

26.01.03



Matkailun suhde ympäristöön:

Kolin alueen yritykset kestävän matkailun
toimeenpanijoina

Riikka Sorsa

ROVANIEMEN TUTKIMUSASEMA

20.01.03

METSÄNTUTKIMUSLAITOKSEN TIEDONANTOJA 883, 2002

Matkailun suhde ympäristöön: Kolin alueen yritykset kestävän matkailun toimeenpanijoina

Riikka Sorsa

ROVANIEMEN TUTKIMUSASEMA

Sorsa, R. 2002. Matkailun suhde ympäristöön: Kolin alueen yritykset kestävän matkailun toimeenpanijoina. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 883. 80 s. ISBN 951-40-1870-2. ISSN 0358-4283.

Tiivistelmä: Kestävästä kehityksestä nimensä ja sisältönsä saaneella kestäväällä matkailulla viitataan kokonaisvaltaiseen, ekologiset, sosio-kulttuuriset ja taloudelliset näkökohdat huomioivaan matkailukehitykseen. Kestävä matkailu ymmärretään tässä tutkimuksessa toiminnan pääperiaatteeksi, johon koko matkailuelinkeinon tulisi pyrkiä. Tutkimuksessa selvitetään kysely- ja haastatteluaineistojen perusteella, mikä on Kolin alueen matkailuyritysten rooli kestävän matkailun toimeenpanijoina: miten yrittäjät suhtautuvat kestäväan matkailuun, miten he pyrkivät tekemään toiminnastaan kestäväää ja mitkä tekijät selittävät yritysten toimintaa. Haastatellut matkailuyrittäjät tyypitellään *ympäristömyötäisiin, realisteihin ja matkailukehittäjiin* sen perusteella, mikä on yrittäjien ja heidän yritystensä suhde kestäväan matkailuun. Tutkimuksen perusteella Kolin alueen matkailuyritykset ovat alkaneet vastata kestävyuden haasteisiin, mutta kehittämismahdollisuuksia on vielä paljon. Tutkimuksessa havaittiin, että yritysten toimintaa suhteessa kestäväan matkailuun selittävät yrityksen saama hyöty sekä yrittäjän ympäristöarvot ja -asenteet. Kestävyuden periaatteet huomioidaan yritystoiminnassa aktiivisesti, jos siitä uskotaan olevan erityistä hyötyä yritykselle. Suurin osa haastatelluista matkailuyrittäjistä ei kuitenkaan katso kestävästä matkailusta olevan merkittävää hyötyä: silloin varsinkin pienyritykset toimivat pitkälti ympäristöarvojen ja -asenteidensa ohjaamina.

Kirjoittajan yhteystiedot: Riikka Sorsa, Metsäntutkimuslaitos, Rovaniemen tutkimusasema/Joensuun yliopisto, maantieteen laitos, sähköposti sorsa@cc.joensuu.fi.

Taitto: Eija Virtanen
Kuvien käsittely: Raimo Pikkupeura
Etukannen kuva: Ismo Hyttinen
Takakannen kuva: Marika Heikura

Julkaisija: Metsäntutkimuslaitos, Rovaniemen tutkimusasema, hanke 3295 (Matkailu osana luonnon- ja kulttuuriympäristön kestäväää käyttöä). Hyväksynyt tutkimusjohtajan po. päätoimittaja.

Tilaukset: Metsäntutkimuslaitos, kirjasto/julkaisumyynti, PL 18, 01301 Vantaa, puh. (09) 8570 5580, faksi (09) 8570 5582, sähköposti kirjasto@metla.fi.

Kirjapaino: Gummerus Kirjapaino Oy
Painopaikka: Saarijärvi
Painovuosi: 2003

Sisällys

Esipuhe	5
1 Johdanto	7
2 Matkailun ja ympäristön suhde	9
2.1 Kestävä matkailu	9
2.2 Kestävyyden ulottuvuudet	10
2.3 Kestävyys ja ympäristöasenteet	13
2.4 Kestävän matkailun kritiikki	14
3 Kestävän matkailun toimeenpano	15
3.1 Julkisen sektorin säätely	15
3.1.1 Merkitys kestävän matkailun edistäjänä	15
3.1.2 Hallinnollinen ja taloudellinen ohjaus	16
3.2 Matkailijoiden asettamat vaatimukset	17
3.3 Matkailuelinkeinon itsesäätely	18
3.3.1 Merkitys kestävän matkailun edistäjänä	18
3.3.2 Menettelytapaohjeet ja kestävyiden tunnusmerkit ...	19
3.3.3 Yritysten motiivit edistää kestävä matkailua	20
3.4 Yritysten luokittelu ympäristövastuullisuuden perusteella	22
4 Tapaustutkimuksen toteutus	23
4.1 Kolin matkailualue	23
4.1.1 Tutkimusalueen rajaus	23
4.1.2 Matkailun ja suojelun historia	25
4.1.3 Matkailutoiminnan sijoittuminen	28
4.2 Tutkimusaineisto ja -menetelmät	29
5 Kolin alueen yritysten suhde kestävä matkailuun	30
5.1 Tutkimukseen osallistuneiden yritysten perustiedot	30
5.2 Yrittäjätyypit	32
5.2.1 Tyypittelyn perusteet	32
5.2.2 Ympäristömyönteiset, matkailukehittäjät ja realistit	33
5.3 Yrittäjien näkemykset Kolin vetovoimatekijöistä	36
5.4 Yrittäjien ympäristötietoisuus ja -arvot	38
5.5 Ekologisen kestävyiden edistäminen	40
5.5.1 Jätteiden lajittelu	40
5.5.2 Energian ja veden säästäminen	42
5.5.3 Ympäristöhoito	43
5.5.4 Henkilökunnan ja asiakkaiden ohjaus	44

5.6	Sosio-kulttuurisen kestävyden edistäminen.....	45
5.6.1	Paikallistalouden tukeminen	45
5.6.2	Matkailun sosiaaliset haitat ja paikallisväestön vaikutusmahdollisuudet	47
5.6.3	Paikalliskulttuurin säilyttäminen	48
5.7	Taloudellisen kestävyden edistäminen.....	49
5.8	Tulevaisuuden suunnitelmat kestävyden edistämiseksi	50
5.9	Ulkoinen toimintaympäristö kestävyden edistäjänä	51
5.10	Kestävän matkailun edistämisen motiivit ja esteet	52
5.10.1	Yritysten motiivit	52
5.10.2	Yritysten esteet	55
5.11	Yrittäjien luontosuhde	57
6	Yhteenveto ja johtopäätöksiä	60
	Kirjallisuus	66
	LIITE 1	73
	LIITE 2	79

Esipuhe

Luonnonsuojelualueisiin tukeutuva matkailu on nykyisin eräs nopeimmin kasvavista matkailun muodoista. Suojelualueista erityisesti kansallispuistot muodostavat suosituimman kohdealueyhmän. Suomessa kansallispuistojen vuosittaisten yhteenlaskettujen käyntikertojen määrät ovat lähes kolminkertaistuneet viimeisen kymmenen vuoden kuluessa, eikä kasvun ennusteta loppuvan lähitulevaisuudessa.

Kansallispuistot ja muut luonnonsuojelualueet ovat perustettu etupäässä niiden edustamien luonnonarvojen vuoksi. Tämä lähtökohta voi toisinaan aiheuttaa ristiriitoja suhteessa suojelualueiden lisääntyvään ja monipuolistuvaan matkailukäyttöön. Tästä johtuen suojelualueiden matkailukäyttöä on pyrittävä aktiivisesti seuraamaan ja myös ohjaamaan. Eräs keskeinen suojelualueiden matkailukäyttöön ja sen luonteeseen vaikuttava ryhmä on yrittäjät, jotka tarjoavat palveluja joko suoraan luontomatkaileijoille tai alueen matkailuyrityksille.

Käsillä oleva Riikka Sorsan tutkimus *Matkailun suhde ympäristöön: Kolin alueen yritykset kestävän matkailun toimeenpanijoina* tarkastelee Kolin alueen yrittäjiä ja heidän suhdettaan kestävään matkailuun. Tutkimuksen kohde ja näkökulma ovat Suomessa melko vähän tutkittuja ja työ tuokin uutta tietoa kestävän matkailun kehittämiseen. Tapaustutkimuksen kohteena oleva Kolin kansallispuisto ja matkailualue muodostavat Pohjois-Karjalan matkailun keskeisimmän vetovoima-alueen, jonka matkailukäyttö on viime vuosina kasvanut ja voimakkaan kehityksen odotetaan edelleen jatkuvan.

Tutkimus on osa Metsäntutkimuslaitoksen tutkimushanketta *Matkailu osana luonnon ja kulttuuriympäristön kestävää käyttöä (2000–2005)*. Tutkimushankkeessa tarkastellaan luontomatkailua, sen kehittämistä ja roolia osana laajempaa matkailu- ja aluekehitystä sekä matkailun suhdetta metsäluonnon muihin käyttömuotoihin. Tarkastelun keskeisenä näkökulmana toimii ajatus kestävästä matkailusta ja kestävän matkailun kehittämisestä. Tähän käsillä oleva työ kiinteästi liittyy. Muita hankkeen tutkimusteemoja ovat mm. monimuotoisuussuuntautuneen matkailun kehittämismahdollisuudet, erämaat ja matkailu, puu- ja metsäkulttuuri matkailun vetovoimatekijänä, luontomatkailu ja sen kehitystrendit, vaellusretkeily ja luontoaktiviteetit matkailun vetovoimatekijöinä sekä virkistyskäytön muodot ja ristiriidat erämaa- ja suojelualueilla.

Kolin kansallispuiston, sen matkailukäytön ja kehittämisen kestävyys muodostavat jatkossakin yhden keskeisimmistä matkailututkimuksen haasteista alueella. Koliilla kaikki kolme kestävyys ulottuvuutta, ekologinen, sosiaalinen ja taloudellinen, ovat tutkimuksellisesti perusteltuja, samoin kuin kestävyys tarkastelun eri tahot: mm. paikallisyhteisöt, matkailuelinkeino ja muut alueen elinkeinot sekä matkailijat.

Myös tällä hetkellä valmisteilla olevassa Kolin kansallispuiston hoito- ja käyttösuunnitelmassa korostetaan kestävän matkailun merkitystä.

Hoito- ja käyttösuunnitelman yhtenä tavoitteena on osaltaan varmistaa se, ettei matkailijamäärien kasvu aiheuta häiritseviä muutoksia kansallispuiston luonnolle ja sen muille käyttömuodoille. Hoito- ja käyttösuunnitelman mukaan alueelle laaditaan erityinen kestävän matkailun kehittämissuunnitelma vuosina 2003–2004. Siinä korostetaan puiston sisäisen luonnon- ja kulttuuriperinnön kestävyystarkastelujen lisäksi erityisesti kansallispuiston ja sen ulkopuolella sijaitsevan paikallisyhteisön yhteisten kehittämislinjojen selkiyttämistä. Kolin kansallispuiston haltijana toimivan Metsäntutkimuslaitoksen ja puiston ulkopuolella toimivien yritysten välistä yhteistyöverkostoa pyritään kehittämään sopimuksiin perustuen. Samalla selvitetään mahdollisuudet Kolin matkailualueella toimivien yritysten ja paikallisyhteisön omatoimisten kestävyystavoitteiden asetteluun ja näiden tavoitteiden toteutumisen arviointitapoja. Riikka Sorsan tutkimus antaa osaltaan myös tähän työhön eväitä.

Rovaniemellä ja Kolilla 12.12.2002

Jarkko Saarinen ja Lasse Lovén

1 Johdanto

Matkailu on taloudellista toimintaa, joka aiheuttaa paitsi positiivisia myös negatiivisia vaikutuksia luonnon- ja kulttuuriympäristöön. Matkailun hinnoittelemattomiin voimavaroihin kohdistuu liikakäytön paineita, jotka voivat johtaa ympäristöongelmiin. Ympäristön säilyminen viihtyisänä on kuitenkin erittäin tärkeää matkailuelinkeinolle, sillä luonto ja kulttuuri ovat matkailun resursseja. Matkailu on riippuvainen ympäristön laadusta: matkailu kärsii, jos ympäristö ei ole kunnossa (Borg 1997, s. 39–40).

Matkailun aiheuttamat kielteiset vaikutukset ympäristöön voidaan jakaa rakenteista ja matkailijoista itsestään johtuviin ongelmiin. Rakenteista eli rakentamisesta ja matkailukehityksestä johtuvia ongelmia ovat matkailua tukevan infrastruktuurin rakentaminen, päästöt ilmaan ja veteen, melu, luonnonmaiseman menetykset, kohteiden ja maiseman visuaalinen pilaantuminen sekä vaikutukset paikallisväestön ja -elinkeinojen muutoksiin. Paikallisväestö saattaa joutua luopumaan identiteetistään, ja matkailun voitot voivat mennä ylikansallisten yritysten kautta ulkomaille. Lisäksi hinnat saattavat nousta, rikollisuus lisääntyä ja perustuotantotyöllisyys muuttua alipalkatuksi sesonki- ja osa-aikatyöllisyydeksi. Matkailijat puolestaan aiheuttavat toiminnallaan esimerkiksi tungosta, liikenneruuhkia, ylellisyyskulutusta, roskaantumista, lajien uhanalaistumista, maaston kulumista sekä ristiriitoja paikallisväestön ja -kulttuurin kanssa (Borg 1997, s. 39–40; ks. Mathieson ja Wall 1982; Hunter ja Green 1995).

Kestävä matkailu on saanut nimensä ja sisältönsä kestävästä kehityksestä, joka tuotiin käsitteenä esille Ympäristön ja kehityksen maailmankomission raportissa *Our Common Future* 1980-luvun lopulla (Yhteinen tulevaisuutemme 1988). Vuonna 1992 YK:n Ympäristö- ja kehityskonferenssissa valmisteltiin kansainvälinen ympäristöä ja kehitystä koskeva Rion julistus (UNCED - YK:n Ympäristö- ja kehityskonferenssi 1993). Kestävä kehitys tarkoittaa kehitystä, joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa. Kestävän kehityksen ulottuvuudet ovat ekologinen, kulttuurinen ja taloudellinen: tavoitteena on luonnonvaraperustan turvaaminen, ihmisten tasa-arvon, terveyden ja hyvinvoinnin edistäminen sekä talouskehityksen turvaaminen. Kestävällä kehityksellä on myös kolme muuta, osin edellisiin sisältyvää perusnäkökulmaa (ks. Saarinen 2001, s. 69). Tulevaisuusnäkökulma viittaa tulevien sukupolvien tarpeisiin ja niiden tyydyttämiseen. Tasa-arvon ja oikeudenmukaisuuden vaatimuksen mukaan eri ihmisryhmille, alueille ja sukupolville pyritään takaamaan jokseenkin yhtäläiset mahdollisuudet kehitykseen. Kolmas perusnäkökulma on kokonaisvaltaisuus: se korostaa kestävästä kehityksen tarkastelemista

myös globaalilla tasolla sekä eri poliittiset, sosiaaliset, taloudelliset ja ekologiset aluetasot ja mittakaavat huomioiden.

Kestävän matkailun näkökulmaa on korostettu viime aikoina matkailun aiheuttamien haittojen vuoksi, ja matkailun on uskottu sopivan kestävän kehityksen toteuttajaksi erityisen hyvin. Matkailu on kuitenkin melko hitaasti omaksumassa ympäristövastuullisuuden leimaa, kun huomioidaan sen suuri riippuvuus fyysikaalisesta ja inhimillisestä ympäristöstä (Borg 1997, s. 48). Matkailu edelleen vaikuttaa enemmän ympäristöongelmien syntyyn kuin yrittää ratkaista niitä, vaikka elinkeino onkin ryhtynyt parantamaan toimintaansa (Goodall ja Stabler 1997, s. 299–301). Kestävästä matkailusta on tullut eräänlainen muotitermi, ja sen on sanottu alkaneen menettää sisällöllistä merkitystään. Käytännössä kestävyuden periaatteita ei ole välttämättä toteutettu matkailussa, eikä niiden toteutumista ole tutkittu paljon.

Tässä tutkimuksessa perehdytään kestävyuden periaatteiden merkitykseen matkailun yritystoiminnassa: tavoitteena on selvittää yritysten rooli kestävän matkailun toimeenpanijoina. Empiirisenä tutkimuskohteenä on Kolin kansallispuisto ja sen lähialue, jota nimitetään tässä työssä Kolin matkailualueeksi.

Tutkimusaihetta hahmotetaan yrityksen sisäisen ja ulkoisen toimintaympäristön käsitteiden avulla. Ympäristöasioiden merkityksen lisääntymistä voidaan ajatella tapahtuvan sekä yrityksen sisäisessä ympäristössä (esim. yrittäjän mielessä, arvoissa, asenteissa, yrityksen organisaatiossa) että ulkoisessa ympäristössä (esim. asiakkaissa, lainsäädännössä, muissa yrityksissä) (Peltomäki ja Kamppinen 1995, s. 19). Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää Kolin alueen matkailuyritysten käytännön toimenpiteitä kestävän matkailun edistämiseksi sekä käytännön toimintaan vaikuttavia ulkoisen ja sisäisen toimintaympäristön tekijöitä. Tavoitteena on vastata seuraaviin kysymyksiin:

- Miten yritysten ulkoinen toimintaympäristö vaikuttaa yritysten toimintaan suhteessa kestäväan matkailuun?
 - Miten julkinen sektori säätelee kestävän matkailun toteutumista yrityksissä?
 - Mitä vaatimuksia matkailijat asettavat kestäväälle matkailulle yrityksissä?
 - Miten matkailuelinkeino itsesäätelee kestävän matkailun toteutumista?
- Miten yritysten sisäinen toimintaympäristö vaikuttaa yritysten toimintaan suhteessa kestäväan matkailuun?
- Millä käytännön toimenpiteillä yritykset edistävät kestävän matkailun toteutumista ja mitkä ovat toiminnan motiivit?

Tutkimuksen teoreettisessa osuudessa pääpaino on yritysten ulkoisessa toimintaympäristössä. Ensin syvennytään kestävän matkailun kriteereihin sekä esitellään kestävyyyteen liittyviä ympäristöasenteita ja käsitteen kritiikkiä. Sen jälkeen selvitetään tärkeimpiä julkisen sektorin keinoja kestävän matkailun edistämiseksi, matkailijoiden asettamia vaatimuksia matkailun kestävyydelle sekä matkailuelinkeinon itsesääätelyä ja sen motiiveja.

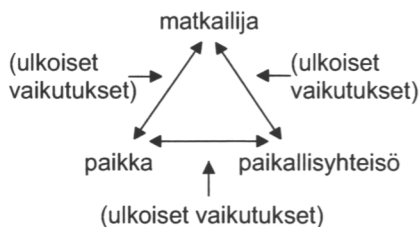
Empiirisessä osuudessa painopiste on yritysten sisäisessä toimintaympäristössä eli keskeisen tutkimuskohteen muodostavat matkailuyrittäjät mielipiteineen ja ympäristöä koskevine käsityksineen. Tutkimuksessa selvitetään kysely- ja haastatteluaineistojen perusteella, miten Kolin alueen yrittäjät suhtautuvat kestäväan matkailuun, miten he pyrkivät tekemään toiminnastaan kestäväää ja mitkä ovat toiminnan motiivit. Siten perehdytään sekä yritysten konkreettiseen toimintaan että sitä selittäviin tekijöihin, kuten yrittäjien ympäristöasenteisiin ja -arvoihin. Haastatteluaineisto ryhmitellään tyypeiksi, jotka ilmentävät yrittäjien ja heidän yritystensä erilaisia suhtautumistapoja kestäväan matkailuun.

2 Matkailun ja ympäristön suhde

2.1 Kestävä matkailu

Kestävän kehityksen käsitettä vastaavasti kestävä matkailu tarkoittaa matkailua, joka tyydyttää matkailijoiden, elinkeinon ja paikallisyhteisön tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa (Swarbrooke 1999, s. 13). Maailman Matkailujärjestö WTO on määritellyt kestävan matkailukehityksen johtavan kaikkien voimavarojen hoitoon siten, että taloudelliset, sosiaaliset ja esteettiset tarpeet täytyvät samalla kun ylläpidetään kulttuurista koskemattomuutta ja säilytetään elämää ylläpitävät ekologiset toiminnot ja biologinen monimuotoisuus (McIntyre 1993, s. 40).

Kuvassa 1 esitellään kestävan matkailun malli, jossa paikalla tarkoitetaan kohteen fyysistä ympäristöä ja paikallisyhteisöllä kulttuurista ympäristöä. Malli korostaa muutosta kohti matkailijan, paikan ja paikallisyhteisön yhdentymistä: kaikkien tarpeet on huomioitava (Burns ja Holden 1997, s. 27–28). Kestävässä matkailussa otetaan keskeisesti huomioon fyysisen ympäristön ja paikallisyhteisön lisäksi matkailijoiden tarpeiden täytyminen, ja tavoitteena on korkealaatuisen elämyksen tarjoaminen matkailijoille (McIntyre 1993, s. 11). Askel kohti kestävämpää kehitystä onkin matkailutuotteen kokonaislaadun edistäminen (Borg 1997, s. 48).



Kuva 1. Kestävän matkailun malli (Burns ja Holden 1997, s. 28).

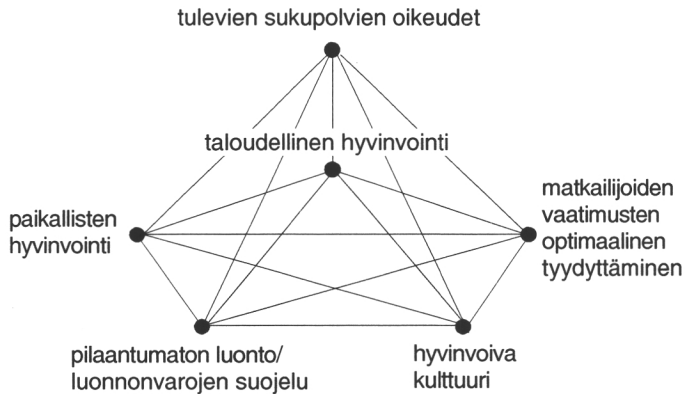
Kestävä matkailu on syvälinen ja arvopohjainen prosessi. Kestävyys ei tarkoita vain yksittäisiä parannuksia eikä vain ympäristövastuullisuutta vaan koko matkailuyrittämisen toiminnan uudelleen ajattelemista siten, että ympäristön laatu säilyy, ekologiset prosessit toimivat, paikallinen yhteisö hyötyy ja matkailija viihtyy.

Kestävyyden saavuttamiseen ei siten riitä, että vain korjataan vanhaa käytäntöä ympäristövastuullisemmaksi esimerkiksi jätehuoltoa tehostamalla (Borg 1997, s. 51–52).

Kestävä matkailu ei ole absoluuttinen tila vaan jatkuva prosessi kohti kestävämpää tilaa (ks. Mowforth ja Munt 1998, s. 113; Swarbrooke 1999, s. 358; Aronsson 2000, s. 15). Täysin kestävä matkailu on ideaalitila, jota ei välttämättä saavuteta. Kestävällä matkailulla ei siten tarkoiteta niinkään lopputulosta tai yksittäisiä parannuksia vaan uudentyyppistä asennoitumista, luovuutta ja tietoa, jolla kestävyys sisällytetään elinkeinon suunnitteluun (Borg 1997, s. 51). Käsitteen suhteellisuudesta huolimatta kestäväälle matkailulle on muodostettu indikaattoreita (Indicators for the... 1993).

2.2 Kestävyyden ulottuvuudet

Kestävässä matkailussa korostuu erityisesti pitkänäköisyys ja kokonaisvaltaisuus. Matkailun tulee olla ekologisesti kestävä, taloudellisesti kannattavaa sekä eettisesti ja sosiaalisesti tasa-arvoista. Wheeler (1997) korostaa erityisesti kokonaisvaltaisuutta: jos kestävyys ei kata kaikkia matkailutoiminnan puolia, matkailua ei voi pitää kestäväenä. Kestävyyden ulottuvuudet voidaan myös kytkeä yhteen: menestyksellinen matkailun kasvu ei välttämättä onnistu ilman ympäristövastuullisuutta ja kestävyiden periaatteita. Jotta matkailu voisi olla taloudellisesti ja sosiaalisesti kestävä, sen on oltava ympäristövastuullista (Wahab ja Pigram 1997, s. 280–282). Kuvan 2 kestävä matkailun malli havainnollistaa käsitteen moniulotteisuutta. Kestävässä matkailussa mikään pyramidin kulmista ei ole hallitseva vaan kaikki ovat tasa-arvoisia. Tavoitteena on tasapainoinen kehitys, joka luodaan maksimoimalla tekijöiden väliset positiiviset suhteet ja minimoimalla negatiiviset vaikutukset (Müller 1997, s. 30–31).



Kuva 2. Matkailukehityksen pentagon-pyramidi (Müller 1997, s. 31).

Ekologisella kestävyydellä tarkoitetaan ympäristövastuullisuuden tavoitteita eli luonnonperinnön, biologisen monimuotoisuuden ja elämää ylläpitävien ekologisten prosessien säilyttämistä (McIntyre 1993, s. 9). Ekologisen kestävyuden periaatteet edellyttävät esimerkiksi, että valitaan energiatehokkaita käytäntöjä, jätteiden vähentämiseen tähtäviä periaatteita ja kierrätyskelpoisia tuotteita. Uusiutumattomia luonnonvaroja käytetään säästeliäästi ja uusiutuvia luonnonvaroja siten, ettei ylitetä niiden uusiutumismauhtia. Pitkän tähtäimen näkökulma huomioidaan etenkin matkailua suunniteltaessa: suunnittelua tehdään toiminnan koko eliniän osalta (Bramwell ym. 1996, s. 63; Goodall ja Stabler 1997, s. 294–296; Borg 1997, s. 47–48; 1998, s. 8).

Sosio-kulttuurisen kestävyuden lähtökohtana on sukupolvien sisäinen ja välinen tasa-arvo sekä kulttuurisen monimuotoisuuden säilyttäminen. Eettisten periaatteiden mukaan paikallisväestön kulttuuria ja elinympäristöä, elinkeinoja, perinteistä elämäntapaa ja poliittista järjestelmää vaalitaan ja hoidetaan. Tavoitteena on lisätä paikallisten ihmisten vaikutusmahdollisuuksia, vahvistaa yhteisön identiteettiä, parantaa elämänlaatua sekä jakaa matkailun hyödyt ja kustannukset tasapuolisesti (McIntyre 1993, s. 40). Paikallisyhteisö otetaan mukaan matkailun kehittämiseen, ja matkailuyrityksissä käytetään paikallista työvoimaa sekä paikallisia alihankkijoita ja tuotteita. Kun paikalliset asukkaat hyötyvät matkailusta, he hyväksyvät paremmin matkailijoiden tulon sekä matkailun perustana olevan luonnon ja kulttuurin suojeleminen (Bramwell ym. 1996, s. 63; Goodall ja Stabler 1997, s. 294–296; Borg 1997, s. 47–48; 1998, s. 8–10). Sosio-kulttuurisen kestävyuden huomioiminen on yleensä jäänyt ekologista kestävyyttä vähäisemmäksi (Butler 1998, s. 29–30).

Taloudellisella kestävyydellä viitataan taloudellisen hyvinvoinnin kasvattamiseen. Taloudellinen kehitys tarkoittaa kestävässä matkailussa sellaisia rakenteellisia muutoksia tuotantotekniikassa, sosiaalisissa asenteissa ja luonnonvarojen käytössä, jotka johtavat kasvuun pitkällä aikavälillä. Nopeaan ja lyhytaikaiseen taloudelliseen kasvuun ei pyritä käyttämällä korkeita tuotantopanoksia, vaan matkailuyritykset toimivat kestävällä pohjalla ilman yli-investointien aiheuttamaa rasitetta. Taloudellista suunnittelua tehdään pitkällä aikavälillä, ja kasvu perustuu tuottoon. Kasvun rajat tunnustetaan, mutta muuten toimitaan markkinatalouden puitteissa (Borg 1997, s. 47–48; 1998, s. 8–10). Matkailun taloudellinen kestävyys on yhteydessä matkailijoiden tarpeiden täyttämiseen: taloudellisen hyvinvoinnin kasvattaminen pitkällä aikavälillä on mahdollista vain, jos matkailijoiden tarpeet pystytään riittävästi täyttämään. Kestävä matkailu tähtääkin asiakkaan palaamiseen yhä uudelleen (Borg 1997, s. 52).

Tässä tutkimuksessa kestävä matkailu käsitetään elinkeinolähtöisesti (ks. Godfrey 1996, s. 60–64). Kestävää matkailua tarkastellaan ideologisena käsitteenä, eli se ymmärretään toiminnan pääperiaatteeksi, johon koko elinkeinon tulisi pyrkiä. Kestävää matkailua ei siten käsitetä tuotelähtöisesti: sitä ei pidetä erityisenä matkailun muotona tai matkailutuotteena, mikä erottaa sen esimerkiksi ekomatkailusta. Ekomatkailu tarkoittaa nimenomaan luonnonalueille kohdistuvaa matkailua, joka pyrkii luonnonalueen, eliölajin, -lajiston tai laajemman biologisen monimuotoisuuden suojeluun ja säilyttämiseen (Ceballos-Lascuráin 1996, s. 20).

Kestävän matkailun periaatteita voidaan siten soveltaa matkailuelinkeinon kaikilla osa-alueilla: toiminnalliset prosessit ja menettelytavat parantavat kaikenlaisen matkailun kestävyyttä (Borg 1997, s. 41–42; Swarbrooke 1999, s. 14, 358). Edes pienimuotoinen matkailu ei ole automaattisesti kestävää, mutta hyvin hallittuna mikä tahansa matkailun muoto voi olla kestävää (Swarbrooke 1999, s. 346). Siten myös joukkomatkailukohteet ovat alkaneet vastata kestävä matkailun haasteisiin ja kehittämään toimintaansa esimerkiksi Espanjassa (ks. Hunter-Jones ym. 1997). Borg (1997, s. 46) uskoo kestävä matkailukehityksen nousevan Euroopassa johtavaksi suunnitteluperiaatteeksi parin vuosikymmenen sisällä ja alkavan parantaa kaikkien matkailukohteiden ja -aktiviteettien laatua, kestävyyttä ja ympäristövastuullisuutta.

Kun kestävä matkailu ymmärretään kaikkeen matkailuun sisällytettäväksi näkökulmaksi eikä erityiseksi matkailun muodoksi, välttyään pitkälti käsitteen kritiikiltä. Tuotelähtöisesti määriteltyä kestävää matkailua on kritisoitu elitistiseksi, sillä erikoismatkojen korkeat hinnat mahdollistavat vain tiettyjen ihmisten matkustamisen eikä sosiaalisen tasa-arvon vaatimus täyty (Aronsson 2000, s. 176). Uusien matkailun muotojen ja kohteiden kehittäminen ei myöskään vastaa massaturismin

ongelmiin, sillä ongelmana ovat matkailun volyyymi ja makrotason ongelmat. Olisi tärkeämpää panostaa esimerkiksi massamatkailun jätteen ongelmien ratkaisuun kuin perustaa ympäristöä säästäviä matkakohteita uusille alueille (Hunter ja Green 1995, s. 75; Wheeler 1997; Butler 1998, s. 33–34).

