliiton kanssa 1980-luvun lopusta lähtien. Esimerkiksi osa matkanjärjestäjän matkaoppaista tulee Suomen luonnonsuojeluliitosta.

Eläinten hyvinvointia edistävästä valinnoista valtaosa tutkimukseen osallistuneista matkanjärjestäjistä tiedottavaa muun muassa Internet – sivuilla, kohdeoppaissa ja infotilaisuuksissa sekä paikan päällä kohteessa erilaisten retkien yhteydessä. Kon-Tiki Tours lisää, että eläinten hyvinvointia tuetaan viemällä matkailijoita kohteisiin jotka tukevat lajien suojelua, esimerkiksi tiikeripuistoon Intiassa tai valasmatkoille.

Tutkimustuloksista selviää, että matkanjärjestäjien toiminta pyrkii välttämään sosiaalisia haittoja matkakohteessa niin sopimuksiin kirjatuihin kriteereihin kuin omin, pienin käytännön teoin. Kon-Tiki Tours kertoo, että halua ja tahtoa toimia hyvin löytyy heiltä ja myös valtaosalta heidän asiakkaistaan. Myös Mandala Travelilla asiakkaita pyritään ohjaamaan oikeille kanaville, mikäli he haluavat auttaa. Tjäreborg pyrkii välttämään sosiaalisia haittoja matkakohteessa tiedottamalla asiakkaitaan ja toimimalla itse esimerkillisesti ja vaatimalla sitä myös yhteistyökumppaneilta. Yrityksen työkaluina ovat muun muassa koulutus ja tiedotus aiheen tiimoilta sekä mahdolliset kannusteet. Myös Finnmatkojen henkilökuntaa niin toimistolla kuin kohteissa koulutetaan jatkuvasti aiheen



tiimoilta. Lisäksi Finnmatkoilla hotellien kanssa tehtävissä yhteistyösopimuksissa otetaan ympäristöasioiden lisäksi esiin sosiaalisen vastuun asiat. Hotelleja muistutetaan työehtosopimuksien noudattamisesta, vain täysi-ikäisten työntekijöiden palkkaamisesta, sopivista työ-ajoista ja taukojen merkityksistä. Vuonna 1998 Finnmatkat allekirjoitti ECPAT – sopimuksen joka käsittää käyttäytymisohjeiston lasten seksuaalista hyväksikäyttöä vastaan. Myös Tjäreborg ja Apollomatkat ovat toimivat yhteistyössä ECPATin kanssa.

Matkailijoille tiedotetaan kohteiden sosiaalisista ongelmista ja niiden välttämistä eri tavoin kohteesta riippuen. Esimerkiksi Finnmatkoilla kohteissa, joista löytyy esimerkiksi prostituutiota ja lasten hyväksikäyttöä tai katulapsia ja köyhyyttä, tuovat kohteen oppaat asiaa selkeämmin ilmi, esimerkiksi joko lentokenttäkuljetuksessa tai matkan tervetuloilaisuudessa. Myös Finnmatkojen Internet – sivuilta löytyy tietoa asian tiimoilta. Kon-Tiki Tours neuvoa matkailijoita käyttämään tervettä harkintaa hädänalaisia auttaessa. Matkanjärjestäjä ei pyri sormi ojossa kieltämään matkailijoita, vaan pikemminkin kertomaan ”me ollaan tekemässä asiat näin, me toivotaan että te olette mukana myös”. Mandala Travel tiedottaa matkailijoitaan kohteen sosiaalisista ongelmista ja niiden välttämistä etukäteisinfoissaan sekä viimeistään paikan päällä kohteessa. Asiakkaita ei rohkaista kohtaamisia vääristäviin tilanteisiin, esimerkiksi valokuvaukseen rahaa vastaan. Erilaisia käytännön seikkoja käydään läpi myös matkanjärjestäjän matkaohjelmisissa. Mandala Travel uskoo, että parhaimman lopputuloksen saa, kun ihmisille kertoo kohteen ongelmista henkilökohtaisesti paikan päällä. Tjäreborg ja Apollomatkat tiedottavat matkailijoille kohteen sosiaalisista ongelmista ja niiden välttämistä omissa kirjallisissa julkaisuissaan sekä Internet – sivuillaan.

