

Vaikuttavampaa vastuullisuutta ja vastuullisuusviestintää

Mikkelin matkailufoorumi 7.11.2017

Hanna-Maija Väisänen

Katja Pasanen, Eeva Koivula

Kohti vastuullista matkailua -hanke

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu
South-Eastern Finland University of Applied Sciences
www.xamk.fi



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Etelä-Savo
SAIMAAN
MAAKUNTA



Sisältö

- Mikä on asiakkaille merkityksellinen vastuullisuus matkailussa?
- Voidaanko sen tiedon avulla kehittää matkailuyrityksien vastuullisuutta asiakaslähtöisesti sekä tehdä vaikuttavampaa vastuullisuusviestintää?

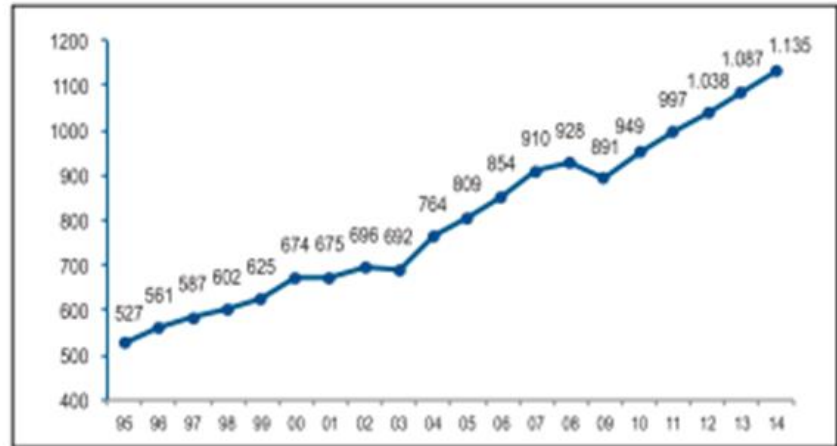
**TRAVEL.
ENJOY.
RESPECT.**
#TRAVEL ENJOY RESPECT

Matkailu toimialana

- Matkailu on yksi laajimmista ja jatkuvasti kasvavista toimialoista maailmassa

World: Inbound Tourism
International Tourist Arrivals

(million)

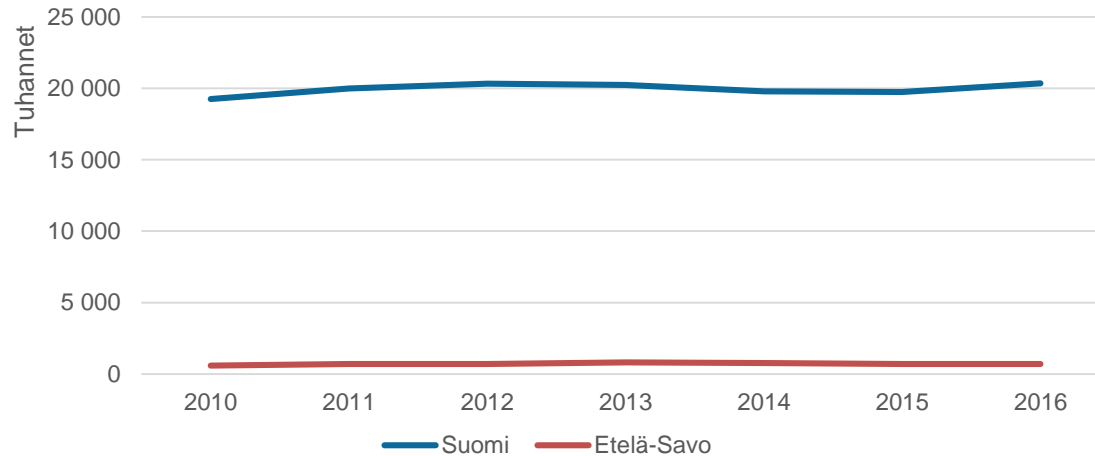


Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

Kansainvälisten matkailijoiden määrä ylitti vuonna 2012 maailmalla miljardin rajan ja kasvu jatkuu. (WTO, 2015)

