



ÜLEMINEK KESTLIKULE
TURISMILE EESTI
TURISMISEKTORIS:
HETKEOLUKORD, EELDUSED,
MÕJU NING INVESTEERINGU-
JA TOETUSVAJADUSED

2023

HΛΛP
Consulting

Uuring valmis 2023. aastal Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse ja Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi tellimusel ja rahastusel.

Uuringu viis läbi Haap Consulting OÜ riigihanke viitenumberiga 252613 „Rohepöörde hetkeolukord, eeldused, mõju ja investeringu- ning toetusvajadused turismisektorile 2022” raames.

Uuringu autorid:

Karl Haljasmets

Ly Lõhmus

Age Toomla

Marleen Pedjasaar

Ekspertidena andsid uuringusse panuse Helen Sooväli-Sepping, Tiina Viin, Marika Kose ja Tarmo Pilving ning praktikandina aitas materjale koondada Elisabet Raig.

Küsitluse andmed kogus Norstat Eesti AS.

Fookusgrupi intervjuud tegi ja soovitusi aitas koostada Sustinere OÜ. Täname: Marko Siller, Markus Kivimägi ja Simone Sui.

Uuringu tegijad tänavad Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse turismiosakonda ja eelkõige Imbi Lepik-Martinsoni hea koostöö eest. Samuti täname kõiki küsitlusuuringus, fookusgrupi intervjuudes ja arutelupäevadel osalenud turismisektori asjaosalisi ning sektoriväliseid eksperte individuaalintervjuude eest. Veel avaldame tänu intervjuudes osalenud välisekspertidele: Romy Bacher (Šveitsi Turismiliit, Šveits), Peter Reelfs (Northflash, Rootsi), Tina H. Zakonjšek (GoodPlace Instituut, Sloveenia), Liisa Kokkarinen (Visit Finland, Soome), Andrus H. Nõmm (Uus-Meremaa) ja Linda Mannerby (Visit Sweden, Rootsi).

HAAP
Consulting



MAJANDUS- JA
KOMMUNIKATSIOONI-
MINISTEERIUM



4.KESTLIKKUS EESTI TURISMIS

Uuringu empiiriline osa põhineb kvantitatiivsel ja kvalitatiivsel uuringul. Uuringu esimeses etapis küsitleti Eesti turismiteenuse pakkujaid nende teadlikkuse ja hoiakute kohta kestlikult tegutsemise eesmärkide suhtes. Uuringu teises etapis intervjueriti valdkonnas tegutsevaid turismiteenuse pakkujaid, sihtkoha juhtimisorganisatsioonide ja erialaliitude esindajaid, valdkonna poliitikakujundajaid ja sektoriväliseid eksperte, muu hulgas kestlikult tegutsemise takistuste, valmisoleku ja toetusvajaduste osas. Etteruttavalt tasub siinkohal mainida, et silmatorkavaid erisusi, kus mingi turismi tegevusvaldkonna teenusepakkujad oleksid oma seisukohtades ja arusaamades erinenud tuntavalt ja selgepiirilisel mõne teise või kõigi teiste valdkondade teenusepakkujatest, oli vähe. Uuringu läbiviijate hinnangul on see mõistetav, sest arusaam kestlikkusest, kasu tajumine ja arenguvajadused ei ole unikaalsed ja tegevusvaldkonnapõhised. Fookusgrupi intervjuusid teostanud Sustinere esindajad, kes tegelevad igapäevaselt ettevõtete aitamisega kestlike ärimudelite ja -strateegiate loomisel ja elluviimisel, kogeavad oma töös ka laiemalt, et erinevate tegevusalade ettevõtete seas ongi mured, röömud, väljakutsed ja kasud lõppkokkuvõttes pigem sarnased ja universaalsed. Järgnevalt kombineerime ja analüüsime uuringus kvantitatiivselt ja kvalitatiivselt kogutud teadmisi kolmes peatükis:

- „Valmisolek kestlikult tegutseda“ annab ülevaate sellest, kuidas turismiteenuse pakkujad mõistavad kestlikku turismi, ning teadlikkusest ja hoiakutest kestlikult tegutsemise eesmärkide suhtes. Samuti käsitleme selles peatükis takistusi, mis uuringus osalenute arvates pidurdavad kestlike valikute tegemist, ning riske, mis kaasnevad mittekestliku tegutsemisega.
- „Tegevused kestlikkuse saavutamiseks“ annab ülevaate, milliseid kestliku turismi eesmärke peavad uuringus osalenud kõige olulisemateks ning milliseid vähem oluliseks – ja miks. Samuti kirjeldame selles osas tegevusi, mida kestlikkuse saavutamiseks Eesti turismiteenuse pakkujad juba teevad ning millist kasu selles nähakse. Viimaseks analüüsime tegureid, mis turismiteenuse pakkujaid kestlikult tegutsema motiveerivad.
- „Investeeringu- ja toetusvajadused“ käsitleb uuringus osalenute nägemust sellest, kuidas ja mil moel tuleks turismiteenuse pakkujaid kestlikkuse poole liikumisel toetada. Seejuures kirjeldame nii ootuseid riigile, teistele osapooltele kui ka investeeringuvajadusi.

Iga peatüki sisu on selle alguses kolme punktiga kokku võetud. Sellele järgneb põgus peatüki tutvustus ning sisu kolmes alapeatükis. Kõik teksti toetavad tsitaadid on pärit uuringu raames läbi viidud fookusgrupi ja individuaalintervjuudest.

4.1. Valmisolek kestlikult tegutseda: teadlikkus, takistused ja tagajärjed

- Kestlikkus on valdkondlikult mõtestamata ja seetõttu puudub ühtne arusaam, mis on kestlik turism.
- Tihti ei tea turismiteenuse pakkujad, kust alustada teekonda kestlikuma tegutsemise poole, sest ei olda kindlad, millised tegevused on/oleks kestlikud.
- Tajutakse, et kestlike põhimõtete ebapiisav rakendamine vähendab nii turismiteenuse pakkuja kui ka riigi konkurentsieelist ja mainet turismisihtkohana.

Selles peatükis anname ülevaate uuringusse kaasatud turismiteenuse pakkujate üldisest teadlikkusest ja arusaamisest kestlikkuse ja kestliku turismi kohta. Seejärel käsitleme takistusi, mis on osalenutel kestliku turismi edendamisel tekkinud või mida peljatakse. Viimaks vaatame võimalikke riske ja tagajärgi, mis võivad osalenud turismiteenuse pakkujate arvates kaasneda, kui kestliku turismi põhimõtteid ei järgita.

4.1.1. Teadlikkus

Alustuseks püüdsime mõista, kuidas uuringus osalenud turismisektori asjaosalised mõtestavad kestlikkust turismis ning kuidas kursis ollakse kestlikkuse erinevate tahkudega – keskkondliku, sotsiaalse, majanduslikuga. Uuringust selgub, et arusaam kestlikust turismist ei ole turismiteenuse pakkujate seas ühtne. Fookusgrupi aruteludest nähtub, et kestlikkus tähendab osalenutele erinevaid tegevusi ning puudub selge teadmine, millele see termin täpselt osutab ja mis tegevusi endas kätkeb. Kuigi infot leidub osalenute sõnul palju, puuduvad nende hinnangul konkreetsed kestliku turismi juhised, eesmärgid, tegevused ja põhjendused. Seetõttu pelgavad paljud turismiteenuse pakkujad suuri samme astuda – ei olda kindlad, kas kaalutavad tegevused oleks kestliku turismi kontekstis õiged, ning kardetakse sattuda rohepesu ohvriks. Nimelt ei olda veendunud, kas rakendatud keskkonnasäästu meetmed on piisavad ning kas meetmetel on ka tegelik või piisav mõju. Näiteks, kas teenusepakkuja teada loodussõbralik puhastusvahend on ikka keskkonnasäästlik, kas automaatne valgustuse väljalülitus numbritubades on piisav energiasäästlikkuseks või kas jalgrattaparkla olemasolu on piisav tegevus transpordi jalajälje vähendamiseks jne. Samuti ei pruugita olla kursis, et teatud tegevused, mida juba ressursi kokkuhoiuks nagunii tehakse, ongi osa kestlikust tegutsemisest – näiteks ringbiomajandus on maaturismitaludes tihti loomulik valik. Eelnevast nähtub teadlikkuse puudus, kuidas Green Key standard annaks nendele küsimustele konkreetsed vastused, mis on puhastusvahendite kasutamisel või valgustuse reguleerimisel piisav ehk standardile vastav lahendus.

„See on nagu ilus riiklikult kokkulepitud mull. /.../ Ma tahaks ka teada, mis need probleemid on, millega te tegelete seal, et äkki siis me teame, et kas meil üldse on mõni probleem või ei ole.“ (Restoranipidaja)

Vestlustest fookusgruppides järeldub, et turismiteenuse pakkujate seas on levinud arvamus, et kestlikkus hõlmab peamiselt roheteemasid. Osalenud nimetavad kestlike tegevuste näidetena peamiselt loodusressursside säästmist, jäätmete vähendamist ja sorteerimist, loodushoidu ja energiatõhusust. Et kestlikkuse alla kuuluvad ka sotsiaalse mõjuga tegevused, nagu kogukonna hoidmine ja jõutamine, on pigem uus teadmine. Sellele vaatamata panustavad mitmed osalenud turismiteenuse pakkujad kogukonna edendamisse ning loovad ühiskondlikku väärtust. Sotsiaalsete tegevustena osatakse ise välja tuua kohaliku tooraine hankimist, külastajate teadlikkuse tõstmist keskkonnateemadest, kultuuripärandi ja traditsioonide tutvustamist ja ürituste korraldamist.

Grupiintervjuudest ilmneb, et turismiteenuse pakkujad on kestlikkuse enda jaoks ise lahti mõtestanud ning lähtuvad tõlgendamisel pigem oma teadmistest. Ehkki kõikide valdkondade turismiteenuse pakkujad tunnevad, et sektori ja ka klientide teadlikkus ning ootused kestlikkuse osas on viimastel aastatel märgatavalt kasvanud, on keskkonnamõjude vähendamise aluseks pigem kulutõhusus kui keskkonnahoid. Siiski on osades valdkondades juba seatud paika kindlad kestlikkuse juhised ja ootused, mida teenusepakkujad järgivad – näiteks Green Key märgis majutusasutustele (sh nii suuremad hotellid kui ka väikesed majutused) ja toitlustusasutustele, laagriplatsidele ja kämpingutele, atraktsioonidele (muuseumid, külastuskeskused, teemapargid) ja konverentsikeskustele, Green Destinations tunnustus kestlike sihtkohtadele, roheline muuseumi süsteem, transpordisektori väiksema kliimamõjuga liikumisviisid ning Tallinna ja Tartu juhised

keskkonnahoidlike sündmuste korraldamiseks. Ehkki uuringust nähtub, et paljude sektori asjaosaliste teadlikkus ei jõua veel järele, on tegutsemisjuhendeid juba erinevates valdkondades omajagu ning võimalusi teema uurimiseks ja osalemiseks on mitmeid. Eestis on 29.09.2023 seisuga Green Key märgis 52 turismiteenuse pakkujal ning oktoobri lõpuks on oodata, et märgised on vähemalt 60 teenusepakkujal (Varov, I. 2023). Green Destinations tunnustuse on samuti pälvinud mitmed sihtkohad – Järvamaa, Hiiumaa, Saaremaa, Tartu, Pärnu, Rakvere ja Lahemaa –, kellest enamik 2023. aastal oma taset (tasemed on pronksist plaatinani) parandanud ([Puhka Eestis 2023](#)). Sihtkoha sammud kestlikkuse poole nügivad teiste seas ka kohalikke turismiteenuse pakkujaid ja elanikke sama sammu astuma läbi koostööprojektide ja muude algatuste, tõeses seeläbi erinevate asjaosaliste teadlikkust ja võimekust kestlikumalt tegutseda,

Rahvusvaheliste partneritega koostööd tegevad või rahvusvahelistesse gruppidesse kuuluvad turismiteenuse pakkujad on kestlikust turismist veidi teadlikumad kui väiksemad ja vaid Eestisisese koostöövõrgustikuga teenusepakkujad. See tuleneb välispartnerite või omanike seatud kestlikkust puudutavatest tingimustest, mida turismiteenuse pakkujad peaksid järgima, kui soovivad näiteks Skandinaavia ettevõtetega koostööd teha. Kõrgem on teadlikkus ka suurema keskkonnamõjuga valdkondades, näiteks transport. Väiksemate ja maapiirkondades asuvate turismiteenuse pakkujate puhul tehakse kestlikke valikuid pigem n-ö loomulikult (ja neid „kestlikuna“ mõtestamata) või tugeva seotuse tõttu loodusega. Näiteks tunnevad loodusturismiettevõtteid vastutust looduse ees ning see motiveerib kestlikke, eelkõige keskkonnahoidu puutuvaid põhimõtteid järgima.

„Kestlikkus on oluline teema nende ettevõtete seas, kes üldiselt tahavad oma kvaliteeti pidevalt tõsta ja areneda. See käib käsikäes.“ (DMO esindaja)

Uuringu käigus intervjuerisime ka eksperte väljastpoolt turismisektorit, kellelt muuseas palusime hinnangut kestlikkuse kohta turismisektoris ja ühiskonnas üldiselt. Eespool kirjeldatud fookusgrupi intervjuude järeldustega kõlab kokku **rohepöörde eksperdi** tõdemus, et ühiskonnas laiemalt ei mõisteta, mis on kestlik areng. Eksperti arvates ei ole kestlikkust mõtestatud väärtussüsteemi raamistikuna, kuni selleni välja, et ei teata, mis teeb mingi tegevuse kestlikuks. ÜRO säästva arengu eesmärgid ei ole igapäevatasandil kasutusel ega riiklikesse regulatsioonidesse jõudnud. Seepärast tõstatab ekspert küsimuse, kas turismisektoris saab teha kestlikumaid valikuid ehk kas Eesti turismisektoris on need valikud üldse olemas – alates näiteks võimalusest jõuda hotelli või konverentsile kestlikke liikumisviise kasutades, milline on toiduvalik turismiasutuses, aga ka sotsiaalne pool: kas makstakse õiglast palka ja kas sellised kokkulepped on üldse olemas, sh võörtööjõule õiglase palga maksmine.

Küsisime ka [eksperti Rohetiigrist](#)²⁹, kuidas saaks tema arvates selline väärtussüsteemi muutus ühiskonnas aset leida, et muuhulgas ka turismisektoris teadlikkus kestlikkusest kasvaks ja arusaam ühtlustuks. Ühe Rohetiigri Akadeemia läbiviijana leidis ekspert, et muutus organisatsioonis saab alguse indiviidi tasandilt. Turismiteenuse pakkuja juht(kond) peab mõistma kestliku arengu eesmärkide olulisust ühiskondlikul, keskkondlikul ning majanduslikul tasandil ning enda (pakkuja) vastutust ja rolli sellesse panustamisel. Ainult nii saab toimuda mõttelaadi muutus organisatsioonis. Seepärast nõutakse, et Rohetiigri Akadeemias osalevas organisatsiooni meeskonnas oleks kindlasti ka juht. Samas rõhutab ekspert, et vastutus on hoopis mujal kui indiviidil – see tähendab, et muutused peavad tulema ülevalt, nõuete näol, aga inimeste vastuvõtlikkus sõltub nende teadlikkusest. Nii et paralleelselt peavad toimuma nii inimeste teadlikkuse tõstmine kui ka kestlikkuse regulatsioonide kehtestamine.

Kokkuvõttes on teadlikkus kestlikust turismist Eesti turismisektoris varieeruv ehk puudub ühtne arusaamine, mida kestlikkus kätkeb. Samuti järeldeb, et kestlikkuse majanduslikku, aga eriti ühiskondlikku mõõdet ei oska turismiteenuse pakkujad kestliku turismiga seostada. Fookusgrupi intervjuudest järeldeb, et rohkem ollakse teadlik kestlikkuse keskkondlikust mõõtmest ehk keskkonda puutuvatest probleemkohtadest Eesti ühiskonnas ning sammudest, mida teha, et oma negatiivset mõju sellele vähendada. Teadlikkus teemast on kõrgem rahvusvaheliste partneritega koostööd tegevate ja välituriste teenindavate ning suurte ja loodusturismi teenusepakkujate seas, madalam aga siseturiste teenindavate, väikeste ja maapiirkonna teenusepakkujate seas. Kuigi kõrgem teadlikkus ei tähenda automaatselt kestlike juhtimis- või ärimudelite juurutamist, kinnitas ka Välisministeeriumi tellitud uuring, et kõrgema teadlikkusega ettevõtted peavad rohepöörde saavutamist oma ettevõtte seisukohast mitu korda olulisemaks kui madala teadlikkusega ettevõtted (EBS 2022). Seega on teadlikkuse tõstmist puudutavad meetmed olulised ka selle uuringu kontekstis.

4.1.2. Takistused

„Vaja oleks valdkonnapõhiseid juhendeid, mis ütleks punkthaaval, mida meie tegevusalal kestlikkuse jaoks tegema peab.“ (Sündmuskorraldaja)

Järgmiseks uurisime turismisektori asjaosalistelt, mis nende arvates on neid takistanud või võib takistada kestlikult tegutsemast. Fookusgrupi aruteludes tõstati kestlikkuse edendamisel levinud takistusena riigi selge sõnumi, ootuste, eesmärkide ja juhiste ehk **kestlikkuse keskse koordineerimise puudumine**. Turismisektori teenusepakkujad ei oska orienteeruda ega valikuid teha selles komplekses ja väikese pakkuja – mida enamik turismiteenuse pakkujaist on – jaoks keeruliselt mõistetavas teemas. Samuti ei julgeta teha suuri otsuseid ja investeeringuid, kui puudub selgus riigi ootustes ja eesmärkides. Ka turismisektori erialaliitude esindajad rõhutavad, et puudub ühine arusaam, mida ootavad neilt riik ja Euroopa Liit. Sama on välja toonud ka teised valdkondlikud uuringud, näiteks „Pärnu linna, Pärnumaa, Soomaa ja Matsalu rahvusparkide kestliku turismi uuringu aruanne“ (Ruukel, Kose ja Pilving 2022), kus uuringus osalenud ettevõtted ei tunnetanud, et avalikul sektoril oleks visioon ja pikaajaline tegevusplaan kestliku turismi arendamiseks. Näiteks hindasid nimetatud uuringus küsitletud ettevõtted riigi tegevust kestlikkuse edendamisel kesiseks.

