



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Johtaminen ja organisointi	Päivämäärä	4.7.2006
Tekijä(t)	Markku Rapo	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	111
Otsikko	Yhteiskuntavastuu matkailualalla. Selvitys suomalaisten matkailualan toimijoiden näkemyksistä ja asenteista yritysten yhteiskuntavastuuta kohtaan.		
Ohjaaja(t)	KTT Tomi Kallio		

Tiivistelmä

Matkailu on globaalisti hyvin merkittävä toimiala, jonka vaikutukset niin ympäristöön kuin kulttuuriinkin ovat moninaiset. Nämä vaikutukset voivat olla sekä positiivisia että negatiivisia. Vilkkaimmissa turistikohteissa matkailu on usein johtanut erilaisiin kulttuurisiin, sosiaalisiin ja ympäristöongelmiin. Vaikka Suomesta ei tuskin koskaan tule massamatkailukohdetta, niin matkailu on siitä huolimatta jo nyt kansantaloudellisesti merkittävä toimiala Suomelle. Matkailu on hyvin riippuvainen lähiympäristönsä hyvinvoinnista. Tämän vuoksi matkailualan yritysten tulisi tiedostaa oma vastuunsa alueen taloudellisesta, sosiaalisesta ja ympäristön hyvinvoinnista. Kestävemmän matkailun lisäksi yritykset hyötyvät itse yhteiskuntavastuullisesta yritystoiminnasta muun muassa paremman riskien hallinnan ja maineen muodossa.

Tämä tutkimus tehtiin toimeksiantona Efeko Oy:lle. Tutkimuksen tarkoituksena oli saada tietoa matkailualan yritysten yhteiskuntavastuusta mahdollisen yhteiskuntavastuun kehityshankkeen suunnittelua varten. Päättökysongelmana oli selvittää suomalaisten matkailualan toimijoiden näkemyksiä ja asenteita yritysten yhteiskuntavastuuta kohtaan. Ensimmäisenä osaongelmana oli selvittää yleisellä tasolla matkailualan toimijoiden ymmärrys käsitteestä yritysten yhteiskuntavastuu. Toisena osaongelmana oli tutkia, millä tavoin yhteiskuntavastuullisuus näkyy yritysten toiminnassa. Kolmantena osaongelmana oli löytää tapoja, joilla yhteiskuntavastuun kehittäminen olisi yrityksille luonnollisinta. Tutkimus on kvantitatiivinen. Tutkimuksen perusjoukko muodostui tunnetuimpien hiihtokeskuspaikkakuntien matkailualan yrityksistä. Tutkimuksessa suoritettiin kokonaisotanta. Perusjoukko muodostui 504 yrityksestä ja tutkimuksen vastausprosentti oli 20 prosenttia. Aineiston analyysi perustui keskiarvomuuttujiin, ristiintaulukointiin ja sisällön erittelyyn.

Tutkimustulosten perusteella vastaajat kokevat ymmärtävänsä vastuullisen yritystoiminnan käsitteen ja katsovat siihen kuuluvan tutkimuksessa käytetyn yhteiskuntavastuun määritelmän mukaisia asioita. Käsitteen kokonaisvaltainen hahmottaminen on kuitenkin vastaajille vaikeampaa. Yhteiskuntavastuu on lähes kaikilla yrityksillä tiedostettu osa liiketoimintaa ja suurella osalla yrityksistä se on myös osa liiketoimintastrategiaa. Yritysten yhteiskuntavastuullisuus ilmenee monin eri tavoin niiden toiminnassa. Yli 70 prosenttia vastaajista uskoo yhteiskuntavastuullisuuden merkityksen lisääntyvän matkailualalla tulevaisuudessa, mutta kuitenkin alle 50 prosenttia yrityksistä aikoo kehittää yhteiskuntavastuullisuuttaan tulevaisuudessa. Vain harva yritys aikoo myöskään raportoida yhteiskuntavastuustaan lähitulevaisuudessa. Luonnollisinta kehittäminen olisi yhdessä alueen muiden yritysten ja kunnan kanssa. Yhteiskuntavastuullisuuden omaksumista hidastavana tekijänä koettiin resurssien ja yhteiskunnallisen tuen puute. Motivoivina tekijöinä koettiin eettisyys ja parempi asiakasuskollisuus.

Asiasanat	yhteiskuntavastuu, matkailuala
Muita tietoja	