Matkailu toimialana

Kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden yöpymiset
Suomessa ja Etelä-Savossa



Lähde: Tilastokeskus

Matkailun vastuullisuudella on merkitystä

- Vahva asema globaalissa taloudessa
- Kasvava toimiala
- Matkailussa toimii paljon yrityksiä
- Matkailuun linkittyy useita muita toimialoja
- -> **Matkailulla on ekologisia, kulttuurisia ja sosiaalisia vaikutuksia paikallisella ja globaalilla tasolla**



Kuva: Hanna-Maija Väisänen

Matkailu + Vastuullisuus



- Matkailu on elämyksiä
- Matkailijan tavoite: nautinto, hauskuus, rentoutuminen

Miten vastuullisuus sopii näihin?

Matkailu on elämyksiä



Kuvat: Hanna-Maija Väisänen



”Experience is something different to the daily experience.”

Matkailija + Vastuullisuus



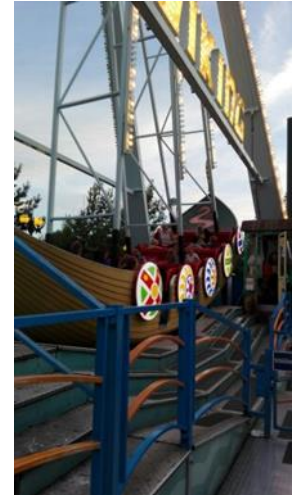
Leena
Lomailija

Olen
lomalla...

Lajittele roskat,
säästä vettä,
sammuta valot, käytä
pyyhkeet uudelleen,
kulje julkisilla
välineillä...

Miten vaikuttavampaa vastuullisuutta asiakasnäkökulmasta?

- Haasteena matkailijan (vähäinen) tietoisuus vastuullisuudesta matkailussa, todellinen suhtautuminen vastuullisuuteen ja vastuullinen käyttäytyminen matkalla.
- TOISAALTA yritys ei voi vastuullisilla toimenpiteillä huonontaa matkailukokemusta.
- Mikä on matkailijalle siis merkityksellinen vastuullisuus? Mihin matkailuyrityksien tulisi kiinnittää erityistä huomiota vastuullisissa teoissaan?



Kuva: Hanna-Majja Väisänen

Miten vaikuttavampaa vastuullisuusviestintää?

- Viestiä ei voi ilman tekoja.
- Kaikki matkailuyrityksen vastuullisuusteot eivät todennäköisesti ole matkailijalle merkityksellisiä positiivisen matkailukokemuksen luomiseksi.
- Mihin matkailuyrityksien tulisi siis kiinnittää huomiota vastuullisuusviestinnässään?

Mitä tehtiin?



Tutkittiin **mikä on asiakkaille merkityksellinen vastuullisuus matkailussa** tarkastelemalla matkailijoiden Tripadvisorissa kirjoittamia arvosteluja.

- Aineisto Tripadvisorista: Tutkimuksessa tarkasteltiin erikseen Etelä-Savon alueen majoitusta, ruoka- ja aktiviteettipalveluja koskevat asiakasarvostelut (suomen, englannin sekä venäjän kieliset).
- Koska matkailu perustuu elämyksiin, tarkasteltiin nimenomaan matkailijoiden kokemuksia ja elämyksiä, jotka liittyivät jollakin tavoin vastuullisuuteen.
- Aineistosta etsittiin matkailijoille merkityksellistä vastuullisuutta -> vastuullisuuteen liittyvät asiat, jotka matkailuja mainitsee arvosteluissa.

Mitä tehtiin?

5 001 arvostelua ja mielipidettä 

-  **Hotellit (13)**
1 620 arvostelua >
-  **Lennot** >
-  **Näe ja koe (105)**
1 338 arvostelua >
-  **Ravintolat (129)**
2 020 arvostelua >

-> 1337 arvostelua, 61 kohdetta

-> 1170 arvostelua, 29 kohdetta

-> 1865 arvostelua

Majoituskohteet: Matkailijoiden kokemuksia vastuullisuudesta

Tuleeko matkailijoiden arvioinneista esille vastuullisuus?