Samas on kirjeldatud teadlikkuse varieerumine turismiteenuse pakkujate seas, millest eelmises alapeatükis juttu oli, takistuseks nii kestlikkuse poole liikumisel kui ka kestlike sammude kasutamisel turundamiseks. Seepärast oodatakse riiklikku raamistikku, mis selgitaks probleemi,

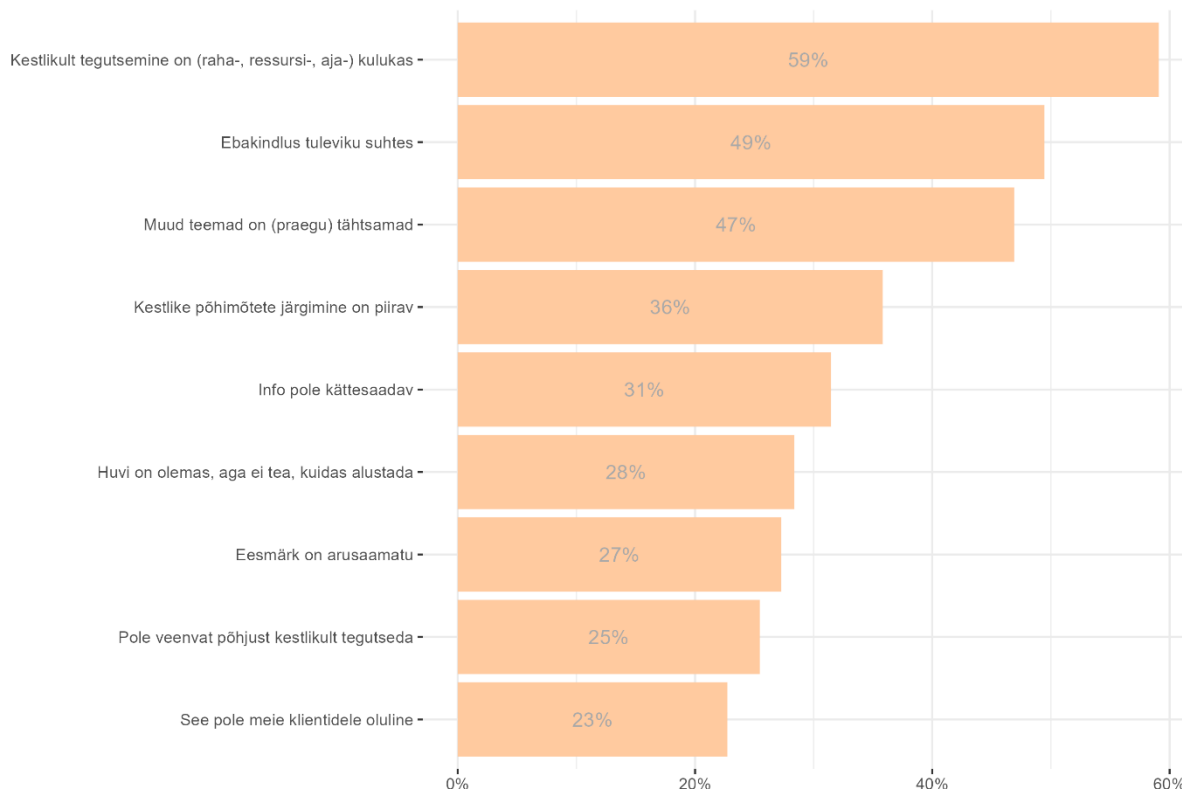
²⁹ Rohetiiger: <https://rohetiiger.ee/> [30.09.2023].

kestlikkuse põhimõtteid ja eesmärke, annaks juhised konkreetseteks tegevusteks ja selgitaks nende kasu turismiteenuse pakkujatele, keskkonnale ja ühiskonnale.

Õnneks on riik juba astumas samme õiges suunas ning välja töötamas kliimaseadust, mis lubab saada vundamendiks kestlikuma majandusmudeli kujundamisel (Kliimaministeerium 2023). Kliimaseadus seab potentsiaalselt eesmärgid erinevatele sektoritele ning määrab vastutajad nende täitmiseks. Samuti lubatakse selle raames koostada teekaardid tööstussektorite süsinikuheite vähendamiseks, et mõtestada valdkonniti sihid, väljakutsed ja vajadused teel kliimaneutraalsuseni. Uuringu lõppjärgus, vahetult enne aruande esitamist 2023. aasta septembris toimus kliimaseaduse väljatöötamise avaüritus, kus tehtud ettepaneku alusel seab kliimaseadus eesmärgid järgmistele sektoritele: energeetika, transport, hooned, tööstus, jäätmemajandus, põllumajandus, metsandus ja turbatootmine (Kliimaministeerium 2023). Seega uuringu lõppedes kättesaadava info kohaselt saab kliimaseadus olema vaid kaudselt aluseks turismisektori kestlikuma tegutsemise poole liikumisel, sest kliimaministeeriumi juhitud seadus otseselt teenindussektorile eesmärke ei sea. Lisaks kliimaseaduse võimalikule kaudsele mõjule on muid algatusi ja tegevusi, mis otseselt turismisektorit puudutavad. EISI turismiosakond ja DMOD teevad juba palju turismisektori toetamisel kestlikkuse edendamiseks. EIS on lõiminud kestlikkuse erinevatesse turismiteenuse pakkujatele suunatud teenustesse, näiteks kestliku sündmuse korraldamise juhend ja hindamine, mentorid ärimudeli kestlikuks muutmiseks, kestliku turismi sammuseadja, arendamisel mentorteenus ja teekaart kestlikule ettevõtjale, rahvusvaheliste programmide ja märgiste taotlemise toetamine. Ka on MKM alustanud 2023. aasta suvel Eesti turismi pika visiooni, mis sisaldab teiste teemade hulgas ka kestlikkust, koostamist turismisektorile.

Ankeetküsitlusest nähtub (Joonis 3), et kõige enam takistavad vastanuid kestlikult tegutsemast küsitluses antud valikust³⁰ järgnevad tegurid: **kestlik tegutsemine on (raha-, ressursi-, aja-) kulukas (59%), ebakindlus tuleviku suhtes (49%), muud teemad on (praegu) tähtsamad (47%).**

³⁰ Ankeetküsitluse küsimused on toodud aruande Lisa 1. Ankeetküsitlus



Joonis 3. Kestlikku tegutsemist takistavad tegurid turismiteenuse pakkujate hulgas (N=550).
Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

Olenemata turismiteenuse pakkuja suurusest hinnati kõige suuremaks takistuseks kestlikult tegutsemise kulukust. Kümne ja enama töötajaga vastajate puhul on teiseks olulisemaks takistuseks see, et muud teemad on praegu tähtsamad. Töötajateta ja kuni üheksa töötajaga turismiteenuse pakkujate hinnangul oli teisena oluline ebakindlus tuleviku suhtes. Tegevusalade kaupa paistab takistuste järjestuses ühe erinevusega silma vaid atraktsioonide kategooria, mille puhul hinnati teiseks oluliseks takistuseks seda, et muud teemad on (praegu) tähtsamad. Samal ajal oli teiste tegevusalade puhul olulisuselt teine takistus ebakindlus tuleviku suhtes. Ebakindlus tuleviku suhtes ja seisukoht, et muud teemad on (praegu) tähtsamad illustreerib ühelt poolt Euroopas toimuvast sõjast tulenevat ebakindlust, aga ka kestlikkusele ülemineku vähest tähtsustamist üldiselt, kuna pea pooled vastajad leidsid, et muud teemad on (praegu) tähtsamad, kui kestlikkusega tegelemine. Fookusgrupi intervjuudestki ilmneb, et **tööjõu, aja ja raha puudus** kestlikkuse teemadega tegelemisel on pea kõikides turismiasutustes, kerkides eriti tugevalt esile maapiirkondades. Raskusi valmistab osalenute sõnul inimeste motiveerimine sektoris või maapiirkonnas pikaajaliselt töötama, kuna võrreldes linnadega on palk madalam ja väikeste turismiteenuse pakkujate juures puudub võimalus karjääri tegemiseks. Näiteks toitlustusettevõtted märgivad, et nende valdkonnas on keeruline hoida inimesi pikaajaliselt tööl. Seega on puudu juba igapäevaseid ülesandeid täitvast tööjõust ning kestlikkuse teemadega tegelemine tähendaks kellelegi lisakoormuse panemist, kuid selleks puudub nii inim- kui ka ajaressurss.

Viimastel aastatel, kui maailmas on üldiselt kasvanud kestlikkuse olulisus, on turismisektor pidanud maadlema koroonakriisist, energiahindade tõusust ja Ukrainas toimuva sõja mõjudest tuleneva **nõudluse languse ja majandusliku ellujäämisega**. Turbulentne olukord ei ole jätnud õhukese struktuuriga turismiteenuse pakkujatele aega kestlikkuse teemadega tegelemiseks.

Suurema keskkonnamõjuga aspektide, nagu transport, energeetika, hoonefond, tehnika muutmisel paremuse suunas jäävad käed lühikeseks ja vahendid piiratuks. Näiteks tõdevad kultuurisündmuste korraldajad, et kui tahta kõikide kestlikkuse teemadega kaasas käia, siis jääb ürituste sisuloomeks vähe ressursi. Lisaks mõjutab turismiteenuse pakkuja majanduslikku seisu ja võimekust teha kestlikumaid valikuid hindade kallinemine, mistõttu eelistavad paljud toitlustusettevõtted eestimaisele toorainele soodsamat importkaupa. See aga pidurdab oluliselt piirkondlikku ja kohalike väiketootjate arengut. Veelgi vähendaks kasumimarginaali valitsuse planeeritav maksutõus, mis mõjutab fookusgruppides osalenute sõnul oluliselt ressursside jagumist kestlikumalt tegutsemiseks.

„Need kõik on väga ilusad loosungid, mida me välja hõikame, aga kui me hakkame reaalselt neid probleeme lahendama, jõuame me sinnamaale, kus meie suutlikkus seda kõike jälgida taandub sinna, et see ei ole majanduslikult jätkusuutlik.“ (Restoranipidaja)

Lisaks kirjeldatud majanduslikele takistustele tõsteti fookusgruppides murekohtade üle arutledes enim väljakutseid pakkuvatest keskkonnateemadest esile [prügimajandust](#). Näiteks on mitmed, eriti maapiirkonna turismiasutused, hädas jäätmete sorteerimise ja käitlemisega. Tuuakse välja, et just maapiirkondades on tihtipeale puudus jäätmetele vastavatest konteineritest ning kui need on olemas, siis on need täis ja jäätmevedu toimub liiga pika ajavahemiku tagant.

Sektoriväliste ekspertide seas intervjueeritud [ringmajanduse ekspert](#) tõi välja, et nii jäätmekonteinerite sobivus ja suurus kui ka piisavalt tihe jäätmevedu on teenusepakkuja enda vastutus. Kui prügi tekib rohkem, kui konteiner mahutab, tuleb lihtsalt hankida jäätme hulga vastav konteiner. Jäätmeveoga on selles mõttes keerulisem, et see on kohaliku omavalitsuse korraldada ja alati ei pruugi lisavedu olla võimalik. Seepärast on samuti oluline jäätmeid liigiti koguda, sest kui bioprügi on eraldi, siis ei tohiks olla probleem õige suurusega mahutite puhul muu prügi (olme, pakendid) mahutite harvem (kord kuus) tühjendamine.

Fookusgruppides osalenud märgivad, et palju jäätmeid tekib tarneahelast, mistõttu ollakse suutmatud tegema jätkusuutlikke valikuid. Näiteks tellitud toitlustusega üritustele saadetakse toidud eraldi pakendites ja pakendijäätmeid tekib väga palju. Samuti selgub, et turul pole piisavalt ettevõtteid, kes pakuksid ürituste korraldamisel korduvkasutatavate nõude teenust. Lisaks pole maapiirkonnas korraldatavate ürituste puhul (alati piisavalt) jäätmekonteinereid, kuhu see ühekordsetest nõudest tekkiv prügi panna. Nähtavasti algab probleem juba tarneahelas ja jätkub igas etapis, nii et turismiteenuse pakkujad tunnevad end võimetuna üksi olukorda parendama.

Vestlusest [ringmajanduse eksperdiga](#) ilmneb ka, et Eestis tekib ebaproportsionaalselt palju olmejäätmeid, aga ka asjaolu, et jäätmete sorteerimine ei ole sektoris piisav. Turismisektoris tuleks mõelda, kuidas ise vähendada mõttetut materjali, mida ei saa ümber töödelda ja mis tõenäoliselt ei jõuagi taaskäitlusse, nt hotellides ja toitlustuses igasugused topsid, väikesed pudelikesed, kaasa müüdava toidu pakendid; ja üldse ülepakendamist. Plast- ja ühekordseid pakendeid reguleeritakse juba ka Euroopa Liidu tasandil. Samuti tuleks võimaldada ja võimalikult mugavaks teha jäätmete liigiti kogumine nii külastajale kui ka töötajale. Ekspert soovib hotellidel ühiselt jäätmete kogumine läbi mõelda ja töötada välja kestlikkuse standardid, näiteks minipudelid asendada suurte täidetavate pudelitega seintel (sama kvaliteetse tootega). Koostöös tootjaga saab leida tasakaalu soodsama hinna ja brändi turundamise vahel. Samuti paneb ekspert ette, et hotellide ja restoranide köögid (aga ka linnaruumis ja ühistutes) teeksid läbi harjutuse, kuidas kiire tempo juures oleks jäätmete sorteerimine nii lihtne, et inimesed ei peaks selle üle pikalt mõtlema ning see ei nõuaks liigseid samme, ajakulu ega pingutust.

Turismiteenuse pakkujates, kus koondatakse iga lõppteenuse osutamiseks kokku paljude erinevate tarnijate tooteid ja teenuseid (eelkõige reisikorraldajad ja sündmuste korraldajad), tuntakse puudust turul saada olevatest kestlikest alternatiividest, mida saaks oma teenustes seniste asemel kasutada. Samuti on nende endi **teadlikkus veel madal**, et osata alternatiivide keskkonnamõju hinnata, et kestlikumaid valikuid teha. Sündmuste korraldajad, kes organiseerivad rahvusvahelisi konverentse, peavad Eesti nõrgaks kohaks kestlike toimumiskohtade nappust ja madalat taset, mis pärsib suurte rahvusvaheliste sündmuste Eestisse toomist tervikuna. Turul olevate **alternatiivide puudus** on ka transpordisektoris, kus keskkonnahoidlikumad kütused ei ole veel kvaliteetselt ja hea tarnekindlusega laialt kättesaadavad. Seda valdkonda maailmas alles arendatakse. Majutus-, spaa-, toitlustus- ja sündmuskorralduse teenuse pakkujate esindajad näevad takistusena ka oma tarbijate suhtumist ja mõtteviisi – **tarbimiskultuur** on tihti mugav, raiskav, üleolev ning keskkonnahoidlikust kasinaks lahenduseks pidav. Kuna nende teenustega käib tarbija jaoks kaasas teatav erilise emotsioon, siis sageli oodatakse makstud teenuse eest äärmuslikkust ka kvantiteedi ja üleliigsete elementide näol.

Fookusgruppides osalenute hinnangul peaks riik takistuste seljatamiseks seadma turismisektoris tegutsejatele selged kestlikkuse juhised konkreetsete tegevustega ja põhjendustega nende olulisusest. Praegu tunnevad turismiteenuse pakkujad puudust kvaliteetsetest andmetest, mis kajastaksid konkreetsete tegevuste ja alternatiivide mõju nii majandusele kui ka loodusele. Leitakse, et kestlikkuse edendamiseks vaid turismisektoris ei piisa, sest probleemid saavad sageli alguse kuskilt mujalt (tarneahelas) ning turismiteenuse pakkujad ei suuda üksi koostööpartnerite ja tarbijate käitumist muuta.

Kokkuvõttes on üks peamisi takistusi riigi selge sõnumi, ootuste, eesmärkide ja juhiste puudumine, mis haakub esimeses osas kirjeldatud ebaühtlase ja vähese teadlikkusega sellest, mida kestlikkus turismis endas hõlmab. Teised takistused, mis osalenute hinnangul kõige enam kestlikku arengut pidurdavad, on ressursi- ja ajapuudus, ebakindlus tuleviku suhtes ning muude teemade prioriteetsus hetkel. Eriti maapiirkonna ja väikesed turismiteenuse pakkujad tegelevad n-ö vee peal püsimisega ning kestlikkuse edendamiseks pole neil ressursi. Muudest takistustest on kaalukad veel kestlike alternatiivide puudus turul, probleemid jäätmete sorteerimise ja äraveoga ning raiskav tarbijakultuur.

4.1.3. Tagajärjed

„Jätksuutlikkus saab tulevikus olema uus normaalsus, aina rohkem on inimesi, kelle rahakoti otsus sellest lähtub.“ (Toitlustusettevõtja)

Teadlikkuse ja takistuste üle arutlemise järel küsisime fookusgruppides, millised riskid võivad kaasneda, kui Eesti turismisektoris kestlikke põhimõtteid ei järgita. Ehkki arusaam kestlikkusest varieerub ja takistusi kirjeldatakse mitmeid, on osalenute seas siiski valdav arvamus, et kestlikkus on nii Eesti, siinsete sihtkohtade kui ka üksikute turismiteenuse pakkujate rahvusvahelise konkurentsivõime seisukohalt võtmeküsimus või vähemalt väga oluline teema. Turismiteenuse pakkujad kogevad, et inimeste teadlikkus tõuseb iga päevaga, mistõttu need pakkujad, kes praegu ei tee samme kestlikuma turismi suunas, jäävad tulevikus konkurentsisis alla, sh naaberriikidest. See toob kaasa nii sektori kui ka riigi kui sihtkoha **mainelanguse**.

