



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

2023

HAAP
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 investeeringu- 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



EAS
Enterprise Estonia

SISUKORD

SISUKORD	3
KASUTATUD MÕISTED JA LÜHENDID	5
LÜHIKOKKUVÕTE	8
EXECUTIVE SUMMARY	11
SISSEJUHATUS	14
1. UURIMISSTRATEEGIA	16
1.1. Dokumendianalüüs ja riikide analüüs	16
1.2. Turismiteenuse pakujate esindajate küsitlus	17
1.3. Fookusgrupid ja individuaalintervjuud	18
1.4. Arutelupäevad	19
2. DOKUMENDIANALÜÜS	20
2.1. Kestlik turism ja rohepööre: määratlus	20
2.2. Hetkeolukord: ülemaailmsed trendid ja arengusuunad	21
2.3. Kestliku turismi eesmärkide saavutamise hetkeolukord Eestis	26
2.4. Tulevik: muutused Euroopa ja Eesti regulatsioonides	28
3. TEISTE RIIKIDE KOGEMUS	33
3.1. Soome	34
3.2. Rootsi	38
3.3. Sloveenia	42
3.4. Šveits	45
3.5. Uus-Meremaa	49
3.6. Riikide parimate praktikate mõju analüüs	54
4. KESTLIKKUS EESTI TURISMIS	67
4.1. Valmisolek kestlikult tegutseda: teadlikkus, takistused ja tagajärjed	67
4.2. Kestlikkuse eesmärgid ning tegevused ja motivatsioon kestlikkuse saavutamiseks	76
4.3. Investeeringu- ja toetusvajadused	92
5. JÄRELDUSED	101
6. ETTEPANEKUD JA SOOVITUSED	103
6.1. Sissejuhatus	103
6.2. Teadlikkus ja koostöö	105
7.1. Riigi eeskuju ja turismistrateegia	115
7.2. Majanduskeskkond ja taristu	119
VIIDATUD ALLIKAD	126
LISAD	133
Lisa 1. Ankeetküsitlus	133

Lisa 2. Küsitluse läbiviimise ja valimi ülevaade	138
Lisa 3. Individuaalintervjuudel osalenud	139
Lisa 4. Intervjuukavad	140

KASUTATUD MÕISTED JA LÜHENDID

Mõiste	Inglisekeelne vaste	Selgitus
Kestlik turism	<i>Sustainable tourism</i>	(ka säästev, jätkusuutlik) turism, mis võtab täielikult arvesse praegusi ja tulevase majanduslikke, sotsiaalseid ja keskkonnaga seotud mõjusid, mis rahuldavad külastajate, sektori, keskkonna ja sihtkoha kogukondade vajadusi. (UNWTO & UNEP 2005)
Rohepööre	<i>Green Transition</i>	on arengusuund, mis seab eesmärgiks muuta riikide majandused minimaalse keskkonnamõjuga kaasaegseteks ja konkurentsivõimelisteks majandussüsteemideks. (Cheba jt 2022)
Säästva arengu eesmärgid	<i>Sustainable Development Goals</i>	maailma riigipeade ja valitsusjuhtide vastu võetud ÜRO säästva arengu kavaga „Agenda 2030“ kokku lepitud 17 eesmärki, mis keskenduvad nii majandusliku ja sotsiaalse olukorra kui ka keskkonna parandamisele: kava sihiks on kaotada vaesus ja tagada kõigile hea elukvaliteet, võttes arvesse looduskeskkonna võimekust. Eestis viiakse neid eesmärke ellu pikaajalise strateegia „Eesti 2035“ alusel koostatud valdkonna arengukavades ja programmides. (Riigikantselei 2023)
Turismiteenuse pakkuja	<i>Tourism service provider</i>	ettevõtte või asutus, mis pakub turismiteenuseid: reisieetvõtja teenuseid; giiditeenuseid; sõitjateveo teenuseid; majutus- ja toitlustusteenuseid; spaa- ja taastusraviteenuseid; konverentsiteenuseid; meelelahutusteenuseid, sh muuseumid, atraktsioonid, teemapargid, kultuuri- ja spordisündmused; aktiivse puhkuse ja rekreatsiooni teenuseid. (Põhineb hankedokumendi tehnilises kirjelduses toodud mõiste selgitusel)

Lühend	Selgitus
CO ₂	Süsihappegaas
CPSC	Kestliku Arengu Kogukonnaprogramm Soomes (CPSC Community Programme)
DMO	Sihtkoha juhtimisorganisatsioon (Destination Management Organization)
ECEAT	Soome Öko-agroturismi Ühing (Finnish Eco-Agrotourism Association)
EIS	Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus
EL	Euroopa Liit
ETIS	Euroopa turismiindikaatorite süsteem (European Tourism Indicator System)
GSTC	Üleilmne Kestliku Turismi Nõukogu (Global Sustainable Tourism Council)
ITP	Sektori ümberkujundamise kava Uus-Meremaal (Industry Transformation Plan)

LULUCF	Maakasutus, maakasutuse muutus ja metsandus (Land Use, Land-Use Change and Forestry)
Kliim	Kliimaministeerium
MBIE	Uus-Meremaa ettevõtluse-, innovatsiooni- ja tööhõiveministeerium (Ministry of Business, Innovation & Employment)
MKM	Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium
OECD	Majanduskoostöö ja Arengu Organisatsioon (Organization for Economic Co-operation and Development)
PAN	Arktika loodusnähtuste projekt Soomes (Phenomena of Arctic Nature)
RMK	Riigimetsa Majandamise Keskus
RTO	Piirkondlik turismiorganisatsioon Uus-Meremaal (Regional Tourism Organization)
SALAR	Rootsi kohalike omavalitsuste ja piirkondade liit (Swedish Association of Local Authorities and Regions)
SDG	Säästva arengu eesmärgid (Sustainable Development Goals)
SECO	Šveitsi majandusministeerium (State Secretariat for Economic Affairs)
SG	Sloveenia kestlikkuse tunnustus (Slovenia Green)
SKT	Sisemajanduse kogutoodang
ST	Šveitsi turismiamet (Switzerland Tourism)
STB	Sloveenia turismiamet (Slovenian Tourist Board)
STF (Rootsis)	Rootsi turistide liit (Swedish Tourist Association)
STF (Soomes)	Soome kestliku turismi programm ja märgis (Sustainable Travel Finland)
STF (Šveitsis)	Šveitsi turismiliit (Swiss Tourism Federation)
TEN-T	Üle-euroopaline transpordivõrk (Trans-European Transport Network)
TIA	Uus-Meremaa turismiliit (Tourism Industry Association)
TNZ	Uus-Meremaa turismiamet (Tourism New Zealand)
TSC	„Turismi kestlikkuse lubadus“ Uus-Meremaal (Tourism Sustainability Commitment)
TTJA	Tarbijakaitse ja tehnilise järelevalve amet
UNCTAD	ÜRO Kaubandus- ja Arengukonverents (United Nations Conference on Trade and Development)
UNEP	ÜRO Keskkonnaprogramm (United Nations Environment Programme)
UNESCO	Ühinenud Rahvaste Hariduse, Teaduse ja Kultuuri Organisatsioon (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)
UNWTO	Maailma Turismiorganisatsioon (United Nations World Tourism Organization)
VF	Soome turismiamet (Visit Finland)
VS	Rootsi turismiamet (Visit Sweden)
WTTC	Maailma Reisi- ja Turisminõukogu (World Travel & Tourism Council)

ÜRO

Ühinenud Rahvaste Organisatsioon

LÜHIKOKKUVÕTE

Kestlikkus on globaalne arengusuund ja puudutab kõiki. 2015. aastal ÜRO tippkohtumisel maailma riigipeade ja valitsusjuhtide vastu võetud ülemaailmne säästva arengu tegevuskava aastani 2030 sisaldab kõiki eluvaldkondi hõlmavat 17 eesmärki. Eestis viiakse neid ellu pikaajalise strateegia „Eesti 2035“ alusel koostatud valdkonna arengukavasid ja programme teostades. Eesti sihid on jagatud üksikindiviidi, ühiskonna, elukeskkonna, majanduse ja riigivalitsemise kategooriatesse. Kestlikkus hõlmabki kõikide nende (s.o meie) heaolu.

Maailma Turismiorganisatsiooni (UNWTO) hinnangul saab kestlikuks pidada turismi, „mis võtab täielikult arvesse praegusi ja tulevase majanduslikke, sotsiaalseid ja keskkonnaga seotud mõjusid, mis rahuldavad külastajate, sektori, keskkonna ja sihtkoha kogukondade vajadusi“ ([UNWTO, „Tourism in the 2030 Agenda“](#)). Organisatsioon kirjeldab kolme kestliku turismi peamist eesmärki: 1) loodusressursside optimaalne kasutamine, mis aitab säilitada olulisi ökoloogilisi protsesse, looduspärandit ja bioloogilist mitmekesisust; 2) sihtkoha kogukondade sotsiaalkultuurilise autentsuse austamine, nii materiaalse kui vaimse kultuuripärandi ja elulaadi säilitamine, ning kultuuridevahelisele mõistmisele ja sallivusele kaasa aitamine; 3) elujõulise ja pikaajalise majandustegevuse tagamine, mis pakub kõigile sidusrühmadele õiglaselt jaotatud sotsiaalmajanduslikke hüvesid, sealhulgas stabiilseid töö- ja sissetulekuvõimalusi, ning aitab leevendada vaesust ([UNWTO, „Sustainable Development“](#)). Uuring lähtub sellest kestliku turismi määratlusest. Kestlikkuse eesmärkide kaudu saab Eesti turismisektor anda panuse keskkonna ja ühiskonna pikaajalise heaolu tagamisse.

Siinse uuringu eesmärk on teha ettepanekud ja anda soovitusel Eesti turismipoliitika kujundamiseks ja turismiteenuse pakkujatele kestlikule turismile ülemineku (rohepöörde) tegevuskava koostamiseks. Selleks vaatasime üleilmseid trende ja arengusuundi turismis ja turismisektorit puudutavates regulatsioonides ning kestliku turismi parimaid praktikaid välisriikides. Samuti uurisime Eesti turismiteenuse pakkujate arusaama kestlikust turismist, valmidust ja võimekust rakendada kestlikkuse põhimõtteid, aga ka toetusvajadusi üleminekul kestlikumale tegutsemisele. Uuringul on kaks uurimisülesannet:

1. selgitada välja Eesti turismisektori hetkeolukord (teadlikkus, valmisolek, võimekus, takistused, lahendused) kestliku turismi vaatest;
2. teha järeldused ja ettepanekud, kuidas riik saaks turismiteenuse pakkujaid kestlikku turismi panustamisel toetada.

Püstitatud uurimisülesannetele vastuste leidmiseks tegime uuringu kahes etapis:

I etapp: dokumendianalüüs; viie riigi (Soome, Rootsi, Sloveenia, Šveits, Uus-Meremaa) kestliku turismi praktikate analüüs; turismiteenuse pakkujate küsitlusuuring.

II etapp: fookusgrupi intervjuud turismiteenuse pakkujate, sihtkoha juhtimisorganisatsioonide (DMOde) esindajate ja poliitikakujundajate ning sektori erialaliitude esindajatega; individuaalintervjuud sektorivälisest kestlikkuse ekspertidega; arutelupäevad sektori asjaosalistega esialgsete soovituste peegeldamiseks.

Uuringu etappides kogutud materjali sünteesi tulemusena koostasime järeldused ja ettepanekud turismisektori kestlikkuse jõutamiseks, millest toome siin kokkuvõtlikult välja peamised.

JÄRELDUSED

SOOVITUSED

- | | |
|---|---|
| 1. Reisikorraldajate ja ärikliente teenindavate sündmuste korraldajate kõrgem teadlikkus ja kestlikumad | Kõigi toodud ettepanekute ja soovituste puhul tuleb lühemas, paari aasta vaates keskenduda nende turismiteenuse pakkujate teadlikkuse tõstmisele ja |
|---|---|

<p>valikud toovad kaasa sünergia kestlike põhimõtete kasutamisel turismisektoris laiemalt</p>	<p>toetamisele, kelle teenuste nõudlus juba praegu kõige enam kestlikkuse kriteeriumidest sõltub (ja mis toovad kaasa suurenenud kestlike põhimõtete kasutamise ka teistes turismiteenuse pakkujates)</p>
<p>2. Väikeste ja maapiirkonna turismiteenuse pakkujate teadlikkus kestlikkusest turismis on vähesem; samuti mõjutab neid turismi hooajalisus ja eriti viimaste aastate kriisid, raskusi on püsivate töötajate leidmise ja hoidmisega, mistõttu aja- ja ressursipuudus ei võimalda kestlikkuse põhimõtetega tegeleda</p>	<p>Kõigi toodud ettepanekute ja soovitude puhul tuleb pikemas, 10 aasta perspektiivis tähelepanu pöörata väikeste ja maapiirkonna turismiteenuse pakkujate toetamisele</p>
<p>3. Teadlikkus ja arusaamine kestlikust turismist on turismisektoris ebaühtlane ning mittetäielik</p>	<p>Sõnastada kogu turismisektorit kõnetavad kestlikkuse eesmärgid lähtuvalt sektori suurimatest mõjukohtadest (keskkondlikud, sotsiaalsed, majanduslikud) ning arengueesmärgid, mida nende täideviimiseks sektorilt oodatakse</p> <p>Lua valdkondlikud (majutus, toitlustus, loodusturism jne) juhised kestlike põhimõtete rakendamiseks</p> <p>Sõlmida tegevusalade kaupa „hea tahte kokkulepped“</p> <p>Tagada, et kestlikkus on läbiv teema kõikides turismisektori teenusdisaini ja tootearenduse koolitustes või arenguprogrammides, ning soodustada ja toetada kestlikkuse koolitusprogrammides osalemist</p> <p>Lõimida kestlikkuse teemad (keskkondlik, ühiskondlik, majanduslik tasand) oskuste ja teadmistena turismivaldkonna õppekavadesse</p>
<p>4. Turismiteenuse pakkujaid takistab kestlikkuse teekonnal ressursipuudus</p>	<p>Toetada turismiteenuse pakkujaid kestliku turismi teekonnal: teadlikkuse tõstmisel kestlikkusest ja rahvusvahelistest standarditest, eneseanalüüsil, kestlikkuse tegevusplaani koostamisel, tegevusalale vastava rahvusvaheliselt tuntud märgise taotlemisel ning võrgustiku loomisel, kasutades ära olemasolevaid võimalusi ja teenuseid ning pakkudes tuge nii kohalikul tasandil (DMOde kaudu) kui ka keskselt riigi tasandil (EIS)</p>
<p>5. Turismiteenuse pakkujatel on probleeme jäätmeäitluse ja ringmajandusega, mille puhul tuntakse võimetust ise muutusi luua</p>	<p>Tagada ringmajandust toetava taristu toimimine Eestis ja kättesaadavus turismiteenuse pakkujatele</p>
<p>6. Eelkõige väikesed ja maapiirkonna turismiteenuse pakkujad ei oska oma kestlike samme esitleda</p>	<p>Pakkuda nõu ja tuge, kuidas seda teha, näiteks võimaldades malle, kuidas ja mida kestlikkuse turundamisel välja tuua</p>

<p>7. Kõige enam motiveerib turismiteenuse pakkujaid kestlikult tegutsema lisaks klientide ootustele vastamisele, ressursisäästule ja suuremale tulule teiste pakkujate eeskuju ja kogemuste jagamine (nt kestlike turismiteenuse pakkujate võrgustikud)</p>	<p>Luu võimalusi kogemuste vahetamiseks turismiteenuse pakkujate vahel</p>
<p>8. Laiapõhjalisema muutuse saavutamiseks oodatakse kestlike turismiteenuse pakkujate tunnustamist ja turundamist ning toetamist maksusoodustuste või toetusmeetmete näol</p>	<p>Avaliku sektori asutused ja kohalikud omavalitsused rakendavad hangete korraldamisel ning toetuste jagamisel kestlikkuse kriteeriume</p>
<p>9. Suurima keskkonnamõjuga arvavad uuringus osalenud olevat energeetika ja transporditaristu, mis nõuavad ühtlasi ka kõige suuremaid ressursse ja riigi tuge</p>	<p>Suurim investeeringuvajadus on energiatõhususe tõstmisel (sh taastuvenergia tootmise rajamisel ja liitumistasude maksmise võimekusel, hoonete renoveerimisel, mahuka energiatarbimisega põhivara ja seadmete väljavahetamisel) ning ligipääsetavuse ehk kestliku transporditaristu võimaldamisel</p>
	<p>Riik võiks toetada ka muid kestlikumale tegutsemisele üleminekuga kaasnevaid lahendusi – transpordivahendite väljavahetamine, sobilikemate jäätmemahutite hankimine, hoonete soojustamine jms –, eriti väikeste ja maapiirkonna turismiteenuse pakkujate puhul</p>
<p>10. Kultuuripärandi säilitamine on alatoetatud</p>	<p>Investeerida ja toetada kultuuripärandi ja kultuuritaristu, eriti maapiirkondades ning eraomanike kätes olevate objektide kestlikku renoveerimisse ja säilitamisse</p>

EXECUTIVE SUMMARY

Sustainability is a global trend and affects everyone. The 2030 global agenda for sustainable development, adopted by the heads of state and government at the UN summit in 2015, includes 17 goals covering all areas of life. In Estonia, these are implemented through sector development plans and programs which are based on the long-term strategy „Estonia 2035“. Estonia's targets are divided into the following categories: individual, society, living environment, economy, and public governance. Sustainability encompasses well-being in all of these dimensions.

According to the World Tourism Organization (UNWTO), tourism can be considered sustainable if it „takes full account its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities“ ([UNWTO, „Tourism in the 2030 Agenda“](#)). The organization describes three main objectives of sustainable tourism: 1) make optimal use of environmental resources that constitute a key element in tourism development, maintaining essential ecological processes and helping to conserve natural heritage and biodiversity; 2) respect for the socio-cultural authenticity of host communities, conserve their built and living cultural heritage and traditional values, and contribute to inter-cultural understanding and tolerance; 3) ensure viable, long-term economic operations, providing socio-economic benefits to all stakeholders that are fairly distributed, including stable employment and income-earning opportunities and social services to host communities, and contributing to poverty alleviation ([UNWTO, „Sustainable Development“](#)). This study is based on this definition of sustainable tourism. By pursuing the goals of sustainability, the Estonian tourism sector can contribute to the long-term well-being of the environment and society.

The aim of this study is to formulate recommendations for use in policy making in the Estonian tourism sector and for tourism service providers in transitioning to sustainable tourism (green transition). To do this, we looked at global trends and developments in tourism and regulations affecting the tourism sector, as well as best practices of sustainable tourism in foreign countries. We also examined how Estonian tourism service providers perceive sustainable tourism, as well as their readiness and capacity to implement sustainability principles, and their needs for support in transitioning to more sustainable operations. Thus, the study has two research tasks:

1. determine the current situation of the Estonian tourism sector (awareness, readiness, capabilities, obstacles, solutions) from the perspective of sustainable tourism;
2. draw conclusions and provide recommendations on how the government could support tourism service providers in contributing to sustainable tourism.

To fulfil the set research tasks, we used quantitative and qualitative methods in two stages:

Stage I: document analysis; analysis of sustainable tourism practices in five countries (Finland, Sweden, Slovenia, Switzerland, New Zealand); a survey among tourism service providers.

Stage II: focus group interviews with tourism service providers, destination management organizations' representatives, policy makers, and tourism associations' representatives; individual interviews with sustainability experts outside the sector; discussion seminars with sector stakeholders to receive feedback on preliminary recommendations.

As a result of the synthesis of the material collected in these stages, we made conclusions and recommendations for the tourism sector to achieve sustainability:

CONCLUSIONS	RECOMMENDATIONS
<p>1. Higher awareness and better choices in terms of sustainable tourism among travel organizers and event organizers serving business clients can lead to synergy in the implementation of sustainable principles in the tourism sector at large</p>	<p>In the short term, over a couple of years, focus should be on raising the awareness of and increasing support for those tourism companies who already rely the most on sustainability criteria to drive their operations (and potentially lead to synergy in the implementation of sustainable principles in other tourism service providers)</p>
<p>2. Awareness of sustainable tourism is lower among small and rural tourism service providers, who are also particularly affected by the seasonality of tourism and the crises of recent years. there are difficulties in finding and retaining permanent employees, therefore, a lack of time and resources does not allow to implement the principles of sustainability</p>	<p>In the long term, over a 10-year perspective, attention should be paid to supporting small and rural tourism service providers</p>
<p>3. The awareness and understanding of sustainable tourism in the tourism sector is uneven and incomplete</p>	<p>Formulate sustainability goals that address the entire tourism sector, based on the sector's major impacts (environmental, social, economic) and the development expected from the sector to achieve these</p> <hr/> <p>Create sector-specific (accommodation, catering, nature tourism, etc.) Guidelines and a „myth buster“ for the implementation of sustainable principles</p> <hr/> <p>Conclude "goodwill agreements" within each area of activity</p> <hr/> <p>Ensure that sustainability is a pervasive theme in all tourism sector service design and product development trainings or development programs, and encourage and support participation in sustainability training programs</p> <hr/> <p>Integrate sustainability topics (environmental, social, economic level) as skills and knowledge into tourism curricula</p>
<p>4. Lack of resources hinders tourism service providers on the path to sustainability</p>	<p>Support tourism service providers on the sustainable tourism journey: raising awareness of sustainability and international standards, self-analysis, creating a sustainability action plan, applying for an internationally recognized label relevant to the area of activity, and creating a network, taking advantage of existing opportunities and services, and offering support both at the local level (through DMOs) and centrally at the state level (Enterprise Estonia)</p>
<p>5. Waste management and circular economy pose challenges to tourism</p>	<p>Ensure the functioning of a circular economy supporting infrastructure in Estonia and its accessibility to tourism service providers</p>

service providers, who feel unable to make changes independently	
6. Small and rural tourism service providers especially do not know how to communicate their sustainable steps	Provide advice and support on how to do this, for example by providing templates on how and what to highlight in sustainability marketing
7. In addition to meeting customer expectations, resource saving, and higher revenues, companies are most motivated to operate sustainably by the example of and the sharing of experiences with other companies (e.g., networks of sustainable companies)	Create opportunities for companies to exchange knowledge and experience
8. To achieve broader change, recognition and marketing of sustainable companies is expected, as well as support in the form of tax benefits or support measures	Public sector institutions and local governments should follow sustainability criteria when organizing procurements and distributing subsidies
9. Companies believe that the areas with the greatest environmental impact are energy and transport infrastructure, which also require the most resources and state support	The biggest need for investment is in improving energy efficiency (including investments in renewable energy generation and connection charging capacity, renovation of buildings, replacement of energy-intensive equipment) and providing accessible and sustainable transport infrastructure
	The state could support other solutions associated with transitioning to more sustainable operations – replacement of vehicles, acquisition of more suitable waste containers, insulation of buildings, etc. (for example, the tourism sector could benefit from the carbon quota market), especially for small and rural tourism service providers
10. Preservation of cultural heritage is underfunded	Invest in and support the sustainable renovation and preservation of cultural heritage and cultural infrastructure, especially in rural areas and for privately owned objects

SISSEJUHATUS

Kliimamuutused ja keskkonnaseisundi halvenemine ohustavad Euroopa ja kogu maailma kestmajäämist. Kestlik areng on praeguses ühiskonnas kesksel kohal, et luua tasakaalu sotsiaalse heaolu, majanduskasvu ja keskkonnakaitse vahel. 2015. aastal kõikide ÜRO liikmesriikide vastu võetud säästva arengu eesmärgid on ambitsioonikas tegevuskava, mille siht on parandada inimeste elu ja kaitsta meie planeeti. Turismisektoril on oluline roll ÜRO säästva arengu ja roheleppes eesmärkide saavutamisel, olles üks olulisemaid majandusvaldkondi ning omades kaalukat mõju majanduskasvule, tööhõivele ja sotsiaalmajanduslikele arengutele kogu maailmas. Eesti turismisektor ei ole erand, see moodustas pandeemia eel 5,4% Eesti SKTst ja turismiteenused kolmandiku kogu teenuste ekspordist ([OECD 2022, „Estonia“](#)).

Lisaks on Eesti võtnud Euroopa Liidu roheleppes kohustuse saavutada 2050. aastaks kliimanetraalsus. Nende eesmärkide saavutamise võimalikkust on uurinud ka Arenguseire Keskus ([2023](#)) raportis „Rohepöörde trendid ja stsenaariumid Eestis“, koostades kolm stsenaariumit roheinvesteeringute teostamiseks ja seatud eesmärkide täitmiseks. Kõige optimistlikum stsenaarium tähendaks seda, et kõik ettevõtted suurendavad investeeringuid seniselt tasemelt 3%-ni SKT-st. Seega, Euroopa Liidu roheleppes eesmärkide saavutamine toob lähitulevikus sarnaselt ÜRO säästva arengu eesmärkide saavutamisele kaasa uusi proovikive kõikidele ettevõtetele, sh turismiteenuse pakkujatele.

Turism saab panustada nii kliimamuutuste mõju vähendamisse, säästva tarbimise ja tootmise edendamisse kui ka kohalike kogukondade kaasamise ning olla seega oluline tegur kestvale maailmale üleminekul. Seetõttu on ka turismi kestlikkus muutunud üha olulisemaks teemaks nii maailmas kui Eestis. Kestlikuks saab nimetada turismi, mis võtab täielikult arvesse praegusi ja tulevase majanduslikke, sotsiaalseid ja keskkonnaga seotud mõjusid, mis rahuldavad külastajate, sektori, keskkonna ja sihtkoha kogukondade vajadusi ([UNWTO, „Tourism in the 2030 Agenda“](#)). Seega on uuringu eesmärk mõista, kuidas saab Eesti turismisektor paremini kaasa aidata säästva arengu eesmärkide täitmisele ja toetada rohepöörde edukat teostumist.

Uuringu ülesanne on mõista, milline on teadlikkus kestlikkusest Eesti turismisektoris ning tuvastada takistused ja väljakutsed, mis võivad mõjutada kestlike põhimõtete rakendamist. Selleks et Eesti turismisektor käiks kaasas globaalsete arengutrendidega, suudaks püsida konkurentsivõimelisena ja panustada Eesti majandusse, aga ka vähendaks oma negatiivset mõju ja suurendaks positiivset, on uuringu lõppülesanne teha ettepanekuid, kuidas neid väljakutseid ületada ja kestlikkust sektoris edendada. Uuring on sisendiks Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse turismiosakonna eestvedamisel koostatavale ühtsele tegevuskavale rohepöörde elluviimiseks ja kestliku turismi arendustegevuste raamistamiseks aastatel 2024–2025.

Uuringus käsitletakse mitmeid aspekte: alates kestlikkuse mõistest ja kestlikkuse põhimõtete senisest rakendamisest turismisektoris, lõpetades konkreetsete soovitusetega, mis aitaksid edendada kestlikkust nii väikeste ja maapiirkonnas tegutsevate kui ka suuremate ja rahvusvahelist koostööd tegevate turismiteenuse pakkujate seas. Uuringu tulemused põhinevad dokumendianalüüsil, teiste riikide parimate praktikate analüüsil ning kvantitatiivsetel ja kvalitatiivsetel meetoditel põhinevatel empiirilistel andmetel, mis on koondatud erinevate turismivaldkondade, nagu majutus, toitlustus, reisikorraldus, atraktsioonid, loodusturism, teenuste pakkujate ja teistelt turismisektori asjaosalistelt Eestis. See annab meile laia ja mitmekülgse ülevaate praegusest olukorrast, võimaldades seeläbi paremini mõista, millised peaksid olema järgmised sammud kestliku turismi edendamisel Eestis.

Uuringu aruanne koosneb järgmistest sisuosadest.

1. dokumendianalüüs, milles luuakse kestliku turismi taust ja raamistik ning ülevaade kestliku turismi hetkeolukorrast ja tulevikusuundadest (sh trendidest ja regulatsioonidest) üleilmses, aga ka Eesti kontekstis;

2. riikide parimate praktikate analüüs, kus kirjeldatakse Soome, Rootsi, Sloveenia, Šveitsi ja Uus-Meremaa turismisektoreid kestliku turismi vaatest ning parimaid kestlikkuse praktikaid, sh riiklike kestlikkuse programme;
3. kestlikkus Eesti turismis, kus sünteesitakse eelkõige küsitluses, fookusgruppides ja individuaalintervjuudes kogutud andmeid ning nende põhjal kirjeldatakse peamisi takistusi, motivaatoreid, samme ja toevajadusi kestliku turismi põhimõtete rakendamisel Eesti turismisektoris;
4. järeldused ja ettepanekud, kus võetakse kokku uuringu tulemused ja esitatakse ettepanekud ja soovitusel avalikule ja turismisektorile ning teistele asjaosalistele, toetamaks Eesti turismisektori üleminekut kestlikumale tegutsemisele.

Kokkuvõttes on uuringu tulemuste põhjal selge, et kestliku turismi edendamine nõuab järjepidevat ja kooskõlastatud pingutust kõigilt osapooltelt. Laiapõhjaline kestlikkuse määratlemine ja jõutamine ühiskonna kõigis valdkondades tõstab vajalikku teadlikkust ning tagab valmisoleku ja võimekuse soovitud muudatusi ellu viia.

Uuring pakub väärtuslikku sisendit kõigile osapooltele – poliitikakujundajatele, turismiteenuse pakujatele, haridusasutustele, turismitöötajatele ja kõigile teistele, kes soovivad paremini mõista kestliku turismi arengu väljakutseid ja võimalusi Eesti kontekstis.

1. UURIMISSTRATEEGIA

Uuringu eesmärk on anda ülevaade Eesti turismisektori hetkeolukorrast seoses rohepöörde ja kestliku turismiga. Selleks uurisime turismiteenuse pakkujate teadlikkust, valmidust, võimekust ja takistusi üleminekul kestlikule turismile oma organisatsioonis, sektoris ning ühiskonnas laiemalt. Teine eesmärk on hetkeolukorda arvestades pakkuda välja soovitud turismisektoris tegutsejatele kestliku turismi edendamiseks Eestis – suurendada teadlikkust kestlikkusest turismis, ületada takistused ning suurendada valmisolekut ja võimekust kestlikult tegutseda.

Uuringu aluseks on järgmised uurimisküsimused.

1. Milline on Eesti turismiteenuse pakkujate hetkeolukord kestliku turismi vaatest?
 - 1.1. Milline on turismiteenuse pakkujate teadlikkus kestliku turismiga seotud teemadest?
 - 1.2. Milline on turismiteenuse pakkujate valmisolek kestlikku turismi panustamiseks?
 - 1.3. Millised on turismiteenuse pakkujate praegused takistused ja väljakutsed, ressursid ja võimalused ning juba rakendatavad meetmed kestlikku turismi panustamisel?
2. Kuidas saab turismiteenuse pakkujaid kestliku turismi põhimõtete rakendamisel toetada?
 - 2.1. Kuidas tõsta turismiteenuse pakkujate teadlikkust kestliku turismi teemadel?
 - 2.2. Kuidas tõsta turismiteenuse pakkujate valmisolekut kestlikku turismi panustada?

Uuringus kombineerisime kvantitatiivseid ja kvalitatiivseid uurimismeetodeid, et saada võimalikult ülevaatlik pilt eeskätt turismiteenuse pakkujate ja sihtkohtade esindajate, aga ka poliitikakujundajate hoiakutest ja seisukohtadest kestliku turismi kohta. Uuring tehti kahes etapis:

I etapp

- dokumendianalüüs;
- viie riigi (Soome, Rootsi, Sloveenia, Šveits, Uus-Meremaa) kestliku turismi praktikate analüüs;
- turismiteenuse pakkujate küsitlusuuring, kuhu kaasati 550 teenusepakkujat, kellest suurem osa olid ettevõtjad (ankeetküsitlus [lisas 1](#)).

II etapp

- 28 fookusgrupi intervjuud turismiteenuse pakkujate, sihtkoha juhtimisorganisatsioonide esindajate ja poliitikakujundajatega ning sektori erialaliitude esindajatega;
- kuus individuaalintervjuud sektorivälise kestlikkuse ekspertidega ([lisa 4](#));
- soovitude kujundamine;
- kolm arutelupäeva sektori asjaosalistega esialgsete soovitude peegeldamiseks, millest kahel päeval toimus arutelu turismiteenuse pakkujate, sihtkohtade, sihtkoha juhtimisorganisatsioonide, poliitikakujundajate, haridusasutuste ja Tellija esindajatega, ning kolmandal päeval toimus arutelu EISI (Tellija) turismiosakonna ja teiste osakondade kestlikkuse eest vastutavate töötajatega;
- lõplike soovitude kujundamine.

1.1. Dokumendianalüüs ja riikide analüüs

Dokumendianalüüs ja riikide parimate praktikate analüüsi tehti 2022. aasta novembrist 2023. aasta märtsini, mille tulemusi kajastav vahearuanne esitati Tellijale 10. märtsil 2023.

Dokumendianalüüsis on võetud aluseks rahvusvahelised (OECD, UNWTO ja ELi institutsioonide) ja riiklikud raportid, juhendmaterjalid ja regulatiivsed dokumendid ja ülevaated. Dokumendianalüüsi eesmärk on luua raamistik kestliku turismi hetkeolukorrast maailmas ja Euroopa Liidus ehk suundadest, mis ka Eesti turismisektorit praegu ja tulevikus mõjustavad. Selles määratletakse kestlik turism ja rohepöörde ning nende suhe. Samuti antakse ülevaade trendidest turismisektoris, olukorrast Eesti turismis, sh ÜRO säästva arengu

eesmärkide täitmisel, ning erinevatest muutustest Eesti turismisektori kestlikku arendamisse puutuvates regulatsioonides.

Riikide analüüs kajastab kestlikkuse vaatest Soome, Rootsi, Sloveenia, Šveitsi ja Uus-Meremaa turismisektori hetkeseisu ning kestliku turismi parimaid praktikaid. Riikide ülevaated on üles ehitatud sarnaselt, alustades üldisemast – hetkeolukorra ja tulevikusuundade osast, mis käsitleb erinevaid turismisektori kestlikku arengut mõjutavaid dokumente. Seejärel minnakse spetsiifilisemaks, keskendudes riikliku turismipoliitika elluviijatele ning kestliku turismi edendamise sammudele ja eripäradele. Riikide analüüsis põhineti peamiselt OECD turismitrendide ja -poliitika ülevaatel iga riigi kohta, riiklikel turismistrateegiatel ja ülevaadetel ning samuti individuaalintervjuudel väliseksperitidega. Viimased tehti pärast materjali läbitöötamist ja ülevaadete koostamist ning täiendati neid vestluste põhjal. Detailsema sissevaate saamiseks ja kogutud info kinnitamiseks intervjueriti lauaanalüüsi järel välisriikide järgmisi eksperte:

- Soomest Visit Finlandi kestliku arengu juht Liisa Kokkarinen;
- Rootsist Visit Swedeni kestlikkuse juht Linda Mannerby ja Northflashi asutaja ja kestliku turismi ekspert Peter Reelfs;
- Sloveeniast Good Place'i Kestliku Turismi Instituudi kestlikkuse ekspert ja Sloveenia turismistrateegia kestlikkuse osa üks autoritest Tina H. Zakonjšek;
- Šveitsist turismiliidu Swiss Tourism Federation kestlikkuse juht Romy Bacher;
- Uus-Meremaalt Otago ülikoolis turismisihtkohtade kestlikku arendamist õppiv eestlasest turismiekspert Andrus H. Nõmm.

1.2. Turismiteenuse pakujate esindajate küsitlus

Küsitluse sihtrühma moodustasid turismivaldkonna teenusepakkujad (N = 550). Selle eesmärk oli välja selgitada, milliseid kestliku turismi eesmärke peavad turismiteenuse pakkujad oluliseks; milliseid kestlikkusele suunatud tegevusi juba tehakse ja milliseid plaanitakse ette võtta lähiajal; mis takistab kestlikku tegutsemist ja millist tuge oodatakse takistuste ületamiseks.

Tellijaga soovil olid küsitluse valimisse arvatud järgnevates tegevusvaldkondades tegutsevad turismiteenuse pakkujad:

- hotellid;
- muud majutusettevõtted;
- toitlustusettevõtted;
- atraksioonid (muuseum, teema- või seikluspark, külastuskeskus);
- aktiivse ja looduspuhkuse ettevõtted.

Järgisime ka ette antud maakondlikke kvoote. Täpsem ülevaade vastajate jaotusest peamise tegevusvaldkonna, piirkonna ja töötajate arvu järgi on [lisas 2](#) (Tabel 6). Valideerimisime küsimustiku ([lisa 1](#)) Tellijaga ning viie valimisse arvatud tegevusala teenusepakkuja esindajaga, misjärel täpsustasime küsimusi ja valikvastuste variante.

Valimi koostamine toimus juhuväljavõetuga Visit Estonia turismiteenuse pakujate andmebaasist ning Krediidinfo turismiteenuse pakujate kontaktbaasist. Kvantitatiivsed andmed kogus kokku ettevõtte Norstat Eesti AS. Küsitluse tegemisel kombineeriti veebi- ja telefoniküsitluse meetodeid. Küsitlus toimus perioodil 14.02–15.03.2023. Küsitluse läbiviimise etappidest ja valimist annab ülevaade Tabel 5 [lisas 2](#). Veebiküsitluse etapis oli vastajal võimalik ankeet iseseisvalt veebis täita, sisenedes e-kirjas sisalduva lingi kaudu küsitlusankeedi lehele. Vastuste laekumist jälgiti maakondade ja tegevusvaldkondade kaupa. Pärast veebiküsitluse etapi lõppemist

jätkati telefoniintervjuudega, mille eesmärk oli koguda kokku puuduolevad ankeedid ning kompenseerida veebiküsitluses alataitunud rühmi.

Küsitlusandmete kohta esitame järgnevas analüüsis ülevaateid tausttunnuste (teenusepakkuja töötajate arv, piirkond, peamine tegevusala) ja vastuste risttabelitena või osakaalude tulppiagrammidena. Me ei ole aruandesse lisanud aruande kompaktsuse eesmärgil kõikide küsimuste jooniseid tausttunnuste lõikes ning osad andmed anname edasi vaid teksti kujul. Jooniste allkirjades oleme välja toonud arvestatud vastuste arvu, mis on mõnel juhul väiksem kui 550, sest oleme osakaalude arvutamisel välja jätnud vastusevariandi „Ei oska öelda“. Toome välja, kui seosed on statistiliselt olulised (Hii-ruut või Fisheri täpne test). Sotsiaalteaduslikes rakendusuuringutes¹ levinud lähenemise järgi loeme p-väärtused alla 5% statistiliselt oluliseks. Mida väiksem on p-väärtus, seda tõenäolisem on, et samadel tingimustel läbi viidud küsitlus jõuaks sarnasele tulemusele. Kui aga p-väärtus on kõrgem, on suur tõenäosus, et tulemus oli juhuslik.

Vastusevariandid, mis sisaldasid skaalat, on analüüsis ümber kodeeritud (näiteks vastused „väga oluline“ ja „pigem oluline“ muutujaks „oluline“). Esitame neid väiksemates kategooriates nii joonistel kui tekstis. Jooniste loetavuse huvides ümardasime tulemused täisarvudeni ja seega võib joonistel kuvatud ja tekstis kirjeldatud tulemuste summa olla üle 100%.

Piirkonna muutuja moodustamise aluseks on üldjoontes Eesti sihtkohtade juhtimisorganisatsioonide (DMO) jaotus² nii palju, kui toorandmed seda lubasid. Kuna tausttunnusena ei küsitud teenusepakkuja tegutsemiskohta omavalitsuse täpsusega, ei kattu küsitluses kasutatud piirkonna muutuja täielikult sihtkoha juhtimisorganisatsioonide jaotusega. Jaotame analüüsis piirkonnad järgnevalt (sulgudes heledalt välja toodud erinevus DMOga):

- Tallinn
- Harju-, Rapla- ja Läänemaa
- Virumaa: Ida- ja Lääne-Virumaa
- Kesk-Eesti: Viljandimaa ja Järvamaa (Põltsamaa vald Jõgevamaalt ja Tõrva vald Valgamaalt)
- Lõuna-Eesti: Jõgevamaa (ainult Jõgeva ja Mustvee vald), Tartumaa, Põlvamaa, Võrumaa, Valgamaa (Otepää ja Valga vald)
- Pärnumaa
- saared: Saare maakond, Hiiumaa

Kui allikat ei ole eraldi välja toodud, põhinevad aruandes esitatud joonised ja tabelid uuringu käigus tehtud küsitluse andmetel.

1.3. Fookusgrupid ja individuaalintervjuud

Uuringu teises etapis korraldati arutelud fookusgruppides turismisektoris tegutsevate turismiteenuse pakkujate ning erialaliitude, sihtkohtade juhtimisorganisatsioonide ja poliitikakujundajate esindajatega. Nende käigus selgitati täpsemalt välja, kuidas mõistab turismisektor kestlikku turismi ja kestliku turismi eesmäärke, võttes aluseks küsitluse tulemused. Samuti uuriti turismiteenuse pakkujate valmisoleku ja motivatsiooni kohta kestlikke põhimõtteid rakendada ning toetusvajaduste, sh investeringuvajaduste kohta riigilt ja teistelt osapooltelt, et jõudsamalt kestlikuma tegutsemise poole liikuda. Fookusgrupi arutelude käigus prooviti leida lahendusi, võimalusi ja tegevussuundi kestliku turismi toetamiseks Eestis.

Fookusgruppide arutelud viidi läbi valdkonnapõhiselt, nii et igas valdkonnas korraldati kaks fookusgruppi. Fookusgruppidesse kaasati turismiteenuse pakkujad ja esindajad järgmistest valdkondadest: reisikorraldus ja -

¹ Risttabelid ja seosekordajad: <https://sisu.ut.ee/samm/risttabelid-ja-seosekordajad> [30.09.2023].

² Koostööpartnerid turismis: <https://www.puhkaeestis.ee/et/turismiprofessionaalile/turundus-ja-muuk/koostoopartnerid> [30.09.2023].

vahendus, majutus, toidlustus, atraksioonid, aktiivne puhkus/looduspuhkus, kultuuri- ja spordisündmused, konverentsikorraldus, spaa- jm heaoluteenused, maaturismi atraksioonid, transport/loodusturism, turismisihtkohtade juhtimisorganisatsioonid ning turismipoliitika kujundajad, eestvedajad, elluviijad. Erandina viidi toidlustus- ja majutusettevõtjatega läbi neli fookusgruppi. Majutusasutuste fookusgrupid toimusid kahes alajaotuses: hotellid ning konverentsi- ja spaahotellid (linnades); maapiirkondade majutusasutused, kusjuures kummaski alajaotuses toimus üks fookusgrupp Green Key märgisega ja teine märgiseta ettevõtete esindajatega. Toidlustusasutuste fookusgrupid toimusid kahes alajaotuses: suuremad restoranid/toidlustusettevõtted; väiksemad restoranid/kohvikud.

Kokku osales 28 fookusgrupis 90 osalejat. 26 fookusgrupi arutelud turismiteenuse pakkujate, sihtkohtade juhtimisorganisatsioonide ning poliitikakujundajate esindajatega korraldas nõustamisagentuur Sustinere OÜ 2023. aasta aprillist juunini. Haap Consultingu meeskond viis paralleelselt läbi kaks fookusgruppi turismi erialaliitude ja -ühingute esindajatega kümnest organisatsioonist.

Lisaks tegime kuus individuaalintervjuud järgmiste turismisektoriväliste ekspertidega: ringmajanduse, looduskaitse, rohepöörde, mahepõllumajanduse ja Rohetiigri ekspertidega ning Tellija esindajaga. Individuaalintervjuude eesmärk oli detailsem sissevaade turismisektorit puutuvatesse kestlikkuse teemadesse: jäätmed ja ringmajandus; looduskaitse; kestlik turism ja selle keskkondlik ning ühiskondlik mõõde; mahetoit; teadlikkus kestlikkusest ja selle tõstmine. Kõik intervjuukavad on toodud Lisa 4. Intervjuukavad.

Kõigi eespool kirjeldatud uuringuosade põhjal koostati uuringu analüüsi peatükk „[Kestlikkus Eesti turismis](#)“ ning koostati soovitusel Eesti turismisektorile. Esialgset soovitusel arutati üksikhaaval turismisektori asjaosalistega läbi kolmel arutelupäeval.

1.4. Arutelupäevad

Soovitusel paikapidavuse kontrollimiseks ja täpsustamiseks korraldasime kolm arutelupäeva, mis toimusid juunis 2023. Esimesed kaks olid mõeldud kõigile turismisektori asjaosalistele ning osanute hulgas oli nii turismiteenuse pakkujate esindajaid, sektori erialaliitude- ja ühingute ning sihtkoha juhtimisorganisatsioonide esindajaid kui ka ministeeriumide, omavalitsuste, maakondlike arenduskeskuste ja haridusasutuste esindajaid. Kolmas arutelupäev oli mõeldud soovitusel peegeldamiseks Tellijaga, et saada veel viimast tagasisidet enne lõplike soovitusel kujundamist ja aruande valmimist.

Arutelupäevad sektori asjaosalistega toimusid virtuaalselt Zoomi keskkonnas ning kestsid ligi kolm tundi. Kolme kategooriasse jaotatud soovitusel arutati kolmes osas arutelujuhtide eestvedamisel üksikhaaval läbi. Osalenud jaotati kolme gruppi, seega iga grupp sai igas soovitusel kategoorias kaasa rääkida. Soovitusel kuvati osalenutele interaktiivsel Miro seinal, kus nad soovil korral said ka ise ringi liikuda ning lisandusi teha. Osalenuid kutsuti üles soovitusel kohta arvamust avaldama ning vajaduse tundmisel täiendusi tegema või küsimusi esitama.

Samuti virtuaalselt toimunud pooleteisetunnisel kolmandal arutelupäeval Tellijaga kasutasime jällegi Miro seina. Kohtumisel Tellijaga püüdsime aru saada, milline on loodetav soovitusel täpsusaste ja muud tingimused, mis muudaksid soovitusel sektorile paremini hoomatavaks ja kasutatavaks.

Arutelupäevade põhjal täiendasime ja täpsustasime soovitusel ning parenduste tegemiseks arutasime neid veel uuringusse kaasatud ekspertidega.

2. DOKUMENDIANALÜÜS

Dokumendianalüüs loob uuringule tausta, andes ülevaate kestliku turismi olukorrast ja aluse järelduste väljatöötamiseks. Peatükk koosneb neljast osast, keskendudes kestlikkuse ja rohepöörde käsitlustele konteksti loomiseks, kestliku turismi trendidele ja arengusuundadele laiemalt, olukorrale Eestis ning muutustele sektoris tuleviku vaates. Analüüs põhineb rahvusvahelistel ja kohalikel raportitel, juhendmaterjalidel ja regulatiivsetel dokumentidel ja ülevaadetel.