- **Majoituskohteet** -aineisto sisälsi noin 8 % vastuullisuusteemaan luokiteltavia arvosteluja, joista:
 - Eniten (81 %): vastuulliseen ruokailuideologiaan liittyviä kommentteja (esim. lähialueiden ruokaraaka-aineet, paikalliset maataloustuotteet)
 - Jonkin verran (15 %): majoituskohteen kunnostamiseen, uudelleen rakentamiseen sekä entisöintiin liittyviä kommentteja
 - Hyvin vähän (4 %): mainintoja kohteen energiatehokkuudesta (aurinkoenergia), kohteen sertifioidusta ympäristöohjelmasta, muita vastuullisuuteen, esim. ympäristöystävällisyyteen viittaavia kommentteja

”Runsaalla ja maittavalla aamupalalla oli käytetty lähituottajien tuotteita.”

”Tämä B&B löytyy entiseltä varuskunnalta. Rakennus on hyvin vanha, mutta huolellisesti remontoitu.”

Majoituskohteet

- **Näkymät, maisemat**
- **Hiljaisuus**
- **Luontoon liittyvät asiat**
- **Rakennuksen, huoneen hyvä/huono kunto**
- **Paikallisuoka**
- Äännet (jotka useimmiten häiritsivät)
- Yleisiä kestävyteen liittyviä huomioita
- Eriyistarpeiden/-ryhmien huomioinen
- Puhtaus (ilma, vesi, HUOM! tässä otettiin huomioon muu kuin huoneen puhtaus)
- Opasteet
- Hajut (yleensä epämiellyttävät)

Nähtävää & koettavaa: Matkailijoiden kokemuksia vastuullisuudesta

Koettavaa & nähtävää -aineisto

Koostui seuraavan tyyppisistä kohteista

- Kulttuurihistorialliset kohteet 17 kpl (803 arvoselua, 68,6 %)
- Luontokohteet 6 kpl (210 arvoselua, 18 %)
- Muut kohteet 6 kpl (157 arvoselua, 13 %).

Sisälsi noin 17 % vastuullisuusteemaan luokiteltavia arvoselujia.



Kuva: Hanna-Maija Väisänen

Nähtävää ja koettavaa

Vastuullisuus	
Ekologinen vastuullisuus	9,0 %
Ympäristöystävällinen ruoka (lähi- tai luomuruoka)	
Sosiaalinen vastuullisuus	71 %
Saavutettavuus, lapsiperheiden huomioiminen, hlökunnan kielitaito	
Kulttuurinen vastuullisuus	20 %
Rakennusten ja miljööön ylläpito, kädentaidot, tuotteistaminen, aitous	

” Linna on vaikuttava, siisti ja paikat taidolla restauroitu.”

” Näyttelyt on rakennettu mielenkiintoisesti ja museo tekee ainutlaatuista työtä historian tallettamiseksi.”

”Kirkkoon on helppo löytää opasteiden avulla, todella vaikuttava puukirkko, jossa edelleen kynttilävalaistus ja puulämmitys. Hienosti kunnostettu!”

Ruokapaikat: Matkailijoiden kokemuksia vastuullisuudesta

Vastuullisuus	
Ekologinen vastuullisuus	47 %
Ympäristöystävällinen ruoka (lähi- tai luomuruoka, sesonkituotteet, paikallisuus)	
Sosiaalinen vastuullisuus	39 %
Erikoisruokavaliot, allergiat, lapsiperheiden huomioiminen, hlökunnan kielitaito, menut eri kielillä, esteettömyys, lemmikkien huomioiminen	
Kulttuurinen vastuullisuus	14 %
Rakennusten ja miljööön ylläpito, perinteiden jatkaminen	

Ruokapaikat

Tuleeko matkailijoiden arvioinneista esille vastuullisuus?

*”Ihanan paikallinen”
Paikalliset ainekset ja
lämmin tunnelma.
Maukas menu
perustuu Suomen
perinteisiin ruokiin ja
laadulla tehty!”*

*” Herkkuja myös
keliaakikolle!
Lettukahvilasta löytyy
suolaista ja makeaa
varmasti jokaisen
makuun. Ihastuttavan
kahvilan erityisenä
plussana on se, että
lettuja saa myös
gluteenittomana.”*

*”Oli ihana nähdä, kuinka
ravintolaa ja sen ympäristöä oli
remontoitu tyylillä ja taidolla
historiaa unohtamatta.”*

Miten vaikuttavampaa vastuullisuutta asiakasnäkökulmasta?