Mittekestliku tegutsemisega kaasnevate tagajärgede tajumises esineb erinevus lähtuvalt turismiteenuse pakkujate sihtgrupist. Rahvusvaheliste partneritega koostööd tegevate ja välituriste teenindavate pakkujate seas tunnetatakse enam, et kestliku turismi põhimõtete ebapiisav järgimine võib mõjutada Eesti turismi rahvusvahelist konkurentsivõimet. See võib viia

välituristide ja konkurentsieelise kaotuseni. Pigem siseturule suunatud teenusepakkujate seas ei aimata veel väga suuri riske ega kogeta tagajärgi kestlike põhimõtete mittejärgimisel. Siseturistide madal teadlikkus ja vähene nõudlus ei ole soodustanud kestlike põhimõtete juurutamist, ehkki teadvustatakse, et tulevikus võib see muutuda. Kuigi Eesti on Euromonitori kestliku turismi indeksis kõrgel 4. kohal, siis ühes selle komponendis – nimelt kestliku turismi nõudluses – on Eesti 49. positsioonil (99st riigist) (Euromonitor 2023). See võib ka muuhulgas viidata siseturisti madalale teadlikkusele kestlikust turismist.

Uuringus osalenud turismiteenuse pakkujad on seisukohal, et puhas ja puutumata loodus on Eesti eripära ja konkurentsieelis; mittekkestlik majandamine võib mõjutada selle unikaalse eelise kadumist. Paljud osalenud on märganud, et keskkonnateadlikumad turistid eelistavad sageli sihtkohti, mis on keskkonna ja ühiskonna suhtes vastutustundlikud; üha enam soovitakse kogeda kohalikku elu ja loodussõbralikku reisimist. Kui Eesti ei suuda neid ootusi täita ega turundada end kestliku sihtkohana, võib välituristide huvi siia reisimise vastu kaduda. Loodusturismi ettevõtjad ja ka uuringusse kaasatud looduskaitse ja rohepöörde eksperdid rõhutavad, et kui ületame looduse taluvuspiire, kaovad need looduskaunid kohad, mille pärast turist siia tuleb ja mida neid siia nautima kutsume. Metsade raiumise konflikt, kus ühel pool on metsatööstus töökohtade loomise ja puidu väärdamise argumendiga ning teisel turismisektor ja kohalikud, tuleb riigi tasandil lahendada. See on konflikt looduse mõtestamisel – oleme uhked oma looduse üle, aga samal ajal hävitame seda.

Kestlike valikute olulisus ilmneb ka koostöös välispartneritega, kes kehtestavad erinevaid nõudeid, eelistades koostööd vastutustundlikult tegutsevate turismiteenuse pakkujaid. Teisalt, fookusgruppides osalenud turismiteenuse pakkujate hinnangul on erinevad kestlikkuse märgised ja sertifikaadid küll aidanud kaasa kestlike põhimõtete rakendamisele, ent nende taotlemine on tihti liiga aeganõudev, keeruline ja bürokraatlik. See pidurdavat kiiremat arengut ning muudab märgised aja- ja ressursipuudusel väikestele teenusepakkujatele kättesaamatuks. Äriklientidest sõltuvad turismivaldkonnad (sündmuste korraldajad, reisibürood ning majutusasutused) peavad sertifikaatide ja märgiste puudust riskiks juba praegu, sest see välistab neil teatud hangetel osalemise. Transpordiettevõtted tunnetavad, et välituristi jaoks on Euroopa äärealal asuvasse Eestisse reisimine kauge asukoha tõttu igal juhul suure keskkonnamõjuga. Seetõttu on transpordi keskkonnamõju vähendamine võtmeküsimus, et olla välisküllastajatele sobilik sihtkoht ka tulevikus. Kokkuvõttes on fookusgruppides osalenutele selge, et tarbija muutub tulevikus teadlikumaks ning on oodata, et kehtestatakse keskkonnamakse, näiteks jäätmemaks, mistõttu võib hoopis kestlikkuse põhimõtete eiramine kulukaks kujuneda.

„Ei ole võimalik selle teemaga mitte tegeleda. Turismiettevõtete investeeringud sõltuvad suuresti välisvahenditest ning seal on kestlikkuse nõue tugevalt sees.“ (DMO esindaja)

Kuigi teadlikkus kestlikkuse määratlusest ja erinevatest mõõtmetest turismiteenuse pakkujate seas varieerub, on kokkuvõttes valdavalt selge, et kestlikkus on tulevikusuund. Sellest mahajäämine võib osalenute hinnangul kaasa tuua riigi kui turismisihtkoha mainelanguse ja turismiteenuse pakkujate ja riigi konkurentsieelise kaotuse. See omakorda võib tähendada vähem (välis)turiste. Kestlikumalt tegutsemine sõltub aga kogu riigi ja kõigi sektorite ühisest suunast ja teadlikkusest, et tagada näiteks kasvõi puhas ja puutumata loodus, millega riik end turismisihtkohana reklaamib ning mille säilitamiseks on vaja mõttelaadi muutust ja kestlikkuse mõtestamist ühiskondlikul tasandil.

Fookusgruppides osalenud DMOde esindajad on turismiteenuse pakkujate teadlikkuse ja valmisoleku osas kriitilisemad kui teenusepakkujad ise. Seda põhjendab asjaolu, et kui intervjueeritud teenusepakkujad olid ilmselt pigem eesrindlikud ja laiemalt mõtleavad tegijad (st aktiivsed ja valmis ka sellises intervjuus osalema), siis DMOd näevad oma piirkonnas suurema

hulga ettevõtete läbilõiget, mistõttu tasub nende arvamust pidada usaldusväärseks ka järelduste tegemisel. Uuringus osalenud ministeeriumite esindajatel on teistest intervjueeritud osapooltest kõige selgem arusaam, et kestlikkuse edendamine on turismisektori jaoks vajalik. Sellega kannavad nad avaliku sektori rolli, st vajadust tõmmata teemale tähelepanu ja rõhutada kestliku turismi eesmärkide suunas tegutsemise olulisust. Samas on ministeeriumite kokkupuude turismiettevõtjatega kestlikkuse teemadel pigem väike ja ebaregulaarne. Ministeeriumite sees ning ministeeriumite üleselt ei ole välja kujunenud ühtset kestlikkuse strateegiat. Osalenud haridusasutuste esindajad pidasid kestlikkust Eesti kui sihtkoha ja siinsete turismiteenuse pakkujate konkurentsivõimelisuse seiskohast vähem oluliseks kui teised intervjueeritud.

4.2. Kestlikkuse eesmärgid ning tegevused ja motivatsioon kestlikkuse saavutamiseks

- Turismiteenuse pakkujate jaoks olulisimad kestlikkuse eesmärgid on looduse hoidmine, kogukonna arengu toetamine ning kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine.
- Kestlikud sammud, mida turismiteenuse pakkujad juba teevad, on energia säästmine, kohalike teenuste ja ostude eelistamine, vee säästmine ja prügi vähendamine.
- Peamisteks kestlikkuse poole püüdlmise motivaatoriteks on klientide ootustele vastamine, ressursisääst ja suurem tulu.

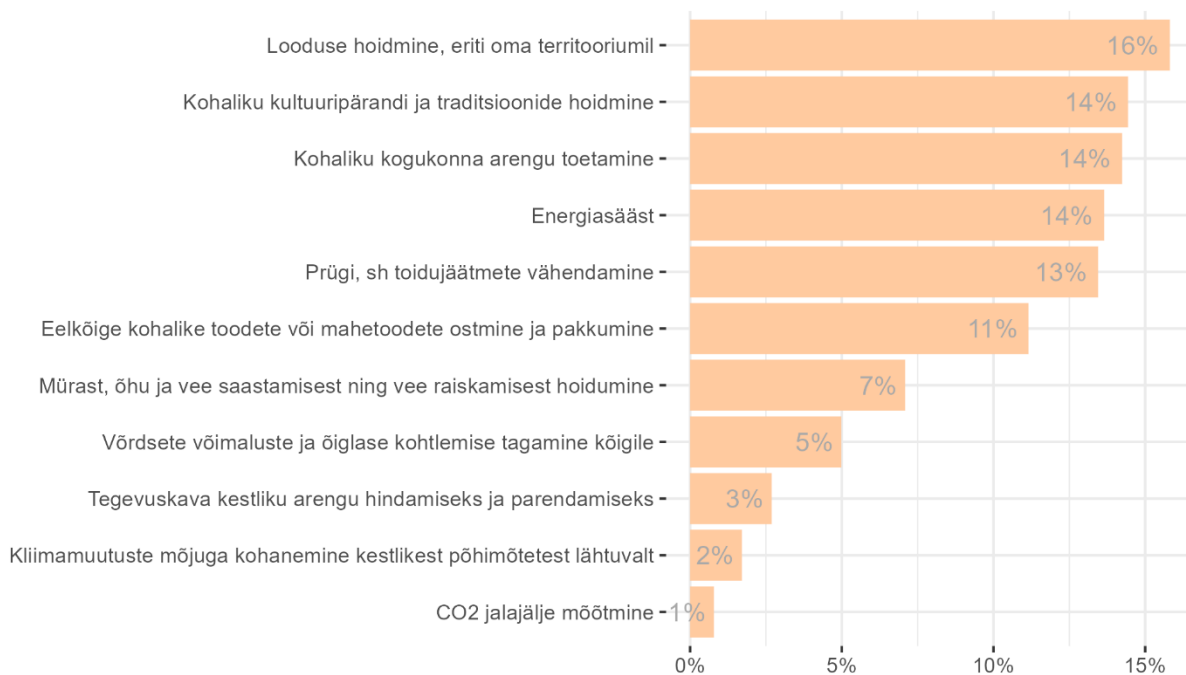
Selles peatükis käsitleme seda, kuidas hindavad uuringus osalenud turismiteenuse pakkujad erinevate kestliku turismi eesmärkide olulisust ning kas see erineb piirkonniti, tegevusvaldkonniti ja töötajate arvu järgi. Samuti teeme ülevaate kestlikest tegevustest, mida turismiteenuse pakkujad juba rakendavad. Viimaseks vaatame, milliseid võimalusi võib kestlikum tegutsemine osalenute arvates tuua ning mis motiveeriks neid kestlikkuse eesmärkide poole püüdlema. Siin peatükis on kajastatud kõige rohkem küsitluse tulemusi, sest see keskendus peamiselt just kestlikkuse eesmärkidele, motivaatoritele ja sammudele, mida oleme erinevate tunnuste põhjal analüüsinud ja fookusgrupi intervjuude tulemustega sünteesinud.

4.2.1. Kestliku turismi eesmärkide olulisus

„Puhta looduse hoidmine ja kohaliku kultuuri ning pärandi säilitamine peavad olema fookuses, sest just nende alusel valib väliturist Eesti oma sihtkohaks.“ (Reisikorraldaja)

Kuivõrd fookusgruppides osalenud peavad riskantseks kestlikkuse põhimõtteid ignoreerida, on paslik järgmiseks kajastada, milliseid kestlikkuse eesmärke peavad uuringus osalenud kõige olulisemateks, milliseid vähem oluliseks, ja miks. Palusime uuringu käigus tehtud küsitluses vastajail esmalt valida kuni kolm kestliku tegutsemise eesmärki, mis on nende jaoks olulisimad. Valikus olnud eesmärgid põhinevad programmi [Good Travel Scan](https://goodtravel.guide/good-travel-scan/)³¹ eesmärkidel, kuid kohandasime neid pisut küsitluse tarvis. Joonis 4 annab ülevaate valikus olnud eesmärkide olulisusest. Vastajate hinnangul on kolm kõige olulisemat eesmärki **looduse hoidmine**, **kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine** ning **kohaliku kogukonna arengu toetamine**. Võrreldes teistega peeti vähem oluliseks **CO₂ jalajälje mõõtmist** ja **kliimamuutuste mõjuga kohanemist kestlikest põhimõtetest lähtuvalt**. Kusjuures küsitluses olulisimaks peetud eesmärgid on kooskõlas ka Green Destinations audiitorite hinnanguga, mille alusel on Eesti sihtkohtade tugevuseks loodus- ja kultuuripärandiga säästlik ümberkäimine turismiteenuste pakkumisel ning kohalike ettevõtete toetamine ning kohalike toodete-teenuste reklaamimine ([Puhka Eestis 2023](#)).

³¹ Good Travel Scan: <https://goodtravel.guide/good-travel-scan/> [29.07.2023].



Joonis 4. Kestlike eesmärkide olulisus turismiteenuse pakkujate hulgas (N=1524, kuni kolm vastust vastaja kohta). Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

Tabelis 2 on näha, et võrreldes teiste piirkondadega peeti kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmist vähem oluliseks saartel ja Virumaal tegutsevate turismiteenuse pakkujate seas. Sama eesmärk oli kõige olulisem Tallinnas ning Kesk-Eestis tegutsevate turismiteenuse pakkujate seas. Looduse hoidmist ning kohaliku kogukonna arengu toetamist peeti pea samaväärselt oluliseks kõigis piirkondades (erinevused kuni viis protsendipunkti).

Tabel 2. Kestliku tegutsemise eesmärkide olulisus turismiteenuse pakkujate hulgas piirkonniti (N=521).

	Piirkond (%)							Keskmir
	Tallinn (N=111)	Kesk- Eesti (N=42)	Saared (N=61)	Pärnumaa (N=66)	Lõuna- Eesti (N=110)	Virumaa (N=50)	Harju-, Rapla-, Läänemaa (N=81)	
Looduse hoidmine, eriti oma territooriumil	16	16	20	16	17	21	20	18
Kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine	22	22	12	14	15	12	18	17
Energiasääst	17	17	16	13	15	12	12	16
Kohaliku kogukonna arengu toetamine	13	13	16	14	13	15	17	14
Prügi, sh toidujäätmete vähendamine	11	11	14	13	12	15	12	12
Eelkõige kohalike toodete või mahetoodete ostmine ja pakkumine	13	13	11	11	11	9	9	12
Mürast, õhu ja vee saastamisest ning vee raiskamisest hoidumine	4	4	6	7	9	10	6	5
Võrdsete võimaluste ja õiglase kohtlemise tagamine kõigile (näiteks ligipääsetavuse tagamine, õiglane palk)	3	3	3	5	4	3	3	3
Tegevuskava kestliku arengu hindamiseks ja parendamiseks	2	2	2	3	2	1	3	2
Kliimamuutuste mõjuga kohanemine kestlikest põhimõtetest lähtuvalt	0	0	2	3	2	2	0	1
CO2 jalajälje mõõtmine	0	0	1	2	1	0	0	0

Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

Eesmärkide olulisust puudutavad erinevused on suuremad aga **tegevusvaldkonniti**, mida on näha tabelis 3. Looduse hoidmine on võrreldes teiste tegevusvaldkondadega olulisem aktiivse puhkuse ja looduspuhkuse ning majutuse (v.a hotellid) teenuse pakkujate seas. Hotellides ja toitlustusasutustes on see eesmärk mõnevõrra vähem oluline. Võime eeldada, et seda erinevust aitab vähemalt osaliselt selgitada nende teenuste pakkumise viis ja koht. Muude majutusasutuste teenuseid pakutakse suurel määral looduses ning aktiivse puhkuse ja looduspuhkuse teenuse keskseks osaks on loodus ise ning seega on konkreetne eesmärk neile ka olulisem. Kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine ning kohaliku kogukonna arengu toetamine on kõige olulisemad atraksioonide tegevusala teenusepakkujate seas ja märgatavalt vähem olulised hotellides. Hotelliteenuseid pakkuvad vastajad pidasid kõige olulisemateks eesmärkideks energiasäästu ning seejärel prügi vähendamist. Toitlustusettevõtjate hulgas olid kõige olulisemad samuti prügi, sh toidujäätmete vähendamine ning teisena eelkõige kohalike toodete või mahetoodete ostmine ja pakkumine.

Tabel 3. Kestliku tegutsemise eesmärkide olulisus turismiteenuse pakkujate peamise tegevusala järgi (N=542).

	Peamine tegevusala (%)					Keskmine
	Hotell (N=53)	Muu majutus (N=159)	Toitlustus (N=147)	Atraktsioon (N=97)	Aktiivne puhkus ja looduspuhkus (N=86)	
Kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine	5	12	10	28	18	17
Kohaliku kogukonna arengu toetamine	9	10	15	21	16	15
Looduse hoidmine, eriti oma territooriumil	8	22	9	14	22	15
Energiasääst	23	19	12	7	7	13
Prügi, sh toidujäätmete vähendamine	19	13	19	8	7	13
Eelkõige kohalike toodete või mahetoodete ostmine ja pakkumine	11	8	18	9	8	12
Mürast, õhu ja vee saastamisest ning vee raiskamisest hoidumine	11	10	5	2	9	6
Võrdsete võimaluste ja õiglase kohtlemise tagamine kõigile (näiteks ligipääsetavuse tagamine, õiglase palk)	7	2	7	3	7	4
Tegevuskava kestliku arengu hindamiseks ja parendamiseks	2	2	1	5	4	3
Kliimamuutuste mõjuga kohanemine kestlikest põhimõtetest lähtuvalt	2	2	1	2	1	2
CO2 jalajälje mõõtmine	3	0	1	0	1	0

Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

Erinevused eesmärkide olulisuses paistavad silma, jaotades andmed ka **töötajate arvu järgi** (Tabel 4). Kümne ja enama töötajaga turismiteenuse pakkujate hulgas on võrreldes teistega märgatavalt enam neid, kes peavad oluliseks võrdsete võimaluste ja õiglase kohtlemise tagamist ja energiasäästu. Mõlemad seosed on ka statistiliselt olulised³². Võrreldes suuremate teenusepakkujatega on väiksemate (kuni kümme töötajat) või puuduvate töötajatega teenusepakkujate hinnangul tähtsamad looduse hoidmine ning kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine. Ka need seosed on statistiliselt olulised³².