2.3 Kestävyys ja ympäristöasenteet

Kestävän kehityksen ja kestävän matkailun asenteellisia ulottuvuuksia voidaan kuvata erilaisilla käsitteillä, jotka ilmentävät ihmisen suhdetta ympäristöön. Hunter (1997) on soveltanut Turnerin ym. (1994) tekemää luokittelua ja todennut, että on olemassa laaja kirjo erilaisia asenteita ja sitoutumisen tasoja kestäväan kehitykseen.

Erittäin heikon kestävyuden asenteelle ovat ominaisia antroposentriset ja utilistiset näkemykset. Ihmisten tarpeita pidetään tärkeimpinä: jatkuva hyvinvointi pyritään takaamaan taloudellisella kasvulla ja teknisillä innovaatioilla. Taloustieteen termejä käyttäen uskotaan, että ihmisen rakentama pääoma voi korvata luonnonpääomaa ilman, että ihmisen hyvinvointi heikkenee. Myös heikkoon kestävyyteen kuuluvat antroposentriset ja utilistiset asenteet, mutta luonnonvaroja pyritään kuitenkin suojelemaan ja kasvua hallitsemaan. Tiettyjä elämän kannalta välttämättömiä luonnonympäristön osia pidetään kriittisenä luonnonpääomana, jota ei voi korvata ihmisen rakentamalla pääomalla (Hunter 1997, s. 851–855).

Vahvan kestävyuden asenteessa ensisijaisena arvona on ekosysteemien toiminnallisuuden säilyttäminen, kun taas ihmisten tarpeet tulevat toissijaisina. Sukupolvien sisäisestä ja välisestä tasa-arvosta pidetään kiinni, eikä talouden tai väkiluvun haluta kasvavan. Erittäin vahvan kestävyuden asenteeseen kuuluvat bioeettiset ja ekosentriset asenteet sekä luonnonvarojen hyväksikäytön minimointi. Ekosysteemejä pidetään välttämättöminä ihmisen elämän ja hyvinvoinnin kannalta, ja jopa elottomalla luonnolla katsotaan olevan oikeuksia. Jatkuvan taloudellisen kasvun sijasta painotetaan elämänlaatua, eikä luonnonpääomaa uskota voitavan korvata ihmisen rakentamalla pääomalla (Hunter 1997, s. 851–855).

Pietarinen (1987) puolestaan on ryhmitellyt ihmisen suhdetta metsäluontoon neljän perusasenteen kautta: utilismin, humanismin, mystismin ja naturismin. Saarinen (1996, s. 74–80; 1999, s. 95–97) on muokannut ideaalityyppejä ja tarkastellut niitä matkailun viitekehyksessä. Utilismi on perusasenteista vallitsevin, ja sille on ominaista tuotantokeskeisyys. Utilismin mukaan ihmisellä on rajaton käyttöoikeus luontoon: luonto nähdään energia- ja raaka-ainevarastona. Humanismia kuvaa ihmiskes-

keisyys: luonnon tulisi palvella ihmisen kehitystä monipuolisesti eli myös yksilöiden eettisen, esteettisen ja henkisen tasapainon välineenä. Mystismille on ominaista jumalkeskeisyys. Se ymmärtää ihmisen osana laajempaa luonnon muodostamaa kokonaisuutta ja etsii ihmisen, luonnon ja pyhän kokemuksellista yhteyttä. Privitismilla/naturismilla puolestaan viitataan luontokeskeisyyteen ja luonnon itseisarvoon. Kaikkia eliöitä pidetään arvokkaina, eikä ihmisellä katsota olevan erityisasemaa luontoon nähden.

Täysin ekosentrisen, vahvan kestävyuden asenteen mukaan matkailua ei voi pitää hyväksyttävänä, sillä ihmisten tarpeet ovat siinä etusijalla. Pietarisen metsäasenteista naturismi lieneekin ainoa, joka ei kytkeydy metsän luontomatkailukäyttöön (Saarinen 1999, s. 95). Saarisen mukaan metsä edustaa matkailuelinkeinolle ensisijaisesti taloudellisia arvoja, joskin luontomatkailu pyrkii hyödyntämään myös muita metsään liittyviä kulttuurisia arvoja. Antroposentrinen ja utilistinen asenne onkin lähellä vallitsevaa tilannetta. Stablerin (1997, s. 16) mukaan kestävän matkailun tulisi lähestyä ekosentristä asennetta, sillä matkailu on riippuvainen luonnonympäristöstä tärkeimpänä resurssinaan. Kestävä matkailu on siten kompromissi vahvasta ja heikosta kestävyuden asenteesta: ihmisten tarpeiden tyydyttämisen ohella huomio kiinnitetään luonnon ja kulttuurin suojeluun.

2.4 Kestävän matkailun kritiikki

Kuten kestävän kehityksen käsitettä, myös lukuisilla tavoilla määriteltyä kestävää matkailua on kritisoitu. Moniselitteinen käsite on joustava ja moneen soveltuva, mutta kriittisten näkemysten mukaan siihen voidaan sisällyttää lähes mitä vain (ks. Stabler 1997, s. 14). Mowfortin ja Muntin (1998, s. 24–25) mukaan kestävän matkailun käsite on sosiaalisesti rakentunut ja heijastelee asianomaisten intressejä. Termin määrittelyssä on kyse myös vallankäytöstä: läntisen maailman edustajat määrittelevät pitkälti, mitä kestävyys on ja miten se saavutetaan.

Kestävän matkailun kritiikki liittyy paljolti käsitteen alueelliseen laajuuteen. Matkailun kestävyyttä tarkastellaan usein vain kohdealueet huomioiden eikä koko matkailun aluerakennetta lähtöalueineen ja matkailureitteineen oteta huomioon (Wheeler 1997, s. 42; Aronsson 2000, s. 19; Saarinen 2001, s. 70). Tarkastelun olisi kuitenkin oltava kokonaisvaltainen, sillä integroituneessa matkailun aluerakenteessa muutokset yhdessä osassa vaikuttavat muihin osiin (Swarbrooke 1999, s. 344). Kestävän matkailun tilalottuvuuden lisäksi tulee huomioida aikaperspektiivi, jolla kestävyyttä arvioidaan. Kestävän kehityksen periaatteet

koskettavat tulevia sukupolvia, joten kestävyttä voidaan arvioida vasta pitkän ajan kuluttua (Butler 1998, s. 30–33).

Kestävyiden perusnäkökulmat kokonaisvaltaisuudesta, tasa-arvoisuudesta ja pitkänkäisyydestä nostavat kestäväen kehityksen ja kestäväen matkailun suhteen kriittiseen valoon. Saarisen (2001, s. 68–72, 81–82) mukaan matkailu taloudellisena toimialana pyrkii ensisijaisesti matkailuelinkeinon ja siihen kytköksissä olevien toimintojen kehitysedellytysten turvaamiseen, ja kestävyiden perusnäkökulmat jäävät vähemmälle huomioon (ks. Hunter 1997). Matkailu ei välttämättä aina edusta parasta mahdollista tapaa taata tasa-arvoista, tulevaisuusorientoitunutta ja kokonaisvaltaista kehitystä. Siten matkailu ei välttämättä sovi kestäväen kehityksen toteuttajaksi kuin paikallisella tasolla. Kestävä kehitys on kuitenkin paikallista tasoa laajempi käsite.

Matkailua ei tule tarkastella erillisenä ilmiönä vaan sijoittaa se osaksi laajempaa yhteiskuntaa. Jotta matkailu olisi todella kestävä, tulee huomioida vaikutukset paitsi matkailun kohde- ja lähtöalueille ja matkailureiteille myös maailmanlaajuiseen ympäristöön (Aronsson 2000, s. 19). Globaalia ympäristöä pidetään ainoana tasona, jolla kestävyttä voidaan tarkastella ja kestävyys saavuttaa (Butler 1998, s. 28–33). Todellinen kestäväen kehityksen mukainen toiminta vaatisikin koko matkailuelinkeinon roolin uudelleenpohdintaa yhteiskunnassa (Borg 1997, s. 48).

3 Kestäväen matkailun toimeenpano

3.1 Julkisen sektorin säätely

3.1.1 Merkitys kestäväen matkailun edistäjänä

Matkailun hallintamenetelmät jaetaan ylhäältä alaspäin ja alhaalta ylöspäin suuntautuviin lähestymistapoihin. Ylhäältä alaspäin suuntautuvaa lähestymistapaa on perinteisesti käytetty enemmän ja pidetty ”tehokkaampana”. Sillä tarkoitetaan useimmiten kansalliselta tasolta paikalliselle tasolle kohdistuvaa viranomaisten harjoittamaa ohjausta. Tähän makrotason säätelyyn sisältyvät matkailun edistäminen, suunnittelu ja kehittämispoliittika. Julkisen sektorin hallintamenetelmät matkakohdeissa kohdistuvat ensisijaisesti matkailun tarjontaan, ja ne vaikuttavat joko suoraan tai välillisesti kysyntään (Middleton ja Hawkins 1998, s. 81–82, 87–89). Keinot ovat usein luonteeltaan rajoittavia (Swarbrooke 1999, s. 97).

Julkinen sektori pystyy vaikuttamaan matkailun kestävyteen lukuisilla tavoilla. Julkinen sektori voi ohjata matkailijoiden, asukkaiden ja yritysten toimintaa, tai se voi olla itse toimijana matkailuelinkeinossa

(Hjalager 1996b, s. 209). Middletonin ja Hawkinsin (1998, s. 93–105) mukaan viisi tärkeintä julkisen sektorin käyttämää hallintamenetelmää ovat (1) maankäytön suunnittelu, (2) rakentamisen ohjaus, (3) matkailuinfrastruktuurin rakentaminen, (4) taloudelliset ohjauskeinot ja (5) matkailun kysyntään vaikuttaminen (esim. matkailijamäärien rajoittaminen). Seuraavassa luvussa käsitellään tärkeimpiä matkailuurityksiin vaikuttavia kestävän matkailun ohjauskeinoja.

Middletonin (1997, s. 139–140) mukaan julkisella sektorilla on tärkeä, jopa välttämätön, rooli matkakohteiden hallinnassa. Julkisella sektorilla on riittävästi valtaa hallita matkailun kehittämistä, mutta sen merkitystä kestävyuden edistämiseksi rajoittavat monet tekijät. Useissa maissa matkailulla on vähäinen merkitys julkisella sektorilla ja poliittisesta tahdosta kestävyuden kehittämiseksi on puutetta. Julkisella sektorilla ei usein ole riittävästi taloudellisia resursseja, tuoretta tutkimustietoa ja matkailualan ammattitaitoa. Sillä ei myöskään ole todellista ohjausvaltaa suurimpaan osaan matkailutuotteita. Ylhäältä alaspäin suuntautuvan säätelyn onkin kritisoitu toimivan harvoin käytännössä (Middleton 1997, s. 139–140; Swarbrooke 1999, s. 97).

3.1.2 Hallinnollinen ja taloudellinen ohjaus

Yhteiskunnan normitusta eli hallinnollista ohjausta harjoitetaan yleensä kansallisella ja kansainvälisellä tasolla. Matkailuelinkeinon vaikuttavien ympäristöasioiden hoito on useissa maissa jakautunut eri viranomaisten kesken. Swarbrooken (1999, s. 88–90) mukaan julkinen sektori voisi lainsäädännöllä vaikuttaa paljon matkailun kestävyteen, mutta kestävyuden periaatteista on harvoin muodostettu lakeja ja normeja. Suomen lainsäädännössäkään ei ole suoranaisesti kestävä matkailua koskevaa osuutta. Matkailuun liittyviä ympäristöasioita koskevat ainakin seuraavat lait: vesi-, kalastus-, metsästys-, rikos-, maastoliikenne-, jäte-, maankäyttö- ja rakennus-, luonnonsuojelu- ja muinaismuistolait sekä laki ympäristövaikutusten arvioinnista. (Silvennoinen ym. 1997, s. 22; ks. Ranta 2001)

Maankäytön suunnittelu ja rakentamisen ohjaus perustuvat pitkälti hallinnolliseen ohjaukseen, ja niitä pidetään tehokkaana kestävän matkailun toteuttamiskeinona varsinkin uusia kohteita suunniteltaessa. Maankäyttöä ja rakentamista ohjaamalla voidaan vaikuttaa matkakohteiden sijaintiin, kapasiteettiin, saavutettavuuteen, infrastruktuuriin ja ympäristövaikutuksiin. Ympäristövaikutusten arviointi on yhä enemmän käytettävä keino, jolla ohjataan myös laajamittaisten matkailuhankkeiden toteuttamista. (Swarbrooke 1997, s. 88–90; Middleton ja Hawkins 1998, s. 95–98)

Julkinen sektori voi edistää kestävän matkailun toteutumista myös taloudellisilla ohjauskeinoilla, joiden tarkoituksena on markkinahinto-

jen muuttaminen tai suorien tukien ja maksujen jakaminen elinkeinolle. Taloudellisia keinoja ei ole käytetty kovin paljon matkailussa, mutta kiinnostus niiden käyttöön on kasvanut. Tärkeimpiä ohjauskeinoja ovat kannustimet ja sanktiot. Kannustimia ovat esimerkiksi lainat, avustukset ja verohelpotukset, joita julkinen sektori jakaa matkailuelinkeinolle edistääkseen halutun kehityksen toteutumista. Julkinen sektori voi avustaa myös esimerkiksi lainan takaamisessa ja infrastruktuurin rakentamisessa. Sanktiot ovat kannustimille vastakkaisia taloudellisia rangaistuskeinoja, joiden tavoitteena on hillitä epätoivottua kehitystä, kuten ympäristölle haitallisten tuotteiden käyttöä. Tavallisimpia sanktioita ovat maksut ja verot, joita voidaan asettaa sekä matkailuelinkeinolle että matkailijoille (Hjalager 1996b, s. 206–209; Middleton ja Hawkins 1998, s. 101; Tribe ym. 2000, s. 88–93).

Matkailuyrityksiä koskevat ympäristöpolitiikan yleiset taloudelliset ohjauskeinot, joita on Suomessa verrattain paljon. Niitä ovat esimerkiksi ajoneuvoperusteiset ja liikennepolttoaineiden verot, vesi-, jätevesi- ja jätehuoltomaksut, panttipalautusjärjestelmät, vapaaehtoisuussopimukset ja erilaiset suorat tuet (Ympäristö- ja energiaverotuksen... 2000, s. 36–46). Matkailuyrityksille myönnetään yhteiskunnan rahoitusta kehittämishankkeisiin, kuten ympäristöä säästävän matkailun edistämiseen. Kansallisia avustuksia ja lainoja voi saada mm. kauppa- ja teollisuusministeriöltä, ympäristöministeriöltä sekä työvoima- ja elinkeinokeskuksilta. Tavoiteohjelmien ja rakennerahastojen kautta tulevia EU:n matkailutukia on mahdollista saada esimerkiksi energiansäästöselytyksiin ja laiteinvestointeihin (Ympäristöä säästävän... 1995).

3.2 Matkailijoiden asettamat vaatimukset

Ihmisten yleinen ympäristötietoisuus on lisääntynyt jatkuvasti: suurin kasvu sijoittuu 1980- ja 1990-lukujen vaihteeseen. Tanskasen (1997, s. 121) mukaan huolestuneisuus ympäristöstä on laajalle levinnyttä lähes kaikissa tutkimuksessa tarkastelluissa maissa: jossain määrin huolestuneiden määrä on 80–90 %:n luokkaa. Yhteiskunnassa sanotaankin tapahtuneen ”läpiekologisoituminen”: ympäristön suojeleminen on sosiaalinen normi, jota kukaan ei tunnusta vastustavansa periaatteellisesti (ks. Silvennoinen ym. 1997, s. 20).

Matkailuyrityksillä on paineita parantaa toiminnan kestävyyttä, jos asiakkaat vaativat sitä. Tarvetta kestävään matkailuun uskotaan lisänneen kasvanut ympäristötietoisuus ja huoli ympäristöstä sekä matkailijoiden halu kokea puhdas ja alkuperäinen luonto (Silvennoinen ym. 1997, s. 19–20; Middleton ja Hawkins 1998, s. 125–126). Uuden matkailijasegmentin uskotaan pitävän ympäristöarvoja erityisen

tärkeinä. Esimerkiksi Poonin (1993) mukaan ”uudet matkailijat” ovat ympäristötietoisia, arvostavat ympäristöä ja erilaisuutta sekä etsivät aitoa ja luonnollista. Ekomatkailun kasvavaa kysyntää pidetään usein mittarina matkailijoiden uusille, ympäristön laatua koskeville vaatimuksille. Koska ekomatkailun kysyntä ja tarjonta ovat lisääntyneet, kuluttajien uskotaan etsivän kestävämpiä matkailun muotoja, olevan valmiita omaksumaan soveltuvampia käyttäytymistapoja ja halukkaita ostamaan kestäviä matkailutuotteita (Sharpley 2001, s. 42).

Sharpleyn (2001, s. 42–43) mielestä ympäristötietoisuuden lisääntyminen ja kuluttajien ”vihertyminen” ei kuitenkaan välttämättä vaikuta kaikkiin kulutuksen muotoihin, kuten matkailuun. Ei tiedetä riittävästi esimerkiksi siitä, mitä tekijöitä ekomatkailijat painottavat kohdetta valitessaan tai matkustavatko he minimoiden haitalliset ympäristövaikutukset ja maksimoiden positiiviset vaikutukset (Milne 1998, s. 42). Ekomatkailun kasvu ei välttämättä johdu ympäristötietoisien kuluttajien määrän lisääntymisestä. Kuluttajat eivät aina toimi ympäristövastuullisesti vaikka olisivatkin ympäristötietoisia ja pitäisivät ympäristöarvoja tärkeinä. Ympäristöarvoilla on vähän merkitystä päätöksenteossa, jos tuote maksaa normaalia enemmän, vaatii suurempaa vaivannäköä, ei ole laadultaan yhtä hyvä tai ei muuten täysin tyydytä kuluttajan tarpeita. Matkailu on hedonistinen kulutuksen muoto, joten ihmisen ulkopuolelle kohdistuvat ympäristötekijät eivät välttämättä vaikuta paljon päätöksenteossa (Mihalic 2001, s. 58–59; Sharpley 2001, s. 43–52).

3.3 Matkailuelinkeinon itsesäätely

3.3.1 Merkitys kestävän matkailun edistäjänä

Kestävän matkailun edistämisessä tarvitaan julkisen sektorin toimenpiteiden lisäksi tukea yksityiseltä sektorilta. Perinteisen ylhäältä alaspäin kohdistuvan säätelyn rinnalle onkin nousemassa alhaalta ylöspäin suuntautuva elinkeinon harjoittama itsesäätely. Makrotason lähestymistapaa pidetään liian yleistävänä ja aletaan tunnustaa, että paikallinen taso on ainut järkevä tarkastelutaso ymmärtää matkailun vaikutukset sekä kehittää kestävyuden edellyttämiä hallintamenetelmiä. Itsesäätelyn periaatteena on, että matkailuelinkeino ja -organisaatiot ottavat vastuuta toimistaan: ne määrittelevät käytännölliset kestävyuden tavoitteet, auttavat tarvittavien ohjauskeinojen muodostamisessa ja muuttavat toimintatapojaan tavoitteiden saavuttamiseksi (Middleton 1997, s. 129–130; Middleton ja Hawkins 1998, s. 82–83). Milnen (1998, s. 47) mukaan jokapäiväinen yritystoiminnan hoitaminen tulisi jättää julkisen sektorin ohjauksen ulkopuolelle, sillä ohjaus ei ole tehokasta, jos halutaan vaikuttaa tuotteiden ominaisuuksiin, asiakassegmentteihin tai elinkeinon

rakenteeseen. Kollektiivisesti toimittaessa yksityisen sektorin ohjausvälineitä pidetäänkin käytännössä voimakkaampina kuin julkisen sektorin keinoja (Middleton ja Hawkins 1998, s. 107).

Toisaalta elinkeinon harjoittamaa itsesäätelyä on arvosteltu toimimattomaksi, mihin pidetään yhtenä syynä elinkeinon hajanaisuutta (Mowforth ja Munt 1998, s. 189). Yksittäisinä pienet yritykset eivät vaikuta paljon ympäristön tilaan, mutta kollektiivisesti niillä voi olla suuri vaikutus. Itsesäätelyn toimivuutta rajoittaa kannustimien ja tietotaidon puute yritystoiminnan kehittämiseksi (Middleton ja Hawkins 1998, s. 83) sekä yrittäjien, matkailijoiden ja sidosryhmien mahdolliset kielteiset asenteet (Swarbrooke 1999, s. 109–110). Lisäksi yrittäjillä on tarve vastata kilpailijoiden toimiin: ympäristönsuojelutoimien pelätään nostavan hintoja ja heikentävän yrityksen kilpailukykyä markkinoilla (Bramwell ym. 1996, s. 51).

Matkailuelinkeinon harjoittaman itsesäätelyn laatua on myös kritisoitu monin tavoin. Yritysten toimenpiteet keskittyvät yleensä vain luonnonympäristöön, eikä sosiaalisia ja taloudellisia tekijöitä juuri huomioida (Swarbrooke 1999, s. 107). Yritykset saattavat ottaa käyttöön vain kannattavuuteen vaikuttavia toimintatapoja eivätkä täysin sitoudu kestävyysperiaatteisiin (Weaver ja Oppermann 2000, s. 365–366). Ympäristönsuojelutoimet eivät myöskään usein vaadi suuria investointeja yritykseltä. Joskus toimenpiteet ovatkin melko kosmeettisia eivätkä vaikuta paljon kestävyysasteeseen (Butler 1998, s. 27–28). Yritykset saattavat myös käyttää itsesäätelyä markkinointikeinona: kosmeettisia muutoksia tekemällä asiakkaille uskotellaan toiminnan olevan kestävä (Mowforth ja Munt 1998, s. 204–205).

3.3.2 Menettelytapaohjeet ja kestävyysden tunnusmerkit

Kestävän matkailun periaatteet ovat johtaneet käyttäytymis- ja menettelytapaohjeiden laadintaan sekä ympäristömerkkien ja -järjestelmien muodostamiseen. Ohjeita on laadittu matkailuelinkeinon varten yleensä sekä erilaisia kohdealueita, toimintoja, matkanjärjestäjiä ja matkailijoita varten. Ohjeita ovat laatineet useat valtionhallinnon organisaatiot, teollisuuden järjestöt, kansainväliset järjestöt ja matkailuyritykset (Borg 1998, s. 10). Virallisten ympäristömerkkien ja kestävyysstandardien perusteella matkailijat tunnistavat kestävät tuotteet ja yrittäjät saattavat motivoitua kehittämään toimintaansa kilpailuedun saamiseksi (ks. Font ym. 2001). Ympäristöjärjestelmän sertifiointi tarkoittaa sitä, että riippumaton virallistettu toimielin antaa kirjallisen todistuksen siitä, että yrityksen ympäristöjärjestelmä täyttää standardin vaatimukset. Standardoituja ympäristöjärjestelmiä ovat esimerkiksi EMAS ja ISO 14 000 -sarja (Majoitus- ja ravitsemisalan... 1997).

Suomen matkailuelinkeino on ollut monia eurooppalaisia kilpailijoi-
taan jäljessä ympäristöasioissa: vasta 1990-luvun alussa alettiin vastata
uusiin haasteisiin ja ohjata toimintaa. Vuonna 1993 Matkailun edistä-
miskeskuksen aloitteesta käynnistyi Ympäristöä säästävän matkailun
edistämis- ja kehittämishanke (YSMEK). Ensin selvitettiin ympäristö-
katselmusten käytännön toteuttamismahdollisuuksia (Suomi ympäris-
töä... 1994), ja vuonna 1996 alettiin selvittää ISO 14 001 -standardin ja
EU:n EMAS-asetuksen mukaisten ympäristöjärjestelmien vapaaehtoista
soveltamista majoitus- ja ravitsemisliikkeissä (Majoitus- ja ravitsemisa-
lan... 1997). Jatkoprojekti LYSMEK koski Lapin matkailuyrityksiä.
Suomessa on siten alettu kehittää matkailun kestävyyskriteereitä ja
ympäristövastuullisuuden liittyviä tunnuksia, mutta omaa matkailun
ympäristömerkkiä ei ole. Pohjoismainen ympäristömerkki hyväksyttiin
hotelleille vuonna 1999; suomalaisille yrityksille sitä ei ole myönnetty
(Font ym. 2001, s. 334–336).

Matkailun ympäristömerkkejä on kritisoitu siitä, etteivät kaikki
merkit täytä luotettavan merkin edellytyksiä (Mihalic 2001, s. 67).
Ympäristömerkkejä saatetaan käyttää vain rahastuskeinoina, ja kriteerit
asetetaan alhaalle (Borg 1998, s. 10). Joidenkin ympäristömerkkien
sekä menettely- ja käyttäytymisohjeiden tausta saattaa olla siinä, ettei
elinkeino halua hallinnollista ohjausta vaan sen itsensä kehittämiä tun-
nuksia ja ohjeita. Niitä saatetaan käyttää ennemminkin markkinointi-
keinona kuin yritysten toimintaa ohjaavina standardeina (Mowforth ja
Munt 1998, s. 203–208, 216).

3.3.3 Yritysten motiivit edistää kestävä matkailua

Matkailuyritysten motiivit noudattaa vapaaehtoisesti kestävyysperi-
aatteita liittyvät pääasiassa yritysten saamaan suoraan tai välilliseen
hyötyyn: tärkeimpiä ovat taloudelliset motiivit. Useat matkailuyritykset
noudattavat kestävyysperiaatteita vain, jos se on taloudellisesti tuotta-
vaa tai pakollista julkisen sektorin säätelyn vuoksi. Jos yritykset investoi-
vat aikaa, koulutusta tai taloudellisia resursseja toiminnan muuttamiseen,
ne haluavat vakuuttua kilpailuedun ja taloudellisen hyödyn saamisesta
(Bramwell ym. 1996, s. 50–51). Paikallisen matkailuyrittäjän suunnitel-
mat ovat usein lyhytnäköisiä, joten ylimääräisille ympäristöinvestoin-
neille ei riitä resursseja (Hunter ja Green 1995, s. 90; Borg 1997, s. 40).

Butlerin (1998, s. 27–28) mukaan matkailuelinkeino on omaksunut
kestävyyden periaatteita ensisijaisesti kolmesta syystä. Eräät kestävä
matkailun periaatteet, kuten energian säästäminen, tuovat kustannus-
säästöjä. Samalla yritykset saavat hyvän julkisen kuvan, mikä voi
parantaa yritysten kilpailukykyä ja asemaa markkinoilla kuluttajien
ympäristötietoisuuden lisääntyessä. Kestävä matkailuun suhtaudu-

taan mediassa yleensä myönteisesti, mikä saattaa kannustaa tuotteen ostamiseen. Matkailijat voivat myös olla valmiita maksamaan enemmän kestävästä tuotteesta (Swarbrooke 1999, s. 109).

Middleton ja Hawkins (1998, s. 107–109) ovat listanneet kymmenen yritysten motiivia edistää matkailun kestävyttä. Motiiveihin sisältyvät edellä mainitut Butlerin esittelemät motiivit. Lisäksi kestävät menettelytavat voivat esimerkiksi auttaa hyvien paikallisten suhteiden säilyttämisessä ja ympäristövastuullisuus saattaa olla alihankinta- ja investointisopimusten kriteerinä. Matkakohteen ympäristön laadun säilyttämiseen tulisi myös panostaa samasta syystä kuin yleensä investoidaan rakennusten ja muun yrityksen tulokseen vaikuttavan infrastruktuurin kuntoon. Luettelossa ei ole mukana eettistä motiivia, sillä Middletonin ja Hawkinsin mukaan se vaikuttaa vähän varsinkin pienissä yrityksissä. Suurissa yrityksissä eettisten tekijöiden huomiointia saataan kuitenkin vaatia tai pitää tärkeänä imagon kannalta.

Toisaalta yritysten ei uskota toimivan vain itsekkäistä syistä ja voittoa tavoitellen: motiivina voi olla myös ympäristösitoutuminen. Monet yritykset toimivat proaktiivisesti ympäristöasioissa, eli ne tekevät enemmän kuin lainsäädäntö tai markkinat niiltä edellyttävät (Boström ja Pöysti 1992, s. 3–5, 46). Myöskään Mowforthin ja Muntin (1998, s. 199) mukaan yritysten voitontavoittelumotiivi ei estä muiden motiivien olemassaoloa. On olemassa useita esimerkkejä hyvistä ja samalla yrityksille kannattavista ympäristökäytännöistä sekä voittoa tavoittelevien yritysten epäitsekkästä toiminnasta.

Yhteyttä yrityksen koon ja kestävyden välillä ei ole todistettu: näkemykset vaihtelevat siitä, ovatko pienet vai suuret matkailuyritykset aktiivisempia noudattamaan kestävyden periaatteita. Toisaalta suuria matkailuyrityksiä pidetään soveltuvina ottamaan käyttöön kestäviä toimintatapoja. Ne pystyvät sijoittamaan resurssejaan esimerkiksi henkilökunnan kouluttamiseen, kustannustehokkaat kierrätys- ja säästö-ohjelmat ovat mahdollisia ja niillä on voimaa painostaa alihankkijoita (Weaver ja Oppermann 2000, s. 357–358). Lisäksi suuret yritykset haluavat välttää negatiivista julkisuutta (Middleton ja Hawkins 1998, s. 109). Toisaalta suurilla ja valtaa omaavilla yrityksillä on usein suuri voitontavoittelumotiivi. Sen on todettu saavan yritykset käyttämään imagonvihertämiskikkoja, jotta suuria taloudellisia resursseja vaativia muutoksia ei tarvitsisi tehdä (Mowforth ja Munt 1998, s. 190). Suurilta ylipaikallisilta matkailuyrityksiltä voi myös puuttua sitoutuminen kohteeseen. Yritykset saattavat keskittyä lyhytaikaisen voiton maksimointiin ja viedä tulot mukanaan ulkomaille (Middleton ja Hawkins 1998, s. 83; Swarbrooke 1999, s. 108).