2.1. Kestlik turism ja rohepööre: määratlus

„Lihtsustatult öeldes on kestlik turism sihtkoha kogukonda ja keskkonda väärtustav ja lisandväärtust pakkuv tegevus.“ (Sooväli-Sepping 2022)

Uuringus on oluline defineerida, mida peame silmas, kui räägime kestlikust turismist ja rohepöördest turismis, ning kuidas need kaks mõistet omavahel suhestuvad. Üldistades saab öelda, et kestlik turism on turism, mis toetab looduse ja kultuuripärandi säilimist ning kohalike elanike heaolu, võttes arvesse oma keskkondlikku, ühiskondlikku ja majanduslikku mõju (Puhka Eestis 2022, UNWTO, „Tourism in the 2030 Agenda“). Rohepööre kujutab endast juba konkreetseid plaane ja samme, kuidas turismi kestlikuks muuta. Dokumendianalüüsi fookus tuleneb rohepöörde ja sellega seotud aruannete ning regulatsioonide rõhuasetusest keskkonnateemadele.

Kestlik (ka jätkusuutlik või säästev) **turism**³ on laias plaanis turism, mis võtab täielikult arvesse oma tänast ja tuleviku majanduslikku, ühiskondlikku ja keskkondlikku mõju ning külastajate, turismisektori, keskkonna ja sihtkoha kogukondade vajadusi (UNWTO & UNEP 2005). See definitsioon viitab kõigi sektoris tegutsejate vastutusele – nii turismiteenuse pakkujate kui ka turistide tegevuse mõjule. Samuti osutab see ÜRO Maailma Turismiorganisatsiooni (UNWTO) ja Keskkonnaprogrammi (UNEP) käsitlus turismi arendamise keskkonnaalastele, majanduslikele ja sotsiaalkultuurilistele aspektidele ning rõhutab, et nende kolme mõõtme vahel tuleb luua sobiv tasakaal, tagamaks turismi pikaajaline kestlikkus. Kestlik turism pole turismi alaliik, vaid on iseenesest sektori ja sektoris tegutsejate püüdlus vähendada negatiivseid mõjusid ja suurendada positiivseid (GSTC, „What is Sustainable Tourism?“).

UNWTO (2021) määratluse järgi kestlik turism:

- kasutab keskkonnaressursse optimaalselt, toetades olulisi ökoloogilisi protsesse ning hoides looduspärandit ja bioloogilist mitmekesisust;
- austab sihtkoha kogukondade sotsiaalkultuurilist autentsust, hoiab nende loodud ja elavat kultuuripärandit ja traditsioonilisi väärtusi ning aitab kaasa kultuuridevahelisele mõistmisele ja sallivusele;
- kindlustab elujõulise ja pikaajalise majandustegevuse, võimaldades kõigile huvirühmadele õiglaselt jaotatud sotsiaalmajanduslikke kasusid, sh stabiilseid töökohti, sissetuleku teenimise võimalusi ja sotsiaalteenuseid sihtkoha kogukondadele, ning aidates kaasa vaesuse leevendamisele.

Rohepööre on arengusuund, mis seab eesmärgiks muuta riikide majandused minimaalse keskkonnamõjuga kaasaegseteks ja konkurentsivõimelisteks majandussüsteemideks. See hõlmab mitmeid erinevaid aspekte, alustades ilmsetest muutustest olemasolevate loodusvarade kasutamise viisis keskkonnasõbralike

³ Kasutame läbivalt põhiliselt terminit „kestlik turism“ ja „kestlikkus“ (turismis) ning väldime selguse mõttes sünonüüme „jätkusuutlik“, „säästev“ ja vahel kasutatav „vastutustundlik“ turism, v.a kui tegemist on eestikeelse materjali tsiteerimisega.

tehnoloogiate arendamise kaudu kuni muutusteni pädevuses ja sotsiaalses teadlikkuses, sh vajadus arendada nn rohelisi oskusi. ([Cheba jt 2022](#))

Euroopa Liidu kontekstis viitab rohepöörde eeskätt Euroopa uuele kasvustrateegiale „Euroopa roheline kokkulepe” (European Green Deal) ja seadusandlikule pakatile „Eesmärk 55” (Fit for 55) ([Euroopa Komisjon 2022a](#), [Euroopa Komisjon](#), „[Green Transition](#)”). Esimene seab eesmärgiks saavutada ELis 2050. aastaks kliimanetraalsus ning johtuvalt teeb teine ettepanekud seadusandluseks, mh vähendamaks ELi kasvuhooonegaaside (KHG) heidet 2030. aastaks 55%. Liikmesriigid töötavad välja vastavaid õigusakte, millel saab olema suur mõju kestlikule turismile üleminekul. ([Euroopa Komisjon 2022a](#), [2022b](#), [2023](#))

Rohepöörde ja kestliku arengu üks tähtsamaid alusdokumente on ÜRO säästva arengu kava „2030 Agenda”, mis sisaldab [säästva arengu eesmäärke](#) (SDG-d). Kokku 17 eesmärki keskenduvad nii majandusliku ja sotsiaalse olukorra kui ka keskkonna parandamisele: kava sihiks on kaotada vaesus ja tagada kõigile hea elukvaliteet, võttes arvesse looduskeskkonna võimekust. „2030 Agenda” viiakse Eestis ellu pikaajalisest strateegiast „Eesti 2035” lähtuvate valdkonna arengukavade ja programmide alusel. ([Riigikantselei 2023](#))

Maailma Turismiorganisatsiooni hinnangul saab turismisektor panustada kõigi 17 eesmärgi saavutamisse. Otseselt on turism ära märgitud eesmärkide 8 (kaasav ja säästev tööhõive ja majanduse areng), 12 (säästev tootmine ja tarbimine) ja 14 (säästev ookeanide ja veekogude majandamine) väiksemates sihtmärkides:

- sihtmärk 8.9: „Töötada välja ja rakendada 2030. aastaks säästva turismi edendamise tegevuspoliitikat, et luua töökohti ja propageerida kohalikku kultuuri ja tooteid.”;
- sihtmärk 12.b: „Töötada välja ja rakendada vahendid, mille abil mõõta säästva arengu mõju säästvale turismile, mis loob töökohti ja propageerib kohalikku kultuuri ja tooteid.”;
- sihtmärk 14.7: „Suurendada 2030. aastaks majanduslikku kasu, mida väikesed arenevad saareriigid ja vähim arenenud riigid saavad mereressursside säästvast kasutamisest, sealhulgas säästvast kalandusest, vesiviljelusest ja turismist.” ([Riigikantselei 2023](#), [UNWTO](#), „[Tourism in the 2030 Agenda](#)”)

Rahvusvaheline kestliku turismi eestvedajaid koondav ja parimate tavade näitel kestlikkust propageeriv Sustainability Leaders United leiab, et turismisektor saab kindlasti kaasa aidata ka eesmärkide 1 (vaesuse kaotamine), 5 (soolise võrdõiguslikkuse tagamine ja naiste võimestamine), 10 (ebavõrdsuse vähendamine riikides ja riikide vahel), 11 (kestlikud linnad ja asulad), 13 (kliimamuutustega võitlemine) ja 15 (metsade säilitamine ja elurikkuse kaitsmine) saavutamisele ([Sustainability Leaders United](#), „[How Tourism Can Contribute to UN Sustainable Development Goals](#)”). [Eesti Turismistrateegia 2022–2025](#) keskendub aga eelkõige eesmärkidele 8, 9 (ehitada kohanev ja vastupidav taristu ning toetada kestliku tööstuse arengut ja edendada innovatsiooni), 11, 12, 13 ja 17 (tugevdada kestliku arengu meetmete elluviimist ja elavdada üleilmset koostööd). Seega on Eesti turismisektori jaoks turismistrateegia elluviimisel olulisimad just viimati nimetatud eesmärgid (nende täitmisest saab rohkem lugeda kolmandas alapeatükis „Olukord Eesti turismisektoris”). ([MKM 2022](#), [Riigikantselei 2023](#))

2.2. Hetkeolukord: ülemaailmsed trendid ja arengusuunad

„Tulenevalt tervisekriisist ning sõjaolukorrast Euroopas on turismisektor läbi tegemas suuri muutusi ning seepärast tuleb arvestada kestliku turismi arendamisel tervise- ning sotsiaalpoliitilist mõju turismisektorile.” (Sooväli-Sepping 2022)

Turismisektor on viimastel aastatel olnud turbulentsis ning see on avaldanud suurt mõju riikide majandustele. Teisalt on see selgelt näidanud turismi olulisust paljude riikide majandustes ning toonud esile sektori teatavad universaalsed ja laiaulatuslikud probleemid. Ehkki turisminõudlus on hakanud pandeemia järel taastuma, on sektoril ees uued katsumused ja tasakaalu asemel kõneldakse vastupidavusest ning kohanemisvõimest.

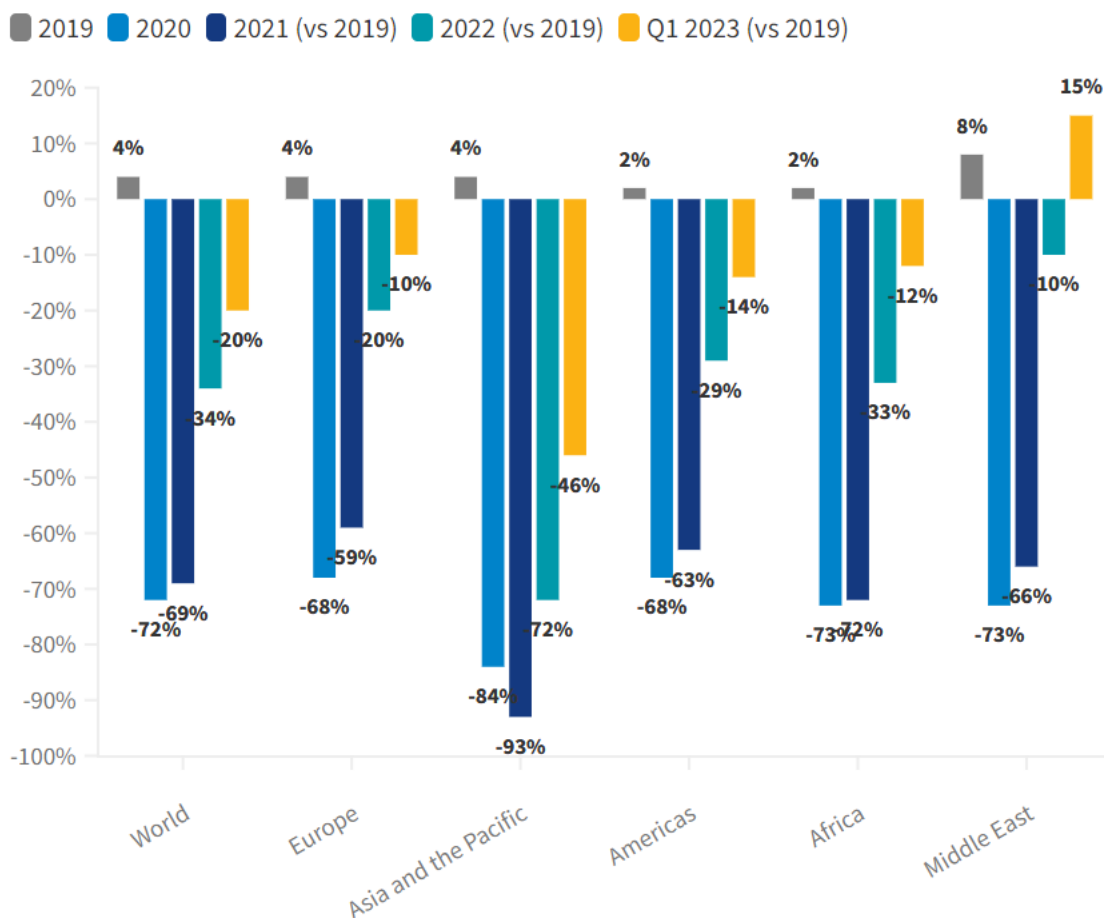
Siinkohal on analüüsitud, millised kitsaskohad turismis praegu ja lähitulevikus valitsevad ning regulatsioone, mis rohepööret turismis suunavad.

Maailma Turismiorganisatsioon defineerib turismisektori peamised tulevikuväljakutsed järgmiselt:

- Majandus-, tervise- ja geopoliitilised vastutuuled võivad 2023. aastal pidurdada rahvusvahelise turismi püsivat taastumist ja kõigutada kindlustunnet;
- Ekspertkomisjoni (UNWTO Panel of Tourism Experts) 2022. aasta uuringu kohaselt on keeruline majanduskeskkond, sealhulgas kõrge inflatsioon ja intressimäärad, nafta ja toiduainete hinnatõus ning hirm ülemaailmse majanduslanguse ees, jätkuvalt peamisteks turismi taastumist mõjutavateks teguriteks;
- Lisaks kujutab endast riski ka jätkuv ebakindlus, mis tuleneb Venemaa agressioonist Ukraina vastu ja muudest süvenevatest geopoliitilistest pingetest, COVID-19-ga seotud terviseprobleemidest ning tööjõupuudusest. ([UNWTO 2023a](#))

OECD (2022) turismitrendide ja -poliitika raportis nenditakse, et koroonapandeemia tagajärjed ja Ukraina sõda on tekitanud turismisektoris arengupausi ehk ollakse n-ö taastusrežiimis. Euroopas on 2022. aastal turisminõudlus küll kiirelt taastunud, ent tõenäoliselt on inflatsiooni ja majanduse aeglase toibumise mõjusid näha alles 2023. aastal. Kulude tõus ja (oskusliku) tööjõu puudus võivad pidurdada liikumist vastupidavama, kestlikuma ja kaasavama turismi suunas. ([OECD 2022, „Kokkuvõtte“](#), [UNWTO 2023b](#)) See-eest kirjeldatakse OECD raportis taastumise perioodi kui aega, mis pakub rohkeid võimalusi muuta sektori struktuuri ja väärtusi, rakendades kestlikumaid ärimudeleid, mis oleksid õiglasemad ja kaasavamad. Ühtlasi märgitakse, et majanduskasvule orienteeritud mudelist tuleks liikuda konkurentsivõimelise, kestliku, digitaalse ja kaasava tuleviku suunas. Kiiremas korras on vaja kasutusele võtta kliimamuutustega toimetulekuks vajalikke leevendamise- ja kohanemismeetmeid, mis nõuab valitsuste sekkumist ja regulatsioone, et turismi struktuur ümber kujundada. ([OECD 2022, „Kokkuvõtte“](#), [2022, „OECD Tourism Trends and Policies“](#))

UNWTO 2023. aasta stsenaariumide põhjal võib rahvusvaheliste turistide saabumiste arv jõuda 2023. aastal 80–95%-ni pandeemia-eelsest tasemest. Samas leiab OECD ([2022, „Kokkuvõtte“](#)), et rahvusvahelise turismi täielik taastumine võib kesta 2025. aastani või kauem. Seda mõjutavad enim majanduse aeglustumise ulatus, Aasia ja Vaikse ookeani piirkonnas reisimise pandeemiajärgne taastumine ning sõda Ukrainas. Alloleval joonisel (Joonis 1) on näha rahvusvaheliste turistide arvu muutus eri regioonides aastatel 2020–2022 võrreldes pandeemia-eelse tasemega ([UNWTO 2023b](#)).



Joonis 1. Rahvusvaheliste turistide arvu muutus võrreldes pandeemia-eelse tasemega (UNWTO 2023b)

Tulevikku silmas pidades on OECD hinnangul esmatähtis astuda samme majanduse taastumise keskkonناسäästlikumaks muutmiseks ja kliimamuutustele reageerimiseks, rakendada leevendamise- ja kohanemismeetmeid, sh rahastamine ja investeeringud turismi turgutamiseks. Samal ajal tuleb tagada, et sektor saaks võimalikult palju kasu digipöördest, ning võimaldada ligipääs oskustele ja taristule. Sellest tulenevalt on OECD võtmesõnumid poliitika kujundamiseks järgmised:

- edendada integreeritud, paindlikku ja tulevikku suunatud turismipoliitikat, et kiirendada taastumist, rohe- ja digipööret ning arendada säilenduskust tulevikuprobleemidele reageerimiseks ja nendega kohanemiseks;
- suurendada turismi ökosüsteemi vastupidavust, sh edendada ettevõtluskeskkonda VKEdele edu tagamiseks, julgustada koostööd sektoris ja huvigruppidega, et muuta sektor tugevamaks ja kestlikumaks, toetada kestlikke ja mitmekesiseid sihtkohti ning koguda kvaliteetseid ja võrreldavaid andmeid ja luua andmetel põhinevaid häid tööriistu;
- edendada turismi „rohelist“ taastumist, sh töötada välja pikaajalised kestlikkuse eesmärkide ja tegevusplaanidega strateegiad, rakendada teaduspõhist poliitikat suure mõjuga sekkumiste eelistamiseks, arendada teadlikkust kliimamuutustest ja võimekust töötada välja uuenduslikke lahendusi, võimaldada kestlikke reisivalikuid ja aidata turismiteenuse pakkujatel vähendada keskkonnamõju ning võimendada valitsuse osalust rohepöörde kiirendamises. (OECD 2022, „Kokkuvõte“)

Euroopa Komisjoni (2022a) rohe- ja digipöörde üleminekujuhistes turismisektorile on ühe olulisema kestliku turismi tagamise meetodina nimetatud **huvirühmade koostööd**, kuhu peaksid olema kaasatud:

- avaliku ja erasektori organisatsioonid;
- kohalikud tootjad ja teenuseosutajad;
- kultuuri- ja loomesektor;
- kohalikud ametiasutused;
- turismikorralduse organisatsioonid ja kohalikud ühendused;
- kohalikud elanikud.

Ka külastajatel peaks olema võimalus anda infot, et külastajakogemust parandada, arvestades samal ajal külastatava kogukonna vajadusi ja huvisid. (Euroopa Komisjon 2022a)

OECD 2022. aasta turismitrendide ja -poliitika raportis rõhutatakse samuti huvirühmade laialdase koostöö ja kohalike turismiteenuse pakujate kaasatuse tähtsust. Nimelt tuleks OECD sõnul kestliku turismi probleeme lahendada kohalikul, et tegeleda süvitsi sihtkohapõhiste spetsiifiliste vajadustega. (2022, „OECD Tourism Trends and Policies“) Koostööpõhisele juhtimisele rõhub ka Maaailma Turismiorganisatsioon, kelle sõnul nõuab kestlik turismiarendus kõigi huvirühmade teadlikku osalust ning tugevat poliitilist juhtimist, et tekitada ühine arusaamine ning laialdane kaasatus. Kestlik turism peaks tagama turistide rahulolu ja sisukad kogemused, tõstes samal ajal teadlikkust kestlikkusest ja edendades kestlikke lahendusi. (UNWTO, „Sustainable Development“)

2.2.1. Rohepöörde suunad Euroopa turismis

Turismi üleminekujuhised (Euroopa Komisjon 2022a) käsitlevad sektori peamisi eesmärke ja tegevusi seoses Euroopa rohelise kokkuleppega, keskendudes rohepöördele, digipöördele ja sektori vastupanuvõime suurendamisele. Kaks kõige kaalukamat teemat on kestlik liikuvus ja ringmajandus turismis. Kestliku liikuvuse alla kuuluvad reisijateveo ettevõtete kasvuhooonegaaside vähendamine ja raudtee atraktiivsuse suurendamine. Mitmekülgsed ja laialdaselt kättesaadavad kestlikud transpordivõimalused võivad oluliselt soodustada turismi rohepööret. Ringmajandus turismis hõlmab kohaliku tooraine kasutamist, toidujäätmete vähendamist ja üldist jäätmete liigiti kogumist. (Euroopa Komisjon 2022a, 2022b)

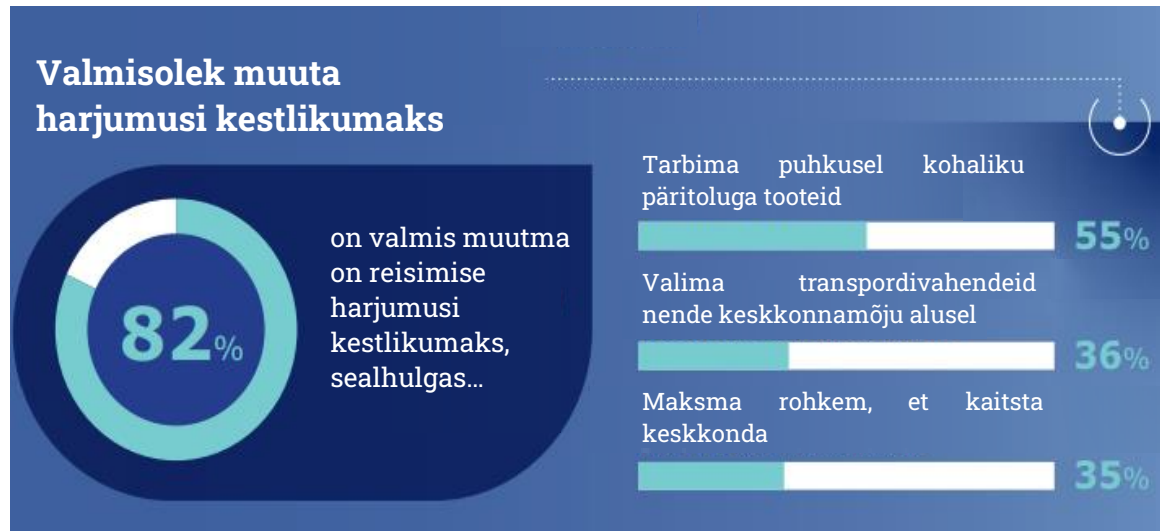
OECD (2022, „OECD Tourism Trends and Policies“, lk 84) raportis pakutakse välja konkreetsed suunised rohepöörde edendamiseks turismisektoris:

- kestlikud kohalikud tooted ja sihtkoha arendus, et rahuldada keskkonnateadlike ja looduslembeste turistide nõudlust;
- üleminek kohalikule turismile, et vähendada heitgaase ja mitmekesistada kohalikku pakkumist;
- kaugtöö ja töö paindlikumaks muutmine, et tõsta pikemaajaliste külastajate arvu;
- sihtkohtade koordineeritum juhtimine, et mõista paremini nõudluse ja pakkumise vahekorda ning suunata investeeeringuid;
- innovaatilised ärimudelid, et täiendada teadmisi ning olla digitaalsem, paindlikum ja kaasavam;
- enam koostööd valitsuse ja erasektori vahel.

Raportis tuuakse Eestit esile hea riikliku rohepöörde elluviijana nii Turismistrateegia 2022–2025 kui ka Rail Balticu projekti näitel (2022, „OECD Tourism Trends and Policies“, lk 98, 102).

Lisaks normatiividele kujundab turismitrende suurel määral ka **tarbija teadlikkus ja soov**. Euroopa Komisjon (2022a) rõhutab vajadust rahuldada turistide nõudlust kestliku turismi järele, viidates 2021. aastal läbi viidud ja

avaldatud Eurobaromeetri uuringule nr 499. Uuringu järgi (Joonis 2) on 82% Euroopa elanikest valmis muutma oma reisimisharjumusi kestlikumaks. Küsitlusele vastanud on puhkusel viibides enim valmis tarbima kohalikku päritolu tooteid (55% vastanuist), vähendama jäätmeid ja veetarbimist (48%), reisima väljaspool hooaega (42%) või vähem külastatavatesse sihtkohtadesse (41%) ning valima transpordiviise nende ökoloogilise mõju alusel (36%) (Euroopa Komisjon 2021a).



Joonis 2. Eurobaromeetri uuring „Eurooplaste hoiakud turismi suhtes“ (Euroopa Komisjon 2021a)

Eurobaromeetri uuring näitab, et suurem osa eurooplasi on reisisid valmis üle minema kestlikumatele tarbimisharjumustele. Samas on eestlaste osakaal, kes on valmis muutma oma harjumusi kestlikumaks, Euroopa keskmisest madalam: 51% eestlastest on valmis tarbima kohalikku päritolu tooteid, 20% on valmis valima transpordiviise keskkonnamõju alusel ja 22% eestlastest on nõus maksma rohkem, et kaitsta loodust. (Euroopa Komisjon 2021a) See viitab, et Eestis on veel arenguruumi inimeste teadlikkuse tõstmises kestlikust turismist. Samas lähenevad mitmed siinse uuringu riikide analüüsi raames intervjuueeritud eksperdid nõudluse küsimusele⁴ kahtlevalt, sest uuringutest nähtub küll turisti soov valida kestlikumad pakkumised, kuid see ei avaldu tihti tarbijakäitumises.

2.2.2. Digipööre ja kestlik turism

OECD liikmesriikide üks prioriteetne valdkond on turismisektori digitaliseerimine. Digitehnoloogiad pakuvad laiaulatuslikke võimalusi muuta turismipakkumised tarbijatele kättesaadavamaks, tõsta tootlikkust ning liikuda kestlikuma ja kaasavama tuleviku poole. Digipööre käigus digitaliseeritakse turismis mitmed protsessid, näiteks broneeringute tegemine, viisade taotlemine, turvalisuse tagamine (nt COVID-19 digitaalse vaktsiinipassi kasutuselevõtt), aga ka andmehaldus, sh andmete kogumine, analüüsimine ja jagamine. Digipööre võimaldab seega sujuvamat reisimist ning efektiivsemat ärikorraldust. (2022, „OECD Tourism Trends and Policies“, lk 45, UNWTO, „Digital Transformation“)

Samuti pakub digitaliseerimine võimalusi leida lahendusi sektorit tervikuna puudutavatele küsimustele, nagu rohepööre ja kestlik turismikorraldus (2022, „OECD Tourism Trends and Policies“, lk 45). Näiteks võimaldavad digilahendused eristada kestlikkuse märgisega turismiteenuse pakkujaid ja märkida, millistes tegevustes nende kestlikkus väljendub. Majutuse broneerimise veebiplatvorm Booking.com on välja töötanud kestlikkuse märgise, mis võimaldab majutusasutustel hinnata oma viie suurima jalajäljega tegevusvaldkonna keskkondlikku ja

⁴ Küsisime ekspertidelt, kas on märgata nõudluse kasvu kestliku turismi ja/või vastava riikliku kestlikkuse märgisega toodete järele.

sotsiaalsed mõju: prügimajandus, energiakasutus ja kasvuhoonegaaside emissioon, veekasutus, kohalike kogukondade toetamine ning looduskaitse ([Booking.com](#), „Travel Sustainable“). Reisija saab seega platvormil soovi korral valida kestlikkuse märgis(t)ega, st kestlikult tegutsevate pakkujate vahel. OECD (2022, „[OECD Tourism Trends and Policies](#)“, lk 45) toob digitaliseerimise heaks näiteks Itaalia loodud digitaalse turismikeskuse ([Digital Tourism HUB](#)), mis sihib ühendada ja edendada riigi turismipakkumist, hallata paremini turismivooge ja edendada kestlikku turismi. Keskuse eesmärk on lahendada Itaalia turismiökosüsteemi killustatuse probleem, vähendada piirkondlikke erinevusi ja erinevate turismisihtkohtade ja -ettevõtete vahelist lõhet. Digipöörde edendab nii konkurentsivõimekust turismiteenuse pakkujate seas kui ka võrdseid võimalusi tööjõu hulgas, tõstes teenusepakkujate vahelise koostöö efektiivsust ning luues võimalusi marginaliseeritud gruppidele – näiteks naistele, kes elavad suurematest linnadest eemal – pääseda tööle ([UNCTAD 2020](#)).

Euroopa Komisjon (2022a, lk 13) on digipöörde puhul rõhutanud turismiandmete jagamise tähtsust: turismi edendamiseks tuleb andmeid paremini ja uuenduslikumalt kasutada. Ent digitaliseerimisega kaasnevad uued katsumused, mida valitsused peavad arvesse võtma, sh suurendama küber- ja andmeturvet ning tehnilist tuge, eriti VKE-dele (2022, „[OECD Tourism Trends and Policies](#)“, lk 45, [UNWTO](#), „[Digital Transformation](#)“). Rahvusvahelised turismiteenuseid koondavad veebiplatvormid haldavad nende kaudu tehtud broneeringute ja otsingute andmeid ning turismiteenuste pakkujate juurdepääs neile andmetele on piiratud. Samas oleks just pakkujatel vajadus selliste nõudlust ja kliendiprofiile kajastavate andmete kasutamiseks, et kliendikogemust parandada. ([Euroopa Komisjon 2022a](#))

Turismi üleminekujuhistes on Euroopa Komisjon (2022a, lk 8) lisaks ühe andmetega seotud tegevusena esile toonud turismistatistika ja -näitajate täiustamise, mille jaoks on oluline vaadata läbi turismiandmete kogumise eeskirjad. See on komisjoni hinnangul tähtis, et lisada statistikasse majanduslikke, sotsiaalseid ja keskkonnavalaseid kestlikkusega seonduvaid elemente ning parandada ametliku statistika koostamiseks vajalike andmete kättesaadavust. Euroopa Komisjon (2022a, lk 13) märgib veel, et turismiga seonduvate andmete jagamine avaliku ja erasektori vahel võib aidata luua uusi, uuenduslikke kestlikkust toetavaid turismiteenuseid (näiteks külastajate liikumine ja transport). Näiteks saaks andmete jagamise kaudu reaajas hallata paremini külastajate vooge, mille abil on võimalik vaatamisväärsuste juures rahvahulkasid juhtida.

2.3. Kestliku turismi eesmärkide saavutamise hetkeolukord Eestis

Eesti turismisektori raamdokument on [Turismistrateegia 2022-2025](#), mis võtab aluseks turismisektorit mõjutavad trendid: kestlik turism, digimine, turvalisus (seoses pandeemiaga), teadlikum ja nõudlikum tarbija ning rahvastiku heaolu kasv ja tervise olulisuse suurenemine. Turismisektori olukorrast ja trendidest lähtuvalt loob strateegia lühiajalise (2025) visiooni, mille hulka kuulub Eesti turismisektori elujõulisus ja kohanemisvõimelisus, sh sektori tarbija ootustega kohanemine ja lisandväärtuse kasvatamine, tervikliku külastajateekonna ja kestliku turismitoote pakkumine, teadlike ning aega ja Eesti kultuuri- ja looduspärandit väärtustavate külastajate eelistamine jt. Ühtlasi rõhutab turismistrateegia järgnevate ÜRO säästva arengu eesmärkide olulisust kestliku turismi arendamisel Eestis:

- 8: Toetada jätkusuutlikku, kaasavat ja säästvat majandusarengut ning tagada kõigile inimestele inimväärne töö;
- 9: Ehitada vastupidav taristu, toetada kaasavat ja säästvat industrialiseerimist ja innovatsiooni;
- 11: Muuta linnad ja asulad kaasavaks, turvaliseks, vastupidavaks ja säästvaks;
- 12: Tagada säästev tarbimine ja tootmine;
- 13: Võtta kiiresti meetmeid kliimamuutuste ja nende mõjude vähendamiseks;
- 17: Tugevdada tegevuskava rakendamise meetodeid ja taaselustada säästva arengu alane ülemaailmne partnerlus. ([MKM 2022](#))

ÜRO säästva arengu eesmärke viiakse Eestis ellu pikaajalise arengustrateegia „Eesti 2035” raames, mille tegevuste ja eesmärkide seisu kajastab Statistikaamet rakenduses Tõetamm ([Riigikantselei 2022](#), [2023](#)). Tõetamm on riigi oluliste näitajate mõõdupuu, mis võrdleb tulemusi kolme riikliku arengukava põhjal: 2005. aastal heaks kiidetud säästva arengu strateegia „Säästev Eesti 21“, 2021. aastal vastu võetud pikaajaline strateegia „Eesti 2035“ ja Vabariigi Valitsuse tegevusprogramm 2022–2023. Tõetammes on kokku 145 mõõdikut, mis jagunevad ühiskonna heaolu ja tegevust käsitleva viieteistkümne haru vahel. Eesmärkide täitmist mõõdetakse kolmes kategoorias: roheline – eesmärk on täidetud või tulemus paranenud, kollane – eesmärgist mahajäämus, aga on liigutud oodatava tulemuse poole, punane – mahajäämus ja oodatava tulemuse poole ei liiguta. ([Tõetamm 2023](#)) Kestliku turismiga on seotud mitmed eesmärgid, näiteks siht vähendada kasvuhoonegaaside heitekogust, suurendada taastuenergia osakaalu, suurendada ringlevate materjalide määra, soodustada kestlikke liikumisviise ja nende osakaalu suurendada jpm. Nimetatud eesmärkide poole liikumise seis on Tõetamme⁵ andmetel järgmine:

- Kasvuhoonegaaside netoheitkoguse eesmärk 2035. aastaks on kaheksa miljonit tonni CO² ekvivalenti aastas. Hetkel on eesmärk seisus kollane, sest 2020. a heitkogus (12,85 mln t) oli madalam eelnevast aastast (14,3 mln t), kuid kliimaministeeriumi andmetel on kasvuhoonegaaside heitkogus jälle suurenenud – 2021. aasta koguheide oli 15,6 mln tonni CO² ekvivalenti.
- 2035. aastaks on seatud eesmärk jõuda üle 55% taastuenergia osatähtsuseni energia lõpptarbimises. 2020. aasta seisuga oli see 30,1%. Eesmärgi saavutamine on punases, kuna 2019. aastaga võrreldes langes taastuenergia osakaal lõpptarbimises 1,6%.
- Üks keskkonnaharu eesmärke 2035. aastaks on suurendada ringleva materjali määra kogu materjalikasutuses 30%-ni. Hetkel on eesmärgi täitmise seis punane, sest 2021. aastal oli ringleva materjali määr kogu materjalikasutuses 15,1% (vs 15,6% 2020. a).
 - Kuigi ringleva materjali määra suurendamise eesmärgi seis on punane, on Statistikaameti jäätmeid ja ringmajandust käsitlevates andmetes ka positiivseid trende. Näiteks 2021. aasta seisuga oli jäätmete taaskasutuse määr 69%, 13 404 tonni jäätmeid taaskasutati ning olmejäätmete ringlussevõtu määr oli 30,4%.
- Kestliku liikuvuse suurendamine on sätestatud eesmärgiga suurendada nende tööga hõivatud inimeste, kes käivad iga päev tööl ühissõidukiga, jalgrattaga või jalgsi, osakaalu 2035. aastaks 55%-ni. 2021. aasta seisuga on nende tööga hõivatute osakaal 33,9%, mis on väiksem 2020. aasta omast (36,9%). Eesmärgi täitmise seis on hetkel punane. ([Tõetamm 2023](#), [Kliimaministeerium 2023](#))

Üks „Eesti 2035” eesmärke on ka see, et Eesti oleks ülemaailmses säästva arengu raportis⁶ esimese 10 seas. Nii 2021. kui ka 2022. aastal oli Eesti 10. kohal. Seetõttu on ka eesmärgi täitmise seis roheline ning lähemalt uurides selgub, et kaks (4, 15) eesmärki 17st on täidetud ja kokku nelja (4, 5, 6, 15) eesmärgi täitmine on „järje peal” ehk liigutakse plaanitud tempos. Vaadates ülalmainitud Eesti turismistrateegias rõhutatud säästva arengu eesmärke (8, 9, 11, 12, 13, 17), nähtub, et nende poole püüdlemisel on riigil veel parajalt väljakutseid ehk eesmärkide saavutamine praeguses tempos on ebapiisav:

- eesmärgi 8 täitmisega on riigil „jätkuvalt probleeme”, eeskätt on lausa langevas trendis töötajate põhiõiguste tõhus tagamine;
- eesmärgi 9 täitmisega on riigil „jätkuvalt märgatavaid probleeme” – langevas trendis on teadus- ja arendustegevuse finantseerimine;
- eesmärgi 11 täitmisega on riigi „jätkuvalt probleeme”, langevas trendis on rahulolu ühistranspordiga;

⁵ Rohepöörde trendid on hästi visualiseeritud ka Statistikaameti lehel: [Rohepöörde trendid | Statistikaamet](#).

⁶ Säästva arengu indeksid: <https://dashboards.sdgindex.org/rankings> [10.02.2023].

- eesmärgi 12 täitmisega on riigil „jätkuvalt suuri probleeme“, langevas trendis on tootmisest tekkiva lämmastikuheite vähendamine ja importkaupades sisalduva lämmastikuheite vähendamine;
- eesmärgi 13 täitmisega on riigil samuti „jätkuvalt suuri probleeme“, nimelt on tõusuteel impordiga seotud süsinikuheite kogus;
- eesmärgi 17 täitmisega on riigil „jätkuvalt probleeme“, eeskätt ei tehta piisavalt edusamme ametliku arenguabi andmises. ([Sustainable Development Report 2022](#))

Kokkuvõtlikult võib öelda, et Eesti on kestliku arengu eesmärkide täitmisega heal järjel ning sama kehtib ka kestliku turismi kohta. Euromonitori 2022. aasta kestliku turismi indeksis on Eesti tõusnud 99 riigi seas muljetavaldavale 4. kohale (Euromonitor 2023). On näha, et mureküsimumustega tegeletakse, kuid arenguruumi veel jagub, eriti energeetika ja kestliku liikuvuse eesmärkide täitmisel. Lisaks üldistele arengukavadele on neil põhinevaid valdkondlikke strateegiaid ja tegevuskavasid vastu võetud mitmeid (nt „[Rohepöörde tegevusplaan 2023-2025](#)“ ja seal nimetatud [rohepöördesse puutuvad arengukavad](#)), mis suuremal või vähemal määral reguleerivad ka turismisektorit.

Kahtlemata mõjutab turism Eesti elu teisigi aspekte, seega reguleerivad turismi kui ettevõtlusharu Eestis ka muud strateegiad ja arengukavad. Lisaks eelnevalt esile toodud „[Eesti 2035](#)“ säästva arengu strateegiale, mis seab Eesti ühiskonna arengusihid, otsib Eesti ühiskonna arenguküsimumustele lahendusi [Teadus- ja arendustegevuse, innovatsiooni ning ettevõtluse arengukava 2021-2035](#).

2.4. Tulevik: muutused Euroopa ja Eesti regulatsioonides

Euroopas seonduvad paljud rohepöörde kohta käivad aktid, strateegiad, tegevused jms paketiga „Eesmärk 55“, milles on sätestatud, kuidas Euroopa Komisjon kavatses Euroopa Liidus saavutada 2050. aastaks kliimaneutraalsuse ja vähendada 2030. aastaks kasvuhoonegaaside heidet 1990. aastaga võrreldes vähemalt 55%. „Eesmärk 55“ aluseks on Euroopa roheline kokkulepe, mille siht ongi kliimaneutraalsus. Pakett „Eesmärk 55“ on uute ELi õigusaktide ettepanekute kogum, millega EL ja selle 27 liikmesriiki kavatses saavutada ELi 2030. aasta kliimaeesmärgi. See hõlmab [kavandatavaid õigusakte](#) järgmistel teemadel:

- ELi heitkogustega kauplemise süsteem;
- jõupingutuste jagamise määrus;
- maakasutus ja metsandus (LULUCF);
- alternatiivkütuste taristu;
- piiril kohaldatav süsinikdioksiidi kohandusmehhanism;
- kliimameetmete sotsiaalfond;
- algatused „REFuelEU Aviation“ ja „FuelEU Maritime“;
- sõiduautode ja kaubikute CO² heite normid;
- energia maksustamine;
- taastuvenergia;
- energiatõhusus;
- hoonete energiatõhusus. ([Euroopa Komisjon 2021b](#), [2022b](#))

Euroopa Komisjoni ([2022a](#)) turismi üleminekujuhistes on muuseas määratletud olulisemad [seadusandlikud algatused](#), millega reguleeritakse avaliku- ja erasektori turismiorganisatsioonide rohepööret. Need on eelkõige keskkonnahoidu puutuvatest strateegiatest ja eesmärkidest tulenevad direktiivid, eeskirjad ja muud regulatiivsed juhised või ettepanekud. Alljärgnevalt toome välja, millised neist võiksid olla Eesti turismisektori jaoks olulisemad ja milline on nende potentsiaalse mõju turismiteenuse pakkujatele.

- Euroopa Liidu toidu raiskamise mõõdikute⁷ ning toidujäätmete vähendamise siduvate eesmärkide kavandamine, lähtudes Talust Taldrikule strateegiast⁸, mille eesmärk on õiglaste ja keskkonnasõbralike toidusüsteemide loomine.

Üks olulisemaid praktilisi mõjusid turismiteenuse pakkujatele on asjaolu, et kohalikud omavalitsused peavad hiljemalt 31. detsembriks 2023 korraldama biojätmete liigiti kogumise tekkekohalt juhul, kui jäätmeid kohapeal ei kompostita. Turismiteenuse pakkujatele toob see kaasa nii kohustusi kui ka kulusid. Esiteks, ettevõtted peavad arvestama lisakuludega, mis tekivad seoses biojätmete konteineri hankimise ja regulaarse tühjendamisega. Teiseks, juhul kui ettevõtted eelistavad jäätmeid kohapeal kompostida, on vaja vormistada [jäätmekäitleja registreering](#) ning osta või ehitada nõuetele vastav komposter. Lisaks võib see regulatsioon pikemas perspektiivis kaasa tuua toidujäätmetega seotud aruandluskohustuse. Kuigi täpsed nõuded pole veel selged, on oodata, et Eesti peab [esitama aastaaruandeid](#) toidujäätmete tekke kohta, mis võib mõjutada (vähemalt alguses) ka turismisektori suuremaid ettevõtteid. Tuleb märkida, et 2023. aasta sügisel ei ole veel päris selge, kuidas hakkab aruandlus praktikas välja nägema.

- direktiivi (EL) 2019/904⁹ kohaselt vähendada ühekorraplasttoodete kasutust ning ringmajanduse tegevuskava¹⁰ alusel asendada toitlustussektoris ühekorrapakendid, -nõud ja -söögiriistad korduvkasutatavate toodetega.

See direktiiv mõjutab kõige enam ürituste korraldajaid ja toitlustusteenuse pakkujaid turismisektoris. [Alates 1. jaanuarist 2024](#) on avalikel üritustel kohustus kasutada toidu ja joogi serveerimiseks korduskasutatavaid nõusid ja söögiriistu. On oodata, et lähiaastatel laieneb see regulatsioon kogu toitlustussektorile, mis tähendab ettevõtetele esialgu lisainvesteeringuid, et tagada nõutav korduvkasutus.

- meretranspordis taastuvkütuse ja/või vähese CO² heitega kütuste kasutamise ettepanek¹¹.

Meie hinnangul puudutab see [direktiiv](#) Eestis eelkõige neid suurettevõtteid, mis on seotud meretranspordiga ja tegelevad reisijate veoga üle 5000-tonnise kogumahutavusega laevadega. See tähendab, et need laevaomanikud (kui nad ei ole seda juba teinud) peavad investeerima erinevatesse uuendustesse, et tagada oma laevade mootorite ja kütusesüsteemide ühilduvus alternatiivsete kütustega. Lisaks suureneb neil ettevõtetel aruandluskohustus, et tõendada vastavust kehtestatud heitmete piirmääradele.

- TEN-T võrgustiku edendamine piiriüleste raudtee-reisijateveo teenuste abil, et tagada jätkusuutlikum reisimine¹².

Siinjuures võib uurimismeeskond välja tuua võimaliku kaudse positiivse mõju, sest piiriülese taristu arendamine ELi piires peaks kohalikku turismisektorit elavdama, pakkudes välituristidele uusi võimalusi Eestit külastada. Raudtee väljaarendamisest võiksid eeskätt võita turismiteenuse pakkujad Pärnu-, Rapla- ja Harjumaal, kuna just neid maakondi läbib planeeritav raudteetrass.

- hoonete energiatõhususe direktiivi¹³ läbivaatamine, et 2027. aastast oleksid uued üldkasutatavad hooned heitevabad ning alates 2030. aastast oleksid kõik uued hooned heitevabad.

Regulatsioon mõjutab eelkõige keskmisi ja suurettevõtteid, kelle väärtuspakkumus on tihedalt seotud kinnisvaraga, näiteks hotellid, muuseumid ja suuremad meelelahutusasutused. Kui neil on vaja teenuste arendamiseks ehitada uusi hooned, võib see muutuda kulukamaks. Kaudselt võib see ka tähendada, et uutel

⁷ Elurikkuse strateegia aastani 2030 (europa.eu): https://environment.ec.europa.eu/strategy/biodiversity-strategy-2030_et [30.09.2023].

⁸ Food waste measurement (europa.eu): https://food.ec.europa.eu/safety/food-waste/eu-actions-against-food-waste/food-waste-measurement_en [30.09.2023].

⁹ EUR-Lex - 32019L0904 - EN - EUR-Lex (europa.eu)

¹⁰ EUR-Lex - 52020DC0098 - EN - EUR-Lex (europa.eu)

¹¹ EUR-Lex - 52021PC0562 - EN - EUR-Lex (europa.eu)

¹² [Efficient and Green Mobility \(europa.eu\)](#)

¹³ [Hoonete energiatõhususe direktiiv](#)

turismiteenuste pakkujatel võib olla keerukam turule siseneda, eriti juhul, kui see eeldab suuri investeeringuid hoonetega seotud põhivarasse.

- suurendada taastuvate energiaallikate osakaalu ELi üldises energiaallikate jaotuses 2030. aastaks praeguselt 32%-lt 40%-le¹⁴.

Direktiiv on eelkõige suunatud fossiilkütustest eemaldumisele ja taastuvenergiaallikate (näiteks vesinik) kasutuselevõtule, mis on keskendunud peamiselt energia- ja transpordisektorile. Hoolimata sellest, võib see algatus lühemas perspektiivis põhjustada turismiteenuste pakkujatele energiahindade tõusu, suunates neid energia kokkuhoiu poole. See omakorda võib kaasa tuua lühemad lahtiolekuajad ja täiendavad investeeringud erinevatesse energia säästmise meetmetesse, nagu näiteks päikesepaneelide paigaldamine.

- karmistada uute sõiduautode ja uute väikeste tarbesõidukite CO² heite norme kooskõlas ELi suuremate kliimaeesmärkidega, järgides ELi määrust 2019/631¹⁵. ([Euroopa Komisjon 2022a](#))

Tegu on osaga „Eesmärk 55“ strateegiast, mille otsese tagajärjena peavad uued sõiduautod olema 2035. aastaks heitevabad. Turismiteenuste pakkujatele, kellel on vaja sõiduautot või tarbesõidukit, tähendab see tõenäoliselt kulude suurenemist sõidukipargi uuendamisel, kuna praegu on elektriautod tavasõidukitest kallimad. Sisepõlemismootoriga autode edasikasutamine võib samuti tähendada kõrgemaid kulusid, kuna käesoleva uuringu koostamise ajal on Eestis väljatöötamisel nn automaks, mille tingimused ja arvutusmudelid ei ole veel selgunud.