Tutkimukseen osallistuneista matkanjärjestäjistä kolme, Apollomatkat, Finnmatkat ja Tjäreborg, ovat sitoutuneet välttämään lapsiprostituution kohteissaan toimimalla yhteistyössä ECPATin kanssa. Kon-Tiki Toursilla ja Mandala Travelilla ei ole kokemusta lapsiprostituutiosta järjestämällä matkoillaan, sillä ryhmät liikkuvat enimmäkseen tiiviisti yhdessä koko matkan ajan ja kohteet sijoittuvat usein luontoon: merelle, metsiin ja vuoristoihin.

Matkailijoita tiedotetaan paikallisista tavoista ja pukeutumissäännöistä muun muassa matka-esitteissä, Internet – sivuilla, tervetuloilaisuuksissa ja retkillä kohteessa. Esimerkiksi OLYMPIA Kaukomatkatoimisto antaa Internet-sivuillaan eri kohdemaiden kulttuureihin mukautettuja pukeutumisneuvoja. Tjäreborg mainitsee myös asiakkaiden olevan tänä päivänä hyvin valveutuneita. Sen sijaan Apollomatkojen mielestä muiden kulttuurien kunnioittamisessa on vielä opittavaa.

Tutkimustuloksista selvisi, että matkanjärjestäjien toiminta edistää paikallista hyvinvointia matkakohteessa muun muassa matkailun työllistävien vaikutuksien ja matkailun kautta kohteisiin saatavien tulojen vuoksi. Tjäreborg kehittää paikallista osaamista lisäksi esimerkiksi kouluttamalla yhteistyökumppaneita hotelleissa. Kon-Tiki Toursin mukaan matkailu itsessään edistää usein paikallista hyvinvointia matkakohteissa ja aktivoi ihmisiä tekemään hyvää. Matkoilla tapahtuu kansainvälistä ihmisten tapaamista: asioiden ja tiedon vaihtoa molemmin puolin.

Matkanjärjestäjien yhteistyö paikallisten yhteisöjen kanssa riippuu niin ikään myös kohteesta. Finnmatkoilla yhteistyöprojektit ovat paikallisia, esimerkiksi Thaimaasta ja Meksikosta löytyy orpokotiprojekteja, joissa lahjoitetaan tarvikkeita kohteelle. Tjäreborgilla yhteistyö voi olla esimerkiksi tiedottamista, hankintoja ja koulutusta. Mandala Travelilla on matkaohjelmissaan kohteita, joissa vierailu tukee paikallisia yhteisöjä. Esimerkiksi Intian kiertomatalla käydään aina tietyssä orpokodissa. Kon-Tiki Toursin matkakohteissa on matkatoimistot, jotka ovat useimmiten toiminnassa paikallisten yhteisöjen kanssa esimerkiksi erilaisten projektien kautta. Yleisesti ottaen tutkimustuloksista selviää, että paikallisten yhteisöjen omistamia hotelleja sekä oppaita käyttämällä matkailutot menevät paikallisen yhteisön hyväksi.

Paikalliset asukkaat ja yritykset saavat osallistua tutkimukseen osallistuneiden matkanjärjestäjien palvelutarjonnan suunnitteluun ainakin jossain määrin. Finnmatkat kertoo palveluntarjontansa olevan hyvinkin paikallisesti suunniteltua. Matkanjärjestäjä käyttää aina kohteissaan agentteja, jotka tuntevat kohteen hyvin. Myös asiakkailta tulee omia vinkkejä ja ehdotuksia matkavalikoimiin. Kon-Tiki Toursissa esimerkiksi paikalliset oppaat voivat vaikuttaa palveluntarjontaan ja sen suunnitteluun. Mandala Travelilla paikalliset asukkaat eivät käytännössä osallistu palveluntarjonnan suunnitteluun, mutta

operaattorit tekevät ehdotuksia ja voivat myös osallistua ”tuotteen” suunnitteluun yhdessä tuotantohenkilökunnan ja oppaiden kanssa. Tutkimustulosten mukaan myös Tjäreborgilla matkakohteen retket suunnitellaan ja toteutetaan yhdessä paikallisten kanssa.