Kestävien toimintatapojen merkityksen uskotaan melko yleisesti olevan vähäinen pienissä matkailuyrityksissä. Haywoodin (1993, s. 238)

mukaan pieniltä yrityksiltä puuttuu kykyjä ja resursseja – aikaa, rahaa ja työvoimaa. Varsinkin pienten, paikallisten yritysten uskotaan tekevän taloudellisten tekijöiden ohjaamina lyhytnäköisiä päätöksiä (Middleton 1997, s. 139). Tarve selviytyä kilpailussa saattaa pakottaa yritykset kustannusten vähentämiseen ja ympäristönäkökohtien sivuuttamiseen. Suurten yritysten käyttämät toimintatavat eivät myöskään usein ole soveltuvia pienille ja keskisuurille yrityksille, joissa menettelytavat ovat epämuodollisempia. Toisaalta pienuus myös yhdistetään kestäväyyteen. Pienten, paikallisessa omistuksessa olevien matkailuyritysten uskotaan olevan voimakkaasti sitoutuneita alueen tulevaisuuteen (Swarbrooke 1999, s. 107). Näiden yritysten yhdyssiteet ovat eniten sidoksissa paikalliseen elinkeinoelämään, ja yrityksillä saattaa olla laaja käsitys toimintansa vaikutuksista paikalliseen elämänlaatuun (Milne 1998, s. 44). Pienempää voittoa tavoittelevien yritysten myös uskotaan olevan halukkaimpia muuttamaan toimintatapojaan (Mowforth ja Munt 1998, s. 190). Pienyrittäjien tavoitteena ei välttämättä ole voiton maksimointi hinnalla millä hyvänsä vaan kohtuullisen elannon ansaitseminen (Swarbrooke 1999, s. 107).

3.4 Yritysten luokittelu ympäristövastuullisuuden perusteella

Yrityksiä on luokiteltu eri tavoin sen perusteella, miten ne suhtautuvat ympäristönsuojeluun ja kuinka aktiivisesti ne noudattavat ympäristöä säästäviä periaatteita (ks. Welford 1998, s. 15–22). Pääpiirteissään typologiat ovat toistensa kaltaisia: yritykset vaihtelevat passiivisista proaktiivisesti toimiviin.

Welford (1998, s. 16) on tyypitellyt pieniä ja keskisuuria yrityksiä. Ensimmäisen ryhmän yrityksissä ympäristönsuojelun uskotaan olevan ohimenevä vaihe ja oman ympäristövaikutuksen vähäinen. Toisen tyyppin muodostavat ”vitkastelijat”, jotka ovat tietoisia ympäristönsuojelun haasteista mutta eivät pysty vastaamaan niihin resurssien, työvoiman tai tiedon puutteen vuoksi. Kolmas ryhmä koostuu ”harkitsijoista”: ne tiedostavat toiminnan tarpeen mutta odottavat muiden näyttävän mallia. Aktiivisimmin toimivat ”tekijät”, jotka ovat ottaneet käyttöön konkreettisia ympäristöä säästäviä toimenpiteitä.

Töpferin (Boström ja Pöysti 1992, s. 53–54) luokittelun ”vastustavat” pitävät ympäristönsuojelua yrityksen kasvua rajoittavana tekijänä ja yrittävät estää ympäristöohjauksen vaikutusta. ”Passiiviset” eivät reagoi ympäristöasioihin lainkaan. Ympäristönsuojelun ei katsota koskettavan yritystä, eikä omaa aktiivisuutta pidetä tarpeellisena. ”Reaktiiviset” suhtautuvat ympäristöasioihin edellisiä positiivisemmin. Töpferin mukaan ”reaktiiviset” yritykset reagoivat kilpailijoiden toimiin, kun taas eräiden

muiden luokittelujen mukaan ne reagoivat lainsäädäntöön (Welford 1998, s. 16). Goodallin ja Stablerin (1997, s. 300–301) mukaan matkailuelinkeinon toiminta on ollut lähinnä reaktiivista. Positiivisimmin toimivan tyyppin muodostavat ”innovatiiviset”, jotka yrittävät hyötyä uusista markkinamahdollisuuksista.

Dodge (1997, s. 110–111) ja Welford (1998, s. 20–22) ovat muodostaneet viisiluokkaisen ROAST-asteikon. Asteikkoa pidetään muita luokitteluja laaja-alaisempana, sillä se sisältää kestäväen kehityksen ulottuvuuden. Ensimmäisen luokan muodostavat vastustavat yritykset (*Resistance*), jotka vastustavat ympäristönsuojelua ja ovat jopa valmiita vahingoittamaan ympäristöä hyödyn saamiseksi. Ympäristöarvot ovat negatiivisia, ja luonnon uskotaan olevan olemassa ihmistä varten. Toisen luokan muodostavat yritykset, jotka huomioivat ympäristölainsäädännön (*Observe & comply*). Yritykset ovat kuitenkin haluttomia tai kyvyttömiä toimimaan: toimet saatetaan voimaan lainsäädännöllä tai oikeuden päätöksillä. Kahdessa ensimmäisessä vaiheessa yritysten toiminta on siten reaktiivista ja ”pakotettua”. Kolmanteen luokkaan kuuluvat yritykset alkavat toimia vapaaehtoisesti (*Accommodate*). Yritykset tunnistavat muutoksen tarpeen sekä näyttävät ensimmäisiä merkkejä ennakoivasta ja vastuullisesta toiminnasta. Neljännen vaiheen yritykset toimivat proaktiivisesti ympäristöasioissa ja kokevat vastuuta useista ulkoisista sidosryhmistä (*Seize & Preempt*). Viimeisen luokan muodostavat lähes täydellisesti ympäristönsuojelun kannalta toimivat yritykset (*Transcendent*). Tila ei välttämättä ole saavutettavissa, mutta se asettaa yrityksille tavoitteen. Yritykset toimivat kestäväen kehityksen periaatteiden mukaisesti. Ihmisten katsotaan olevan tasavertaisia luonnon kanssa, ja vastuuta koetaan kaikista elävistä olennoista.

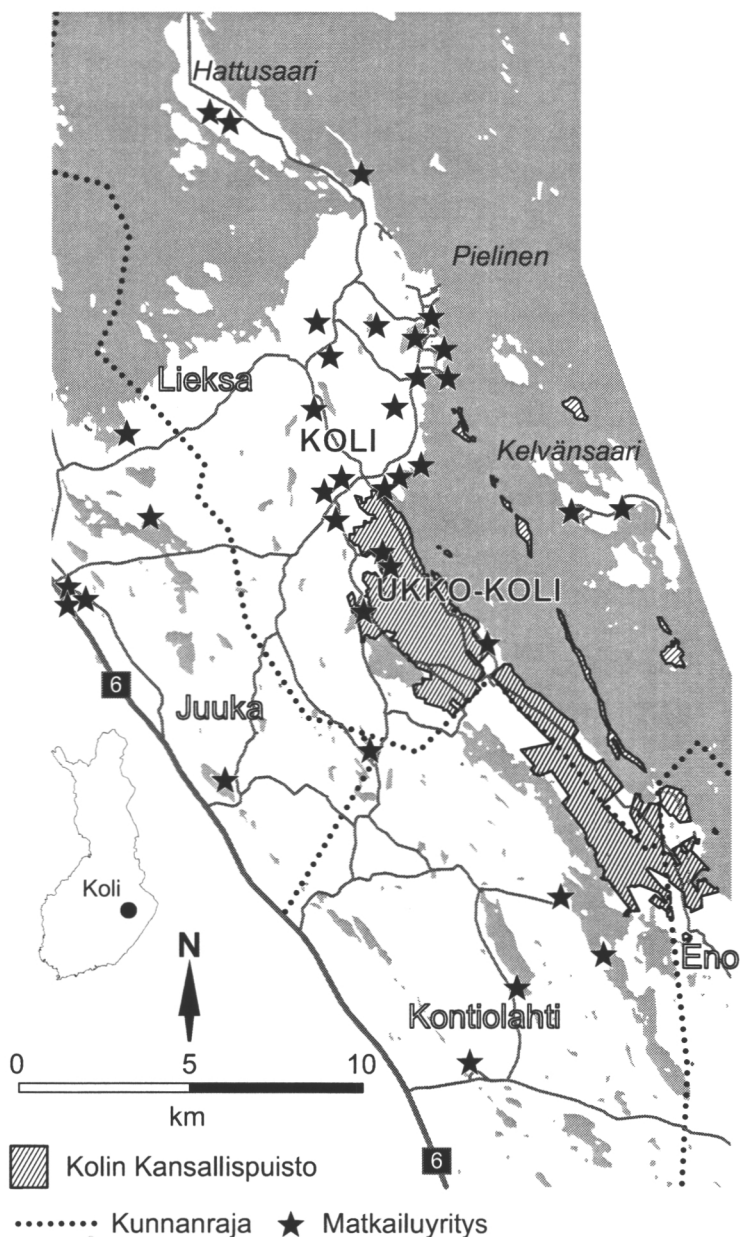
4 Tapaustutkimuksen toteutus

4.1 Kolin matkailualue

4.1.1 Tutkimusalueen rajaus

Tutkimuskohteena on Pohjois-Karjalassa Pielisen länsirannalla sijaitseva Kolin kansallispuisto ja sen lähialue, jota nimitetään tässä työssä Kolin matkailualueeksi. Pohjois-Karjalan seutukaavaliitto ja ympäristökunnat ovat suunnitelleet Kolin–Ahvenisen aluetta yhtenäisenä matkailualueena (Kolin–Ahvenisen alueen... 1992). Alue ulottuu Joensuu–Kajaani-tiestä itään Pieliseen ja Hattusaaresta etelään Romppala–Ahveninen-maantielle asti. Tässä tutkimuksessa Kolin matkailualue on rajattu Kolin matkailukarttojen perusteella hieman eri tavoin. Tutkimusalueeseen kuuluu myös Pielisellä sijaitseva Kelvänsaari mutta alue ei ulotu etelässä Ahveniselle asti (kuva 3). Tutkimusalueeseen sisältyvät Lieksan

kaupunkiin kuuluvat Kolin ja Hattusaaren maarekisterikylät sekä alueita Juuan, Kontiolahden ja Enon kunnista. Alueen matkailuyritysten veto-voimatekijänä toimii pitkälti Kolin kansallispuisto lähiympäristöineen, ja esimerkiksi markkinoinnissa yritykset hyödyntävät Kolin vaaroihin ja kansallismaisemaan liittyviä mielikuvia.



Kuva 3. Kolin matkailualue sijoittuu neljän kunnan, Lieksan, Juuan, Kontiolahden ja Enon alueille. Matkailualueen ytimen muodostaa Kolin kansallispuisto.

4.1.2 Matkailun ja suojelun historia

Koli on jo varhain joutunut ylipaikallisten intressitahojen kohteeksi, mikä on johtunut paitsi ainutlaatuisesta luonnonkauneudesta myös alueen luonnontieteellisestä merkityksestä ja kulttuurihistoriallisista arvoista. Arvoja on pyritty taloudellisesti hyödyntämään matkailua kehittämällä ja toisaalta säilyttämään luontoa suojelemalla (Vartiainen ja Vesajoki 1991, s. 178). Kolin kehitykselle onkin ominaista kamppailu matkailun ja suojelun välillä.

Kolilla on matkailtu yli sadan vuoden ajan (ks. taulukko 1). Matkailun kehittymiselle loi edellytyksiä vuonna 1869 Pielisellä alkanut höyryliikenne, ja 1800-luvun lopussa Kolille houkutteli matkailijoita Itä-Suomeen kohdistuva karelianistinen kiinnostus. Vuosisadan vaihteessa Kolilla vieraili vuosittain noin 500 matkailijaa, joiden joukossa oli tunnettuja taiteilijoita, kuten Juhani Aho, Jean Sibelius ja Eero Järnefelt (Saarinen ja Lovén 2000, s. 139–142). Kolia pidetään suomalaisen identiteetin ja kansallistunteen ilmentäjänä; nykyisiin käsityksiin ja mielikuviin Kolin merkityksestä ovat vaikuttaneet juuri taiteilijat (Sankari 1994, s. 31).

Vuosisadan vaihteessa Kolille rakennettiin matkailua tukevaa infrastruktuuria, kuten ylämaja ja autoyhteys Joensuusta. Vuonna 1907 Kolin vaarajakson ydinalue lunastettiin valtiolle, mikä oli ensimmäinen toimenpide metsämaiseman suojelemiseksi. Vuosisadan alkupuolella Kolin palvelurakennetta kehitettiin ja markkinointi käynnistettiin, ja kävijämäärät nousivat muutamaan tuhanteen 1930-luvulle mennessä. 1930-luvulla matkailijamäärät alkoivat nousta aiempaa enemmän ja matkailua kehitettiin voimakkaasti: rakennettiin syöksy- ja pujottelurinne, hiihtohissi sekä leirintäalue. Matkailijamäärät nousivat noin 7 000 kävijän vuositasolle, eikä alue ollut enää riippuvainen lähiseudun ja kesäkauden viikonloppumatkailusta. Toinen maailmansota katkaisi matkailun kehityksen, joka käynnistyi sodan jälkeen hitaasti uudelleen. 1950–60-luvuilla parannettiin Kolin tieyhteyksiä, uusittiin leirintäalue ja rakennettiin uusi hotelli laajennuksineen (Saarinen ja Lovén 2000, s. 139–144).

Matkailua palvelevat toiminnot kasvoivat Kolilla pitkään suojelun kustannuksella. Kolia ehdotettiin kansallispuistoksi jo 1920-, 50- ja 70-luvuilla, mutta suunnitelmat eivät toteutuneet. Toisaalta luontoperustaisen, retkeilyluonteisen matkailun aikakaudella matkailun ja suojelun tavoitteet olivat pitkälti yhtenevät. Matkailu ja suojeleminen rinnakkain ilman näkyviä ristiriitoja 1960-luvulle asti. Matkailun kasvaessa ja sen muotojen teknistyessä hyödyntämis- ja suojeleuintressit alettiin nähdä yhä enemmän vastakkaisina. 1960-luvulla matkailun ja suojelun kannattajat joutuivat ensimmäisen kerran julkiseen kiistaan, mutta vasta myöhemmin kamppailu kärjistyi (Vartiainen ja Vesajoki 1991, s. 178–179; Kortelainen 1995, s. 66–69).

Taulukko 1. Kolin matkailun kehitysvaiheita (Saarinen ja Lovén 2000, s. 141).

1869	Höyrysluuppi "Alku" käynnisti Pielisen höyrylaivaliikenteen.
1884	Nimimerkki "r":n kirjoittama "Kolinvuorella" (Paimentyön tarina) – kertomus Kolin myyttiperinteestä julkaistiin Kyläkirjaston kuvalehdessä.
1890	Kolilla vieraili noin 500 henkeä.
1891	M/S Ilmari aloitti Pielisen liikennöinnin.
1892	Juhani Aho, Venny Soldan-Brofelt ja Eero Järnefelt vierailivat Kolilla. Juhani Ahon matkakirje Päivälehteen ja Uuteen Kuvalehteen.
1893	I.K. Inha valokuvasi ensimmäisen kerran Kolilla.
1894	Suomen Matkailijyhdistyksen paikallisosasto vuokrasi maa-alueen Kolilta.
1895	Pekka Halonen häämatkalla Kolilla.
1896	Matkailijyhdistyksen Ylämaja valmistui (2 vierashuonetta).
1898	Kolilla vieraili noin 500 matkailijaa (Ylämajan vieraskirja).
1901	Suomen Matkailuliitto otti hoitaakseen Kolin matkailumajan.
1907	Kolin ydinalue 1 117 ha hankittiin valtiolle metsämaiseman suojelemiseksi.
1908	Ylämaja lunastettiin valtiolle. Metsähallitus laajensi Ylämajaa. Vuonislahti–Koli laivaliikenne käynnistyi.
1909	Jean Sibelius ja Eero Järnefelt vierailivat Kolilla.
1916	Kolille kuljetettiin laivalla lähes 1 500 matkailijaa.
1920	Metsähallitus vuokrasi Ylämajan Suomen Matkailuliitolle, majan laajennus.
1921	Kolilla vieraili noin 6 000 matkailijaa/2 000 majoitusvuorokautta.
1922	Maantie Ukko-Kolin juurelle.
1923	Kolin valtionmaa siirrettiin Metsähallitukselta Metsäntutkimuslaitokselle.
1924–26	Koli-Harivaara paikallistie eli ns. Jeron tie valmistui.
1924	Kolilla vieraili Matkustajaliikennetilaston mukaan n. 6 000 henkeä.
1925	Kolin Ylämajalla vieraskirjan mukaan 1 643 vierasta.
1930	Ylä-Kolin serpentiinimaantie valmistui ja uusi Ylämaja valmistui.
1934–35	Ylämaja oli avoinna ensi kerran talvimatkailijoille.
1935	Kolin Ylämajalla vieraskirjan mukaan 2 310 vierasta.
1937	Suomen Matkailuliitto rakensi leirintäalueen. Kolille syöksy- ja pujottelurinne.
1938	Kolin matkailun huippuvuosi; Kolilla vieraili vieraskirjan mukaan noin 7 500 matkailijaa.
1939	Kolille Suomen ensimmäinen kunnollinen hiihtohissi.
1952	Kolille Suomen ensimmäinen kapulahissi, kesäkahvila Ylä-Kolille.
1953	Ylämajalle autotieyhteys, yöpymisvuorokausia Kolilla noin 7 500.
1959	Uusittu leirintäalue käynnistyi Kolilla, toiminta päättyi 1965. Serpentiinitie Hotelli Kolin pihaan.
1967	Hotellin uusi majoitusosa valmistui.
1969	Uusi Hotelli Koli valmistui; hotelliosan laajennus (66 vuodepaikkaa) ja ravintola ja uimahalli. Kolin Hissi Oy perustettiin.
1973	Kolin lomakaupunkisuunnitelma julkistettiin.
1983	Ipatin rinne ja hissi avattiin.
1985	Lumetusjärjestelmä otettiin käyttöön Ukko-Kolin rinteillä.
1987	Hotelli Kolin laajennus ja peruskorjaus valmistui, (nyt 120 vuodepaikkaa).
1991	Eduskunta hyväksyi lain Kolin kansallispuiston perustamiseksi.
1992	Kolia ehdotettiin kansallismaisemaksi.
1994	Ensimmäinen uusi kaski paloi Kolilla.
1995	Eduskunta hyväksyi lain Kolin kansallispuiston laajennusalueesta.
1996	Suomen Matkailuliiton 100-vuotinen toiminta päättyi Kolilla. Hotelli Kolin ja laskettelurinteiden uudeksi vuokraajaksi tuli Hotelli Koli Oy/PKO/Matkailunkehitys Nordia Oy.
1997	Luontopolku Kasken Kierros avattiin, Kolilla vieraili noin 120 000 matkailijaa.
1999	Ylä-Kolin luontomatkailukeskuksen rakennushanke käynnistyi. Taide- ja kulttuurikeskus Kolin Ryyränen valmistui Kolin kylälle.
2000	Luontokeskus Ukko valmistui.

1960-luvun lopulta alkaen tehdyt laajat maankäytön ja matkailun kehittämissuunnitelmat eivät toteutuneet, mutta 1980-luvun lopun taloudellisen noususuhdanteen aikana Kolia pyrittiin jälleen kehittämään nopeasti ja laajamittaisesti. 1980-luvulla Kolin alueen matkailijamäärät nousivat nopeasti: vuotuinen asiakasmäärä nousi yli 100 000:een laskettelurinteiden käytön laajentuessa ja mökkimatkailun lisääntyessä. Laajamittaiset lomakaupunkisuunnitelmat kalliohotelleineen ja uusine laskettelurinteineen eivät lopulta toteutuneet (Vartiainen ja Vesajoki 1991, s. 179–180; Saarinen ja Lovén 2000, s. 142–144).

Suuret matkailun kehittämissuunnitelmat saivat aikaan ensin paikallista ja myöhemmin myös valtakunnallista vastustusta. 1980-luvun puolivälissä matkailurakentamista tukeva osayleiskaavaehdotus toi esiin pinnan alla kyteneet erimielisyydet Kolin kehittämisen lähtökohdista ja niiden taustalla olevista arvomaailmoista. Alettiin käyttää nimityksiä Kolin suojelijat ja Kolin rakentajat. Vuonna 1989 eräiden paikallisten asukkaiden perustama suojeluryhmä käynnisti kansallispuiston perustamiseen tähtäävän suojelukampanjan, joka laajeni maanlaajuiseksi. Yli 84 000 kansalaista vetosi kansallispuiston perustamisen puolesta. Joukossa oli kuusikymmentä kolilaista kylän väkiluvun ollessa hieman yli 400. Lieksan kaupunki ja esitetyn kansallispuistoalueen maanomistajat vastustivat puiston perustamista. Kyläläisten keskinäiset suhteet tulehtuivat, ja Sankari uskoo kamppailujen vaikuttavan pitkään kylän sosiaaliseen rakenteeseen ja kanssakäymiseen (Sankari 1994, s. 35–54).

Kolin kansallispuisto perustettiin vuonna 1991, ja sen pinta-ala kaksinkertaistettiin vuonna 1996. Metsäntutkimuslaitoksen hallussa olevan kansallispuiston pinta-ala on nykyään noin 3 000 hehtaaria. Puiston perustaminen jäädettiin laajamittaiset matkailun kehittämissuunnitelmat, mutta vuosien 1991–92 taloudellinen lama aiheutti vielä suuremmat vaikutukset Kolin matkailuun. Matkailijamäärien ja rakentamisen kasvuvauhti hidastui ainakin hetkellisesti (Saarinen ja Lovén 2000, s. 144).

Kansallispuistossa sijaitsevien hotellin ja laskettelurinteiden toiminnot jatkuvat nykyisten vuokrasopimusten perusteella vuoteen 2013 asti, minkä jälkeen tilannetta arvioidaan uudelleen. Muuta majoituskapasiteettia matkailutarkoituksiin ei tule rakentaa kansallispuistoon. Matkailu- ja muu yritystoiminta kansallispuistossa myös edellyttää Metsäntutkimuslaitoksen luvan ja sen osoittamien ehtojen perusteella laaditun sopimuksen. Yritystoiminnan tukipisteiden tulee hotellia ja siellä harjoitettavaa opastus- ja matkailupalvelutoimintaa sekä laskettelurinteiden toimintaan liittyvää yritystoimintaa lukuun ottamatta sijaita puiston ulkopuolella (Kolin kansallispuiston... 1997, s. 12–13).

Kortelaisen (1995, s. 68–69) mukaan Kolin arvon määrittelystä ja alueen käytöstä käydyssä kamppailussa suojelu on noussut tärkeämpään asemaan ja matkailurakentajat ovat joutuneet puolustusasemiin laajen-

tumispyrkimysten sijaan. Toisaalta nykyään voidaan puhua kamppailun sijasta ennemmin kompromissista matkailun ja suojelun välillä. Kolin matkailua on kehitetty paljon viime vuosina ja alueella puhutaan Kolin uudesta noususta. Suojelu ei siten ole syrjäyttänyt matkailua. Nykyään matkailua pyritään kehittämään sopusoinnussa luonnonsuojelutarvojen kanssa. Saarisen ja Lovénin (2000, s. 144) mukaan Kolilla on käynnissä matkailukehityksen uudelleen suuntaaminen: kehityksen kulmakivinä ovat alueen omaleimainen luonto ja kulttuuri sekä matkailun kestävyys. Kansallispuiston matkailullinen merkitys on kasvanut viime vuosina, ja puiston tavoitteena on mm. kokous-, luonto- ja kongressimatkailun kehittäminen. Hiljattain tapahtunut luontokeskuksen rakentaminen, hotellin peruskorjaus ja alueen ympäristörakentaminen on ollut yksi Suomen suurimmista kansallispuistoinvestoinneista. Saarisen ja Lovénin mielestä Koli on mahdollista tulla kansallinen tai jopa kansainvälinen luonto- ja kulttuurimatkailun mallikohde. Siten on syytä kiinnittää erityistä huomiota matkailuyrityksiin ja tarkastella, onko niiden toiminta sopusoinnussa tavoitellun kehitysstrategian kanssa.

4.1.3 Matkailutoiminnan sijoittuminen

Kolin matkailualueen ydin on kansallispuistossa sijaitseva Ukko-Koli, jonka ympärille laajalle alueelle matkailuyritykset ovat sijoittuneet (kuva 3). Kansallispuistossa sijaitsevat kahden matkailuyrityksen kiinteät toimipaikat, minkä lisäksi muutamat yritykset käyttävät puistoa ohjelmanpalveluissaan. Kansallispuistossa sijaitseva hotelli ja ohjelmanpalveluyritys toimivat Ukko-Kolilla, jonne sijoittuu myös laskettelurinteitä, luontokeskus, suosituimmat maisemankatselupaikat ja polut. Nykyään Ukko-Kolilla vierailee vuosittain noin 120 000 kävijää; 1990-luvulla kävijämäärä vaihteli 100 000–120 000:n välillä (Lovén 2001). Kesällä Koli on tyypillinen perinteinen nähtävyysskohde, jossa viivytään lyhyen aikaa maisemia katsellen ja jatketaan automatkailua muihin kohteisiin. Talvella Koli on pääasiassa talviliikuntakeskus, jonka tärkein vetovoimatekijä on laskettelu (Sievänen 1993).

Kolin kyläkeskus sijaitsee muutaman kilometrin päässä Ukko-Kolilta, ja siellä on tarjolla joitakin palveluja matkailijoille. Matkailun yritystoimintaa on keskittynyt Loma-Kolille, jossa on esimerkiksi laskettelurinteitä, mökkejä ja leirintäalue. Lisäksi majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmanpalveluyrityksiä sijaitsee lähes parinkymmenen kilometrin säteellä Ukko-Kolilta. Kolin alueen majoitusliikkeissä on yli tuhat kaupallista majoituspaikkaa, minkä lisäksi alueella on useita satoja yksityisiä vapaa-ajanasuntoja (Sievänen 1993, s. 19; Lovén 2001).

Luonnonsuojelu on kansallispuistojen tärkein tavoite, mutta myös tutkimus, opetus ja valistus sekä virkistys ovat puistojen käyttömuo-

toja. Kestävät toimintatavat ovat siten erityisen tärkeitä matkailukäytössä olevilla luonnonsuojelualueilla. Suojelun ja matkailun tarpeiden yhteensovittaminen ei ole aina onnistunut: suojelualueiden suosio matkakohteina on aiheuttanut useita ympäristöhaittoja (ks. Butler ja Boyd 2000). Kolilla yritystoiminta on fyysisesti sijoittunut pääasiassa suojelualueen ulkopuolelle. Ympäröivä toiminta saattaa kuitenkin vaikuttaa kansallispuistoon, ja toisaalta yritystoiminnalla on vaikutusta esimerkiksi alueen imagoon. Kansallispuiston ulkopuolellakin sijaitseville yrityksille matkailun harjoittaminen kestäväällä tavalla on siten hyvin tärkeää. Yleensäkin kestävä matkailun tarve korostuu erityisesti syrjäseutujen matkailukehityksessä: niiden matkailukäytön kasvu viime vuosina on perustunut luonnonympäristön, aitouden, alkuperäisyyden ja paikalliskulttuurien vetovoimaisuuden uudenlaiseen korostumiseen (Saarinen 2001).

4.2 Tutkimusaineisto ja -menetelmät

Tutkimuksessa käytettiin sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista tutkimusmenetelmää, jotta saataisiin kattava kuva tutkimusaiheesta. Kyselytutkimus toteutettiin laajan käsityksen saamiseksi koko tutkimusalueen matkailuyrityksistä. Lomakekyselyn tarkoituksena oli selvittää, miten Kolin alueen matkailuyritykset pyrkivät edistämään toimintansa kestävyttä (ks. liite 1). Kysymykset olivat pääasiassa konkreettisia, yritysten päivittäiseen toimintaan liittyviä. Käytännön toimintatapojen lisäksi kyselyssä selvitettiin matkailuyrittäjien mielipiteitä ympäristöasioista ja Kolin matkailun vetovoimatekijöistä sekä tiedusteltiin haitallisten ympäristövaikutusten estämisen motiiveja.

Lomakekysely suoritettiin alkukesällä 2001. Kysely lähetettiin tutkimusalueella sijaitseviin sekä alueella toimiviin vieraspaikkakuntalaisiin matkailuyrityksiin. Lisäksi kysely lähetettiin muutamiin muihin yritys- ja joille Kolin matkailulla on keskeinen merkitys (esim. vähittäiskauppa). Kysely lähetettiin 40 yrittäjälle; kuvan 3 karttaan on merkitty ne yritykset, joilla on alueella kiinteät toimipaikat. Postitse kyselyjä palautettiin 29, minkä lisäksi neljälle yrittäjälle tehtiin kysely puhelimitse lyhennettynä (kysymykset 1, 2, 6–10, 12–18, 23–27). Vastausprosentiksi muodostui siten 82,5 %. Aineisto analysoitiin SPSS-tilasto-ohjelmalla tekemällä mm. ristiintaulukointeja. Koska havaintoja on vähän, ristiintaulukoinnin tulosten yleistämisessä tulee olla varovainen.

Kestävä matkailu on laaja ja kokonaisvaltainen käsite, joten pelkän kyselyn perusteella ei saa kattavaa kuvaa sen kaikista ulottuvuuksista. Aineiston toinen osa muodostuukin matkailuyrittäjille tehdyistä teemahaastatteluista, joiden avulla yritystoiminnan kestävydestä

sai kokonaisvaltaisemman ja syvällisemmän käsityksen (ks. liite 2). Haastattelut mahdollistivat tarkemman perehtymisen niin ekologisen, sosio-kulttuurisen kuin taloudellisen kestävyuden edistämiskeinoihin. Lisäksi tarkasteltiin, miten yrittäjät käsittävät kestävän matkailun, mitkä ovat motiivit sen periaatteiden noudattamiseen sekä mitkä yritysten ulkoisen ja sisäisen toimintaympäristön tekijät selittävät toimintaa. Tarkoituksena oli päästä syvemmälle tutkittavien asenne- ja arvomaailmaan ja selvittää, miksi kestävän matkailun periaatteiden merkitys yrityksissä vaihtelee.

Teemahaastatteluun valittiin 12 tutkimusalueen matkailuyrittäjää, ja haastattelut tehtiin kesän 2001 aikana. Haastatteluun osallistuivat Kolin kansallispuistossa sijaitsevat yritykset sekä keskeisimmät kansallispuiston välittömässä läheisyydessä toimivat matkailuyritykset. Lisäksi haastateltavaksi valittiin tarkoituksenmukaisesti erityyppisten matkailuyritysten edustajia koko tutkimusalueelta, jotta saataisiin kattava käsitys erilaisista yrityksistä. Yritykset ovat erityyppisiä niin toimialaltaan, liikevaihdoltaan, perustamisvuodeltaan kuin etäisyydeltään kansallispuistoon nähden. Tutkimukseen kuitenkin osallistuivat alueen suurimmat matkailuyritykset.