Samuti mõjutavad turismiteenuste pakkujaid lähiaastatel järgmised Euroopa Komisjoni kehtestatud määrused ja direktiivid.

- Jätkusuutliku rahastuse [taksonoomiamäärus](#) (vastu võetud).

Mõjutab otseselt majutusasutusi, kuna määruses on sätestatud, et suurettevõteteks klassifitseeruvad majutusasutused peavad 2025. aastast alates aru andma, kui suur osa nende tuludest ja kuludest on pärit tegevustest, mis panustavad elurikkuse ja ökosüsteemide kaitsmise ja taastamise. See tähendab antud sihtgrupile täiendavaid kulusid administratiivsele aruandlusele ja seetõttu ka uute kompetentside väljaarendamist.

- [Kestliku aruandluse direktiiv](#) (aruandluskohustus algab 2025, 2024. aasta kohta).

Direktiivi järgi on kõigil suurettevõtetel kohustus alates 2025. aastast koostada raport [Euroopa kestlikkuse aruandluse standardite alusel](#), mis käsitleb kestlikkuse ja ESG (*environmental, social, governance*) mõjude juhtimist ja tulemuslikkust ettevõttes. Raport peab sisaldama näiteks äristrateegia seost kestlikkusega, olulisi kestlikkuse ja ESG teemasid, juhtimisstruktuuri ülesehitust kestlikkuse ja ESG küsimustega tegelemiseks, seatud eesmärgid ja tulemusnäitajad. See direktiiv toob turismisektori suurettevõtetele uue aruandluskohustuse ja nõuab, sarnaselt taksonoomiamäärusega, uute kompetentside väljaarendamist.

- [Roheväidete direktiiv](#) (loomisel).

Direktiiv kehtestab kriteeriumid roheväidete esitamiseks ja rohemärgiste kasutamiseks. Kuigi täpsed kriteeriumid ja nõuded on veel teadmata, peaks see direktiiv reguleerima muuhulgas seda, millistel ettevõtetel on lubatud reklaamida end kestlikkuse põhimõtteid järgides. Ehk eeldatavasti tekivad kestliku turismi põhimõtteid rakendataval ettevõtetel paremad ja selgemad võimalused enda turundamiseks.

Kokkuvõtlikult mõjutab uute EL direktiivide ja regulatsioonide kehtima hakkamine Eesti turismisektori teenusepakkujaid mitmeti. Keskkonnasäästlikkuse ja jätkusuutlikkuse eesmärkide tõttu on ettevõtetel vaja teha

¹⁴ [Commission presents Renewable Energy Directive revision \(europa.eu\)](#)

¹⁵ [EUR-Lex - 52021PC0556 - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](#)

uusi investeeringuid, et vähendada toidujäätmeid, asendada ühekorraplasttooted korduvkasutatavatega, juurutada rohkem taastuvenergia lahendusi ja vähendada CO₂ heitmeid. See tähendab biojätmete eraldi kogumist, komposterite soetamist ning uute, keskkonnasõbralikumate sõidukite kasutuselevõttu. Nende investeeringute suurus sõltub peamiselt turismiteenuse pakkuja tegevusvaldkonnast, kuid mitmed investeeringud (nt korduvkasutatavate söögiriistade kasutamine) aitavad turismiteenuse pakkujal pikemas perspektiivis raha säästa, vähendades igapäevaseid püsikulusid. Lisaks suurenevad administratiivsed kohustused kestlikkuse teemadega seotud aruandluse tõttu, mis on suunatud peamiselt suurettevõtetele. Samuti peavad need turismiteenuse pakkujad, kelle teenused on seotud kinnisvaraga, arvestama ka uute ehitusnormidega, mis võivad suurendada uute hoonete ehituskulusid.

Lisaks otsesele mõjule, nagu investeeringud taastuvenergiasse ja rohelisematesse tehnoloogiatesse, toovad uued regulatsioonid kaasa ka kaudseid positiivseid mõjusid. TEN-T võrgustiku edendamine piiriülese raudtee-reisijateveo teenuste abil peaks elavdama kohalikku turismisektorit, pakkudes välituristidele uusi võimalusi Eestit külastada. Samuti võime eeldada, et uued regulatsioonid suunavad turismiteenuse pakkujaid senisest rohkem keskenduma kestliku arenguga seotud teemadele, aidates seeläbi kaasa üldisele keskkonnasõbralikumale ja jätkusuutlikumale arengule sektoris.

Lisaks keskkonda puudutavatele regulatsioonidele ja meetmetele on ELi [turismi üleminekujuhistes](#) tähelepanu juhitud turismi sotsiaalmajanduslikule mõõtmele, eeskätt oskuste ja tööjõu arendamisele ning võrdsusele, ligipääsetavusele ja elanike heaolule. Sealjuures tuleks juhinduda teiste seas järgmistest soovistest:

- hoonete ja reisiristu projekteerimisel/renoveerimisel on oluline arvestada erinevate potentsiaalsete kliendirühmadega, sh liikumisraskustega inimestega, järgides algatuse [„Uus Euroopa Bauhaus“](#) kestlikkuse, stiili ja kaasatuse põhimõtteid erinevate majandussektorite ümberkujundamisel;
- turismiteenuse pakkujate konkurentsivõime säilitamiseks ja suurendamiseks, edukaks rohe- ja digipöördeks ning kestlike turismiteenuste pakumiseks on vaja arendada sektori, sh ametiasutuste ja turismisihkkohtade juhtimisorganisatsioonide töötajate keskkonnahoiu- ja digipädevusi, aga ka strateegilisi ja innovatsioonioskusi, ning sellest tulenevalt täiendada või koostada turismiõppekavasid;
- kasulik oleks korraldada kestliku turismi eeliste ja võimaluste kohta teadlikkuse tõstmise kampaaniaid, sest ehkki [Eurobaromeetri uuringu](#) järgi on iga kolmas ELi kodanik reisimisel valmis kestlike valikute eest rohkem maksma, erineb valmisolek vastanute päritoluriigist, vanuserühmast ja haridustasemest sõltuvalt;
- samuti on oluline teha teavitustööd kohalikul ja piirkondlikul tasandil mikroettevõtete ja VKEde seas, et nad teadvustaksid keskkonnasõbralikumatele ja digitaalselt toetatud teenustele ülemineku eeliseid;
- turismisektori tööjõupuuduse leevendamiseks ja võrdsuse edendamiseks (sh palgalõhe vähendamiseks, tööjõukulude suurendamiseks muude sektoritega võrreldes) on oluline arendada atraktiivseid karjäärivõimalusi, stabiilset ja kvaliteetset tööhõivet, tagada õiglane palk ja head töötingimused;
- füüsilise ligipääsetavuse tagamiseks liikumisraskustega külastajatele tuleb tõsta teadlikkust ligipääsetavuse tähtsusest ning seda võimaldavate turismiteenuste hulka ja nähtavust, samuti lisada avalike hangete tingimustesse ligipääsetavuse tagamise nõude;
- majandusliku ligipääsetavuse tõstmiseks võiks sektor tagada teenused erinevate majanduslike võimalustega reisijatele, samuti pöörata tähelepanu muude marginaliseeritud või diskrimineeritud rühmade turvalisusele ja ligipääsule;
- kohalike elanike heaolu, looduse ja kultuuri kaitse tagamiseks on oluline arendada ja pakkuda turismiteenuseid keskkonda, kultuuri ja inimesi hoidval viisil, kaasates kohalikke elanikke turismi tegevuse ja mõjude kavandamisse ja järelevalvesse ning arendades selliseid turismiteenuseid, mis pakuvad huvi nii kohalikele kui ka külastajatele. ([Euroopa Komisjon 2022a](#))

Kehtivas „Eesti Turismistrateegia 2022–2025“ on kestlikkus üks kolmest läbivast tegutsemispõhimõttest. Strateegia seab 2025. aastaks järgmised eesmärgid: Eesti on säästva turismi (Sustainable Travel Index) edetabelis 4. kohal ning roheliste sihtkohtade võrgustiku Green Destinations tiitlit omab vähemalt kuus Eesti sihtkohta. (MKM 2022) Turismistrateegia rakendamine ei too turismiteenuse pakkujatele kaasa otseseid uusi kohustusi, vaid sellega sätestatakse rida tegevusi, mis aitavad saavutada seatud eesmärgid. Näiteks kestlikult tegutsevate ettevõtete tunnustamine, ringmajanduse programmid, uute ärimudelite toetamine, ressursisäästuga seonduvate parimate praktikate ja toetusvõimaluste jagamine ning muud sarnased algatused.

3. TEISTE RIIKIDE KOGEMUS

Teiste riikide kogemuste peatükis kajastub viie riigi – Soome, Rootsi, Sloveenia, Šveitsi ja Uus-Meremaa – kohta ülevaade kestlikkusest turismis. Valiku aluseks olid eelkõige ambitsioonikad kestlikkusele keskenduvad turismisektori visioonid ja turismistrateegiad ning sarnane kultuuriruum (Euroopa riikide puhul), OECD liikmelisus, demokraatia indeks, inimarengu indeks ning kestliku turismi indeks. Kõikides riikides on ka välituristide arv 2019. aastaga võrreldes 2022. aastal vähenenud, mis näitab COVID-19 mõju. Lisaks on Eestiga võrdluses oluline, et valitud riikides on rohkem inimesi hõivatud turismitööstuses kui Eestis. See tähendab ka omakorda suuremaid investeeringuid turismisektoris, kogenumat tööjõudu ning suuremat hulka praktikaid ja strateegiaid, mida saab ka Eestis analüüsil aluseks võtta.

Näiteks enamikul valitud riikidest on riiklik kestliku turismi programm ning märgis, mille ülesehitusse ja toimumisse annab analüüs sissevaate. Riikide ülevaated keskenduvad kestlikkusele riiklikes turismikorralduse alusdokumentides ja turismi riiklikult korraldavates institutsioonides. Selle loogika alusel on struktureeritud iga riigi analüüs: esiteks sissevaade kehtivatesse strateegiatesse ning seejärel ülevaade turismi korraldajatest ja algatustest, eeskätt riiklikust kestliku turismi programmist ja muust olulisest või eripärasest. Viie riigi analüüsi järel on võrdlev kokkuvõtte, milles on kõrvutatud valitud riikide kestlike põhimõtete rakendamise spetsiifilised jooned turismisektoris.

Teiste riikide lühikokkuvõtte oleme välja toonud alljärgnevas tabelis.

Tabel 1. Analüüsitava riikide lühiülevaade.

Riik	Soome	Rootsi	Sloveenia	Šveits	Uus-Meremaa	Eesti
Rahvastiku arv (Maailmapank 2022)	5,6 miljonit	10,5 miljonit	2,1 miljonit	8,8 miljonit	5,1 miljonit	1,3 miljonit
SKT elaniku kohta (OECD 2022, „GDP“, USD)	59 463	65 157	48 362	83 485	51 455	47 152
OECD liikmelisus	Jah	Jah	Jah	Jah	Jah	Jah
Demokraatia indeks (EIU 2022)	9,29	9,39	7,75	9,14	9,61	7,96
Inimarengu indeks (HDRO 2021)	0,94	0,947	0,918	0,962	0,937	0,890
Turismitööstuse töötajate koguarv (viimased andmed aastast 2021, UNWTO 2023c)	129 tuhat	238 tuhat	56 tuhat	163 tuhat	175 tuhat	24 tuhat
Välituristide arv (2019, UNWTO 2023c)	3,3 miljonit	7,6 miljonit	4,7 miljonit	11,8 miljonit	3,7 miljonit	3,3 miljonit
Välituristide arv (2022, UNWTO 2023c)	2,1 miljonit	3,9 miljonit	3,9 miljonit	9,2 miljonit	1,43 miljonit	2,12 miljonit

Global Sustainability Index (2023)	1	2	13	15	27	10
Sustainable Travel Index (2022, 2023) <u>Euromonitor</u>	2	1	7	10	30	4

3.1. Soome

3.1.1. Hetkeolukord ja tulevikusuunad

2020. aastal algatas Soome valitsus riikliku turismiprogrammi „Kestlik turism 2030“, et edendada kestlikku kasvu turismisektoris ning toetada turismiettevõtluse kasvu. Programmi jaoks eraldati 5 miljonit eurot, mis suunati peaaegu täielikult Business Finlandi Visit Finlandi üksuse (Visit Finlandist on lähemalt juttu järgmises peatükis) tegevusse. Lisarahastuse eesmärk on innustada turismiettevõtteid arendama oma teenuseid kvaliteetsemaks (pidades sealhulgas silmas kestlikkust ja digitaliseerimist) ja võtma enam arvesse ka siseturismi, suurendada konkreetsetele välisturgude sihtgruppidele suunatud turismiturunduse osakaalu ja kohandada turismitooteid täpsemalt sihtgruppide soovidega. (Ministry of Economic Affairs and Employment, „Government’s Tourism Initiatives“)

Soome riikliku turismistrateegia „Saavutame koos rohkem – kestlik areng ja uuenemine Soome turismis“ seab turismi arengu eesmärgid aastateks 2022–2028 ning nende saavutamiseks rakendatavad sammud aastateks 2022–2023. Soome siht on saada kõige kestlikumalt kasvavaks turismisihtkohaks Põhjamaades. Seepärast on turismivaldkonnas oluline vastutustundlikkus ja pidev arenemine ning heaolu ja töökohtade loomine kogu riigis. 2022. aasta juulis avaldati strateegia muudetud versioon, mis võtab arvesse 2019.–2021. aastal käibel olnud meetodite toimivust ning koroonapandeemia ja Ukraina sõja tõttu muutunud olukorda. Et turismisektor suudaks ootamatult muutuvatele tingimustele kiiresti reageerida, on tähtis mitmekesine turismiturg (mitmekesine turismitooteid ja -teenuste valik), pidevalt arenev ja innovaatiline ettevõtlus ning infojuhtimine. (Ministry of Economic Affairs and Employment, „Finland’s Tourism Strategy for 2022–2028“, 2022)

Strateegia põhisuund on eri sektorite vahelise koostöö parandamine. Kasutusele võetud meetodeid jälgib Soome majandus- ja tööhõiveministeeriumi kokkukutsutud kõrgetasemeline turismi töögrupp (*matkailufoorumi*), kuhu kuuluvad turismisektori jaoks võtmetähtsusega ministeeriumid, regionaalnõukogud, riigiasutused, piirkondlikud turismiorganisatsioonid, reisifirmad ning teadus- ja haridusasutused ja -organisatsioonid. Soome turismistrateegia määratleb neli prioriteeti:

- kestliku arengu toetamine;
- digipöördega kaasaskäimine;
- turismi kättesaadavuse parandamine, võttes arvesse turismisektori vajadusi;
- konkurentsi toetava tegevuskeskkonna kindlustamine. (OECD 2022, „Finland“, Ministry of Economic Affairs and Employment, „Finland’s Tourism Strategy for 2022–2028“)

OECD 2020. aasta turismitrendide analüüsi kohaselt on Soome võtnud suuna turismi digitaliseerimisele. Eesmärk on digitaalsete oskuste kasvatamine, mis võimaldaks paremini hallata andmeid ja võtta kasutusele uusi lahendusi. Teised kaks digiarengu algatust Soomes on „Visit Finlandi oskuste akadeemia“ ja „Põhjamaade digiturism“. Neist esimene sisaldab digioskuste mooduleid ettevõtetele – algatuse raames on võimalik tellida keegi akadeemia õppejõudude võrgustikust, kes tuleb ettevõttesse kohale digioskuste mooduleid õpetama. „Põhjamaade digiturismi“ tegevus toimub koostöös Islandi, Gröönimaa ja Fääri saartega ning selle eesmärgiks on arendada Põhjamaade digikogukonda ja „digitööriistakasti“. (OECD 2020, „Finland“)

2022. aasta OECD (2022) raporti järgi on pandeemia ja Vene invasioon Ukrainas mõjutanud Soome turismi niivõrd tugevalt, et peamiselt tegeletakse nende tagajärgedega – Venemaa oli varem suurim turismiturg ja ka Aasia turism on lennukeeldude tõttu oluliselt vähenenud. Peale finantsmeetmete toetavad turismisektori taastumist pandeemiast ka muud sammud: turismisektori vastupidavuse ja konkurentsivõime tõstmine, teadmuspõhise otsustusprotsessi kasutamine ning ülemaailmsete suundumuste kohta ajakohaste andmete ja teabe kättesaadavuse tagamine. Ühtlasi julgustavad ja toetavad nimetatud sihid turismisektori üleminekut kestlikumale tegutsemisele. ([OECD 2022, „Finland“](#))

3.1.2. Soome kestliku turismi meetmed

Team Finlandi võrgustik koondab kõik riiklikult rahastatavad rahvusvahelistumise teenused nõustamisest rahastamiseni. [Business Finland](#) on osa sellest võrgustikust ja koondab kõik teenused, mis on seotud innovatsiooni rahastamise, ekspordi, investeringute ja turismi edendamisega. [Visit Finland](#) on Business Finlandi üksus, mida rahastatakse riigieelarvest. Visit Finland on riiklik ekspertorganisatsioon, mis vastutab Soome kui sihtkoha turundamise eest, toetades Soome reisifirmasid rahvusvahelistumisel ning kvaliteetsete reisitoodete väljatöötamisel, turundamisel ja müümisel. Visit Finland ja turismisektori ettevõtted teevad ühiseid tootekampaaniaid ning korraldavad tutvumisreise välismaistele reisikorraldajatele ja meediale. ([OECD 2022, „Finland“](#))

Visit Finlandi strateegia 2021–2025 kohaselt on Soome eesmärk saada [kestlikuks ja hinnatud rahvusvaheliseks sihtkohaks](#) ([Visit Finland, „Strategy 2021–2025“](#)). Visit Finlandi kestliku arengu juhi [Liisa Kokkarise](#) sõnul töötatakse kogu organisatsioonis selle nimel, et turismisektor muutuks pidevalt kestlikumaks. Lisaks allkirjeldatud kestlikkuse programmile otsitakse järjekindlalt võimalusi, kuidas toetada kestlikke ärisid turul nähtavuse suurendamisel. Seejuures on oluline, et Visit Finlandi töö oleks kooskõlas nii rahvusvaheliste sihtidega kui ka Soome riiklike kliimaeesmärkidega. Ühtlasi tehakse samme ka organisatsioonisiseste protsesside kestlikumaks muutmiseks. (Kokkarinen 2023)

3.1.2.1. Sustainable Travel Finland

Pandeemiajärgselt on vastutustundlik ja kestlik ettevõtlus olulisem kui iial varem. Seepärast juurutab Visit Finland uut kestliku turismi programmi [Sustainable Travel Finland](#), millega seatakse muuhulgas sisse majanduslikud, ökoloogilised, sotsiaalsed ja kultuurilised kestliku reisimise põhimõtted. 2020. aastal tunnustati pilootfaasis esimest 30 turismiettevõtet vastava kestliku turismi tiitliga Sustainable Travel Finland ehk STF. Programmi eesmärk on edendada vastutustundlikku turismi Soomes, aidates ettevõtetel rakendada vastavaid põhimõtteid, ja muuta kohalikud kestliku turismi pakkujad rahvusvaheliselt hõlpsasti leitavaks. Lisaks julgustab programm riiklike ja regionaalsete turismiorganisatsioonide ja -ettevõtete vahelist koostööd. ([Business Finland 2020](#))

STF algatuse eesmärk on Soome tähtsaima vara – rikkumata looduse – kaitsmine, aga ka loodusel põhineva kohaliku kultuuri ja elulaadi säilimise tagamine. Programmiga tagatakse turismi elujõuline ja pikaajaline korraldamine. Ettevõtted saavad liitumisel juhised ja n-ö tööriistakasti, hõlbustamaks neil rakendada oma tegevustes kestlikkust ja kvalifitseeruda kvaliteedimärgisele. STF-i eesmärgid juhivad Soome üldistest arengusuundadest, sh kliimamuutustega võitlemine ja kohaliku majanduse edendamine. ([Business Finland 2020, Business Finland, „Sustainable Travel Finland“](#)) Soome valitsus võttis kliimamuutustega tegelemiseks juba 2015. aastal vastu seaduse, et saavutada 2035. aastaks kliimaneutraalsus ([Ministry of the Environment, „Finland’s National Climate Change Policy“](#)). Samas ei tähenda kestlik turism ja loodushoid mitte turismi vähendamist, vaid turismisektori kasvatamist, sest Business Finlandi hinnangul võimalusi ja potentsiaali selleks on. Seda enam, et inimesed otsivadki aina rohkem looduse rahu, vaikust ja turvatunnet, puhtust ja autentsust. ([Business Finland, „Boosting the Finnish Travel Industry“](#))

STF koosneb seitsmest sammust:

- 1) ettevõttes/sihtkohas kestliku turismi suunas liikumiseks otsuse tegemine, kestliku turismi põhimõtetele allkirjutamine ja kestliku turismi koordinaatori määramine;
- 2) e-õpe, töötoad ja hetkeolukorra kaardistamine;
- 3) arenguplaani koostamine;
- 4) avalikkuse teavitamine kestlikest tegevustest;
- 5) **ettevõtted**: kolmanda osapoole (rahvusvahelise või kohaliku) sertifikaadi saamine / **sihtkohad**: 51% sihtkoha ettevõtetest peavad olema STF-märgisega;
- 6) riiklikele kestliku turismi indikaatoritele vastamise kohustuse võtmine, sh iga-aastane andmete esitamine, ja veebikeskkonnas STF programmi kriteeriumidele vastavuse kinnitamine;
- 7) STF märgise kasutamise lepingu sõlmimine ja märgise taotlemine. ([Visit Finland, „Sustainability“](#))

Kokkarinen rõhutab, et tegemist ei ole sertifitseerimisprogrammiga, vaid kestlikkuse arendamise programmiga ettevõtetele ja sihtkohtadele. Seda märgib ka asjaolu, et üks sammudest jõudmaks STF märgiseni on kolmanda osapoole sertifikaadi (VF aktsepteerib 22 kohalikku ja rahvusvahelist sertifikaati) omamine ning sihtkohtadele tingimus, et 51% ettevõtetest peavad juba omama STF märgist. Viimane loob muuseas ka sildu era- ja avaliku sektori vahel ning STF võimaldab monitoorida, kui palju ettevõtteid on sihtkohas saanud STF märgise. Kolmanda osapoole sertifikaadi nõue on vastutulelik seepärast, et nõnda saavad väga erinevad turismiettevõtted STF programmis osaleda, lisaks ei pea VF ise tegelema sertifitseerimisega. Siiski on erinevatel valdkondadel (nt põhjapõtru pidaval turismiettevõttel või restoranil) erinevad kriteeriumid nende seitsme sammu jaoks, mille täitmist peab tõendama. (Kokkarinen 2023)

Praegu osaleb programmis 984 ettevõtet ja 69 sihtkohta (kõik teadaolevad sihtkohad) ning märgise on saanud 236 ettevõtet ja 2 sihtkohta. Programm on hetkel ajapiiranguta ning tagasi vaadates ollakse selle üle rõõmsad, ütleb Kokkarinen, sest igasuguseid takistusi tuleb ette – nagu pandeemia –, mille tõttu peavad ettevõtted ajutiselt ukсед sulgema. See aga ei tähenda automaatselt, et neid siis programmist välja heidetakse. Kuna turismisektoris on ka palju muret tööjõuga, nii et väikestel ettevõtetel ei pruugi lihtsalt olla ressursi pidevalt ja aktiivselt osaleda, siis ajalimiidi puudumine teeb programmis osalemise paindlikuks ja kõigile kättesaadavaks. Programmis osalemine ei maksa, välja arvatud kolmanda osapoole sertifikaadi taotlemisega seotud kulud (vt eespool samm nr 5). Lisaks pakub Visit Finland võimalust osaleda VF Akadeemias, mis on sisuliselt konsultatsiooniteenus ja sisaldab ka kestlikkusteemalisi valismooduleid, mida saab soetada ja läbida (sh STF programmi alased konsultatsioonid ja moodul). (Kokkarinen 2023)

STF programmi väljatöötamine võttis aega umbes kaks aastat, alates projektijuhi palkamisest kuni pilootfaasi lõpuni. Meeskond koosneb kolmest (peaaegu) täiskohaga töötajast, aga tegelikult on sellega otsapidi seotud suur arv kolleege, kelle põhifookus on mujal. Kokkarinen ütleb, et iga Visit Finlandi töötaja (keda on kokku 50) on seotud kestliku turismi arendamisega. Programmi väljatöötamisse olid kaasatud paljud sektori ühendused (nt Wildlife & Parks Finland), erinevad sertifitseerimisorganisatsioonid, UNESCO maailmapärandi paigad, Sami valitsus jne. Partnerid on siiaaani programmi juures, ent nende osalus on väiksem – põhiliselt hoolitsetakse selle eest, et STF programm käiks käsikäes turismisektoriga ja peaks silmas kestlikkuse eesmärgi. Visit Finland püüab luua STF programmi järele nõudlust, eelistades kestlikke ettevõtteid: 2023. aastal toimuvad esmakordselt müügiüritused (ettevõtted kohtuvad rahvusvaheliste reisikorraldajatega), kus kestlikkus või STF märgis on osalemise kriteeriumiks nii kohalikele ettevõtetele kui ka reisikorraldajatele. (Kokkarinen 2023)

STF programmi üks arengusuundi on uue digitaalse platvormi ehitamine, sest vaid kolm aastat kasutusel olnud platvorm vajab juba parendamist. Uus platvorm saab olema kasutajasõbralikum, hõlpsama kasutajaliidese ja andmete esitamise võimalusega, mis motiveeriks kasutajaid. Samuti arendatakse sihtkohtadele mõeldud süsinikujalajälje kalkulaatorit (ettevõtete oma on juba olemas) ning kliimateekaarti kogu turismisektorile. (Kokkarinen 2023)

3.1.2.2. Soome öko-agroturismi ühing

ECEAT ehk öko-agroturismi ühing (Finnish Eco-Agrotourism Association) on kestliku turismi võrgustik, kuhu kuuluvad orgaanilised farmid, ökoloogiliselt vastutustundlikud külalistemajad, koolituskeskused, muuseumid, väikesed hotellid ja telklad ning teised majutust ja huvitegevust pakkuvad sihtkohad, mis edendavad looduskaitset ja kohalikku kultuuri. Ühing pakub agroturismiettevõtjatele vastutustundliku ja kestliku turismi alast nõu ja informatsiooni ning soovib kokku viia kestlikkust hindavad turistid ja ettevõtted. ECEAT veebileht koondab võrgustikuga liitunud ECEAT kvaliteedisertifikaati omavad turismiettevõtted ja võimaldab kaardirakenduse abil ning teenuse tüübi ja piirkonna järgi külastajal neid otsida. ([ECEAT Finland](#))

3.1.2.3. Metsavalitsus

Analoogselt Eesti RMK-ga tegutseb Soomes riigile kuuluvate maa- ja veealade majandamise asutus Metsähallitus, mis tegeleb looduskaitse, -majandamise ja -kasutamisega, sh loodusparkide ja kultuuripärandi objektide haldamise ja järelevalvega. 2016. aastal valmisid Metsähallituse loodusteenuste ja Soome UNESCO maailmapärandi aladega koostöös ühised kestliku turismi põhimõtted, mida rakendavad mõlemad läbivalt kõigis oma tegevustes ja koostöös turismiettevõtjatega. ([Suomenlinna Sveaborg](#), „[The Principles of Sustainable Tourism](#)“, [Metsähallitus](#), „[Metsähallitus in Brief](#)“) Muud Metsähallituse kestliku turismi edendamisega seotud projektid on:

- PAN (Phenomena of Arctic Nature) projekt Arktikas tutvustab rahvusvahelise koostöö kaudu kliimamuutustest mõjutatud arktilist loodust ning samaaegselt edendab kestlikku turismi, kaasates erinevaid huvigruppe, nende seas Fennoskandia Rohelise Vöö¹⁶ Soome, Norra ja Karjala ettevõtjaid, turiste, kooliõpilasi ja kohalikke elanikke. Programmi raames ehitatakse uusi loodusvaatluse punkte ja külastuskeskusi, loomaks paremaid võimalusi arktilise looduse tundmaõppimiseks; korraldatakse töötubasid, kus osalejad pakuvad näiteks välja ideid, kuidas kasutada kohalikku puitu külastuskeskuse ja vaba aja veetmise alade ehitamisel; korraldatakse näitusi, esitlusi ja koostatakse osalevatele riikidele keskkonnahariduse õppematerjale. ([Metsähallitus 2022](#))
- Metsähallitus on välja töötanud rahvusparke ja muid kaitsealasid silmas pidades [digitaalse kestliku turismi juhise](#), mis on mõeldud organisatsioonisiselt kasutamiseks aga ka turismiettevõtjatele, kes riigi valduses olevaid alasid (matkarajad, metsad, veekogud vm) oma äritegevuses kasutavad. Viimasel juhul teeb Metsähallitus ettevõtjaga lepingud, mh reeglite järgimiseks, ja teeb järelevalvet. ([Metsähallitus](#), „[Principles of Sustainable Tourism](#)“, [Metsähallitus](#), „[Sustainable Tourism in Protected Areas](#)“)
- Ühes Läti ja Leeduga viidi ellu kogukonnaprojekt (CPSC Community Programme) eesmärgiga [tõsta kohalike elukvaliteeti](#) läbi koostöö ning jagades teadmisi looduskaitse ja kestliku turismi arendamisest ([Metsähallitus 2020a](#)).
- Sami kultuuri hoidmiseks rakendab Metsähallitus koostöös Sami parlamendiga riigile kuuluvatel Sami maalidel ÜRO vastavaid nn Akwé: Kon juhiseid ([Metsähallitus](#), „[Akwé: Kon Model Safeguards Sámi People's Participation](#)“).

3.1.2.4. Muud kestlikud algatused

- [Kliimaseadus](#), et jõuda kliimanetraalsuseni aastaks 2035, sh ambitsioon saada maailma esimeseks fossiilkütuste vabaks ühiskonnaks, kusjuures seaduse uuendusprotsessi kaasati 2500 Soome elanikku ([Finland Toolbox 2020](#))
- Tegutseb Kliimamuutuste Paneel ehk teadlaste kogu, kes hindab kliimaplaani ja sellest tulenevate meetmete piisavust. ([Finland Toolbox 2020](#)).

¹⁶ Euroopa Roheline Vöö: https://www.europeangreenbelt.org/fileadmin/docs/Estonian_leaflet_EGB.pdf [30.09.2023].

- Üks meetmeid on [kliimamuutuste alase hariduse](#) lisamine õppekavadesse lasteaiast ülikoolini. Lisaks tegutseb vabatahtlike organisatsioon [Martha](#), mis pakub nõuandeid, kuidas inimesed saavad teha igapäevaselt kliimasõbralikke valikuid. ([Finland Toolbox 2020](#))
- Pea pool Soome rahvastikust elab omavalitsustes, mis on seadnud ambitsioonikama eesmärgi saavutada kliimaneutraalsus juba aastaks 2030 ([Finland Toolbox 2020](#)). Näiteks Lahti linn, mis pälvis 2021. aastal Euroopa Rohelise Pealinna tiitli, sihib saada kliimaneutraalseks juba 2025. aastaks. Sama ambitsioonikas plaan on Joensuu maakonnal. 2030. aastaks on kliimaneutraalsuse eesmärk seatud veel 15 omavalitsusel, kellest 9 kuuluvad ka Hinku („Towards Carbon Neutral Municipalities”) võrgustikku. ([World Economic Forum 2021](#), [Deloitte 2018](#), [Carbon Neutral Finland 2021](#))
- Nelja kõige energiakulukama tööstuse ja üheksa muu sektori ettevõtetele on loodud juhised kasvahoonegaaside emissiooni oluliseks vähendamiseks 2035. aastaks. Need juhised on valitsuse kliimapoliitika nurgakivid. ([Finland Toolbox 2020](#))
- Soome Innovatsioonifond Sitra on välja töötanud riiklikud juhised ringmajandusele üleminekuks ning algatanud koostöös partneritega üle 70 projekti ([Finland Toolbox 2020](#)).
- Juba 2005. aastal avaldas Soome kestliku tarbimise ja tootmise komitee programmi „[Vähemast rohkem ja paremini](#)” („[Getting More and Better from Less](#)”), mis muuseas pani ette meetmed, kuidas võiks tarbimist-tootmist vähendada. Need sisaldavad näiteks ettepanekut keskkonnasõbralike vaba aja veetmise võimaluste ja rajatiste laiendamiseks ning paremaks märgistamiseks ja turundamiseks, aga ka võimalusi auto- ja lennureiside vähendamiseks ning kestlikumate transpordivahendite kasutamise propageerimiseks (nt raudteevõrgustikku investeerimine ja subsideerimine hinnavahe tekitamiseks). ([Finland's Environmental Administration 2005](#))
 - Üks selline projekt on „[Kestlikud väravad](#)”, mille raames arendati välja seitse väikelaevasadamat rannikuäärsetes rahvusparkides Soomes ja Rootsis ([Metsähallitus 2021](#)). Teine näide on koostöös Eestiga korraldatud projekt „[Lights On!](#)”, mille raames parandati suhteliselt vähetuntud ajalooliste mälestispaikade küllastajakogemust ja muudeti need „tõelisteks turismimagnetiteks” ([Metsähallitus 2020b](#), [2021](#)).

3.2. Rootsi

3.2.1. Hetkeolukord ja tulevikusuunad

Rootsis edendatakse turismi, lähtudes riiklikust turismistrateegiast, mis omakorda võtab arvesse ülemaailmseid säästva arengu eesmärgi (SDG-d), valitsuse soolise võrdsuse eesmärgi, Rootsi kliimaseaduse ja muid riiklikke eesmärgi. Rootsi [turismistrateegia](#) („Strategy for sustainable tourism and a growing hospitality industry”) esitleb riigi visiooni olla 2030. aastaks [maailma kestlikuim ja atraktiivseim innovatsioonile tuginev sihtkoht](#). ([Swedish Lapland Visitors Board 2021](#), [Barents Working Group on Tourism 2021](#)) Turismistrateegia sisendiks viidi ellu programm „[Visit the Future](#)”, milles osalesid majandus- ja regionaalarengu agentuur [Tillväxtverket](#) ning turismiettevõtete ühing [Svensk Tourism](#). Programmi raames otsiti võimalusi uudsete lahenduste kasutuselevõtuks ja sektoriülese äritegevuse edendamiseks ning uuriti, kuidas mõjutavad ühiskondlikud muutused ja trendid turismisektorit. ([OECD 2020](#), „Sweden”) Turismisektori ülemineku progressi näitavad tulevikus järgmised märgid:

- turismisektoris tegutsejad panustavad aktiivselt [rohepöördesse](#);
- turismisektorit iseloomustavad [kestlikud](#) ja innovaatilised tooted/teenused;
- kasvab huvi ettevõtluse vastu ning arendatakse mitmekülgeid ettevõtteid linna- ja maapiirkondades;

- kasvatatakse strateegilisi partnerlussuhteid.

Riiklik turismistrateegia hõlmab järgmisi strateegilisi valdkondi: lihtsam ettevõtlus, töökohad ja oskused, teadmised ja innovatsioon, juurdepääsetavus ning turundus ja kommunikatsioon. Strateegia põhineb ka horisontaalsetel perspektiividel, nimelt kestlikkus, digitaliseerimine, kohapõhine areng ja koostöö. Strateegia toetab riikliku turismipoliitika eesmärki: **kestlik turism koos kestliku ja konkurentsivõimelise turismisektoriga**, mis kasvab ja panustab tööhõivesse ning külastajatele, elanikele, ettevõtetele ja investeringutele atraktiivsetesse asukohtadesse. ([OECD 2020, „Sweden“, 2022, „Sweden“](#))

Oma pikaajalise fookuse tugevdamiseks töötab Tillväxtverket (majandus- ja regionaalarengu agentuur) välja riiklikus strateegias ja teistes juhtdokumentides ankurdatud viieaastast strateegilist plaani, mis sisaldab ettevõtete algatusi ja otsest ettevõtlustoetust. Strateegiline plaan hõlmab ka turismisektori pikaajalist riiklikku teadmustoetust, näiteks digitaalse teadmistepanga väljatöötamist; statistika ja analüüsi kvaliteedi tagamist ning edastamist; pandeemia lühi- ja pikaajaliste mõjude jälgimist ja põhjalikke teadmisi kestliku turismi kohta. Kohapõhine arendus on teine element, mis keskendub sünergiale poliitikalavaldkondade ja kohaliku planeerimissüsteemi erinevate osade vahel. ([OECD 2022, „Sweden“](#))

OECD ([2020, „Sweden“](#)) märgib, et viimastel aastatel on Rootsis suurenenud eri poolte koostöö. Riiklike asutuste, erasektori esindajate, ametiühingute ja regioonide esindajate vahel toimuvad igal aastal erinevad kohtumised, kus arutatakse turismivaldkonna kitsaskohti ja arenguvõimalusi. Üks peamine kitsaskoht on transpordi ligipääsetavus, mis tuleneb Rootsi riigi geograafiast ehk turismisihtkohtade kaugusest, aga on mõjutatud ka rohepöörde transpordisektoris ([OECD 2022, „Sweden“](#)). Lisaks mõjutab riigi asukohast tingitud turismi hooajalisus ettevõtete majanduslikku võimekust. Transpordivõimekuse parandamiseks on alustatud [Miranda projektiga](#), mille eesmärk on analüüsida turismi regionaalsel tasandil. Projekti analüüsid ja tulemused on sisendiks riigipoolsele infrastruktuuri planeerimisele. ([OECD 2020, „Sweden“, Dalarna University 2022](#))

3.2.2. Rootsi kestliku turismi meetmed

Rootsis vastutab turismi edendamise eest riiklikul tasandil majandus- ja regionaalarengu agentuur Tillväxtverket. Turismiamet Visit Sweden turustab Rootsit kui turismisihtkohta rahvusvaheliselt ning alates pandeemiast arendab ka kestlikule loodusturismile tuginevat siseturismi, samuti keskendub siseturismile turismiettevõtjaid ühendav Svensk Turism. Nii Tillväxtverket kui ka Visit Sweden alluvad ettevõtlus- ja innovatsiooniministeeriumile. ([OECD 2022, „Sweden“](#)) Lisaks riiklikele institutsioonidele tegutseb 1885. aastal loodud turistide koondav liikmesorganisatsioon MTÜ Rootsi Turistide Liit (STF, Swedish Tourist Association), kuhu kuulub üle 228 000 liikme ning mis edendab samuti (kestlikku) siseturismi – matkaradade, kursuste jm näol – ja pakub majutust (STFil on 250 majutusasutust) ([STF, „About STF“](#)).

3.2.2.1. Visit Sweden

Visit Sweden allub valitsusele ja selle korraldusele turundada Rootsit turismisihtkohana, et tagada Rootsile ja Rootsi turismisektorile pikaajaline majanduslik kasv. Seega on asutuse ülesanne panustada Rootsi visiooni saada 2030. aastaks maailma kõige kestlikumaks ja atraktiivsemaks innovatsioonile tuginevaks sihtkohaks. Riigile kuuluvas organisatsioonis on 50 töötajat, sh esindajad prioriteetsetes riikides, kus arvukalt turiste Rootsist huvituvad: Saksamaa, Suurbritannia, Holland, Prantsusmaa, USA ja Hiina. Turundust tehakse ka Norras, Taanis ja Soomes. Visit Sweden ülesanne on jagada kohalikele turismisektorile (tasuta) teadmisi sihtgruppide ja -turgudest ning turundamisest. Samuti saavad turismiettevõtted Visit Swedenilt osta osalust messidel ja rändnäitustel (*road shows*), kokkuvõimisteenust (*match making*) ja nähtavust muidu piiratud kättesaadavusega *online*-pindadel. Veel koordineerib VS Rootsi kui turismisihtkoha kaubamärgiga seotud tegevusi ja teadmisi, et suurendada ühise kaubamärgi kasutamist Rootsi-alases suhtluses. ([Visit Sweden 2023](#))

Visit Swedeni kestlikkuse juhi [Linda Mannerby](#) sõnul on alustatud organisatsiooni uue struktuuri loomisega, mille puhul on kestlikkus strateegiasse lõimitud – nii VS tegevuses organisatsiooni tasandil, Rootsi turundamises mõtestatud reisimise kaudu (*purposeful travel*) kui ka kestliku turismisektori edendamise tasandil (sh teadmisi jagades, koostööd tehes, foorumitel osaledes, suurte turismiettevõtete kestlikkuse alast koostööd jõutades). Üks oluline samm kestlikkuse suunas on 2022. aastal ellu kutsutud „brändilubadus“, eesmärgiga luua liikumine, milles piirkonnad ja sihtkohad tutvustavad Rootsit turismisihtkohana ühte viisi¹⁷. Selle raames korraldatakse turundusjuhtidega töötuba(sid), et selgitada, mida nad saavad piirkondades ära teha. Mannerby rõhutab korduvalt, et Visit Swedeni roll on innustada sektorit kestlikult tegutsema. Lisaks eelnevalt nimetatud tegevustele kannab seda eesmärki ka 2024. aastal Stockholmis toimuv GSTC kestliku turismi maailmakongress¹⁸. (Mannerby 2023)

Visit Swedenil ei ole kestliku turismi programmi, vaid tegeletakse laiemalt ühiskonnas kestliku mõttelaadi ja koostöö arendamisega. Erinevad piirkonnad, ettevõtted ja sihtkohad veavad ise keskkondlikkuse suunas liikumise protsessi eest, eriti Põhja-Rootsis ja näiteks Järvsös. Eesmärk on luua kestlikkust just pikaajalisuse ja elujõulisuse mõttes, pidades eeskätt silmas ühiskonda ja kohalikku ettevõtlust, meelitamaks inimesi piirkonda elama ja hoidmaks seal elu käimas. Turism ei ole isoleeritud, vaid ühiskonnaga seotud majandusharu – Mannerby sõnul meelitavad turiste ligi samad kohad mis kohalikegi ehk paigad, kus elatakse ja töötatakse. (Mannerby 2023)

Visit Sweden pakub töötube ja veebinare näiteks teemadel, kuidas viia ellu kestliku turismi strateegiat või kuidas oma ettevõttele kestlikkuse strateegiat või põhimõtteid koostada, teab asutusega koostööd teinud kestlikkusealast konsultatsiooniteenust ja ekspertiisi pakkuva Rootsi ettevõtte Northflash asutaja Peter Reelfs (2023). Tihti kutsutakse veebinaridele kogemusi jagama eesrindlikke piirkondi või eksperte. Eesmärk on nii teadlikkuse tõstmine ja nügimine kui ka praktiliste juhiste ja näidete jagamine. Samuti on VS välja töötamas kommunikatsiooni tööriistakasti ettevõtetele, et anda juba kestlikult tegutsevatele ettevõtetele juhiseid, kuidas enda kestlikkust raamistada ja turundada. (Mannerby 2023)

Põhivahend, mida kestlikkuse hindamiseks ja saavutamiseks Rootsis kasutatakse, on GSTC (Global Sustainable Tourism Council) kestlikkuse kriteeriumid¹⁹ – neid soovitab ka hiljuti (2021) GSTC liikmeks saanud Visit Sweden. Reelfsi sõnul juhivad ja rakendavad sihtkohad ja ettevõtted neid tihti iseseisvalt, sest lõppeks otsustab ikkagi igaüks ise, kas ja kuidas kestlikuma ettevõtluse poole liikuda, kuivõrd enamiku turismiettevõtetest moodustavad väiksed kuni keskmised ettevõtted, kellele ei laiene hiljutine ELi (ja ka Rootsi enda seadusandlusest tulenev) kestlikkuse raporteerimise kohustus. Sellele vaatamata teeb Reelfsi hinnangul samme kestlikkuse suunas aina enam ettevõtteid. (Reelfs 2023)

Rootsi on loonud [turismivõrgustiku](#) piirkondades, kus puudub sihtkohtade juhtimisorganisatsioon. Võrgustik on oluline suhtlemiseks ja koostööks sektori organisatsioonide ja riiklike huvirühmadega. Üha suurem hulk Rootsi omavalitsusi, vallavolikogusid ja piirkondi toetab aktiivselt turismi. Rootsi kohalike omavalitsuste ja piirkondade liit (SALAR) pakub liikmetele tuge ja teenuseid mh võrguplatvormide, aruannete ja konverentside kaudu. SALAR esindab Rootsi kõigi 290 omavalitsuse ja 20 maanõukogu/regiooni valitsus-, ametialaseid ja tööandjatega seotud huve. Selle tegevust rahastatakse valdavalt iga-aastastest liikmemaksudest. ([Salar International 2020](#))

¹⁷ Visit Sweden Travel Trade: How To Promote Sweden: <https://traveltrade.visitsweden.com/promote/>; Rootsi keeles rohkem infot turismiettevõtjatele: [Varumärket Sverige som resmål \(visitsweden.com\)](https://www.visitsweden.com/varumarket-sverige-som-resmal/)

¹⁸ World Congress for Sustainable Tourism hosted by Sweden in 2024: <https://news.cision.com/visit-sweden/r/world-congress-for-sustainable-tourism-hosted-by-sweden-in-2024,c3668354> [30.09.2023].

¹⁹ GSTC Criteria Overview: <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/> [30.09.2023].