³² p-väärtused vastavalt $p = 5.231e-08$ ja $p = 9.269e-05$

Tabel 4. Kestliku tegutsemise eesmärkide olulisus turismiteenuse pakkujate töötajate arvu järgi (N = 542).

	Töötajate arv (%)			Keskmine
	Puuduvad (N = 176)	1–9 (N = 268)	10 ja enam (N = 98)	
Energiasääst	12	13	20	15
Kohaliku kogukonna arengu toetamine	16	14	11	14
Prügi, sh toidujäätmete vähendamine	11	14	17	14
Looduse hoidmine, eriti oma territooriumil	19	17	7	14
Kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine	19	14	8	14
Eelkõige kohalike toodete või mahetoodete ostmine ja pakkumine	10	12	11	11
Mürast, õhu ja vee saastamisest ning vee raiskamisest hoidumine	8	7	7	7
Võrdsete võimaluste ja õiglase kohtlemise tagamine kõigile (näiteks ligipääsetavuse tagamine, õiglane palk)	2	4	11	6
Tegevuskava kestliku arengu hindamiseks ja parendamiseks	2	3	4	3
Kliimamuutuste mõjuga kohanemine kestlikest põhimõtetest lähtuvalt	1	2	2	2
CO2 jalajälje mõõtmine	0	1	2	1

Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

Fookusgruppides kestlikkuse eesmärkide üle arutledes nimetati ka, et riigilt oodatakse olulisimate – looduse hoidmine, kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine ning kohaliku kogukonna arengu toetamine – ja muude kestlikkuse põhimõtete järgimisel eeskujuks olemist ja ettevõtetele samade ootuste seadmist. [Riigi eeskuju ja väline surve](#) juhiste ja standardite näol – mis kehtiks nii riigile kui ka ettevõtetele – motiveeriks turismiteenuse pakkujate sõnul neid järjepidevalt kestlikuma turismi suunas samme tegema ja tõstaks riigi konkurentsivõimet turismisihtkohana.

„Kui me näeksime mingeid väga häid näiteid, kuidas tööstusettevõtjad või suuremad ettevõtted oma jalajälge on vähendanud, siis ka väiksemad ettevõtjad võib-olla teeks seda. Võib-olla turismiettevõtted ei tunne, et nende teenäitamisest on väga palju tolku, kui muud valdkonnad seda ei tee.“ (Erialaliidu esindaja)

Fookusgruppides osalenute sõnul lähtuvad välituristid puhkuse reisi sihtkoha valikul eelkõige kultuurist või loodusest. Seetõttu aitaks konkurentsivõimet välituristide seas tõsta jätkuvalt Eestile omaste traditsioonide ja looduse turundamine, kasutades just väga eripäraseid ja spetsiifilisi näiteid. Selleks võiks pöörata veelgi enam tähelepanu ununenud traditsioonide, nagu korilusretk ja hiiepaigad, tutvustamisele ning seeläbi lisada väärtust meie loodusele. Selleks soovitasid erialaliitude esindajad tekitada rohkem sünergiat, nii et giid viib kohtadesse, mis on pühendunud kultuuri tutvustamisele ja kestlikkusele. Tuleks mõelda, kuidas luua ja tööle panna sellised koostöövõrgustikud, eriti maapiirkonnas, mis toimiksid ahelana nagu Sibulatee – näiteks põimida ühe temaatika ümber (linnuvaatlus, sõjaajalugu vms) kõik muu, mida piirkonnas veel pakutakse. „Sellele võiksid olla sihtotstarbelised toetused nendele ettevõtetele, kes sellest sünergiast, ringist tahaks osa olla“ (restoranipidaja). Samuti pakuti vestlustes välja, et kestlike tegevustena võiks näiteks tutvustada ringbiomajandust kui talupidamise loomulikku osa ja seda, kuidas väikestes (maaturismi) teenusepakkujates iga ressurss ära kasutatakse. Ka peaksid kestlikult tegutsevad ja sellekohaseid märgiseid omavad turismiteenuse pakkujad olema reisisihtkohtadena Visit Estonia

või Puhka Eestis veebisaidil paremal positsioonil esitatud, et neil oleks eelis külastajatele silma jääda. See omakorda motiveeriks ka turismiteenuse pakkujaid kestlikumalt tegutsema.

„Lahendusena näen maaturismi osas, mida saaks natuke mõelda, kui me oma toidukohtade või muuseumidega või giidid, et me ei vii populistlikesse kohtadesse, vaid oma kultuuri tutvustavasse kohta – me peame selliseid kohti, mis selle nimel pingutavad, toetama.“ (Restoranipidaja)

Loodusturismi pakkujad on seisukohal, et turismi kestlikkuse tagamisel tuleb eelkõige lähtuda looduse taluvuspiiridest ning arvestada loodusrahuga (nt pesitsusaeg, räätsarahu). Loodusturismi pakkujad kogevad üha enam, et välituristid soovivad lühikese aja jooksul kogeda võimalikult palju, mistõttu looduskeskkond kannatab. Kui riik ei hoiu turismiteenuse pakkujate tegevusel sellistes sihtkohtades silma peal ega piira külastuste arvu, siis võib ühel hetkel looduse taluvuspiir olla ületatud ja tagajärjed pöördumatud. Seda aitaksid fookusgruppides osalenute arvates kontrollida erinevad järelevalvemeetodid, piirkonna külastamismaksud ning tugev koostöö naaberriikide ja (välis)reisibüroodega, et välituristid oleksid teadlikud looduses käimise „hea tavast“. Survet loodusele aitaks vähendada ka hooajalise turismi hajutamine ehk keskenduda jätkuvalt piirkonna võimalustele erinevateks aastaegadeks ja tegevusteks. See aitaks turismiteenuse pakkujatel toime tulla ka muudel aastaegadel.

„Juba on neid loodusturiste, kes ütlevad, et kui Eestisse saab mugavalt vaid lennukiga kohale, siis nemad ei tule üldse.“ (Loodusturismi ettevõtja)

Sektoriväliste ekspertide seas intervjuueeritud **looduskaitse eksperdi** sõnul on Eestis tänu ühiskonna väiksusele võimalik riigilt abi küsida, kui turismiteenuse pakkujad ise lahendust ei leia – iseasi, kui hästi küsimust esitada osatakse. Näiteks hakkas Eesti rabadesse tekkima räätsajalg – kruisilaevadega saabuvatele külastajatele pakuti seda elamust, nii et Tallinna ümbruse rabad olid väga ära tallatud. Niisiis istuti selles valdkonnas tegutsevate teenusepakkujatega maha ja selgitati, et turistid ei tahagi sinna rabasse minna, kui nad näevad, kui äratallatud see on. Ühiselt lepiti kokku räätsaturismi hea tava: kevaditi, kui on lindude pesitsusaeg ja loodus veel õrn, käiakse rabades vähem ja konksudeta räätsadega. Kuna Eesti turismiteenuse pakkujad valdavalt hoolivad loodusest, siis on osa neist selle kokkuleppega kenasti kaasa tulnud.

Fookusgrupi aruteludes vajalike sammude üle turismiteenuse pakkujatele olulisimate eesmärkide täitmiseks ja konkurentsivõime säilitamiseks, ilmses, et oluline on keskenduda **transpordi keskkonnamõtete vähendamisele**, aga ka **ligipääsetavuse** (sh liikumisraskustega külastajatele) tagamisele. Kestliku turismi saavutamiseks peetakse vajalikuks kestlikkuse põhimõtetele vastavat infrastruktuuri. Uute, keskkonnasõbralikumate transpordivahendite soetamine on turismiteenuse pakkujate jaoks liiga suur investeering. Riigi toetust peetakse seetõttu transpordinfrastruktuuri jõutamisel väga oluliseks, eriti meretranspordis. Maapiirkonnad vajavad lisatoetusi transpordi ning infrastruktuuri loomiseks. Seejuures tuleb arvestada ka liikumisraskustega külastajatega ning leida lahendusi, mis võimaldavad ka neile mugava ning kestliku ligipääsetavuse.

„Suurte turismigruppide ja kruisilaevadega tulevate külastajate puhul, kui nad jõuavadki Tallinnast natukene välja maale, siis selle lühikese ajaga ei olegi võimalik selles maapiirkonnas – näiteks Lahemaal – midagi pakkuda. Kõik lähevad Viru rabasse, mis on ülekoormatud, kus jalajalg on juba tohtu, sest see on lähedal, sinna on kohe võimalik minna ja kust jõuab kiirelt tagasi. Minna kuskile kaugemale on juba keeruline.“ (Erialaliidu esindaja)

Transpordisektori järel tuuakse teise suure mõjurina esile **jäätmeteket** ja peetakse oluliseks jäätmete vähendamist ja vältimist. Rõhutatakse vajadust ringmajanduse rakendamise järele. Peamiste jäätmeliikidena toodi välja pakendid ja toidujäätmed, mis kestlikke lahendusi vajavad. Kolmanda suure aspektina tõusis esile **energeetika**, mida peeti eelkõige oluliseks hoonete soojapidavuse, kütmise ja energiatõhususe kontekstis. Kusjuures ka Green Destinations audiitorid on nimetanud jäätmetekke vähendamist ja säästlikumate energialahenduste kasutuselevõttu Eesti sihtkohtade suurimateks arengukohtadest (andmete seire järel) ([Puhka Eestis 2023](#)).

Süsinikjalajälje mõõtmise vajadust peeti ankeetküsitluses kõige vähem oluliseks, millele eelnesid **kliimamuutuste mõjuga kohanemine kestlikest põhimõtetest lähtuvalt ja tegevuskava kestliku arengu hindamiseks ja parendamiseks**. Fookusgrupi aruteludes põhjendati, et süsinikjalajälje mõõtmine tundub liiga abstraktne ning ei teata, kuidas ja mida andmetega peale hakata, ehkki transpordisektori esindajad tõid selle välja peamise tähelepanu vajava teemana. Siiski on turismiteenuse pakkujate jaoks auditeerimine ja mõjude mõõtmine oluline. Aruteludest erialaliitude esindajatega selgus, et jalajälje mõõtmine oleks soovitatav, aga see ei peaks piirduma süsinikuheite arvutamisega, vaid teenusepakkuja tegevuste mõjuga kestlikest põhimõtetest lähtuvalt. See aitaks tuvastada turismiteenuse pakkujate tegevustes neid aspekte, millele tuleks enam tähelepanu pöörata. Veel enam, kuna looduskülastus on kasvav trend, oleks oluline mõõta kogu seda teekonda, et panna ka külastaja mõtlema oma vastutusele looduse ja kultuuri säilimisel. Hetkel näib turismisektori erialaliitude esindajatele, et teenusepakkujad ei oska praegu enda ega külastaja jalajälge mõõta ega hinnata.

Küsitluses ilmnenu kliimamuutuste mõjuga kohanemise ja tegevuskavade loomise ebaolulisust põhjendati fookusgrupi aruteludes nende protsesside elukauguse ja liigse ajakulukusega. Samuti jääb osalenute sõnul puudu teadmistest, mida need täpselt endas hõlmaks. Siin aitaks jällegi riigi poolt selgete juhiste loomine ja teemapäevade korraldamine, et turismiteenuse pakkujad hakkaksid nende eesmärkide poole liikuma.

„Kliimamõju kõlab ettevõtja jaoks kaugel ja eluvõõrana -- ei saa sellest aru. Samuti ei oska oma jalajälje tulemusega midagi peale hakata.“ (Majutusettevõtja)

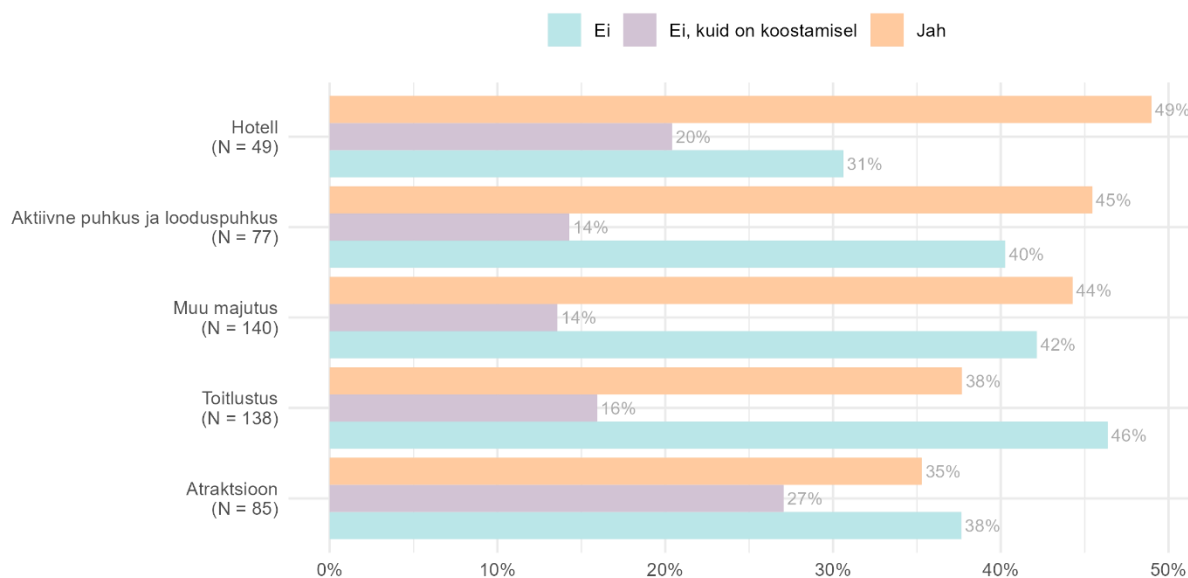
Kokkuvõttes on küsitluses osalenute hinnangul etteantud valikust olulisimad kestliku turismi eesmärgid looduse ning kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine ja kohaliku kogukonna arengu toetamine. Küsitluse tulemus on mõneti vastuolus teadlikkust käsitlevas peatükis (4.1.1.) kirjeldatud teadlikkuse puudumise või varieerumisega ning turismi ühiskondliku mõju vähese seostamisega kestliku turismiga. Kui konkreetsete eesmärkide või tegevuste kohta küsida, siis selgub, et kestliku turismi eesmärkidega suhestutakse küll, sealhulgas ühiskondlikku mõju omavate eesmärkidega, nagu kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine. Lisaks küsitluses esile tõusnud olulisematele eesmärkidele rõhutati fookusgruppides kestliku transporditaristu tähtsust, jäätmete vähendamist ja vältimist, samuti energiatõhusust. Nende ja teiste kestlikkuse eesmärkide täitmisel oodatakse riigi eeskujuga ja survet juhiste ja standardite näol, mis võiks tõsta turismiteenuse pakkujate motivatsiooni ning omakorda riigi konkurentsivõimet turismisihtkohana.

4.2.2. Sammud kestlikuma turismi suunal

Lisaks sellele, milliseid kestlikke eesmärgi peeti oluliseks, uurisime küsitluses osalenud turismiteenuse pakkujatel, kas nende organisatsioonis on **kokku lepitud kestliku tegutsemise põhimõtted**. Joonis 5 annab sellest **tegevusvaldkonniti** ülevaate³³. Hotelliettevõtluses on enim (49%) neid, kes kinnitasid, et põhimõtted on kokku lepitud. Mõnevõrra vähem (35%) on põhimõtted fikseeritud atraktsioonide valdkonnas tegutsejail. Teistes tegevusvaldkondades

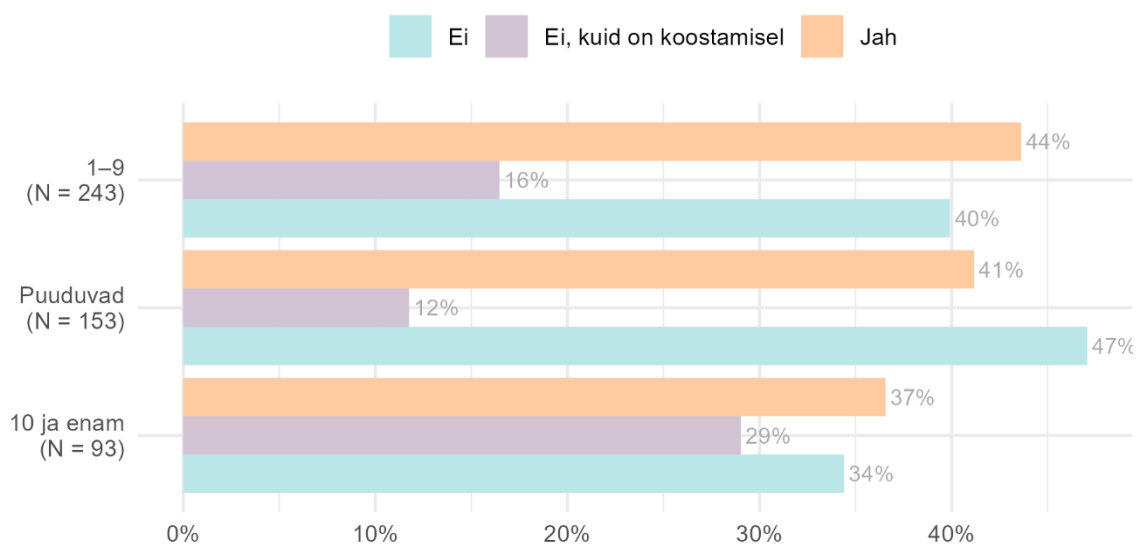
³³ Välja jäetud vastusevariandi „Ei oska öelda“ osakaalud.

tegutsejad jäävad nende vahele. Neist, kellel on põhimõtted kokku lepitud, märkis 62%, et nende elluviimise eest vastutab asutuse või osakonna juht. 31% märkis, et vastutus on meeskonnal, ning kolmel protsendil on selleks eraldi töötaja. Neli protsenti märkis, et elluviimine ei ole kellegi vastutada. Toitlustevõtjate hulgas on enim (46%) neid, kes märkisid, et neil ei ole kestliku tegutsemise põhimõtted kokku lepitud. 13 protsendipunkti vahemikku jääb kõigis tegevusvaldkondades nende teenusepakkujate osakaal, kes kinnitasid, et põhimõtteid veel kokku lepitud pole, kuid need on koostamisel. Neilt küsime lisaks, millal on plaanis kestlikke põhimõtteid rakendada asuda. 46% plaanib alustada juba sel aastal, 18% järgmisel aastal ning 25% järgmise viie aasta jooksul; 12% ei oska veel öelda.