5 Kolin alueen yritysten suhde kestävään matkailuun

5.1 Tutkimukseen osallistuneiden yritysten perustiedot

Lomakekyselyyn vastanneet Kolin matkailualueen yritykset on perustettu vuosien 1966 ja 2000 välillä. Yli puolet (18) yrityksistä on perustettu vuoden 1991 jälkeen eli sen jälkeen, kun Kolin kansallispuisto perustettiin. Useat kyselyyn osallistuneet yritykset toimivat monella toimialalla (taulukko 2). Suurin osa vastaajista ilmoitti yrityksensä toimialaksi majoitus- ja ravitsemistoiminnan. Virkistys- ja ohjelmapalveluja harjoittaa

Taulukko 2. Kyselyyn vastanneiden yritysten toimialat.

Yrityksen toimiala	Yritysten määrä
Majoitus- ja ravitsemistoiminta	17
Majoitus- ja ravitsemistoiminta sekä virkistys- ja ohjelmapalvelut	6
Muu monitoimiyritys (vähintään kaksi toimialaa)	4
Virkistys- ja ohjelmapalvelut	3
Muu toimiala	2
Yleisvähittäiskauppa	1
Yhteensä	33

yli kolmannes yrityksistä. Yleensä niitä kuitenkin harjoitetaan muun toiminnan ohella.

Kolin alueen matkailuyritykset ovat pääasiassa pieniä: kahdella kolmasosalla kyselyyn vastanneista yrityksistä vuoden 2000 liikevaihto oli alle 500 000 mk (taulukko 3). Eniten on yrityksiä, joiden liikevaihto on 100 000–500 000 mk. Viidenneksellä yrityksistä liikevaihto on yli miljoona markkaa. Kyselyyn vastanneet matkailuyritykset ovat siten hyvin monimuotoisia. Kolilla on liikevaihdoltaan kaikkiin kyselyn luokkiin kuuluvia majoitus- ja ravitsemistoimintaa sekä virkistys- ja ohjelmalveluja harjoittavia yrityksiä. Lisäksi yli miljoonan markan liikevaihdon matkailuyritykset toimivat eri toimialoilla.

Suurin osa kyselyyn osallistuneiden yritysten liikevaihdosta saadaan kotimaanmatkailijoilta: keskimäärin 69 % liikevaihdosta. Ulkomaalaisilta matkailijoilta tulee keskimäärin 19 % liikevaihdosta sekä Kolin ja sen lähialueen asukkailta 7 %. Luvut perustuvat yrittäjien arvioihin; ne eivät välttämättä ole tarkkoja mutta kuitenkin suuntaa antavia. Ulkomaalaisilta matkailijoilta koostuvan liikevaihdon keskiarvoa nostavat muutamat yritykset, joille ulkomaalaisilla asiakkailta on lähes yhtä tärkeä tai jopa tärkeämpi merkitys kuin kotimaanmatkailijoilla. Eräät yritykset saavat tuloja muustakin toiminnasta kuin matkailusta, minkä vuoksi matkailijoilta koostuva liikevaihto ei muodosta yritysten koko liikevaihtoa.

Teemahaastatteluun osallistuneista matkailuyrityttäjistä viisi oli naisia, ja yrittäjien ikä vaihteli noin 30–65 vuoden välillä. Haastattelujen yritykset on perustettu vuosien 1973 ja 2000 välillä. Ennen kansallispuiston perustamista on aloittanut toimintansa kolme yritystä. Suurin osa yrityksistä harjoittaa majoitus- ja ravitsemistoimintaa (taulukko 4). Yritykset ovat kuitenkin hyvin erityyppisiä: esimerkiksi majoitustoimintaa harjoittavat yritykset tarjoavat joko hotelli-, maatila-, mökki- tai muun tyyppistä majoitusta.

Taulukko 3. Kyselyyn vastanneiden yritysten liikevaihto vuonna 2000 (mk).

Yrityksen liikevaihto vuonna 2000 (mk)	Yritysten määrä
Alle 100 000	9
100 000–500 000	13
500 000–1 000 000	2
Yli 1 000 000	7
Ei tietoa	2
Yhteensä	33

Taulukko 4. Haastatteluun osallistuneiden yritysten toimialat.

Yrityksen toimiala	Yritysten määrä
Majoitus- ja ravitsemistoiminta	7
Virkistys- ja ohjelmalvelut	2
Majoitus- ja ravitsemistoiminta sekä virkistys- ja ohjelmalvelut	2
Muu monitoimiyritys (vähintään kaksi toimialaa)	1
Yhteensä	12

Matkailuyritykset eroavat toisistaan myös vuoden 2000 liikevaihdon perusteella (taulukko 5). Haastatteluun osallistui hyvin pieniä yrityksiä mutta toisaalta myös suurimmat Kolin alueella toimivat matkailuyritykset.

Vakituisten työntekijöiden määrä vaihtelee 1–32 välillä haastatteluun osallistuneissa matkailuyrityksissä. Seitsemän yritystä toimii vuokratiloissa ja viisi

omistaa itse yrityksen tilat. Viisi matkailuyritystä toimii Kolin kansallispuistossa tai sen välittömässä läheisyydessä, ja muut yritykset sijaitsevat noin 15 kilometrin säteellä Ukko-Kolista. Kahta lukuun ottamatta yritykset sijaitsevat Lieksassa: yksi yritys sijaitsee Juuassa ja toisella on toimipiste Kontiolahdella. Kahden haastatteluun osallistuneen matkailuyrityksen toimipaikat sijaitsevat kansallispuistossa, minkä lisäksi kaksi yritystä käyttää kansallispuistoa ohjelmapalveluissaan.

Taulukko 5. Haastatteluun osallistuneiden yritysten liikevaihto vuonna 2000 (mk).

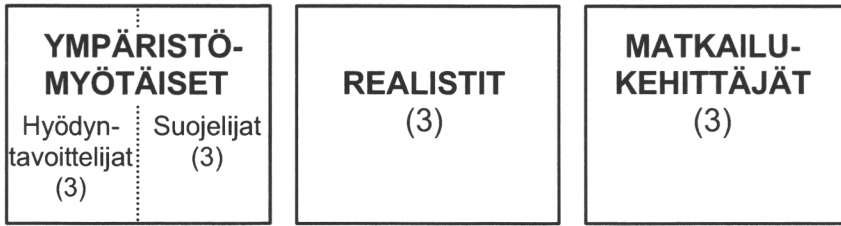
Yrityksen liikevaihto vuonna 2000 (mk)	Yritysten määrä
100 000–500 000	5
500 000–1 000 000	2
1 000 000–10 000 000	3
Yli 10 000 000	2
Yhteensä	12

5.2 Yrittäjätyypit

5.2.1 Tyypittelyn perusteet

Haastatteluaineiston pelkistämisen ja havaintojen yhdistämisen avulla löytyneiden yhteisten piirteiden pohjalta laadittiin typologia, johon kaikki haastatellut matkailuyrittäjät sijoittuvat. Tyypittely tehtiin aineistolähtöisesti, sillä olemassa olevien typologioiden ei katsottu sellaisenaan soveltuvan aineistoon. Haastatellut matkailuyrittäjät jaettiin kolmeen samankaltaiseen ryhmään eli tyyppiin (kuva 4). Tyypittely ilmentää yrittäjien erilaisia suhtautumistapoja kestäväan matkailuun, ja se toimii lähtökohtana toimintaa selittävien tekijöiden tarkastelulle. Tyypittelyn perusteina käytetään yritysten käytännön toimintaa kestävyden edistämiseksi, toiminnan motiiveja sekä yrittäjien ympäristöasenteita ja -arvoja, jotka vaikuttavat toimintaan.

Muodostetut tyypit voidaan käsittää myös yritystyypeiksi, koska matkailuyrittäjät edustivat yritystään haastatteluissa. Koska jäsenyys tehdään mm. yrittäjien asenteiden ja arvojen perusteella, käytetään pääasiassa yrittäjätyyppi-nimitystä. Varsinkin pienissä yrityksissä yrittäjä vastaa kaikesta tai suurimmasta osasta yritystoimintaa, joten yrittäjän arvot ja asenteet ovat keskeisiä toimintaa selittäviä tekijöitä. Tyypit jäsentyvät yrittäjien käsitysten lisäksi ensisijaisesti sen perusteella, miten toiminnassa edistetään ekologista kestävyttä. Sosio-kulttuurisen ja talou-



Kuva 4. Kolin matkailualueen yrittäjätyytit (suluissa haastateltujen yrittäjien määrä).

dellisen kestävyuden edistämiskeinojen perusteella yritykset eivät juuri poikkea toisistaan. Tämä johtuu mahdollisesti siitä, etteivät haastatellut matkailuyrittäjät itsekään pääasiallisesti sisällytä kestävä kehityksen ja matkailun käsitteisiin kuin ekologisen ulottuvuuden. Swarbrooken (1999, s. 107) mukaan matkailuelinkeinon toimenpiteet ovatkin yleensä keskittyneet luonnonympäristöön eikä sosiaalisia ja taloudellisia tekijöitä juuri huomioida.

Tyypittelyssä ei ole niinkään merkityksellistä se, mihin luokkaan kukin yksittäinen yritys tai yrittäjä kuuluu vaan erilaisten tyyppien olemassaolon tunnistaminen. Muodostetut tyypit ovat ideaalityyppejä, joihin kaikki matkailuyrittäjät eivät täysin puhtaasti sijoitu. Tyyppien muodostamiseksi havaintoja oli tarkasteltava sopivalla yleisyytasolla.

5.2.2 Ympäristömyötäiset, matkailukehittäjät ja realistit

Ensimmäisen yrittäjätyyppin muodostavat *ympäristömyötäiset*, jotka ovat ympäristötietoisia ja ennakoivasti toimivia. Yrittäjät ottavat etenkin ekologisen kestävyuden periaatteet aktiivisesti huomioon ja uskovat toiminnan parantamisen olevan mahdollista. *Ympäristömyötäiset* eivät halua Kollille kovin laajamittaista matkailua vaan ennemmin pienimuotoisempaa, ympäristönäkökohtat huomioivaa matkailua. Yrityksiä voidaan verrata Welfordin (1998, s. 16) luokittelun ”tekijöihin”. Welfordin (1998, s. 20–22) ja Dodgen ROAST-luokittelussa *ympäristömyötäiset* ovat lähimpänä neljättä vaihetta: yritykset toimivat proaktiivisesti ympäristöasioissa. Yhtä lukuun ottamatta Kolin alueen *ympäristömyötäiset* yritykset sijaitsevat kansallispuistossa tai sen välittömässä läheisyydessä. Yritykset ovat aloittaneet toimintansa kansallispuiston perustamisen jälkeen. Kestävyuden periaatteiden noudattamisen motiivien perusteella *ympäristömyötäiset* ovat jaettavissa tarkemmin *hyödyntävoittelijoihin* ja *suojelijoihin*.

Hyödyntavoittelijoiden aktiivisen ympäristöä suojelevan toiminnan motiivina on pääasiassa yrityksen saama hyöty. Se on kustannussäästöistä tai lisääntyneestä asiakasmäärästä tulevaa suoraa taloudellista hyötyä tai esimerkiksi parantuneen imagon ansiosta tulevaa välillistä hyötyä. Motiiveina ovat juuri ne tekijät, joita esimerkiksi Butler (1998, s. 27–28) pitää yritysten motiiveina edistää kestävä matkailua. Yrittäjät tiedostavat ympäristöasioiden merkityksen matkailun markkinavaltina: he uskovat matkailijoiden erityisesti arvostavan ympäristövastuullisuutta. *Hyödyntavoittelijoita* voidaan siten jossakin määrin verrata Töpferin (Boström ja Pöysti 1992, s. 43–54) ”innovatiivisiin”, jotka yrittävät hyötyä uusista markkinamahdollisuuksista. Toimimista ympäristön itsensä vuoksi ei tuoda esille motiivina:

”Meidän pitää olla sinut tän kansallispuiston kanssa, että asiakaspinnassa ei voida olla ristiriidassa toiminnan ja kansallispuiston välillä. Toinen on sitten se, että kun me lähetään tuonne länsimarkkinoille niin se on selvä arvo, se on markkinointiarvo ja kolmas on se, että ympäristöohjelma on myöskin ihan kustannuksia säästävä ohjelma.”

Yhtä *hyödyntavoittelijaa* voidaan verrata Welfordin (1998, s. 16) ”harkitsijoihin”, jotka odottavat muiden näyttävän mallia. Matkailuyrittäjä on ympäristötietoinen sekä halukas kehittämään toimintaa, ja motiivien perusteella häntä voidaan verrata muihin *hyödyntavoittelijoihin*. Konkreettinen ympäristövastuullinen toiminta on kuitenkin vähäistä, mihin yrittäjä pitää syynä pääasiassa yrityksen ulkopuolisia esteitä: yrityksen kiinteistöjen omistajien ja kunnan toimintaa. Yrittäjä on ainoa haastateltu, jonka mielestä toiminnan ympäristövastuullisuutta pitäisi parantaa paljon sekä omassa yrityksessä että koko Kolin alueella:

”Mä oon vähän turtunu itte tähän, kun ei mitään oo saanu tehä... siihen suuntaan, ei oo voinu tehä, tai ainahan voi itse pieniä tekoja tehä, mutta niin kuin näitä esimerkiks Suomessa on tiedossa niin... välillä on ollu tämmösiä tunteita, että on hirveen paha olla.”

Suojelijat pitävät tärkeimpänä motiivina aktiiviseen ympäristöä huomioivaan toimintaan ympäristön suojelemista. Kestävyyden periaatteiden noudattaminen on yrittäjille melko itsestään selvää. Yritysten motiivina voidaan siten pitää ympäristösitoutumista (Boström ja Pöysti 1992, s. 46). Näiden pienehköjen yritysten toimintaa ohjaavat voimakkaasti yrittäjän omat ympäristöarvot:

”Tärkein motiivi? No se ettei maailma saastuis. Ei raha eikä maine, vaan se, että ne tavarat joutuis sit sinne oikeille paikoilensa.”

Toisen ja kolmannen yrittäjätyyppin muodostavat ympäristöasioiden suhteen selektiivisesti toimivat: yrityksissä on otettu valikoivasti käyttöön ympäristövastuullisia toimintatapoja. Matkailukehittäjät ja realistit eroteltiin pääasiassa yrittäjien arvojen ja asenteiden perusteella toisistaan eroaviksi tyypeiksi. Welfordin (1998, s. 20–22) ja Dodgen ROAST-asteikolla nämä yritykset ovat lähimpänä kolmatta vaihetta, jossa yritykset näyttävät ensimmäisiä merkkejä ennakoivasta ja vastuullisesta toiminnasta.

Matkailukehittäjät haluavat kehittää voimakkaasti Kolin matkailua eivätkä usko laajamittaisen matkailunkaan olevan haitallista Kolin ympäristölle. Matkailun kehittämistoiveiden perusteella heitä voidaan verrata ”Kolin rakentajiin”, jotka 1980-luvulla puolsivat suurimittaisia matkailusuunnitelmia (Sankari 1994, s. 35–39). Tyyppiin luokitellaan kolme haastateltavaa, joskin he eroavat toisistaan suhteessa luonnon-suojeluun. Kestävyyden periaatteita noudatetaan yrityksissä jossakin määrin, mutta yrittäjien mielestä toiminnan parantaminen ei ole tarpeellisenä nykyisessä laajuudessa. Toimittaessa *matkailukehittäjien* mielestä ympäristönsuojelua ei ole tarvetta erityisesti korostaa, sillä ongelmia ei katsota alueella olevan:

*”Toki, niin kuin ympäristöasioihin pitää kiinnittää huomiota, jät-
teiden käsittelyssä ja lajittelussa. Mutta juurikaan muulla tavoin
tämän kokoinen yritys ei minun mielestäni aiheuta minkäänlaista
ylikuormitusta luonnolle.”*

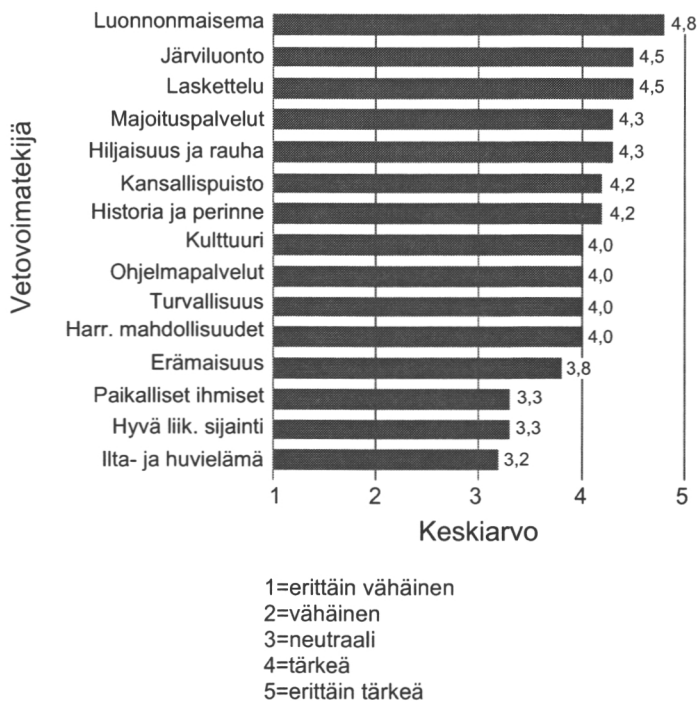
Kolmannen yrittäjätyyppin muodostavat *realistit*, jotka ovat pitkälti *ympäristömyötäisten* ja *matkailukehittäjien* välimuoto. Maalaisjärjen avulla toimivat *realistit* eivät välttämättä ole kovin ympäristötietoisia, eikä ympäristönäkökohtien huomiointi ole systemaattista. Kestävyyden periaatteiden noudattaminen ei ole aina täysin tietoista: esimerkiksi energiaa säästetään, koska se on taloudellisesti järkevää. Nämä haastateltuun osallistuneet perheyrietykset ovat hyvin pieniä ja yrittäjät ovat lähötoisin Koilta. Yrittäjillä ei ole matkailualan koulutusta eikä kokemusta ennen oman yrityksen perustamista, vaan he ovat tavallaan ajautuneet matkailualalle.

*”Oletko saanut ympäristöasioista mitään ohjeita tai koulutusta
tai oletko hankkinut tietoa? En, en oo sen kummosemmin saanu
muuta kun maalaisjärki, mikä sanoo, mikä on oikein ja mikä
on väärin. Tietysti informaatioo kaikista lehistä ja televisiosta
tulloo, niin kyllähän niitä tietysti kuuntelloo. Aina kai sitä jonne-
kii tonne korvien välillä jottain jääpi sitten.”*

5.3 Yrittäjien näkemykset Kolin vetovoimatekijöistä

Kyselyssä matkailuyrittäjiä pyydettiin arvioimaan eri vetovoimatekijöiden merkitystä Kolin matkailulle. Yrittäjät pitävät alueen tärkeimpänä vetovoimatekijänä luonnonmaisemaa, ja seuraavaksi tärkeimpiä ovat järviluonto ja laskettelu (kuva 5). Erittäin tärkeänä vetovoimatekijänä luonnonmaisemaa pitää yli 80 % vastaajista ja järviluontoa sekä laskettelu lähes 60 %. Vähiten tärkeitä vetovoimatekijöitä ovat ilta- ja huvielämä, hyvä liikenteellinen sijainti ja paikalliset ihmiset. Mikään vetovoimatekijä ei kuitenkaan keskimäärin ole yrittäjien mielestä erityisen vähämerkityksinen. Yksimielisimpiä yrittäjät ovat luonnonmaiseman, järviluonnon, hiljaisuuden ja rauhan ja laskattelun merkityksestä. Eniten näkemykset vaihtelevat harrastusmahdollisuuksien, hyvän liikenteellisen sijainnin sekä ilta- ja huvielämän merkityksestä.

Laskettelulla on keskeinen merkitys Kolin matkailulle, mutta yleisesti kyselyyn vastanneiden matkailuyrittäjien mielestä luontoon liittyvillä ”passiivisilla vetovoimatekijöillä” (mm. luonnonmaisema, järviluonto, hiljaisuus ja rauha) on suurempi merkitys kuin aktiviteettei-



Kuva 5. Kyselyyn vastanneiden yrittäjien näkemys Kolin matkailun vetovoimatekijöistä.

hin perustuvilla vetovoimatekijöillä (mm. ilta- ja huvielämä, harrastusmahdollisuudet, ohjelmapalvelut). Kulttuuriin liittyvät vetovoimatekijät (mm. kulttuuri, historia ja perinne) ovat Kolilla merkityksellisempiä kuin useissa muissa luontomatkailukohteissa. Kolin vetovoimatekijät ovat varsin monipuolisia, joten matkailukehityksen uudelleen suuntaamiselle alueen omaleimainen luonto ja kulttuuri painopisteinä on hyvät edellytykset.

Haastatellut yrittäjät uskovat Kolin matkailun nousuun hiljaisemmän kauden jälkeen. Kolin katsotaan jo kehittyneen esimerkiksi palveluiden parannuttua, ja lähes kaikki yrittäjät kertoivat uskovansa Kolin kehittyvän edelleen ja kävijämäärän nousevan. Yrittäjätyypit painottavat kuitenkin eri tavoin matkailun vetovoimatekijöitä, ja varsinkin kehittämistoiveet eroavat toisistaan. Vain *matkailukehittäjät* haluavat Kolille hyvin laajamittaista matkailua; eräs yrittäjä pitää mahdollisena majoituskapasiteetin nousemista jopa 10 000–15 000:een vuodepaikkaan kymmenen vuoden sisällä. *Matkailukehittäjät* pitävät laskettelua hyvin tärkeänä – jopa välttämättömänä – Kolin matkailulle ja toivovat erityisesti aktiviteettien kehittämistä. *Matkailukehittäjiä* voidaan siten verrata ”Kolin rakentajiin”, jotka uskoivat 1980-luvulla, ettei pelkkä maisema kiinnosta matkailijoita eikä elätä paikallisia ihmisiä (Sankari 1994, s. 34).

Ympäristömyötäiset korostavat *matkailukehittäjiä* enemmän luontoon liittyviä passiivisia vetovoimatekijöitä (mm. maisema, rauhallisuus) myös tulevaisuuden vetovoimatekijöinä eivätkä pidä laskettelua täysin välttämättömänä Kolin matkailulle. *Ympäristömyötäiset* tuovat ilmi sen, että Kolin matkailua tulisi kehittää ympäristönäkökohdat huomioiden. Kolista esimerkiksi toivotaan luomualuetta, ja sen halutaan liittyvän alueellisesti ympäristömerkin tms. piiriin. *Ympäristömyötäiset* eivät halua Kolin matkailun kehittyvän liian suuriin mittoihin:

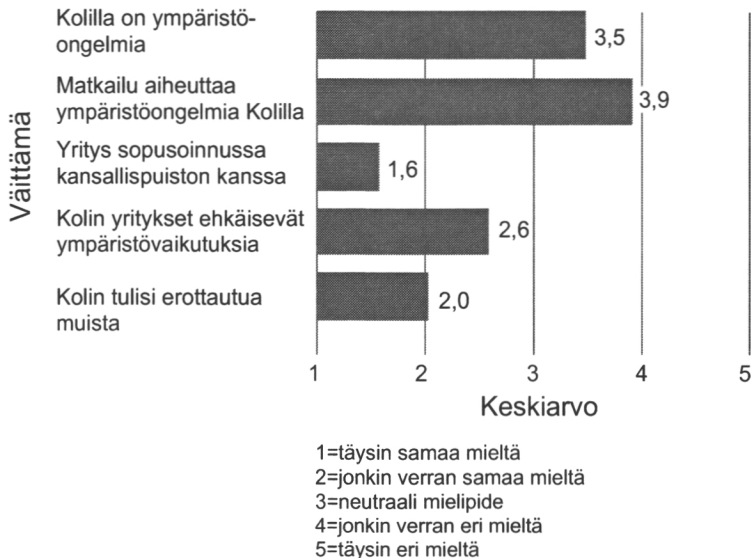
”Uskon, että kävijämäärät lisääntyvät ja sitä myötä myös sitten nämä maankäytön kulumisongelmat sun muut tulloo. Niihin pitäis ajoissa kiinnittää huomiota, ennen kuin se riistäytyy käsistä. Toivottavasti tästä ei koskaan tuu massaturismipaikkaa ja tuskin, tuskin tulee, en mie usko, et myö ollaan kuitenkin niin syrjässä.”

Realistien näkemys Kolin matkailusta on välimuoto *ympäristömyötäisten* ja *matkailukehittäjien* käsityksistä. *Realistit* suhtautuvat kriittisesti hyvin laajamittaiseen matkailuun. He kuitenkin toivovat Kolille lisää aktiviteetteja, kuten monitoimihallin. *Realistit* pitävät laskattelun merkitystä hyvin keskeisenä Kolin matkailulle, mutta toisaalta he korostavat myös luontoon liittyviä passiivisia vetovoimatekijöitä.

5.4 Yrittäjien ympäristötietoisuus ja -arvot

Kyselyssä Kolin alueen matkailuyrittäjiä pyydettiin ottamaan kantaa ympäristöasioihin liittyviin väittämiin (ks. liite 2). Yrittäjät jakautuvat kahtia sen perusteella, katsotaanko Kolilla olevan ympäristöongelmia (kuva 6). Yrittäjätyypeistä *ympäristömyötäisten* ja *matkailukehittäjien* näkemykset poikkeavat eniten toisistaan. Myös näkemykset matkailuelinkeinon roolista Kolin ympäristöongelmien aiheuttajana vaihtelevat paljon. Enemmän ollaan kuitenkin sitä mieltä, ettei matkailu aiheuta Kolilla ympäristöongelmia. Kolin alueen matkailuyrittäjät ovat melko yksimielisiä siitä, että heidän oma yrityksensä toimii sopusoinnussa Kolin kansallispuiston suojelun kanssa. Haastattelussa ilmeni, etteivät myöskään kansallispuistossa toimivat yritykset mielestään toimi ristiriidassa luonnonsuojelun kanssa. Keskimäärin kyselyyn vastanneiden yrittäjien mielestä Kolin tulisi erottautua muista matkakohteena, jossa kiinnitetään erityistä huomiota ympäristöasioihin. *Ympäristömyötäiset* ovat väittämästä täysin samaa mieltä, kun taas *matkailukehittäjät* ja *realistit* ovat epävarmempia.

Haastattelussa ilmenivät tyyppien väliset erot ympäristötietoisuudessa ja -arvoissa: etenkin käsitys Kolin alueen ympäristöongelmista jäsentää yrittäjien välisiä eroja. *Ympäristömyötäiset* pitävät itseään ympäristötietoisina, ja ympäristöarvot ovat heille henkilökohtaisesti erittäin tärkeitä. Niiden merkitystä korostavat etenkin *suojelijat*:



Kuva 6. Kyselyyn vastanneiden yrittäjien mielipiteet ympäristöväittämistä.

”Erittäin tärkeitä. Siis mie oon aika vakuuttunu siitä, että tulevaisuudessa... kaikki luomu ja ekologinen ajattelu... niin ei, ei oo paljon vaihtoehtoja. Et jos tää nykymeininki meinaa jatkua, niin huonosti käy.”

Kyselyssä *ympäristömyötäiset* yhtä lukuun ottamatta sanoivat olevansa jonkin verran samaa mieltä siitä, että Kolilla alueella on ympäristöongelmia. Haastatteluissa he kertoivat, ettei Kolilla ole heidän mielestään suuria ympäristöongelmia. Yrittäjät kuitenkin tiedostavat ympäristönsuojelun merkityksen ja korostavat kestävien toimintatapojen tärkeyttä. Varsinkin *suojelijoiden* mielestä Kolilla on vielä paljon tekemistä esimerkiksi jätehuollon kehittämisessä. *Ympäristömyötäiset* eivät usko yrityksensä aiheuttavan suuria ympäristöhaittoja, mutta he kuitenkin osasivat sanoa jotakin, mikä toiminnassa voisi olla haitallista. Yrittäjät kokevat vastuuta ympäristön säilyttämisestä; eräs *suojelija* sanoikin jokaisen valistuneen ihmisen tehtäväksi ympäristöasioista huolehtimisen.

Kestävä kehitys ja kestävä matkailu ovat tuttuja käsitteitä *ympäristömyötäisille*, mutta näkemykset niiden sisällöstä ovat yksipuolisia. Pääasiassa vain luonnon suojelemisen tiedostetaan kuuluvan kestävyYTEEN. Ainoastaan yksi yrittäjä toi ilmi taloudelliseen kestävyYTEEN sisältyvän näkökulman toiminnan pitkäaikaisuudesta. Myös vain yksi yrittäjä toi esiin sosio-kulttuurisen näkökulman – kritisoiden sen puutetta yleisessä kestävyysajattelussa. Yksittäiset *ympäristömyötäiset* käsittävät kestäväan matkailuun sisältyvän myös toiminnan pitkänäköisyyden, jatkuvan parantamisen, ennalta määritellyissä kriteereissä pysymisen ja ”pienien tekojen” tekemisen. Myös muissa tutkimuksissa on ilmennyt matkailuyrittäjien heikko tuntemus kestävyuden käsitteestä ja vain ekologisen ulottuvuuden sisällyttäminen siihen (Berry ja Ladkin 1997; Stabler ja Goodall 1997; Donovan ja Mc Elligott 2000).

Myös *matkailukehittäjät* pitävät itseään melko ympäristötietoisina. He pitävät ympäristöarvoja tärkeinä mutta eivät täysin varauksetta. Eräs yrittäjä ei esimerkiksi halua korostaa ympäristöarvoja erillisinä, koska hänen mielestään Kolilla ei ole ympäristöongelmia. *Matkailukehittäjät* ovat melko ehdottomia siitä, ettei Kolilla ole ympäristöongelmia, eivätkä he pidä yritysten ympäristövastuullista toimintaa yhtä tärkeänä kuin *ympäristömyötäiset*. *Matkailukehittäjät* ovat myös varmoja siitä, ettei heidän yrityksensä aiheuta haitallisia vaikutuksia ympäristöön. Yhdelle yrittäjälle kestävä kehitys ja kestävä matkailu ovat kokonaan vieraita käsitteitä, mutta muilla on jonkinlainen näkemys käsitteiden sisällöstä. Etenkin yhden yrittäjän asenteissa on piirteitä Welfordin (1998, s. 16) luokittelun ensimmäisestä tyypistä, jossa ympäristönsuojelun uskotaan olevan ohimenevä vaihe. Matkailuyrittäjä kertoi ympäristönsuojelun merkityksestä Kolilla seuraavasti:

”Se on pikkusen ylikorostunutta ... Tämän päivän muotia on se, että siitä puhutaan paljon ja pietään sitä semmosena asiana, että se on jumalan sana ja laki.”