Kestliku turismi eksperdi [Peter Reelfsi](#) sõnul on Rootsis mitmeid piirkondlikke võrgustikke. Näiteks [Klimat Kommunerna](#) ehk kliima-omavalitsused koondab linnasid kohalikke omavalitsusi, kes tahavad saada kestlikumaks ning tegutsevad selle nimel ja toetavad üksteist. (Reelfs 2023)

3.2.2.2. Nature's Best ökoturismimärgis

Rootsit võib pidada Põhjamaade regiooni ökoturismi eestvedajaks. Alates 2002. aastast on seal kasutusel [Nature's Best](#) kvaliteedimärgis, mille taga on Rootsi loodus- ja ökoturismi ühing (*Naturturismföretagen*). Nature's Best toimib nii loodus- ja kultuuriturismiettevõtete kestliku ettevõtluse süstemaatilise arendamise tööriistana kui ka kvaliteedimärgina, mis teeb kestlikud kogemused teadlikule reisijale nähtavaks. Märgisega tähistatakse looduspõhiseid kogemusi pakkuvaid ökoturismiga seotud ettevõtjaid, kes on pühendunud kestliku ettevõtluse arendamisele ja keskkonnakaitsele ning kultuuriväärtuste säilitamisele. Märgise saamiseks ja säilitamiseks tuleb ettevõtetel järgida rangeid juhiseid ning nende tegevuste üle tehakse regulaarset järelevalvet. Nature's Besti kuus põhimõtet on:

1. sihtkohas kehtivate piirangute austamine;
2. kohaliku majanduse toetamine;
3. ettevõtete keskkonnasõbralikuks kohandamine;
4. aktiivne panustamine loodus- ja kultuurikaitsele;
5. investeerimine avastamisrõõmu, teadmistesse ja austusesse;
6. reisimise kvaliteedi ja turvalisuse tagamine. ([Nature's Best](#))

Nature's Besti kuus põhikriteeriumit peegeldavad ökoturismi väärtusi praktikas ja igale neist vastab märgisesüsteemis omakorda hulk kriteeriume, millele märgisega ettevõtte vastab. Sertifitseerimisprotsess koosnebki kuuest põhikriteeriumist, temaatilistest kriteeriumidest, sihtkoha analüüsist ja keskkonnaplaanist. [Temaatilised kriteeriumid](#) on esitatud valdkondade (16) kaupa: majutusasutused, kalastamine, loodusvaatlus, sukeldumine, jahipidamine, kultuurisündmused jne. ([Nature's Best](#))

3.2.2.3. Muud kestlikud algatused

- HPU programmiga (kestliku tootearenduse programm) stimuleeriti tootearendust seitsmes turismisihtkohas, mille eesmärk on pakkuda kestlikku loodus- ja/või kultuuripõhist turismi. Programm oli suunatud eeskätt väike- ja mikroettevõtetele, innustades kestliku turismi innovatsiooni ja edendades praktilisi lahendusi nii ettevõtetes kui ka sihtkohtades. Programmi põhjal on kokku pandud [protsessi ja metoodikat kirjeldav raamistik](#) (rootsi keeles) ning välja töötatud süstemaatiline kestlikkuse suunas liikumise [juhend](#) (samuti rootsi keeles). ([OECD 2020, „Sweden“](#), [Tillväxtverket 2023](#), [Tillväxtverket 2020](#))
- Rootsi töötas välja ka metoodika UNESCO maailmapärandi alade turismi arendamiseks, mille tulemusena ilmus 2021. aastal [maailmapärandi ja kultuurikeskkondade kestliku turismi arendamise juhend](#). Aastatel 2019–2021 kestnud projektis toimus kaks paralleelset protsessi: ühe eesmärk oli kohandada UNESCO alade arendamise suuniseid Põhjamaade tingimustega ja teine keskendus Faluni ala praktilisele arendamisele, katsetades väljatöötatud metoodikat. Käsiraamatut rakendatakse praegu paljudel Rootsi maailmapärandi nimistusse kuuluvatel aladel ja UNESCO biosfäärikaitsealadel. See on osa laiemast vaatamisväärsuste kestliku arengu algatusest, mis kestab aastatel 2022–2023. ([OECD 2022, „Sweden“](#))
- Rootsis tegutseb mitmeid regionaalseid turismile keskendunud organisatsioone. Näiteks ühendab Lääne-Rootsi initsiatiiv [„Stepping Up Sustainability“](#) nii eraettevõtjaid kui ka riigiasutusi. Initsiatiivi eesmärk on panustada sealse piirkonna turismi arengusse ning suurendada teadlikkust kestlikkuse

teemadest nii ettevõtjate kui ka külastajate seas. Projekt lähtub neljast eesmärgist, millest igaüks koondab enda alla konkreetsed põhimõtted ja tegevused: võimalikult väike keskkonnamõju; kasulik nii külastajale kui ka kohalikule; rohkem külastajaid, seal kus (ja kui) kohad pole täis; enam täiskohaga töökohti ning säilenõtteid ettevõtteid. ([Hallbarhetsklivet 2022](#))

3.3. Sloveenia

3.3.1. Hetkeolukord ja tulevikusuunad

Kuni 2028. aastani põhineb Sloveenia turismipoliitika kolmel dokumendil: Sloveenia turismi taastamise ja säilenõtkuse plaan 2020–23, [Sloveenia turismistrateegia 2022–2028](#) ja hiljuti vastu võetud Sloveenia turismi digitaalse ümberkujundamise strateegia 2022–26. Lisaks käsitletakse turismi ka Sloveenia tööstusstrateegias 2030. ([OECD 2022, „Slovenia”](#))

Sloveenia turismistrateegia 2022–28 vastab uutele oludele ja väljakutsetele ning edendab Sloveenia turismi peamisi eeliseid. Strateegias määratletakse Sloveenia kui [nutikate sihtkohtade eeskuju](#), mis tugevdab ja julgustab [kestlike, butiik-, isikupärastatud ja uuenduslike reisikogemuste](#) arendamist. Strateegia tugineb [tasakaalustatud kasvustenaariumile](#), mis näeb ette mõõdukat võimsuse ja kvantitatiivsete näitajate kasvu. Strateegia seab viis eesmärki:

- kvaliteedi, väärtuse ja aastaringse turismipakkumise kasv;
- kohalike, töötajate ja külastajate rahulolu suurendamine;
- turismi positsioneerimine väärtuse ja kestliku arengu loojana;
- Sloveenia turismisektori süsinikujalajälje minimeerimine ja tasakaalustamine;
- pädeva ja tõhusa juhtimisstruktuuri tagamine. ([OECD 2022, „Slovenia”](#))

Strateegia elluviija on majandus-, turismi- ja spordiministerium ja selle alluvuses olev turismidirektoraat. Analüüsi tarbeks intervjueritud The Good Place Instituudi kestlikkuse ekspert [Tina H. Zakonjšek](#) vastutas koos kolleegidega turismistrateegia kestlikkuse osa kirjutamise eest. Kestlikkus kirjutati strateegiasse sisse läbivalt ning ka eraldi eesmärgi ja meetmetena, et sel oleks rakenduslik väljund. Näiteks lisati strateegiasse meede, et riikliku kestlikkuse programmi meeskonda peaks ühe töötaja võrra suurendama (lisaks olemasolevale 0,5 kohale) – ja nüüd ongi üks töötaja juures. Turismistrateegia saigi koostatud nii, et see sisaldaks konkreetseid juhiseid riigisektorile seatud eesmärkide täitmiseks. Kuigi kestlikkuse arendamine erasektoris on enamasti vabatahtlik, siis strateegias seisab, et ministerium peaks rahastama kestlikke ettevõtteid. (Zakonjšek 2023)

[Rohepöõre](#) on prioriteet kõigis Sloveenia turismi taastamise ja säilenõtkuse plaanides ning on sektori tuleviku strateegilise arengu aluspõhimõte. Peamine turismi arendamise eesmärk on Sloveenia [turismi roheline ja digitaalne läbimurre](#) koos koordineeritud strateegilise lähenemisega, mida nõuab COVID-19 kriisist ja Venemaa sõjast Ukrainas tingitud muutunud tarbijakäitumine. ([OECD 2022, „Slovenia”](#))

Sloveenia [turismi kestliku kasvu riiklik strateegia](#) („Strategy for Sustainable Growth of Slovenian Tourism”) seadis 2017. aastal eesmärgiks edendada konkurentsivõimet ja piirkondlikke süsteemseid lahendusi, ühendada turismi arendamises riiklikud, kohalikud, regionaalsed ja ettevõtjate huvid ning turustada globaalseid, riiklikke ja kohalikke turismooteid. Valitsus näeb rikkalikust ja strateegiliselt korraldatud turismooteid valikus üliolulist võimalust riigi majanduse arenguks, seega soodustatakse turismisektori kasvu sektorisse rahastuse suunamisega. ([Government of the Republic of Slovenia 2023a](#))

Koroonapandeemiast tingitud on Sloveenial aastateks 2020–2023 [turismivaldkonna taastamise ja säilenõtkuse plaan](#), mis põhineb viiel alustalal:

1. uus reaalsus: turvalise, kestliku ja atraktiivse kogemuse pakkumine;
2. turismi lähtestamine: kriisi mõjude leevendamine ja ettevõtluse kohandamine;
3. COVID-19 kriisi järgsed turistid: tarbijate mõistmine ja uuesti segmentimine;
4. turism 5.0: digitehnoloogia kasutamise maksimeerimine;
5. turundus: suhete loomine turistide ja kohalike kogukondadega. ([Government of the Republic of Slovenia 2023b](#))

3.3.2. Sloveenia kestliku turismi meetmed

Sloveenia valitsuse kommunikatsioonis on kestlik areng Sloveenia turismi alus. Kestlikkuse põhimõtted viitavad turismi edendamise keskkondlikele, majanduslikele ja sotsiaalkultuurilistele tahkudele. Valitsuse seisukoht on, et pikaajalise kestliku arengu tagamiseks tuleb luua sobiv tasakaal turismi keskkonnamõjude, turismitöötajate, kohalike kogukondade ja turismiettevõtete vahel. ([Government of the Republic of Slovenia 2023b](#))

Turismi edendab välisturgudel [turismiamet](#) (*Slovenian Tourist Board STB*), kes Sloveenia turismissihtkohana reklaamimisel keskendub riigi ainulaadsuse ja eripärade selgele ja lihtsale esitlemisele. Alates pandeemiast on turismiameti tegevus suunatud ka siseturule. Selleks keskendutakse prioriteetsetele ja kasvavatele turgudele ning uuenduslikele lähenemisviisidele turunduses, eeskätt digitaalsetele kanalitele. ([Government of the Republic of Slovenia 2023a](#)) Turismiameti visioon on Sloveenia kui „[globaalne roheline butiik-sihtkoht mitmekesist ja aktiivset kogemust, rahu ja isiklike hüvesid otsivale esmaklassiküllastajale – sihtkoht viietärnielamusteks](#)“ ([Slovenian Tourist Board, „About Slovenian Tourist Board“](#)).

Juba enne pandeemiat oli turismiametil plaanis edendada kestliku turismi sektorit, mis hoopis muutunud tingimustes pakub lahendust ka uutele ülemilsetele probleemidele turismis ja aitab kaasa sektori kestlikule konkurentsivõimelisele arendamisele Sloveenias. Inimeste reisimisharjumuste muutudes on ka Sloveenia turismisektor oma prioriteetsed turud uuesti määratlenud, nii et 2021. aastal keskenduti enam koduturule ja lähiriikidele. Kommunikatsioonis rõhutatakse Sloveeniat kui turismissihtkohta [nõudlikele küllastajatele](#), kellele on olulised [kestlik turism ja turvaline kogemus](#). ([Slovenian Tourist Board, „About Slovenian Tourist Board“](#))

Turismiameti põhisuund on olnud turundus ja müügiedendus, millega tegeleb ka kõige rohkem töötajaid. Üks osakond on digitaalne sisuturundus ja teine avalikud suhted kohaliku- ja välismeediaga. Lisaks on STBs väiksem teadus- ja arendustegevuse osakond. Hiljuti sai STB rahastuse NextGenerationEU vahenditest, millega plaanitakse arendada digitaalne platvorm, mis koondab juba kogutavaid riiklike ja rahvusvahelisi andmeid, et monitoorida turismi indikaatoreid. Selleks palgatakse teadus- ja arendusosakonda mitu uut inimest, nii et osakond on kasvamas ja STB fookus on aina rohkem arendustegevustel. (Zakonjšek 2023)

3.3.2.1. Roheline Sloveenia

Suurel määral on Sloveenia kui kestliku turismi edendaja tuntuse taga riiklik kestlikkuse programm „Sloveenia turismi roheline skeem“ („[The Green Scheme of Slovenian Tourism](#)“) ja vastav bränd [Slovenia Green](#). Sloveenia turismiamet on skeemi algataja ja haldaja ning projekti partner on globaalse Green Destinations standardi litsentsiga [GoodPlace Kestliku Turismi Instituut](#) (GoodPlace Sustainable Tourism Factory). Skeemi eesmärk on edendada aktiivset koostööd turismissihtkohtade, teenusepakkujate ja muude sektori huvigruppide vahel kestliku turismi mõjusaks arendamiseks ning koondada kõik need algatused ühe brändi alla. ([Slovenia Green, „Slovenia Green“](#)) GoodPlace ja turismiamet viivad kestlikkuse programmi koos ellu. Lisaks muudele tegevustele ja teenustele, mida GoodPlace pakub, juhib see ka kestlike sihtkohtade konsortsiumi ning korraldab selle aastaprogrammi (seminarid jms), et püsiks sertifitseeritud (Slovenia Green) ettevõtete ja sihtkohtade võrgustik. (Zakonjšek 2023)

Roheline Skeem on olemuselt **tööriist** tegevuste kestlikkuse **hindamiseks ja parendamiseks**. Skeemiga liitumiseks peab turismiteenuse pakkujal olema juba üks rahvusvaheline sertifikaat. Selle eesmärk on soodustada rahvusvaheliselt tunnustatud märgiste omandamist, et innustada turismivaldkonnas tegutsejaid astuma samme kestlikuma tegutsemise poole ning majutusasutusi rakendama keskkonnastandardeid. Skeem on võtnud aluseks Euroopa ETIS (European Tourism Indicators System) ja globaalsed GSTC (Global Sustainable Tourism Council) kestlikkuse indikaatorid. ([Slovenian Tourist Board 2018](#)) Programm algab igal aastal veebruaris ja lõpeb detsembris (Zakonjšek 2023).

Sihtkohtade hindamisel lähtutakse Green Destinations 84 kriteeriumist kuues valdkonnas: sihtkoha juhtimine, loodus ja maastik, keskkond ja kliima, kultuur ja traditsioonid, sotsiaalne kliima ja turismiettevõtete tulemuslikkus. Olenevalt, mil määral kriteeriumidele vastatakse, omistatakse sihtkohtadele vastavalt kas **pronks-, hõbe-, kuld- või plaatinatase**. ([Slovenian Tourist Board 2018](#)) Väiksematele programmiga liitunud sihtkohtadele on nõudeid vähendatud, et neil oleks võimalik märgist taotleda. Kõik suuremad sihtkohad (enamasti kohalikud omavalitsused) on programmiga liitunud, vaid mõned väiksemad omavalitsused/sihtkohad on puudu. Seetõttu on 2023 esimene aasta, kui ei tegeleta aktiivselt uute sihtkohtade programmiga liituma kutsumisega, vaid keskendutakse juba liitunud sihtkohtadele (iga kolme aasta tagant tuleb sihtkohtadel sertifikaati uuendada) ning programmi kvaliteedi tõstmisele. Samuti mõeldakse, kuidas sertifitseerida piirkondi (umbes 25 omavalitsust) ja kuidas kaasata rohkem suuri ettevõtteid. (Zakonjšek 2023)

Ettevõtetele tuleb esitada rahvusvaheline kestlikkuse sertifikaat, näiteks Green Key, EU Ecolabel, Travelife, Ecocamping. Vastavalt tegutsemisvaldkonnale tunnustatakse ettevõtteid „Slovenia Green Accommodation”, „SG Cuisine”, „SG Attraction”, „SG Travel Agency”, „SG Park” või „SG Beach” märgisega. Tänapäevaks kuulub sellesse võrgustikku 61 sihtkohta ja üle 200 pakkuja/ettevõtte – majutusasutused, looduspargid, reisibürood, vaatamisväärsused, restoranid ja rannad. Nendele tahetakse lisada veel teisi kategooriaid, näiteks suusaliftid ja üritused. Lisaks kaalutakse, kas ühendada vaatamisväärsuste, hotellide ja köögi kategooriad, kuna tihti pakuvad ettevõtted neid koos. (Zakonjšek 2023)

Programm töötati välja aastatel 2014–2020 ühes JRE restoranide ühinguga, kes hakkas seda ellu viima koostöös Green Key ökomärgisega, plaaniga kõik võrgustiku restoranid Slovenia Green märgisega sertifitseerida. Koostööd tehakse ka spaade ja hotellide ühendustega, et motiveerida nende liikmeid programmiga liituma. Nüüd mõeldakse, kuidas saada programmiga liituma rohkem suuri ettevõtteid (hotelle), kelle jalajälg ja mõju on suurim. Zakonjšek arvab, et tõenäoliselt on väikeste perefirmade tegevus loomulikult kestlik, ent suurte ettevõtete sertifitseerimine on pikem protsess. See punkt lisati ka riiklikku turismistrateegiasse – saada rohkem suuri ettevõtteid rohelise skeemiga liituma. (Zakonjšek 2023)

3.3.2.2. Roheline ja turvaline

Seoses koroonapandeemiaga töötas turismiamet Sloveenias välja ohutu ja vastutustundliku turismi tagamiseks brändi „Roheline ja turvaline” („Green&Safe”), mis tähistab kohalike pakkujate ja sihtkohtade vastutustundliku reisimise standardeid. Märgis koondab kõrgeid hügieenistandardeid ja -protokolle ning kestlikkuse soovitusi turismipakkujatele. Maist 2020 kuni maini 2022 pälvis selle märgise üle 1000 Sloveenia ettevõtte ja sihtkoha, rõhutamaks oma vastutustundlikku käitumist ja vastutustundliku reisimise standardite järgimist. ([Slovenian Tourist Board, „Green&Safe“](#))

3.3.2.3. Innovatsioon

Sloveenia turismiamet edendab aktiivselt ka innovatsiooni ja on toetanud pea 20 aastat „Sejalec” ja „Snovalec” tunnustuste kaudu kestlikkusele suunatud innovaatilisi ja loomingulisi ideid. „Sejalec” ja „Snovalec”, mis 2021. aastal ühendati „Slovenia Unique Experiences” nime alla, on auhinnad, millega premeeriti vastavalt kõige innovaatilisemaid turismitooteid ja -ideid Sloveenias. „Snovalec” auhinnaga kaasnes ka võiduraha idee rakendamiseks. ([Slovenian Tourist Board, „Innovative Projects“, Pavlinjek 2019](#)) Pandeemias tingitud muutunud

olukorra tõttu antakse alates 2021. aastast välja vaid „Sejalec” nimelist tiitlit elamustele, millel on kõrge turupotentsiaal ja püsiv kvaliteetne pakkumine, mis on suunatud nii sise- kui ka väliskülalistele, aitavad edukalt kaasa Sloveenia turismipakkumise nähtavuse suurendamisele ning suudavad luua Sloveenia turismile võimalikult lühikese aja jooksul lisaväärtust. Ekspertide komisjon hindab kandidaate viies kategoorias: kestlikkus, autentsus, omanäolisus, innovatsioon ja turupotentsiaal. ([Slovenian Tourist Board, „Innovativeness”](#))

3.4. Šveits

3.4.1. Hetkeolukord ja tulevikusuunad

2021. aasta novembris võttis Šveits vastu uuendatud riikliku [turismistrateegia](#), millest riigi turismipoliitika juhindub ja mille rõhuasetus on järgmisel viiel eesmärgil:

- Raamtingimuste parandamine: turismipoliitika koordineerimine. Šveitsi Turismifoorum on dialoogi- ja koordineerimisplatvorm, mis panustab turismisõbraliku regulatiivse keskkonna loomisse, keskendudes turismi ja ruumiplaneerimise vahelisele kokkupuutepunktile.
- Ettevõtluse edendamine: turismisektori struktuurimuutusse panustamine. Edendatakse idufirmasid, toetatakse jätkukavasid (nõustamine, koolitused, laenutoetused jms) ja töötatakse koos sektori ühendustega välja viise turismi tööturu tugevdamiseks (töötoad, kitsaskohtade arutamiseks platvormi loomine, teadmistepagasi loomine ja tööturu analüüsi algatamine, et kaardistada probleemid ja hakata neid lahendama, teadmuspõhised värbamiskampaaniad jms).
- **Kestliku arengu toetamine:** turismi kohandamine kliimamuutustega toimetulekuks, eelkõige turismi, maastiku ja arendustegevuste vahelise seose parema mõistmise kaudu. Algatuse „Swisstainable” (sellest allpool lähemalt) abil on kestliku arengu tähtsus turismis tugevamalt kanda kinnitanud.
- Digitaliseerimise võimaluste maksimeerimine: keskendub andmetele ja statistikale ning digitaliseerimisstrateegia täitmise jälgimisele.
- Pakkumise atraktiivsuse ja turupositsiooni tugevdamine: keskendub riiklike investeeringute edendamisele ning linna- ja äriturismi elavdamisele. ([OECD 2022, „Switzerland”, SECO 2021](#))

Kestlikkuse eesmärk lisati eraldiseisvana Šveitsi turismistrateegiasse alles 2021. aastal, kuigi riik on erinevates rahvusvahelistes kestlikkuse edetabelites alati tipus figureerinud. Kestlikkust poldud varem eriti kasutatud ka riiklikus turismipoliitikas turundusargumentina. Lähtudes teiste seas 2020. aasta Maailma Reisi- ja Turisminõukogu (WTTC) raportist, mis identifitseeris sihtkoha valiku neli peamist tulevikutrendi – tuttavliku, etteaimatava ja usaldusväärse eelistamine, tervise- ja hügieenivajadused, digitaliseeritus kontaktivaba tehnoloogia võimaldamiseks ning kestlikkus –, otsustati viimasele enam tähelepanu pöörata, et tagada sektori elujõulisus. ([ST 2021a](#))

Viimastel aastatel on Šveitsi turismipoliitika olnud üha enam orienteeritud turismi huvirühmade, eelkõige turismiettevõtete vajadustele. Strateegia elluviimisel keskendutakse tuvastatud katsumustele – eeskätt turismi kohanemisele kliimamuutustega ning turismi, maastiku ja ehituskultuuri vahelise kokkupuute potentsiaali tõstmisele, samuti turismi tööturu küsimusele. Samuti keskendutakse riiklike investeeringute edendamise ajakohastamisele ja tugevdamisele. Pikemas perspektiivis on OECD hinnangul Šveitsi turismi strateegilised väljakutsed digitaliseerimine, muutuv reisikäitumine, kliimamuutused, alla keskmise tootlikkus ja tööturg. Digitaliseerimine võib aidata lahendada teisi probleeme (näiteks paljude mikroettevõtete madalat tootlikkust), muutes tööprotsessi tõhusamaks ning jõutades uusi koostöö- ja koordineerimisvorme. ([OECD 2022, „Switzerland”](#))

Turismistrateegia lähtub omakorda valitsuse „Kestliku arengu strateegiast 2030” (2030 Sustainable Development Strategy), mis seab (tulenevalt ÜRO säästva arengu kavast) kolm prioriteeti: kestlik tarbimine ja tootmine; kliima, energia ja elurikkus; võrdsed võimalused. (OECD 2022, „Switzerland”) Ka on Šveitsi valitsuse (Federal Council) soov edendada veelgi enam innovatsiooni turismis. 2022. aasta suvel otsustati suurendada riiklikku osalust Innotour²⁰ projektides perioodiks 2023–2026 maksimaalsest 50%-st 70%-ni, mis tähendab lisaks u 20 miljoni euro (20 mln franki = 20,0632 mln eurot, 1 CHF = 1.00316 EUR²¹) panustamist turismisektori innovatsiooniprojektidesse. (OECD 2022, „Switzerland”) Innotour on üks majandusministeeriumi (SECO) peamisi turismisektori rahastusinstrumente, mis läbi finantseeritakse ka kestlikusse panustamist.

Üks Šveitsi turismistrateegia prioriteete on toetada turismisektoris tegutsejate kasumlikkust, mis ühtlasi muudab ettevõtteid kriisis säilienõtkemaks. See omakorda tähendab toimetulekut muutuvates oludes, aga ka keskkonnaga vastutustundlikult ümberkäimist ja sotsiaalsete kohustuste täitmist. Seeläbi panustab turismistrateegia kõigisse kolme kestlikkuse tahku: majandus, keskkond ja ühiskond. Turismistrateegiast tulenev panus kestlikku arengusse hõlmab ka võimalike poliitikavaldkondade vaheliste konfliktide varajast tuvastamist ja lahenduste leidmist. Majandusministeerium (State Secretariat for Economic Affairs ehk SECO) teeb koostööd kultuuriameti ja keskkonnaametiga Šveitsi arhitektuuripärandi, kauni maastiku ja bioloogilise mitmekesisuse säilitamiseks ja toetamiseks ning väärindamiseks turismisektori tarbeks. Kui ühised huvid on tuvastatud, saab nende alusel kavandada ja ellu viia konkreetseid projekte. (SECO 2021)

3.4.2. Šveitsi kestliku turismi meetmed

Šveitsi turismipoliitika kujundamise ja elluviimise eest vastutab majandusministeerium. SECO rakendab turismi innovatsiooni, koostöö ja teadmusloome edendamise seadust ja seaduse rakendamise rahastusinstrumenti (Innotour) ning teeb järelevalvet kahe ühingu üle, kelle ülesanne on erinevate turismiga seotud meetmete rakendamine: riigi kui rahvusvahelise sihtkoha turundamise eest vastutav *Switzerland Tourism* (ST) ja majutussektori investeringuid toetav Šveitsi hotellide krediidiühing *Swiss Society for Hotel Credit*²². (OECD 2022, „Switzerland”) ST jaoks on strateegiliselt oluline valitsuse esindajatest, majandus- ja strateegilistest partneritest ning kantonite ja linnade esindajatest koosnev turisminõukogu (*Switzerland Tourism Council*), mis arutab ST juhtkonnaga tulevikuteemasid ja mängib seega olulist rolli Šveitsi turismi korraldamises. (ST 2021a)

Lisaks ülalnimetatud turismiga tegelevatele riiklikele üksustele tegutseb veel turismiliit *Swiss Tourism Federation* (STF), mis ei ole riiklikult rahastatud. Turismiliitu kuulub 500 liiget turismisektorist – turismiorganisatsioonid ja ettevõtteid (ka muudest valdkondadest). STF-i peamine väljund on turismisektori toetamine, esindades turismisektoris osalejate huve nii avalikkuse ees kui ka poliitilistes otsustes. Riiklikul tasemel hoiab turismiliit päevakorral teatud teemasid, nagu kestlikkus, kvaliteet, innovatsioon, digitaliseerimine jm. (STF, „Kes me oleme“)

3.4.2.1. Kestlikkuse kompetentsikeskus (KONA)

2022. aasta kevadel loodi STF-i juurde *kestlikkuse kompetentsikeskus KONA*, mille asutamine põhineb turismiliidu ja selle võtmeliikmete ühisel arusaamal kestlikkuse edasiarendamisest. Seda toetab ka turismisektori huvirühmade vajaduste analüüs, mis on selgelt näidanud, et kestlikkuse küsimuste jaoks soovitakse kontaktpunkti. Keskust kutsutakse andma otsustavat panust Šveitsi turismi kujundamisse kestlikkuse liidriks ning seeläbi säästva arengu eesmärkide (SDG-d) ja 2030. aasta tegevuskava saavutamisse. Kompetentsikeskuse ülesanded on järgmised:

²⁰ Valitsuse töö *Innotour* rahastusinstrumenti kaudu põhineb 2011. aasta turismi innovatsiooni, koostöö ja teadmusloome edendamise seadusel. *Innotour* teeb just seda, pakkudes turismisektorile kaasaegset rahastamisvahendit, mis aitab esseisvate väljakutsetega toime tulla (*Swiss Federal Council* 2021).

²¹ XE, 2023: <https://www.xe.com/currencyconverter/convert/?Amount=1&From=CHF&To=EUR> [06.02.2023].

²² SCH: <https://www.sgh.ch/fr> [30.09.2023].

- kestliku turismi alaste teadmiste arendamine ja edasiandmine;
- ressursside koondamine ja sünergia loomine kogu sektoris;
- kogukondade ja asjakohaste huvirühmade võrgustiku loomine;
- kestlikkuse meetmete rakendamine;
- kestlikkuse mõõtmine ja aruandlus. ([STF, „Kestlikkuse kompetentsikeskus \(KONA\)“](#))

3.4.2.2. Swisstainable liikumine ja bränd

Šveits on võtnud eesmärgiks saada maailma kestlikuimaks reisisihtkohaks, Switzerland Tourismi juhtlause on alates 2019. aastast olnud „Meie loodus annab teile energiat“. 2021. aastal algatas Switzerland Tourism koostöös turismiliidu (STF) ja sektori katuseorganisatsioonidega kestliku turismi programmi ja brändi **Swisstainable**, et tuua kestlikkus tarbijate ja üldsuse teadvusse teadlikuma ja keskkonda väärtustava, kuid mitte piirava reisimise viisina. ([ST 2021a](#), [2021b](#)) Samas on see võimalus Šveitsi turundust ülemaailmselt tutvustada ja pakkuda turistile ühtset riiklikku kestliku turismi märgist. ([STF 2023](#))

Swisstainable programmi väljatöötamine võttis aega kolm aastat. Programmi puhul on tähtis, et see oleks suunatud kogu turismisektorile, mistõttu selle loomisse olid ja töösse on kaasatud erinevad sektori katuseorganisatsioonid ja akadeemiline partner. Praegu on Swisstainable programm KONA kompetentsikeskuse all ning ST ja turismiliidu (STF) vastutada, kusjuures ST tegeleb turundamisega, STF haldamise, tootearenduse ja muu sisulisega ning akadeemiline partner kvalifikatsiooni ja sertifikaatidega. (Bacher 2023)

Swisstainable programm on osa Šveitsi turismistrateegiast ning selle eesmärk on panustada Šveitsi turismi kestlikku arendamisse, lähtudes külastajate, kohalike ja keskkonna huvidest. Programmi eesmärk on koondada ühe brändi alla kestlikkusele pühendunud turismiettevõtteid, et külastajatel oleks hõlbus kestlike turismipakkumisi tuvastada. Samal ajal püüab programm aina enam motiveerida sektori ettevõtteid, et nad panustaksid Šveitsi kui turismisihtkoha kestlikku arendamisse. Iga programmiga liitunud ettevõtte võib kasutada Swisstainable märgist ja seeläbi kommunikeerida pühendumust kestlikkusele. ([ST 2021b](#))

Swisstainable programm on praegu suunatud turismiettevõtetele ja -organisatsioonidele ning tänaseks on sellega liitunud üle 1600 ettevõtte ([STF 2023](#)), kusjuures eesmärk on kasvatada 2023. aasta lõpuks liitujate arv 4000-ni. Programmis saavad osaleda nii kestliku turismi teerajajad kui ka alles kestlikkuse teekonnale asuvad ettevõtteid ([STF, „Swisstainable“](#), [ST 2021a](#)). Swisstainable programmiga liitumine on tasuta. Erinevate eelduste ja erineva pühendumuse arvestamiseks on kestlikkuse programm jagatud kolmeks tasemeks, mille vahel saab liikuda: **pühendunud** (*committed*), **tegutseja** (*engaged*) ja **eestvedaja** (*leading*). Kõigi alus on soov pühenduda kestlikule ärijuhtimisele ja oma ettevõtet kestlikkuse suunas edasi arendada. ([ST 2021b](#))

1. Esimene tase põhineb ettevõtte otsusel pühenduda kestlikuma tegutsemise poole liikumisele. Esimene samm on lepingu allkirjastamine, millega kinnitatakse oma pühendumist kestlikkusele ja programmi väärtustega nõustumist. Seejärel läbitakse „kestlikkuse hindamine“ („*sustainability check*“), mis on 17 SDG-l ja GSTC kriteeriumidel põhinev enesekohane küsimustik, ning sõnastatakse vähemalt kolm kestlikkuse meedet, mida järgneva 24 kuu jooksul rakendada. ([ST 2021b](#)) Siin on oluline lihtsalt osavõtt, mitte tulemus, nagu rõhutas intervjuus Šveitsi turismiliidu kestlikkuse juht **Romy Bacher** (Bacher 2023).
2. „Tegutseja“ tasemel on lisaks nõutav kolmanda osapoole kestlikkuse sertifikaat või muu tunnustus vähemalt ühes kestlikkuse valdkonnas (keskkond, majandus, ühiskond).
3. „Eestvedajatel“ on juba kõiki valdkondi hõlmav ja tunnustatud kestlikkuse sertifikaat, mida kolmandad osapooled regulaarselt auditeerivad. ([ST 2021b](#))

Programm põhineb 90 erineval rahvusvahelisel ja kohalikul sertifikaadil ja mitmesugustel kriteeriumidel. Iga sertifikaati ei arvestata – seda otsustab ja kontrollib akadeemiline partner ([ST 2021b](#)). Samuti on plaanis muuta

programmi tingimusi nii, et programm kehtaks kuni aasta (märgise saamiseni), sest praegu ei ole ajalimiiti. Küll on iga kahe aasta tagant ette nähtud n-ö audit, kontrollvestlus, et vaadata, kuidas ettevõtte programmis edasi liigub. (Bacher 2023)

Lisaks tunnustusele ja logo kasutamise võimalusele pakub Swisstainable ettevõtetele kohalolekut turistile suunatud reisiplaneerimise veebilehel MySwitzerland.com ning osalemist ühisturunduses. Liitunud ettevõtted on osa *online*-kogukonnast, kus saab jagada teadmisi-kogemusi, saadetakse uudiskirju (partnerlussuhted ja kogukond on tähtis osa programmist) ning korraldatakse ka *offline*-üritusi ja -töötubasid. (Bacher 2023, [ST 2021b](#))

Praegu töötatakse välja ka sihtkohtadele suunatud programmi [Sustainable Destination](#), mis plaanide kohaselt algab aprillis 2023. Sihtkohtade puhul on Bacheri sõnul oluline tagada, et kindel protsent ettevõtteid sihtkohas on juba Swisstainable märgisega ning et partnerid teevad samuti samme kestlikkuse suunas (nn Swisstainable Penetration). Lisaks on kavas lisada ettevõtete ja organisatsioonide programmi ürituste osa, et saaks sertifitseerida kestlikke üritusi. (Bacher 2023)

Swisstainable brändi raames tutvustati 2021. a suvel ka esimesi kestliku turunduse tooteid: suvist GA reisikaarti ja kogemuste poodi („Experiences“ alaleht MySwitzerland.com veebis). Ühistranspordi eripakkumine innustas siseriiklikke reisijaid suve säästvalt kogema, samas kui pood tutvustas kestlikke puhkuseelamusi kogu riigist. Suvine reisikaart andis võimaluse reisida ühistranspordiga kogu Šveitsis – linnades, maapiirkondades, järvedel, mägedes ja orgudes – kuuhinnaga 331 EUR (330 CHF, 1 CHF = 1.00316 EUR²³). ([ST 2021a](#))

3.4.2.3. Muud kestlikud algatused

Šveits on teejuhiks kestliku tuleviku suunal ühe maailma kõige tihedamalt seotud raudteevõrgustiku, tõhusa jäätmekäitluse, valdavalt hüdroenergia kasutamise ning muljetavaldiva õhu- ja veekvaliteediga ([ST, „Swisstainable...“](#)).

Muud kestlikud algatused:

- **Autovabad sihtkohad:** mitmed turismisihtkohad ei olegi geograafilise asukoha tõttu ligipääsetavad autoga, vaid kõistee, muu ühistranspordiga või jala. ([ST, „Autovabad sihtkohad“](#))
- **Šveits ja mobiilsus:** SwitzerlandMobility on veebiplatvorm ja mobiilirakendus aktiivse puhkuse kavandamiseks, pakudes ühtselt tähistatud matkaradasid kogu riigis, mis on suurepäraselt ühistranspordiga kooskõlastatud. ([ST, „SwitzerlandMobility“](#))
- **Swiss Travel Pass:** välituristile mõeldud reisipass pakub piiramatu reisimise võimalust rongi, bussi ja paadiga kogu riigi piires ning sisaldab tasuta sissepääsu 500 muuseumisse. ([ST, „Swiss Travel Pass“](#))
- **SDG Dialoog** Šveitsi turismi üle (*SwissTourism4SDGs*) on platvorm, mis edendab suhtlust turismisektoris, teavitab erinevatest turismialgatustest ja loob seeläbi väärtuslikku võrgustikku. ([STF, „SDG Dialoog Šveitsi turismi üle“](#))
- **OK:GO algatus** ja platvorm võimaldab turismisektoris tegutsejatel avaldada oma pakumiste ja teenuste füüsilise **ligipääsetavuse** informatsiooni liikumiskustega reisijatele. ([OK:GO, „Accessible Switzerland Association“](#))
- Erinevad **kestlikkuse auhinnad:** roheline ettevõtluse auhind uuenduslikele ettevõtetele, kes ühendavad majandusedu ja ökoloogilise mõju vähendamise; Šveitsi Päikeseenergia auhind; TO DO sotsiaalse ja vastutustundliku turismi auhind; Women's Trophy keskkonnaauhind, mis julgustab naisi, kes näitavad üles erakordset pühendumust loodusele ja keskkonnale, ning auhind Kuldne Vatt (*Watt'Or*) – energia

²³ XE, 2023: <https://www.xe.com/currencyconverter/convert/?Amount=1&From=CHF&To=EUR> [06.02.2023].

tiptaseme märgis, millega energeetikaamet eristab igal aastal Šveitsi energiaprojekte, ettevõtteid ja organisatsioone, kes on pühendunud uuenduste ja praktiliste lahenduste kaudu edukale energiatulevikule. (STF, „Kestlikkuse auhinnad“)

SECO ja Innotouri rahastatud kestlike parkide projekt (2020—2023): [Šveitsi parkide kestlikkuse näidislahendused turismi väärtusahelas](#). Säästva arengu näidispiirkondadena soovivad pargid lõimida oma väärtused – mis peegeldavad nende kestlikkuse nägemust – kõigisse oma tegevustesse, sh parkide turismi juhtimisse ja edasiarendamisse. Innotouri abil tugevdavad pargid oma kestlikkust kogu turismiteenuste ahela ulatuses: täiustavad külastajatele suunatud teavet, julgustavad kestlikku liikuvust, hindavad ja kasutavad maastike turismipotentsiaali, panustavad kultuuri ja traditsioonidesse, suurendavad parkides ööbimiste arvu, arendavad toidukunstile orienteeritud turismi, edendavad turismi kättesaadavust (sh ligipääsetavust) kõigile. (SECO 2022)

3.5. Uus-Meremaa

3.5.1. Hetkeolukord ja tulevikusuunad

2019. aastal avaldas Uus-Meremaa-Aotearoa valitsus [turismistrateegia \(2019—2025\)](#), millega nähakse ette valitsuse juhtroll turismi vallas, tagamaks, et turism rikastab Uus-Meremaad tootlikuma, kestlikuma ja kaasavama kasvu kaudu. Prioriteetsed meetmed selle saavutamiseks keskenduvad turismisüsteemi koordineerimisele, pikaajaliste kestlike rahastamismehhanismide väljatöötamisele, sihtkoha arendamise ja planeerimise hõlbustamisele ning parematele andmetele ja teadmistele. (OECD 2022, „New Zealand“)

Aastatel 2020–2021 pakkus Uus-Meremaa turismisektorile mitmekülgset tuge, et võimaldada sellel pandeemiast taastuda. 2020. aastal saadi kohest toetust kogu majandust hõlmavatest toetusmeetmetest, sealhulgas 990 miljonit EUR (1.8 mld NZD, 1 NZD = 0.55034 EUR²⁴) palgatoetuse meetmest ja 157 miljonit EUR (285 mln NZD²⁴) väikeettevõtete rahavoo meetmest. Samuti anti 220 miljoni EUR (400 mln NZD²⁴) suurune turismi taastamise pakett, millega rahastati mitmesuguseid algatusi, sealhulgas strateegiliste turismivarade kaitse programmi. (OECD 2022, „New Zealand“)

2021. aastal investeeriti 110 miljonit EUR (200 mln NZD²⁴) „Turismikogukondade tugi-, taastamis- ja lähtestamiskava“ uutesse programmidesse, nagu psühhosotsiaalne tugi ja heaoluteenused, väikeettevõtete tugi, turismiinfrastruktuur, looduskaitseala ja Māori kogukonna areng. Kava keskendus viiele kogukonnale – Queenstown Lakes, Southland (fookusega Te Anaul ja Fiordlandil), Kaikōura, Mackenzie ning Westland (fookusega Fox Glacieril and Franz Josefil) –, mille kohalikud majandused sõltuvad suurel määral rahvusvahelisest turismist, edendades samal ajal üleriigilist turismisektori nn lähtestamist (*re-set*). (OECD 2022, „New Zealand“ Piirkondlikud ja üleriigilised pandeemiajärgse elavdamise algatused (sh lõigu alguses nimetatud programmid) on suunatud sektori kestlikumaks ja vastupidavamaks muutmisele (MBIE 2022).

Uus-Meremaa on võtnud pandeemiat võimalusena kiirendada töövoogusid, mis keskenduvad [turismisektori muutmisele taastavaks \(regeneratiivseks\) mudeliks](#). Fookus on nihkumas ellujäämiselt ja taastumiselt turismisektori toetamisele. [Turismiminister](#) kuulutas välja neli peamist põhimõtet, mis juhivad turismisektori taastumist ja ümberkujundamist:

1. „Uhiuus-Meremaa“ („Brand New Zealand“) brändi edendamine, et rahvusvahelised reisijad näeksid Uus-Meremaad juhtiva ambitsioonika sihtkohana;
2. turismi taastamine [kestliku ja regeneratiivse mudeli](#) alusel;
3. turismi kulude ja negatiivsete mõjude leevendamise tagamine või külastajakogemuse hinna hulka arvestamine;

²⁴ XE, 2023: <https://www.xe.com/currencyconverter/convert/?Amount=1&From=NZD&To=EUR> [13.09.2023].

4. ning valitsuse ja tööstuse vaheliste partnerlussuhete loomine. (OECD 2022, „New Zealand“)

Uus-Meremaa valitsuse 2022/2023. aasta eelarvest on otseselt turismile ette nähtud 163 miljonit EUR (296 mln NZD²⁴), mis jaguneb järgmiselt:

- 61.7 miljonit EUR (112 mln NZD²⁴) turismiametile (TNZ) Uus-Meremaa turustamiseks võtmeriikides turismi- ja ettevõtluse sihtkohana;
- 29.7 miljonit EUR (54 mln NZD²⁴) **turismiinnovatsiooniprogrammi** arendamiseks;
 - 2022. aastal teatas turismiminister 29.7 miljoni EUR (54 mln NZD²⁴) suurusest turismisektori taastamise innovatsiooniprogrammist, mille eesmärk on aidata stimuleerida üleminekut taastavale, vähese süsinikuheitega, tootlikule ja uuenduslikule turismisektorile. Programm on suunatud ümberkujundavatele algatustele, mis on tulemuslikud kliima, keskkonناسäästlikkuse ja tehnoloogia valdkondades, parandavad sektori vastupanuvõimet või edendavad ja kaitsevad maoride jaoks sotsiaalselt ja kultuuriliselt väärtuslikku pärandit kogu külastajatekonna vältel.
- 17.6 miljonit EUR (32 mln NZD²⁴) **turismiinfrastruktuuri**, sh jalgrattateede rahastamiseks;
- 1.7 miljonit EUR (3 mln NZD²⁴) **turismiandmete täiustamiseks**;
 - 2022. aastal nimetati ametisse turismiinfo **kaasjuhtimisrühm** (Tourism Data Co-Governance Group), kes võtab juhtrolli turismiandmete kogumises, levitamises ja mõistmises ning annab soovitusi tulevaste investeeringute tegemiseks turismiandmetesse. Turismisektori ja valitsuse esindajad on kokku leppinud, et ühiselt hallatav andmesüsteem oleks turismiinfo kasutajate jaoks väärtuslik.
- ja täiendav rahastus COVID-19 reageerimisprogrammi (*response programme*) kohustuste täitmiseks. (OECD 2022, „New Zealand“)

Uus-Meremaa turismi rahastamise eripära on tulu **rahvusvaheliste külastajate (turismi ja loodushoiu) maksust**; tulu on seotud rahvusvaheliste külastajate arvuga ning maksu peab tasuma enamik rahvusvahelistest turistidest. Aastatel 2022–2023 suunati 5 miljonit NZD maksutulu turismiandmete täiendavaks rahastuseks, et luua ühiselt hallatav andmesüsteem ning tagada andmete kogumise, levitamise ja tõlgendamise ühtne juhtimine (selleks määratigi ametisse andmete kaasjuhtimisrühm, Data Co-Governance Group). (OECD 2022, „New Zealand“)

3.5.1.1. Turismisektori ümberkujundamise kava

2021. aastal teatas Uus-Meremaa turismiminister, et alustatakse tööd **turismisektori ümberkujundamise kavaga**²⁵ (Industry Transformation Plan ehk ITP), mille üldeesmärk on luua taastav (regeneratiivne) turismimudel²⁶ ehk sektor, mis lisaks majandusliku väärtuse loomisele panustab kogukonna ja keskkonna heaolule. Kava luuakse ja viiakse ellu valitsuse, turismiettevõtete, maoride, ametiühingute ja töötajate partnerluses. Turismi ümberkujundamise kava rakendatakse etappidena, keskendudes süsteemse muutuse saavutamiseks vajalikele sihipärastele meetmetele. (MBIE 2023a, OECD 2022, „New Zealand“)

Esimeses etapis keskendutakse **Paremale Tööle** (Better Work), järgides valmivat tegevuskava, milles pannakse paika rida meetmeid, mida sektoris osalejad saavad tööjõuküsimuste lahendamiseks rakendada. Tegevuskava töötab välja selle jaoks loodud juhtrühm (Better Work ITP Leadership Group). Parema Töö etapis tegeletakse

²⁵ Turismisektori ümberkujundamise kava paigutub Valitsuse Tööstuse Strateegia (*Government's Industry Strategy*) raamistikku ja on üks seitsmest sarnasest sektoristrateegiast (teised sektorid, mis sarnast kava arendavad ja rakendavad on põllumajandus, digitehnoloogia, toidutööstus, kõrgtehnoloogiline tootmine, metsandus ja puidutööstus ning ehitus).