Matkailija voi toimia paikallisen yhteisön hyväksi suoraan tutkimukseen osallistuneiden matkanjärjestäjien kautta heikonlaisesti. Kaikki matkanjärjestäjät kuitenkin neuvovat matkailijoita mielellään ja antavat vinkkejä vastuulliseen matkailuun. Esimerkiksi Finnmatkojen Internet – sivuiltaan löytyy lista siitä, kuinka matkailija voi toimia vastuullisesti. Tjäreborgilla tietyissä matkakohteissa on myös mahdollisuus tehdä lahjoituksia paikallisen yhteisön hyväksi, esimerkiksi Gambiassa kouluvierailun yhteydessä. Kontiki Tours ja Mandala Travel kertovat, että matkailija voi tukea paikallisia yhteisöjä esimerkiksi lahjoittamalla vaatteita, koulutarvikkeita tai rahaa kohteen hyväksi. Apollomatkat on kerännyt lomalennoillaan avustuksia muun muassa SOS-lapsikylälle Thaimaassa. Matkanjärjestäjän mielestä paikallisen yhteisön hyväksi toimiminen on kovassa nousussa ja asiakkailla on selkeästi halua toimia paikallisten yhteisöjen hyväksi. Tällä hetkellä Ruotsin Apollomatkoilla onkin Kreetalla käytännön kokeiluja siitä, millä tavalla voisi auttaa esimerkiksi paikallisia vähäosaisia lapsia.

## Lähteet

Apollomatkat 2012a. Apollomatkat - suuren toimijan varmuus ja valikoimat. Luettavissa: <http://www.apollomatkat.fi/fi/apollosta/apollosta/Pages/apollosta.aspx>. Luettu: 5.5.2012.

Apollomatkat 2012b. Haluamme olla hyödyksi. Luettavissa: <http://www.apollomatkat.fi/fi/apollosta/yhteiskuntavastuu/Pages/yhteiskuntavastuu.aspx>. Luettu: 5.5.2012.

Finnmatkat 2012a. Kestävä matkailu. Luettavissa: <http://www.finnmatkat.fi/Pages/Environment.aspx?id=111113>. Luettu: 1.5.2012.

Finnmatkat 2012b. Yritystiedot. Luettavissa: <http://www.finnmatkat.fi/35940/Yritystiedot/>. Luettu: 1.5.2012.

Global Finland 2009. Mitä on kestävä kehitys? Luettavissa: <http://www.global.finland.fi/Public/default.aspx?contentid=163998>. Luettu: 31.1.2012

Global Sustainable Tourism Council 2011. GSTC Criteria. Luettavissa: <http://new.gstcouncil.org/resource-center/gstc-criteria>. Luettu: 31.1.2012

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus. Helsinki.

Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara P. 2005. Tutki ja kirjoita. Tammi. Helsinki.

Juurinen, S. 13.3.2012. Markkinointipäällikkö. OLYMPIA Kaukomatkatoimisto. Sähköposti.

Kalmari, H. & Kelola, K. 2009. Vastuullisen matkailijan käsikirja. Image kustannus Oy. Keuruu.

Karen Blixen Kamp 2012. Eco Tourism. Luettavissa:

<http://karenblixencamp.com/eco-tourism>. Luettu: 8.4.2012.

Kon-Tiki Tours 2012a. Filosofia. Luettavissa: <http://www.kontiki.fi/yritys/filosofia>.

Luettu: 13.3.2012.

Kon-Tiki Tours 2012b. Palvelut. Luettavissa: <http://www.kontiki.fi/yritys/palvelut>.

Luettu: 13.3.2012.

Kåla, P. 12.4.2012. Myyntijohtaja. Tjäreborg. Sähköposti. Helsinki.

Mandala Travel 2012a. Mandala Travel. Luettavissa:

<http://www.mandalatravel.fi/mandala-travel>. Luettu: 18.4.2012.

Mandala Travel 2012b. Outdoor Academy. Luettavissa:

<http://www.mandalatravel.fi/outdoor-academy>. Luettu: 18.4.2012.

Matkalehti 2011. Kuoni tutki suomalaisten lomatoiveita. Luettavissa:

<http://www.matkalehti.fi/index.php?name=Show&nodeIDX=155156>. Luettu:  
20.2.2012.

Mehtola, J. 2012. Yksittäisen matkailijan valinnat ovat tärkeitä. Suomen Luonto, 71, 2,  
s. 34.

MEK 2005. Yhteiskuntavastuu matkailualan yrityksissä. Luettavissa:

[http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/8107ba2902a2adfac225735a0040aa61/\\$FILE/yhtkvastuu%20matkailu-alku.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/8107ba2902a2adfac225735a0040aa61/$FILE/yhtkvastuu%20matkailu-alku.pdf). Luettu:  
28.3.2012.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. WSOY pro Oy. Helsinki.