Realistien ympäristötietoisuus on lähinnä maalaisjärkeä tai luonnon tuntemusta, kuten yrittäjät sanoivat. Yrittäjien ympäristötietoisuus ei ole yhtä korkea kuin *ympäristömyötäisten*. Haastateltavat eivät aina ymmärtäneet kysymyksiä oikein: esimerkiksi ympäristönsuojelu sekoitettiin helposti luonnonsuojeluun (suojelalueiden perustamiseen). *Realistit* eivät myöskään erityisesti korosta ympäristöarvojen tärkeyttä. Heidän mielestään Kolilla ei ole suuria ympäristöongelmia, eivätkä he pidä kestävien toimintatapojen tarvetta yhtä suurena kuin *ympäristömyötäiset*. Toisin kuin *matkailukehittäjät*, *realistit* kuitenkin tiedostavat oman toimintansa aiheuttavan joitakin haittoja, vaikka niitä ei pidetäkään suurina. *Realistit* ovat tietoisia kestävä kehityksen käsitteestä: siihen katsotaan sisältyvän luonnon suojeleminen ja toiminnan pitkäikäisyys. Lisäksi yrittäjät toivat epäsuorasti esiin sosio-kulttuurisen ja taloudellisen kestävyden näkökulmia. Kuitenkin vain yhdelle yrittäjälle kestävä matkailu on ennestään tuttu käsite.

5.5 Ekologisen kestävyden edistäminen

5.5.1 Jätteiden lajittelu

Lieksan kaupungin yleiset jätehuoltomääräykset (1995, 15§–20§) edellyttävät, että kaikkien kiinteistöjen on eroteltava sekajätteestä keräyskelpoinen paperi, lasi ja ongelmajätteet. Muilla kuin asuinkiinteistöillä tulee olla keräysastiat paperin lisäksi pahville. Asuinkiinteistöt voivat viedä paperin yleisiin keräyspisteisiin, kuten Kolin kylälle, tai hankkia oman paperinkeräysastian. Lasinkeräyspisteet sijaitsevat Lieksan keskustassa ja Pankakoskella. Paristot voi toimittaa keräyspisteeseen esimerkiksi Kolin kylälle, ja muut ongelmajätteet viedään ongelmajätteiden vastaanottopisteeseen Riihivaaran kaatopaikalle tai ongelmajätekeräykseen. Kolin kylälle on pitkään suunniteltu jätteiden aluekeräyspistettä, johon sijoitetaan keräilyastiat paperille, pahville, lasille, paristoille sekä mahdollisesti metallipurkeille (Laatikainen 2001).

Kolmea lukuun ottamatta kyselyyn vastanneissa yrityksissä lajitellaan jätteitä. Kyselyn perusteella kaikki matkailuyritykset eivät kuitenkaan noudata jätehuoltomääräyksiä paperin, lasin ja ongelmajätteiden lajittelusta: noin kolme neljäsosaa yrityksistä lajittelee ongelmajätteen, paperin, pahvin, lasin ja elintarvikejätteen (taulukko 6). Selvästi alle puolet matkailuyrityksistä lajittelee metallin, muovin tai muun jätteen.

Eräissä matkailuyrityksissä jätteiden lajittelua vaikeuttaa riippuvaisuus asiakkaiden aktiivisuudesta: esimerkiksi mökinvuokraaja voi tarjota lajittelumahdollisuuden mutta matkailija itse päättää lajittelusta. Toisaalta haastateltavat mainitsivat keskieurooppalaisten ja yleensäkin kaupunkilaisten olevan aktiivisia lajittelijoita. Kyselyn perusteella Kolin alueen matkailuyrittäjät lajittelevat varsin aktiivisesti verrattuna muissa maissa tutkittuihin matkailuyrittäjiin (Stabler ja Goodall 1997, s. 28;

Donovan ja Mc Elligott 2000; Carlsen ym. 2001, s. 291). Suomalaisten on havaittu yleisestikin olevan aktiivisia lajittelijoita saksalaisten ja hollantilaisten ohella (Tanskanen 1997, s. 61–65).

Kyselyyn vastanneiden yritysten lajitteluaktiivisuudessa ei ole suuria eroja toimialoittain, eikä myöskään yrityksen koon (liikevaihto alle tai yli miljoonaa markkaa) havaittu vaikuttavan aktiivisuuteen. Suurin osa yrityksistä lajittelee jätteitä jonkin verran, ja vähintään kuuteen jakeeseen lajittelevia on lähes kolmasosa niin pienistä kuin suurista yrityksistä. Motiivina kestävyysperiaatteiden noudattamiseen yrityksissä saattaa olla se, että ulkomaalaiset asiakkaat, varsinkin keskieurooppalaiset, kiinnittävät erityistä huomiota ympäristöasioiden hoitoon. Yrityksissä, joissa ulkomaalaisten matkailijoiden osuus liikevaihdosta on yli 20 %, havaittiinkin olevan suhteellisesti hieman enemmän vähintään kuuteen jakeeseen jätteet lajittelevia.

Yrittäjätyypeistä aktiivisimpia jätteiden lajittelijoita ovat *ympäristömyötäiset*. He myös pyrkivät useilla keinoilla vähentämään jätteiden määrää, kuten välttämällä kertakäyttöastioiden käyttöä. *Ympäristömyötäiset* näkevät vaivaa lajittelun toteuttamiseksi esimerkiksi kompostoimalla ja kuljettamalla jätteitään Joensuuun asti. Jätteiden keräyspisteiden puuttuminen Kolilta ei estä yrittäjiä lajittelemasta:

”Miun mielest se ei oo ollu este, et sit jos on, missä ite voi varastoida niin varastoi ja sitten viepi ne sinne just kulkiessansa, että se on miusta tekosyy, jos ei sen takia lajittele, kun ei oo keräyspistettä.”

Kaikki *matkailukehittäjät* ja *realistit* lajittelevat jossakin määrin, mutta he eivät näe lajittelun toteuttamiseksi yhtä paljon vaivaa kuin *ympäristömyötäiset*. Lajittelu on heille luontevaa ja taloudellisesti järkevää toi-

Taulukko 6. Jätteiden lajittelu kyselyyn vastanneissa yrityksissä.

Jäte	Yritysten määrä
Ongelmajäte	25
Paperi	24
Pahvi	24
Lasi	24
Elintarvikejäte	22
Metalli	13
Muovi	9
Muu jäte	6

mintaa: esimerkiksi paperi poltetaan ja pullot palautetaan kauppaan. Eräs *realisti* totesi samalla jätemaksujen pienenevän. Myös *matkailukehittäjät* ja *realistit* pyrkivät joillakin keinoilla vähentämään jätteiden määrää.

Tutkimuksen perusteella jätteiden lajittelu on energian säästämisen lisäksi ensimmäisiä askeleita ekologisen kestävyuden edistämiseksi matkailuyrityksissä, vaikka kaikki eivät näytäkään jätehuoltomääräyksiä noudattavan. Yleisesti lajittelua toteutetaan melko aktiivisesti, ja haastateltujen yrityksissä lajittelu alkaa olla normaali toimintatapa. Tanskasen (1997, s. 124–125) mukaan lajittelu ei ole enää vain aktiivien ympäristöstä kiinnostuneiden toimintatapa, vaan se on vakiintunut osin yleiseksi käytännöksi myös muiden joukossa. Valikoivasti kestävyuden periaatteita noudattavat Kolin yrittäjät eivät katso lajittelun lisäävän merkittävästi työtä tai kustannuksia. Tosin osa matkailuyrittäjistä lajittelee muita aktiivisemmin ja tekee enemmän työtä lajittelun toteuttamiseksi.

5.5.2 Energian ja veden säästäminen

Kyselyyn vastanneista matkailuyrityksistä noin puolella (16) on käytössään energiaa säästäviä laitteita. Yleisimmin käytetään energiaa säästäviä valaisimia, mutta yhdessä yrityksessä on myös muita energiaa säästäviä laitteita. Uusiutuvia energianlähteitä käyttää yhdeksän matkailuyritystä. Yksi yritys hyödyntää aurinkoenergiaa, mutta muuten käytössä oleva uusiutuva energianlähde on puu. Luultavasti kaikki puun käyttäjät eivät huomanneet merkitä käyttävänsä uusiutuvia energianlähteitä. Uusiutuvia energianlähteitä käytetään suhteellisesti hieman enemmän pienissä Kolin yrityksissä. Monet pienet matkailuyritykset tarjoavat mökki- tai maatilamajoitusta, joten puuta käytetään esimerkiksi sauna- ja takkapuuna.

Yritysten energiansäästökeinoja ei voi suoraan vertailla, sillä energiankulutus ja mahdollisuudet säästää energiaa ovat hyvin erilaiset esimerkiksi hotellissa ja ohjelmapalveluyrityksessä. Kaikki haastatellut matkailuyrittäjät pyrkivät kuitenkin joillakin keinoilla säästämään energiaa, eikä tyyppien välillä voi havaita suuria eroja. Energiaa säästävien laitteiden käyttämisen lisäksi yrityksissä säästetään energiaa mm. säätelämällä lämmitystä, valaistusta ja ilmastointia tarpeen mukaan sekä ottamalla lämpöä talteen kylmälaitteista ja ilmanvaihdosta. Energiansäästön on havaittu olevan eniten käyttöön otettuja ympäristöä säästäviä toimintatapoja matkailuyrityksissä (Berry ja Ladkin 1997, s. 437; Stabler ja Goodall 1997, s. 28; Donovan ja Mc Elligott 2000).

Energian säästäminen vähentää kustannuksia, mikä selittää matkailuyrittäjien intressin. Kaikki eivät välttämättä täysin tiedosta myönteistä ympäristövaikutusta tai eivät pidä sitä merkityksellisenä. Stablerin ja Goodallin (1997, s. 24) mukaan monet yritysten ympäristöä säästävät

projektit ja toimenpiteet eivät perustukaan erityiseen ympäristöohjelmaan. Ne ovat kustannuksia säästäviä toimenpiteitä, joilla sattuu olemaan myös myönteinen ympäristövaikutus. Eräässä Kolin yrityksessä oli toteutettu tiukka energiansäästöprojekti, minkä ansiosta energiankulutus putosi kymmeniä prosentteja. Matkailukehittäjä kertoi motiiveista seuraavasti:

"No se nyt on väkisin, se on pakon sanelemaa että tietysti sillee. Koska ei sillä oikeestaan muuta, kustannuksia siinä säästetään."

Yli puolet (19) kyselyyn vastanneista matkailuyrityksistä käyttää vettä säästäviä laitteita, kuten wc-istuimia, vesihanoja, suihkuja sekä astian- ja pyykinpesukoneita. Yrityksen liikevaihto tai perustamisvuosi eivät näytä juuri vaikuttavan vettä säästävien laitteiden käyttöön. Yrittäjätyypeistä veden säästämiseen kiinnittävät eniten huomiota *ympäristömyötäiset*; etenkin *suojelijat* korostavat vettä säästävien laitteiden käytön ohella säästäväisiä toimintatapoja. *Matkailukehittäjät* eivät ole hankineet vettä säästäviä laitteita, eivätkä he pidä veden säästämistä yhtä merkityksellisenä kuin muut yrittäjät. Useilla Kolin alueen pienillä matkailuyrityksillä on oma kaivo, minkä vuoksi vedensäästöllä ei ole yhtä suurta taloudellista merkitystä kuin energiansäästöllä. Veden säästämiseen yrittäjiä motivoi kuitenkin myös uhka kaivoveden loppumisesta.

5.5.3 Ympäristöhoito

Vain yksi kyselyyn vastannut matkailuyrittäjä ilmoitti, ettei maisemansuojeluun kiinnitetä yrityksessä erityistä huomiota (taulukko 7). Suurin osa matkailuyrityksistä hoitaa ja kunnostaa pihoja ja istutuksia aktiivisesti sekä pyrkii sovittamaan rakennukset maisemaan. On kuitenkin

Taulukko 7. Maisemansuojelukeinot kyselyyn vastanneissa yrityksissä.

Maisemansuojelukeino	Yritysten määrä
Pihoja ja istutuksia hoidetaan aktiivisesti	20
Rakennukset sovitetaan maisemaan	17
Rakennettu maisemaan soveltuvia rakennelmia	8
Metsiä hoidetaan korostaen maisemanhoitoa	7
Muulla tavoin kiinnitetään huomiota	4
Yrityksellä on maisemanhoitosuunnitelma	3
Ei kiinnitetä erityistä huomiota	1
Ei koske yrityksen toimintaa	4
Ei tietoa	1

muistettava, että yritysten erilaisuudesta johtuen mahdollisuudet huomioida maisemansuojeluun ja ympäristönhoitoon liittyvät näkökohdat ovat hyvin erilaiset.

Haastatteluissa matkailuyrittäjiltä kysyttiin, miten ympäristönhoitoon kiinnitetään yrityksessä huomiota. Ohjelmapalveluyritykset pyrkivät estämään maan kulumista esimerkiksi liikkumalla vain merkityillä reiteillä ja välttämällä herkkiä alueita. Leirintäalueella maan kulumista ehkäistään ohjaamalla matkailijat kulkemaan pääväyliä pitkin. Muutamat matkailuyrittäjät kertoivat pitävänsä yllä maiseman perinnearvoja esimerkiksi laiduntamalla ja hoitamalla niittyjä. Lisäksi Kolin kerrottiin olevan mukana pilottihankkeessa, jossa perustetaan laskettelukeskuksille pohjoismaisen ympäristömerkin kriteerit. Haastatellut matkailuyrittäjät eivät usko maankäyttönsä aiheuttavan suuria haitallisia vaikutuksia, kuten maaston kulumista.

5.5.4 Henkilökunnan ja asiakkaiden ohjaus

Matkailuyritysten henkilökunnalle ja asiakkaille annettava ympäristökoulutus ja -ohjaus koskee pääasiassa ekologisen kestävyuden tekijöitä (esim. jätteiden lajittelua). Lähes puolet kyselyyn vastanneista yrittäjistä antaa henkilökunnalleen ympäristökoulutusta eli ohjeita ympäristöä säästävien toimenpiteiden toteuttamiseksi (taulukko 8). Lähes puolella yrityksistä ei kuitenkaan ole kuin yksi työntekijä tai ei lainkaan perheen ulkopuolisia työntekijöitä, joten kysymyksen ei katsottu koskevan heitä. Kysymyksellä tarkoitettiin nimenomaan yrityksen sisällä annettava opastusta. Kolin alueen matkailuyritysten ympäristökoulutus on pääasiassa suullista opastamista. Vain muutamat yrittäjät antavat kirjallisia ohjeita, opastavat muulla tavoin tai järjestävät koulutustilaisuuksia. Ympäristökoulutuksen laatu on yrityksissä erilaista. Esimerkiksi kirjallinen tai suullinen ohje saattaa jossakin yrityksessä olla vain lajitteluohje, kun taas toisessa yrityksessä siihen voi sisältyä ohjeet ympäristöasioiden huomioimisesta kaikessa toiminnassa. Kaksi *hyödyntävoittelijoihin* kuuluvaa matkailuyritystä antaa ympäristökoulutusta monipuolisin keinoin eli järjestämällä koulutustilaisuuksia, antamalla kirjalliset ohjeet ja opastamalla suullisesti.

Lähes kaikki kyselyn vastaajat ohjaavat yrityksensä asiakkaita ympäristön huomioivaan toimintaan (taulukko 9). Vain neljä matkailuyrittäjää ilmoitti, ettei asiakkaita ohjata lainkaan. Useimmiten asiakkaita ohjataan neuvomalla, jos asiakkaat kysyvät, tai opastamalla suullisesti esimerkiksi asiakkaiden saapuessa. Vain joissakin yrityksissä annetaan kirjalliset ohjeet tai opastetaan muulla tavoin. Ohjauksen laatu vaihtelee matkailuyrityksissä samalla tavoin kuin henkilökunnan koulutuksen.

Taulukko 8. Keinot antaa henkilökunnalle ympäristökoulutusta kyselyyn vastanneissa yrityksissä.

Ympäristökoulutus	Yritysten määrä
Opastetaan suullisesti	13
Annetaan kirjalliset ohjeet	5
Opastetaan muulla tavoin	3
Järjestetään koulutustilaisuuksia	2
Ympäristökoulutusta ei anneta	1
Yrityksessä ei muita työntekijöitä	15
Ei tietoa	1

Taulukko 9. Keinot ohjata asiakkaita ympäristön huomioivaan toimintaan kyselyyn vastanneissa yrityksissä.

Asiakkaiden ohjaus	Yritysten määrä
Neuvotaan kysyttäessä	15
Opastetaan suullisesti	12
Annetaan kirjalliset ohjeet	6
Opastetaan muulla tavoin	3
Asiakkaita ei ohjata	4
Ei tietoa	2

5.6 Sosio-kulttuurisen kestävyuden edistäminen

5.6.1 Paikallistalouden tukeminen

Kolin alueen matkailuyritykset ovat pieniä, sillä ne työllistävät yleensä vain muutaman henkilön. Lähes kaikki kyselyyn vastanneet matkailuyritykset kuitenkin työllistävät Kolin alueen asukkaita. Noin puolet matkailuyritysten työntekijöistä (yrittäjät mukaan lukien) on Kolin alueelta: kyselyyn vastanneissa yrityksissä on 71 työntekijää tutkimusalueelta ja 82 muualta. Luvuissa on huomioitu yritykset, jotka ilmoittivat työntekijöidensä määrän. Kahdeksan yrittäjää ei ilmoittanut työntekijöidensä määrää. Nämä matkailuyritykset ovat pääasiassa pieniä kolilaisia perheyrityksiä, joissa työskentelee yksi tai kaksi henkilöä. Kolilaisten työntekijöiden määrä on siten todellisuudessa edellä mainittua suurempi.

Osa haastatelluista yrittäjistä haluaa työllistää nimenomaan paikallisia ihmisiä. Joidenkin mielestä se on järkevää yrityksen kannalta, kun taas toisten motiivina on hyvinvoinnin luominen alueelle. Muutamat *ympäristömyötäiset* kuitenkin totesivat ammattitaitoisesta paikallisesta työvoimasta olevan puutetta. Kolin suurimmassa matkailuyrityksessä suuri osa työntekijöistä on lähialueelta, sillä paikallisväestöä halutaan tukea:

”Joo, se on yks semmonen arvopohja, että on lähdetty siitä, että kun ollaan ... yritys ja ollaan osa tätä ympäristöä, niin lähtökohta on se, et sen pitää tuoda myös hyvinvointia ympäristöön ja nimenomaan lähiympäristöön.”

Hankintojen tekeminen liittyy sekä sosio-kulttuuriseen että ekologiseen kestävyYTEEN: paikallisten tuotteiden hankkiminen tukee paikallistaloutta, läheltä tehdyt hankinnat vähentävät kuljetusten ympäristövaiku-

tuksia ja lisäksi voidaan valita ympäristön kannalta mahdollisimman haitattomia tuotteita. Kyselyyn vastanneista matkailuyrityksistä neljäsosalle (8) tärkein paikka päivittäistavaraostosten tekemiseen on Kolin kylän vähittäiskauppa ja neljäsosalle tukkuliike Joensuussa. Vain kuusi yritystä ei tee Kolin kyläkaupasta yrityksen hankintoja, mihin ilmeinen syy muutamilla on kaukainen sijainti kylään nähden. Matkailuyritykset tekevät melko vähän päivittäistavarahankintoja suoraan paikallisilta tuottajilta. Kaksikymmentä kyselyyn vastannutta yritystä ei tee hankintoja suoraan paikallisilta tuottajilta eivätkä paikallisilta tehdyt hankinnat ole yhdessäkään yrityksessä tärkeimmällä sijalla.

Yleensäkin paikallisia elintarvikkeita käytetään melko vähän Kolin matkailuyrityksissä: 12:lle kyselyyn vastanneelle yritykselle Kolin alueella tuotettujen elintarvikkeiden osuus on pieni kaikista yrityksen hankkimista elintarvikkeista. Neljässä yrityksessä Kolilla tuotettuja elintarvikkeita on suurin osa ja kahdessa yrityksessä noin puolet. Myös luomutuotteita käytetään vähän Kolin alueen matkailuyrityksissä: vain neljä yritystä käyttää luomutuotteita paljon tai melko paljon. Yli puolet (14) yrityksistä käyttää luomutuotteita vähän, eikä yksi yritys käytä niitä lainkaan. Luomutuotteiden suosion onkin havaittu olevan Suomessa melko laimeaa verrattuna esimerkiksi moniin muihin Euroopan maihin (Tanskanen 1997, s. 65–67).

Hankintojen perusteella yritystyyppit eivät eroa paljon toisistaan. *Ympäristömyötäiset* käyttävät ympäristömerkittyjä tuotteita, mutta muihin tyyppeihin kuuluu myös yrityksiä, joissa niitä ei käytetä. Kuitenkin vain yhdessä haastatteluun osallistuneessa yrityksessä ympäristömerkittyjä tuotteita käytetään paljon. Lähes kaikki yritykset käyttävät luomutuotteita jossakin määrin, jos elintarvikkeita yleensäkin käytetään. Myös paikallisia tai itse tuotettuja tuotteita käytetään, mutta vain muutamalle yritykselle niillä on tärkeä merkitys. Esimerkiksi eräälle *hyödyntavoittelijalle* paikallisuus on yksi perusarvo: yrittäjä kertoi kaikessa pyrittävän paikallisuuteen. Haastatellut pienyrittäjät tekevät hankintoja Kolin kylän vähittäiskaupasta, mutta vain kahdelle yritykselle kyläkaupan hankinnoilla on keskeinen merkitys. *Realisti* pitää kyläkaupassa asioimisen motiivina nimenomaan paikallisen talouden tukemista:

”Kyllähän se meilläkin yleensä on sitten kyläkauppa, mistä ostetaan, että sillä tavalla se markka pyöris tässä omalla kylällä, että ei tulis sitten kauemmas lähettyä.”

Varsinkin *ympäristömyötäiset* toivat haastatteluissa ilmi tarjonnan puutteen paikallisista, ympäristömerkityistä ja luomutuotteista (etenkin tukkuliikkeessä), mikä selittää tuotteiden vähäistä käyttöä. Yksittäiset matkailuyrittäjät huomioivat ympäristönäkökohdat hankintoja tehdessä myös muilla tavoin, esimerkiksi hankkimalla kestäviä ja kotimaisia tuot-

teita, välttämällä ”kovien” pesu- ja puhdistusaineiden käyttöä sekä suosi-
malla kierrätettäviä, luonnossa hajoavia ja luonnonläheisiä materiaaleja.

Kaikkein pienimpiä lukuun ottamatta haastatteluun osallistuneet
matkailuyritykset käyttävät alihankkijoita tai tavarantoimittajia. *Ympä-
ristömyötäiset* ja *realistit* käyttävät nimenomaan paikallisia alihankki-
joita, mikä tukee paikallista elinkeinoelämää. Tosin etenkin *realistien*
yritykset ovat niin pieniä, että niissä käytetään vain yksittäisiä alihank-
kijoita. Suurimmat yritykset käyttävät paljon paikallisia alihankkijoita
ja tavarantoimittajia, mutta paikallisuus käsitetään Kolin aluetta laa-
jemmaksi käsitteeksi (esim. koko Pohjois-Karjala). *Matkailukehittä-
jiin* kuuluu ainoa haastateltu, joka ei tarjonnan puutteen ja toimitusten
epävarmuuden vuoksi käytä juuri lainkaan paikallisia alihankkijoita ja
tavarantoimittajia.

5.6.2 *Matkailun sosiaaliset haitat ja paikallisväestön vaikutusmahdollisuudet*

Haastateltujen mielestä matkailu ei aiheuta suuria haittoja Kolin
alueen asukkaille. Muutama yrittäjä tosin mainitsi joitakin haitallisia
puolia, kuten tungoksen. Matkailun sanottiin olevan paikallisille kes-
keinen elinkeino ja tukevan palvelujen säilymistä. Matkailuelinkeinoa
ja paikallisväestöä ei voikaan Kolilla jyrkästi erottaa toisistaan, sillä
pääasiassa nimenomaan paikalliset ovat matkailuyrittäjiä. Paikallisten
matkailuyritysten uskotaan olevan voimakkaasti sitoutuneita toimin-
taympäristöönsä, kun taas suuria ulkopuolisia toimijoita eivät välttä-
mättä kiinnosta yksittäiset kohteet (Swarbrooke 1999, s. 105). Matkailu
ei ole Kolilla ulkopuolisten toimijoiden hallitsema elinkeino, joka
esimerkiksi taloudellisten hyötyjen sijasta aiheuttaisi vain ekologisia ja
sosiaalisia haittoja asukkaille (ks. Milne 1998, s. 41).

Kestävään matkailuun sisältyy pyrkimys lisätä paikallisten ihmisen
vaikutusmahdollisuuksia. Matkailun haitallisuutta enemmän Kolin
alueen matkailuyrittäjät ovatkin eri mieltä siitä, missä määrin paikallis-
väestöllä, myös matkailuyrittäjillä, on mahdollisuuksia osallistua alueen
kehittämiseen. Kolin kansallispuisto perustettiin kiistoja sisältäneiden
vaiheiden jälkeen; osa paikallisesta väestöstä vastusti voimakkaasti kan-
sallispuiston perustamista. Kaksi *matkailukehittäjää* uskookin paikallis-
väestön osallistumismahdollisuuksien olevan hyvin heikot:

*”Kyllä minä oon sitä mieltä, että 99-prosenttisesti sitä kehitetään
muualta. Pääkallopaikalta sitä kehitetään ... elikkä Unescot ja
muut, nämä kaikki niin... ei tässä tavallisella kuolevaisella oo
mitään sanottavaa muuta kun riidellä vaan. ... Ei niihin pysty
tämmönen yksittäinen ihminen vaikuttamaan ... siihen kehityk-
seen, kyl se muualta päin johdetaan.”*

Yrittäjät ovat myös voimakkaasti eri mieltä paikallisten osallistumismahdollisuuksista:

"Jos siitä nuristaan, se on ihan omassa itessään se vika. Kyllä tääl on mahollisuus toimii, ihan miten, niin paljo kun vaan sielu sietää."

Näkemyks paikallisväestön osallistumismahdollisuuksista jakaa siis haastateltujen matkailuyrittäjien mielipiteet. Kriittisten *matkailukehittäjien* mielestä vaikutusmahdollisuudet ovat heikot, kun taas muut matkailuyrittäjät uskovat, että paikallisilla asukkailla on valtaa vaikuttaa Kolin kehittämiseen. Tosin joidenkin yrittäjien mukaan kaikissa asioissa mahdollisuudet eivät välttämättä ole kovin hyvät. Erään yrittäjän mielestä tilanne on kuitenkin parantunut viime vuosien aikana verrattuna kansallispuiston perustamisen aikaiseen tilanteeseen.

Matkailuyrittäjien näkemys osallistumismahdollisuuksista kytkeytyy voimakkaasti asenteeseen kansallispuistoa kohtaan. Kansallispuiston perustamiskiistojen vuoksi luonnonsuojelu on hyvin arka ja tunteita herättävä aihe Kolilla. Yhtä lukuun ottamatta haastatellut matkailuyrittäjät uskovat kansallispuiston olevan positiivinen asia oman yrityksen toiminnan ja kehittymisen kannalta, vaikka muutama yrittäjä toikin esiin myös kansallispuiston negatiivisia puolia. Erään *matkailukehittäjän* mielestä kansallispuisto on ollut suuri ongelma yrityksen kannalta, sillä esimerkiksi rakentaminen puiston läheisyydessä on vaikeutunut. Yrittäjän mielestä paikallisväestöllä – tai edes kaupungilla ja maakunnalla – ei ole ainakaan ympäristöasioissa vaikuttamismahdollisuuksia.

Matkailun haitallisuutta ja ulkopuolista ohjausta suurempana ongelmana Kolilla matkailuyrittäjät pitävät yleisesti paikallisväestön ristiriitaisia keskinäisiä suhteita. Intressien moninaisuus saattaa vaikuttaa myös paikallisten osallistumismahdollisuuksiin alueen kehittämisessä. Myös paikallisyhteisön ristiriidoissa kansallispuisto on keskeinen tekijä. Puiston perustaminen jakoi asukkaiden mielipiteitä, ja kuten Sankari (1994, s. 51) ennusti, ristiriitoja on edelleen olemassa. Matkailuyrittäjät toivat tutkimuksessa ilmi kolilaisten keskinäiset kiistat, yrittäjien välisen yhteistyön puutteen ja etenkin kateuden. Kiistat kyläläisten välillä saattavat olla melko syvään juurtuneita periaatteellisia ristiriitoja, eikä kansallispuisto ole ainut kiistakysymys Kolilla. Kiistat eivät kuitenkaan jaa jyrkästi kylän väestöä kahtia, vaan osa väestöstä suhtautuu niihin melko neutraalisti.

5.6.3 Paikalliskulttuurin säilyttäminen

Kolin rikasta kulttuuriperinnettä hyödynnetään kaikissa haastatteluun osallistuneissa matkailuyrityksissä. Yhden yrityksen toiminnan perustana on paikalliskulttuuri, ja muutamat yritykset ovat tuotteistaneet

Kolin kulttuuria. Kulttuuria hyödynnetään myös markkinoinnissa. Osassa yrityksistä kerrotaan matkailijoille Kolin kulttuuriperinteestä: tarinoita ja muita juttuja kerrotaan etenkin *realistien* yrityksissä. Yrittäjien juuret ovat Kolilla, joten he tietävät paljon Kolin menneistä tapahtumista. Yrittäjät kertovat mielellään Kolin historiasta matkailijoille, jotka usein haluavat siitä kuulla:

”Minä pystyn kertomaan tätä Kolin historiaa kyllä aika pitkään, ei mulla mee kieli solmuun sen kanssa eikä muistikaan mee ihan vähällä solmuun, vaikka tietenkkin niitä katkoksia saattaa tulla siellä, mutta muistan ja tiedän ja olen lukuun niin paljon ja kuunnellu niin paljon erilaisia perimätietoja ja sun muita tästä Kolin historiikista. Kyllä mie oon sitä koittanu immee itseeni niin valtavasti kuin suinkin.”

Suhde paikalliskulttuurin ja matkailun välillä on kaksisuuntainen. Kulttuuri houkuttelee alueelle matkailijoita, ja matkailijoiden saapuminen tarjoaa motivaatiota ja edellytyksiä säilyttää paikallista kulttuuria. Kolin kulttuuriperinnettä on tuotteistettu melko vähän, mutta esimerkiksi kulttuuriprojekti Sibelius-näytelmiseen on näyttänyt mallia kulttuurimatkailun mahdollisuuksista. Kolille on myös perustettu museo, joka palvelee sekä matkailijoita että paikallisia asukkaita. Saarisen ja Lovénin (2000, s. 144–145) mukaan Kolin historiallisia merkityksiä pyritään löytämään ja hyödyntämään uudelleen, mistä esimerkkinä on kaskeaminen. Yrittäjien tietopohjan ja matkailijoiden kiinnostuksen perusteella Kolilla on edellytyksiä kehittää kulttuurimatkailua ja tulla luonto- ja kulttuurimatkailun mallikohteeksi. Saarisen ja Lovénin mukaan puitteet karjalaisen kulttuurin tuotteistamiseen ovat hyvät. Hyvin hoidettuna kulttuurimatkailu antaa mahdollisuuksia Kolin rikkaan kulttuuriperinteen säilyttämiseen.