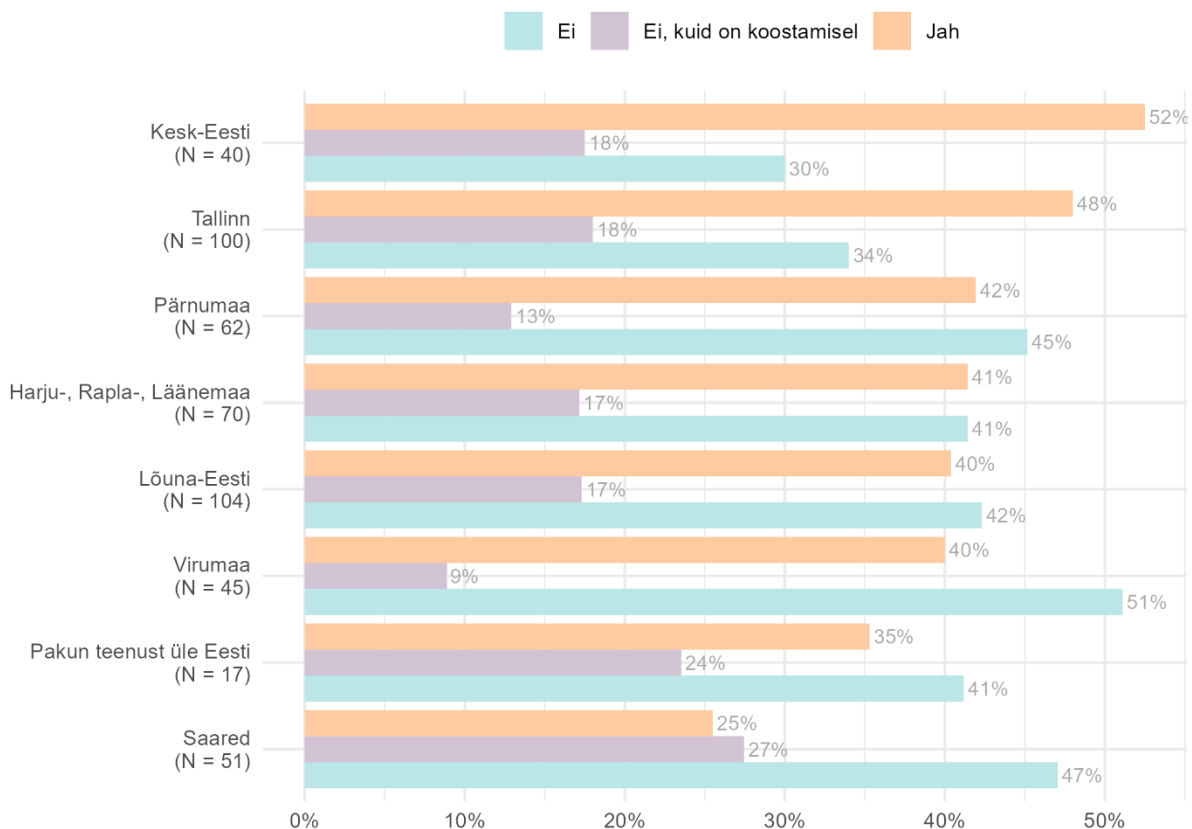
Joonis 5. Kestlike põhimõtete kokkuleppimine turismiteenuse pakkujate seas valdkonniti (N=489). Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

Kui vaadata seda, kuidas jaotuvad vastused samale küsimusele turismiteenuse pakkujate suuruse ehk [töötajate arvu näitaja järgi](#), siis joonis 6 esitatud andmete alusel võime öelda, et töötajate arvu ja kestliku tegutsemise põhimõtete olemasolu vahel on statistiliselt oluline seos³². 10 või enama töötajaga turismiteenuse pakkujad erinevad teistest selles, et neil on suurem tõenäosus vastata „Ei, kuid on koostamisel“ ja väiksem tõenäosus vastata „Ei oska öelda“. Teenusepakkujad, kus töötajaid pole, erinevad teistest selles, et neil on suurem tõenäosus vastata „Ei“ ja väiksem tõenäosus vastata „Ei, kuid on koostamisel“.



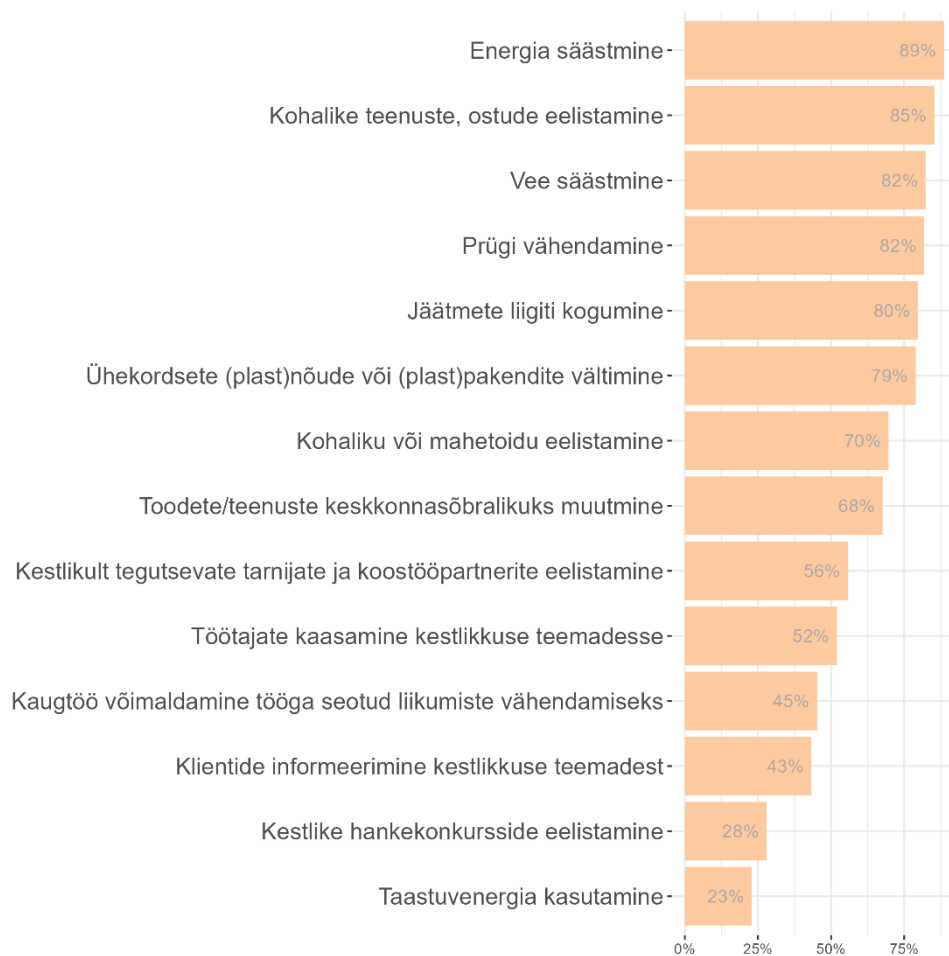
Joonis 6. Kestlike põhimõtete kokkuleppimine turismiteenuse pakkujates töötajate arvu järgi (N=489). Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

Jaotades vastused piirkonniti (Joonis 7), on näha, et küsitluse põhjal on veidi vähem (25%) põhimõtted kokku lepitud Hiiu- ja Saaremaal tegutsevate turismiteenuse pakkujate seas ja võrreldes teistega enam (53%) Kesk-Eesti teenusepakkujates. Teiste piirkondade puhul on proportsioonid pigem sarnased. Samas ei ole piirkonna ja põhimõtete kokkuleppimise vahel statistiliselt olulist seost.



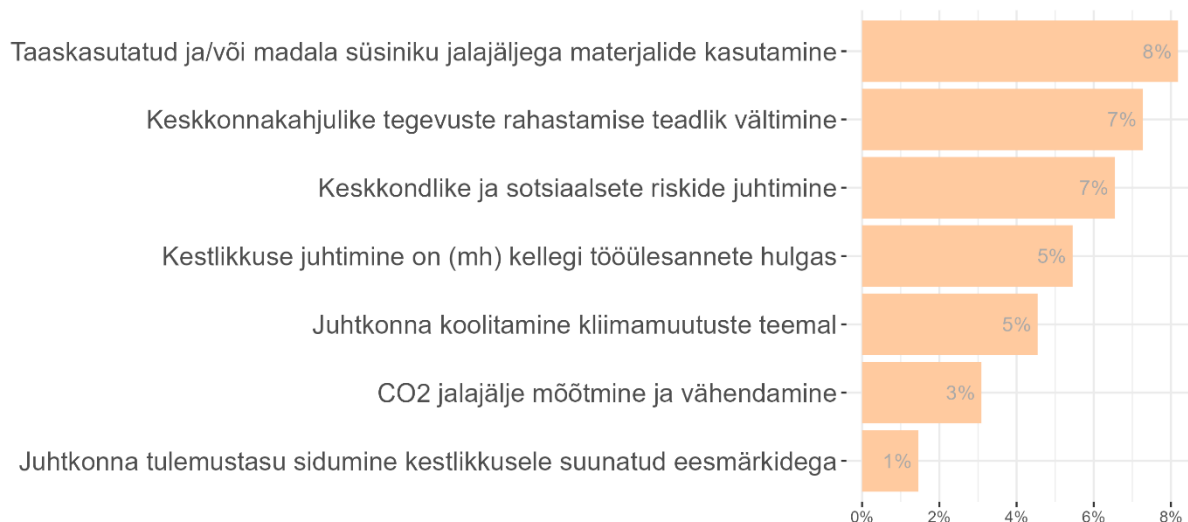
Joonis 7. Kestlike põhimõtete kokkuleppimine turismiteenuse pakkujate seas piirkonniti (N=489).
Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

Peale kestlikkuse põhimõtete kokkuleppimise küsisime, milliseid **samme kestlikkuse suunas on turismiteenuse pakkujad juba teinud** (Joonis 8). Kuus levinuimat tegevust on energia säästmise (89%), kohalike teenuste, ostude eelistamine (85%), vee säästmise (82%), prügi vähendamine (82%), jäätmete liigiti kogumine (80%) ja ühekordsete (plast)nõude või (plast)pakendite vältimine (79%). Vähem on kestlike tegevustena levinud taastuvenergia kasutamine (23%) ning kestlike hankekonkursside eelistamine (28%). Kliente on kestlikkuse teemadest informeerinud vähem kui pooled vastajad (43%).



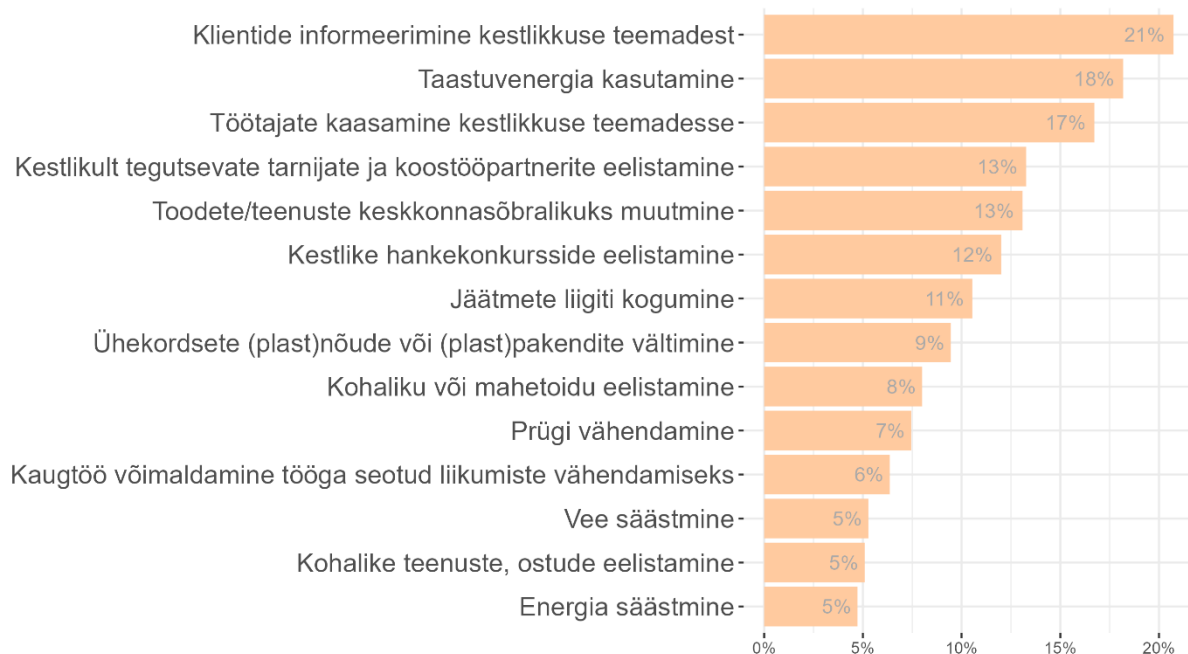
Joonis 8. Tegevused kestlikkuse suunas, mida turismiteenuse pakkujad juba rakendavad (N=550). Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

Suurematelt turismiteenuse pakkujatelt, kus on töötajaid kümme või enam, küsisime veel täiendavate tegevuste rakendamise kohta kestlikkuse tagamiseks (Joonis 9). Need tegevused on suhteliselt vähe levinud, kuna kümne ja enama töötajaga vastajate hulgast märkis alla 10%, et on neid samme kestlikkuse suunas ette võtnud.



Joonis 9. Täiendavad tegevused kestlikkuse suunas, mida rakendavad lisaks kümne või enama töötajaga turismiteenuse pakkujad (N=99). Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

Täpsustasime küsitluses ka, milliste tegevustega on turismiteenuse pakkujatel plaanis peagi (2023. aastal) alustada, kuid mida veel ei tehta (Joonis 10). Kõige suuremal osal (21%) on plaanis alustada klientide informeerimist kestlikkuse teemadest. Sellele järgnevad plaan hakata kasutama taastuvenergiat (18%) ning kavatsus kaasata töötajaid kestlikkuse teemadesse (17%).

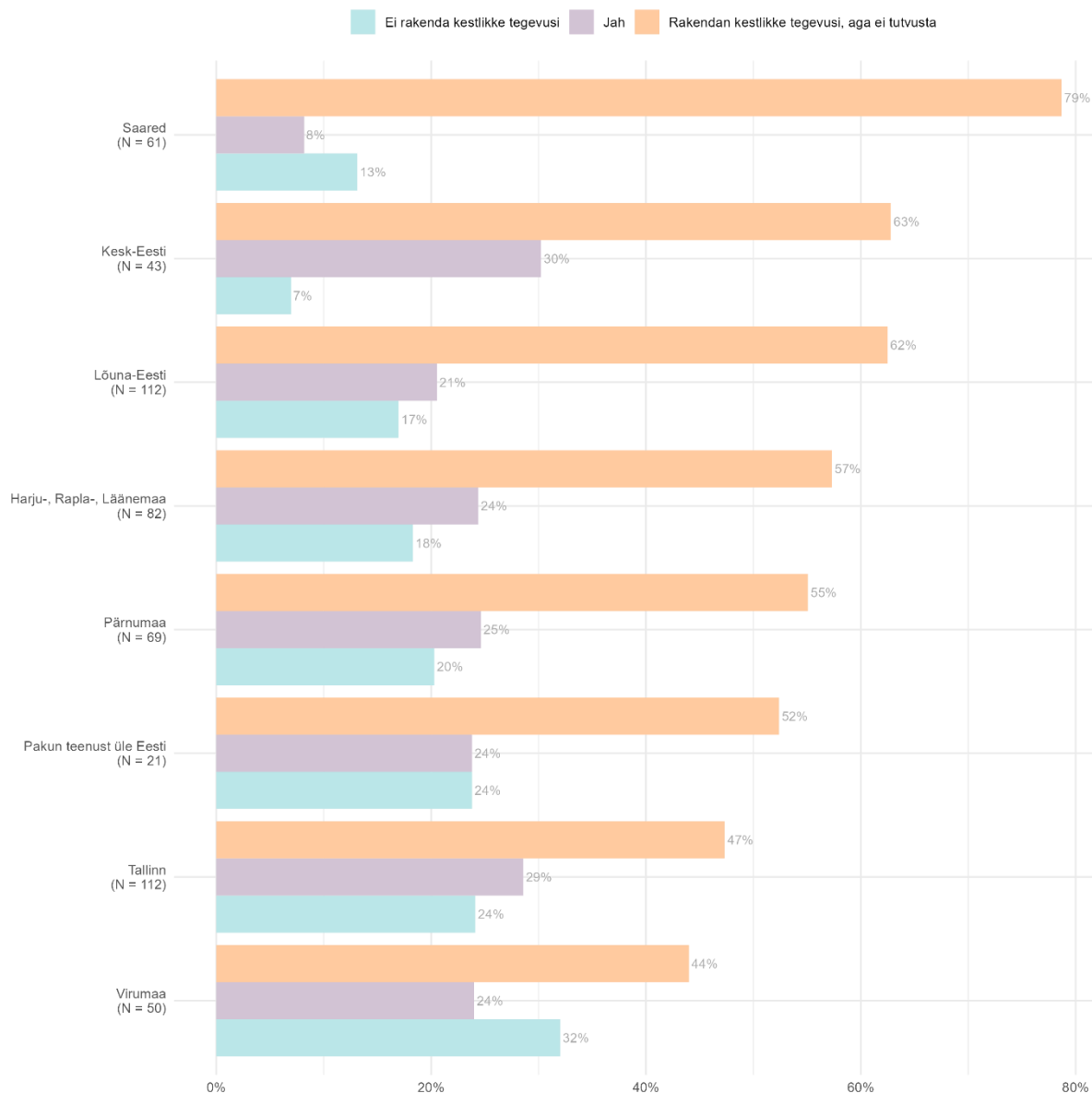


Joonis 10. Tegevused kestlikkuse suunas, mida turismiteenuse pakkujad veel ei rakenda, aga plaanivad 2023. aastal alustada (N=550). Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

Küsitlusest selgubki, et kuigi turismiteenuse pakkujad tajuvad klientide ootust kestlikumalt tegutseda ja ootustele vastamist peetakse oluliseks, tutvustatakse oma kestlikke tegevusi

klientidele vaid vähesel määral. Joonis 11 annab ülevaate piirkonniti sellest, kas rakendatavaid kestlikke tegevusi ka tutvustatakse, mis on ka statistiliselt oluline³⁴. Üldiselt paistab silma, et vaatamata kestlike sammude tegemisele ei tutvusta paljud vastanutest neid avalikult. See tulemus on sarnane ka 2022. aastal laiemal hulgal tegevusvaldkondadega ettevõtjate seas läbi viidud küsitluse tulemustega (EBS 2022). EBSi uuringu mediaanhinnangute järgi ei avalda suurem osa ettevõtteid teavet enda tegevuse keskkondlike ja sotsiaalsete mõjude kohta. Samuti on märkimist väärt, et need, kes avaldavad, erinevad (ka statistiliselt oluline) mitteavaldatajatest selle poolest, et tajuvad rohepööret rohkem kui võimalust (EBS 2022). Käesoleva uuringu raames läbi viidud küsitluse põhjal eristub eriti saarte piirkond, kus lausa 79% vastajaist leidis, et nad tegutsevad küll kestlikult, kuid ei esitle seda avalikult. Kõige suurem osakaal neid, kes oma kestlike põhimõtteid ka avalikult tutvustavad, on Kesk-Eestis (30%) ja Tallinnas (29%).