- Matkailuyrityksen ympäristön, kulttuuriperinnön ja sosiaalisten olojen eteen tehdyt teot ovat tärkeitä.
- Vastuullisen matkailun edistämiseksi olisi hyvä luoda vastuullisuudesta lisäarvoa erityisesti matkailijalle eli asiakkaalle.
- VASTAUS: Yksi tie on luoda lisäarvoa matkailutuotteeseen sisällyttämällä siihen sellaisia vastuullisuusasioita, jotka ovat matkailijalle tärkeitä matkallaan – asiat, jotka ovat osallisena luomassa positiivista matkailukokemusta.

ASIAKASLÄHTÖINEN VASTUULLISUUS

Esimerkiksi

- Majoitus: Osa majoituselämästä ovat maisemat ja näkymät. Yrityksen kannattaisi tuoda esille mitkä ovat ne toimenpiteet, joilla kaunis ja puhdas luontomaisema säilytetään.
- Nähtävää ja koettavaa: Matkailija arvostaa kun paikat on pidetty kunnossa.
- Ruokapaikat: Itse ruoka on keskiössä elämyksessä. Paikallisuus, luomu, sesonginmukaisuus, perinteet antavat lisäarvoa ja ovat samalla vastuullisia.

Miten vaikuttavampaa vastuullisuusviestintää?

- **Nosta esille vastuullisia asioita, jotka tiedät olevan tärkeitä matkailijalle.**
- Viestissä tulee käydä ilmi, kuinka asiakas hyötyy vastuullisuudesta.
- Kerro asiakkaille, että sinun yrityksesi vastuulliset toimet lisäävät tuotteen laatua ja **antaa heille paremman matkustuskokemuksen**: hemmottelua (suomalaisen saunakulttuurin ansiosta), ainutlaatuisen kokemuksen erilaisessa ympäristössä (koska sisustuksessa käytetty paikallisia tuotteita), puhtaan luonnon (koska yrityksesi kierrättää, käyttää vähemmän energiaa ja vettä), hiljaisemman huoneen (koska eristetty paremmin ja lämpiää maalämmöllä), maukkaamman ja terveellisemmän ruokalistan (koska ruoka tulee paikallisilta luomutuottajilta).

Vinkkejä vaikuttavampaan vastuullisuusviestintään

- Viestin tulisi korostaa elämystä
 - Kerro mistä kaikesta asiakas voi nauttia yrityksessäsi
 - ”Saavu bussilla, jotta voi paremmin nauttia maisemista”
 - Hyödynnä asiakkaiden omia kokemuksia yrityksessäsi: ”Vähensin hiilijalanjälkeäni istuttamalla oman puun”
- Viestin tulee olla tunteisiin vetoava
 - Käytä sanoja, jotka vetoavat tunteisiin
 - Vakuuta asiakkaasi empatiakyvylläsi: vakuuta, että hän tekee oikean valinnan valitsemalla yrityksesi -> välität ympäristöstäsi ja asiakkaistasi
 - Luo henkilökohtainen yhteys

Kiitos!

Hanna-Maija Väisänen, Helsingin yliopisto,
Ruralia-instituutti, 044-3001216
hanna.maija.vaisanen@helsinki.fi



Lisätietoja

- Eeva Koivula, projektipäällikkö, Xamk
eeva.koivula@xamk.fi
- Katja Pasanen, asiantuntija, Itä-Suomen yliopisto,
Matkailualan opetus- ja tutkimuskeskus
katja.pasanen@uef.fi
- Hanna-Maija Väisänen, Helsingin yliopisto,
Ruralia-instituutti,
hanna.maija.vaisanen@helsinki.fi
- Riina Tuominen, asiantuntija, Xamk
riina.tuominen@xamk.fi

Hankkeen nettisivut: www.xamk.fi/vastuullinenmatkailu