5.7 Taloudellisen kestävyuden edistäminen

Kaikki haastatellut matkailuyrittäjät suunnittelevat yrityksensä tulevaisuutta jossakin määrin, ainakin investointien osalta. Tarkkoja usean vuoden numeerisia suunnitelmia ja tavoitteita ei kuitenkaan ole kaikilla. Varsinkin hyvin pienet yritykset, kuten *realistit*, toimivat lyhytnäköisemmin. Pienten matkailuyritysten toimintaan vaikuttavat keskeisesti yrityksen ulkoiset tekijät, kuten laskettelukauden alkamisen ajankohta. Kompulan (2000, s. 90–91) mukaan juuri matkailualalla toimii paljon kokemattomia pienyrittäjiä, jotka suunnittelevat toimintaa korkeintaan kahdeksi vuodeksi eteenpäin.

Muutamaa lukuun ottamatta haastatteluun osallistuneiden Kolin matkailuyritysten taloudellinen toiminta on yrittäjien itsensä mielestä tukevalla pohjalla. Taloudellisesti vakaalla pohjalla toimivat pienyrittäjät korostavat sitä, ettei velkaa ole otettu. Yritykset eivät ole ottaneet suuria riskejä, joten ne toimivat ilman yli-investointien aiheuttamaa rasitetta. Suurempien yritysten edustajat puolestaan kertoivat yrityksensä talouden kasvavan. Taloudellisesti kestävä toimintaa ilmentää myös se, ettei yrittäjillä ole kovin suurimittaisia laajentamissuunnitelmia. Yrittäjät uskovat Kolin matkailun kasvuun, mutta suunnitelmat ovat maltillisia, melko riskittömiä ja usein pääasiassa toiminnan ”terävöittämiseen” liittyviä. Yrityksissä suunnitellaan esimerkiksi majoituskapasiteetin lisäämistä, toimintojen monipuolistamista ja lisärakennelmien tekemistä.

Tutkitut matkailuyritykset eivät tavoittele lyhytaikaista voittoa vaan pitkän aikavälin taloudellisia hyötyjä. Yritystoiminnan pitkänäköisyyttä selittää matkailuyritysten luonne: suuri osa on pieniä, paikallisten omistamia perheyrityksiä. Korkeiden tuotantopanosten käyttäminen ei olisi välttämättä edes mahdollista, ja toisaalta matkailusta tavoitellaan pitkäaikaista elantoa. Carlsenin ym. (2001, s. 282) mukaan kestävä matkailun edistämisen motiiveihin voidaankin lisätä perinnön tai saavutetun omaisuuden säilyttäminen tuleville sukupolville, minkä oletetaan vaikuttavan nimenomaan perheyrityksissä.

5.8 Tulevaisuuden suunnitelmat kestävyuden edistämiseksi

Tutkimuksessa matkailuyrittäjiä pyydettiin kertomaan, miten tulevaisuudessa aiotaan kehittää keinoja yrityksen haitallisten ympäristövaikutusten estämiseksi. Osa kyselyn vastaajista kertoi yrityksensä kehittämistoimenpiteistä, mutta vastausten perusteella yrityksillä ei ole suuria suunnitelmia pohjoismaisen ympäristömerkin hakemista tavoittelevaa yritystä lukuun ottamatta. Viisi matkailuyrittäjää suunnittelee tehostavansa jätteiden lajittelua, ja yksittäiset yrittäjät suunnittelevat esimerkiksi luopuvansa kertakäyttöastioista, panostavansa enemmän luomuun ja paikallisuuteen sekä hankkivansa energiaa säästäviä kodinkoneita laitteita uusittaessa.

Yrittäjätyypeistä *ympäristömyötäisillä* on eniten kehittämissuunnitelmia haitallisten ympäristövaikutusten estämiseksi. Erällä *ympäristömyötäisillä* on konkreettisia suunnitelmia, kun taas osa taas aikoo jatkaa entisellä tavalla ja parantaa toimintaa tarpeen vaatiessa. *Ympäristömyötäiset* ovat halukkaita kehittämään kestävien periaatteiden mukaista toimintaa ja mainitsivat toimenpiteitä, joita yrityksessä olisi mahdollista vielä tehdä. He katsovatkin toiminnan parantamisen olevan aina mah-

dollista. *Ympäristömyötäiset* ovat myös valmiita panostamaan taloudellisesti enemmän ympäristövaikutusten ehkäisemiseen. Eräs *suojelija* on erityisen innokas kehittämään toimintaa:

”Siis mie haluaisin, että sekajätteen määrä kutistuis nyrkin kokoseks palloks enintään päivässä. Että pystyis kaikki servetit ja kaikki nämä tämmöset tekemään kokonaan sillee, et ne pystyis pesemään täällä taikka sitte, että niitä vois kierrättää myös. ... Vielähän tässä paljon sinänsä vois tehdä. Et kun sais luomuks koko tän toiminnan tässä...”

Matkailukehittäjillä ei ole merkittäviä suunnitelmia ympäristövaikutusten estämiseksi yritystoiminnan jatkuessa nykyisessä laajuudessaan. Heillä ei ole suurta halua toiminnan parantamiseen, eikä haastatteluissa tullut ilmi mahdollisesti toteutettavia toimenpiteitä, kuten *ympäristömyötäisten* haastatteluissa. Myöskään *realisteilla* ei ole suuria kehittämissuunnitelmia, eivätkä he ole yhtä innokkaita parantamaan toimintaa kuin *ympäristömyötäiset*. *Realistit* mainitsivat kuitenkin joitakin toimenpiteitä, joita yrityksessä olisi mahdollista toteuttaa.

Haastatellut matkailuyrittäjät suhtautuvat sinänsä positiivisesti opastuksen ja koulutuksen antamiseen, mutta muutamat yrittäjät kertoivat jo tietävänsä ympäristövastuullisen toiminnan periaatteet eivätkä usko erityistä tarvetta koulutukseen olevan. Pohjoiskarjalaisten matkailuyrittäjien innottomuus panostaa kestäväan matkailuun on ilmennyt myös Komppulan (2000, s. 83–84) tutkimuksessa. Komppula selvitti Pohjois-Karjalan matkailuyritysten suhtautumista vuosina 1995–96 laadittuun alueelliseen matkailustrategiaan, jonka yhtenä periaatteena oli kestäväan matkailun kehittäminen. Tutkimuksessa havaittiin, ettei yli puolella matkailuyrityksistä ole aikomusta investoida kestäväan kehityksen tavoitteisiin.

5.9 Ulkoinen toimintaympäristö kestävyuden edistäjänä

Haastateltujen matkailuyrittäjien mielestä ympäristölainsäädäntö ei ohjaa merkittävästi yrityksiä: vain yhden *matkailukehittäjän* mukaan lainsäädäntö rajoittaa paljon toimintaa. Kansallispuiston alueella sijaitsevia ja ohjelmapalveluissa puistoa käyttäviä matkailuyrityksiä ohjaa laki kansallispuistosta sekä kansallispuiston järjestyssääntö. Nämä *ympäristömyötäiset* kuitenkin tiedostavat suojelualan rajoitteet eivätkä pidä niitä ongelmana yrityksen kannalta. Muita matkailuyrittäjien mainitsemia toimintaan vaikuttavia ympäristölakeja ovat jätelaki, maankäyttö- ja rakennuslaki, maastoliikennelaki ja vesilaki. Yksikään yrittäjä ei kuitenkaan tuonut esille, mitä esimerkiksi kunnan jäte-

huoltomääräykset edellyttävät. Matkailuyrittäjät eivät pidä myöskään taloudellisia ohjauskeinoja keskeisinä yritysten ympäristönsuojelun ohjaamisessa: vain jätemaksut mainittiin haastatteluissa. Yritykset eivät ole saaneet tukia ympäristönsuojelun toteuttamiseen, mutta eräs yritys aikoo tulevaisuudessa hakea avustusta maisemointityöhön.

Osa haastatelluista yrittäjistä on saanut opastusta tai koulutusta ympäristövaikutusten estämisestä. Yleensä koulutus ei kuitenkaan ole ollut varsinaista ympäristökoulutusta, vaan ohjeita on saatu muun asian yhteydessä. Innokkaimpia hankkimaan omatoimisesti tietoa ovat *ympäristömyötäiset*, jotka yhtä lukuun ottamatta ovat tutustuneet myös matkailuelinkeinolle annettuihin ympäristöä säästävän matkailun menettelytapaohjeisiin ja kehittämishankkeisiin (esim. YSMEK-hankkeeseen). *Matkailukehittäjien* ja *realistien* omatoiminen tiedonhankinta ympäristöasioista ei ole yhtä aktiivista, eivätkä saadut tiedot aina vaikuta merkittävästi toimintaan. Varsinkin *realistien* tiedonhankinta perustuu pitkälti yleisiin tiedotusvälineisiin. Myös Irlannissa ja Iso-Britanniassa on havaittu, etteivät matkailuyrittäjät hanki aktiivisesti tietoa ympäristönsuojelusta (Stabler ja Goodall 1997, s. 28; Donovan ja Mc Elligott 2000).

Haastatellut yrittäjät eivät kannata tiukkoja ympäristölakeja matkailuyrityksille. Useimmat kuitenkin kertoivat toivovansa lain estävän pahimmat ympäristöhaitat. Myös yrittäjien koulutusta ja taloudellisia ohjauskeinoja (esim. verohelpotuksia) kannatetaan jonkin verran yritysten ympäristönsuojelun toteuttamiseksi. Julkisen sektorin ohjausta enemmän matkailuyrittäjät kuitenkin kannattavat elinkeinon itsesäätelyä. Aktiivisen toiminnan uskotaan lähtevän yrittäjän omasta asenteesta ja motivaatiosta:

”Oon sitä mieltä, että se on kyllä jokaisessa itessään se, se ajatus pittää tulla itteen, että minä nyt halluun näin ja näin tehdä, lajitella, et toiselle jos määät sanoo, et sinun pittää nyt tehdä näin, niin se on täälläkin maalaispitäjässä semmonen asia, että ei sitä kellekään pakkopullaa voi syöttää.”

5.10 Kestävän matkailun edistämisen motiivit ja esteet

5.10.1 Yritysten motiivit

Kyselyssä yrittäjiltä tiedusteltiin, pyrkiikö yritys aktiivisesti estämään haitallisia ympäristövaikutuksia. Matkailuyrittäjät ehkäisevät mielestään ympäristöhaittoja: 22 yrittäjää vastasi ”kyllä”, neljä ”ei” ja seitsemän ”en osaa sanoa”. Yrityksen perustamisvuosi ja ulkomaalaisten matkailijoiden osuus liikevaihdosta eivät näytä vaikuttavan aktiivisuuteen, mutta

suhteellisesti hieman suurempi osa pienistä matkailuyrityksistä ehkäisee aktiivisesti ympäristövaikutuksia. Näkemys Kolin alueen ympäristöongelmista vaikuttanee myös kestävien toimintatapojen käyttöönottoon. Kaikki vastaajat, joiden yrityksissä ympäristöasiat ovat jääneet vähemmälle huomiolle, ovat sitä mieltä, ettei Kolilla ole ympäristöongelmia.

Lomakkeessa vastaajia pyydettiin ilmoittamaan *tärkein* syy haitallisten ympäristövaikutusten estämiseen. Yli puolet ”kyllä” vastanneista valitsi kuitenkin useamman kuin yhden vaihtoehdon, mikä on huomioitava tuloksia tarkastellessa. Suurin osa ilmoitti tärkeimmäksi motiiviksi halun suojella ympäristöä matkailun haitallisilta vaikutuksilta (taulukko 10). Lähes yhtä tärkeitä motiiveja Kolin matkailuyrittäjille olivat yrityksen julkisen kuvan parantuminen, asiakkaiden suosio ja kustannussäästöt.

On huomioitava, että ympäristön suojelua voidaan pitää motiivina useista syistä. Ympäristöä voidaan suojella mm. matkailuelinkeinon toimintaedellytysten säilyttämiseksi, ihmiseen itseensä liittyvien syiden (esim. virkistykseksellisten) tai eettisten syiden (luonnon itseisarvon) vuoksi. Halu suojella ympäristöä matkailun haitallisilta vaikutuksilta esiintyi usein yhdessä muiden motiivien kanssa. Vain neljä vastaajaa – joiden joukossa *suojelijoita* – valitsi sen tärkeimmäksi ja ainoaksi motiiviksi ympäristöhaittojen ehkäisemiseen.

Kyselyn perusteella matkailuyrityksen liikevaihdolla tai ulkomaalaisten matkailijoiden määrällä ei näytä olevan suurta vaikutusta ympäristöhaittojen estämisen motiiveihin. Sen sijaan kansallispuiston perustamisen jälkeen toimintansa aloittaneille yrityksille ympäristön suojelu on suhteellisesti tärkeämpi motiivi kuin ennen vuotta 1991 perustetuille yrityksille. Luonnonsuojelualueen perustaminen on siten saattanut vaikuttaa yrittäjien motiiveihin. Myös näkemys Kolin alueen ympäristöongelmista vaikuttaa haitallisten ympäristövaikutusten estämisen motiiveihin. Motiivit ovat jakautuneet melko tasaisesti eri vaihtoehtoihin niillä vastaajilla, joiden mielestä Kolilla on ympäristöongelmia. Eniten vastauksissa mainittu motiivi on kuitenkin ympäristön suojelu. Ne matkailuyrittäjät, joiden mielestä Kolilla ei ole ympäristöongelmia, pitävät motiiveina lähinnä kustannussäästöjä ja asiakkaiden suosiota. Vain yksi vastaaja on maininnut motiiviksi ympäristön suojelun.

Ympäristömyötäiset ovat jaetavissa kahteen ryhmään kestävyden edistämisen motiivien

Taulukko 10. Kyselyyn vastanneiden yrittäjien motiivit ympäristövaikutusten aktiiviseen estämiseen.

Motiivi	Yritysten määrä
Ympäristön suojelu	14
Julkisen kuvan parantuminen	11
Asiakkaiden suosio	10
Kustannussäästöt	9
Muu syy	1
Ei tietoa	1

perusteella. *Hyödyntavoittelijoiden* aktiivisen ympäristöä säästävän toiminnan motiivina on yrityksen saama hyöty. Yrittäjien mukaan ympäristönsuojelutoimet tuovat kustannussäästöjä ja asiakkaat kiinnittävät huomiota ympäristöasioiden hoitoon. Lisäksi yrittäjät uskovat, että kansallispuistossa tai sen läheisyydessä toimiminen edellyttää ympäristövastuullista toimintaa yrityksen imagon säilyttämiseksi. *Hyödyntavoittelijat* siis tiedostavat ympäristöasioiden merkityksen matkailun markkina-valttina. Yrittäjien mielestä kestävästä toimintatavoista on taloudellista hyötyä, mutta säästöjä käytetään investointeina muihin ympäristövastuullisiin tekoihin. *Suojelijat* puolestaan pitävät tärkeimpänä kestävästä matkailun edistämisen motiivina ympäristön säilymistä eivätkä yrityksen saamaa hyötyä. Yrittäjien mielestä ympäristövastuullisuus on kuitenkin kannattavaa myös yrityksen imagon kannalta, ja varsinkin eurooppalaisten asiakkaiden uskotaan arvostavan ympäristöasioiden hyvää hoitoa. *Suojelijat* ovat *hyödyntavoittelijoita* epävarmempia taloudellisen hyödyn saamisesta, mikä ei silti estä toimimista ympäristön suojelemiseksi.

Hyödyntavoittelijat ovat saaneet kimmokkeen toiminnan kehittämiseen pääasiassa yrityksen ulkoisesta toimintaympäristöstä, eivätkä yrittäjät ole aiemmin olleet erityisen ympäristötietoisia. He uskovat ympäristönsuojelun olevan tärkeää esimerkiksi markkinoiden säilyttämiseksi. Yrittäjät ovat omaksuneet ympäristöasioiden tärkeyden yritystoiminnan kautta, mikä on yrittäjien mukaan vaikuttanut myös heidän henkilökohtaisiin toimintatapoihinsa. Halmen (1997, s. 80) mukaan yritysten ympäristönsuojelussa tapahtuvan muutoksen aiheuttavat yleensä juuri yrityksen ulkopuoliset tekijät. *Suojelijoiden* aktiivinen toiminta on sen sijaan saanut alkunsa yrityksen sisäisestä toimintaympäristöstä eli yrittäjän arvoista ja elämäntavasta. Hyödyn saamisella ei ole ratkaisevaa merkitystä toimimisen kannalta. Eräs *suojelija* kuvailee lajittelun motiiveja seuraavasti:

"Mekin raahataan suurin piirtein metalliromut ja lasit ja kaikki tämmönen Joensuuhun. Siis mie en osaa laittaa niitä tonne jäte-astiaan. Joensuussa asuttiin niin pitkään ja siel oli kierrätykset sillon jo ihan voimissaan, et siellä kun oppi kierrättämään niin ei sitä, en mie laita tuonne."

Matkailukehittäjät ja *realistit* huomioivat kestävyyyden periaatteita valikoivasti eivätkä välttämättä aina tiedosta toimivansa ympäristöä säästävasti. Ympäristövastuullisesta toiminnasta yleisesti tuleva hyöty ei ole heille selvyyttä, kuten *ympäristömyötäisille*. *Matkailukehittäjien* ja *realistien* toimet eivät vaadi suuria investointeja, vaan yritykset toimivat pääasiassa kustannuksia säästävasti. Jossakin määrin tapahtuvaa lajittelua pidetään kuitenkin melko normaalina toimintatapana. *Matkailukehittäjien* ja *realistien* yrityksissä ympäristöasioiden huomiointi ei ole systemaattista, joten ympäristövastuullisuuden motiivit sekä hyödyt

ja haitat eivät ole selkeitä: ne liittyvät pääasiassa yksittäisiin toimintatapoihin. Vain yksi yrittäjä tiedostaa kunnolla kestävyuden merkityksen matkailuvalttina. Ympäristön suojelua ei erityisesti mainita motiiviksi, mutta paikoitellen se tulee haastatteluissa ilmi. Eräs *matkailukehittäjä* on esimerkiksi luopunut voinapeista, sillä pitää niiden pakkausmateriaalia luonnolle haitallisena ongelmajätteenä.

5.10.2 Yritysten esteet

Haastateltujen matkailuyrittäjien mielestä ympäristöä säästävälle toiminnalle on joitakin yrityksen ulkopuolisia esteitä, mutta niitä ei pidetä merkittävänä. Vain ”harkitsijana” pidetty *hyödyntävoittelija* kokee ulkopuolisten tahojen (kiinteistöyhtiöiden ja kunnan) ohjaavan paljon toimintaa. Vuokralaisina toimivat yritykset eivät välttämättä pysty vaikuttamaan mm. laitehankintoihin, mikä voi rajoittaa yrityksen mahdollisuuksia ottaa käyttöön kestäviä toimintatapoja. Muutaman matkailuyrittäjän mielestä kunnallisen jätehuollon heikot lajittelumahdollisuudet rajoittavat lajittelua, kun taas eräät *ympäristömyönteiset* sanovat toiminnan olevan vain omasta aktiivisuudesta riippuvaista. Jonkin verran yrittäjien, myös *suojelijoiden*, ympäristövastuullista toimintaa rajoittavat taloudelliset tekijät. Esimerkiksi luomutuotteet sekä energiaa ja vettä säästävät laitteet mainittiin normaalia kalliimmiksi. Kuten Swarbrooke (1999, s. 109–110) on todennut, kestävä matkailun kehittämisen esteenä voivat olla myös matkailijoiden asenteet. Haastateltavat kertoivat esimerkiksi, etteivät kaikki matkailijat lajittele jätteitään.

Neljän kyselyyn vastanneen yrittäjän mukaan haitallisten ympäristövaikutusten aktiivinen estäminen on jäänyt yrityksessä vähäiselle huomiolle. Yhden vastaajan mielestä ympäristö kestää hyvin yrityksen toimintaa, kun taas kaksi yrittäjää ei pidä toimintaa tarpeellisena, koska yrityksen vaikutus ympäristöön on vähäinen. Eräs vastaaja pitää syynä ajanpuutetta. Haastatteluissa ilmeni tärkeimmäksi syyksi kestävien toimintatapojen valikoivaan käyttöönottoon se, etteivät yrittäjät usko aktiivisempaan toimintaan olevan tarvetta. Yrittäjät toimivat mielestään jo sopusoinnussa ympäristön kanssa. Etenkin *matkailukehittäjät* korostavat sitä, ettei ympäristönsuojeluun tarvitse kiinnittää yrityksessä enempää huomiota. Alueella ei katsota olevan ympäristöongelmia, eikä oman yritystoiminnan uskota rasittavan ympäristöä.

Osa *matkailukehittäjistä* ja *realisteista* ei näe mahdollisuuksia toiminnan kehittämiseksi, mutta aina toiminnan puute ei johdu tiedon puutteesta. Tieto ympäristövaikutuksista ei välttämättä riitä toiminnan parantamiseksi, vaan toiminta on riippuvainen myös muista tekijöistä, kuten ympäristöetiikasta (Mihalic 2001, s. 60). Esimerkiksi eräs *matkailukehittäjä* on tietoinen keinoista ympäristövaikutusten estämiseksi

mutta ei pidä tällä hetkellä tarpeellisena toiminnan parantamista. Dodgen (1997, s. 116–118) mukaan yrityksissä tarvitaan ympäristönsuojelun toteuttamiseksi henkilökunnalta sekä kykyjä että tahtoa. Etenkin *matkailukehittäjiltä* puuttuu enemmän juuri tahtoa sitoutua aktiivisesti ympäristönsuojeluun. Valikoivasti kestävyysperiaatteita noudattavat yrittäjät kiinnittävät huomionsa toiminnan lopputulokseen eli siihen, uskotaanko ympäristöhaittoja aiheutuvan. *Ympäristömyötäisille* ongelmien olemassaolo ei ole merkityksellistä vaan tärkeää on itse tekeminen – ympäristön hyväksi toimiminen:

*”Luontoohan voidaan suojella jokaisen omasta näkökohasta ...
Vaikka sillee, että lähtee hevosella töihin, jos ei muuta keksi,
onhan se paljon ekologisempaa sekin.”*

Halmen (1997, s. 87–90) mukaan on olemassa useita tekijöitä, jotka estävät yrityksen siirtymistä ympäristövastuulliseen yrityskulttuuriin. Organisaation jäsenillä saattaa olla uskomuksia ja oletuksia, jotka estävät organisaatiota edes harkitsemasta ennakoivaa toimintaa. Saateetaan ajatella, että ympäristö on vain kustannustekijä, lain noudattaminen on riittävää tai että ympäristönsuojelu on ohimenevä vaihe. Kognitiiviset tekijät rajoittavat Kolin matkailuyrittäjien aktiivisuutta, ja sama on havaittu myös muualla. Matkailuyrittäjät ovat tyytyväisiä toimintaansa ympäristöasioissa tai uskovat parannuksillaan olevan vain pieni vaikutus (Goodall ja Stabler 1997, s. 296).

Hjalagerin (1996a, s. 51) mukaan Bornholmin saaren matkailuelinkeinon vähäistä ympäristövastuullista toimintaa selittää esimerkiksi se, ettei ympäristöongelmia pidetä keskeisinä ongelmina saarella. Matkailijatkaan eivät näytä erityisesti suosivan ympäristöystävällisimpiä matkailutuotteita vaikka arvostavat luonnonympäristöä (ks. myös Donovan ja Mc Elligott 2000). Kolin yrittäjätkin kertoivat, etteivät matkailijat ole valmiita maksamaan enemmän esimerkiksi luomutuotteista. Niin Bornholmilla kuin Kolilla myös hajanainen elinkeinorakenne on organisoituneen ympäristöä säästävän toiminnan esteenä: yritykset kilpailevat toistensa kanssa yhteistyön tekemisen sijaan (Hjalager 1996a, s. 143). Berry ja Ladkin (1997, s. 438) havaitsivat East Sussexin pieniä matkailuyrityksiä koskevassa tutkimuksessaan, että yrittäjät uskovat toiminnan olevan kestävä, koska yritykset eivät harjoita ympäristöä vahingoittavia aktiviteetteja. Kaikkien pienten ja etenkin matkailualan yritysten uskottiin toimivan kestäväällä tavalla.

Tärkeimmät esteet kestävyysperiaatteiden noudattamiselle East Sussexin matkailuyrityksissä liittyivät julkiseen sektoriin (esim. epäluottamus julkiseen hallintaan) ja toiminnan muuttamisesta aiheutuviin lisäkustannuksiin (Berry ja Ladkin 1997, s. 438). Irlannin hotelleissa tärkeimmäksi esteeksi ympäristöohjelman käyttöönotolle havaittiin

tiedon puute, kun taas kiinnostuksen puute oli vasta viidennellä sijalla (Donovan ja Mc Elligott 2000). Sen sijaan Stablerin ja Goodallin (1997, s. 29) tutkimuksessa tärkeimpinä ympäristöä säästävän toiminnan esteinä ilmeni samoja syitä kuin Kolin matkailualueella: nykyinen toiminta katsottiin riittäväksi tai ympäristönsuojelua ei pidetty merkityksellisenä oman toiminnan kannalta. Haywoodin (1993) mukaan monet matkailuyrittäjät rinnastavat kestävän kehityksen environmentalismiin ja suhtautuvat siihen sen vuoksi kielteisesti. Useat haastatellut Kolin matkailuyrittäjät rinnastivat ympäristönsuojelun luonnonsuojeluun, mikä saattaa osittain selittää kriittisesti luonnonsuojeluun suhtautuvien vähäistä ympäristövastuullista toimintaa.

Tämän tutkimuksen perusteella kannustimet toiminnan parantamiseksi eivät ole kovin merkityksellisiä – etenkin *matkailukehittäjille* – jos yrittäjät mielestään toimivat kestäväällä tavalla eivätkä usko kehittämisen tarpeellisuuteen. Kaksi matkailuyrittäjää kuitenkin mainitsi kannustimiksi kehittämiselimen perustamisen, rakenteiden kuntoon laittamisen sekä ohjeiden ja taloudellisten tukien antamisen. Myös Berryn ja Ladkinin (1997, s. 438) mukaan vaikeutena on vakuuttaa yrittäjät siitä, että parannuksia voidaan tehdä. Kannustimiksi kestävyuden periaatteiden noudattamiseen on havaittu ilmainen neuvonta, kustannussäästöt, taloudelliset ohjaukskeinot (Stabler ja Goodall 1997, s. 29) sekä julkisen sektorin aktiivisempi rooli (Berry ja Ladkin 1997, s. 438). Myös osa Kolin matkailuyrittäjistä toi esiin sen, että julkisen sektorin tulisi panostaa enemmän ympäristönsuojeluun Kolilla esimerkiksi jätehuoltoa parantamalla.

5.11 Yrittäjien luontosuhde

Yrityksen sisäisellä toimintaympäristöllä – esimerkiksi yrittäjän mielipiteillä, arvoilla ja asenteilla sekä yrityksen organisaatiolla – on tärkeä merkitys yrityksen suhteessa kestäväan matkailuun. Etenkin yrittäjien luontosuhde selittää yritysten toimintaa käytännössä. Haastateltujen matkailuyrittäjien puheesta ilmenee selkeitä piirteitä heikon kestävyysasenteesta (Hunter 1997). Varsinkin *realistit* ja *matkailukehittäjät* suhtautuvat ihmiskeskeisesti luontoa kohtaan: ihmisten tarpeita pidetään luonnon itseisarvoa tärkeämpinä. Etenkin *realistien* näkemyksissä korostuu se, että ympäristön tilaa arvioidaan konkreettisten, ihmiselle helposti havaittavissa olevien haittojen perusteella (esim. roskaisuus, haju, melu). Tämä on havaittu myös Bornholmin saarella: heikommin näkyvät ja potentiaaliset uhat saavat vähemmän huomiota osakseen (Hjalager 1996a, s. 51). *Realistit* arvioivat esimerkiksi ympäristöongelmien olemassaoloa Kolilla ympäristön viihtyisyyden perusteella:

"Aika lailla hyvinhän nyt on tuota Kolin aluetta ruvettu siistimään, tienvarsia on istuttaneet ... Ei täällä romukasoja näy niiku jossain tuolla Lieksan puolella ja jossain muuallakin ... Kaikki rötisköt hävitettään, niiku tuolla Lieksassakinhan on jo kiinnittäneet huomiota, et maalipinta jo pittää olla kohtuullinen joissain rakennuksissa ja Kolil on kanssa."

Realistit pitävät siten ympäristöongelmien arvioinnin kriteerinä pääasiassa ympäristön siisteyttä ja esteettistä kauneutta. Yrittäjät myös tiedostavat ympäristön viihtyisyyden merkityksen matkailun kannalta (ks. Stabler 1997, 14). Suoraan paikallisessa ympäristössä näkyvät ongelmat (esim. romukat) ovat helposti havaittavissa, kun taas esimerkiksi hankintoihin liittyvien ympäristöongelmien hahmottaminen vaatii laajempaa tietoa ja tarkastelunäkökulmaa. Myös Berryn ja Ladkinin (1997, s. 438) mukaan matkailuyrittäjillä on rajoittuneesti tietoa toimintansa vaikutuksista ympäristöön. *Realistien* tieto ympäristöongelmista saattaa olla osittain puutteellista, joten ympäristöongelmia jäsennetään ihmisen näkökulmasta. Yrittäjät eivät esimerkiksi välttämättä täysin tiedosta luonnonsuojelun merkitystä. *Realistien* tarkastelunäkökulma keskittyy voimakkaasti omaan elinympäristöön, eikä muualla olevien ympäristöongelmien katsota juuri koskettavan omaa elämää.

"Uutisista tulee näitä tämmösiä valtavia savupilviä tehtaista ja muita, sitten puhutaan otsonikadosta ja kaikesta tämmösestä, niin ne tuntuu hirveen kaukaisilta asioilta. Että täällä on kuitenkin, täällä missä asun, on puhdasta ympärillä, tuntuu et luonto on puhdas ja voi hengittää raikasta ilmaa, niin ei sitä tajuu, kun sitä ei oo kokenu."