²⁶ Taastav turismimudel jätab inimesed, kogukonnad ja keskkonna paremana kui enne ja seda võib mõista kestlikkuse laiendusena. (MBIE 2023a) Ka intervjueritud ekspert Nömm (2023) rõhutas, et Uus-Meremaal on trend „regeneratiivne“ ja „dekarboniseerimine“, „kestlikkus“ aga mitte – see on „moest väljas“.

kaheksa sammu abil mitmete [turismitöajõu süsteemsete probleemidega](#), sh hooajalisusest tingitud tööajõu nõudluse muutlikkus, madal palk ja kehvad töötingimused, (väikeste) ettevõtete võimetus tööajõudu tõhusalt hallata ja vähene panustamine tööajõu koolitamisega, raskused eeskätt kohaliku oskustööajõu ligimeelitamise ja hoidmisega ning ebapiisav investeerimine nii praegusele kui ka tulevikunõudlusele vastavate oskuste arendamisse. ([MBIE 2023a](#), [2023b](#), [OECD 2022](#), „New Zealand“)

Teine etapp keskendub [keskkonnale](#). Etapi eesmärk on tagada, et turismisektor kaitseks ja taastaks keskkonda. Ka selle etapi läbimiseks koostab vastav juhtrühm tegevuskava. Keskkonna etapp keskendub olemasolevatele turismi keskkonnamõju analüüsidele ja turismisektori strateegiatele ning näidetele turismisektori keskkonnamõju vähendamiseks ja looduse taastamiseks, toetudes kolmele aluspõhimõttele:

- kliimamuutustega kohanemine – arusaamine kliimamuutuste mõjust turismisektorile ja meetmete rakendamine, tagamaks tööstuse kohanemine kliimasündmustega;
- kliimamuutuste leevendamine – turismi muutmise vähese süsinikuheitega tööstusharuks;
- positiivsete ökoloogiliste tulemuste, näiteks bioloogilise mitmekesisuse ja ökosüsteemide taastamise edendamine. ([MBIE 2022a](#))

Neist esimese edendamiseks on valitsus rahastanud [Aotearoa Circle](#)’it, et toetada ITP eelarvest külastusmajanduse kohandamise juhiste (Visitor Economy Adaptation Roadmap) väljatöötamist ([MBIE 2022a](#)). Aotearoa Circle on vabatahtlik algatus, mis toob kokku avaliku ja erasektori juhid, et uurida kohaliku loodusvarade seisundit ja pühenduda meetmetele, mis peataksid ja pööraksid ümber nende vähenemise ([The Aotearoa Circle](#), „About Us“). Juhistes määratakse kindlaks riskid, mida kliimamuutused turismisektorile kujutavad, ning meetmed, millega tagatakse turismisektori võime kohaneda kliimamuutuste mõjudega. Aotearoa Circle töötab välja juhiste rakenduskava ning veel väljatöötamise etapis olevas ITP keskkonnafaasi tegevuskavas on võimalik selle meetmeid kajastada, neid edasi arendada ja edendada. ([MBIE](#), „Phase 2: Environment“, [2022a](#), [2023a](#))

Intervjuust Uus-Meremaal sealset turismisektorit tudeeriva turismieksperti Andrus H. Nõmmega (2023) selgub, et praegu puudub Uus-Meremaal kehtiv üleriiklik kestlikkuse juhtimise kava või kestliku turismi programm. Lootust annab aga just Aotearoa Circle, millest võib kujuneda nimelt selline keskne juhtimine, mis puudu on – võimalik, et Aotearoa Circle’i väljatöötatavast keskkonnajuhtimiskavast tuleneb Tourism Industry Associationile (TIA), keskkonnahoiu ametile või kellelegi teisele uus funktsioon või ülesanne välja töötada riiklik programm. Nõmme sõnul on paljud algatused või varasemad soovitused viimasel ajal soiku jäänud, sest keegi ei võta vastutust. (Nõmm 2023)

3.5.2. Uus-Meremaa kestliku turismi meetmed

Turismiministrile (ettevõtlus-, innovatsiooni- ja tööhõiveministerium) alluv Uus-Meremaa turismiamet ([Tourism New Zealand](#) ehk TNZ) turundab riiki rahvusvaheliselt turismisihtkohana ([OECD 2022](#), „New Zealand“). Sektori tegevustest on oluline mainida turismiliitu TIA ([Tourism Industry Association](#)) ja selle keskkonnaprogrammi „[Tourism 2025 & Beyond](#)“. Programm lubab anda selged suunised kestliku turismisektori poole liikumiseks ([TIA](#), „[Tourism 2025 & Beyond](#)“). Programmist kasvas välja ka „[Turismi kestlikkuse lubadus](#)“ ([Tourism Sustainability Commitment](#) ehk TSC), mis annab liitunud ettevõtetele 12 eesmärki, mille poole nad saavad püüelda ([TSC](#), „[About the Tourism Sustainability Commitment](#)“). Kestlikkuse ja keskkonnateemadega tegeleb veel keskkonnahoiuamet (Department of Conservation), mis on Nõmme hinnangul RMK ja kultuuriväärtuste ameti vahepealne institutsioon ehk haldab kultuuriväärtusi, näiteks enamikku muuseumidest, aga ka loodust ja matkaradu (Nõmm 2023).

Kohalikul tasandil pakuvad omavalitsused turismiga seotud infrastruktuuri ja planeerimisraamistikke, et aidata kogukondadel turismi kasvatada ja selle väljakutsetega toime tulla. Piirkondlikud turismiorganisatsioonid (Regional Tourism Organisations ehk RTO-d) on traditsiooniliselt vastutanud oma sihtkohtade reklaamimise eest

nii välis- kui ka siseturistidele. Viimastel aastatel on RTO-d võtnud enda peale ka kohalike huvirühmade kokkuviiamise, eesmärgiga töötada välja sihtkoha arendamise kavad, et tagada muuhulgas turismisihtkohtade kestlikkus. 2022. aasta lõpuks pidi igal RTO-l olema oma piirkondlik sihtkoha haldamise plaan. Piirkondlikke turismiorganisatsioone rahastavad ja juhivad suures osas kohalikud või piirkondlikud volikogud, kusjuures mõned RTO-d saavad lisavahendeid muudest allikatest, sealhulgas valitsuselt, sektori kohalikest aastastest liikmetasudest ja partneritelt. RTO-sid koondab liikmesorganisatsioon Regional Tourism New Zealand (RTNZ). (OECD 2022, „New Zealand“)

Nõmme (2023) sõnul on väga palju vastutust keskkonnateemade eest „visatud“ RTOdele. Ministerium andis turismi rahastusest osa neile just nimetatud sihtkoha arendamise plaanide kirjutamiseks, kusjuures keskkonnajuhtimine on üks osa plaanidest, ehkki on RTOdele täiesti uus teema. Kuna kõik ei ole neid plaane veel valmis saanud²⁷, on infot seni vähe, aga tegemist on ühe tähtsaima ja suurima hiljutise protsessiga. Keerukas on veel see, et iga piirkonna keskkonnajuhtimine on väga erinev ja kohaspetsiifiline. Lisaks ei ole mitmed RTOd huvitatud keskkonnateemadega tegelemisest (nt Auckland), ehkki jalajälg võib olla mõõdetud. Kokkuvõtvalt ütles Nõmm, et riik on teel sinna, et probleemidega tegeleda ning seda juba väga intensiivselt tehaksegi, ent üldprogrammi peale turismiameti kvaliteediprogrammi Qualmarki (programmi on lähemalt kirjeldatud ülejärgmises alaosas „Qualmark“) praegu ei ole ning keskkonnajalajälg on väga ettevõtte- ja kohaspetsiifiline. Sama tunnistavad regionaalsed arengukavad. (Nõmm 2023, [MBIE 2022b](#))

3.5.2.1. Tourism New Zealand

Turismiamet Tourism New Zealand (TNZ) vastutab Uus-Meremaa turundamise eest turismisihtkohana peamistel sihtturgudel. Tagamaks, et turism annab rohkem tagasi, kui võtab (looduselt, kohalikele), sihib TNZ teadlikult kvaliteetset kogemust hindavaid turiste võtmeriikides. TNZ juhindub põhimõttest, et turism panustaks nii majandusse, loodushoidu, kultuuri säilimisse kui ka kohalike heaollu. Lisaks tarbijale suunatud otseturundusele pakub TNZ turismiettevõtetele **koolitus-, turundus- ja meediaprogrammi**, tagamaks, et Uus-Meremaa kui turismisihtkoha turustajad oskaksid seda hästi teha. (TNZ, „What We Do“)

Uus-Meremaa valitsus teatas 2020. aasta detsembris, et plaanib saavutada süsinikuneutraalsuse juba 2025. aastaks. TNZ jaoks tähendab see eelkõige oma süsinikuheite hindamist ja vähendamise eesmärkide seadmist (2022. a lõpuks). Kestliku ja taastava (regeneratiivse) turismi toetamisel peab TNZ olulisimaks oma partnerlussuhteid **Trees That Count**²⁸ puude istutamise algatuse ja **Tiaki Promise** kestliku reisimise juhtrühmaga ning TNZ enda kestliku turismi programmi **Qualmark**. (TNZ, „Sustainability“)

Tiaki Promise loodi seitsme turismisektori organisatsiooni (Tourism New Zealand, Air New Zealand, the Department of Conservation, Tourism Industry Aotearoa, Local Government New Zealand, New Zealand Māori Tourism ja Tourism Holdings Ltd) koostöös ning see kutsub turismiettevõtteid üles propageerima ja turiste harrastama hoolivat (kestlikku) reisimist. Sisuliselt on see kokkulepe hoolida kohalikust loodusest, inimestest ja kultuurist, vastavate praktiliste sammude astumine ning selle lubaduse ja hoolimise turundamine, kasutades Tiaki Promise materjale (juhendeid, brošüüre, videosid). (Tiaki)

3.5.2.2. Qualmark

Qualmark on turismiameti organisatsioon kvaliteedi tagamiseks ja usaldusväärse info jagamiseks kvaliteetse reisikogemuse kohta Uus-Meremaal. Qualmark on ühtlasi akrediteerimisprogramm, mis aitab ettevõtetel muuta oma tegevust kestlikumaks nii inimeste, planeedi kui ka kasumi vaatenurgast ning seeläbi suurendada ettevõtete konkurentsivõimet. Märkisega tunnustatakse vaid kvaliteetset kestlikku kogemust pakkuvaid ettevõtteid, mis on läbinud sõltumatu kontrolli. Hetkeseisuga on programmiga liitunud üle 2000 ettevõtte. (Qualmark)

27 Queenstowni plaan on valmis ja leitav: <https://rtnz.org.nz/rto-destination-queenstown/> [13.09.2023].

28 Trees That Count: <https://treesthatcount.co.nz/> [13.09.2023].

Turismiettevõtete kestlikkuse kvaliteedimärgise abil hinnatakse ja tunnustatakse ettevõtteid lähtuvalt kolmest aluspõhimõttest:

- väike jalajälg – keskkonnasõbralikkus ja terviklik kestlik kogemus;
- turvalisus ja usaldusväärsus – ohutus iseloomustab iga kogemust;
- soe vastuvõtt ja külalislahkus.

Kestlikkuse hindamise kriteeriumid tulenevad neljast valdkonnast:

- majandus;
- ühiskond ja inimesed;
- keskkond ja kultuur;
- ning tervis, ohutus ja heaolu.

Lisanduvad ka kriteeriumid sõltuvalt tegutsemisvaldkonnast – näiteks hotellindus, kanuu- või seljakotimatrade korraldamine, transpordiettevõtlus jne. ([Qualmark 2021](#))

Kohapealse auditi järgselt tunnustatakse ettevõtteid **pronks-, hõbe- või kuldmärgisega**; majutusettevõtteid hinnatakse lisaks viietärnisüsteemis. **Pronksiga** hinnatakse ettevõtteid, kes vastavad kõikidele miinimumstandarditele ning keda iseloomustab kõrgetasemeline professionaalsus, teadlikkus oma keskkonnamõjust ja kliendikesksus. **Hõbe** märgib nõudlikke turismiettevõtteid, kes ületavad pidevalt külastajate ootusi, keda iseloomustab ettenägelik juhtimisstiil ning kes järjepidevalt tegelevad oma majandusliku, sotsiaalse ja keskkonnavalase tegevuse parandamisega. **Kullaga** tunnustatakse parimaid kestliku turismi ettevõtteid, kelle lahutamatu osa on erakordse kliendikogemuse pakkumine ning kes rajavad teed Uus-Meremaa turismisektori muutmisele maailmatasemel kestlikuks külastuskohaks. Viietärnisüsteemis hinnatakse majutusasutusi ja -teenuseid: üks tärn viitab kliendi miinimumnõudmistele vastamisele ning viis tärna tähistab parimaid asutusi ja teenuseid Uus-Meremaal. ([Qualmark 2021](#)) Selgitustest nähtub ja Nõmm (2023) kinnitab, et tegemist on rohkem kvaliteedi- kui kestlikkuse programmiga.

Qualmarki akrediteeringuga saavad ettevõtted osa TNZ teenustest, sh nõustamine, hindamine turismiekspertidilt ja parendusvõimaluste väljaselgitamine, turismitoote esmajärjekorras kajastamine TNZ tarbijatele suunatud veebilehel [newzealand.com](#), kaasamine TNZ kaubandusvaldkonna tutvustustesse, osalemine TNZ meediakanalites, üleriigiline reklaam i-SITE võrgustiku kaudu, eelis ülemaailmses kaubanduslikus teabevahetuses ja koolituses reisimüüjatega jm. 2022. aasta alguses oli Qualmark taotlejale tasuta kuni piiride avamiseni kõigile põhilistele sihtturgudele (hetkel pole seda infot uuendatud). ([Qualmark 2022](#))

3.6. Riikide parimate praktikate mõju analüüs

Et hinnata riikide ülaltoodud ülevaadetes kirjeldatud kestliku turismi meetmeid, toome allolevas tabelis välja nende tugevused ja kitsaskohad. Seejärel oleme analüüsinud olulisemate kestlikkuse praktikate kohaldatavust Eestile, hinnates praktikate potentsiaalset **mõju ja teostatavust** järgmistest kriteeriumitest lähtuvalt.

MÕJU: Mil määral toob tegevus kaasa märkimisväärse muutuse või tulemused

Kõrge	Keskmine	Madal
Tegevused, millel on potentsiaal tuua kaasa oluline muutus	Tegevused, mis võiksid tuua kaasa mõningase kasuliku muutuse	Tegevused, mis tõenäoliselt toovad kaasa väikse muutuse

TEOSTATAVUS: Tegevuse saavutatavus, arvestades praeguseid ressursse, piiranguid ja võimekust

Kõrge	Keskmine	Madal
Tegevused, mis tõenäoliselt saavutatakse viie aasta perspektiivis	Tegevused, mis võivad saavutamiseks nõuda mõningaid muudatusi või märkimisväärseid lisaressursse	Tegevused, mis tõenäoliselt ei ole saavutatavad praeguses olukorras ja piirangutes

3.6.1. Praktikate analüüs

NÄITEID RIIKIDEST	TUGEVED	KITSASKOHAD	MÕJU	TEOSTATAVUS
PRAKTIKA: Kestlikkus on turismistrateegias läbiv teema				
Soomes Rootsis Sloveenias Šveitsis Uus-Meremaal	Strateegia sisaldab konkreetseid meetmeid ja juhiseid riigisektorile seatud eesmärkide täitmiseks, nt Sloveenia strateegiasse on sisse kirjutatud, et ministeerium peaks rahastama kestlikke ettevõtteid ja riikliku kestliku turismi programmi juurde tuleb palgata inimene	Strateegia võib olla liiga üldine ning mitte sisaldada konkreetseid tegevusi ega kohustada sektori asjaosalisi	Kõrge Annab selge kestlikkuse suuna strateegiast lähtuvatele tegevusplaanidele	Kõrge MKM on hakanud koostama Eesti turismi pikka visiooni, milles on kestlikkus keskne teema ja seega tõenäoliselt ka järgmises 2025+ turismistrateegias
PRAKTIKA: Koostöö turismistrateegia elluviimisel				
Soomes nõustab valitsust ja ministeeriume mh turismistrateegia küsimustes ning jälgib strateegiast tulenevate meetmete mõju valdkondade ülene turismi töögrupp, kuhu kuuluvad turismisektori jaoks võtmetähtsusega ministeeriumid, regionaalnõukogud, riigiasutused, piirkondlikud turismiorganisatsioonid, reisifirmad ning teadus- ja haridusasutused ja -organisatsioonid. Šveitsis teeb Switzerland Tourism koostööd valitsuse esindajatest, majandus- ja strateegilistest partneritest ning kantonite ja linnade esindajatest koosneva turisminõukoguga ja turismiliiduga	Koondab erinevate valdkondade ekspertteadmused, nii et turismistrateegia on kooskõlas riigi muude sammude-suundadega ja vastupidi. Koostöö ettevõtjatega tagab, et ka turismiteenuse pakkujatel on alati hääl turismisektorisse puutuvates riiklikes arengutes ning riigi strateegilised suunad põhinevad turismisektori arengusuundadel ja trendidel. Koostöö teadus- ja haridusvaldkonnaga tagab, et turismisektori arengusuunad on teaduspõhised ning info turismisektori trendidest jõuab turismiharidust pakkuvatesse asutustesse	Sellisel mudelil peab olema välja kujunenud väga selge tööjaotus erinevate institutsioonide vahel, et ei tekiks duubeldamist ja potentsiaalseid konflikte	Keskmine Selline nõukogu on nõuandev, mis tähendab, et ministeeriumidel või valitsusel ei ole kohustust võtta nõukogu sisendit oma otsuste aluseks, ja tegutseb tõenäoliselt sporaadiliselt inimeste põhitöö kõrvalt, mis ei pruugi võimaldada piisavat süvenemist. Kui nõukogu on mõjukas ja süsteemne, võib anda aga valitsusele või ministeeriumidele olulist sisendit. Teisalt võib nõukogu sees erinevate arvamuste konflikt vähendada mõjusust	Keskmine Eestis on turisminõukoda, aga sinna ei kuulu haridusasutuste esindajad ega teisi ministeeriume peale kultuuriministeeriumi

NÄITEID RIIKIDEST	TUGEVUSED	KITSASKOHAD	MÕJU	TEOSTATAVUS
PRAKTIKA: Kestlikkuse tegevuskava turismisektorile				
<p>Soomes kliima tegevuskava turismisektorile (loomisel).</p> <p>Uus-Meremaal turismisektori ümberkujundamise kava (loomisel), mis keskendub sektori tööjõuprobleemidele (I etapp) ja keskkonnale (II etapp)</p>	<p>Juhised, kuidas süsinikujalajälge mõõta, kuidas oma tegevusi dekarboniseerida, kuidas rahastust leida jne.</p> <p>Uus-Meremaal:</p> <p>Keskonnakava kaudu suunatakse rahastus meetmete edendamisse ja rakendamisse, Uus-Meremaal rahastab valitsus seeläbi avaliku ja erasektori juhtidest kokku tulnud Aotearoa Circle algatust juhiste koostamiseks turismisektorile.</p> <p>Juhistes määratakse kindlaks kliimamuutuste riskid turismisektorile ning meetmed turismisektori kliimamuutustega kohanemisvõime tagamiseks.</p> <p>Tööjõu tegevuskava (Better Work) paneb paika meetmed turismisektori osalistele turismitööjõu süsteemsete probleemidega tegelemiseks.</p> <p>Kavad näevad ette konkreetseid meetmed kava elluviimiseks ning määravad vastutajad</p>	<p>Liiga kliima/keskkonnakeskne ehk ei pruugi võtta arvesse turismi ühiskondlikku ja majanduslikku mõju</p>	<p>Kõrge</p> <p>Riiklikku kestlikkuse tegevuskava oodatakse ja see oleks oluline alus kestlikkuse edendamiseks erinevatel tasanditel</p>	<p>Kõrge</p> <p>Eestis juba MKMi pikka visiooni turismisektorile ja koostatakse kliimaseadust, millel saab olema turismisektorile kaudne mõju läbi teiste sektorite eesmärkide, kuna otseselt teenindussektorile 20.09.2023 avalikult esitletud kliimaseaduse ettepanekute kohaselt eesmärke ega vastutajaid ei seata</p>
PRAKTIKA: Valdkondlikud kestlikkuse juhised				
<p>Soomes kestliku turismi juhis organisatsioonidele, kes pakuvad turismiteenust riigi rahvusparkides ja muudel kaitsealadel</p>	<p>Metsähallitus sõlmib turismiteenuse pakkujaga lepingu reeglite järgimiseks.</p>	<p>Keeruline kontrollida, kas kõik riigile kuuluvatel kaitsealadel ja rahvusparkides reegleid järgivad</p>	<p>Kõrge</p> <p>Tagab, et kaitsealadel ja rahvusparkides teenuseid pakuvad organisatsioonid järgivad</p>	<p>Keskmine</p> <p>RMK võiks seda rakendada</p>

NÄITEID RIIKIDEST	TUGEVUSED	KITSASKOHAD	MÕJU	TEOSTATAVUS
	Metsähallitus teeb järelevalvet		ettenähtud reegleid, ning nende üle tehakse järelevalvet	
Soomes nelja kõige energiakulukama tööstuse ja üheksa muu sektori ettevõtetele on loodud juhised kasvuhoonegaaside emissiooni oluliseks vähendamiseks 2035. aastaks	Suunatud kõige suurematele saastajatele. Osa valitsuse kliimapoliitikast	Juhiste loomine ja elluviimine on ajakulukas ning rakendamine võiks olla riiklikult koordineeritud	Kõrge Koostamisel oleva kliimaseadusega lubatakse määrata vastutajad, ajakava ja rahastus järgmistele valdkondadele: energeetika, transport, hooned, tööstus, jäätmemajandus, põllumajandus, metsandus ja turbatootmine	Kõrge Eestis on Rohetiigri energia ja ehituse teekaardid, koostamisel kliimaseadus, mis lubab seada eesmärgid ja määrata vastutajad ning rahastuse (küll mitte turismisektorile, aga nagu siinses näites, suurematele saastajatele)
Rootsis UNESCO maailmapärandi ja kultuurikeskkondade kestliku turismi arendamise juhend. Soomes Metsähallituse loodusteenuste ja Soome UNESCO maailmapärandi aladega koostöös valminud kestliku turismi põhimõtted	UNESCO alade arendamise suunised kohandati kohalikele Põhjamaade tingimustele ning metoodikat katsetati ühes maailmapärandisse kuuluv as piirkonnas (Falun). Rootsis rakendatakse käsiraamatut praegu paljudel maailmapärandi nimistusse kuuluvatel aladel ja UNESCO biosfäärikaitsealadel. Soomes rakendavad Metsähallitus ja UNESCO alad ühiselt väljatöötatud kestliku turismi põhimõtteid läbivald kõigis oma tegevustes ja koostöös turismiettevõtjatega	Väga spetsiifilisele valdkonnale mõeldud juhised	Madal Puudutab vaid kitsast valdkonda, mis tõenäoliselt juba tegutseb üsna kestlikult	Keskmine Soome ja Rootsi juhendid saab potentsiaalselt võtta eeskujuks ning rakendamist on võimalik koordineerida UNSECO kohaliku komisjoni või alade võrgustiku kaudu
Riiklikud juhised ringmajandusele üleminekuks Soomes	Juhised sisaldavad konkreetseid meetmeid, võtme- ja pilootprojekte nende elluviimiseks. Rahvusvaheliselt tuntud ja tunnustatud	Kõik turismiteenuse pakkujad ei pruugi suuta neid nõudeid täita, arvestades erinevate sektorite eripärasid	Kõrge Praktilised riiklikult koordineeritud juhised on tõenäoliselt läbimõeldud ja tõendus põhised ning riigi eestvedamine, tugi ja	Kõrge Juhistes sisalduvad konkreetseid meetmeid ja praktilised näited, aga ka kaasas käivad riiklikud algatused pilootprojektide ja

NÄITEID RIIKIDEST	TUGEVUSED	KITSASKOHAD	MÕJU	TEOSTATAVUS
			eeskuju suurendab elluviimise potentsiaali ning seeläbi mõju	võtmeprojektide näol suurendavad teostatavust
PRAKTIKA: Kestlikkuse kompetentsikeskus				
Šveitsis kestlikkuse kompetentsikeskus KONA	Šveitsis tegeleb turismiliidu juures tegutsev kestlikkuse kompetentsikeskus kestliku turismi teadmiste arendamise ja jagamisega, kestlikkuse mõõtmise ja aruandlusega, koostöö edendamise ja ressursside koondamisega ning kestlikkuse alase sünergia loomisega turismisektoris	Eelduseks on poliitiline konsensus ja märkimisväärse finantseerimise suunamine kompetentsikeskuse ülalpidamiseks	Kõrge Mitmed uuringus toodud soovitusel eeldavad teaduspõhiseid andmeid otsuste tegemiseks ning põhjendatust ja järjepidevat sisendit, mida kohalikul tasandil tuleks koguda ja koordineerida	Madal Kallis ja ajamahukas. Samas võiks olla kliimaministeeriumi üldine kestlikkuse kompetentsikeskus ja näiteks EIS turismisektorile olulist teadmust koondada ja jagada
PRAKTIKA: Piirkondliku koostöö ja kestlikkuse edendamine				
Rootsis piirkondlikud kestlikkuse edendamise initsiatiivid nagu nt „Stepping Up Sustainability“ Lääne-Rootsis, Klimat Kommunerna	Piirkondlik initsiatiiv „Stepping Up Sustainability“ edendab riigiasutuste ja eraettevõtjate koostööd, kõigi jaoks on ühine siht piirkonna turismi kestlik areng. Kokku on lepitud eesmärgid, mis võtavad arvesse nii keskkonna, kogukonna, külastajate kui ka turismiteenuse pakujate heaolu, ning vastavad põhimõtted ja tegevused eesmärkide poole liikumiseks. Kliima-omavalitsused (Klimat Kommunerna) koondavad omavalitsusi, kes tahavad olla fossiilkütuste vaba tuleviku poole liikumises eestvedajad. Eesmärk on	Sellised algatused on vabatahtlikud, nii et nõuab osapooltelt ja eriti algatajalt suurt initsiatiivi ja motivatsiooni	Kõrge Võimaldab viia teadmuse kestlikust turismist väikeste ja maapiirkondade turismiteenuse pakkujateni	Kõrge Eestis veavad piirkondades kestlikkust DMOd ja see on juba finantseeritud suund. Piirkonnad, sh omavalitsused on saavutanud kõrgeid tasemeid programmis Green Destinations

NÄITEID RIIKIDEST	TUGEVUSED	KITSASKOHAD	MÕJU	TEOSTATAVUS
	süsinikuheite vähendamine ning selle saavutamiseks jagatakse kogemusi ja häid näiteid ning tehakse teavitustööd. Võrgustik on teinud ettepaneku sõlmida kliimakokkuleppe kõikide omavalitsustega, et kaasata kõik aktiivselt nn kliimatöösse			
Soomes Hinku võrgustik („Towards Carbon Neutral Municipalities“), mis koondab 100 omavalitsust ja 5 piirkonda, kes on seadnud eesmärgiks vähendada 2030. aastaks kasvuhoonegaaside heidet 80% võrreldes 2007. a tasemega	Edendab koostööd ettevõtete, kodanike, omavalitsuste ja ekspertide vahel. Võrgustik pakub omavalitsustele tuge nn kliimatöös, jagab parimaid praktikaid, toetab erinevate kliimaalgatuste planeerimist, võrgustab ning võimaldab partneritel olla nähtavamad	Keerukus võib tuleneda paljude osapoolte töö koordineerimisest ja ühisest planeerimisest, kuna eri piirkondade vajadused võivad erineda	Kõrge Omavalitsus kaasab ja toetab ettevõtteid ja kodanikke teadlikkuse tõstmisel ja kestlike põhimõtete kasutamisel, võrgustik võimaldab heade praktikate jagamist ja üksteise toetamist omavalitsuse vahel ja koostööd, mis kõik kokku teeb algatuse mõjusaks	Kõrge Eeldab küll omavalitsuste initsiatiivi, aga omavalitsused teavad kõige paremini oma piirkonna hetkeolukorda ja väljakutseid ning kohalikul tasandil on ehk muutusi lihtsam ellu kutsuda. Ka on riigil juba kestlikkuse teemasse puutuvaid meetmeid ja tegevusi omavalitsuste nügimiseks ja toetamiseks. Lisaks on Eestis mitmeid piirkondi ja linnu liitunud Green Destinations programmiga, mis soodustab samuti võrgustiku teket ja teiste asjaosaliste kaasamist piirkonnas
Uus-Meremaal turism ja kestlikkuse juhtimine paljuski piirkondlike turismiorganisatsioonide (RTOd) korraldada	Riik osaliselt rahastab. RTOd tegutsevad piirkonna spetsiifikast lähtuvalt, seega on võimalus keskenduda just kohalikele probleemkohtadele, lähtudes kohalikest võimalustest ja hetkeolukorrast	Ei taga riigis ühtset kestliku turismiga tegelemist, sest sõltub palju piirkonnast ja RTOst – mitmed RTOd ei ole huvitatud keskkonnateemadega tegelemisest	Kõrge Kestliku turismi edendamine kohalikul tasandil annab ka väikestele ja maapiirkonnas turismiteenuse pakujatele toetuste saamise, koolituste ja võrgustumise võimaluse	Kõrge Eeldab sihtfinantseerimist, mida juba ka DMOdele Eestis turismisektoris kestlikkuse edendamiseks võimaldatakse

PRAKTIKA: Riiklik kestliku turismi programm ja märgis

NÄITEID RIIKIDEST	TUGEVUSED	KITSASKOHAD	MÕJU	TEOSTATAVUS
<p>Soomes Sustainable Travel Finland</p> <p>Sloveenias Slovenia Green</p> <p>Šveitsis Swisstainable</p> <p>Uus-Meremaal Qualmark (sertifitseerimisprogramm)</p>	<p>Sisaldab kestlikkuse põhimõtete (rakendamise) alast õpet, töötube, kestlikkuse hetkeolukorra kaardistamist ja kestlikkuse meetmete rakendamist (Soomes).</p> <p>Tasuta, ehkki kestliku turismi meetmete rakendamisega võivad kaasneda kulud, samuti kolmanda osapoole sertifikaadi taotlemisega, mis on Soomes, Sloveenias ja Šveitsis üks tingimus.</p> <p>Soomes ja ajapiiranguta ja aktsepteeritakse erinevaid sertifikaate, et võimalikult paljud erineva suuruse ja tegevusala ettevõtteid saaks liituda.</p> <p>Soomes ja Sloveenias suunatud nii turismiteenuse pakkujatele kui ka sihtkohtadele.</p> <p>Pakub võrgustikku kogemuste vahetamiseks, sildu era- ja avaliku sektori vahel (Soomes ja Sloveenias on sihtkohtadele nõue, et vähemalt 51% ettevõtetest piirkonnas omavad märgist).</p> <p>Võimaldab monitoorida, kui palju ettevõtteid ja sihtkohti panustavad kestliku turismi põhimõtete rakendamisse.</p> <p>Programmis on erinevad tasemed, mis võimaldab erineval kestlikkuse tasemel olevatel sihtkohtadel/turismiteenuse pakkujatel märgis saada ning jätab</p>	<p>Soomes on programm tekitanud mitmeid uusi kohalikke sertifikaate, kuna kolmanda osapoole kestlikkuse sertifikaat on üks programmis osalemise samm. Programmi kureeriv Visit Finland peab seda positiivseks, sest see võimaldab väga erinevate teenuste pakkujatel programmiga liituda. Siinses uuringus osalenud turismiteenuse pakkujad on selgelt uute kohalike märgiste tekitamise vastu ja eelistavad rahvusvahelisi tuntud sertifikaate ja süsteeme.</p> <p>Soomes puudub programmil püsiv rahastus.</p> <p>Väikestel ettevõtetel on raskem osaleda, sest lisakulu, seetõttu nende seas pole väga populaarne</p>	<p>Kõrge</p> <p>Tõstab teadlikkust kestlikust turismist, eeldab pühendumist ja tegevuskava (ja juhiseid, õpet) kestliku turismi põhimõtete rakendamiseks, pakub võimalust võrgustiku tekkeks teiste kestlike teenusepakkujatega, pakub eelist programmi koordineeriva organisatsiooni (EIS) teenustest osa saada ning eelist teistes riiklikes hangetes ja toetusmeetmetes osaledes</p>	<p>Madal</p> <p>Väljatöötamine ning pikaajaline haldamine nõuab palju ressursse ja väljatöötamine võtab aega. On risk, et täiendava kohaliku märgise väljatöötamine devalveerib märgiste väärtust teenuspakkujate ja tarbijate silmis. Väikses riigis võib eraldiseisva sertifitseerimissüsteemi loomine tekitada riski, kuna on raske tagada selle legitiimsust</p> <p>Uuringus osalenud leiavad, et (kohalikke) märgiseid ei peaks juurde tekitama</p>

NÄITEID RIIKIDEST	TUGEVUSED	KITSASKOHAD	MÕJU	TEOSTATAVUS
	<p>arenguvõimaluse järgmisele tasemele edasi liikuda (Sloveenia, Šveits, Uus-Meremaa).</p> <p>Soodustab rahvusvaheliselt tunnustatud sertifikaatide omandamist, koondades juba turul olemasolevaid sertifikaate (Sloveenia, Šveits). See vähendab ka programmi koordineerija kulu, sest siis tegeleb sertifitseerimise ja auditeerimisega kolmas osapool (sertifikaadi väljastaja).</p> <p>Põhineb rahvusvahelistel kestlikkuse kriteeriumidel, mida on kohalikele oludele kohandatud (Sloveenia, Šveits).</p> <p>Ühtne märgis annab koostööpartneritele ja tarbijale selge sõnumi, et tegemist on kestliku teenusepakkujaga.</p> <p>Saab läbi suunatud turunduse kutsuda sihtkohti/suurimaid saastajaid/väikseid teenusepakkujaid jt programmiga liituma</p>			

PRAKTIKA: Alternatiiv riiklikule kestlikkuse programmile ja märgisele: rahvusvaheliste standardite ja märgiste kasutamine

Rootsis propageerib GSTC kestlikkuse kriteeriumide iseseisvat rakendamist Visit Sweden	<p>Turismiteenuse pakkujad võtavad ise initsiatiivi ja vastutuse standardeid rakendada ning kestliku turismi poole liikuda.</p> <p>Visit Sweden on GSTC liige ning propageerib GSTC kestlikkuse kriteeriumide rakendamist ja</p>	<p>GSTC ei kata kõik turismi tegevusvaldkondi.</p> <p>Riikliku katusmärgise puudumine võib tähendada, et koostööpartner või turist ei orienteeru märgiste süsteemis</p>	<p>Kõrge</p> <p>Tõstab teadlikkust kestlikust turismist ja rahvusvaheliselt tunnustatud standarditest, võrreldes riikliku programmiga on väiksem administratiivne koormus EISile</p>	<p>Kõrge</p> <p>EIS on GSTC liige, kestlikkus on juba läbiv teema turismiteenuse pakkujatele suunatud arengu- ja mentorprogrammides</p>
--	--	---	--	---

NÄITEID RIIKIDEST	TUGEVUSED	KITSASKOHAD	MÕJU	TEOSTATAVUS
	soodustab turismisektoris tegutsejate koostööd			
PRAKTIKA: Kestlikkusest teadlikkuse tõstmise ja kestlikkuse põhimõtete rakendamise edendamise meetmed				
Soomes Visit Finlandi Akadeemia	<p>Visit Finlandi Akadeemia pakub teema- ja sihtturuspetsiifilist suunatud mentoriteenust ja mentorlusprogramme, sh kestliku turismi ja digitaliseerimise programmid.</p> <p>Kohandata vastavalt teenuse ostja hetkeolukorrale ja vajadustele</p>	Tasuline ja ilmselt kallis, nii et suuremale osale turismiteenuse pakkujaist võib jääda kättesaamatuks, kui just osalemist ei toetata	<p>Keskmine</p> <p>Ei ole tasulisena kõigile kättesaadav, eriti väikestele ja maapiirkonnas tegutsevatele turismiteenuse pakkujatele, nii et sellele tuleks tähelepanu pöörata</p>	<p>Kõrge</p> <p>EIS juba lõimib juba kestlikkust oma turismisektorile suunatud teenustesse</p>
Rootsis Visit Swedeni töötoad, veebinarid	<p>Praktilistel teemadel, näiteks koostada ettevõttele kestlikkuse strateegiat või sõnastada põhimõtteid või kuidas viia ellu kestliku turismi strateegiat.</p> <p>Veebinarid on tasuta ja sinna kutsutakse rääkima kestlikkuse edendamises eesrindlike piirkondade esindajaid ja eksperte, eesmärgiga jagada häid näiteid ning pakkuda praktilisi juhiseid</p>	Võrreldes mentorlusega ei ole konkreetse turismiteenuse pakkujale kohaldatav	<p>Keskmine</p> <p>Tõstab teadlikkust kestlikkusest, standarditest ja sammudest, kuidas teenusepakkuja saaks tegevust kestlikumaks muuta. Annab praktilisi juhtnööre, aga ilmselt üldistatult</p>	<p>Kõrge</p> <p>Töötoad ja veebinarid on oluliselt lihtsam ja soodsam korraldada, kui individuaalset mentorlust, kasutades olemasolevaid kanaleid ja kontakte, ning kättesaadav ka kõigile väikestele ja maapiirkonna turismiteenuse pakkujatele. EIS on sarnaseid teenuseid juba pakkunud</p>
Soomes süsinikujalajälje kalkulaator ettevõtetele (loomisel ka sihtkohtadele mõeldud kalkulaator)	Võimaldab turismiteenuse pakkujal selgeks teha enda suurima süsinikujalajäljega tegevused	<p>Ei pruugi pakkuda lahendusi, kuidas jalajälge vähendada.</p> <p>Keskendub ainult süsinikujalajäljele, mitte terviklikult kestlikkusele</p>	<p>Keskmine</p> <p>Ei võta arvesse teisi keskkonnamõjusid ega sotsiaalset ja majanduslikku mõõdet, ent keskendub kliimamuutuste olulisima mõjuri (süsinikuheitme) mõõtmisele-vähendamisele</p>	<p>Kõrge</p> <p>Kompetentsi, andmeid ja näiteid on saadaval, nii et peaks olema hästi teostatav</p>

NÄITEID RIIKIDEST	TUGEVUSED	KITSASKOHAD	MÕJU	TEOSTATAVUS
Rootsis kestliku tootearenduse programm (HPU), mille eesmärk oli stimuleerida tootearendust, kestliku turismi innovatsiooni ja edendada praktilisi lahendusi seitsmes turismisihtkohas nii era- kui avaliku sektori turismiteenuse pakkujate seas	<p>Programm oli suunatud eeskätt turismisektori väike- ja mikroettevõtetele, soodustab kestlikkuse edendamist turismiteenuse pakkujate seas, kellele võivad mõningad muud kestlikkuse edendamise meetmed ja sertifikaadid muidu kättesaamatud olla.</p> <p>Programmi põhjal on välja töötatud ka organisatsioonis kestlikkuse arendamise raamistik ja metoodika ning süstemaatiline kestlikkuse suunas liikumise juhend kasutamiseks nii erasektori kui ka avaliku sektori organisatsioonides (tasuta kättesaadavad)</p>	<p>Kumbki Rootsi ekspert, kellega uuringus vestlesime, sellest programmist ei teadnud.</p> <p>Tootearenduse programm oli vabatahtlik ja suunatud konkreetsetele piirkondadele ehk kõigil soovijatel ei olnud sellest osavõtmiseks võimalust. Samuti ei sea selle põhjal välja töötatud juhised kellelegi kohustust kestlikkust arendada</p>	<p>Madal</p> <p>Osalemine/juhiste kasutamine põhineb vabatahtlikkusel ning suuniste laiaulatuslik rakendamine võib olla vähetõenäoline. Lähenedamine võiks olla erialaliitide</p>	<p>Madal</p> <p>Programmi väljatöötamine ja läbiviimine on kulukas ja ajamahukas.</p> <p>Eestis on juba välja arendatud kestliku turismi sammuseadja, mis sobib hästi väike- ja mikroettevõtetele esmaseks analüüsiks ja seejärel esimeste sammude planeerimiseks turismitoote või -teenuse arendamisel</p>
<p>Brändilubadus:</p> <p>Rootsis Visit Swedeni brändilubadus.</p> <p>Uus-Meremaal kestlikku reisimist tähistav nn Tiaki lubadus ning turismiliidu „Turismi kestlikkuse lubadus“</p>	<p>Uus-Meremaal on Tiaki lubaduse taga seitse turismisektori riiklikku ja erialast organisatsiooni, kes üheskoos propageerivad ettevõtetele meetmega liitumist, seeläbi kestlike põhimõtete rakendamist ja kestlikkuse turundamist, kasutades selleks loodud juhiseid ja materjale.</p> <p>Turismiliidu algatatud kestlikkuse lubadus on liikmetele kohustuslik ja sellega saavad liituda ka mitteliikmed. See sisaldab kestlikkuse plaani ja 12 eesmärki (lubadust), et 2025. aastaks oma tegevus kestlikuks muuta. Igal aastal tuleb edusammudest aru</p>	<p>Vabatahtlik, seega sõltub palju turismiteenuse pakkujate initsiatiivist ja motivatsioonist ning teadlikkusest.</p> <p>Ei pruugi ühilduda turismiteenuse pakkuja visiooniga enda brändist (turundusmaterjalid)</p>	<p>Keskmine</p> <p>Selline lubadus ei jõua paljude turismiteenuse pakkujateni, kui ei ole kohustuslik (nt erialaliidu liikmetele) ja eeldab organisatsioonisisest pühendumist kestlikkusele</p>	<p>Keskmine</p> <p>Eesmärgid peavad olema kohaldatavad erineva suurusega ettevõtetele ning kestlike põhimõtete rakendamiseks peaks keegi lubaduse täitmist kontrollima või vähemalt tunnustama</p>

NÄITEID RIIKIDEST	TUGEVUSED	KITSASKOHAD	MÕJU	TEOSTATAVUS
	<p>anda ning oma kestlikku tegevust väljapoole kommunikeerida.</p> <p>Rootsi brändilubadus on Visit Swedeni kestlikkuse edendamise algatus, mis pakub samuti ühtseid sõnumeid ja materjale, mida lubadusega liitunud piirkonnad ja sihtkohad Rootsi kui turismisihtkoha tutvustamiseks kasutavad. Muuseas korraldatakse liitunute turundusjuhtidega töötubasid, et neile selgitada, mida nad saavad ise ära teha</p>			
<p>Soome kestliku tarbimise ja tootmise komitee algatatud) riiklik kestliku tarbimise ja tootmise programm „Vähemast rohkem ja paremini“ („Getting More and Better from Less“), mis sisaldab meetmeid tarbimise ja tootmise vähendamiseks</p>	<p>Sisaldab muuhulgas ettepanekuid keskkonnasõbralike vaba aja veetmise rajatiste ja võimaluste laiendamiseks ning paremaks märgistamiseks ja turundamiseks, võimalusi auto- ja lennureiside vähendamiseks ning kestlikumate transpordivahendite kasutamise propageerimiseks (nt raudteevõrgustikku investeerimine ja subsideerimine hinnaerinevuse tekitamiseks).</p> <p>Soodustab riikide vahelist ning avaliku ja erasektori koostööd (nt projektid Lights On! ja „Kestlikud väravad“)</p>	<p>Üldine, eeldab konkreetsemaid valdkondlikke tegevusplaanid</p>	<p>Keskmine</p> <p>Soovituslik, ent laiaulatuslik: sisaldab meetmeid nii tarbijakäitumise nügimiseks kui ka erinevatele sektoritele kestlikkuse edendamiseks.</p>	<p>Keskmine</p> <p>Potentsiaalselt miski, mis võikski sisaldada riigi kestlikkuse eesmärgi ja visiooni ning konkreetseid ettepanekuid selle saavutamiseks.</p>
<p>Hariduses kestlikkuse põhimõtete lõimimine õppekavadesse</p>	<p>Soome näitel on kliimamuutuste teema lisatud õppekavadesse lasteaiast ülikoolini – loob alusteadmised sellest, miks on kestlikkus oluline</p>	<p>Vaade tundub Soomes liiga kliima- (ja keskkonna) keskne ja ilmselt üldine</p>	<p>Madal</p> <p>Hariduse kaudu teadlikkuse tõstmine on väga pikaajaline protsess, nii et õppekavade kaudu</p>	<p>Keskmine</p> <p>Võtab aega, võiks olla riigi algatatud, aga toimib ka õppeasutuse tasandil (Tartu Ülikoolis näiteks on kestlikkus</p>

NÄITEID RIIKIDEST	TUGEVUSED	KITSASKOHAD	MÕJU	TEOSTATAVUS
			lähenedes ulatub mõju aastakümnete taha tulevikku	tegevustesse ja õppekavadesse lõimitud, ka põhikooliirilik õppekava sätestab ühe läbiva (aineülese) teemana „keskkond ja jätkusuutlik areng“)
Rootsis ökoturismi sertifikaat/märgis, nt Nature's Best	Kohalikul tasandil tuntud. Viib kokku teadlikud reisijad ja kestlikke põhimõtteid rakendavad loodus- ja kultuuriturismi teenuse pakkujad. Nii tööriist kestlikkuse süstemaatiliseks edendamiseks ettevõttes kui ka kvaliteedimärgis	Rahvusvaheliselt ei teata. Visit Sweden propageerib hoopis GSTC standardeid	Madal Kohalik standard ei pruugi turismiteenuse pakujatele huvi pakkuda, märgiseid juurde ei soovita ning rahvusvaheliselt on kohalikes standardites raske orienteeruda	Keskmine Väljatöötamine ja sertifitseerimise protsess kulukas
Šveitsis Switzerland Mobility veebiplatvorm ja mobiilirakendus aktiivse puhkuse kavandamiseks	Pakub ühtselt tähistatud matkaradasid kogu riigis, mis on ühistranspordiga kooskõlastatud	Eeldab nii tähistatud matkaradasid kui ka ühistranspordivõimalusi nende algus- ja lõpp-punktidest	Madal Eesti ühistransporditaristu ei võimalda eriti paindlikku ja kestlikku sihtkohtadesse / matkaradadeni ja nende vahelist liiklemist	Madal Esmalt peaks looma kestliku ühistransporditaristu
Šveitsis OK:GO algatus ja platvorm võimaldab turismisektoris tegutsejatel avaldada oma pakumiste ja teenuste füüsilise ligipääsetavuse informatsiooni liikumiskustega reisijatele	Kokkukoondatult erinevate turismiteenuse pakujate ligipääsetavuse info, mõeldes eeskätt liikumiskustega reisijatele	Sõltub palju sellest, kui head ja täpset infot suudab teenusepakkuja anda	Keskmine Algatus võib tuua kaasa mõningase kasuliku muutuse, kui ettevõtte aktiivselt osalevad ja jagavad teavet oma teenuste ligipääsetavuse kohta	Madal Algatus võib nõuda mõningaid muudatusi või märkimisväärseid lisaressursse. Alustada tuleks sellest, et ligipääsetavus on üldse tagatud ja seejärel suurendada ettevõtete teadlikkust sellest, et infot ligipääsetavuse kohta tuleks jagada, ja seda ka soodustada
Šveitsis turistile mõeldud reisijapass ühistranspordiga liiklemiseks ja muuseumide	Välituristile mõeldud reisipass pakub piiramatu reisimise võimalust rongi, bussi ja paadiga	Eestis on võimalused ühistranspordiga	Madal Ilmselt ei ole Eestis mõttekas, kuna võimalused ühistranspordiga	Madal Transpordivõimaluste ühendamine tervikuks eeldaks vastavat otsust ja

NÄITEID RIIKIDEST	TUGEVUSED	KITSASKOHAD	MÕJU	TEOSTATAVUS
külastamiseks kogu riigis (Swiss Travel Pass)	kogu riigi piires ning sisaldab tasuta sissepääsu 500 muuseumisse	turismi sihtkohtadesse ja nende vahel (mugavalt) liigelda piiratud	turismi sihtkohtadesse ja nende vahel (mugavalt) liigelda on piiratud	tegevusplaan ning on aja- ja ressursimahukas. Samas on Eestis analoogne pass Tallinnas, mis sisaldab nii ühistranspordi kui ka atraktsioonide pileteid, nii et sellest kogemusest saaks õppida

PRAKTIKA: Kestlike ettevõtete tunnustamine

Šveitsis erinevad kestlikkuse auhinnad. Sloveenias „Sejalec“ tiitel elamustele, millel on kõrge turupotentsiaal ja püsiv kvaliteetne pakkumine, mis on suunatud nii sise- kui ka väliskülalistele	Šveitsi auhinnad tunnustavad ja julgustavad uuenduslikkust, majandusedu ja keskkonnamõju vähendamise ühildamist, sotsiaalselt vastutustundlikku turismi, uuenduslikkust ja praktilisi lahendusi. „Sejalec“ auhinnaga tunnustatakse Sloveenias elamusi, mis loovad võimalikult lühikese aja jooksul lisaväärtust. Kandidaate hinnatakse viies kategoorias: kestlikkus, autentsus, omanäolisus, innovatsioon ja turupotentsiaal	Tegemist on kohalike auhindadega, millel ei ole rahvusvahelist tunnustust ja millest väliskülastajad ei ole teadlikud	Madal Ei ole tõenäoliselt kättesaadav paljudele väike- ja mikroettevõtjatele, sest võib eeldada investeeringuid innovatsiooni jms	Keskmine Tunnustamine ja auhinna väljaandmine on teostatav, ehkki eeldab juhiste väljatöötamist ning põhjendatud ja mõttestatud kriteeriume, mis kutsuks turismiteenuse pakkujaid osalema ja pingutama. Võiks olla suunatud ka nendele turismiteenuse pakkujatele, kelle seas kestliku turismi põhimõtete rakendamine ei ole väga levinud ja kel ei ole kestlikkuse määrgiseid
--	--	---	--	---

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 tuntuvalt 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, kogevad 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 eesmärgi 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 kuivõrd 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. Eelnevalt nähtub teadlikkuse puudus, kuivõrd 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, laagripitsidele 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, tõstes 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 Eesti-sisese koostöövõrgustikuga teenusepakkujad. See tuleneb välispartnerite või omanike seatud kestlikust puudutavatest tingimustest, mida turismiteenuse pakkujad peaksid järgima, kui soovivad näiteks Skandinaavia ettevõtete 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 arenda. 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 võõrtöötajatele õiglase palga maksmine.