³⁴ p-väärtus 0.008496



Joonis 11. Kestlike põhimõtete rakendamise ja nende avalikult tutvustamise osakaalud turismiteenuse pakkujate hulgas piirkonniti (N=550). Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

Kokkuvõttes teevad kestlikuma turismi suunas samme juba paljud turismiteenuse pakkujad – säästetakse elektrit ja vett, eelistatakse kohalikke teenuseid ja oste, vähendatakse ja kogutakse jäätmeid liigiti jne. Vähem on levinud näiteks taastuvenergia kasutamine. Iseasi, kas alati teatakse, millised iseenesestmõistetavad tegevused ongi juba kestlikud ning kas kestlikke tegevusi osatakse või tahetakse ka reklaamida. Samas plaanivad paljud küsitlusele vastanud lähitulevikus hakata oma kliente kestlikkuse teemadest informeerima.

4.2.3. Motivatsioon kestlikult tegutseda

„Kestlikkuse rakendamist võiks vaadata kui värskendust kogu valdkonnale – hea võimalus, mis sunnib pingutama, otsima uusi lahendusi ja leidma innovatsiooni.“ (Sündmuskorraldaja)

Kestliku turismi arendamisest saadav **kasu ja võimalused** võivad erineda sõltuvalt turismiteenuse pakkuja suuruselt ja tegevusvaldkonnast. Fookusgrupi aruteludes tõdesid pigem suuremad ja välispartneritega koostööd tegevad turismiteenuse pakkujad, et kestlikkuse tegevuste elluviimine ja märgised võivad luua mitmesuguseid väljavaateid. Väiksemad ja siseturismile suunatud turismiteenuse pakkujad ei tunneta niivõrd, et kestlikkuse eesmärkide täitmine otsest tulu tooks. Seda erinevust põhjendatakse asjaoluga, et välituristid pööravad kestlikkusele siseturistidest rohkem tähelepanu. Siiski mõistavad ka väiksemad teenusepakkujad, et siseturistide suhtumine võib tulevikus muutuda, ning oluline kasu, mis võib kestlikuma tegutsemisega kaasneda, on järgmine.

- **Konkurentsieelis:** kestlikkusega silma paistvad turismiteenuse pakkujad võivad saada konkurentsieelise, kuna üha rohkem tarbijaid eelistab keskkonnasõbralikke ja vastutustundlikke turismiteenuseid. Kui teenusepakkuja suudab näidata oma pühendumust kestlikkusele, võib see meelitada uusi kliente ja suurendada usaldust.
- **Uued äripartnerid:** kestlikult tegutsemine võib avada uusi koostöövõimalusi. Turismiteenuse pakkujad, kes jagavad sarnaseid väärtusi ja keskenduvad kestlikkusele, võivad olla huvitatud koostööst ja partnerlusest, luues sellega võimalusi uuteks ärikontaktideks ja -projektideks.
- **Majanduslik kasu:** kestlikult tegutsemine võib pikemas perspektiivis tuua ka suuremat tulu. Näiteks energiasäästu meetmete rakendamine, jäätmete vähendamine ning ressursitõhusus võib säästa kulusid.
- **Motiveeritud töötajad:** kui turismiteenuse pakkuja rakendab kestlikke põhimõtteid ja näitab üles vastutustundlikku käitumist, siis võib ta turul paista atraktiivse tööandjana, motiveerida töötajaid ja suurendada nende rahulolu.
- **Mainekasu:** kestlikkusele keskenduv tegutsemine võib viia avalikkuse ja meedia positiivse tähelepanuni ning tugevdada teenusepakkuja mainet.
- **Hoitud keskkond:** kestlik tegevus võib aidata kaasa üldisele keskkonnakaitsele, mis on oluline riigi tuleviku jaoks.

Turismiteenuse pakkujate **motivatsioon** kestlikult tegutseda võib samuti vastavalt tegevusvaldkonnale ja teenusepakkuja suuruselt varieeruda. Fookusgrupi intervjuudes eristusid kahte tüüpi motivatsiooniga grupid, suuruse ja tegevuspiirkonna ning sektori alusel:

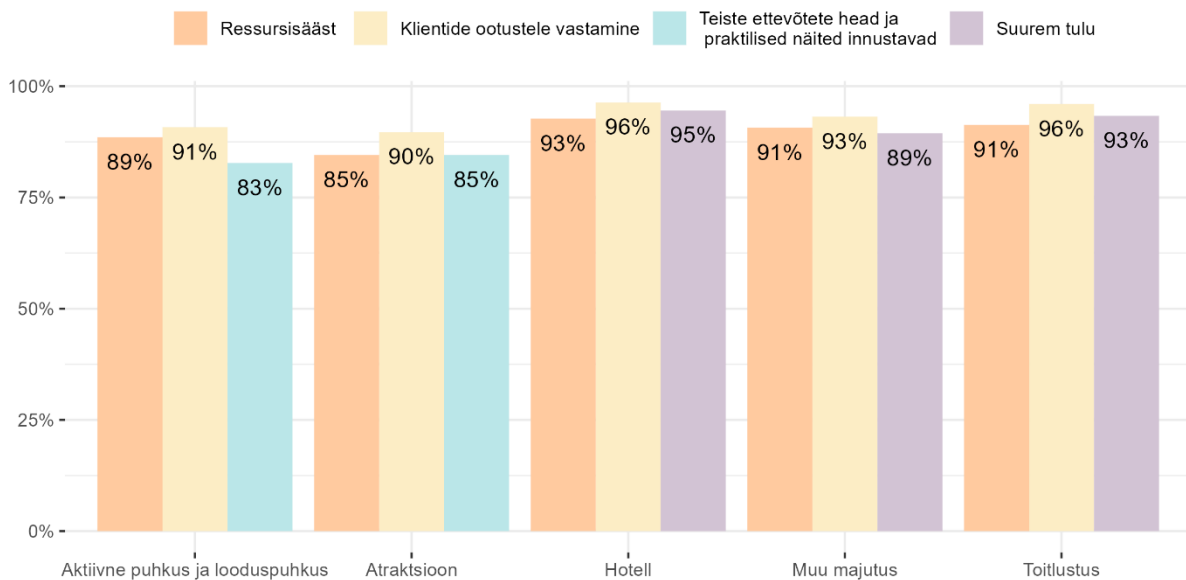
- **väikesed ja maapiirkondade turismiteenuse pakkujad** tegutsevad kestlikult pigem sisemise innu ajel. Ka käivad siia alla keskkonna ja looduse heaolu eest suuremat vastutust tundvad teenusepakkujad, näiteks looduspuhkuse ja -turismi pakkujad, kes tegutsevad kestlikult enese teadlikkusest;
- **suuremate turismiteenuse pakkujate** kestlikult tegutsemise ajuriks on väline surve ja ootus – rahvusvahelised koostööpartnerid ja -võimalused ning märgised, mis meelitavad rohkem välituriste ligi.

Erinevus on tunda ka erasektori ja avaliku sektori vahel.

- **Erasektori** ettevõtetes ollakse rohkem motiveeritud kestlikult tegutsema kui avaliku sektori omandis olevates turismiasutustes.

- **Avaliku sektori** turismiteenuse pakkujate esindajad märgivad, et neil on keeruline süsteemi muuta, sõltudes tihti riigihangetest, mis piiravad ise kestlike otsuste langetamist. Muudatused avalikus sektoris nõuavad palju paberimajandust ning aega. Ka töötajate palk on avaliku sektori teenusepakkujates tagatud, olenemata sellest, kas järgitakse kestlikke põhimõtteid või mitte.

Ankeetküsitluse põhjal on kõikides tegevusvaldkondades ette antud valikuvariantidest peamiseks motiveerivaks teguriks **klientide ootustele vastamine** (Joonis 12). Aktiivse ja looduspuhkuse, muude majutusettevõtete ja atraktsioonide esindajate hinnangul on teisena oluline **ressursisääst**. Atraktsioonide ning aktiivse ja looduspuhkuse teenuste pakkujate jaoks on samaväärselt oluline ka see, et **teiste turismiteenuse pakkujate head ja praktilised näited innustavad**. Toitlustuse ja hotelliettevõtlusega tegutsejaid motiveeriks kestlikult, tähtsuset teisena, tegutsema **suurem tulu** ning kolmandana ressursisääst. Silmas tasub pidada, et erinevused motiveerivate tegurite tähtsuse järjekorras tegevusalade lõikes on väikesed. Kui jagada motiveerivad tegurid töötajate arvu järgi, on olenemata teenusepakkuja suurusest esikohal klientide ootustele vastamine. Kümne ja enama töötajaga turismiteenuse pakkujate puhul on tähtsuset teine tegur suurem tulu. Väiksemate turismiteenuse pakkujate puhul on teisel kohal ressursisääst.



Joonis 12. Kestlikku tegutsemist motiveerivad tegurid turismiteenuse pakkujate hulgas tegevusalati (N=550). Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

Nii ankeetküsitlusest kui ka fookusgrupi intervjuudest nähtub, et turismiteenuse pakkujad muudavad oma tegevusi kestlikumaks, kui tarbijad eelistavad kestlikke teenusepakkujaid ja kui kehtivad seadused kestlikkust soosivad. Intervjuudes tõdesid turismiteenuse pakkujad, et nende põhieesmärk on vastata klientide nõudlusele ja tagada kliendi rahulolu, ning **kestlikkuse märgised või tunnustused** võivad kasvatada nõudlust, tõstes seega kasumit. Majanduslikuks ajendiks oleksid ka riiklikult tagatud **maksusoodustused ja toetusmeetmed** – näiteks võiksid kestlikkust edendavad teenusepakkujad saada maksusoodustusi või eelise toetusmeetmetele kandideerimisel.

Et klient üldse oskaks kestlikkust nõuda ning turismiteenuse pakkuja suudaks nõuetele vastata, tuleks pidevalt tegeleda **teavitustööga**. Ühelt poolt peaks kestlikkus muutuma tarbijate seas trendiks (normaalsuseks) ning teisalt motiveeriks kestlike turismiteenuse pakkujate **riigipoolne turundamine ja tunnustamine** rohkem teenusepakkujaid kestlikumalt tegutsema.

Fookusgruppides osalenud leiavad, et riik peaks ka ise järgima samu kestlikkuse põhimõtteid, et innustada ettevõtteid seda tegema. Samuti on oluline kestlikkuse alane koostöö partneritega – see inspireeriks osapooli ühise eesmärgi poole liikuma. [Kogemuste jagamine ja koostööplatvormid](#) võivad pakkuda väärtuslikku teadmist ning õhutada sektorit veelgi kestlikumalt tegutsema. Turismiteenuse pakkujatele on oluline, et nende tegevusel on suurem eesmärk ning et seda ühiskondlikult tunnustatakse.

„Edu faktor on kommunikatsioon, mille poolest sa oled eriline ja mida sa teed. Kestlikkus on meil kommunikatsiooniga liiga üldise jutu tasandil, sellest ei aita – on vaja konkreetseid häid näiteid: meie teeme nii ja tulemus on niisugune.“ (Erialaliidu esindaja)

Fookusgrupi vestlustest tõstatub kerge inimlik paradoks – osalenud soovivad riigilt küll selgust nõ märgureeglites, ent neid ei motiveeri kohustavad regulatsioonid, millega kaasneb bürokraatia suurenemine ja piirangud. See võib hoopis põhjustada raskusi ning nõuda ettevõtelt liiga suurt võimekust. Kui kestlikkuse edendamine tundub ettevõtjatele liiga keeruline ning nõuab palju lisatööd, võivad nad järeldada, et neil pole piisavalt ressursse ega võimalust kestlike eesmärgke seada. Tihtipeale kulub ettevõtjate sõnul juba projektitaotluse kirjutamisele hulk aega, mistõttu jäetakse vahel üldse kandideerimata.

Kokkuvõttes motiveerivad turismiteenuse pakkujaid kestlikult tegutsema [rahaline kasu, koostöö ja kogemuste jagamine, klientide ootused, riigi tugi ja maksusoodustused, missioonitunne ning tunnustamine](#). Need tegurid võivad aidata turismiteenuse pakkujatel leida motivatsiooni ja väärtust üleminekul keskkonnasõbralikumale ja jätkusuutlikumale tegevusele. [Regulatsioonid pigem pärsivad kestlikumat tegutsemist](#). Kõige olulisem on, et ka riik ise käituks eeskujuna, motiveerimaks ettevõtteid ja asutusi erinevates sektorites.

DMOde esindajate ambitsioonikus oli kestlike tegevuste puhul suurem kui teenusepakkujatel endil. Nimelt nägid DMOd laiemalt, kuidas kestlikkuse teemadega toimetulemine mõjutab eelkõige väliskülastajate huvi sihtkohariigi vastu tervikuna. Prioriteetsete tegevustena töid DMOde esindajad rohkem välja kogu sihtkohta puudutavate kestlikkuse teemadega tegelemise vajalikkust, nt omavalitsuse ülene eri osapoolte koostöö vajadus, kestlik transpordivõrk ja ligipääsetavus, kestlikkus kogu piirkonna turunduses ja kommunikatsioonis, turismiteenuse pakkujate teadlikkuse tõstmine.

Kuigi ka osalenud ministeeriumite esindajatel on konstruktiivseid mõtteid, mida avaliku sektori poolt saaks ja peaks tegema teisiti kestlikkuse edendamiseks turismisektoris (mõtted on sarnased turismiteenuse osutajate omadega), siis leiavad ministeeriumite esindajad rohkem kui teenuseosutajad, et täna avalik sektori pakub juba tuge turismisektorile. Järelikult on ministeeriumite enda teadlikkus arusaadavalt suurem enda tegevusest, meetmetest ja eelkõige plaanidest ning järgmistest sammudest ettevõtjate toetamiseks, kuid turismisektori asjalised (sh teenusepakkujad) ei ole sellest teadlikud ning ei tunne seda nii selgelt. Kusjuures kultuuriministeerium oli üks väheseid, kes tõstis esile ka kestlikkuse sotsiaalse poolega (nt kohalik kultuur) tegelemise olulisuse.

4.3. Investeeringu- ja toetusvajadused

- Investeeringud energia- ja transporditaristusse nõuavad ulatuslikke rahalisi ressursse, mida turismiteenuse pakkujail endal ei ole – ja seega mahukaid investeeringutoetusi.
- Riigilt oodatakse pikka plaani kestlikkuse eesmärkide saavutamiseks ning erinevate osapoolte kokkutoomist selle koostamiseks ja elluviimiseks.
- Haridusasutustel on vastutusrikas roll kestlikkuse saavutamisel ja teadlikkuse suurendamisel kestlikkuse olulisusest praeguste ja tulevaste põlvkondade seas.

Kolmandas osas vaatame, millised on osalenud osalenute hinnangul peamised sektori investeeringuvajadused. Samuti anname ülevaate uuringus osalenute nägemusest sellest, kuidas saaks riik olla turismiteenuse pakkujatele nii lühikeses (paari aasta) kui ka pikas (aastani 2030) perspektiivis abiks kestlikkuse eesmärkide täitmisel. Viimaseks käsitleme, milline roll peaks kestliku turismi edendamisel olema teistel osapooltel, nagu haridusasutused, kohalikud omavalitsused ja erialaliidud.