Myös *matkailukehittäjät* suhtautuvat luontoon antroposentrisesti ja jäsentävät ympäristöongelmia ihmisen näkökulmasta. Tarkastelunäkökulma keskittyy omaan elinympäristöön ja helposti havaittaviin ympäristöongelmiin. Eräs yrittäjä esimerkiksi pitää laajamittaisen matkailun ainoana mahdollisena haittana Kolilla roskaantumista. Ympäristöongelmien syntymistä ei ymmärretä kokonaisvaltaisesti – tai ongelmista ei välitetä, jos ne eivät kosketa itseä. Kaksi *matkailukehittäjää* toi erityisesti esiin luonnonsuojelun negatiivisia puolia, eivätkä he katso luonnolla juuri olevan itseisarvoa tai edes symbolista arvoa ihmiselle. Suojelua kritisoidaan esimerkiksi matkailuinfrastruktuurin rakentamisen rajoittamisesta, kun taas kansallispuiston positiivisiin vaikutuksiin kuuluu polkuverkoston parantaminen.

"Jos olis tehty kallion sisään se (Ukko-Kolin pysäköintialue) ... niin siin ois tullu parkkipaikka samalla, hissi nousu ylös, ei olis näkyne kun oviaukko. Mutta kun luonnonsuojelu, se on pyhä kallio, sitä ei voinu tehdä. Mut kuinka se ois ollu järkevä ja vielä

luonnonsuojelullisestikin, ei olis ollu näkyvissä mitään hissejä ... Jotenkin mä en ymmärrä sitä luonnonsuojeluu, miksikä tää nyt mennee, jos se kallio sieltä, kun ei se näy ees missään ja se ei loppu se kallio, että se ois sukupuuuttoon kuoleva juttu.”

Pietarisen (1987) luontoasenteista *matkailukehittäjiä* kuvaa parhaiten utilismi, jonka mukaan ihmisellä on rajaton oikeus käyttää hyödykseen raaka-ainevaroina pitämänsä luontoa. *Matkailukehittäjät* eivät silti suhtaudu sinänsä vastustavasti luonnon säilyttämistä kohtaan. He uskovat, että Kolilla toimitaan jo sopusoinnussa ympäristön kanssa vaikka luontoa hyödynnetäänkin. Kortelaisen (1995, s. 69–70) mukaan Kolin kansallispuistokamppailussa matkailuyrittäjien motiivit olivat utilistisia: ne liittyivät selkeimmin taloudellisen voiton tavoitteluun. Täysin utilistisesta ajattelusta puuttuivat Koliin liittyvät ja sen ainutlaatuisuutta korostavat aineettomat merkitykset. Kolilla nähtiin olevan vain matkailurakentamisen kautta hyödynnettävää taloudellista arvoa. Kortelaisen mielestä suojelu on merkinnyt Kolin kehittäjille matkailumahdollisuuksien täysimittaista hyödyntämistä estävää häiriötekijää, joskin jyrkimät näkemykset ovat lieventyneet. Myöskään Saarisen (1996, s. 78–79) mukaan institutionalisoitunut matkailuteollisuus ei ideologisesti poikea paljon muusta teollisuudesta vaan pyrkii tehokkaasti hyödyntämään luontoa.

Kriittisesti luonnonsuojeluun suhtautuvia *matkailukehittäjiä* voidaan verrata paitsi Sankarin (1994, s. 35–39) esittelemiin ”Kolin rakentajiin” myös Järviluoman (1998, s. 180) ”kehittäjiin”. ”Kehittäjä” on havaittu olevan esimerkiksi Kolin ja Urho Kekkosen kansallispuistoissa. He pitävät suojelualueiden käyttörajoituksia kohtuuttomina ja elinkeinotoimintaa haittaavina sekä vaativat puistoviranomaisilta joustavampaa suhtautumista matkailun kehittämiseen. Luonnonsuojelukriittiset *matkailukehittäjät* eivät arvioi suojelun merkitystä esimerkiksi lajien säilymisen kannalta. ”Kolin suojelijat” sen sijaan kiinnittivät 1980-luvulla huomionsa siihen, mitä haittoja laskettelurinteet aiheuttavat läheisen aarnialueen harvinaisille lajeille (Sankari 1994, s. 35–39). ”Kolin suojelijoilla” on siten selkeitä piirteitä vahvan kestävyuden asenteesta (Hunter 1997), ja Pietarisen luontoasenteista heitä kuvaavat paitsi humanismi ja mystismi, myös naturismi (Kortelainen 1995, s. 70).

Valikoivasti kestävyuden periaatteita huomioivat *matkailukehittäjät* ja *realistit* uskovat siis ympäristön olevan hyvässä kunnossa, jos siinä ei näy ihmisen viihtyvyyttä tai maiseman kauneutta häiritseviä tekijöitä. Motiivina ympäristön suojelemiseen eivät välttämättä ole eettiset syyt vaan ihmiseen itsensä liittyvät motiivit, esimerkiksi terveydelliset tai virkistykelliset (ks. Mihalic 2001, s. 59). Eräs *matkailukehittäjä* sanoikin maiseman olleen jopa kauniimpi ennen kansallispuiston perus-

tamista. Melko utilistisen ajattelutavan vuoksi *matkailukehittäjien* ja *realistien* arvot eivät aina kohtaa luonnonsuojelutarvoja:

”Jos luonnon jättää heitteille, niin saa ympäristömerkin mut lapsen jättää heitteille, niin rangastaa.”

Ympäristömyötäisten – varsinkin *suojelijoiden* – luontosuhteessa ilmenee laajempi ja kokonaisvaltaisempi tarkastelunäkökulma. Tarkastelu ei kohdistu vain omaan elinympäristöön tai välittömästi ympäristössä havaittaviin ongelmiin. *Suojelijat* tuovat esiin esimerkiksi Kolin tapahtuvan yksityisautoilun ympäristövaikutukset ja tuotteiden ylipakkaamisen haitat. Matkailuyrittäjinä toimiville *ympäristömyötäisille* luonto on kuitenkin tärkeä toiminnan resurssi, joten heitä ei voi täysin rinnastaa esimerkiksi ”Kolin suojelijoihin” (Sankari 1994, s. 35–39). *Ympäristömyötäisten* luontosuhde on enemmän humanistinen kuin utilistinen, sillä luontoa ei nähdä vain raaka-ainevarastona. Humanismin mukaan ihmisen tulee hyödyntää tekniikkaa, jotta luonto palvelisi paremmin humanismin sivistyksellisiä tavoitteita. Saarisen (1996, s. 76–78) mukaan matkailu/suojelu edustavat (Urho Kekkosen) kansallispuiston perustamisen yhteydessä lähinnä humanistista perusasennetta: tulipaikkojen, autiotupien ym. rakentaminen mahdollistaa lähes kaikkien kansalaisten pääsyn luontoon.

Ympäristömyötäistenkin luontosuhde on siten melko ihmiskeskeinen, mutta yrittäjät pyrkivät minimoimaan toimintansa ympäristöhaitat. Kolin yrittäjätyypeistä juuri *ympäristömyötäiset* ovat lähimpänä vahvan kestävyden asennetta (Hunter 1997). Heillä on muita matkailuyrittäjiä enemmän tietoa ympäristöongelmista, eikä ongelmien tarkastelu ja vastuun kokeminen rajoitu vain Kolin alueeseen ja nykyiseen sukupolveen. Eräs *suojelija* kuvaili ihmisten vastuuta tulevista sukupolvista seuraavasti:

”Täälläkin yks tuttava sano, et onhan täällä noita kivenkoloja, mihin työnnetään roskat. Mie olin aivan, aivan paniikissa. Siis täst ei oo kuule kun neljä vuotta aikaa, kun yks sano näin. Mie oon siis aivan kauhuissani, et seuraavat sukupolvet, niin voi niitä raukkoja, kun ne kääntää joka ikisen kiven ja tonkii kaikki lasin sirpaleet ja kaikki.”

6 Yhteenveto ja johtopäätöksiä

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mikä on matkailuyritysten rooli kestäväen matkailun toimeenpanijoina Kolin matkailualueella. Matkailuyritykset ovat alkaneet vastata kestävyden haasteisiin, mutta kehittämismahdollisuuksia on vielä paljon. Kolin alueella on *ympä-*

ristömyötäisiä yrittäjiä, jotka tietoisesti ja monin keinoin pyrkivät parantamaan yritystoimintansa kestävyyttä. Muissa matkailuyrityksissä ei toimita yhtä systemaattisesti ja tietoisesti, vaan niissä on otettu valikoivasti käyttöön ympäristöä säästäviä toimintatapoja – varsinkin kustannuksia säästäviä. Kolin matkailuyritykset kiinnittävät ensisijaisesti huomionsa ekologiseen kestävyYTEEN; *ympäristömyötäisetkään* eivät juuri erotu muista suhteessa sosio-kulttuurisiin tekijöihin. Haastattelujen matkailuyritysten voidaan katsoa toimivan taloudellisesti kestäväällä tavalla, maltillisesti ja pitkänäköisesti. Vaikka Kolin alueella on *ympäristömyötäisiä* yrityksiä, yrityksissä ei harjoiteta määritelmien mukaista kestävä matkailua, joka sisältäisi koko toiminnan perusteellisen uudelleen ajattelemisen (Borg 1997, s. 51–52). Vanhaa käytäntöä on muutettu ympäristövastuullisemmaksi, mutta erityistä tietoisesti pohdittua kestävä matkailun ideologiaa yrityksillä ei voi katsoa olevan.

Haastatellut matkailuyrittäjät tyypiteltiin *ympäristömyötäisiin*, *realistisiin* ja *matkailukehittäjiin* sen perusteella, mikä on yrittäjien ja heidän yritystensä suhde kestävä matkailuun. Neljäs mahdollinen yrittäjätyyppi Kolilla on *välinpitämättömät*, jotka suhtautuvat ympäristöön utilistisesti eivätkä huomioi lainkaan ympäristönäkökohtia. Matkailu on riippuvainen ympäristön laadusta, ja etenkin Kolin kaltaisessa luontomatkailukohteessa ympäristön tilan merkitys korostuu. Maaseutumatkailu perustuu voimakkaasti ympäristön viihtyvyyteen ja ulkoilmaharrastuksiin, joten yrittäjien voi olettaa olevan erityisen motivoituneita ottamaan käyttöön kestäviä toimintatapoja (Carlsen ym. 2001, s. 281). Onkin vaikea kuvitella Kolilla olevan ROAST-asteikon (Welford 1998, s. 20–22) mukaisia täysin vastustavia suhtautuvia matkailuyrityksiä, jotka ovat tietoisesti valmiita vahingoittamaan ympäristöä yrityksen hyödyn saamiseksi. Mahdollisesti Kolilla on kuitenkin Töpferin (Boström ja Pöysti 1992, s. 53–54) tyypittelyn ”passiivisiin” tai ainakin ”reaktiivisiin” verrattavia yrittäjiä. Kahdessa haastattelussa esimerkiksi mainittiin piittaamattomasta toiminnasta ympäristöä kohtaan, jota matkailuyrityksen tiedettiin alueella harjoittavan. Matkailun riippuvuutta fyysisestä ympäristöstä ei siten ole täysin tiedostettu.

Laadullinen haastatteluaineisto mahdollisti typologian muodostamisen. Kyselyn perusteella voidaan arvioida tyyppien määrällistä vaihtelua tutkimusalueella. Suurin osa Kolin matkailuyrittäjistä kuuluu valikoivasti kestävyuden periaatteita huomioivien *realistien* ja *matkailukehittäjien* tyyppeihin. Keskinäistä jakautumista voisi arvioida selvittämällä syvällisemmin ympäristöasenteita ja -arvoja. Tyypit eivät eroa toisistaan niinkään aktiivisuuden perusteella vaan enemmän juuri arvojen ja asenteiden sekä Kolin matkailun kehittämisnäkemysten perusteella. Koska yrittäjätypologia on muodostettu yksittäisen tapaus-tutkimuksen perusteella, se ei välttämättä ole aivan sellaisenaan sovel-

lettavissa muihin tutkimusalueisiin. *Realisteja* ja *matkailukehittäjiä* ei esimerkiksi ole välttämättä tarpeen erotella; yleistettävyytensä nostamalla tyypit voidaan yhdistää. Luonnonsuojeluun ja matkailun kehittämiseen liittyvät tekijät ovat kuitenkin Kolilla keskeisiä: ne kytkeytyvät yritysten toimintaan ja erottelevat tyyppejä.

Realisteja ja *matkailukehittäjiä* pienempi osa kyselyyn vastanneista Kolin matkailuyrittäjistä kuuluu *ympäristömyötäisten* tyyppiin. *Ympäristömyötäisten* määrää voidaan kyselyn avulla parhaiten arvioida haitallisten ympäristövaikutusten estämisaktiivisuuden ja jätteiden lajitteluaktiivisuuden perusteella. Lajittelu sopii muita kyselyssä selvitettyjä tekijöitä paremmin indikaattoriksi, sillä se koskee kaikkia matkailuyrityksiä, siihen eivät juuri vaikuta taloudelliset motiivit eikä vastauksiin liity tulkinnanvaraisuutta. Myöskään muissa matkailututkimuksissa aktiivisesti ympäristöä suojelevia yrityksiä ei ole havaittu vallitsevaksi tyyppiksi (esim. Stabler ja Goodall 1997, s. 30).

Kyselyn mukaan täysin *välinpitämättömiä* ei ole Kolilla paljon: lähes kaikki matkailuyritykset huomioivat jollakin tavoin ympäristönäkökohtia. Passiivisimpia yrityksiä voi toisaalta olettaa olevan kyselyyn vastaamattomien joukossa. Etenkin *välinpitämättömien* määrää on vaikea arvioida kyselyn perusteella tai edes haastatteluja tekemällä. Ympäristön suojelemista pidetään nykyään sosiaalisena normina, jota kukaan ei tunnusta vastustavansa periaatteellisesti (ks. Silvennoinen ym. 1997, s. 20). Tutkimuksessa oli jossakin määrin havaittavissa, että yrittäjät pyrkivät välittämään positiivisen kuvan yrityksestään ja antamaan sosiaalisesti suotavia vastauksia. Myös muissa samankaltaisissa tutkimuksissa on ilmennyt liioittelua, koska ympäristönsuojelua pidetään oikeana toimintatapana (Carlsen ym. 2001, s. 292; ks. Swarbrooke 1999, s. 106).

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten matkailuyritysten sisäinen ja ulkoinen toimintaympäristö vaikuttavat yritysten toimintaan suhteessa kestäväan matkailuun. Yleisesti ulkoisen toimintaympäristön uskotaan vaikuttavan ratkaisevasti ympäristönäkökohtien huomioimiseen. Halmen (1997, s. 80) mukaan ulkopuolinen paine laukaisee yleensä ympäristövastuullisen toiminnan yrityksissä: se voi johtua lainsäädännöstä, kielteisestä julkisuudesta, asiakkaiden vaatimuksista tai ympäristöuhista. Matkailu kuitenkin mielletään usein toiminnaksi, joka ei aiheuta suuria ympäristöhaittoja verrattuna muihin toimialoihin. Ulkoinen toimintaympäristö ei siten välttämättä aiheuta yhtä suuria paineita matkailuyrityksille kuin vaikkapa teollisuusyrityksille – varsinkin pienessä luontomatkailukohteessa. Kolilla ei ensinnäkään ole suuria ympäristöuhkia, jotka saisivat yrittäjät erityisesti suojelemaan ympäristöä. Pääasiallisesti matkailun yritystoiminta on pienimuotoista, joten yksittäisten yritysten aiheuttamat haitat ovat pieniä eivätkä saa

aikaan negatiivista julkisuutta. Carlsen ym. (2001, s. 295) uskovat, että alueen matkailukehityksen taso ja tyyppi saattavat olla tärkeitä selittäviä tekijöitä ympäristöasenteiden kehittämisessä ja kestävien toimintatapojen omaksumisessa. Voimakkaasti kehittyneillä matkailualueilla voi olla enemmän painostusta kestävään matkailuun. Toisaalta luonnonsuojelualueen olemassaolo on saattanut motivoida Kolin matkailuyrittäjiä, varsinkin *hyödyntävoittelijoita*, noudattamaan kestävyuden periaatteita. *Ympäristömyötäisiä* yrityksiä toimii etenkin kansallispuiston lähialueella, ja yritykset ovat aloittaneet toimintansa puiston perustamisen jälkeen.

Julkisen sektorin säätelyllä ei ole keskeistä merkitystä kestävä matkailun edistämisessä tutkimusalueella. Hallinnollinen ja taloudellinen ympäristöohjaus ovat Suomessa hyvin kehittyneitä, mutta nimenomaan matkailun kestävyteen kohdistuvaa ohjausta on vähemmän. Haastatellut Kolin matkailuyrittäjät eivät kovin hyvin tiedosta julkisen sektorin ohjausta, joskin määräyksiä todennäköisesti silti noudatetaan. Kaikki eivät kuitenkaan noudata jätteiden lajittelumääräyksiä, eivätkä haastatellut ilmaiseet tietävänsä niistä. Synä ei välttämättä ole matkailuyrittäjien välinpitämättömyys, vaan vaikutuksensa saattaa olla myös viranomaisten toiminnalla. Muutamit haastatellut kertoivat tiedotuksen ympäristönsuojelusta olevan heikkoa. Yrittäjät ovat epä tietoisia esimerkiksi jätteiden keräyspisteiden olemassaolosta Kolilla. Julkisella sektorilla saattaa siten olla myös ”jarruttava” vaikutus: yrittäjät voivat olla valmiita suojelemaan ympäristöä aktiivisemmin. Kolin matkailuyrittäjät toivovat kunnalta panostusta esimerkiksi jätehuollon kehittämiseen. *Ympäristömyötäiset* toimivat aktiivisesti ulkoisista tekijöistä riippumatta, mutta muille yrittäjille ulkopuolisella ohjauksella ja toimintaedellytysten järjestämisellä saattaa olla suuri merkitys toimimisen kannalta.

Matkailijat eivät aseta suuria kestävyteen liittyviä vaatimuksia Kolin alueen matkailuyrityksille eivätkä yleisesti ole valmiita maksamaan enemmän esimerkiksi luomutuotteista. Vain *hyödyntävoittelijoille* asiakkailla on ollut keskeinen merkitys koko toiminnan muuttamisessa ympäristövastuullisemmaksi. Yrittäjät uskovat matkailijoiden erityisesti arvostavan ympäristöasioiden hyvää hoitoa. *Realistit ja matkailukehittäjät* kertoivat matkailijoiden haluavan esimerkiksi lajittelumahdollisuuksia, mutta asiakkaiden vaatimukset eivät ole riittävän voimakkaita, jotta kestävyden periaatteita huomioitaisiin systemaattisesti. Tutkimuksen perusteella myöskään menettelytapaohjeiden ja kestävyden tunnusmerkkien merkitys ei ole tärkeä kestävä matkailun edistämisessä. Ohjeisiin perehtyvät pääasiassa vain aiheesta jo kiinnostuneet ja aktiivisesti tietoa hakevat yrittäjät. Kalleutensa vuoksi ympäristömerkit puolestaan kiinnostavat lähinnä vain niitä yrittäjiä, jotka uskovat ympäristöä säästävillä tuotteilla olevan erityistä kysyntää.

Suhdetta kestävään matkailuun eivät juurikaan selitä yrityksen taustatekijät, kuten liikevaihto, toimiala, koko ja perustamisvuosi. Ne eivät vaikuttaneet moniin kyselyssä selvitettyihin tekijöihin eivätkä olleet keskeisiä typologian muodostamisessa. Suuria yrityksiä kuitenkin pidetään soveltuvina ottamaan käyttöön kestäviä toimintatapoja (Weaver ja Oppermann 2000, s. 357–358), mikä havaittiin myös tässä tutkimuksessa. Kolin suurimmalla matkailuyrityksellä on varoja esimerkiksi ympäristövastaavan palkkaamiseen ja laiteinvestointeihin. Pieniltä yrityksiltä puolestaan uskotaan puuttuvan resursseja (Haywood 1993, s. 238). Pienhkö Kolin yrityksen edustaja kertoikin, ettei ympäristömerkin hankkiminen ole taloudellisesti mahdollista. Suuret yritykset eivät kuitenkaan välttämättä panosta ympäristönsuojeluun eivätkä pienet jätä sitä huomiotta. Myöskään yrittäjän taustatekijät, kuten sukupuoli ja ikä, eivät näytä juuri vaikuttavan ympäristöaktiivisuuteen. Muutamia yhteisiä taustatekijöitä on vain *realisteilla* ja heidän yrityksillään. Toisaalta taustoiltaan vastaavia yrittäjiä ja yrityksiä kuuluu muihinkin tyyppeihin.

Suurin osa Kolin matkailuyrityksistä on pieniä, joten toiminta on riippuvaista yrittäjän henkilökohtaisista päätöksistä. Pohjois-Karjalan matkailuyrityksiä tutkinut Komppula (2000, s. 87–90) on havainnut, että pienissä yrityksissä korostuvat yrittäjän henkilökohtaiset piirteet: yrittäjän persoonallisuus, asenteet ja tieto-taito vaikuttavat tavoitteiden muodostamiseen. Ympäristöarvot ovatkin luultavasti yrityksen ydinarvoja, jos ne ovat hyvin tärkeitä yrityksen perustajalle. Perustajan, johtohenkilöstön tai muun henkilökunnan negatiiviset ympäristöarvot sen sijaan vaikuttavat vastakkaisesti yrityksen toimintaan (Dodge 1997, s. 104–107).

Tutkimuksen perusteella yritysten sisäisen toimintaympäristön tekijät ovat varsinkin pienissä yrityksissä tärkeämpiä kestävä matkailua selittäviä tekijöitä kuin ulkoisesta ympäristöstä aiheutuvat paineet tai yrityksen ja yrittäjän taustatekijät. *Hyödyntavoittelijoita* ohjaa ulkoinen toimintaympäristö (asiakkaat) ja yleensäkin hyödyn tavoittelu, mitä esimerkiksi Butler (1998, s. 27–28) pitää tärkeimpänä yritysten kestävä matkailun motiivina. Muiden Kolin alueen matkailuyritysten toimintaa selittävät keskeisesti yrittäjän ympäristöasenteet ja -arvot – varsinkin luontosuhde. Yrittäjän henkilökohtainen ympäristösitoutuminen on tärkeä aktiivisen toiminnan selittäjä. Middletonin ja Hawkinsin (1998, s. 107–109) mukaan ympäristönsuojelun eettiset syyt vaikuttavat vähän etenkin pienissä yrityksissä. Tämän tutkimuksen perusteella on kuitenkin olemassa ympäristöasioihin sitoutuneita pienyrittäjiä, joiden yritystoiminnassa vaikuttavat myös eettiset tekijät. Myös *realistien* ja *matkailukehittäjien* yrityksissä osa toimintatavoista on otettu käyttöön ympäristönsuojelullisten syiden vuoksi, joskin taloudelliset tekijät kannustavat esimerkiksi energiansäästöön. Yritysten motiivit eivät siten liity vain voiton tavoitteluun, kuten usein uskotaan (esim. Bramwell ym. 1996, s. 50–51).

Matkailuyritysten toiminnalla suhteessa kestävään matkailuun voidaan siten katsoa olevan kaksi keskeistä selittävää tekijää: 1) yrityksen saama hyöty, 2) yrittäjän ympäristöarvot ja -asenteet. Matkailuyritykset, kuten *hyödyntävoittelijat*, ottavat kestävä matkailun periaatteet toiminnassaan aktiivisesti huomioon, jos siitä uskotaan olevan yritykselle erityistä hyötyä. Hyöty liittyy pääasiassa ulkoiseen toimintaympäristöön, sillä sitä saadaan esimerkiksi asiakkaiden vaatimukset täyttämällä. Suurin osa haastatelluista Kolin yrittäjistä ei kuitenkaan usko kestävästä matkailusta olevan merkittävää hyötyä tai he eivät ole siitä tietoisia. Kestävästä toimintatavoista seuraavat taloudelliset hyödyt eivät esimerkiksi ole välttämättä kovin suuria pienissä yrityksissä. Jos kestävästä matkailusta ei katsota olevan erityistä hyötyä, matkailuyrittäjät – varsinkin pienyrittäjät – toimivat pitkälti arvojensa ja asenteidensa ohjaamina. *Suojelijoille* ympäristöarvot ovat henkilökohtaisesti erittäin tärkeitä, minkä vuoksi yritystoiminnassa huomioidaan aktiivisesti kestävyiden periaatteita. *Realisteille* ja *matkailukehittäjille* (kuten muillekin yrittäjille) taloudelliset tekijät ovat keskeisiä päätöksenteossa, mutta yrittäjät eivät aina toimi taloudellisesti järkevimmällä tavalla. Ympäristöarvojen ja -asenteiden voidaan siten katsoa vaikuttavan myös heidän toimintaansa. Kestävä matkailua selittävät tekijät voitaneen yleistää koskemaan muitakin pieniä matkailuyrityksiä. Suurissa yrityksissä yrittäjän tai organisaation jäsenen arvot ja asenteet eivät välttämättä ole toinen selittävä tekijä, vaan niissä toimitaan pitkälti liiketalouden periaatteiden mukaan.

Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää Kolin ja muiden matkailualueiden kehittämisessä: *ympäristömyötäiset* ovat hyvänä esimerkkinä matkailuyrittäjille. Koska etenkin pienten yritysten toiminta on riippuvaista yrittäjien arvoista ja asenteista, yrittäjien motivointi kestävä matkailuun ei ole välttämättä helppoa. Lähes kaikki tutkitut matkailuyrittäjät uskovat jo toimivansa sopusoinnussa ympäristön kanssa eivätkä suunnittele merkittäviä parannuksia toimintaan. Yrittäjiä on vaikea saada sitoutuneiksi toiminnan muuttamiseen, jos he eivät usko siitä olevan erityistä hyötyä tai eivät pidä sitä tarpeellisena. Siten tarvitaan myös asenteellisia muutoksia, jotta kestävyiden periaatteet saadaan osaksi kaikkien matkailuyritysten toimintaa. Suurin osa *realisteista* lienee joustavia sopeutujia, jotka yhdessä muiden mukana ovat valmiita kehittämistoimiin. Lyhytnäköisen toimintatavan vuoksi kokemattomilla pienyrittäjillä, kuten *realisteilla*, saattaa kuitenkin olla vaikeuksia sitoutua kestävyiden kehittämisen vaatimaan pitkänäköiseen yhteistyöhön (Komppula 2000, s. 91). Joillakin *matkailukehittäjillä* ja *välinpitämättömillä* saattaa myös olla hyvin utilistinen luontosuhde, minkä vuoksi he voivat olla vaikeammin muutoksiin sopeutuvia.

Kestävä matkailun edistämisessä yrittäjiä saattaisivat kannustaa taloudelliset ohjaukeinat tai yhteinen hanke. Haastatteluissa tuli ilmi,

etteivät yrittäjät aio jäädä yhteisen toiminnan ulkopuolelle. Muilla yrityksillä voi siten olla kannustava merkitys kestävyuden edistämiseksi, jos yritykset sitoutuvat yhteistyöhön eivätkä vain kilpaile toistensa kanssa (ks. Hjalager 1996a, s. 143). Komppulan (2000, s. 91) mukaan juuri paikalliset verkostot ovat välttämättömiä, jotta pienet matkailuyritykset saadaan sitoutuneiksi kestäväan kehitykseen (ks. Hjalager 1996b, s. 212–213). Carlsen ym. (2001, s. 295) puolestaan uskovat, että matkailuyrittäjien motivoimiseksi tarvitaan koulutusta, opaskirjoja, ulkopuolista ohjausta ja taloudellisia kannustimia. Swarbrooken (1999, s. 110–111) mielestä tarvittaisiin enemmän painostusta julkiselta sektorilta tai matkailijoilta, mutta Swarbrooke ei usko ulkoisen painostuksen toteutuvan lähiaikoina. Merkittävä askel eteenpäin kestävässä matkailussa olisi, jos matkailuyrittäjät seuraisivat erään *ympäristömyötäisen* ajattelutapaa:

”Ei kai tää maailma tähän kaadu, mutta niinkun ... ympäristöpäällikkö sano, että kaikki teot, niin isot kuin pienet, on aina tekoja ja niille pitää antaa aina se oikea arvo ja jokainen pienempikin teko, jos se vaikka tuntuis, että ei tää nyt maailmaa muuta, niin ne on kumminkin tekoja eteenpäin.”

Kirjallisuus

- Aronsson, L. 2000. The development of sustainable tourism. Continuum, London and New York. 193 s.
- Berry, S. & Ladkin, A. 1997. Sustainable tourism: a regional perspective. *Tourism Management* 18(7): 433–440.
- Borg, P. 1997. Kestävä kehitys – kestävyys matkailussa? Julkaisussa: Borg, P. & Condit, S. (toim.). *Kestävä matkailu. Kestävän matkailun julkaisuja* 1. s. 34–60.
- 1998. Kestävyuden kriteerit matkailuelinkeinon palveluksessa. Julkaisussa: Saarinen, J. & Järviluoma J. (toim.). *Kestävyys luonnon virkistys- ja matkailukäytössä. Pallas-symposium 1997. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja* 671. s. 6–14.
- Boström, T. & Pöysti, E. 1992. Environmental strategy in the enterprise. *Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja D-161, Helsinki*. 116 s.
- Bramwell, B., Henry, I., Jackson, G. & van der Straaten, J. 1996. A framework for understanding sustainable tourism management. Julkaisussa: Bramwell, B., Henry, I., Jackson, G., Goytia Prat, A., Richards, G. & van der Straaten, J. (toim.). *Sustainable tourism management: principles and practice. Tilburg University Press*. s. 23–71.
- Burns, P.M. & Holden, A. 1997. Alternative and sustainable tourism development – the way forward. Julkaisussa: France, L. (toim.). *The earthscan*

- reader in sustainable tourism. Earthscan Publications Ltd, London. s. 26–28.
- Butler, R. 1998. Sustainable tourism – looking backwards in order to progress? Julkaisussa: Hall, C. M. & Lew, A.A. (toim.). Sustainable tourism: a geographical perspective. Addison Wesley Longman, New York. s. 25–34.
- Butler, R.W. & Boyd, S.W. (toim.) 2000. Tourism and national parks: issues and implications. John Wiley & Sons, Chichester. 342 s.
- Carlsen, J., Getz, D. & Ali-Knight, J. 2001. The environmental attitudes and practices of family businesses in the rural tourism and hospitality sectors. *Journal of Sustainable Tourism* 9(4): 281–297.
- Ceballos-Lascuráin, H. 1996. Tourism, ecotourism, and protected areas. The state of nature-based tourism around the world and the guidelines for its development. IV World Congress on National Parks and Protected Areas. IUCN - The World Conservation Unit, Gland. 301 s.
- Dodge, J. 1997. Reassessing culture and strategy: environmental improvement, structure, leadership and control. Julkaisussa: Welford, R. (toim.). Corporate environmental management 2. Culture and organisations. Earthscan Publications Ltd, London. s. 104–126.
- Donovan, T. & Mc Elligott, B. 2000. Environmental management in the Irish hotel sector – policy and practice. Julkaisussa: Robinson, M., Swarbrooke, J., Evans, N., Long, P. & Sharpley, R. (toim.). Environmental management and pathways to sustainable tourism. Reflections on international tourism. The Centre for Travel and Tourism, Business Education Publishers Ltd, Sunderland. s. 55–79.
- Font, X., Haas, E., Thorpe, K. & Forsyth, L. 2001. Directory of tourism ecolabels. Julkaisussa: Font, X. & Buckley, R.C. (toim.). Tourism ecolabelling. Certification and promotion of sustainable management. CABI Publishing, Oxon and New York. s. 271–348.
- Godfrey, K.B. 1996. Towards sustainability? Tourism in the Republic of Cyprus. Julkaisussa: Harrison, L.C. & Husbands, W. (toim.). Practicing responsible tourism. International case studies in tourism planning, policy and development. Ryerson Polytechnic University, Toronto. John Wiley & Sons, New York. s. 58–77.
- Goodall, B. & Stabler, M.J. 1997. Principles influencing the determination of environmental standards for sustainable tourism. Julkaisussa: Stabler, M.J. (toim.). Tourism and sustainability. Principles to practice. CAB International, Oxon and New York. s. 279–304.
- Halme, M. 1997. Developing an environmental culture through organizational change and learning. Julkaisussa: Welford, R. (toim.). Corporate environmental management 2. Culture and organisations. Earthscan Publications Ltd, London. s. 79–103.
- Haywood, K. M. 1993. Sustainable development for tourism: a commentary with an organizational perspective. Julkaisussa: Nelson, J.G., Butler, R. & Wall, G. (toim.). Tourism and sustainable development: monitoring, planning, managing. Department of Geography Publication Series Number 37, Heritage Resources Centre Joint Publication Number 1, University of Waterloo.