Küsisime ka [eksperdilt 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

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

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 järeldub, et kestlikkuse majanduslikku, aga eriti ühiskondlikku mõõdet ei oska turismiteenuse pakkujad kestliku turismiga seostada. Fookusgrupi intervjuudest järeldub, 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)

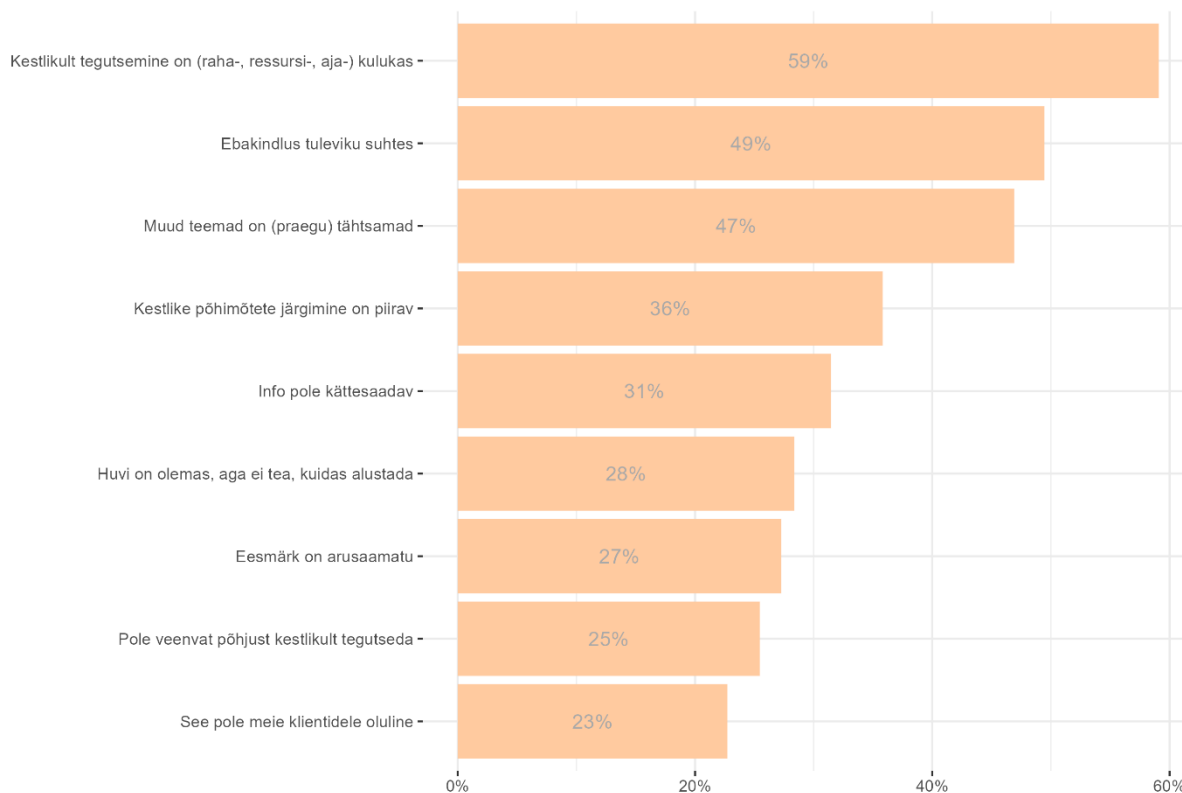
Järgmiseks uurisime turismisektori asjaosalistelt, mis nende arvates on neid takistanud või võib takistada kestlikult tegutsemast. Fookusgrupi aruteludes tõstati kestlikkuse edendamisel levinud takistusena riigi selge sõnumi, ootuste, eesmärkide ja juhiste ehk **kestlikkuse keskse koordineerimise puudumine**. 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, kestlikkuse põhimõtteid ja eesmarke, 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 eesmarke 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%).**



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

³⁰ Ankeetküsitluse küsimused on toodud aruande Lisa 1. Ankeetküsitlus

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 realselt neid probleeme lahendama, jõuame me sinna, 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 intervjuueeritud [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 jäätmevõttele 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) tühjendamiseks.

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 eksperdigaga](#) 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 taaskäitlusele, 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 küllastajale 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 keskkonnahoidlikkust 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 ebahütlase 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 kestlike 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 konkurentsiga 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 argumentidega 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 mõõtetest 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 intervjuueritud teenusepakkujad olid ilmselt pigem eesrindlikud ja laiemalt mõtlevad 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 ministriumite 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 pakujate 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.

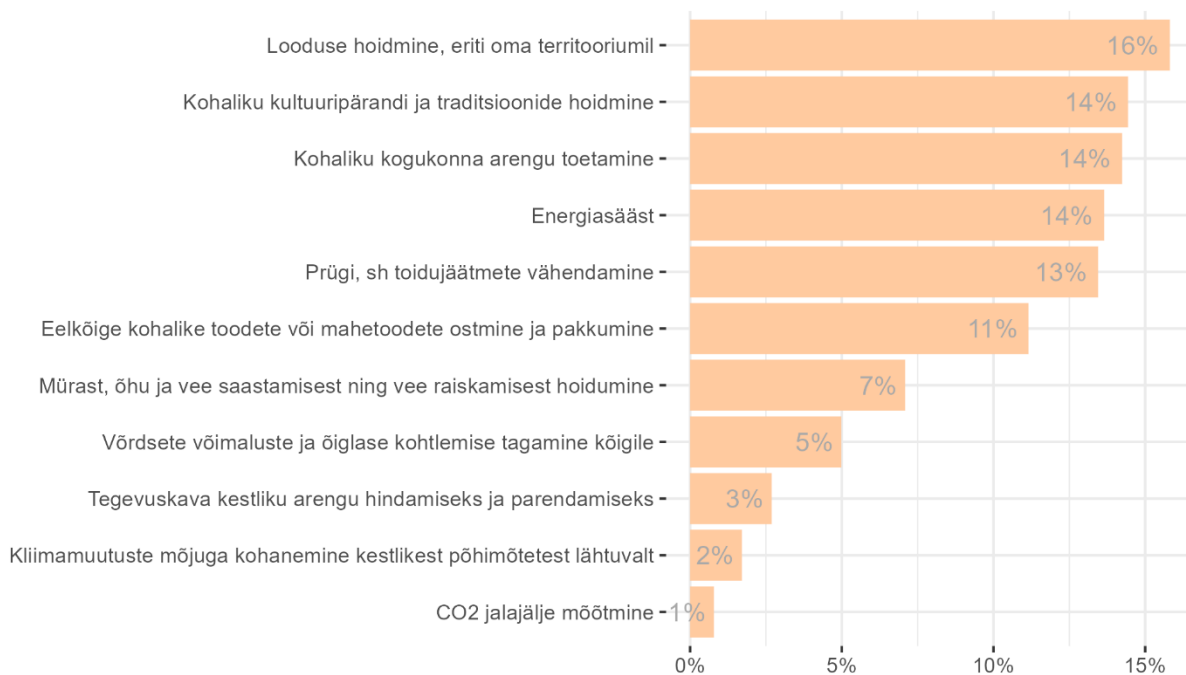
Selles peatükis käsitleme seda, kuidas hindavad uuringus osalenud turismiteenuse pakkujad erinevate kestliku turismi eesmärkide olulisust ning kas see erineb piirkonniti, tegevusvaldkonniti ja töötajate arvu järgi. Samuti teeme ülevaate kestlikest tegevustest, mida turismiteenuse pakkujad juba rakendavad. Viimaseks vaatame, milliseid võimalusi võib kestlikum tegutsemine osalenute arvates tuua ning mis motiveeriks neid kestlikkuse eesmärkide poole püüdma. 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 eesmarke 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](#)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, õiglase 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 atraktsioonide 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)	Atraksioon (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, õiglane 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 pakumine	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 turismisihthohana.

„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 puhkuseraisi 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 küllastajatele 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, räätсарahu). Loodusturismi pakkujad kogevad üha enam, et välituristid soovivad lühikese aja jooksul kogeda võimalikult palju, mistõttu looduskeskkond kannatab. Kui riik ei hoia 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 räätсарajälg – 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 lepidi kokku räätсарaturismi hea tava: kevaditi, kui on lindude pesitsusaeg ja loodus veel õrn, käiakse rabades vähem ja konksudeta räätсарadega. 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, ilmnes, et oluline on keskenduda **transpordi keskkonnamõjude 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 transpordiinfrastruktuuri 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 jalajälg on juba tohutu, 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](#)).

Süsinikujalajälje 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 süsinikujalajälje mõõtmine tundub liiga abstraktne ning ei teata, kuidas ja mida andmetega peale hakata, ehkki transpordisektori esindajad töid 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 ilmnenuid 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.

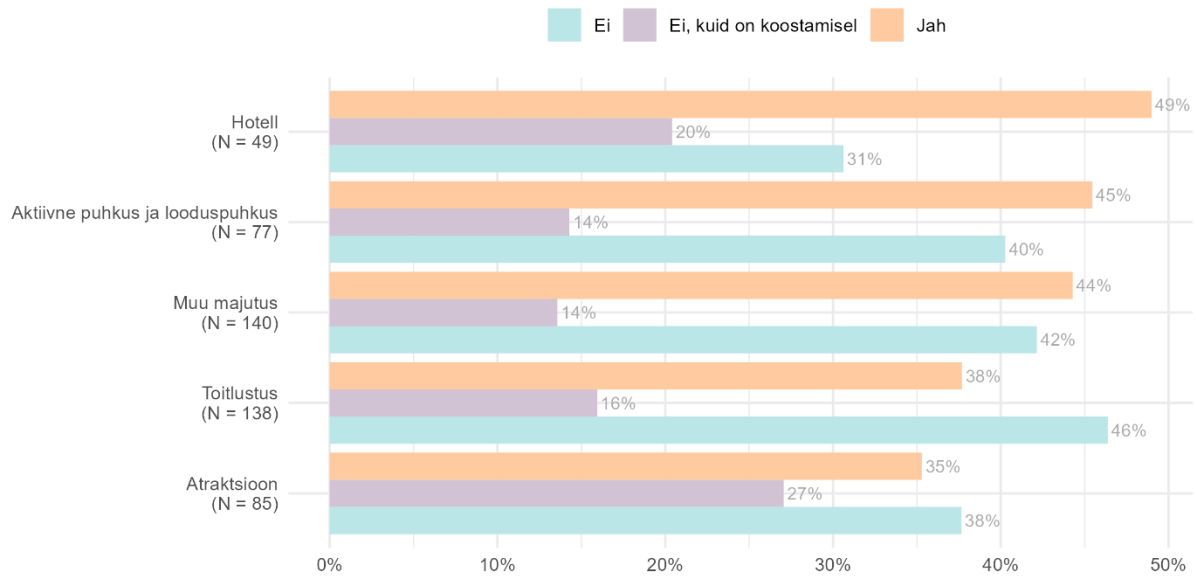
„Kliimamõju kõlab ettevõtja jaoks kaugel ja eluvõõrana -- ei saa sellest aru. Samuti ei oska oma jalajälje tulemusega midagi peale hakata.“ (Majutusettevõtja)

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 eeskuju ja survet juhiste ja standardite näol, mis võiks tõsta turismiteenuse pakkujate motivatsiooni ning omakorda riigi konkurentsivõimet turismisihtkohana.

4.2.2. Sammud kestlikuma turismi suunal

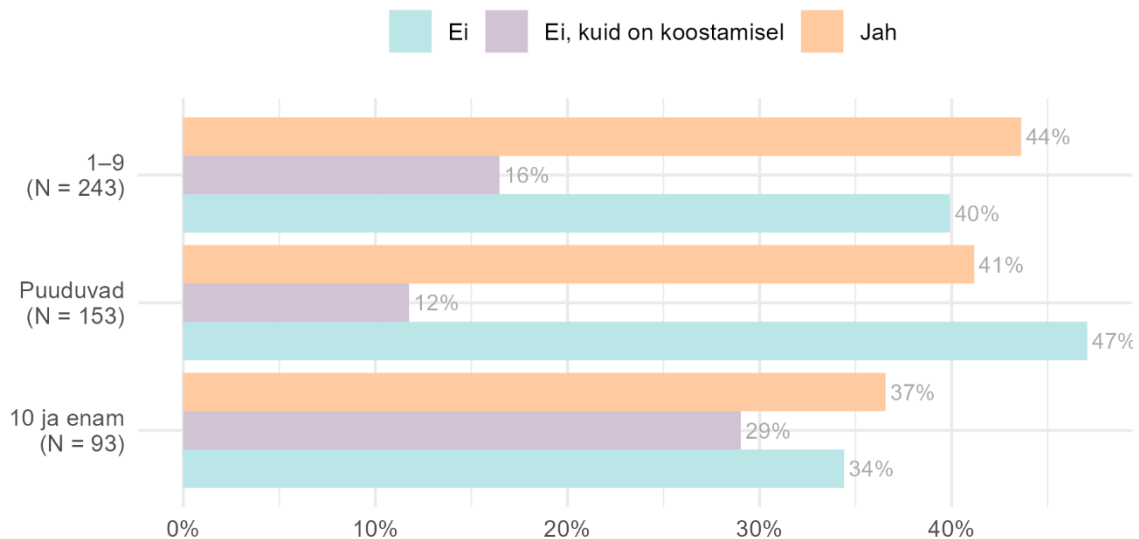
Lisaks sellele, milliseid kestlikke eesmärke peeti oluliseks, uurisime küsitluses osalenud turismiteenuse pakkujatelt, kas nende organisatsioonis on **kokku lepitud kestliku tegutsemise põhimõtted**. Joonis 5 annab sellest **tegevusvaldkonniti** ülevaate³³. Hotelliettevõtluses on enim (49%) neid, kes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

³³ Välja jäetud vastusevariandi „Ei oska öelda“ osakaalud.



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

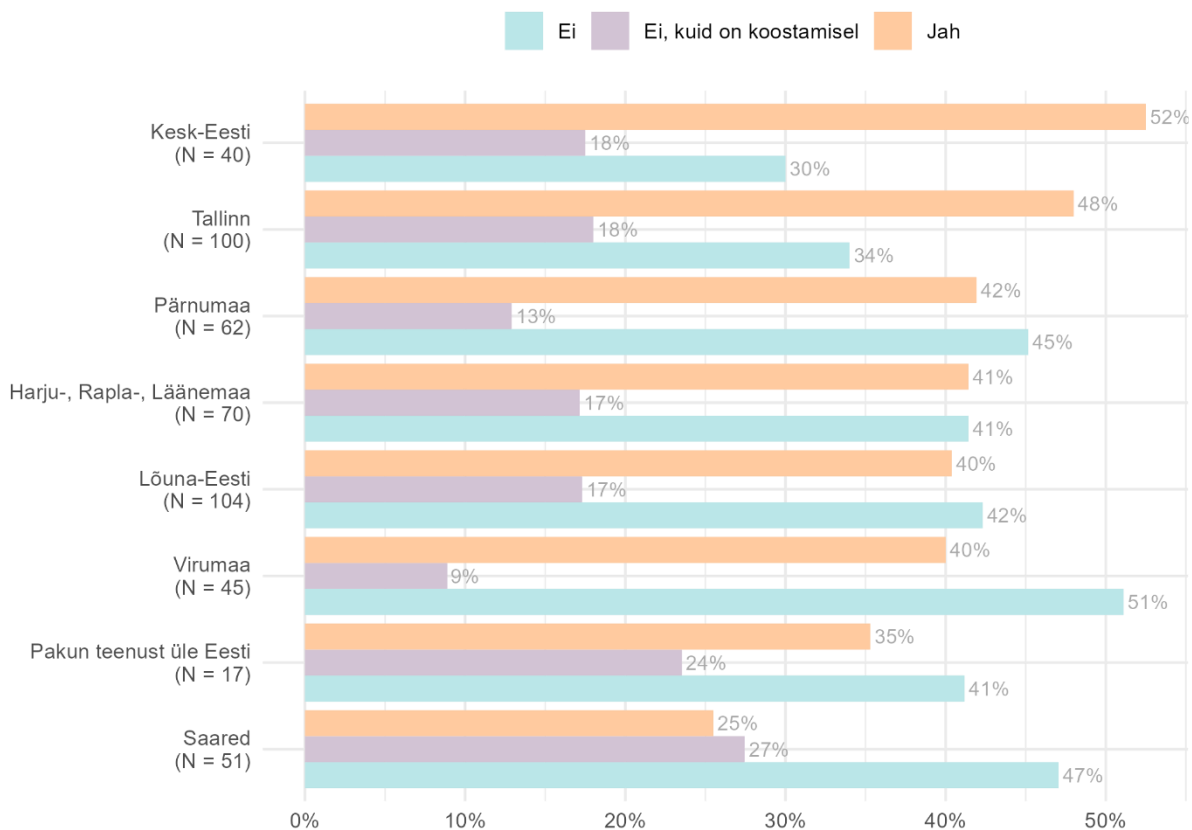
Kui vaadata seda, kuidas jaotuvad vastused samale küsimusele turismiteenuse pakujate suuruse ehk **töötajate arvu näitaja järgi**, siis joonis 6 esitatud andmete alusel võime öelda, et töötajate arvu ja kestliku tegutsemise põhimõtete olemasolu vahel on statistiliselt oluline seos³². 10 või enama töötajaga turismiteenuse pakujad erinevad teistest selles, et neil on suurem tõenäosus vastata „Ei, kuid on koostamisel“ ja väiksem tõenäosus vastata „Ei oska öelda“. Teenusepakujad, 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 pakujates töötajate arvu järgi (N=489). Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakujate seas (2023).

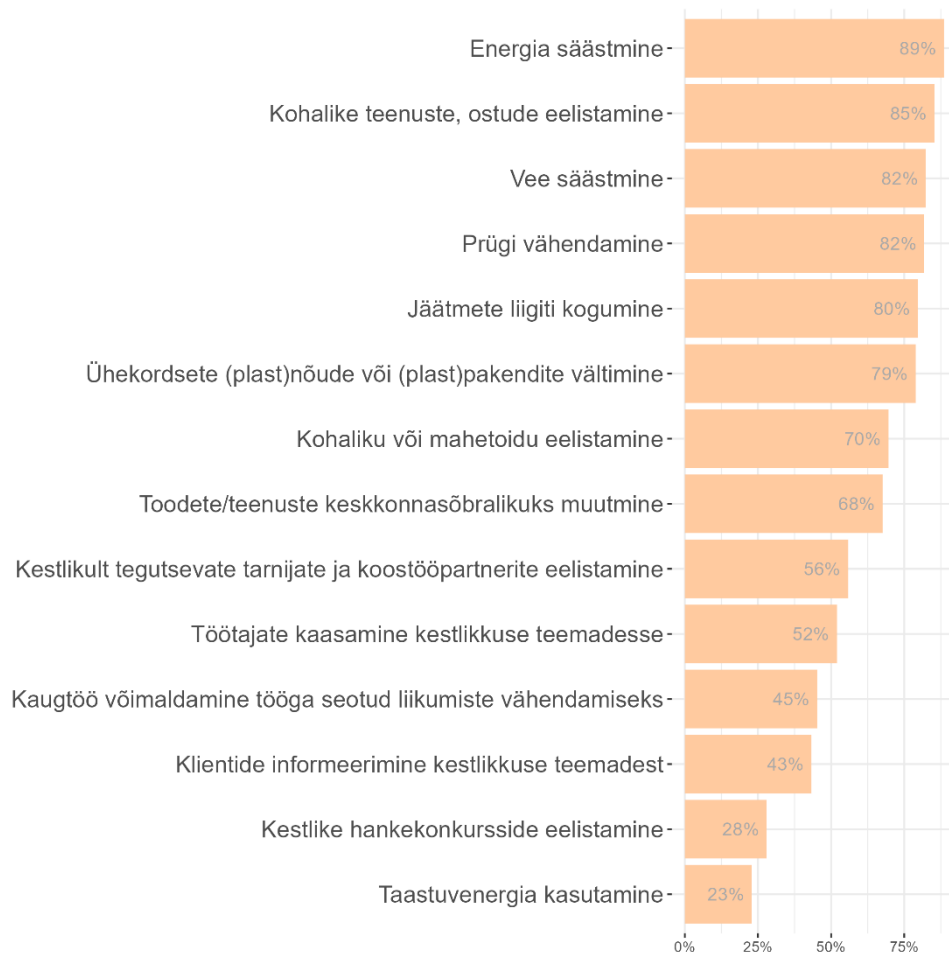
Jaotades vastused piirkonniti (Joonis 7), on näha, et küsitluse põhjal on veidi vähem (25%) põhimõtted kokku lepitud Hiiu- ja Saaremaal tegutsevate turismiteenuse pakujate seas ja võrreldes teistega enam (53%) Kesk-

Eesti teenusepakkujates. Teiste piirkondade puhul on proportsioonid pigem sarnased. Samas ei ole piirkonna ja põhimõtete kokkuleppimise vahel statistiliselt olulist seost.



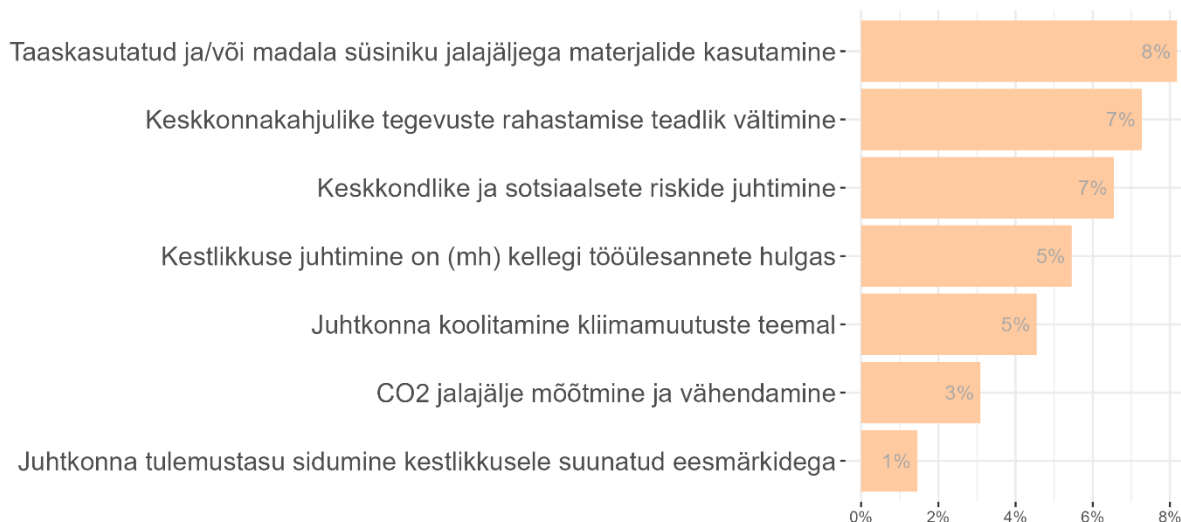
Joonis 7. Kestlike põhimõtete kokkuleppimine turismiteenuse pakkujate seas piirkonniti (N=489). Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

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



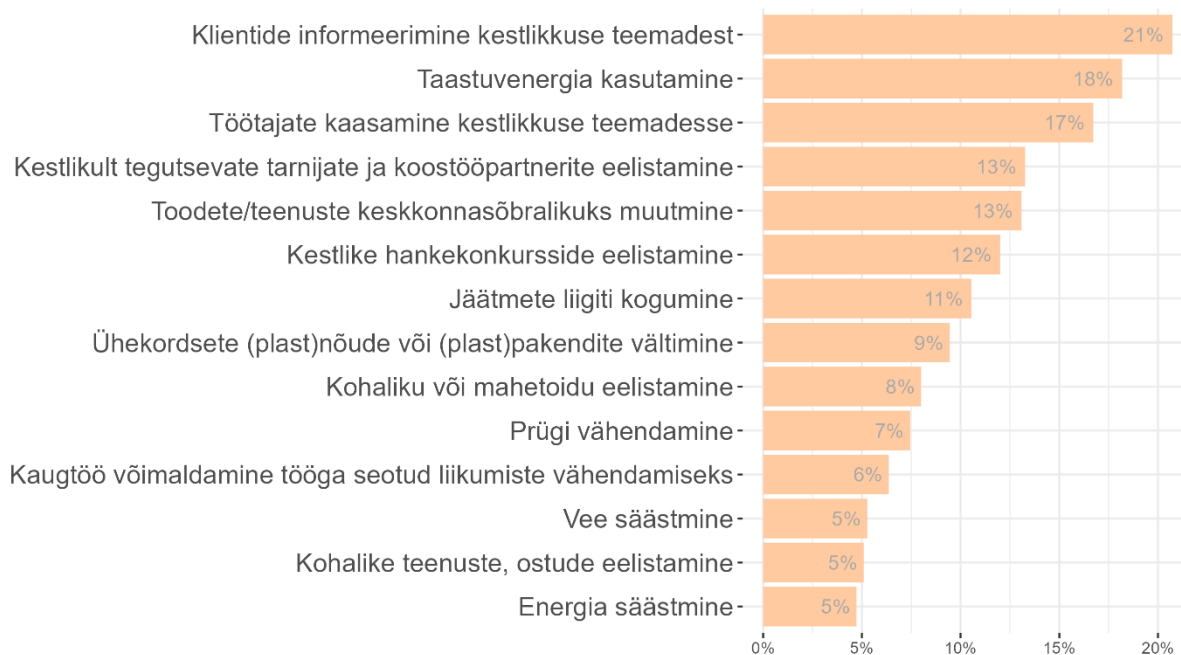
Joonis 8. Tegevused kestlikkuse suunas, mida turismiteenuse pakkujad juba rakendavad (N=550). Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakujate seas (2023).

Suurematelt turismiteenuse pakujatelt, 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%).

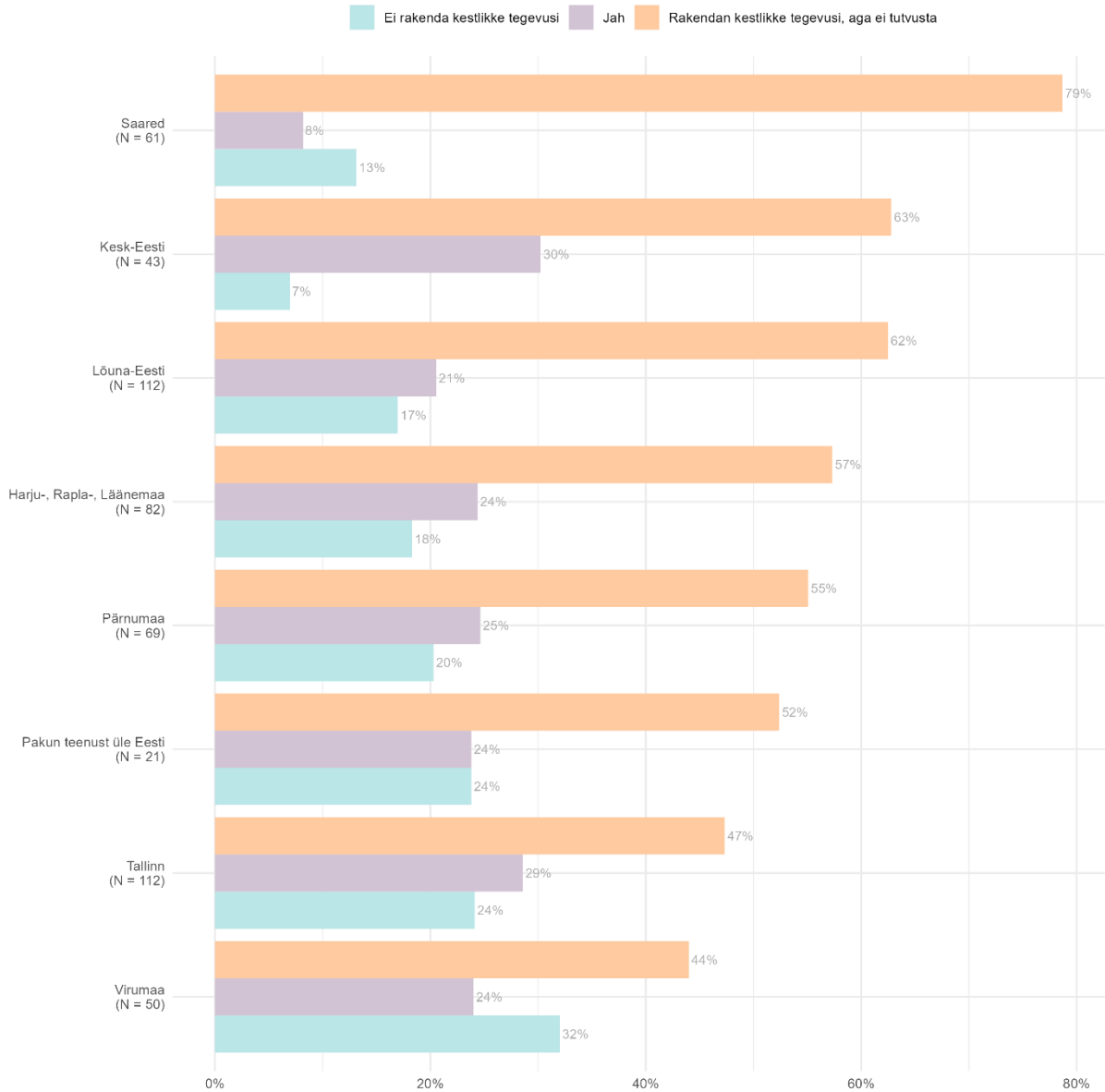


Joonis 10. Tegevused kestlikkuse suunas, mida turismiteenuse pakkujad veel ei rakenda, aga plaanivad 2023. aastal alustada (N=550). Allikas: Kestliku turismi küsitlus turismiteenuse pakkujate seas (2023).

Küsitlusest selgubki, et kuigi turismiteenuse pakkujad tajuvad klientide ootust kestlikumalt tegutseda ja ootustele vastamist peetakse oluliseks, tutvustatakse oma kestlike tegevusi klientidele vaid vähesel määral. Joonis 11 annab ülevaate piirkonniti sellest, kas rakendatavaid kestlike 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 laiema hulga 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 taastuenergia 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 teevad 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 konkurentsieelse, 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 suurusele varieeruda. Fookusgrupi intervjuudes eristusid kahte tüüpi motivatsiooniga grupid, suuruse ja tegevuspiirkonna ning sektori alusel:

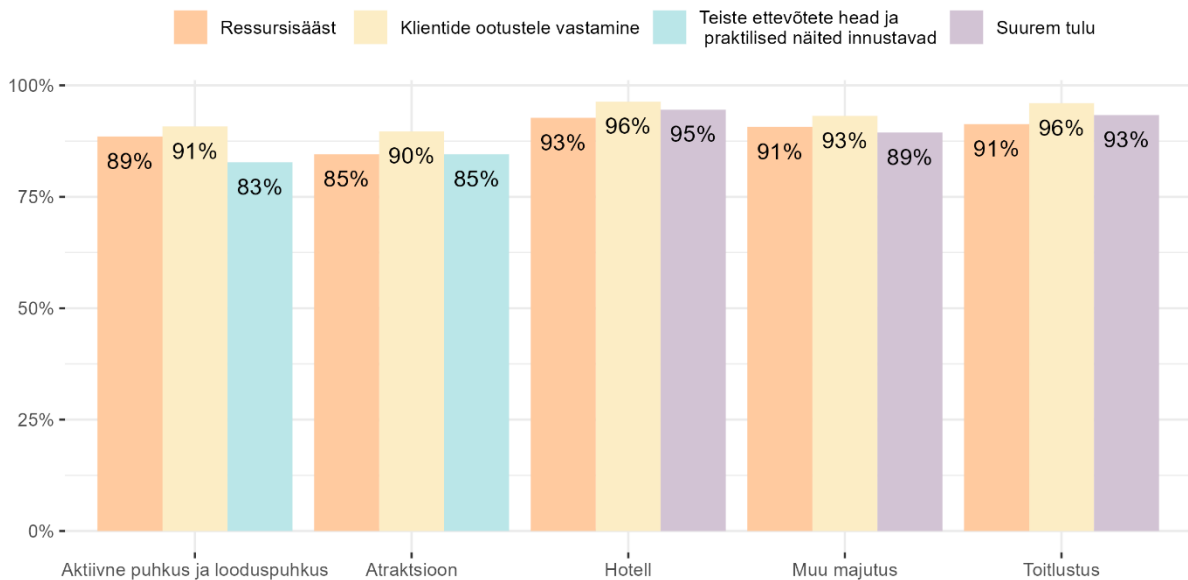
- **väikesed ja maapiirkondade turismiteenuse pakkujad** tegutsevad kestlikult pigem sisemise innu ajel. Ka käivad siia alla keskkonna ja looduse heaolu eest suuremat vastutust tundvad teenusepakkujad, näiteks looduspuhkuse ja -turismi pakkujad, kes tegutsevad kestlikult enese teadlikkusest;
- **suuremate 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 hotelliettevtlusega tegutsejaid motiveeriks kestlikult, tähtsuselt

teisena, tegutsema **suurem tulu** ning kolmandana ressursisääst. Silmas tasub pidada, et erinevused motiveerivate tegurite tähtsuse järjekorras tegevusalade lõikes on väiksed. Kui jagada motiveerivad tegurid töötajate arvu järgi, on olenemata teenusepakkuja suurusest esikohal klientide ootustele vastamine. Kümne ja enama töötajaga turismiteenuse pakkujate puhul on tähtsusetl teine tegur suurem tulu. Väiksemate turismiteenuse pakkujate puhul on teisel kohal ressursisääst.



Joonis 12. Kestlikku tegutsemist motiveerivad tegurid turismiteenuse pakkujate hulgas tegevusalali (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 toetusmeetmete 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 n-ö mängureeglites, 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 kestlikke eesmärke 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 käitaks 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 välisküllastajate huvi sihtkohariigi vastu tervikuna. Prioriteetsete tegevustena tõid 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 vähesi, 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 kestlikkuse 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 investeringuid 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 keskkonnajalajäljega.“ (Erialaliidu esindaja)

Kestlikkuse edendamisel on kõige olulisem, et ka **riik ise näitab eeskuju** kestlikkuse nõuetega ostudel ja hangetel ning keskkonnanõuena. 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.

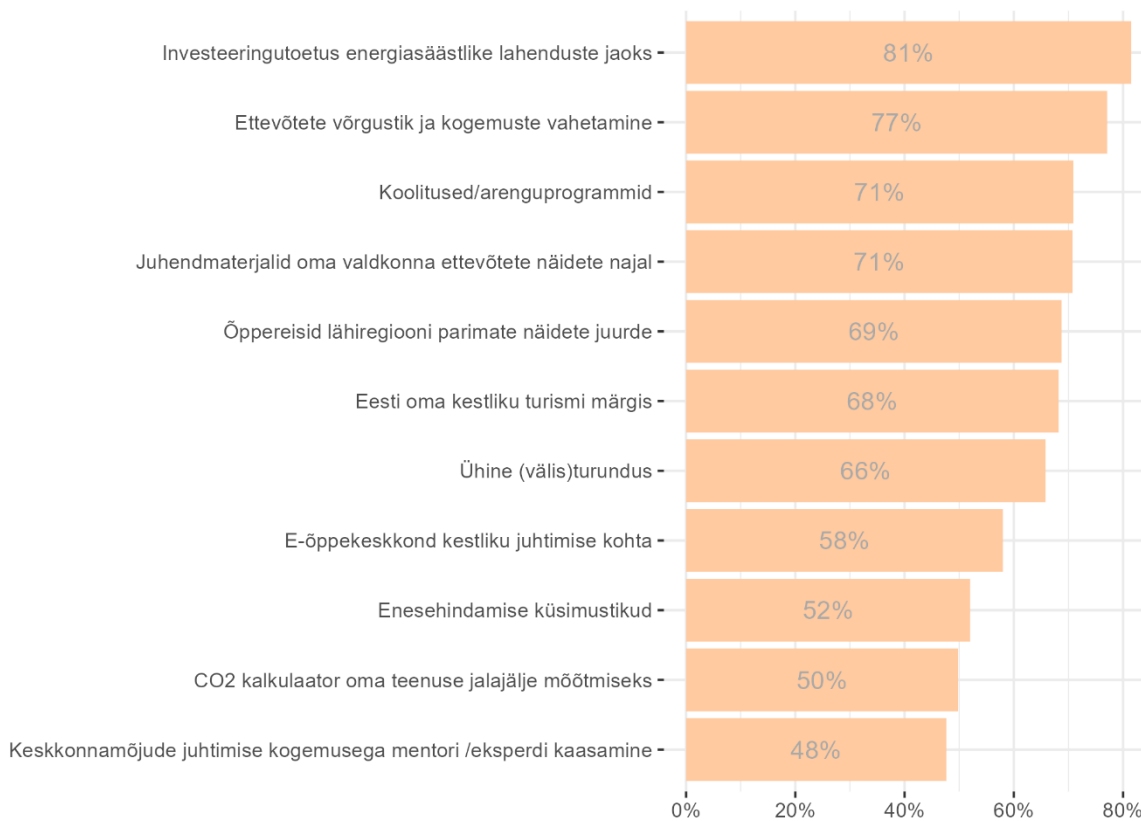
Uuringus osalenud ministeeriumide esindajad rõhutavad selge kestlikkuse üleminekukava vajalikkust. Kliimaministeerium toob välja võimaluse sõlmida ka turismisektori organisatsioonidega n-ö vaba tahte kokkulepe, mille raames valdkonna organisatsioonid loovad ise üleminekukava ja teekaardi oma valdkonnale, 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 väljatöötatav kliimaseadus ja MKMi koostatav turismi pikk vaade annavad teiste seas ka ministeeriumidele ühtsed ja selged suunised.

Uuringu käigus intervjuueeritud **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.

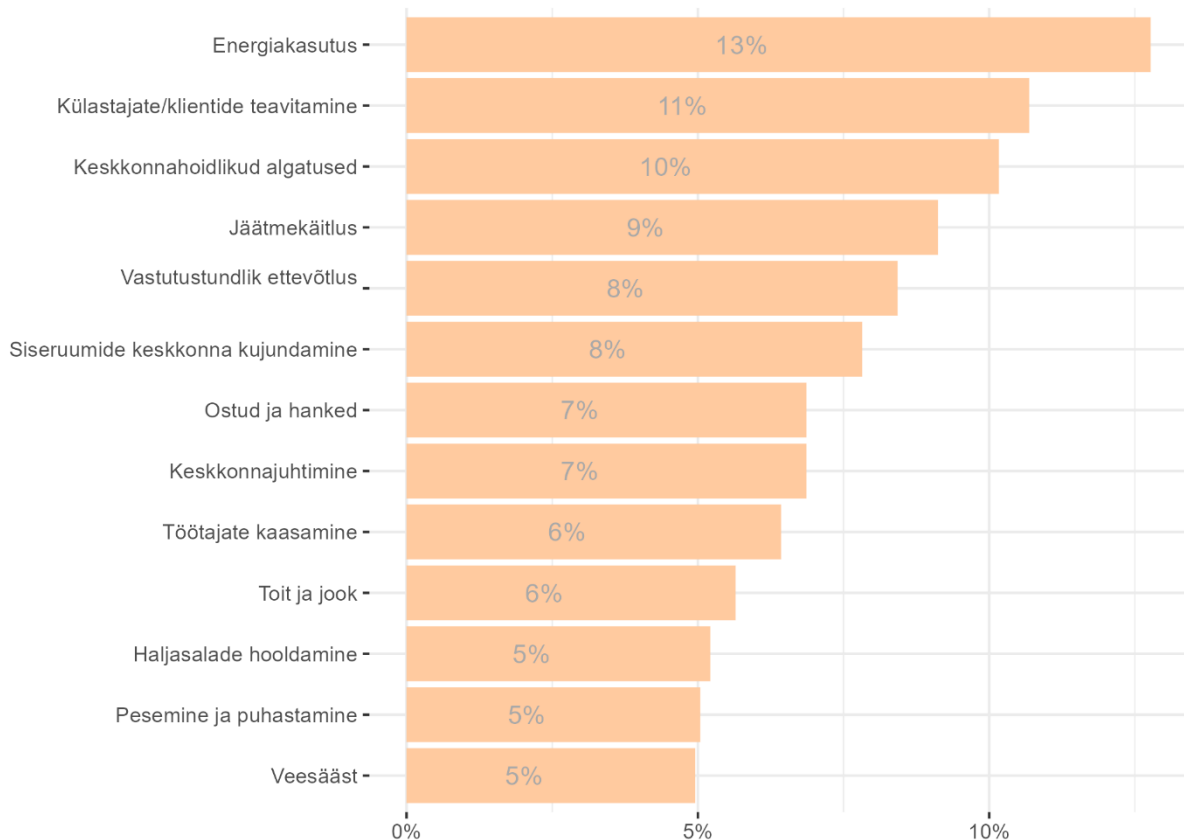
Ankeetküsitluses tõid turismiteenuse pakkujate esindajad etteantud valikust olulisimate tugimeetmetena esile investeringutoetuse energiasäästlike lahenduste jaoks, ettevõtete võrgustiku ja kogemuste vahetamise ning koolitused-arenguprogrammid ja juhendmaterjalid oma valdkonna ettevõtete näidete najal (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 investeringutoetust energiasäästlike lahenduste jaoks. Looduspuhkuse pakkujate hulgas oli sellest toest veidi olulisem ettevõtete võrgustik ja kogemuste vahetamine. Nende hinnangul oli investeringutoega samaväärselt olulised ka võimalus külastada lähiregiooni parimaid kestliku turismi näiteid, koolitused-arenguprogrammid kui ka ühine (välis)turundus. Need teenusepakkujad, kel on kümme ja enam töötajat, peavad esmajoones oluliseks investeringutoetust ning teisena juhendmaterjale oma valdkonna teenusepakkujate näidete najal. Need, kel töötajaid 1–9 hindaksid samuti enim investeringutoetusi ning teisena võimalust võrgustuda ja kogemusi vahetada. Need, kel töötajaid pole, pidasid küsitluse põhjal esmatähtsaks võrgustumisvõimalusi ja seejärel investeringutoetuste 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, külastajate või klientide teavitamisega ja keskkonnahoidlike algatustega seotud infot.



Joonis 14. Green Key kriteeriumeid puuduvad 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 välisturgudel**.

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

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?“

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 mõõtmised 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.

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 ärisectori kui ka haridus- ja teadusasutustega, et soodustada sektorite vahelist teadmusvahetust 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 töid 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 infot eraldi taotluse 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. Liati 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 olulise 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. Sellist 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 eesmärgid 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.

5. JÄRELDUSED

Järgnevalt võtame uuringu kokku oluliste järeldustega, et vastata uuringu lähteküsimustele: milline on Eesti turismiteenuse pakkujate hetkeolukord (teadlikkus, valmisolek, takistused, võimalused) kestliku turismi vaatest; kuidas saab turismiteenuse pakkujaid kestlikku turismi panustamisel toetada, tõstmaks teadlikkust ja valmisolekut?

Teadlikkus

- Turismiteenuse pakkujate seas puudub ühtne arusaam, mis on kestlikkus turismis ja millised tegevused on kestlikud.
- Teadlikkus ja valmidus kestlike põhimõtteid järgida on kõrgem suuremate, rahvusvahelist koostööd tegevate ja välituristi teenindavate turismiteenuse pakkujate seas, aga ka suurema keskkonnamõjuga ja loodusturismiteenuse pakkujate seas.
- Fookusgruppides osalenute hinnangul on siseturisti teadlikkus kestlikkusest pigem madal ja tarbijakultuur raiskav ehk nõudluse puudumine pole soodustanud kestliku turismi põhimõtete rakendamist.
- Üldiselt seostavad turismiteenuse pakkujad kestlikkust keskkonnateemadega ning sotsiaalset ja majanduslikku mõõdet ei olda sageli osatud kestlikkusega seostada.

Takistused

- Turismiteenuse pakkujad tunnevad puudust kestlikkuse kesksest koordineerimisest riigis ning selgest sõnumist, ootustest, eesmärkidest ja juhistest turismisektorile.
- Teadlikkuse puuduses kardavad turismiteenuse pakkujad teha kestlike valikuid ja/või neid reklaamida, seda ohu tõttu langeda rohepesu ohvriks.
- Samuti takistab turismiteenuse pakkujaid kestlikult tegutsemast selle kulukus, tööjõu-, aja- ja rahapuudus ning muude teemade prioriteetsus (tihti on selleks lihtsalt ellujäämine), aga ka ebakindel majanduspoliitiline olukord praegu ja tulevikus ning nõudluse langus viimastel aastatel.
- Osadele turismiteenuse pakkujatele valmistavad väljakutseid veel jäätmekäitlus ja ringmajandus, milles tuntakse võimetust ise muutusi luua, aga ka kestlikumate alternatiivide (toodete, teenuste) puudus tarneahelas ja kestlike koostööpartnerite vähesus.