OLYMPIA Kaukomatkatoimisto 2012a. Esite 2012. Luettavissa:  
[http://www.olympia.fi/sites/olympia.fi/files/esite/olympia\\_kaukomatkatoimisto\\_esite\\_2012.html](http://www.olympia.fi/sites/olympia.fi/files/esite/olympia_kaukomatkatoimisto_esite_2012.html). Luettu: 13.3.2012.

OLYMPIA Kaukomatkatoimisto 2012b. Kenia Deluxe. Luettavissa:  
<https://www.olympia.fi/matka/kenia-deluxe-unohtumaton-safari-yksityiskoneella#matka-extra>. Luettu: 8.4.2012.

Puhakka, R. 2011. Matkailukysynnän trendit vuoteen 2030 mennessä. Luettavissa:  
[http://www.lamk.fi/material/tuleva\\_trendit\\_2030\\_final.pdf](http://www.lamk.fi/material/tuleva_trendit_2030_final.pdf). Luettu: 27.2.2012.

Rantapallo 2012. Nämä ovat Kreikan matkailutrendit. Luettavissa:  
<http://www.rantapallo.fi/rantalomat/kreikan-matkailutrendit/>. Luettu: 3.4.2012.

Reilun matkailun yhdistys 2011a. Matkailuyrityksen vastuullinen toiminta – opetusmateriaali.

Reilun matkailun yhdistys 2011b. Matkailun globaalit vaikutukset – opetusmateriaali.

Reilun matkailun yhdistys 2011c. Sosiaalisesti kestävä matkailu – opetusmateriaali.

Reilun matkailun yhdistys 2012a. Reilun matkailun kysymyslista. Luettavissa:  
<http://wordpress.reilumatkailu.fi/?p=861>. Luettu: 30.1.2012.

Reilun matkailun yhdistys 2012b. Valitse vastuuntuntoinen matkanjärjestäjä. Luettavissa:  
[http://wordpress.reilumatkailu.fi/?page\\_id=157](http://wordpress.reilumatkailu.fi/?page_id=157). Luettu: 27.4.2012.

Rohweder, L. 2004. Yritysvastuu – kestävä kehitys organisaatiotasolla. Wsoy. Helsinki.

Seppänen, L. 9.5.2012. Tiedottaja. Finnmatkat. Haastattelu. Helsinki.

SMAL 2007. Vastuullinen yritystoiminta matkanjärjestäjille – opas.

SMAL 2012a. Faktakirja 2012. Luettavissa: <http://www.smal.fi/file.php?595>. Luettu: 8.4.2012.

SMAL 2012b. Helsinki Declaration. Luettavissa: <http://www.smal.fi/index.php?402>. Luettu: 13.3.2012

SMAL 2012c. Kestävän matkailun historia. Luettavissa: <http://www.smal.fi/index.php?445>. Luettu: 3.4.2012.

SMAL 2012d. Matkailun ja matkatoimistojen historiaa. Luettavissa: <http://www.smal.fi/index.php?293>. Luettu: 3.4.2012.

Tirri, R. 20.3.2012. Tuotantopäällikkö. Kon-Tiki Tours. Haastattelu. Sipoo.

Torra, E. 15.5.2012. Maajohtaja. Apollomatkat. Haastattelu. Helsinki.

Tjäreborg 2012a. Sosiaalinen vastuu. Luettavissa: <http://www.tjareborg.fi/sosiaalinen-vastuu>. Luettu: 3.4.2012.

Tjäreborg 2012b. Tjäreborgin ympäristöpolitiikka. Luettavissa: <http://www.tjareborg.fi/ymparistopolitiikka>. Luettu: 3.4.2012.

Tjäreborg 2012c. Tjäreborgin ympäristötyö. Luettavissa: <http://www.tjareborg.fi/ymparistotietoa>. Luettu: 18.4.2012.

Tjäreborg 2012d. Ympäristötyö hotelleissa. Luettavissa: <http://www.tjareborg.fi/ymparistotyö-hotellissa>. Luettu: 3.4.2012.

Tjäreborg 2012e. Ympäristötyö matkakohteessa. Luettavissa: <http://www.tjareborg.fi/ymparistotyö-kohteessa>. Luettu: 3.4.2012.

Tjäreborg 2012f. Yritystietoa. Luettavissa: <http://www.tjareborg.fi/yritysinfo>. Luettu: 18.4.2012.

Ukkonen, M. 19.4.2012. Toiminnanjohtaja. Mandala Travel. Haastattelu. Helsinki.