- Hjalager, A-M. 1996a. Environmental regulation of tourism. Strategies and Prospects on three European islands: Bornholm, Mallorca and the Isle of Wight. *Tourism in the Peripheral Areas of Europe* 6. Unit of Tourism Research at Research Center of Bornholm, Bornholm. 161 s.
- 1996b. Tourism and the environment: the innovation connection. *Journal of Sustainable Tourism* 4(4): 201–218.
- Hunter, C. 1997. Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research* 24: 850–867.
- & Green, H. 1995. *Tourism and the environment: a sustainable relationship?* Routledge, London and New York. 212 s.
- Hunter-Jones, P., Hughes, H., Eastwood, I. & Morrison, A. 1997. Practical approaches to sustainability: a Spanish perspective. Julkaisussa: Stabler, M.J. (toim.). *Tourism and sustainability. Principles to practice.* CAB International, Oxon and New York. s. 263–274.
- Indicators for the sustainable management of tourism 1993. Report of the International Working Group on Indicators of Sustainable Tourism to the Environment Committee World Tourism Organization. International Institute for Sustainable Development, Winnipeg. 36 s.
- Järviluoma, J. 1998. Matkailun ja luonnon välisten suhteiden viitekehys. Julkaisussa: Saarinen, J. & Järviluoma, J. (toim.). *Kestävyys luonnon virkistys- ja matkailukäytössä. Pallas-symposium 1997. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja* 671. s. 175–186.
- Kolin–Ahvenisen alueen matkailun toiminnallinen suunnitelma 1992. Julkaisu C 27. Pohjois-Karjalan seutukaavaliitto, Joensuu. 45 s.
- Kolin kansallispuiston ja Koliilta suojeltaviksi hankittujen alueiden runko-suunnitelma 1997. Ympäristöministeriön päätöksellä vahvistettu noudatettavaksi 14.6.1996. Metsäntutkimuslaitos, Tutkimusmetsäpalvelut ja Joensuun tutkimusasema. 19 s.
- Komppula, R. 2000. Planning and managing the nature tourism for sustainability at rural destinations in Finland – some entrepreneurial aspects. Julkaisussa: Lovén, L. (toim.). *Responsible nature tourism. Proceedings of the conference at Koli National Park, Finland 3.–4. February 2000.* Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 792. s. 77–93.
- Kortelainen, J. 1995. Kolin ympäristöristiriidat ja matkailu: kamppailua ympäristön merkityksestä. Julkaisussa: Järviluoma, J., Saarinen, J. & Vasama A. (toim.). ”Jos metsään haluat mennä...”. *Näkökulmia luonnon virkistys- ja matkailukäyttöön.* Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 571. s. 63–72.
- Laatikainen, R. 2001. Ympäristönsuojelusihteeri, Lieksan kaupunki. Puhelinhaastattelu. 7.11.2001.
- Lieksan kaupungin yleiset jätehuoltomääräykset 1995. Lieksan kaupunki, kunallinen asetuskokoelma. 12 s.
- Lovén, L. 2001. Puistonjohtaja. Metsäntutkimuslaitos, Kolin kansallispuisto. Suullinen tiedonanto. 3.12.2001.
- Majoitus- ja ravitsemisalalan ympäristöjärjestelmä 1997. YSMEK2-projekti. MEK E:36. Matkailun edistämiskeskus, Helsinki. 89 s.
- Mathieson, A. & Wall, G. 1982. *Tourism: economic, physical and social impacts.* Longman, London and New York. 208 s.

- McIntyre, G. 1993. Sustainable tourism development: guide for local planners. With the assistance of Arlene Hetherington and Edward Inskeep. A Tourism and the Environment publication. World Tourism Organization, Madrid. 166 s.
- Middleton, V.T.C. 1997. Sustainable tourism: a marketing perspective. Julkaisussa: Stabler, M.J. (toim.). Tourism and sustainability. Principles to practice. CAB International, Oxon and New York. s. 129–142.
- & Hawkins, R. 1998. Sustainable tourism: a marketing perspective. Butterworth-Heinemann, Oxford. 266 s.
- Mihalic, T. 2001. Environmental behaviour implications for tourist destinations and ecolabels. Julkaisussa: Font, X. & Buckley, R.C. (toim.). Tourism ecolabelling. certification and promotion of sustainable management. CABI Publishing, Oxon and New York. s. 57–70.
- Milne, S.S. 1998. Tourism and sustainable development: exploring the global-local nexus. Julkaisussa: Hall, C.M. & Lew, A.A. (toim.). Sustainable tourism: a geographical perspective. Addison Wesley Longman, New York. s. 35–48.
- Mowforth, M. & Munt, I. 1998. Tourism and sustainability: new tourism in the Third World. Routledge, London and New York. 363 s.
- Müller, H. 1997. The thorny path to sustainable tourism development. Julkaisussa: France, L. (toim.). The earthscan reader in sustainable tourism. Earthscan Publications Ltd, London. s. 29–35.
- Peltomäki, M. & Kamppinen, M. 1995. Yritysmailma ja ympäristökysymys. Sykesarja A 7. Turun yliopisto, Satakunnan ympäristöntutkimuskeskus, Pori. 90 s.
- Pietarinen, J. 1987. Ihminen ja metsä: neljä perusasennetta. *Silva Fennica* 21(4): 323–331.
- Poon, A. 1993. Tourism, technology and competitive strategies. CAB International, Oxon. 370 s.
- Ranta, H. 2001. Ympäristölainsäädäntö. Kauppakaari/Talentum Media Oy, Helsinki. 693 s.
- Saarinen, J. 1996. Erämaa – resurssi, itseisarvo vai matkailukokemus? *Alue ja Ympäristö* 25(1): 72–81.
- 1999. Luontomatkailu metsän käyttömuotona. *Metsätieteen aikakauskirja* 1: 94–98.
- 2001. The transformation of a tourist destination. Theory and case studies on the production of local geographies in tourism in Finnish Lapland. *Nordia, Geographical Publications* 30:1. 105 s.
- & Lovén, L. 2000. Sata vuotta nousuun lähdössä. Julkaisussa: Lovén, L. & Rainio, H. (toim.). Kolin perintö: kaskisavusta kansallismaisemaan. Metsäntutkimuslaitos, Geologian tutkimuskeskus. s. 138–145.
- Sankari, E. 1994. Koli kolikoiksi vai kansallismaisuudeksi? Julkaisussa: Lehtinen, A. & Rannikko, P. (toim.). Pasilasta Vuotokselle. Ympäristökamppailujen uusi aalto. *Gaudeamus*. s. 31–54.
- Sharpley, R. 2001. The consumer behaviour context of ecolabelling. Julkaisussa: Font, X. & Buckley, R.C. (toim.). Tourism ecolabelling. Certifica-

- tion and promotion of sustainable management. CABI Publishing, Oxon and New York. s. 41–55.
- Sievänen, T. 1993. Kolin kansallispuiston kävijät. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 465. 56 s.
- Silvennoinen, H., Tahvanainen, L. & Tyrväinen, L. 1997. Matkailu, maaseutu ja ympäristö. Matkailun nykytila ja tulevaisuuden näkymät. Julkaisussa: Borg, P. & Condit, S. (toim.). Kestävä matkailu. Kestävän matkailun julkaisuja 1. s. 13–33.
- Stabler, M.J. 1997. An overview of the sustainable tourism debate and the scope and content of the book. Julkaisussa: Stabler, M.J. (toim.). Tourism and sustainability. Principles to practice. CAB International, Oxon and New York. s. 39–49.
- & Goodall, B. 1997. Environmental awareness, action and performance in the Guernsey hospitality sector. *Tourism Management* 18(1): 19–33.
- Suomi ympäristöä säästäväksi matkailumaaksi 1994. Ympäristökatselmuskokeilun tulokset kymmenessä matkailuyrityksessä ja ehdotukset jatko-toimiksi. MEK E:30. Matkailun edistämiskeskus/YSMEK-ohjausryhmä, Helsinki. 61 s.
- Swarbrooke, J. 1999. Sustainable tourism management. CAB International, Oxon and New York. 371 s.
- Tanskanen, E. 1997. Suomalaiset ja ympäristö kansainvälisestä näkökulmasta. Tutkimuksia 225. Tilastokeskus, Helsinki. 153 s.
- Tribe, J., Font, X., Griffiths, N., Vickery, R. & Yale, K. 2000. Environmental management for rural tourism and recreation. Cassell, London and New York. 214 s.
- Turner, R.K., Pearce, D.W. & Bateman, I. 1994. Environmental economics: an elementary introduction. Harvester Wheatsheaf, London. 328 s.
- UNCED - YK:n Ympäristö- ja kehityskonferenssi 1993. Rio de Janeiro 3.–14.6.1992. Ympäristöministeriö, ulkoasianministeriö, Helsinki. 239 s.
- Vartiainen, P. & Vesajoki, H. 1991. Ekologisen maantieteen haasteista. Julkaisussa: Hakamies, P., Jääskeläinen, V. & Savijärvi, I. (toim.). Saimaalta Kolille. Karjalan tutkimuslaitos 1971–1991. Joensuun yliopisto, Karjalan tutkimuslaitos. s. 169–195.
- Wahab, S. & Pigram, J.J. 1997. Tourism and sustainability. Policy considerations. Julkaisussa: Wahab, S. & Pigram, J.J. (toim.). Tourism, development and growth: the challenge of sustainability. Routledge, London and New York. s. 277–290.
- Weaver, D. & Oppermann, M. 2000. Tourism management. John Wiley & Sons, Brisbane. 468 s.
- Welford, R. 1998. Corporate strategy, competitiveness and the environment. Julkaisussa: Welford, R. (toim.). Corporate environmental management 1. Systems and strategies. Second Edition. Earthscan Publications Ltd, London. s. 13–34.
- Wheeller, B. 1997. Here we go, here we go, here we go eco. Julkaisussa: Stabler, M.J. (toim.). Tourism and sustainability. Principles to practice. CAB International, Oxon and New York. s. 39–49.

- Yhteinen tulevaisuutemme 1988. Ympäristön ja kehityksen maailmankomission raportti. Ulkoasianministeriö, ympäristöministeriö, Helsinki. 347 s.
- Ympäristö- ja energiaverotuksen käyttö Suomessa 2000. Työryhmäraportti. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 3. Valtioneuvoston kanslia, Talousneuvosto. 76 s.
- Ympäristöä säästävän matkailun käsikirja 1995. Matkailun koulutus- ja tutkimuskeskuksen julkaisuja C:8. MKTK, Helsinki. 90 s.

KYSELYLOMAKE

Täyttöohjeet: Vastatkaa jokaiseen yrityksenne toimintaa koskevaan kysymykseen ympyröimällä valitsemanne vastausvaihtoehdon numero tai kirjoittamalla vastaus sille varattuun kohtaan. Kaikissa kysymyksissä tarkoitetaan Kolin alueella saatekirjeen kääntöpuolen kartassa näkyvää aluetta.

1. Yrityksenne nimi: _____

2. Yrityksenne perustamisvuosi: _____

3. Yrityksenne toimiala:

- | | |
|--|---------------------------------|
| 1 majoitus- ja ravitsemistoiminta | 5 liikenne |
| 2 yleisvähittäiskauppa (elintarvike ym.) | 6 virkistys- ja ohjelmapalvelut |
| 3 muu vähittäiskauppa | 7 muu, mikä? _____ |
| 4 korjaamo- ja huoltamatoiminta | _____ |

4. Toimiiko yrityksenne myös Kolin alueen ulkopuolella?

- 1 kyllä 2 ei

5. Mitkä ovat mielestänne Kolin alueen matkailun vetovoimatekijöitä?

- 1 = erittäin tärkeä, 2 = tärkeä, 3 = neutraali (ei tärkeä, ei vähäinen), 4 = vähäinen, 5 = erittäin vähäinen

	erittäin tärkeä	tärkeä	neutraali	vähäinen	erittäin vähäinen
Luonnonmaisema	1	2	3	4	5
Kulttuuri	1	2	3	4	5
Historia ja perinne	1	2	3	4	5
Ohjelmapalvelut	1	2	3	4	5
Iltta- ja huvielämä	1	2	3	4	5
Hyvä liikenteellinen sijainti	1	2	3	4	5
Harrastusmahdollisuudet	1	2	3	4	5
Paikalliset ihmiset	1	2	3	4	5
Majoituspalvelut	1	2	3	4	5
Laskettelu	1	2	3	4	5
Hiljaisuus ja rauha	1	2	3	4	5
Turvallisuus	1	2	3	4	5
Erämaisuus	1	2	3	4	5
Kansallispuisto	1	2	3	4	5
Järviluonto	1	2	3	4	5
Muu, mikä _____	1	2	3	4	5

6. Vastatkaa väittämiin oman mielipiteenne mukaan ympyröimällä numero 1–5.

1 = täysin samaa mieltä, 2 = jonkin verran samaa mieltä, 3 = neutraali mielipide (ei samaa, ei eri mieltä), 4 = jonkin verran eri mieltä, 5 = täysin eri mieltä

	täysin samaa mieltä	jonkin verran samaa mieltä	neutraali	jonkin verran eri mieltä	täysin eri mieltä
Kolin alueella on ympäristöongelmia	1	2	3	4	5
Matkailuelinkeino aiheuttaa ympäristöongelmia Kolin alueella	1	2	3	4	5
Yrityksemme toiminta on sopu-soinnussa Kolin kansallispuiston suojelun kanssa	1	2	3	4	5
Yleisesti Kolin alueen yritykset pyrkivät aktiivisesti ehkäisemään ympäristövaikutuksia	1	2	3	4	5
Kolin alueen tulisi erottautua muista matkailukohteena, jossa ympäristöasioihin kiinnitetään erityistä huomiota	1	2	3	4	5

7. Mikä oli yrityksenne liikevaihto vuonna 2000?

- | | | | |
|---|--------------------|---|----------------------|
| 1 | alle 100 000 mk | 3 | 500 000–1 000 000 mk |
| 2 | 100 000–500 000 mk | 4 | yli 1 000 000 mk |

8. Arvioi osaa prosentteina, kuinka suuri osa liikevaihdostanne kertyy seuraavilta ryhmiltä:

- | | | |
|---|----------------------------------|---------|
| 1 | Kolin ja sen lähialueen asukkaat | _____ % |
| 2 | kotimaanmatkailijat | _____ % |
| 3 | ulkomaalaiset matkailijat | _____ % |

9. Kuinka monta työntekijää (yrittäjät ja palkatut) yrityksessänne oli keskimäärin vuonna 2000? Erotelkaa, kuinka moni heistä oli Kolin alueelta ja kuinka moni Kolin ulkopuolelta.

Kokopäiväiset		Osapäiväiset		Kausityöntekijät	
Koliilta	Muualta	Koliilta	Muualta	Koliilta	Muualta

JÄTEHUOLTO (Jos yrityksenne toimii muuallakin kuin Koliilla, vastatkaa seuraaviin kysymyksiin vain Kolia koskevan toiminnan osalta.)

10. Mitä jätteitä yrityksessänne lajitellaan? Ympyröikää kaikki ne vaihtoehdot, joita lajitellaan.

- | | | | | | |
|---|--------|---|-------------|---|-----------------------|
| 1 | paperi | 4 | muovi | 7 | elintarvikejäte |
| 2 | pahvi | 5 | metalli | 8 | muu jäte, mikä? _____ |
| 3 | lasi | 6 | ongelmajäte | 9 | jätteitä ei lajitella |
- (esim. paristot)

11. Miten yrityksenne jätevesihuolto on hoidettu?

- 1 yritys on liittynyt kunnalliseen verkostoon
 - 2 yritys kuljettaa itse jätevedet puhdistamoon
 - 3 jätevedet imeytetään maahan (imeytyskenttä)
 - 4 jätevedet hoidetaan muulla tavalla, miten?
-

VEDEN- JA ENERGIANKULUTUS (Jos yrityksenne toimii muuallakin kuin Kolilla, vastatkaa seuraaviin kysymyksiin vain Kolia koskevan toiminnan osalta.)

12. Onko yrityksessänne käytössä vettä säästäviä laitteita (esim. wc-istuimia, suihkuja, hanoja, astianpesukoneita)?

1 kyllä 2 ei

13. Jos on, niin mitä laitteita? _____

14. Onko yrityksessänne käytössä energiaa säästäviä laitteita

(esim. valaisimia, kodinkoneita)?

1 kyllä 2 ei

15. Jos on, niin mitä laitteita? _____

16. Käytetäänkö yrityksessänne uusiutuvia energianlähteitä (esim. aurinkopaneleita, ekosähköä)?

1 kyllä 2 ei

17. Jos käytetään, niin mitä energianlähteitä? _____

HANKINNAT (Jos yrityksenne toimii muuallakin kuin Kolilla, vastatkaa seuraaviin kysymyksiin vain Kolia koskevan toiminnan osalta.)

18. Mistä yrityksenne tekee päivittäistavarahankinnat? Merkitkää numerolla 1 se vaihtoehto, josta yrityksenne tekee suurimman osan päivittäistavarahankinnoista; numerolla 2 seuraavaksi tärkein jne. Numeroikaa kaikki ne vaihtoehdot, joista yrityksenne tekee päivittäistavarahankintoja.

_____ Kolin kylän liikkeestä

_____ muista Lieksan, Juuan tai Kontiolahden liikkeistä

_____ suoraan paikallisilta tuottajilta

_____ tukkuliikkeestä, mistä kunnasta? _____

_____ muualta, mistä? _____

19. Kuinka suuri osa yrityksenne hankkimista elintarvikkeista on Kolin alueella (eli saatekirjeen kääntöpuolen kartassa näkyvällä alueella) tuotettuja?

- | | | | |
|---|-------------|---|--|
| 1 | suurin osa | 4 | Kolin alueella tuotettuja elintarvikkeita ei käytetä |
| 2 | noin puolet | 5 | en ole kiinnittänyt huomiota tuotantopaikkaan |
| 3 | pieni osa | | |

20. Kuinka paljon yrityksessänne käytetään luomutuotteita?

- | | | | |
|---|--------------|---|-------------|
| 1 | paljon | 3 | vähän |
| 2 | melko paljon | 4 | ei lainkaan |

21. Kuinka paljon yrityksessänne käytetään kertakäyttötavaroita (esim. kertakäyttöastioita)?

- | | | | |
|---|--------------|---|-------------|
| 1 | paljon | 3 | vähän |
| 2 | melko paljon | 4 | ei lainkaan |

MAANKÄYTTÖ

22. Miten maisemansuojelu huomioidaan yrityksenne toiminnassa? Ympyröikää kaikki käytössä olevat menetelmät. (Jos yrityksenne toimii muuallakin kuin Kolilla, vastatkaa kysymykseen vain Kolia koskevan toiminnan osalta.)

- 1 yritysellämme on maisemanhoitosuunnitelma
- 2 pihoja sekä istutuksia hoidetaan ja kunnostetaan aktiivisesti
- 3 metsiä hoidetaan korostaen maiseman hoitoa ja ympäristönsuojelua
- 4 rakennukset pyritään sovittamaan maisemaan
- 5 on rakennettu maisemaan soveltuvia rakennelmia (esim. perinneaitoja)
- 6 muulla tavoin, miten? _____
- 7 maisemansuojeluun ei kiinnitetä huomiota lainkaan

YRITYKSEN JOHDON TOIMINTA

23. Annetaanko yrityksenne henkilökunnalle ympäristökoulutusta eli ohjeita ympäristöä säästävien toimenpiteiden toteuttamiseksi (esim. jätteiden kierrätys, veden- ja energiansäästötoimet)? Ympyröikää kaikki käytössä olevat menetelmät.

- 1 järjestetään koulutustilaisuuksia
- 2 annetaan kirjalliset ohjeet
- 3 opastetaan suullisesti
- 4 opastetaan muulla tavalla, miten? _____
- 5 ympäristökoulutusta ei anneta lainkaan

24. Ohjataanko yrityksessänne asiakkaita ympäristön huomioivaan toimintaan (esim. kierrätykseen, veden ja energian säästämiseen)? Ympyröikää kaikki käytössä olevat menetelmät.

- 1 annetaan kirjalliset ohjeet
- 2 opastetaan suullisesti esim. kun asiakkaat saapuvat
- 3 neuvotaan, jos asiakkaat kysyvät
- 4 opastetaan muulla tavalla, miten? _____
- 5 asiakkaita ei ohjata ympäristön huomioivaan toimintaan

25. Seurataanko yrityksessänne säännöllisesti seuraavia ympäristövaikutuksia?

Ympyröikää kaikki ne vaihtoehdot, joita seurataan ja selittääkää, miten seuranta tapahtuu.

- 1 vedenkulutusta, miten? _____
- 2 energiankulutusta, miten? _____
- 3 jätteiden määrää, miten? _____
- 4 jäteveden määrää, miten? _____

26. a) Pyrkiikö yrityksenne mielestänne aktiivisesti estämään haitallisia ympäristövaikutuksia?

- 1 kyllä → vastatkaa kysymykseen 26.b) ja jatkakaa kysymyksestä 27 eteenpäin
- 2 ei → vastatkaa kysymykseen 26.c) ja jatkakaa kysymyksestä 27 eteenpäin
- 3 en osaa sanoa → jatkakaa kysymyksestä 27 eteenpäin

26. b) Mikä on mielestänne tärkein syy, miksi yrityksenne pyrkii aktiivisesti estämään haitallisia ympäristövaikutuksia?

- 1 säästetään kustannuksissa
- 2 yrityksen julkinen kuva paranee
- 3 asiakkaat suosivat yrityksiä, joissa ympäristöhaittoja ehkäistään
- 4 halutaan suojella ympäristöä matkailun haitallisilta vaikutuksilta
- 5 muu syy, mikä? _____

26. c) Mikä on mielestänne tärkein syy, miksi haitallisten ympäristövaikutusten aktiivinen estäminen on jäänyt vähäiselle huomiolle yrityksessänne?

- 1 ei pidetä tarpeellisena, koska ympäristö kestää hyvin yrityksemme toimintaa
- 2 ei pidetä tarpeellisena, koska yrityksemme vaikutus ympäristöön on vähäinen
- 3 ympäristönsuojelusta aiheutuvat kustannukset ovat liian korkeat
- 4 ympäristönsuojelusta ei ole hyötyä yritykselle
- 5 Kolin alueen yrittäjät eivät yleensäkään pyri ehkäisemään ympäristövaikutuksia
- 6 ei ole tarpeeksi tietoa ympäristövaikutuksista ja toimenpiteistä niiden ehkäisemiseksi
- 7 ympäristönsuojelu on jäänyt huomioimatta ajanpuutteen vuoksi
- 8 muu syy, mikä? _____

27. Miten yrityksessänne aiotaan tulevaisuudessa kehittää keinoja ympäristövaikutusten estämiseksi? Kiinnostaisiko teitä saada lisätietoja ympäristövaikutusten estämisestä? Millaista tukea esimerkiksi kunnalta toivoisitte ympäristönsuojelun kehittämiseen?

28. Mikäli teillä on kommentoitavaa Kolin alueen matkailusta, Kolin kansallispuistosta tai tästä kyselystä, olkaa hyvä ja kirjoittakaa kommenttinne tähän:

29. Yrityksenne yhteyshenkilönä toimii tutkimuksen jatkovaiheessa:

_____ puh. _____

Kiitos vastauksistanne!

Teemahaastattelurunko**A) Yleistä yrityksestä**

1. Yrityksen harjoittama toiminta
 - yrityshistoria: perustamisvuosi, toimintapaikka
 - asiakasmäärä vuodessa, (yöpymisten määrä)
 - työntekijöiden määrä ja kotipaikkakunnat
 - halu/ mahdollisuudet työllistää paikallisia
 - näkemys Kolista matkailualueena/tuotteena tällä hetkellä
 - Kolin kansallispuiston hyödyntäminen
2. Keskeisimmät ongelmat yrityksen toiminnan ja kehittymisen kannalta
 - luonnonsuojelu

B) Asenteet: suhtautuminen ympäristöasioihin

3. Yrittäjän ympäristötietoisuus (yrittäjän oma arvio)
4. Ympäristöarvojen tärkeys yrittäjälle henkilökohtaisesti
5. Ympäristönsuojelun tarve Kolilla
 - yrityksen aiheuttamat haitalliset vaikutukset luontoon ja kulttuuriin
6. Kestävän kehityksen/matkailun käsittäminen ja käsitys toteuttamiskeinoista

C) Toiminta**Ekologinen kestävyys**

8. Vedenkäyttö
 - vesilähde
 - vettä säästävät toimenpiteet yrityksessä
9. Energiankulutus
 - energianlähde
 - energiaa säästävät toimenpiteet yrityksessä
10. Hankinnat
 - ympäristöystävällisyys tuotteiden ostokriteerinä (esim. luonnonmukaisuus ja terveellisyys, kestävyys ja kierrätettävyys)
 - paikallisuus/ kotimaisuus
11. Jätehuolto
 - toimenpiteet jätteiden määrän vähentämiseksi
12. Maankäyttö ym.
 - ristiriitojen ehkäiseminen luonnonsuojelun kanssa (kansallispuistossa toimivat yritykset)
 - merkittyjen reittien käyttäminen (ohjelmapalvelut)
 - meluvaikutusten estäminen (ohjelmapalvelut)

Sosiaalis-kulttuurinen kestävyys

14. Paikallisen elinkeinoelämän ja kulttuurin tukeminen
 - paikallisten alihankkijoiden ja tavarantoimittajien käyttö
 - Kolin kulttuuriperinteen hyödyntäminen
15. Yrityksen/ Kolin matkailun haitat paikallisille asukkaille; ristiriidat
16. Osallistumisen mahdollisuudet Kolin kehittämiseen

Taloudellinen kestävyys

17. Suunnitelmien pitkänäköisyys
18. Nykyisen toiminnan riittävyys/ kasvun tavoittelu (esim. työllistävyiden lisääminen)
19. Taloudellinen toiminta tukevalla pohjalla
20. Liikevaihto vuonna 2000 ja matkailun osuus siitä (%)

D) Toiminnan puitteet ja motiivit ympäristönsuojeluun

21. Toiminnan puitteet ympäristönsuojelussa
 - toimintaa ohjaava ympäristölainsäädäntö (esim. luvat)
 - toimintaa ohjaavat taloudelliset ohjaukeinot (esim. maksut, tuet, verot)
 - yrityksen saamat ohjeet, opastus ja koulutus/ omatoiminen tiedonhankinta
 - yrityksen ulkopuolelta tulevat esteet ympäristönsuojelun toteuttamiselle
22. Motiivi ympäristövaikutusten aktiiviseen ehkäisemiseen
23. Syy vähäiseen huomioon ympäristöasioita kohtaan
 - motiivit toiminnan muuttamiseksi
24. Ympäristönsuojelusta aiheutuvien hyötyjen ja kustannusten suhde
25. Mielipide yritysten ympäristönsuojelun toteuttamisesta
 - julkisen sektorin (esim. lainsäädännön) tehtävä
 - yksityisen sektorin tehtävä (itsesäättely)

E) Tulevaisuus

26. Tulevaisuuden suunnitelmat ympäristövaikutusten estämiseksi
 - halu sitoutua toiminnan parantamiseen
 - kiinnostus sertifiointeihin ym.
 - halu panostaa taloudellisesti enemmän; kuinka paljon
 - kiinnostus yhteistyöhön muiden kanssa kehittämistyössä
 - kyky sitoutua/ miten muuten osallistuu
 - kiinnostus opastukseen, avustuksiin jne.
27. Koli matkailualueena/tuotteena tulevaisuudessa

Matkailun haitallisista vaikutuksista puhuttaessa ovat nousseet esille erityisesti ekologiset, mutta myös sosiaaliset ja kulttuuriset kysymykset. Eräänä välineenä matkailun haitallisten ja myönteisten vaikutusten tasapainottamiseen kohdealueilla on esitetty kestävän matkailun kehittämistä ja kestävyuden toimintaperiaatteiden huomioimista matkailun yritystoiminnassa. Matkailuyrityksiin on kohdistunut sekä kansainvälisessä että etenkin kotimaisessa kestävän matkailun tutkimuksessa melko vähän tutkimusta, vaikka yritysten roolin kestävän matkailun toimeenpanijoina voidaan nähdä olevan erittäin keskeinen.

Tässä tutkimuksessa tarkastelun kohteena ovat Kolin kansallispuiston ja sen lähialueen matkailuyritykset ja -yrittäjät. Tutkimuksessa selvitetään, miten yrittäjät suhtautuvat kestäväan matkailuun, miten he pyrkivät tekemään toiminnastaan kestäväa ja mitkä tekijät selittävät yritysten toimintaa. Kolin alueen matkailuyritykset ovat alkaneet vastata kestäväan matkailun haasteisiin, mutta kehittämismahdollisuuksia on vielä paljon. Matkailuyrittäjien ympäristöarvojen ja -asenteiden havaittiin olevan varsinkin pienissä yrityksissä keskeisiä selittäviä tekijöitä yritysten suhteessa kestäväan matkailuun.