Valmisolek

- Turismiteenuse pakkujad tajuvad, et kestlike põhimõtete ebapiisav rakendamine vähendab nii teenusepakkuja kui ka riigi konkurentsivõimet ja mainet turismisihtkohana.
- Turismiteenuse pakkujate jaoks olulisimad kestlikkuse eesmärgid looduse hoidmine, kogukonna arengu toetamine ning kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine.
- Kuus enamlevinud kestlikku tegevust, mida küsitluses osalenud turismiteenuse pakkujad juba teevad, on energia säästmine, kohalike teenuste ja ostude eelistamine, vee säästmine, prügi vähendamine, jäätmete liigiti kogumine ja ühekordsete (plast)nõude või (plast)pakendite vältimine.
- Samuti on paljudel turismiteenuse pakkujatel lähima paari aasta jooksul plaanis muuhulgas alustada klientide informeerimist kestlikkuse teemadest.

Võimalused

- Turismiteenuse pakkujad teevad juba ka enese teadmata hulganisti kestlikke samme – ringbiomajandus maaturismiettevõtetes, õiglase tasu maksmine, kogukonna heaolu suurendamine, kultuuripärandi hoidmine, energia säästmine jne –, mida ei osata kestlikuna tutvustada, ehkki see võiks luua külastaja seisukohast lisandväärtust.
- Turismiteenuse pakkujaid motiveerib kestlikult tegutsema enim klientide ootustele vastamine ehk konkurentsieelis, ressursisääst, teiste teenusepakkujate eeskuju ja kogemuste jagamine (nt kestlike turismiteenuse pakkujate võrgustikud), aga ka suurem tulu.
- Samuti oleks laiapõhjalisema muutuse saavutamisel abiks kestlike turismiteenuse pakkujate tunnustamine ja turundamine ning toetamine maksusoodustuste või toetusmeetmete näol.

Toevajadus

- Teadlikkuse tõstmiseks ootavad turismiteenuse pakkujad riigilt turismisektorile vastavalt sektori suurtele mõjukohtadele ühtseid eesmärke ja juhiseid.
- Uuringus osalenud peavad oluliseks, et juhistes olevate kestlike sammude mõju (keskkonnale, ühiskonnale, majandusele) on põhjendatud.
- Samuti ootavad uuringus osalenud turismiteenuse pakkujad haridusasutustelt kestlikkuse laiaulatuslikku lõimimist õppekavadesse.
- Turismiteenuse pakkujate suurim investeeringuvajadus on energiatõhususe tõstmisel – taastuvenergia kasutuselevõtul, hoonete soojustamisel ja renoveerimisel, ventilatsioonisüsteemide uuendamisel – ning ligipääsetavuse ehk kestliku transporditaristu võimaldamisel.
- Ka muid kestlikumale tegutsemisele üleminekuga kaasnevaid lahendusi – tehnika ja transpordivahendite väljavahetamine, sobilikemate jäätmemahutite hankimine – võiks riik toetada, eriti väikeste ja maapiirkonna turismiteenuse pakkujate puhul.

6. ETTEPANEKUD JA SOOVITUSED

6.1. Sissejuhatus

Uuringu kvantitatiivse ja kvalitatiivse osa sünteesi tulemusel oleme kujundanud ettepanekud kestliku turismi edendamiseks Eestis. Ettepanekute juures oleme võimalusel toonud ära konkreetseid elluviimissoovitused. Esialsed ettepanekud ja soovitused töötasime läbi kolmes etapis: kahel arutelupäeval turismisektori asjaosalistega ning kolmandal kokkusaamisel kogusime tagasisidet tellijaga (EISI turismiosakonna ja kestlikkuse eest vastutavate töötajatega teistest osakondadest) peetud arutelus.

Ettepanekud oleme jaotanud kolme kategooriasse, tulenevalt uuringus tuvastatud peamistest takistustest, mis pidurdavad turismiteenuse pakkujaid kestliku turismi poole liikumisel, vajadustest ja ootustest riigile.

- 1. Teadlikkus ja koostöö:** teadlikkuse, teabe ja sõnumiga ning koostöö, võrgustike ja sünergiaga seotud ettepanekud. Alustame ettepanekutest, mis loovad kestlikkuse arendamisele aluse ehk on seotud turismisektori teadlikkuse tõstmisega, alates riigi sõnumist kuni turismihariduseni (1–5). Seejärel keskendume koostööle ja võrgustikele, kestlikkuse kommunikatsioonile, tunnustamisele, riigi kuvandile, tarbija teadlikkusele ning kestlike toodete-teenuste kättesaadavusele (6–12).
- 2. Riigi eeskuju ja turismistrateegia:** riigi ja avaliku sektori asutuste ja teiste institutsioonide tegevuste ja valikutega seotud ettepanekud; samuti „Eesti riikliku turismistrateegia“ valdkondliku mõjuga seotud ettepanekud.
- 3. Majanduskeskkond ja taristu:** finantseerimise, toetuste ja investeringutega ning füüsilise ja infotehnoloogiataristuga seotud ettepanekud.

Ettepanekutele ja soovitustele oleme määranud sihtgrupi, kellele ettepanek või soovitus on mõeldud. Enamik ettepanekutest ja soovitustest on suunatud avalikule sektorile, sest see oli lisaks hetkeolukorra kaardistamisele uuringu teine eesmärk – selgitada välja, kuidas saaks riik toetada turismisektoris tegutsejaid üleminekul kestlikumale turismile. Lisaks oleme määranud ajalise perspektiivi: lühike (5 aasta perspektiiv), pikk (kuni 2035) ja ülipikk (kuni 2050). Viimane kategooria sisaldab soovitusi konteksti ja eelduste loomiseks, mille saavutamiseks kulub tõenäoliselt aastakümneid, kuid mis ei tähenda, et nendega ei peaks kohe alustama. Samuti oleme hinnanud iga ettepaneku **prioriteeti, mõju ja teostatavust** järgmistest kriteeriumitest lähtuvalt.

PRIORITEET: Tegevuse asjakohasus ja tähtsus

Kriitiline	Oluline	Kasulik
Tegevused, mis on eesmärgi saavutamisel kõige tähtsamad ja mida tuleks rakendada võimalikult kiiresti	Tegevused, mis on olulised, kuid ei ole eesmärgi saavutamise seisukohast kriitilise tähtsusega	Tegevused, millel on eesmärgi saavutamisele toetav mõju, kuid need saab ette võtta pärast kategooriates „Kriitiline“ ja „Oluline“ hinnatud tegevuste algatamist ja/või teostamist.

MÕJU: Mil määral toob tegevus kaasa märkimisväärse muutuse või tulemused

Kõrge	Keskmine	Madal
-------	----------	-------

Tegevused, millel on potentsiaal tuua kaasa oluline muutus	Tegevused, mis võiksid tuua kaasa mõningase kasuliku muutuse	Tegevused, mis tõenäoliselt toovad kaasa vähese muutuse
--	--	---

TEOSTATAVUS: Tegevuse teostatavus, arvestades praeguseid ressursse, piiranguid ja võimekust

Kõrge	Keskmine	Madal
Tegevused, mis teostatakse tõenäoliselt viie aasta perspektiivis	Tegevused, mis võivad nõuda mõningaid muudatusi või märkimisväärseid lisaressursse	Tegevused, mis tõenäoliselt ei ole teostatavad praeguses olukorras ja piirangutes.

Kõikide ettepanekute puhul tuleb silmas pidada järgmist:

1. Lühikeses, mõne-aastases vaates tuleks tõsta ja toetada teadlikkust nende turismiteenuse pakkujate puhul, kelle teenuste järele sõltub nõudlus juba praegu kõige enam kestlikkuse kriteeriumitest (nt äriklientidele keskenduvad sündmuste korraldajad ja reisikorraldajad, suuremad majutusasutused). See toob kaasa positiivse sünergia kestlike põhimõtete elluviimisel turismisektoris laiemalt, sest reisi- ja sündmuskorraldajad teevad palju valikuid (pakettide komplekteerimisel, sündmuste ülesehitamisel, sh väiksemate teenusepakkujate seas).
 - 1.1. Selleks jagada reisi- ja sündmuskorraldajatele kestlike väärtuseid hindavate turismiasutuste/turismitoodete parimaid praktikaid (nt kes on taotlenud Green Key märgist, võtnud kasutusele uuenduslikud kestlikud lähenemised jms).
2. Pikemas (üle viie aasta) vaates keskenduda DMOde ja võrgustike maapiirkondades turismiteenust pakkujate toetamisele, et tagada nende konkurentsivõime ja võimekus pakkuda üle Eesti kestliku turismi teenuseid.

Ettepanekud ja soovitused on esitatud kolmes tabelis vastavalt ülalkirjeldatud kategooriatele. Oleme näitlikustanud ettepanekuid ja soovitusi uuringus analüüsitud teiste riikide parimate praktikatega.

6.2. Teadlikkus ja koostöö

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
ETTEPANEK	1. Kujundada riigipoolselt selge ja lihtsalt mõistetav kestlikkuse sõnum, mida kõik osapooled (asutused) ühtselt turismiteenuse pakkujatele kuvavad	Lühike	MKM ja EIS koostöös KliMiga
Prioriteet	Kriitiline: Uuringust nähtuv ebaühtlane arusaam kestlikust turismist viitab, et puudub ühtne ja selge koordineeritud sõnum ja eesmärgid turismisektorile. See on teiste tegevuste (ettepanekute ja soovitude) eeldus ja alus		
Mõju	Kõrge: Uuring näitab, et selged ja ühtsed eesmärgid kõigile on üks olulisimaid ootusi, mida osalejad nimetavad, kui takistuste kohta uurida		
Teostatavus	Kõrge: Eeldab koostööd teadusasutustega sektori suuremate mõjukohtade tuvastamiseks ning riiklikku kokkulepet olulistest suundadest turismisektorile, aga ka sektorite üleselt („Eesti 2035“ ja MKMi koostatav pikk plaan)		
SOOVITUSED	1.1. Sõnastada koostöös teadusasutustega (nt <i>think tank</i> 'i raames) kogu turismisektorit kõnetavad kestlikkuse eesmärgid lähtuvalt sektori suurimatest mõjukohtadest (keskkondlikud, ühiskondlikud, majanduslikud), sektorit mõjutama hakkavatest regulatsioonidest ja tarbija ootustest ning arengueesmärgid, mida nende täideviimiseks sektorilt oodatakse	MKM ja EIS koostöös KliMi ja teadusasutustega	
	1.2. Tagada turismiteenuse pakkujatele avaliku sektori asutuste (näiteks erinevate ministeeriumite ja nende allasutuste) ühtne ja sidus sõnum kestliku turismi eesmärkidest ja oodatavatest tegevustest. Näiteks Šveitsis on turismiliit (Swiss Tourism Federation) loonud kestlikkuse kompetentsikeskuse KONA, mille ülesanded on kestlikkuse kontaktpunktina muuhulgas kestliku turismi alaste teadmiste arendamine ja edasiandmine turismisektorile, sünergia edendamine turismisektoris, kogukondade ja huvirühmade võrgustiku loomine, kestlikkuse mõõtmine ja aruandlus	MKM, regionaal- ja põllumajandusministeerium ja KliM; teised avaliku sektori asutused – ministeeriumid ja allasutused	
	1.3. Selgitada, kuidas kestlik turism aitab kaasa innovatsioonile, arengule ja võimalustele ning suurendab konkurentsivõimet (võimalusel arvutuslike kulude-tulude prognooside, samuti ökoloogilise jalajälje arvutuste näidete abil), rõhutades selle eeliseid (mitte kohustusi, nõudeid ja riske)	MKM, KliM ja EIS koostöös erialaliitudega	

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	1.4. Võimaldada turismisektorile ühes kanalis kestlikkuse info: mh konkreetsed sammud ja juhised, head näited, põhimõtted, regulatsioonid, kestlikud partnerid		EIS (Visit Estonia leht)
	1.5. Aidata kaasa kestliku turismi eestkõnelejate kujunemisele ja nende (vabatahtlikkuse alusel) rahvusvaheliste võrgustikega ühinemisele, nagu näiteks Zero Waste Cities saadikud		EIS ja/või turismiliidud
ETTEPANEK	2. Luua erialaliitude ja riigi koostööna konkreetsete tegevusaladele (nt majutusasutused, toitlustusettevõtted, reisikorraldajad, sündmuskorraldajad) mõeldud juhised kestlike põhimõtete rakendamiseks	Lühike	Erialaliidud koostöös MKMi, KliMi ja EISiga
Prioriteet	Kriitiline: Sektori eesmärkidest ja tegevusvaldkonna mõjukohtadest lähtuvad juhised loovad järjepidevuse ja selguse, kuidas valdkonnas kestliku turismi eesmärkide poole liikuda		
Mõju	Kõrge: Uuring näitab, et turismiteenuse pakkujad tunnevad puudust selgetest juhistest ja kestlikkuse keskest koordineerimisest		
Teostatavus	Keskmine: Võib võtta kauem kui 5 aastat		
SOOVITUSED	2.1. Toetudes andmete analüüsile, tuua välja iga turismisektori tegevusala olulisemad kestlikkuse mõjukohtad, millega turismiteenuse pakkujad tegelema peaksid, et kõige suurema mõjuga aspekte juhtida, ning luua nimekiri praktilistest soovituslikest tegevustest ehk teekaart/juhised		Erialaliidud koostöös EISi, MKMi, KliMi ja teadusasutuste/teadlastega
	2.2. Leppida kokku tasemed kestlikkuse rakendamiseks (mitte null vs. maksimum)		Erialaliidud koostöös MKMi, KliMi ja EISiga
	2.3. Luua valdkondlik „kestlikkuse müüdimurdja“, kus kummutatakse levinud väärarusaamad kestlikkusest ja antakse nõu, kuidas vältida rohepesu		Erialaliidud koostöös MKMiga
	2.4. Luua võimalusi kogemuste vahetamiseks turismiteenuse pakkujate vahel.		EIS koostöös erialaliitudega

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	<p>Näiteks Rootsis pakub Visit Sweden töötube ja veebinare, kuidas viia ellu kestliku turismi strateegiat või kuidas oma ettevõttele kestlikkuse strateegiat või põhimõtteid koostada. Tihti kutsutakse veebinaridele kogemusi jagama eesrindlike piirkondade esindajaid või eksperte. Eesmärk on nii teadlikkuse tõstmine ja nügimine kui ka praktiliste juhiste ja näidete jagamine. EISil on sarnane võimekus ja juba lõimitakse kestlikkust erinevatesse turismisektorile pakutavatesse teenustesse.</p> <p>Visit Sweden tegeleb ühiskonnas laiemalt kestliku mõttelaadi ja koostöö arendamisega, julgustatakse ettevõtjaid iseseisvalt GSTC-kriteeriume rakendama. Erinevad piirkonnad, ettevõtted ja sihtkohad veavad keskkondlikkuse suunas liikumise protsessi, eriti Põhja-Rootsis ja näiteks Järvsös.</p> <p>Rootsis on ka mitmeid piirkondlikke võrgustikke, nagu Klimat Kommunerna ehk kliima-omavalitsused, mis koondab kohalikke omavalitsusi, kes tahavad saada kestlikumaks ning tegutsevad selle nimel ja toetavad üksteist.</p> <p>Näiteks Šveitsis saavad kestliku turismi programmiga Swisstainable liitunud ettevõtted osa <i>online</i>-kogukonnast LinkedInis, kus saab jagada teadmisi-kogemusi ning saadetakse uudiskirju</p>		
	<p>2.5. Sõlmida erialaliitude ja turismivaldkonna võrgustike ning sihtkoha juhtimisorganisatsioonide koostööna oma valdkonna ja/või piirkonna turismiteenuse pakkujatega tegevusala hea tahte kokkulepe, st sõnastada ühine valmisolek ja lubadus kestliku turismi edendamiseks (nt loodusturismi pakkujate hea tahte kokkulepe, saarte hea tahte kokkulepe).</p> <p>Näiteks Rootsis lõi Visit Sweden nn <u>brand promise liikumise</u>, mis kutsub turismiettevõtjaid ja -sihtkohti üles kasutama Rootsi turundamisel sarnaseid sõnumeid ja visuaale, mis rõhuvad kestlikkusele ja vastutustundlikule reisimisele. Selle käigus koolitatakse liitunud ettevõtete ja sihtkohtade turundusjuhte, kuidas piirkondades kestlikkust (sh kestlikku turismi) edendada.</p> <p>Ka Uus-Meremaal on sarnase üleskutse, <u>Tiaki Promise</u>, teinud samanimeline kestliku reisimise juhtrühm, kes kutsub turismiettevõtteid üles propageerima ja turiste harrastama kestlikku reisimist. Juhtrühm võimaldab liitunud (lubaduse andnud) osalistele juhendeid ja muid materjale</p>		DMO, erialaliidud ja turismivõrgustikud koostöös turismiteenuse pakkujatega
ETTEPANEK	3. Koordineerida piirkondades (sihtkohtades) keskselt kestlikkuse edendamist (omavalitsuse, maakondliku ettevõtluse arenduskeskuse ning sihtkoha juhtimisorganisatsiooni vahel), et tagada sidusus turismivaldkonna ja teiste tegevusalade vahel	Lühike	KOVid, DMOd ja MAKid

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
Prioriteet	Kriitiline: Kestlikkuse keskne koordineerimine on osalenutele oluline. Ühtse ja selge kommunikatsiooni ja toe tagamiseks on vaja koostööd ja kestlikkust keskselt koordineerida		
Mõju	Keskmine: Keskne koordineerimine ja koostöö tagaks sarnase sõnumiga sarnased ootused ja arusaama nii turismiteenuse pakkujate seas kui ka teistes sektorites, millega on oluline tegeleda ja mille tegevused on kestlikud		
Teostatavus	Madal: Koostöö kestlikkuse teemal ja ülesannete jaotamine erinevate osapoolte (KOVid, MAKid, DMOd) vahel on oluline. Eesti mõnedes piirkondades lähenetakse juba kestlikkusele terviklikult seoses Green Destinations tunnustuse saamisega; senine kogemus näitab, et paljude osapoolte koostöö ei ole lihtne		
ETTEPANEK	4. Tõsta turismiteenuse pakkujate teadlikkust kestlikust turismist ning arendada nende kestlikkuse põhimõtete rakendamise oskusi	Lühike	MKM, KliM, EIS, DMOd, MAKid, KOVid, erialaliidud, turismivõrgustikud
Prioriteet	Kriitiline: Iga turismiteenuse pakkuja kõrge teadlikkus tagab, et muutusel – olgu siis enda initsiatiivist või regulatsioonidest tingitud – oleks kandepinda		
Mõju	Keskmine: Teadlikkuse ja oskuste tõstmine üksi ei taga võimekust kestlikkuse põhimõtteid rakendada (oluline takistus on ressursipuudus)		
Teostatavus	Keskmine: Kestlikkus on kõikides EISi turismiteenuse pakkujatele suunatud teenustes suuremal või vähemal määral läbiv teema		
SOOVITUSED	4.1. Luua võrgustik mentoritest, kes nõustaksid turismisektori spetsiifikat tundes turismiteenuse pakkujaid (kaaluda, kas teenus on tasuline või toetatud)		EIS
	4.2. Tagada, et kestlikkus on läbiv teema kõikides turismisektori teenusdisaini ja tootearenduse koolitustes või arenguprogrammides, ning soodustada ja toetada kestlikkuse koolitusprogrammides osalemist (näiteks Rohetiigri Akadeemia, ülikoolide mikroraadid). Osalemise motiveerimiseks võiks sellised programmid lõppeda võimalusega taotleda toetust ärimudeli kestlikumaks muutmiseks (ja mitte tingimata taristuinvesteeringuteks)		EIS koostöös DMOdega
ETTEPANEK	5. Luua turismiharidust pakkuvate õppeasutuste tugi turismiteenuse pakkujatele kestlike põhimõtete jõulisemal rakendamisel	Pikk	HTM koostöös MKMi ja KliMi ning haridusasutustega

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
Prioriteet	Oluline: Haridusse panustamine on oluline, aga see ei too kiireid lahendusi		
Mõju	Keskmine: Suurema potentsiaali muutusteks loob omaniku/juhtkonna, kel (ega ka paljudel töötajatel) ei pruugi olla omandatud turismiharidus, kõrgem teadlikkus kestlikkusest		
Teostatavus	Madal: Õppekavade muutmise protsess on pigem aeganõudev ja eeldab valdkonnaspetsiifilisi kokkuleppeid selle kohta, mida tähtsustada		
SOOVITUSED	5.1. Lõimida kestlikkuse teemad (keskkondlik, ühiskondlik, majanduslik tasand) oskuste ja teadmistena turismivaldkonna õppekavadesse. Näiteks Tartu Ülikool integreerib uuringutest lähtudes kestlikkust teiste tulevikuoskuste seas nii õppekavadesse kui muudesse tegevustesse, nt jäätmete liigiti kogumine ülikooli ruumides	HTM koostöös MKMi ja KliMi ning haridusasutustega	
	5.2. Toetada turismiõppureid ettevõtluspraktika ajal praktikakohtades kestlikkuse kohta teadmisi ja soovitusi jagama; samuti soodustada koostööd turismiteenuse pakujate ja tudengite vahel teenusepakujatele kasulike rakendusuringute tegemiseks (õppekavakohased uurimustööd)	Haridusasutused koostöös turismiteenuse pakujatega	
	5.3. Pakkuda turismiteenuse pakujatele ja valdkonna asjaosalistele kestlikkuse teemalisi täiendõppe võimalusi: mikrokraade, koolituspäevi jmt. Näiteks Soomes pakub Visit Finland võimalust osaleda VF Akadeemias, mis on sisuliselt konsultatsiooniteenus ja sisaldab ka kestlikkuse teemalisi valismooduleid, mida saab soetada ja läbida (sh STF-programmikonsultatsioonid ja moodul)	Haridusasutused, EIS, erasektori koolitajad	
ETTEPANEK	6. Edendada koostööd turismiteenuse pakujate ja teiste tegevusalade ettevõtjate vahel	Pikk	Turismiteenuse pakujad, erialaliidud, võrgustikud, DMod koostöös EISiga
Prioriteet	Oluline: Koostöö on kestlikkuse alus, üksinda ei ole võimalik kestlikkuse poole liikuda – ettevõtluskeskkond ja avalik sektor peab seda soosima ja toetama		
Mõju	Kõrge: Suurema mõjuga lahendused saavad tekkida koostöös teiste sektoritega (nt ringmajandusettevõtted)		
Teostatavus	Kõrge: Lahendused sõltuvad valmisolekust ja võimekusest koostööd teha ning riiklikust kestlikkuse tähtsustamisest kõigis sektorites		

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
SOOVITUSED	6.1. Kujundada ümber endiseid või hääbuvaid tööstusalasid turismisihtkohtadeks ja -atraksioonideks		Turismiteenuse pakkujad, erialaliidud, võrgustikud, DMOd koostöös EISiga
	6.2. Kasutada kestlikkuse eesmärgil ära olemasolevat taristut turismiteenuse osutamisel, näiteks haridusasutuste kooke toitlustuseks, ühiselamuid majutuseks, ruume seminarideks suvevaheaegadel kohalike sündmuste teenindamisel		Turismiteenusepakkujad, erialaliidud, võrgustikud koostöös EISi ja selliste (haridus)asutustega
	6.3. Luua ühised ringmajanduse lahendused, kus ühe teenusepakkuja ülejäägid on teisele sisendiks; kus osad kasutatavad seadmed/vahendid on teenusepakkujate vahel jagatud vms		Turismiteenuse pakkujad, erialaliidud, võrgustikud koostöös EISiga
ETTEPANEK	7. Toetada turismiteenuse pakkujaid kestlikkuse teekonnal: teadlikkuse tõstmisel kestlikkusest ning rahvusvahelistest standarditest ja märgistest, eneseanalüüsil, kestlikkuse tegevusplaani koostamisel, teenusepakkuja tegevusalale vastava rahvusvaheliselt tuntud märgise taotlemisel ning võrgustumisel, kasutades ära olemasolevaid võimalusi ja teenuseid ning pakkudes tuge nii kohalikul tasandil (DMOde kaudu) kui ka keskselt riigi tasandil (EIS)	Pikk	EIS koostöös MKMi ja DMOdega
Prioriteet	Kriitiline: Uuring näitab, et turismiteenuse pakkujad vajavad kestlike teenusepakkujate võrgustikku, ühtseid sõnumeid kestliku turismi eesmärkide, põhimõtete, tegevuste kohta ning juhiseid, kuidas ja milliseid kestlikkuse põhimõtteid rakendada		
Mõju	Kõrge: Järjepidev tugi erinevate koolituste ja teenustena, selged ootused ja eesmärgid ning teiste eeskuju ja head praktilised näited innustavad teenusepakkujaid tegema samme kestlikkuse suunas		
Teostatavus	Kõrge: EISi turismiosakond on juba kestlikkust ulatuslikult oma teenustesse lõiminud ja plaanis on seda veelgi teha: Visit Estonia lehel kestlikud tooted esile toodud, 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 (Green Destinations, Green Key)		
			EIS koostöös MKMi ja DMOdega

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
SOOVITUSED	<p>7.1. Soovitada rahvusvaheliselt tuntud märgiseid, mitte luua kohalikke märgiseid, mida välisturgudel ei tunta (vältida piirkondlike märgiste teket).</p> <p>Näiteks Visit Sweden Rootsis soovib ja toetab GSTC standardite ja kriteeriumide rakendamist sihtkohtade ja turismiteenuse pakujate seas ning pakub töötubasid ja veebinare, et tõsta teadlikkust kestlikkuse kriteeriumidest ja innustada neid rakendama</p>		
	<p>7.2. Käsitleda märgiseid kui arenguprogrammi ning soovitada märgiseid, mis annavad taotlejale sammsammulise arenguvõimaluse (teenusepakujate kategoriseerimine kestlikkuse tasemeti), sest nii on sisenemisbarjäär madalam ning ka pärast märgise saamist on motivatsioon veelgi kestlikumaks areneda</p>	EIS, DMOd	
	<p>7.3. Hoida Green Key taotlemine jõukohasena ka kõige väiksematele turismiteenuse pakujatele, selleks:</p> <ul style="list-style-type: none"> • jätkata liitumistasu ja aastamaksu vabastusega ka pärast 2024. aastat; • pakkuda tegevusvaldkonnaspetsiifilisi soovitusi energiatõhususeks, jäätmete vähendamiseks, vee kokkuhoiuks; • toetada DMOde võimekust kohalikul tasandil väiksemate ettevõtete toetamiseks kestlikkuse poole liikumisel 	EIS	
	<p>7.4. Toetada ja julgustada äriklientidele suunatud teenusepakujaid juurutama rahvusvaheliselt tuntud tegevusalade vahelisi kestlikkuse raamistikke (nt ÜRO kestliku arengu eesmärgid; teaduspõhiselt seatud ja Pariisi kokkuleppega kooskõlas olevate kliimamõju vähendamise eesmärkide valideerimine Science Based Targets Initiative'i kaudu, GSTC standardid jt).</p> <p>Näiteks Rootsis veavad piirkonnad, ettevõtted ja sihtkohad oma kestlikkuse suunas liikumise protsessi ise, Visit Swedeni julgustusel ja toel ning lähtudes GTSC-standarditest ja innustades üksteist.</p> <p>Sloveenia riiklikus kestliku turismi programmis hindab turismiamet sihtkohti kohalikele oludele kohandatud Green Destinationsi standardi kriteeriumide (kokku 85) alusel</p>	EIS	
ETTEPANEK	<p>8. Tunnustada nii riiklikult kui ka piirkondlikult kestlikult tegutsevaid turismiteenusepakujaid</p>	Pikk	EIS, MKM, KliM

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	<p>Näiteks Visit Finland eelistab sel aastal toimuvatel müügiüritustel (ettevõtted kohtuvad rahvusvaheliste reisikorraldajatega) esmakordselt kestlikke ettevõtteid ehk kestlikkus (või Soome riiklik kestliku turismi märgis) on osalemise kriteerium nii kohalikele ettevõtetele kui ka reisikorraldajatele.</p> <p>Näiteks pakub Šveitsi kestliku turismi programm Swisustainable liitunud ettevõtetele kajastust turistile suunatud reisiplaneerimise veebilehel MySwitzerland.com ning osalemist ühisturunduses.</p> <p>Uus-Meremaal saavad Qualmarki akrediteeringuga ettevõtted osa turismiameti teenustest, mh nõustamine, hinnang turismiekspertidilt ja parendusvõimaluste väljaselgitamine, turismoote esmajärjekorras kajastamist veebilehel newzealand.com, kaasamine turismiameti kaubandusvaldkonna tutvustustesse, osalemine turismiameti meediakanalites, üleriigiline reklaam i-SITE võrgustiku kaudu, eelis ülemaailmses kaubanduslikus teabevahetuses ja koolituses reisimüüjatega</p>		
Prioriteet	Kasulik: Uuringus osalenud teenusepakkujad tõid tunnustamise välja kui ühe olulise motivaatori kestlike põhimõtete rakendamiseks		
Mõju	Madal: Võib aidata kaasa teadlikkuse ja motivatsiooni kasvule, ent ei taga laialdast kestlike põhimõtete rakendamist, sest üks põhilisi takistusi on aja- ja ressursipuudus		
Teostatavus	Kõrge: On olemas mitmeid tööriistu ja meetodeid, mille abil saab hinnata teenuspakkuja või teenuse kestlikkust. See tähendab, et objektiivsete kriteeriumite loomine peaks olema teostatav		
ETTEPANEK	9. Kujundada Eesti rahvusvahelist tuntust kestliku reisisihtkohana ning edendada Eesti turismisektori konkurentsivõimet	Lühike kuni pikk	EIS, turismiteenuse pakkujad, eriti koostöös välispartneritega
Prioriteet	Oluline: Et püsida konkurentsisis teiste Põhjamaadega, kes pakuvad külastajatele sarnaseid kogemusi ning on võtnud kestlikkuse turismis tugevaks prioriteediks, on Eesti kui sihtkoha tutvustamisel oluline kestlikkust rõhutada		
Mõju	Keskmine: Üks asi on turundus, teine kuvand, hoopis kolmas läbiv kestlikkus riigi, ettevõtluse, indiviidi tasandil – oluline on eeskätt kestlikkus tegudes ja seejärel turunduses, et kestlik kuvand saaks tekkida		

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
Teostatavus	Keskmine: Eeldab muuhulgas koordineerimist ning kasvu turismiteenuse pakkujate teadlikkuses ja kestlike põhimõtete rakendamises, sh kommunikatsioonis		
SOOVITUSED	9.1. Kujundada Eesti kui sihtkoha kuvandit ja turundust läbivalt kestlikkuse kaudu. Näiteks on Rootsi turismistrateegia visioon olla 2030. aastaks maailma kestlikem ja atraktiivsem innovatsioonile tuginev sihtkoht ning Soome turismistrateegias visioon saada kõige kestlikumalt kasvavaks turismisihtkohaks Põhjamaades		EIS, turismiteenuse pakkujad, eriti koostööd välispartneritega
	9.2. Pakkuda eeskätt väikestele ja maapiirkonna turismiteenuse pakkujatele nõu ja tuge, kuidas oma kestlikkuse samme esitleda nii välis- kui ka siseturistile, näiteks võimaldades malle, kuidas ja mida kestlikkuse turundamisel välja tuua. Näiteks Rootsis töötab Visit Sweden välja kommunikatsiooni tööriistakasti, millega anda juba kestlikult tegutsevatele ettevõtetele juhiseid, kuidas enda kestlikkust raamistada ja turundada		EIS koostöös erialaliitude ja DMOdega
ETTEPANEK	10. Kujundada Eesti elanikest turismiteenuste tarbijate reisiharjumusi ja valikuid kestlikkust teadvustavaks ja väärtustavaks	Pikk	KliM, HTM, TTJA
Prioriteet	Oluline: Siseturism moodustab olulise osa koguturismist, seega siseturistide teadlikkuse tõstmine kestlikkusest ja kestlikest tegevustest teavitamine on olulised kestlikkuse saavutamisel; samaväärselt oluline on Eesti elanike teadlikkus reisimisel välismaale, et nad teeksid seal kestlike valikuid, sest kõikjal on kestlikkuse eesmärk looduse ja inimeste heaolu		
Mõju	Keskmine: Uuringus osalejate hinnangul ei ole kohalikud külastajad kestlikkusest kuigi teadlikud ja kestlikkuse trend ei väljendu enamiku valikutes, seepärast võiks kestlikkusele tähelepanu juhtimine ja kestlikumate võimaluste loomine-edendamine Eesti elanikest turismiteenuste tarbijaid mõjutada teadlikumalt kestlikumaid valikuid tegema		
Teostatavus	Keskmine: Tarbijakäitumise muutmine on pikk ja kompleksne protsess, mis eeldab ühtseid eesmärke ja sõnumeid nii riigilt kui ka turismiteenuse pakkujatelt		
SOOVITUSED	10.1. Julgustada ja soodustada siseturismi, sh maksupoliitika, kampaaniate, taristu arendamise kaudu. Näiteks Kanadas Ontario provintsis said pandeemiajärgse meetmena kohalikud elanikud tagasi küsida (tavalise tuludeklaratsiooni osana) 20% 2022. aastal provintsis tehtud majutuskuludelt (kuni 1000 CAD inimese kohta)		MKM, KliM, EIS

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	10.2. Toetada ja julgustada turismiteenuse pakkujaid külastajaid harima ja tõstma nende teadlikkust kestlikkusest		EIS koostöös erialaliitude ja DMOdega
	10.3. Tõsta Eesti elanike teadlikkust teha kestlikke valikuid välisriikidesse reisimisel, näiteks inimõigusi austava sihtkoha ja keskkonnasõbralikuma transpordi valik, kohaliku kultuuri austamise oskus		MKM, KliM, EIS, HTM, TTJA
ETTEPANEK	11. Kasvatada kestlike toodete ja teenuste pakkumist ka teistes sektorites, et muuhulgas ka turismiteenuse pakkujatel oleks võimalik valida kestlikumaid alternatiive (kestlikumad pakendid, toiduained, transport, puhastusvahendid jne)	Pikk / Väga pikk	Riik
Prioriteet	Kriitiline: Üleminek kestlikkusele peab olema sektoriülene, et oleks võimalik kasutada turismiteenuse pakkumisel kestlikke ressursse, materjale, teenuseid		
Mõju	Kõrge: Kui iga sektor tasapisi suundub ühtmoodi kestlikuma tegutsemise poole, siis on kestlikke valikuid erinevates valdkondades aina enam		
Teostatavus	Madal: Ilmselt väga pikaajaline protsess, mis eeldab riiklikku kokkulepet ja tegevusplaani kestlikkuse lõimimiseks igal tasandil ja valdkonnas		
SOOVITUS	11.1. Toetada kestlike toodete ja teenuste arendamist, innovatsiooni ja ringmajanduslike lahenduste teket teistes valdkondades riiklike meetmete toel, näiteks kestlik transport, loodus- ja tervisesõbralikud puhastusvahendid, majutusasutuste patjade-tekkide renditeenus jms		Riik

6.3. Riigi eeskju ja turismistrateegia

RIIGI EESKJU JA TURISMISTRATEEGIA		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
ETTEPANEK	12. Järgida avaliku sektori asutustes ja kohalikes omavalitsustes hangete korraldamisel ning toetuste jagamisel kestlikkuse kriteeriume	Lühike	RAM koostöös avaliku sektori asutuste, sh KOVidega
Prioriteet	Kriitiline: Kuna kestlikkuse saavutamine on peamine eesmärk, on see kriitilise tähtsusega, et tagada kõigi avaliku sektori rahastatavate tegevuste ja protsesside kooskõlalisus kestlikkuse põhimõtetega		
Mõju	Kõrge: Kestlike hangete eelistamine ei ole uuringus läbi viidud küsitluse põhjal väga laialt levinud tegevus, kuid nõudluse loomise kaudu kestlike eesmärkide teadvustamine on potentsiaalselt suure mõjuga		
Teostatavus	Keskmine: Hankeid korraldatakse palju ning hankespetsialiste tuleb põhjalikult ette valmistada, et nad oskaksid asjakohaseid kvaliteedikriteeriume luua ja hinnata. See on ajamahukas protsess		
SOOVITUSED	12.1. Tagada hangete korraldamisel ja toetuste jagamisel sujuv üleminek kestlikkuse kriteeriumidele, seades esialgu kestlikkuse miinimumnõuded		RAM koostöös KliMi ja avaliku sektori asutuste, sh KOVidega
	12.2. Seada selged kestlikkuse ootused ja kriteeriumid allhankijatele, tarnijatele ja teenuse osutajatele (nt avaliku sektori reisikorraldus, transport, majutus, sündmused, toitlustus). Näiteks on „Tartu 2024“ strateegilised keskkonnanäesmärgid ja mõõdikud ning keskkonnanäe sündmuste korraldamise juhend ³⁷ järgimiseks kõigile „Tartu 2024“ ametliku programmi sündmustele ning Tallinna linna keskkonnanäe ürituste korraldamise juhend ³⁸ rakendamiseks kõigil Tallinna üritustel (kättesaadav ka kõigile teistele ürituskorraldajatele)		Kõik avaliku sektori asutused, sh KOVid
	12.3. Seada selged kestlikkuse ootused ja kriteeriumid toetuse saajatele.		Toetusi jagavad avaliku sektori asutused, sh KOVid

³⁷ Keskkonnanäe sündmuste korraldamise juhend — Euroopa kultuuripealinn Tartu 2024

³⁸ Keskkonnanäe ürituste juhend — Tallinn Euroopa roheline pealinn (greentallinn.eu)

RIIGI EESKUJU JA TURISMISTRATEEGIA		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	Näiteks Tallinna linna rahvusvahelise konverentsi toetus ³⁹ kord seab taotlejale kohustuse korraldada konverents võimalikult kestlikul ja keskkonnasäästlikul moel ning taotluse lisades tuleb taotlejal anda infot selle kohta, kuidas ta seda teeb		
ETTEPANEK	13. Toetada madalhooajal reisimist soodustavate teenuste arendamist, et hajutada reisijaid aasta peale ühtlasemalt, tagamaks väiksem koormus keskkonnale ning ühtlasem sissetulek turismiteenuse pakkujatele	Lühike	EIS, erialaliidud, võrgustikud, turismiteenuse pakkujad koostöös KOVi, MAKi, DMOga
Prioriteet	Kasulik: Pidades silmas „keskmist“ mõju ja seda, et turismiteenuseid arendatakse pidevalt ja jooksvalt nagunii		
Mõju	Keskmine: Võib aidata vähendada turismi negatiivset mõju keskkonnale ja parandada turismiteenuse pakkujate majanduslikku olukorda, kuid selle mõju sõltub oluliselt ka muudest teguritest, nagu reisijate nõudlus, hinnapoliitika ja turundus		
Teostatavus	Madal: Nõuab turismiteenuse pakkujatelt uute teenuste arendamist ja innovatsiooni, mis võib olla keeruline ja kulukas, eriti väikestele ja maapiirkonna turismiteenuse pakkujatele. Samuti võib see vajada riigi toetust ja koostööd teiste sektoritega, nagu transport		
SOOVITUSED	13.1. Kaasata kogukonda, kellega koos korraldada sügisest kevadeni ühiseid ettevõtmisi, nagu näiteks kohvikutepäevad		Erialaliidud, võrgustikud, turismiteenuse pakkujad koostöös KOVi, MAKi, DMOga
	13.2. Korraldada madalhooajal temaatilisi sündmusi: teaduskonverentsid, filmifestivalid jms		Erialaliidud, võrgustikud, turismiteenuse pakkujad koostöös KOVi, MAKi, DMOga
	13.3. Julgustada turismiteenuse pakkujaid kohandama oma ärimudelit madalhooajal nõudlusele sobivaks, näiteks madalhooajal restoran/majutusasutus avatud ainult nädalavahetustel, kasutada ainult väiksemat ruumi vms)		Erialaliidud, võrgustikud, turismiteenuse pakkujad koostöös KOVi, MAKi, DMOga

³⁹ [Rahvusvahelise konverentsi toetus, Tallinn](#)

RIIGI EESKUJU JA TURISMISTRATEEGIA		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
ETTEPANEK	14. Seada riigi ja omavalitsuse omanduses olevate turismiobjektide ja -asutuste omanike ootustesse mõõdetav eesmärk kestlikkuse edendamiseks igas sellises asutuses ning mõõdikud edukuse hindamiseks	Pikk	Objekti omanik koostöös KliMi, kultuuriministeeriumi, MKMi, KOVide ja teenusepakkujatega
Prioriteet	Kasulik: Toetav mõju, kuid suur osa turismiobjekte ja -asutusi ei ole avalikus omandis		
Mõju	Keskmine: Võib aidata parandada riigi ja omavalitsuse omanduses olevate turismiobjektide ja -asutuste kestlikkust, mis omakorda võib tõsta nende atraktiivsust ja konkurentsivõimet. Kuid mõju sõltub ka muudest teguritest, nagu omanike motivatsioon, ressursid ja võimekus		
Teostatavus	Madal kuni keskmine: Võib olla keeruline ja aeganõudev. Samuti võib see vajada täiendavaid ressursse või toetust kestlikkuse põhimõtete rakendamiseks		
ETTEPANEK	15. Arvestada uute avaliku sektori poolt või toetusel rajatavate turismiobjektide puhul hoonete jt rajatiste projekteerimisel ehituse ja kogu elutsükli keskkonnamõjudega (sh materjalide valik, ligipääsetavus, kasutusaegne energiatarve jne) ning luua vastav raamistik	Pikk / Ülipikk (kuni 2050)	KliM, MKM, avaliku sektori asutused
Prioriteet	Oluline: Ei ole kriitiline, sest ei hõlma kogu turismisektorit		
Mõju	Keskmine: Kõikide tegurite (nagu materjalide valik, ligipääsetavus, kasutusaegne energiatarve) keskkonnamõjuga arvestamine		
Teostatavus	Madal kuni keskmine: Keeruline ja kulukas hinnata ja juhtida ehitise kogu elutsükli mõjusid; võib vajada täiendavaid ressursse või toetust kestlikkuse põhimõtete rakendamiseks		
SOOVITUSED	15.1. Rakendada raamistikku ka juba alustatud ja arenduses olevate objektide juures, isegi kui planeeringus ei ole kestlikkusega arvestatud	KliM, MKM, avaliku sektori asutused	
	15.2. Arvestada raamistikus tervikvaatega kogu omavalitsuse territooriumile, sh objektid, keskkond, kinnisvaraarendused, kohalikud elanikud	KOV	
ETTEPANEK	16. Olla teadlik globaalsetest n-ö reisihäbi trendidest (nt lennuhäbi(stamine), siseriikliku reisimise eelistamine välisreisidele teatud sihtgruppides) Eesti	Lühike / Pikk	MKM, EIS

	RIIGI EESKUJU JA TURISMISTRATEEGIA	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	turismisektori strateegia, kuvandi ja turunduskampaaniate kujundamisel, nt jätkuvalt keskendutakse lähiriikidele		
Prioriteet	Kasulik: Toetab Eesti turismistrateegia, kuvandi ja turunduskampaaniate kujundamist, kuid seda saab ette võtta pärast kriitiliste ja oluliste tegevuste käivitamist ja/või teostamist		
Mõju	Madal: Sõltub ka muudest teguritest, nagu sihtkoha atraktiivsus, konkurentsivõime ja kvaliteet		
Teostatavus	Kõrge: Eesti turismipoliitikat juhitakse keskselt, koostamisel on turismi pikk visioon, mis saab sellega arvestada. Eesti kui sihtkoha professionaalse turundamisega tegeleb EIS nagoonii ja trendi arvesse võtmine ei nõua eraldi lisaressursse		
SOOVITUSED	16.1. Sihtkohas läbi viia kvaliteetseid ja läbimõeldud jalajälje vähendamise kampaaniaid, sh neid, kus teavitatakse väikse jalajälje toodetest ja sihtkohtadest		EIS
	16.2. Võimaldada läbipaistvaid kalkulatsioone reisivalikute jalajälje kohta, sh transpordiliigi, sihtkoha, aga ka kohapealsete valikute ja peatumise kestuse kohta sihtkohtades nii reisikorraldajatele kui ka lõpptarbijale		EIS, Klim, regionaal- ja põllumajandusministeerium
ETTEPANEK	17. Anda uute regulatsioonide kohta infot turismiteenuste pakujatele võimalikult vara, et õigusaktide muudatused ei tuleks üllatusena	Lühike	Ministeeriumid
Prioriteet	Oluline: Eelkõige suunatud suurettevõtetele, kuna enamik regulatsioone hakkab alguses mõjutama eeskätt suurettevõtteid		
Mõju	Keskmine: Mõjutab eelkõige suurettevõtteid, kellel on rohkem aega valmistuda regulatsioonidega kaasnevateks muudatusteks (nt lisanduv aruandlus)		
Teostatavus	Kõrge: MKM ja ka EIS on üldiselt muutuvate regulatsioonidega kursis. Oluline on valida sobivad kommunikatsioonikanalid teabe edastamiseks.		
SOOVITUSED	17.1. Anda eelinfot regulatsioonide kohta ka siis, kui tingimused ei ole veel täpselt paigas		Ministeeriumid
	17.2. Kaasata ettevõtteid aktiivselt Eesti seisukohtade kujundamise protsessi		Ministeeriumid

6.4. Majanduskeskkond ja taristu

MAJANDUSKESKKOND JA TARISTU		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
ETTEPANEK	18. Kaaluda ja analüüsida turismimaksu kehtestamist ning selle mõju, riske ja võimalusi, sh riiklikul või sihtkoha tasandil, et reguleerida keskkonna ja kogukonna taluvust, näiteks rahvusparkide, saarte vms piirkonda sisenemise tasud	Lühike	MKM, RAM koostöös KliMi ja sihtkohtade, Keskkonnaameti, KOViga
Prioriteet	Kriitiline: Võimaluste analüüsimine on oluline, kuna see aitab reguleerida keskkonna ja kogukonna taluvust ja arvestada piirkondlike eripäradega		
Mõju	Kõrge: Võib tuua kaasa olulise muutuse, aidates piirata ületurismi ja suunata ressursse säästva turismi arendamisse		
Teostatavus	Madal: Nõuab märkimisväärseid muudatusi ja ressursse, sealhulgas õiguslikke ja halduslikke muudatusi, maksusüsteemi loomist ja haldamist, mõju hindamist ja jälgimist		
SOOVITUSED	18.1. Tagada, et saadud tulu suunatakse kogukonna arengusse või sihtkoha hooldamise-haldamisse		MKM, RAM koostöös KliMi ja sihtkohtade, Keskkonnaameti, KOViga
	18.2. Selgitada kohalikule kogukonnale, kuidas kogukond ja piirkond turistidest ja sündmustest võidab ehk kuidas maksud piirkonnale ja kohalikele kasu toovad		Sihtkohad, turismiteenuse pakkujad, KOV
	18.3. Pidada silmas, et turismimaks laieneks nii ööbivatele reisijatele kui ka päevakülastajatele		MKM, RAM koostöös KliMi ja sihtkohtade, Keskkonnaameti, KOViga
ETTEPANEK	19. Kaaluda teatud sihtkohtades (sotsiaalsetest ja keskkonna) taluvuspiiridest tulenevate külastajapiirangute seadmist	Lühike	Sihtkohad, Keskkonnaamet, regionaal- ja põllumajandusministeerium, KOVID
Prioriteet	Kasulik: Vähemalt võimaluste analüüsimine on oluline, kuna see võib aidata reguleerida keskkonna ja kogukonna taluvust ja arvestada piirkondlike eripäradega		