Ulkoasiainministeriö 2006. Kestävä kehitys Suomen ulkopoliitikassa. Luettavissa: <http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=32099&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 31.1.2012.

UNWTO 2011. Tourism Highlights. 2011 Edition. Luettavissa: [http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enhr\\_1.pdf](http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enhr_1.pdf). Luettu 31.1.2011.

Valtion ympäristöhallinto 2011. Mitä on kestävä kehitys. Luettavissa: <http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=22119&lan=FI>. Luettu: 31.1.2012.

WTTC 2011. Travel & Tourism 2011. Luettavissa: [http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/traveltourism2011.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/traveltourism2011.pdf). Luettu 31.1.2012.

&Beyond 2012. About us. Luettavissa: <http://www.andbeyond.com/about/>. Luettu: 8.4.2012.



# Liitteet

## Liite 1. Saatekirje

Hyvä vastaanottaja,

Olen HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun opiskelija ja teen opinnäytetyötä Reilun matkailun yhdistykselle. Opinnäytetyöni aihe on ”Suomalaisten matkanjärjestäjien sitoutuminen reilun matkailun periaatteisiin”.

Tutkimuksessa kartoitetaan suomalaisten matkanjärjestäjien toimintatapoja vastuullisen matkanjärjestämisen suhteen ja tutkitaan heidän sitoutuneisuutta reilun matkailun pääperiaatteisiin, jotka liittyvät sosiokulttuuristen, taloudellisten ja ympäristöelementtien kehittämiseen matkailukohteessa. Tulosten pohjalta voidaan tehdä myös vertailua, edellyttäen että matkanjärjestäjä tahtoo osallistua nimellään tutkimukseen.

Tutkimus perustuu Reilun matkailun yhdistyksen ja Laurea – ammattikorkeakoulun opiskelijoiden yhteistyönä laatimaan kysymyslistaan. Kysymykset koskevat matkakohteen ympäristön suojelua ja eläinten hyvinvointia, kohteen paikallisen talouden tukemista, sosiaalisten haittojen välttämistä ja paikallisten hyvinvoinnin edistämistä.

Yrityshaastattelut ovat olennainen osa tutkimusta ja arvostaisin suuresti, mikäli tahtoisitte osallistua tutkimukseen vastaamalla kysymyksiin. Kysymyksiä on kuusitoista ja ne ovat tämän viestin liitteenä. Voimme toteuttaa haastattelun puhelimitse, sähköpostitse tai kasvotusten teille parhaiten sopivana ajankohtana.

Niin toivoessanne, kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja nimettöminä.

Kiitos ajastanne!

Ystävällisin terveisin,

Essi Vuori

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu, Porvoon yksikkö  
Matkailun koulutusyksikkö

## Liite 2. Haastattelukysymykset

### Reilun matkailun kysymyslista

1. Millä tavoin toimintanne tukee paikallista taloutta?
2. Onko teillä tarjota paikallisessa omistuksessa olevaa majoitusta?
3. Mikäli työllistätte paikallisia, takaatteko heille riittävän palkan ja hyvät työolosuhteet?
4. Miten hyödynnätte all-inclusive-paketeissanne paikallista tuotantoa?
5. Millä tavoin osallistutte paikallisen ympäristön suojeluun?
6. Kuinka pyritte vähentämään veden, luonnonvarojen ja energian kulutusta kohteissanne?
7. Minkälaista yhteistyötä teillä on luonnonsuojelujärjestöjen kanssa?
8. Miten tiedotatte eläinten hyvinvointia edistävästä valinnoista kohteessa?
9. Millä tavoin toimintanne pyrkii välttämään sosiaalisia haittoja matkakohteessa?
10. Miten tiedotatte matkailijoille kohteen sosiaalisista ongelmista ja niiden välttämisestä?
11. Miten olette sitoutuneet välttämään lapsiprostituutiota kohteessanne?
12. Miten tiedotatte matkailijoille paikallisista tavoista ja pukeutumissäännöistä?
13. Millä tavoin toimintanne edistää paikallista hyvinvointia matkakohteessa?

14. Millaista yhteistyötä teette paikallisten yhteisöjen kanssa?

15. Miten paikalliset asukkaat ja yritykset saavat osallistua palvelutarjontanne suunnitteluun?

16. Miten matkailija voi toimia paikallisen yhteisön hyväksi teidän kauttanne?