4.3.1. Investeeringuvajadused

Kestlikkusega seotud investeeringuvajadused turismisektoris sõltuvad põhiliselt tegevusvaldkonnast, ent kattuvad teemad on **energeetika ja transport**. Nagu eesmärkide alaosas kirjeldatud, on need fookusgruppides osalenute hinnangul kestlikkuse edendamisel olulised valdkonnad ning nõuavad ulatuslikke ressursse, mida turismiteenuse pakkujatel endal ei ole – ja seega mahukaid toetusi. Fookusgruppides tõstatatud investeeringuvajadused on järgmised.

- Hoonete energiatõhususe suurendamise toetamine peaks sarnaselt elukondlikule kinnisvarale ja tööstusele olema laiendatud ka teenuste sektorisse, sh turismiteenuse pakkujatele. Toetust soovitakse hoonetega seotud suurematele projektidele, nagu soojustamine, renoveerimine ja ventilatsioonisüsteemide uuendamine. Ka siin tuleb enam tähelepanu pöörata maapiirkonna turismiteenuse pakkujate toetamisele, et oleks tagatud veesüsteemid, elekter ja muu elementaarne, kuna maapiirkonna teenusepakkujatel on pangalaenu saamine keerulisem. Väikestele või maapiirkonna turismiteenuse pakkujatel võiks riik pakkuda soodustusi või töötajate koolitusi, mis motiveeriks eesmärgipäraselt kestlikult tegutsema, sest tihti on maapiirkondade teenusepakkujate võimekus niigi piiratud ning kestlikkusse panustamine ei ole prioriteet. Energiavaldkonnas vajavad toetust ka taastuvenergiaga seotud projektid, nt päikeseparkide rajamine.
- Transpordi negatiivsete keskkonnamõjude vähendamiseks tuleks eelistada kestlikumaid transpordivahendeid, kuid hetkel pole turismiteenuse pakkujatel selleks piisavalt ressursse. Seepärast oodatakse toetust sõidukiparkide uuendamiseks. Eriti keeruline on olukord meretranspordis, sest paljud transpordivahendid on sise põlemismootoritega ning töötavad fossiilsete kütuste baasil. Ka puudub paljudesse maapiirkondadesse mugav ligipääs ühistranspordiga, mistõttu paljud külastajad sinna ei jõua.
- Samuti küsitakse toetust turismiteenuse – näiteks sündmuskorraldus või toitlustusteenus – osutamiseks kasutatava tehnika väljavahetamiseks keskkonnasäästlikuma vastu.
- Turismiteenuse pakkujad ootavad tuge ka kestlikkuse n-ö administratiivsetes küsimustes – regulatiivsete nõuete kasvades abivahendeid ja tuge teenusepakkujate mõju mõõtmise ja raporteerimise võimekuse tugevdamisel ning kestlikkuse märgiste taotlemisel.

Kokkuvõttes vajavad fookusgruppides osalenute hinnangul kestliku turismi edendamisel kõige rohkem investeeringuid suurima keskkonnamõjuga valdkonnad, energeetika ja transpordisektor. Samuti oodatakse riigilt muuhulgas rahalist tuge kestlikele lahendustele üleminekul, eriti maapiirkonna turismiteenuse pakkujate seas, olgu see siis hoonete renoveerimine, tehnika väljavahetamine kestlikuma vastu või kestlikkuse märgise taotlemine.

4.3.2. Ootused riigile

„Kõigepealt tuleb paika panna, mis on Eesti unistus, mis on võimalused ning kus on piir? Ja äkki saame üle selle piiri minna.“ (Sündmuskorraldaja)

Seljatamaks takistusi, mis on uuringus osalenute sõnul neid pidurdanud kestlikumalt tegutsemisel ja mida käsitlesime peatükis „Valmisolek kestlikult tegutseda: teadlikkus, takistused ja tagajärjed“, vajavad turismiteenuse pakkujad riigi tuge. Fookusgrupi intervjuudest turismisektori asjaosalistega selgus, et kestlikkuse eesmärkide kiiremaks saavutamiseks peaks riik eelkõige **seadma eesmärgid ja paika panema tegevused** nende saavutamiseks. Suuremad turismiteenuse pakkujad tunnevad, et praegu tegeletakse pigem regulatsioonide ja nõuete täitmisega, mitte ettevaatavalt uute võimaluste leidmisega. Eesmärkide seadmisel on oluline tuvastada, mida juba praegu hästi tehakse, ja kokku leppida, kuhu võiks edaspidi rohkem panustada. Riigilt oodatakse **pikka plaani ning erinevate osapoolte kokkutoomist selle koostamiseks ja elluviimiseks** (avalik sektor, omavalitsus, äri sektor, teadlased). Seatud eesmärgid ja kokkulepitud tegevused peavad olema pikaajalised, mis võimu vahetumisel ei tohiks muutuda. Juhiste loomisel tuleb tagada kõigile järgimiseks ühtne raporteerimissüsteem.

„Meetmete eesmärk peaks olema tervikpilt: kuidas tagada konkurentsivõime turismisektorile, sotsiaalseid tingimusi – õiglast, konkurentsivõimelist palka ja samal ajal võimalikult väikse keskkonnajäljega.“ (Erialaliidu esindaja)

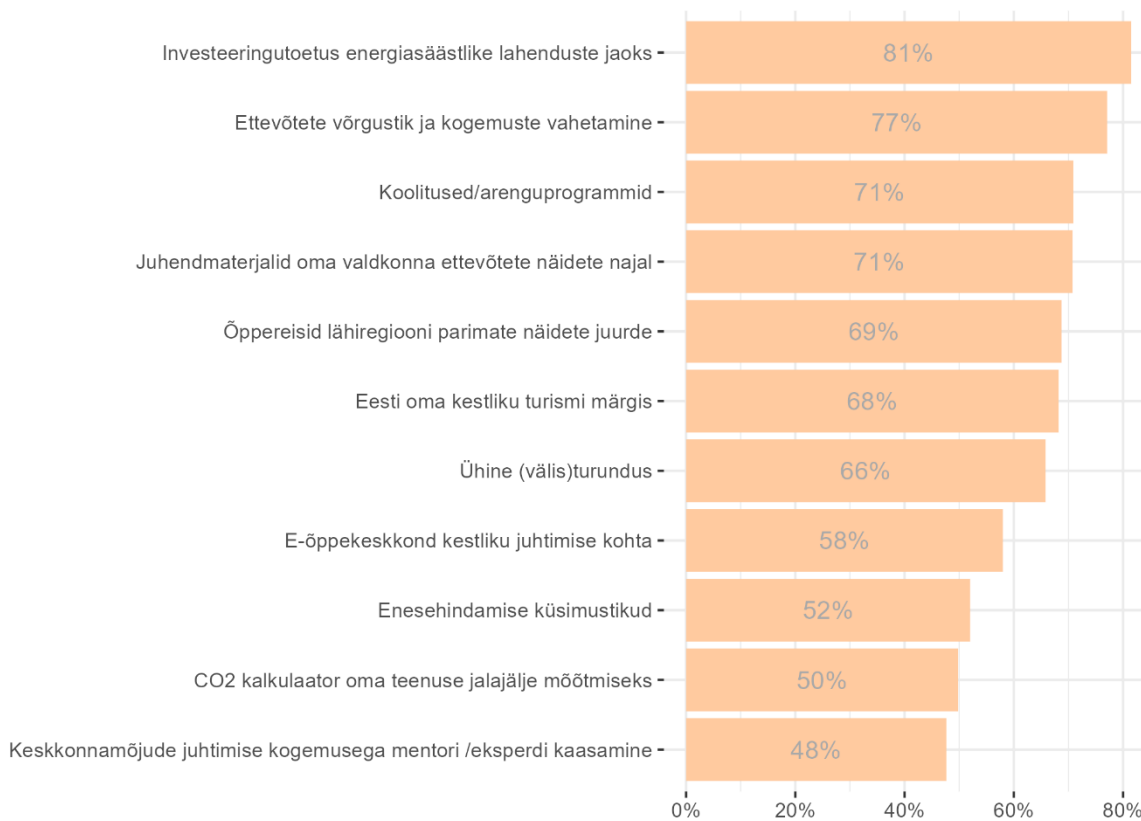
Kestlikkuse edendamisel on kõige olulisem, et ka **riik ise näitab eeskujuna** kestlikkuse nõuetega ostudel ja hangetel ning keskkonnanahoiuga. Riigi käitumine eeskujuna motiveerib turismiteenuse pakkujaid ning loob usaldust – ja vastupidi. Samuti on oluline kogu **ühiskonna teadlikkuse tõstmine** kestlikkuse kohta, et klientidel ja teenusepakkujatel oleks ühine arusaam ega tegutsetaks oma äranägemise järgi.

Uuringus osalenud ministeeriumide esindajad rõhutavad selge kestlikkuse üleminekukava vajalikkust. Kliimaministeerium toob välja võimaluse sõlmida ka turismisektori organisatsioonidega n-ö vaba tahte kokkulepe, mille raames valdkonna organisatsioonid loovad ise üleminekukava ja teekaardi oma valdkonnale, mida ministeerium(id) saaksid aidata täiendada ning saaksid sisendit enda plaanidesse. Kliimaministeeriumi fookus (nt struktuurivahendite suunamisel) peaks olema tööstussektori ja teiste suure mõjuga valdkondade kõrval ka teenuste, sh turismivaldkonnal. Lisaks leidsid ministeeriumide esindajad, et äri sektoriga sarnaseid toetusi vajaksid ka turismiteenuste pakkujad, kes ei ole äriettevõtted, vaid nt sihtasutused. Ministeeriumide esindajad avastasid fookusgrupi vestluste ajal vajadusi sünkroniseerida sarnase eesmärgiga tegevusi erinevate ministeeriumide vahel – et säästa ressursse ning anda turismivaldkonnale ühtne sõnum riigi poolt tervikuna (mitte kaks erinevat ministeeriumi tegelemas samaaegselt sama asjaga eraldi). Uuringu koostajad loodavad, et algatused nagu väljatöötatud kliimaseadus ja MKMi koostatav turismi pikk vaade annavad teiste seas ka ministeeriumidele ühtsed ja selged suunised.

Uuringu käigus intervjueeritud [rohepöörde ekspert](#) leiab, et esiteks tuleks kogu turismisektorile, kõigile tasanditele pakkuda n-ö kestlikkuse kirjaoskuse baaskoolitust. See võiks katta teemad alates sellest, mis on elurikkus ja kliima, kuni praktiliste lahendusteni – kuidas kestlikumalt tegutseda ja kuidas sellest ka rääkida (kommunikatsioon). Viimane on oluline selleks, et organisatsioon võtaks ise vastutuse ja proaktiivse lähtekoha ka oma kliente kestlikuma käitumise suunas nügida. Selleks peab riik eksperdi arvates mõtestama, mis on elementaarsed ja vajalikud oskused ja teadmised turismisektori jaoks. Need teadmised tuleks seejärel viia sisse turismisektori koolitustesse, alustades standarditest, sh õppekavad, kommunikatsioonikoolitused, õppejõudude koolitused, ja lõpetades täiendkoolitustest kõigile sektori asjaosalistele.

Ankeetküsitluses töid turismiteenuse pakkujate esindajad etteantud valikust olulisimate tugimeetmetena esile [investeeringutoetuse energiasäästlike lahenduste jaoks, ettevõtete võrgustiku ja kogemuste vahetamise ning koolitused-arenguprogrammid ja juhendmaterjalid oma valdkonna ettevõtete näidete najal](#) (Joonis 13). Toetusmeetmete vahel ei esine statistiliselt olulisi erinevusi vastajate antud olulisuse hinnangutes³⁵. Ka kõigis tegevusvaldkondades eraldi, peale aktiivse ja looduspuhkuse kategooria, hinnati kõige olulisemaks oodatud tugimeetmeks investeeringutoetust energiasäästlike lahenduste jaoks. Looduspuhkuse pakkujate hulgas oli sellest toest veidi olulisem ettevõtete võrgustik ja kogemuste vahetamine. Nende hinnangul oli investeeringutoega samaväärselt olulised ka võimalus [küllastada lähiregiooni parimaid kestliku turismi näiteid](#), koolitused-arenguprogrammid kui ka [ühine \(välis\)turundus](#). Need teenusepakkujad, kel on kümme ja enam töötajat, peavad esmajoones oluliseks investeeringutoetust ning teisena juhendmaterjale oma valdkonna teenusepakkujate näidete najal. Need, kel töötajaid 1–9 hindaksid samuti enim investeeringutoetusi ning teisena võimalust võrgustuda ja kogemusi vahetada. Need, kel töötajaid pole, pidasid küsitluse põhjal esmatähtsaks võrgustumisvõimalusi ja seejärel investeeringutoetuste olemasolu.

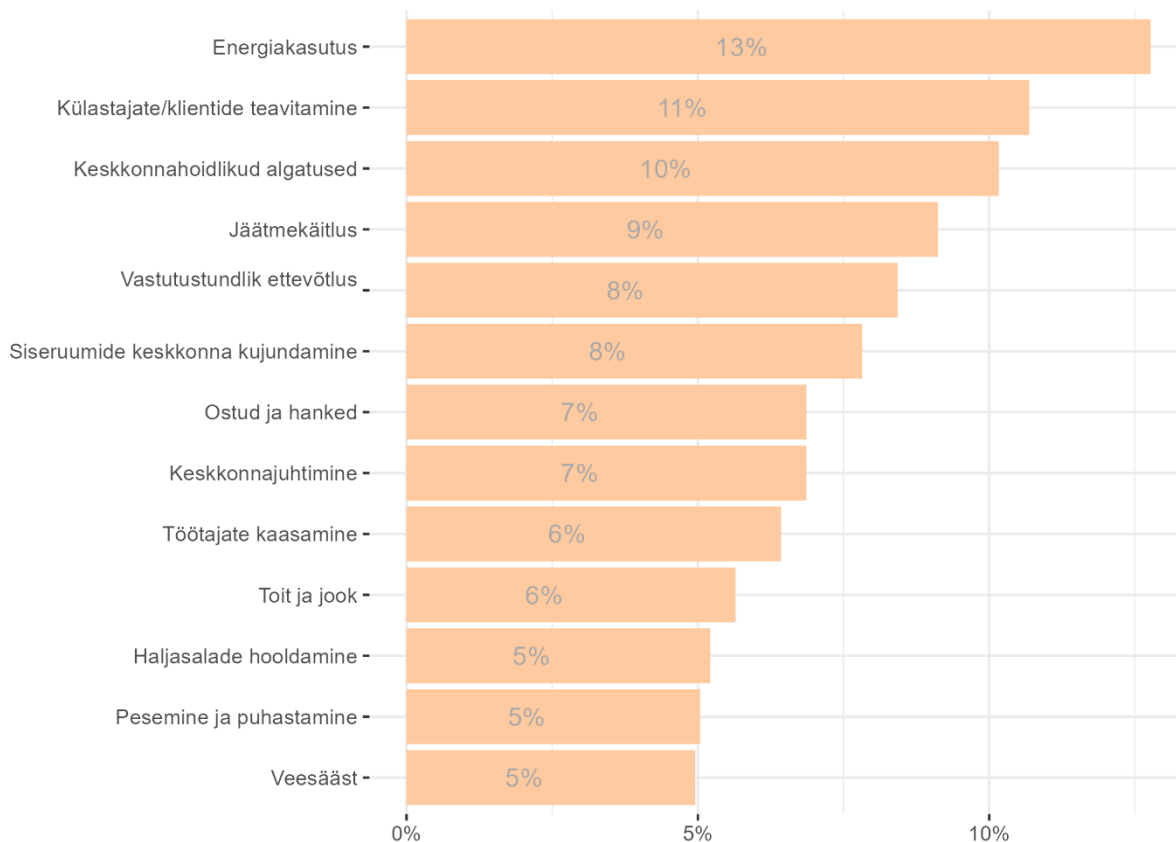
³⁵ Kruskali-Wallise testi p-väärtus = 0,4405



Joonis 13. Kestlikkuse suunas liikumiseks oodatud tugimeetmete osatähtsused turismiteenuse pakkujate hulgas (N=550). Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

Lisaks palusime küsitluses vastajail märkida kuni viis teemat, millega seotud infost nad puudust tunnevad (Joonis 14). Etteantud teemade valik lähtus Green Key märgise kriteeriumitest. Kõige

enam vajavad vastajad energiakasutuse, küllastajate või klientide teavitamisega ja keskkonnahoidlike algatustega seotud infot.



Joonis 14. Green Key kriteeriumeid puudutavad teemad, millega seonduvast infost tunnevad turismiteenuse pakkujad puudust (N=550). Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

4.3.2.1. Lühiajaline perspektiiv

„Kui sa ei anna stardiplahvatust, siis ei saa ka pikaajalisusest rääkida. Riik peab täna tegelema sellega, et kuidas luua püssirohutünn, et see asi plahvatama panna. Sinna peale on hea järgmisi kestlikkuse samme ehitada, aga kui see tünn ei ole plahvatanud, siis on raske seda pööret läbi viia.“ (Restoraniomanik)

Fookusgruppides tõstatati, et lähima paari aasta jooksul peaks riik looma **ühtse raamistiku ja süsteemi, mille alusel tuvastada kestlikult tegutsevaid teenusepakkujaid**. Muuseas võimaldaks see teadlikul kliendil neid ettevõtteid ja asutusi vahendada. Samas leitakse, et selline korraldus ei peaks olema Eesti-põhine, vaid võtma aluseks pigem rahvusvaheliselt tunnustatud süsteemi. Lisaks soovitakse riigilt tuge kestlike turismiteenuse pakkujate **turundamisel välisurgudel**.

Grupiintervjuudes arutleti turismiteenuse pakkujatega ka küsimust [EISI turismiosakonna planeeritavast kestlikult tegutsevate turismiettevõtete võrgustikust](#).³⁶ Osalejate üldine peegeldus sellele oli kergelt ettevaatlik, kuid toetav. Kuna sektorite vahelisest ja laiema huvigruppide ringiga koostööst tuntakse puudust, siis sellises võrgustikus nähakse võimalust, eriti kui see pakub lisaks ka praktilist tuge. Rõhutati, et võimalikult palju tuleks kasutada ära juba olemasolevat (märgised ja sertifikaadid, võrgustikud ja assotsiatsioonid), mitte looma ilmtingimata nullist uut.

Fookusgrupi vestlustel selgus, et ühe esimese sammuna oodatakse kestlikkusega seotud [digitaliseerimisele](#) tähelepanu pööramist, et andmed ja mõõtmine oleksid teenusepakkujate jaoks täpsemad ja mugavamad. Ka Green Destinations audiitorid on nimetanud Eesti sihtkohtade läbivaks arengukohaks seiret, sh elanike rahulolu, külastajate rahulolu, külastustiheduse jälgimist ja analüüsi ([Puhka Eestis 2023](#)). Samuti soovivad uuringus osalenud teenusepakkujad riigilt tegevusi [teadlikkuse tõstmiseks, mentorlust, koolitusi ja standardeid](#), mis suurendaks ja kinnistaks turismiteenuste pakkujate oskusi kestlikult tegutseda. Osad ettevõtjad tegid ka ettepaneku kutsuda kokku eraldi ([teadus](#))[nõukogu](#), kes põhjendaks teadusele tuginedes juhistes seatud kestlikkuse eesmärkide ja vastavate tegevuste mõjusid. Nimelt ei tajuta alati kestlike tegevuste tagajärgi ning see põhjustab motivatsiooni ja usalduse langust. Nõukogu võiks edendada koostööd turismiteenuse pakkujate ja teadlaste (ja ülikoolide) vahel, et oldaks kursis üksteise tegevustega ning soodustataks rahastusvõimaluste suunamist erasektorist teadusse.

Turismiteenuse pakkujaid innustaks kestlikkuse märgiseid taotlema see, [kui riik tunnustaks ja turundaks neid rohkem](#), sh lisades hangetesse kindlad kestlikkuse kriteeriumid või eelistades ainult kestlikkuse märgisega teenusepakkujaid. See näitaks, et riik järgib ka ise kestlikkuse põhimõtteid, ning annaks tugeva sõnumi ettevõtjatele. Märgiste taotlemisel peaks olema tagatud astmeline süsteem, sest hetkel pole väiksematel teenusepakkujatel märgise saamiseks tihti tööjõudu ega kapitali. Samuti motiveeriks astmeline süsteem turismiteenuse pakkujaid pikaajaliselt kestlikkusesse panustama. Pikas perspektiivis peaks ka märgise saanud teenusepakkujaid kontrollima, et see tase tulevikus ei langeks.

Fookusgruppides osalejad leiavad, et kestlikult tegutsevad ning sellekohaseid märgiseid omavad turismiteenuse pakkujad võiksid saada [maksusoodustusi või eelise erinevates toetusmeetmetes](#). Hetkel kardetakse, et lähiperspektiivis võib hinna- ning maksutõus väga oluliselt mõjutada ettevõtjate investeerimisvõimekust ning seega nende ja riigi konkurentsivõimet nii siseturismis kui ka välituristide seas. Maksusoodustuste tegemine, näiteks kestlikult tegutsevatele turismiteenuse pakkujale kohaliku- / mahetooraine soetamisel, oleks neile oluliselt abiks, et tagada majanduslik jätkusuutlikkus, ning hea viis, mille abil turismiteenuse pakkujaid kestlikkuse poole suunata.

Kokkuvõttes on lähivaates oluline, et riik looks raamistiku kestlikult tegutsevate teenusepakkujate tuvastamiseks ja jõutamiseks — olgu see riiklik turismiprogramm või muu sarnane võrgustik. Et turismiteenuse pakkujaid veelgi kiiremini kestlikkuse suunas liikuma panna, oleks abi erinevatest maksusoodustustest ja toetusprojektidest kestlikult tegutsevatele teenusepakkujatele. Riiklikele kestlikkuse nõuetele vastavaid teenusepakkujaid tuleks tunnustada ja eelistatult turundada.

³⁶ Küsimus oli järgmine: „EASI turismiosakonnal on plaan käivitada lähiaastatel kestlikult tegutsevate turismiettevõtete võrgustik. 2025. aastaks on eesmärk kaasata 150 ettevõtet, kes saaksid võrgustikust kestlikkuse osas tuge vastavalt nende vajadustele/ootustele, jaotatuna kolme gruppi: alustajad, rakendajad ja lipulaevad. Ka väljapaistvus Eesti riikliku kestliku turismi brändi osana sõltuks iga ettevõtte arenguetapist. Kui oluliseks peate sellise võrgustiku loomist? Mida peaks silmas pidama sellise võrgustiku planeerimisel? Mida selline võrgustik pakkuda võiks ja millist abi sealt ootaksite?“

4.3.2.2. Pikaajaline perspektiiv

„Tuleks kõik ühise laua taha saada ja koos kokku leppida, kuhu suunas me liigume, mis on riigi eesmärk ja pikk plaan, millised on konkreetsed ootused ja otsused, mida mis ajaks tehakse, et ettevõtted saaksid arvestada.“ (Transpordiettevõtja)

Esimene lahendamist vajav küsimus pikas vaates (aastani 2030) peaks olema see, millist turismistrateegiat Eesti üldse seoses kestlikkusega vajab. Fookusgrupi intervjuudes osalenud rõhutasid kindlate kestlikkuse standardite puudumist. Näiteks võiks olla koostatud kestliku turismi „Hea tava käsiraamat“. Riik peaks kaardistama turismisektori suurimad mõjukohad (keskkondlikud, sotsiaalsed, majanduslikud) ning looma vastavalt suunised, kuidas organisatsioonid saaksid oma suurimaid negatiivseid mõjusid vähendada, aga ka positiivseid suurendada. Suurima jalajäljega on tõenäoliselt energeetika ja transpordi valdkonnad, kus lahendused on nii rakendamise kui ka mõju mõttes pikaajalised. Riigilt oodataksegi turismisektori jaoks olulise taristu, sh keskkonnasäästliku ja mugava transpordisüsteemi kestlikku arendamist. Riigi eestvedamisel tuleks pikaajaliste lahenduste loomisel edendada koostööd nii äri sektori kui ka haridus- ja teadusasutustega, et soodustada sektorite vahelist teadmuskohandamist ja ühistegevust. Prioriteet peaks olema sektori jalajälje kiire vähendamine ja kompensatsioonimehhanismid, näiteks teenuste mitmekesistamine, hoonete energiatõhususe tõstmine, teenuste, transpordi ja toidu keskkonnajalajälje vähendamine. Lahenduste kujundamisel on oluline kaasata haridus- ja teadusasutusi, et plaanidel ja muudatustel oleks teaduslikud põhjendused.

Mitmed ettevõtjad tõid fookusgruppides probleemkohana esile toetuste taotlemise keerukuse. Tihti nõuab see lisatööd ja aega, mida enamasti panustada ei ole. Fookusgruppides osalenute arvates võiks ka kestlikkuse edendamise toetusprojektidele kandideerimine olla lihtsustatud, st praegusest veelgi selgemalt kandideerimiseks vajalikud eeltingimused ja valikukriteeriumid välja toodud juba taotlemise alguses. Juba kestlikult tegutsevatele turismiteenuse pakkujatele võiks projektirahastuse saamine hõlpsam olla – näiteks aitaks Green Key või muu märgise olemasolu anda rahastajale vajaliku info, ilma et taotleja peaks sama info eraldi taotlusse sisestama. Samuti on oluline, et kriteeriumid oleksid täidetavad ka väiksematele ning maapiirkondades tegutsevatele turismiteenuse pakkujatele. Kusjuures riigi toetusmeetmed kestlikkuse edendamisel ei pea alati olema rahalised, vaid abiks oleks ka koolitustest, auditeerimisest, kampaaniatest ja tunnustamisest.

Pikas perspektiivis tuleks fookusgrupis osalenute hinnangul üha enam panna rõhku piirkondliku turismi toetamisele. Transport ja selle taristu muutmine vajaks tulevikus kindlasti rohkem tähelepanu, sest sel on keskkonnale (aga ka ühiskonnale ja majandusele) suur mõju. Fookusgruppides osalenud leiavad, et kui me riigina tahame paista kestlikuna, peaks oluliselt ja kiiresti transpordisektorit uuendama hakkama, sh tuleks luua parem infrastruktuur maapiirkondades, et turistid jõuaksid hõlpsamini sinna ja seal ringi liikuda.

Maapiirkondade turismiteenuse pakkujate toetamine on üldiselt väga oluline, kuna neil on võrreldes linnadega ennast palju raskem turundada, selgub fookusgrupi vestlustest. Maapiirkonna turismiteenuse pakkujate peamised probleemid on tööjõu-, infrastruktuuri- ja külastajate puudus. Seepärast on oluline turundada tervet regiooni, et hoida turiste kauem sihtkohas. Paljud külastajad liiguvad maapiirkonna turismisihtkohtadesse (oma) autodega, kuna puudub hea transporditaristu (ühistranspordi võrgustik) nii külastajatele kui ka töötajatele. Turismiteenuse pakkujad leiavad, et kui maapiirkondadesse, sealsetesse turismisihtkohtadesse ja turismiteenuse pakkujatesse ei investeerita, pole seal hea ei elanikel ega külastajal.

Kokkuvõttes on uuringus osalenute hinnangul pikas (aastani 2030) perspektiivis oluline panna paika kestlikkuse eesmärgid kogu turismisektorile, võttes arvesse sektori kõige suurimaid mõjukohti nii keskkonnale, ühiskonnale kui ka majandusele. Nende eesmärkide poole liikumiseks

tuleb seada suunised ja juhised, et oleks kõigile ühtemoodi selge, miks ja milliseid samme tuleb astuda. Liiasi ei saa need eesmärgid olla turismikesksed, vaid peavad tulenema sektorite vahelisest kokkuleppes, koostööst ja riigi arengusuunast. Seepärast rõhutavad osalenud suurima keskkonnamõjuga valdkondade, energeetika ja transpordi kestliku arendamise vajalikkust, mis puudutab kõiki valdkondi ning nii kohalikke elanikke kui ka külastajaid. Samuti kõlab läbivalt vajadus toetada piirkondliku turismi ja maapiirkonna turismiteenuse pakkujaid.

4.3.3. Teiste osapoolte roll

Tagamaks ühtset kestliku turismi lähenemist ja sõnumit, kõrgemat teadlikkust ning edukat üleminekut kestlikumale tegutsemisele, tuleks kestlikkuse edendamisesse lisaks riigile panustada ka teistel osapooltel. Küsisime fookusgrupi intervjuudes osalenutelt, kellel milline vastutus olema peaks. Leitakse, et kõik ettevõtted ja asutused peavad võtma suuna kestlikuma tegutsemise poole, kuid eelkõige toodi fookusgrupi aruteludes turismisektori toetamise kontekstis välja **omavalitsuste, erialaliitude ja haridussektori** rolli. Samuti rõhutati, et puuduvad **platvormid ja võrgustikud**, kus erinevad seotud osapooled võiksid koos turismi kestlikkuse üle arutada.

Uuringus osalenud leiavad, et **haridusasutustel** on vastutusrikas roll kestlikkuse saavutamisel ja selle olulisuse teadlikkuse suurendamisel praeguste ja tulevaste põlvkondade seas. Tuntakse, et kestlikkuse juurutamisel on puudu teadmistest. Eriti peavad osalenud haridusasutuste esindajad turismihariduses kestlikkuse edendamist ja kestlikkuse selgemat integreerimist haridusse oluliseks tegevussuunaks, mis kestlikkuse edendamisele kogu sektoris kaasa aitaks. Tööjõuvajaduse seire- ja prognoosisüsteemi OSKA 2021. aasta ülevaates digi- ja rohepöördeks vajalikest oskustest järeldatakse, et kriitiliselt olulised on teadmised juhtimisest, kommunikatsioonist, turundusest ja IKT-st. Lisaks tuuakse välja strateegiline ja uuendusmeelne mõtlemine (Kaelep, Leemet ja Mets 2021). Nende teadmiste rakendamise, kestlikkuse suunas liikumise eeldusena nimetatakse vajadust riigiülese strateegia ja laiapõhjaliste kokkulepete järele. Kahtlemata ei ole tegemist ainult kestliku tegutsemise jaoks vajalike teadmistega, mistõttu on eriti oluline kokku leppida eesmärgid, mille raames eelpool nimetatud teadmisi arendada. Haridusasutuste ja turismiteenuse pakkujate koostöö on vajalik, et koolitada kompetentseid inimesi, kes turismisektoris töötaksid ning suudaksid realselt kaasa aidata kestliku turismi arengule. Turismisektori tööjõu ja oskuste vajaduse uuring 2022. aastast kinnitab, et koostöövõimalusi valdkonna tööandjate ja haridusasutuste vahel on rohkem, kui neid on eesmärgipäraselt kasutatud (Toomla et al. 2022). Üks põhjus võib peituda selles, et osapooled ei pruugi alati olla täielikult teadlikud üksteise tööprotsessidest ja nendega seotud ajakulust. Tihedama võrgustikutöö raames nähakse võimalusi arendada nii praktikakorraldust, õpetajate stažeerimist kui õppekäike turismiteenuse pakkujate juurde ja tööandjate külalisesinemisi (Toomla et al. 2022).

Samuti peaksid turismiteenuse pakkujad ja kohalikud omavalitsused panema rõhku noorte kaasamisesse, et nad Eestisse jääksid ning kestlikku arengusse oma panuse annaksid. Noori võiks rohkem kaasata kestlikkust puudutavate otsuste ja arengusuundade kujundamisesse, näiteks ärisektori, omavalitsuse ja ülikooli ühisprojektid, kus õpilased n-ö käed külge saavad panna, koolipraktikate raames teenusepakkujate poolt õppuritele sisulisemate tööülesannete andmine, hiljem atraktiivsete ja vastutusrikaste tööülesannete usaldamine noortele.

„Ettevõtjad võiksid rohkem praktikale tulevaid turismiõppureid kuulda võtta – neil noortel on sageli palju häid ideid kestlikkuse edendamiseks.“ (Haridusasutuse esindaja)

Rohepöörde eksperdi sõnul on praegu Eestis loomisel kõige suurema jalajäljega sektoritele prototüüp, kuidas koolitusi teha, kuidas kestlikkust õppetöösse integreerida, kuidas lähtuvalt keskkonnajalajälje vähendamisest ja kestlikkusest roheoskuste ja -teadmiste abil õppekavasid uuendada, mida peegeldataks ka ettevõtlusse. Sellest saaks arendada ka turismisektorile juhised, kuidas haridusvaldkonda kestlikkus sisse viia. Kõik algab haridusest, sealt edasi tuleb täiendõpe ettevõtluses, seejärel kutsestandardite muutmine, sektori enda standardite muutmine. Seejuures on väga oluline ka teadlikkus rahvusvahelistest võrgustikest, samade väärtuste jagamine ka tegudes, mitte vaid sõnades.

Turismi erialaliitudes nähakse osapoolt, kes võiks eest vedada oma valdkonna kestlikkuse juhiste kujundamist ning turismiteenuse pakkujate vahel dialoogi ja koostöö loomist kestlikkuse edendamiseks. Erialaliidud ise kinnitasid üldjoontes võimalusi kestlikku tegutsemist oma valdkondades suunata. Siiski pidasid erialaliidud oluliseks rõhutada, et tegevused ei tohiks dubleerida juba olemasolevat, näiteks Green Key märgise taotlemise juhiseid, soovitusi ja EISI kui Eestis märgise andja toetustegevusi. Väljendati ka muret, et turismi erialaliidud on Eestis üsna „õhukesed“, mis tähendab, et kestlikkuse eest seismiseks ei pruugi olla piisavalt võimekust. Samuti nenditi, et kui erialaliidud pole veel kokkulepitud, kelle ülesannete hulgas on ka kestlikkusele üleminek, võiks seda teha.

Omavalitsuste kanda on kohaliku taristu arendamine, millest ka turismisektor kasu saab. Näiteks saab teenusepakkuja täita enda prügikäitlemise eesmärgi ainult juhul, kui selleks on tagatud piisavalt võimalusi. Kohalike omavalitsuste roll on tagada toimiv jäätmemajandus ja -infrastruktuur, transporditaristu ja -võimalused, et motiveerida ja võimaldada teenusepakkujatel kestlikkuse eesmärkide poole püüelda. Näiteks ei ole jäätmete sorteerimine tihti piisavalt lihtne, selleks on puudu jäätmete liigiti sorteerimise konteineritest. Ühistransport liigub liiga harva ning mitte kõikide turismiobjektideni, st paljude turismiobjektideni ei ole võimalik ligi pääseda muudmoodi kui isikliku sõiduautoga (sh jalgsi ja jalgrattaga liikumiseks kaugel). Kohalikud omavalitsused peavad uuendustega kaasas käima, et võimaldada teenusepakkujatel sama teha.

„Omavalitsuses peaks olema üks kindel, kogu piirkonna kestliku arengu eest vastutav inimene, st mitte vaid turismivaldkonnas, aga tervikuna kõigi valdkondade ülene. See tagaks sidususe. Samuti kattub turismitaristu kohalike jaoks vajaliku taristuga.“ (DMO esindaja)

Kokkuvõttes nähakse kestliku turismi edendamise ja turismiteenuse pakkujate toetamise juures kestlike põhimõtete rakendamisel riigi kõrval teiste oluliste osapooltena teadus- ja haridusasutusi, omavalitsusi ja turismierialaliite. Kõigi roll on tähtis, et tagada kaasav ja terviklik liikumine kestlikuma ühiskonna poole, sh kestlikuma turismisektori suunas. Selleks et turismisektor edeneks jõudsalt kestlikumaks, peaks sama sammu käima ka teised sektorid, avaliku sektori asutused, omavalitsused ja haridusasutused.