MAJANDUSKESKKOND JA TARISTU		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
Mõju	Kõrge: Võib tuua kaasa olulise muutuse, aidates piirata ületurismi ja suunata ressursse säästva turismi arendamisse		
Teostatavus	Madal: Nõuab märkimisväärseid muudatusi ja ressursse, sealhulgas õiguslikke ja halduslikke muudatusi, maksusüsteemi loomist ja haldamist, mõju hindamist ja jälgimist		
SOOVITUSED	19.1. Võtta kasutusele parkimistasud ja/või -rakendused, mis näitavad vabade parkimiskohtade ja/või külastajate arvu sihtkohas	Sihtkohad, KOV	
	19.2. Võimaldada ühistransport ülipopulaarsetesse sihtkohtadesse (nt Viru raba Tallinna läheduse tõttu)	Regionaal- ja põllumajandusministeerium, KOV	
	19.3. Suunata külastajaid suurema taluvusega sihtkohtadesse ja teistesse loodusturismi kohtadesse mõne ülipopulaarse asemel	Sihtkohad, KOV	
ETTEPANEK	20. Kujundada sarnaselt tööstussektori ja põllumajanduse toetamisele kestlikkuse edendamisel, keskkonnamõjude vähendamisel ja õiglase ülemineku tagamisel toetusmeetmed teenindussektorile, sh turismiettevõtetele	Lühike / Pikk	KliM
Prioriteet	Kriitiline: Koosõlas üldise suunaga suurendada kestlikkust kõigis majandussektorites		
Mõju	Kõrge: Võib tuua kaasa olulise muutuse, aidates turismiettevõtetel minna üle kestlikumatele tavadele, vähendada oma keskkonnamõju ja toetada kogukondi õiglase ülemineku ajal		
Teostatavus	Madal kuni keskmine: Nõuab saavutamiseks märkimisväärseid lisaressursse, nagu poliitika ja regulatsioonide kujundamine, rahastamisskeemide loomine, hindamis- ja jälgimissüsteemide arendamine. Samas on juba olemas mõned head praktikad ja kogemused teistest sektoritest, mida saab kasutada		
			KliM

MAJANDUSKESKKOND JA TARISTU		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
SOOVITUSED	20.1. Toetada energiatõhususe tõstmist, sh auditeid, taastuenergia tootmise rajamise ja liitumistasude maksmise võimekust, hoonete renoveerimist energiatõhususe suurendamiseks, mahuka energiatarbimisega põhivara ja seadmete uuendamist		
	20.2. Toetada üleminekut kestlikule transpordile, sh kestlike transpordivahendite soetamist, ligipääsetavuse parandamist, sh erivajadusega reisijatele		KliM
	20.3. Toetada hoonete renoveerimist kultuuripärandi säilitamise eesmärgil		KliM, kultuuriministeerium
ETTEPANEK	21. Võimaldada turismisektorile osa riigi süsinikuheite kvoodituru tuludest, et tagada püsiv tugi ja vahendid turismisektori jaoks keskselt oluliste arendusteemadega tegelemiseks, sest tegu ei ole projektipõhiste ajutiste toetustega	Lühike / Pikk	KliM
Prioriteet	Oluline: Annab kindluse suuremateks arendustegevusteks; uuringu raames läbi viidud küsitluse järgi on investeringutoetused selgelt väga oodatud tugi		
Mõju	Keskmine: Kvoodituru tulud võivad olla ebastabiilsed ja sõltuda paljudest teguritest, nagu turuhinnad, poliitilised otsused ja majanduslikud tingimused. Toetuse kasutamine taristu arendamiseks võib tuua kaasa suurema mõju kui toetuse kasutamine tegevuskulude katmiseks		
Teostatavus	Madal: Nõuab märkimisväärseid muudatusi ja ressursse, sealhulgas poliitika ja regulatsioonide kujundamine, rahastamisskeemide loomine, hindamis- ja jälgimissüsteemide arendamine		
SOOVITUSED	21.1. Kaardistada koostöös huvigruppidega (ettevõtted, eksperdid, sihtkohad, omavalitsused, haridus- ja teadusasutused jt) turismisektoris lahendamist vajavad suurima mõjuga teemad ning suunata kvoodituru tuludest vahendeid nendega tegelemiseks		KliM
	21.2. Seada prioriteetseks järgmised teemad:		KliM

MAJANDUSKESKKOND JA TARISTU		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	<ul style="list-style-type: none"> energiatõhususe suurendamise ja energiatarbimisega seotud kliimamõju vähendamine, sh taastuvenergia tootmise võimekuse toetamine; kestlikkuse andmete taristu, automatiseerimine – ettevõtjatele lihtsa süsteemi loomine (st vastavate platvormide arendamine), mis võimaldaks lihtsasti koguda, analüüsida ning avalikule sektorile edastada kestlikkusealaseid andmeid (nt ettevõtte tarbitud energia ja muud ressursid, jäätmete ja -käitlus jms); modulaarse ja kestlikku liikumist võimaldava transporditaristu arendamine, sõiduparkide uuendamise toetamine; teadlikkuse tõstmine, taristu loomine ja sektorite vahelise koostöö soodustamine jäätmetekke vähendamiseks ning jäätmete taaskasutamiseks 		
ETTEPANEK	22. Arendada kestlikku riigisest transporditaristut	Pikk / Ülipikk	Regionaal- ja põllumajandusministeerium
Prioriteet	Kriitiline: Väga oluline, et võimaldada kestlikku siseriiklikku reisimist		
Mõju	Kõrge: Lisaks keskkonnamõju vähendamisele aitab parandada ka ligipääsetavust		
Teostatavus	Madal: Nõuab märkimisväärsed muudatusi ja ressursse, sealhulgas taristu planeerimist ja ehitamist, poliitika ja regulatsioonide kujundamist, rahastamiskeemide loomist		
SOOVITUSED	22.1. Parandada erinevate transpordiliikide ühilduvust		Regionaal- ja põllumajandusministeerium
	22.2. Arendada ühistransporti, sh rongiliiklust, ja kergliiklusteede võrgustikku, tagades suurema külastatavusega ja avaliku sektori opereeritavate turismiobjektideni mugava ühenduse (nt RMK taristuni)		Regionaal- ja põllumajandusministeerium ja koostöös KOVide ja maakondadega

MAJANDUSKESKKOND JA TARISTU		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	22.3. Toetada piirkondlikke uuenduslikke (nt nõudepõhine, <i>hop-on-hop-off</i> -jagamisteenusena) transpordilahendusi		Regionaal- ja põllumajandusministeerium koostöös KOVide ja maakondadega
	22.4. Tagada erivajadustega reisijatele mugav ligipääs turismiobjektideni		Regionaal- ja põllumajandusministeerium koostöös objektide omanikega
	22.5. Toetada sõidukiparkide (sh nt elektrirattad) uuendamist		Regionaal- ja põllumajandusministeerium
	22.6. Teha ühistranspordi võimaluste ja graafikute info lihtsasti kättesaadavaks ka välituristile, sh info vähemalt inglise keeles ja ühes kohas		Regionaal- ja põllumajandusministeerium koostöös KOVide ja maakondadega
ETTEPANEK	23. Võimaldada ringmajandust toetava taristu kättesaadavus turismiteenuse pakkujatele	Lühike	Regionaal- ja põllumajandusministeerium ja tootjavastutusorganisatsioonid koostöös ringmajandusettevõtetega
Prioriteet	Oluline: Ulatuslikest teadmistest seoses ringmajanduse vajalikkusega on olulisem käitumist soodustava keskkonna loomine. Siiski on jäätmeäitlus uuringus läbi viidud küsitluse põhjal üks neljast olulisemast teemast, mille kohta teenusepakkujad sooviksid ka enam infot		
Mõju	Kõrge: Taristu loomine on olulise muutuse loomise eelduseks		
Teostatavus	Keskmine: Nõuab mõnevõrra muudatusi ja ressursse, sealhulgas taristu planeerimist ja ehitamist, poliitika ja regulatsioonide kujundamist, rahastamismudelite loomist		
SOOVITUSED	23.1. Jagada häid ideid ja näiteid tegevustest, kuidas teatud jäätmevoost vabaneda ja kuidas korraldada oma tööd nii, et oleks vähem jäätmeid.		Erialaliidud ja võrgustikud, KOVid, DMOd, MAKid koostöös ringmajandusettevõtetega

MAJANDUSKESKKOND JA TARISTU	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	<p>Näiteks mõelda, kuidas teenindada kesklinnas kaubandus- ja teenindusasutusi nii, et vältida suurte prügiautode ringi sõitmist. Ragn-Sellsil on Stockholmis elektriveokid, mis linna sõites veavad sinna kaupa ja ära sõites jäätmeid. Ka Tallinnas, Tartus ja Pärnus võiks ühendada asutuste teenindamise ja jäätmeveo.</p> <p>Näiteks suurusasutajatele, ka turismiettevõtete sobiks palju paremini diskreetsed maa sisse paigaldatud jäätmemahutid. Ka Helsingis kasutatakse maa-aluseid mahuteid, mis ei aja üle ääre ja vähendavad ka muid probleeme, nt atraktiivsus lindudele</p>	
	<p>23.2. Tõsta teadlikkust, et ringmajandus on kulude vähendamine.</p> <p>Näiteks jaekabanduses on aru saadud, et iga materjal (veo-, müügipakend) on väärt kraam, mida saab edasi müüa, nii et pakendid kogutakse üheliigiliselt kokku, sorteeritakse ja saadetakse ümbertöötlejatele</p>	<p>Erialaliidud ja võrgustikud, KOVid, DMOd, MAKid koostöös ringmajandusettevõtetega</p>
	<p>23.3. Ühtlustada jäätmete kogumisel ja äraveol omavalitsuste nõudeid ja praktikaid</p>	<p>Regionaal- ja põllumajandusministeerium koostöös KOVidega</p>
	<p>23.4. Toetada häid lahendusi, nt üleminekut maa-alustele jäätmekonteineritele ehk süvamahutitele, üheliigilise tekstiili ümbertöötlemise võimekuse rajamist</p>	<p>Regionaal- ja põllumajandusministeerium, KOVid</p>
<p>ETTEPANEK</p>	<p>24. Investeerida ja toetada kultuuripärandit ja -taristut, eriti maapiirkondades ning eraomanike kätes olevaid objekte, sest kultuurilise mitmekesisuse säilitamine ja kultuuripärandi kestlik renoveerimine on eeldus turismivaldkonna säilimisele Eesti maapiirkondades ning sellel on omakorda oluline regionaalpoliitiline mõõde</p>	<p>Lühike</p> <p>Kultuuriministeerium ja regionaal- ja põllumajandusministeerium</p>
<p>Prioriteet</p>	<p>Oluline: Kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine on uuringu läbi viidud küsitluse järgi turismiteenuse pakkujate hinnangul tähtsuselt teine kestliku tegutsemise eesmärk</p>	
<p>Mõju</p>	<p>Keskmine: Parandab kultuuripärandi ja -taristu seisukorda, suurendades turismi atraktiivsust ja mitmekesisust ning toetades kohalikke kogukondi</p>	
<p>Teostatavus</p>	<p>Madal: Nõuab märkimisväärseid muudatusi ja ressursse, sealhulgas investeeringuid, poliitika ja regulatsioonide kujundamist, rahastamismudelite loomist</p>	

MAJANDUSKESKKOND JA TARISTU		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
ETTEPANEK	25. Teha kestlikkuse andmete kogumine ja analüüsimise turismiteenuse pakkujatele lihtsaks	Pikk	MKM, KliM
Prioriteet	Kasulik: Andmed on oluline, aga mitte ainus ja piisav osa kestlikkuse juhtimisest		
Mõju	Kõrge: On eelduseks teadlikumate otsuste tegemisel ka keskkonnamõju vähendamisel		
Teostatavus	Madal: Võib nõuda märkimisväärseid muudatusi ja ressursse, nagu arvutusmudelid, andmete kogumise süsteemide ja digitaristu arendamine, koolituste ja toetuse pakkumine		
SOOVITUSED	25.1. Luua ettevõtetele kasutamiseks tegevusalapõhiseid arvutusmudeleid keskkonnamõju analüüsimiseks, näiteks majutusasutuste, toitlustusettevõtete, reiskorraldajate või sündmuskorralduse jalajälg		MKM, KliM
	25.2. Arendada andmete automaatset kogumist (reaalajamajandus, integratsioonid, automatiseerimine), sh muutes peamistele teenusepakkujatele selleks vajalike andmete klientidele jagamise kohustuslikuks, näiteks energia-, kommunaalteenuste-, jäätmekäitlusteenuse müüjate seas		MKM, KliM
	25.3. Arendada digitaristut selliselt, et infosüsteemide kasutamisel tarbitakse võimalikult vähe energiat, hoiustada vaid vajalikku infot ning pakkuda koolitusi, kuidas andmeid kestlikult hallata ja digitehnoloogiat kestlikult kasutada		MKM, KliM

VIIDATUD ALLIKAD

1. Arenguseire keskus (2023). Rohepöörde trendid ja stsenaariumid Eestis. <https://arenguseire.ee/raportid/rohepoorde-trendid-ja-stsenaariumid-eestis/> [12.09.2023]
2. Barents Working Group on Tourism (2021). Swedish National Tourism Strategy. [Swedish National tourism strategy \(barents-council.org\)](https://www.barents-council.org/raportid/rohepoorde-trendid-ja-stsenaariumid-eestis/) [17.01.2023]
3. Booking.com. Travel Sustainable. [Travel Sustainable | Sustainability at Booking.com](https://www.booking.com/sustainability) [18.04.2023]
4. Business Finland. Sustainable Travel Finland. <https://www.businessfinland.fi/en/do-business-with-finland/visit-finland/sustainable-travel-finland-label> [27.12.2022]
5. Business Finland. Boosting the Finnish Travel Industry. <https://www.businessfinland.fi/en/for-finnish-customers/services/travel/travel> [28.12.2022]
6. Business Finland (2020). Sustainable Travel Finland Accredits the First Finnish Travel Service Providers. <https://www.businessfinland.fi/en/whats-new/news/cision-releases/2020/sustainable-travel-finland-accredits-the-first-finnish-travel-service-providers> [27.12.2022]
7. Carbon Neutral Finland (2021). Hinku network - Towards Carbon Neutral Municipalities. [Carbonneutralfinland > Hinku network - Towards Carbon Neutral Municipalities \(hiilineutraalisuomi.fi\)](https://www.carbonneutralfinland.fi/hinku-network) [20.04.2023]
8. Cheba, K., Bąk, I., Szopik-Depczyńska, K., Ioppolo, G (2022). Directions of Green Transformation of the European Union Countries. Ecological Indicators, Vol. 136, 2022, <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2022.108601>
9. Dalarna University (2022). Research Project: Micro-based Decision Support for Analyzing Tourism and Infrastructure Investments. [View - Dalarna University \(du.se\)](https://www.du.se/research-projects/micro-based-decision-support-for-analyzing-tourism-and-infrastructure-investments) [14.04.2023]
10. Deloitte (2018). Finnish municipalities' climate targets and measures. [deloitte-sitra-municipalities-climate-targets-and-measures.pdf](https://www.deloitte-sitra-municipalities-climate-targets-and-measures.pdf) [20.04.2023]
11. EBS (2022). Rohepöörde mõju välismajandusele ja ettevõtlusele. Estonian Business School, Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum, Milton JLP. [11.09.2023]
12. Economist Intelligence (2022). Democracy Index 2022. [Democracy Index 2022 | Economist Intelligence Unit \(eiu.com\)](https://www.eiu.com/en/research/insights/democracy-index-2022/) [08.09.2023]
13. Euromonitor (2023). Sustainable Travel Index. [EISI jagatud andmed, 01.09.2023]
14. Euroopa Komisjon. Green Transition. [Green transition \(europa.eu\)](https://www.europa.eu/green-transition) [06.03.2023]
15. Euroopa Komisjon (2021a). Attitudes of Europeans towards tourism. [Attitudes of Europeans towards tourism - November 2021 - - Eurobarometer survey \(europa.eu\)](https://www.europa.eu/attitudes-of-europeans-towards-tourism).
16. Euroopa Komisjon (2021b). „Eesmärk 55“: ELi 2030. aasta kliimaeesmärgi saavutamine teel kliimaneutraalsuseni. [EUR-Lex - 52021DC0550 - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](https://eur-lex.europa.eu/lexUri.do?uri=EUR-Lex%3A52021DC0550%3AEN%3A20210310%3A0001_1) [10.03.2023]
17. Euroopa Komisjon (2022a). Turismi üleminekujuhised. Euroopa Liidu Väljaannete Talitus. <https://data.europa.eu/doi/10.2873/46737> [06.03.2023]
18. Euroopa Komisjon (2022b). Euroopa roheline kokkulepe. [Euroopa roheline kokkulepe \(europa.eu\)](https://www.europa.eu/green-deal) [06.03.2023]
19. Euroopa Komisjon (2023). Pakett “Eesmärk 55”. <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/green-deal/fit-for-55-the-eu-plan-for-a-green-transition/> [06.03.2023]

20. European Green Belt. Euroopa Roheline Vöö. [Estonian leaflet EGB.pdf \(europeangreenbelt.org\)](#) [14.02.2023]
21. Finland Toolbox (2020). Climate Matters: Finland Takes Climate Action. <https://toolbox.finland.fi/life-society/climate-matters-finland-takes-climate-action/> [02.01.2023]
22. Finland's Environmental Administration (2005). Getting more and better from less. [1 \(ym.fi\)](#) [02.01.2023]
23. Finnish Eco-Agrotourism Association – ECEAT Finland. [ECEAT Finland – Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT Suomi ry](#) [02.01.2023]
24. Global Sustainable Tourism Council (GSTC). What Is Sustainable Tourism? [What is Sustainable Tourism? Here's the Definition | GSTC \(gstscouncil.org\)](#) [06.03.2023]
25. Global Sustainable Tourism Council (GSTC). GSTC Criteria Overview. [GSTC Criteria | GSTC \(gstscouncil.org\)](#) [20.02.2023]
26. Government Office of Sweden, 2022. Strategy for Sustainable Tourism and a Growing Tourism Industry. <https://www.government.se/49bcc9/contentassets/001875075e0547188f1fbb70589ff300/strategy-for-sustainable-tourism-and-a-growing-tourism-industry.pdf> [18.08.2022]
27. Government of the Republic of Slovenia (2023a). Tourism. <https://www.gov.si/en/policies/business-and-economy/tourism/> [12.01.2023]
28. Government of the Republic of Slovenia (2023b). Sustainable tourism. <https://www.gov.si/en/topics/sustainable-tourism/> [13.02.2023]
29. Hallbarhetsklivet (2022). Stepping up Sustainability. Leitav: <https://hallbarhetsklivet.se/en/> [18.08.2023]
30. Human Development Reports (HDRO) (2021). Human Development Index (HDI). [Human Development Index | Human Development Reports \(undp.org\)](#) [08.09.2023]
31. Kaelep, T., Leemet, A., Mets., U. (2021). OSKA ülevaade digi- ja rohepöördeks vajalikest oskustest. Tallinn: SA Kutsekoda, tööjõuvajaduse seire- ja prognoosisüsteem OSKA. [OSKA ülevaade digi- ja rohepöördeks vajalikest oskustest - OSKA \(kutsekoda.ee\)](#) [11.09.2023]
32. Kliimaministeerium (2023). Kasvuhoonegaaside koguhide 2021. aastal suurenes. <https://envir.ee/uudised/kasvuhoonegaaside-koguhide-2021-aastal-suurenes> [10.02.2023]
33. Kliimaministeerium (2023). Eesti kliimaseadus. [Eesti kliimaseadus | Kliimaministeerium](#) [14.09.2023]
34. Klimat Kommunerna. Leitav: <https://klimatkommunerna.se/> [20.02.2023]
35. Maailmapank (2022). Population, Total. [Population, total | Data \(worldbank.org\)](#) [08.09.2023]
36. Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium (MKM) (2022). Turismistrateegia 2022-2025: it's about time. <https://www.mkm.ee/media/7613/download> [06.03.2023]
37. Metsähallitus. Metsähallitus in Brief. <https://www.metsa.fi/en/about-us/organisation/> [30.12.2022]
38. Metsähallitus. Principles of Sustainable Tourism. [Principles of Sustainable Tourism | Metsähallitus \(metsa.fi\)](#) [02.01.2023]
39. Metsähallitus. Sustainable Tourism in Protected Areas. [Sustainable tourism in protected areas \(arccgis.com\)](#) [02.01.2023]
40. Metsähallitus. Akwé: Kon Model Safeguards Sámi People's Participation. [Akwé: Kon model | Metsähallitus \(metsa.fi\)](#) [16.02.2023]

41. Metsähallitus (2020a). CPSC Community Programme for Sustainable Development. [CPSC Community Programme for Sustainable Development | Metsähallitus \(metsa.fi\)](#) [02.01.2023]
42. Metsähallitus (2020b). Aims and Activities of Lights On! Project. [Aims and Activities of Lights On! Project | Metsähallitus \(metsa.fi\)](#) [02.01.2023]
43. Metsähallitus (2021). Sustainable Gateways. [Sustainable Gateways | Metsähallitus \(metsa.fi\)](#) [02.01.2023]
44. Metsähallitus (2022). Phenomena of Arctic Nature PAN. [Phenomena of Arctic Nature PAN | Metsähallitus \(metsa.fi\)](#) [30.12.2022]
45. Ministry of Business, Innovation and Employment (MBIE) (2022a). Tourism Industry Transformation Plan: Te Taiao / The Environment phase – Scope. [Tourism Industry Transformation Plan: Te Taiao / The Environment phase – Scope \(mbie.govt.nz\)](#) [28.02.2023]
46. Ministry of Business, Innovation and Employment (MBIE) (2022b). Destination Management Guidelines. [Destination Management Guidelines | Ministry of Business, Innovation & Employment \(mbie.govt.nz\)](#) [28.02.2023]
47. Ministry of Business, Innovation and Employment (MBIE) (2022c). 2021 support - Tourism Communities: Support, Recovery and Re-set Plan. [2021 support - Tourism Communities: Support, Recovery and Re-set Plan | Ministry of Business, Innovation & Employment \(mbie.govt.nz\)](#) [20.04.2023]
48. Ministry of Business, Innovation and Employment (MBIE) (2023a). Tourism Industry Transformation Plan. <https://www.mbie.govt.nz/immigration-and-tourism/tourism/tourism-projects/tourism-industry-transformation-plan/> [28.02.2023]
49. Ministry of Business, Innovation and Employment (MBIE) (2023b). Phase 1: Better Work - He Mahere Tiaki Kaimahi. [Phase 1: Better Work - He Mahere Tiaki Kaimahi | Ministry of Business, Innovation & Employment \(mbie.govt.nz\)](#) [28.02.2023]
50. Ministry of Business, Innovation and Employment (MBIE). Phase 2: Environment. [Phase 2: Environment | Ministry of Business, Innovation & Employment \(mbie.govt.nz\)](#) [28.02.2023]
51. Ministry of Economic Affairs and Employment. Government's Tourism Initiatives. [Government's Tourism Initiatives - Ministry of Economic Affairs and Employment \(tem.fi\)](#) [02.08.2022]
52. Ministry of Economic Affairs and Employment. Finland's Tourism Strategy for 2022-2028. <https://tem.fi/en/finland-tourism-strategy> [01.08.2022]
53. Ministry of Economic Affairs and Employment (2022). Achieving More Together – Sustainable Growth and Renewal in Finnish Tourism, Finland's Tourism Strategy 2022–2028 and Measures 2022–2023 (Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun: Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2022–2023). <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/164279> [01.08.2022]
54. Ministry of the Environment. Finland's National Climate Change Policy. <https://ym.fi/en/finland-national-climate-change-policy> [28.12.2022]
55. Nature's Best. About Nature's Best. Leitav: <https://naturesbestsweden.com/en/about/> [24.08.2022]
56. OECD. Our Global Reach <https://www.oecd.org/about/members-and-partners/> [08.09.2022]
57. OECD (2020). Finland: OECD Tourism Trends and Policies 2020, lk. 166–170. <https://doi.org/10.1787/cb702fad-en> [16.02.2023]
58. OECD (2020). Sweden: OECD Tourism Trends and Policies 2020, lk. 283–287. <https://doi.org/10.1787/208e32ba-en> [16.01.2023]

59. OECD (2022). Estonia: OECD Tourism Trends and Policies 2022, lk 156–160. <https://doi.org/10.1787/e2830495-en>. [21.07.2023]
60. OECD (2022). Finland: OECD Tourism Trends and Policies 2022, lk 161–165. <https://doi.org/10.1787/447c92c2-en> [16.02.2023]
61. OECD (2022). Kokkuvõte: OECD Tourism Trends and Policies 2022. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/72a970f1-et> [06.03.2023]
62. OECD (2022). New Zealand: Tourism Trends and Policies 2022, lk 241–245. <https://doi.org/10.1787/f5a50606-en> [27.02.2023]
63. OECD (2022). Gross domestic product (GDP). [GDP and spending - Gross domestic product \(GDP\) - OECD Data](#) [14.09.2023]
64. OECD (2022). OECD Tourism Trends and Policies 2022. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/20767773> [06.03.2023]
65. OECD (2022). Slovenia: OECD Tourism Trends and Policies 2022, lk 266-270. <https://doi.org/10.1787/d5fb3212-en> [16.01.2023]
66. OECD (2022). Sweden: OECD Tourism Trends and Policies 2022, lk. 276-280. <https://doi.org/10.1787/64464ddf-en> [16.01.2023]
67. OECD (2022). Switzerland: Tourism Trends and Policies 2022, lk 281-285. <https://doi.org/10.1787/6e0cec1d-en> [02.02.2023]
68. OK:GO. Accessible Switzerland Association. [Accessible Switzerland Association | OK:GO \(ok-go.org\)](#) [10.02.2023]
69. Pavlinjek, M. (2019). Development of innovative tourism in Slovenia. <https://www.interregeurope.eu/good-practices/development-of-innovative-tourism-in-slovenia> [18.01.2023]
70. Puhka Eestis (2022). Kestlik turism – mis see on? [Kestlik turism – hoiame reisides oma keskkonda \(puhkaeestis.ee\)](#) [29.09.2023]
71. Puhka Eestis (2023). Green Destinations 2023. [Eesti tõstis taset rahvusvahelises rohesihtkohtade võrgustikus \(puhkaeestis.ee\)](#) [29.09.2023]
72. Qualmark. [Qualmark – New Zealand tourism’s official mark of quality](#) [01.03.2023]
73. Qualmark (2021). Preparing for your Qualmark Evaluation. [PowerPoint Presentation \(qualmark.co.nz\)](#) [02.03.2023]
74. Qualmark (2022). What Is Qualmark? <https://www.qualmark.co.nz/media/1702/what-is-qualmark-february-2022.pdf> [01.03.2023]
75. Riigikantselei (2022). Strateegia „Eesti 2035”. <https://valitsus.ee/strateegia-eesti-2035-arengukavad-ja-planeering/strateegia#vajalikud-muutused> [10.02.2023]
76. Riigikantselei (2023). Ülemaailmsed säästva arengu eesmärgid. <https://www.riigikantselei.ee/valitsuse-too-planeerimine-ja-korraldamine/valitsuse-too-toetamine/saastev-areng> [24.01.2023]
77. Ruukel, A., Kose, M., Pilving, T. (2022). Pärnu linna, Pärnumaa, Soomaa ja Matsalu rahvusparkide kestliku turismi uuringu aruanne. [Kestliku turismi uuring2022.pdf \(parnu.ee\)](#) [11.09.2023]
78. Salar International (2020). About Salar. Leitav: [About Salar - SKL International](#) [13.02.2023]

79. Slovenia Green. Slovenia Green: The Green Scheme of Slovenian Tourism. [About Slovenia Green - The Green Scheme of Slovenian Tourism \(slovenia-green.si\)](#) [14.01.2023]
80. Slovenian Tourist Board. About Slovenian Tourist Board. <https://www.slovenia.info/en/business/about-slovenian-tourist-board> [11.01.2023]
81. Slovenian Tourist Board. Green&Safe – Commitment to Responsible Green and Safe Tourism. <https://www.slovenia.info/en/business/green-safe-commitment-to-responsible-green-and-safe-tourism> [15.01.2023]
82. Slovenian Tourist Board. Innovative Projects. [Innovative projects | I feel Slovenia](#) [18.01.2023]
83. Slovenian Tourist Board. Innovativeness. [Innovativeness | I feel Slovenia](#) [15.02.2023]
84. Slovenian Tourist Board (2018). Green Scheme of Slovenian Tourism. https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/zelena-schema/2018_gradiva/kratekpregledmaj18eng.pdf [15.01.2023]
85. Sooväli-Sepping, H. (2022). Meilivahetus uuringu läbiviijate ja uuringusse kaasatud eksperdi, Taltechi rohepöörde prorektori Helen Sooväli-Seppinguga. [e-kiri], 27.12.2022
86. State Secretariat for Economic Affairs (SECO) (2021). Tourism Strategy of the Swiss Confederation. [Tourism Strategy of the Swiss Confederation \(admin.ch\)](#) [02.02.2023]
87. State Secretariat for Economic Affairs (SECO) (2022). Solutions modèles de durabilité le long de la chaîne de valeur ajoutée touristique dans les parcs suisses. [Solutions modèles de durabilité le long de la chaîne de valeur ajoutée touristique dans les parcs suisses \(admin.ch\)](#) [14.02.2023]
88. Suomenlinna Sveaborg. The Principles of Sustainable Tourism. <https://www.suomenlinna.fi/en/world-heritage/sustainable-tourism/the-principles-of-sustainable-tourism/> [27.12.2022]
89. Sustainable Development Report (2022). [Sustainable Development Report 2022 \(sdgindex.org\)](#) [10.03.2023]
90. Sustainable Development Report (2023). [Sustainable Development Report 2023 \(sdgindex.org\)](#) [14.09.2023]
91. Sustainability Leaders United. How Tourism Can Contribute to UN Sustainable Development Goals. <https://sustainability-leaders.com/tourism-sustainable-development-goals/> [01.02.2023]
92. Swedish Lapland Visitors Board (2021). New national strategy – how the hospitality industry will develop. [Ny nationell strategi – så ska besöksnäringen utvecklas - Swedish Lapland Visitors Board](#) [15.02.2023]
93. Swedish Tourist Association (STF). About STF. <https://www.swedishtouristassociation.com/about-stf/> [18.01.2023]
94. Swiss Federal Council (SFC) (2021). Tourism Strategy. <https://www.seco.admin.ch/dam/seco/en/dokumente/Standortfoerderung/Tourismus/Tourismusstrategie%2025.10.2022.pdf.download.pdf/Tourismusstrategie%2025.10.2022.pdf> [02.02.2023]
95. Switzerland Tourism (ST). Swisustainable – Sustainable Travel In Switzerland. [Sustainable – sustainable travel in Switzerland. | Switzerland Tourism \(myswitzerland.com\)](#) [10.02.2023]
96. Switzerland Tourism (ST). Autovabad sihtkohad. [Carfree-destinations | Switzerland Tourism \(myswitzerland.com\)](#) [10.02.2023]
97. Switzerland Tourism (ST). SwitzerlandMobility. [SwitzerlandMobility | Switzerland Tourism \(myswitzerland.com\)](#) [10.02.2023]

98. Switzerland Tourism (ST). Swiss Travel Pass. [Swiss Travel Pass | Switzerland Tourism \(myswitzerland.com\)](#) [10.02.2023]
99. Switzerland Tourism (ST) (2021a). Annual Report 2021. <https://report.stnet.ch/en/> [06.02.2023]
100. Switzerland Tourism (ST) (2021b). Swisustainable Strategy. https://www.stnet.ch/app/uploads/2021/02/Swisustainable_Strategie_E.pdf [10.02.2023]
101. Swiss Tourism Federation (STF). Kes me oleme. [Qui sommes nous | Fédération suisse du tourisme \(stv-fst.ch\)](#) [12.02.2023]
102. Swiss Tourism Federation (STF). Kestlikkuse kompetentsikeskus (KONA). [Centre de compétences pour la durabilité \(KONA\) \(stv-fst.ch\)](#) [10.02.2023]
103. Swiss Tourism Federation (STF). Swisustainable. <https://www.stv-fst.ch/fr/durabilite/centre-de-competences/swisustainable> [10.02.2023]
104. Swiss Tourism Federation (STF). SDG Dialogo Šveitsi turismi üle. [Dialogue SDG sur le tourisme suisse \(stv-fst.ch\)](#) [10.02.2023]
105. Swiss Tourism Federation (STF). UNWTO parimad turismikülad. <https://www.stv-fst.ch/fr/durabilite/centre-de-competences/best-tourism-villages> [13.02.2023]
106. Swiss Tourism Federation (STF). Kestlikkuse auhindad. <https://www.stv-fst.ch/fr/durabilite/plate-forme-sur-la-durabilite/prix-durabilite> [13.02.2023]
107. Swiss Tourism Federation (STF) (2023). Swisustainable Dashboard. [Dashboard Swisustainable \(stv-fst.ch\)](#) [12.02.2023]
108. The Aotearoa Circle. About Us. [About Us — The Aotearoa Circle](#) [03.03.2023]
109. Tiaki. <https://www.tiakinewzealand.com/> [01.03.2023]
110. Tillväxtverket (2020). Att arbeta för hållbar turism Process och metoder för hållbarhetsarbete inom besöksnäringen. [Att arbeta för hållbar turism.pdf \(tillvaxtverket.se\)](#) [20.04.2023]
111. Tillväxtverket (2023). Hallbarhetsguide. [Sustainability guide - Tillväxtverket \(tillvaxtverket.se\)](#) [20.04.2023]
112. Toomla, A., Kaldmaa, K., Tarto, L., Haljasmets, K., Kalda, L., Viin, T., Pedjasaar, M. (2022). Turismisektori tööjõu ja oskuste vajaduse uuring ning poliitikasoovitused.
113. Tourism Industry Aotearoa (TIA). Tourism 2025 & Beyond. [Tourism 2025 & Beyond - TIA](#) [09.03.2023]
114. Tourism New Zealand (TNZ). What We Do. [What we do | Corporate \(tourismnewzealand.com\)](#) [01.03.2023]
115. Tourism New Zealand (TNZ). Sustainability. [Sustainability | Corporate \(tourismnewzealand.com\)](#) [01.03.2023]
116. Tourism Sustainability Commitment (TSC). About the Tourism Sustainability Commitment. [About the Tourism Sustainability Commitment | Sustainable Tourism](#) [09.03.2023]
117. Tõetamm. <https://tamm.stat.ee/> [10.02.2023]
118. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2020). <https://unctad.org/news/tourism-and-digitalization-decade-action> [18.04.2023]

119. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) & United Nations Environmental Programme (UNEP) (2005). Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers. [Making Tourism More Sustainable A Guide for Policy Makers-2005445.pdf \(unep.org\)](#) [06.03.2023]
120. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2021). What is „Sustainable Tourism“? <https://en.unwto-ap.org/faq/10712/> [06.03.2023]
121. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). Tourism in the 2030 Agenda. <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda> [24.01.2023]
122. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). Digital Transformation. [Digital Transformation | UNWTO](#) [18.04.2023]
123. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). Sustainable Development. [Sustainable development | UNWTO](#) [18.04.2023]
124. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2023a). World Tourism Barometer: Excerpt, Vol. 21, 1. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/UNWTO_Barom23_01_January_EXCERPT.pdf?VersionId=2bbK5Glwk5KrBGJZt5iNPAGnrWoH8NB [07.03.2023]
125. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2023b). Tourism Set to Return to Pre-Pandemic Levels In Some Regions In 2023. <https://www.unwto.org/news/tourism-set-to-return-to-pre-pandemic-levels-in-some-regions-in-2023> [07.03.2023]
126. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2023c). Global and regional tourism performance. [Global and regional tourism performance \(unwto.org\)](#) [08.09.2023]
127. Varov, I. (2023). Kirjavahetus uuringu läbiviijate ja Green Key kontakti, Ingrid Varoviga SEIst, 29.09.2023
128. Visit Finland. Strategy 2021—2025. <https://www.businessfinland.fi/490207/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/visit-finland-strategy-2021-2025-english.pdf> [1.08.2022]
129. Visit Finland. Sustainability. [Sustainability | Visit Finland](#) [05.03.2023]
130. Visit Sweden (2021). Allemansrätten. Leitav: [Allemansrätten - Sweden's right of public access | Visit Sweden](#) [17.01.2023]
131. Visit Sweden (2023). About Visit Sweden. [About Visit Sweden | Visit Sweden](#) [20.02.2023]
132. World Economic Forum (2021). This Finnish Town Will Be Carbon Neutral by 2025. Here's how. [How one town in Finland will be carbon neutral by 2025 | World Economic Forum \(weforum.org\)](#) [20.04.2023]

Viidatud intervjuud:

1. Bacher, R. (2023). Intervjuu Romy Bacheriga analüüsi autorite poolt. [Videokõne], 14.02.2023
2. Kokkarinen, L. (2023). Intervjuu Liisa Kokkarisega analüüsi autorite poolt. [Videokõne], 21.02.2023
3. Mannerby, L. (2023). Intervjuu Linda Mannerbyga analüüsi autorite poolt. [Videokõne], 24.03.2023
4. Nõmm (2023). Intervjuu Andrus H. Nõmmega analüüsi autorite poolt. [Videokõne], 06.03.2023
5. Reelfs, P. (2023). Intervjuu Peter Reelfsiga analüüsi autorite poolt. [Videokõne], 20.02.2023
6. Zakonjšek, T. H. (2023). Intervjuu Tina H. Zakonjšekiga analüüsi autorite poolt. [Videokõne], 20.02.20

LISAD

Lisa 1. Ankeetküsitlus

Ettevõtte profiil

**Tärniga tähistatud küsimused on vabatahtlikud.*

Palun märkige ettevõtte peamine tegutsemisvaldkond (käibe mahu järgi).

- Hotell
- Muu majutus
- Toitlustus
- Muuseum
- Külustuskeskus
- Teema- või seikluspark
- Aktiivne puhkus ja looduspuhkus
- Ei paku turismiteenust / muu turismi alavaldkond
 - Kuna Teie ettevõtte ei tegutse valdkondades, millele küsimustik on suunatud, siis pole vastata tarvis. Ettevõtted valiti juhuvalimisse turismiettevõtete tüüpiliste EMTAK koodide alusel. Vabandame tülitamise pärast! (*sellised vastajad ankeedist välja suunata*)

Palun märkige ettevõtte peamine tegutsemiskoht.

- Tallinn
- Harjumaa, v.a. Tallinn
- Tartu
- Tartumaa, v.a. Tartu
- Pärnu
- Pärnumaa, v.a. Pärnu
- Hiiumaa
- Ida-Virumaa
- Jõgevamaa
- Järvamaa
- Läänemaa
- Lääne-Virumaa
- Põlvamaa
- Raplamaa
- Saare maakond
- Valgamaa
- Viljandimaa
- Võrumaa
- Pakun teenust üle Eesti

„Pakun teenust üle Eesti” korral lisaküsimus:

→ (*) [Millises maakonnas on Teie ettevõtte registreeritud?](#)
Valida maakondade rippmenüüst üks vastusevariant.

Mitu inimest töötab Teie ettevõttes (aastas keskmiselt)?

- Palgatöötajad puuduvad
- 1–9 töötajat
- 10–49 töötajat
- 50–99 töötajat
- 100–249 töötajat
- 250 ja enam töötajat

Kestlik turism tähendab vastutustundlikku reisimist, mis toetab loodus- ja kultuuripärandi säilimist ning kohalike elanike heaolu. Kogu maailmas pööratakse üha rohkem tähelepanu teadlike valikute tegemisele, et hoida ära kliimakatastroof, säästa loodusressursse ja väärtustada kultuurilist autentsust. Siia kuulub kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine, kohalike toodete tarbimine, nii vee kui energia säästmine prügi ja jäätmete tekke vähendamine, loodussõbralike materjalide eelistamine, ökonoomsemate seadmete ja tegevuste valimine. Üleminek kestlikule turismile on jätkuv ja pidev protsess ning eeldab järjepidevat mõjuhindangute jälgimist ja vajadusel ennetus- või parandusmeetmete rakendamist. Samuti eeldab see turismisektori kõigi osapoolte käitumismustrite muutmist, uute normide ja väärtuste juurutamist turismisektori töötajate, klientide ning kohaliku kogukonna hulgas.

Küsimustik

1. **Palun märkige kuni kolm kestliku tegutsemise eesmärki, mis on Teie ettevõtte jaoks kõige olulisemad.**
 - Tegevuskava kestliku arengu hindamiseks ja parendamiseks
 - Kohaliku kogukonna arengu toetamine
 - Võrdsete võimaluste ja õiglase kohtlemise tagamine kõigile (näiteks ligipääsetavuse tagamine, õiglase palk)
 - Energiasääst
 - CO² jalajälje mõõtmine
 - Kliimamuutuste mõjuga kohanemine kestlikest põhimõtetest lähtuvalt
 - Prügi, sh toidujäätmete vähendamine
 - Mürast, õhu ja vee saastamisest ning vee raiskamisest hoidumine
 - Eelkõige kohalike toodete või mahetoodete ostmine ja pakkumine
 - Looduse hoidmine, eriti oma territooriumil
 - Kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine
 - Muu – *lühem tekstiväli*
→ Vastasite “Muu”. Palun nimetage muud kestliku tegutsemise eesmärgid, mis on Teie ettevõtte jaoks olulised.
 - Mitte ükski pole oluline (*väljastab teised vastusevariandid*)
2. **Kas Teie ettevõttes on kokku lepitud kestliku tegutsemise põhimõtted?**
 - Jah
→ Kes vastutab Teie ettevõttes kestliku tegutsemise põhimõtete elluviimise eest?
 - Ettevõtte või osakonna juht
 - Eraldi töötaja
 - Meeskond
 - Ei ole kellegi vastutada
 - Ei oska öelda
 - Ei
 - Ei, kuid on koostamisel
→ Millal plaanite kestlikke põhimõtteid ettevõtte tegevusse sisse viia?
 - Sel aastal
 - Järgmisel aastal
 - Järgmise 5 aasta jooksul

- Rohkem kui 5 aasta jooksul
- Ei oska öelda
- Ei oska öelda

3. Kas Teie ettevõtte tutvustab enda kestlikke tegevusi ettevõtte meediakanalites (veebileht, sotsiaalmeedia vm)?

- Jah
- Rakendan kestlikke tegevusi, aga ei tutvusta
- Ei rakenda kestlikke tegevusi

4. Mil määral motiveerivad Teie ettevõtet kestlikult tegutsema järgnevad tegurid?

Skaala: Üldse ei motiveeri - pigem ei motiveeri - motiveerib mõnevõrra - motiveerib oluliselt - ei oska öelda/ei kehti minu ettevõtte kohta

- Ressursisääst
- Klientide ootustele vastamine
- Investorite/koostööpartnerite nõuetele vastamine
- Toetusmeetmete nõuetele vastamine
- Riiklike ja/või rahvusvaheliste regulatsioonide järgimine
- Turul konkurentsieelise saamine
- Teiste ettevõtete head ja praktilised näited innustavad
- Atraktiivsus tööandjana
- Suurem tulu
- Kliimamuutuste riski maandamine
- Muu – lühem tekstiväli uuel lehel
→ (*) Vastasite "Muu". Palun nimetage, millised muud tegurid motiveerivad Teie ettevõtet kestlikult tegutsema?

5. Mis takistab Teie ettevõtet kestlikult tegutsemast?

Skaala: Üldse ei takista - pigem ei takista - takistab mõnevõrra - takistab oluliselt - ei oska öelda

- Eesmärk on arusaamatu
- Info pole kättesaadav
- Huvi on olemas, aga ei tea, kuidas alustada
- Kestlike põhimõtete järgimine on piirav
- Kestlikult tegutsemine on (raha-, ressursi-, aja-) kulukas
- See pole meie klientidele oluline
- Muud teemad on (praegu) tähtsamad
- Ebakindlus tuleviku suhtes
- Pole veenvat põhjust kestlikult tegutseda
- Muu – lühem tekstiväli uuel lehel
→ (*) Vastasite "Muu". Palun nimetage, millised muud tegurid takistavad kestlikku tegutsemist Teie ettevõttes?

6. Kas rakendate järgnevaid tegevusi kestlikkuse tagamiseks enda ettevõttes?

Skaala: Jah - Ei, aga plaanin sel aastal alustada - Ei

- Energia säästmine
- Vee säästmine
- Taastuvenergia kasutamine (näiteks roheenergia pakett, oma päikesepaneelid)
- Prügi vähendamine
- Jäätmete liigiti kogumine
- Ühekordsete (plast)nõude või (plast)pakendite vältimine
- Kohaliku või mahetoidu eelistamine
- Kohalike teenuste, ostude eelistamine

- Kestlikult tegutsevate tarnijate ja koostööpartnerite eelistamine
- Kestlike hankekonkursside eelistamine
- Töötajate kaasamine kestlikkuse teemadesse (näiteks koolitused, arutelud, ühiselt eesmärkide seadmine)
- Klientide informeerimine kestlikkuse teemadest
- Kaugtöö võimaldamine tööga seotud liikumiste vähendamiseks
- Toodete/teenuste keskkonnasõbralikuks muutmine
- Muu – lühem tekstiväli uuel lehel
→ (*) **Palun nimetage, milliseid teisi kestlikkusele suunatud tegevusi Teie ettevõttes tehakse?**

Kui töötajaid 10–49 ja enam siis lisanduvad need:

- CO² jalajälje mõõtmine ja vähendamine
- Juhtkonna koolitamine kliimamuutuste teemal
- Taaskasutatud ja/või madala süsiniku jalajäljega materjalide kasutamine
- Kestlikkuse juhtimine on (mh) kellegi tööülesannete hulgas
- Juhtkonna tulemustasu sidumine kestlikkusele suunatud eesmärkidega
- Keskkonnakahjulike tegevuste rahastamise teadlik vältimine
- Keskkondlike ja sotsiaalsete riskide juhtimine

7. Millisest kestliku tegutsemisega seotud infost kõige enam puudust tunnete?

- Töötajate kaasamine
- Külastajate/klientide teavitamine
- Veesääst
- Pesemine ja puhastamine
- Jäätmekäitlus
- Energiakasutus
- Toit ja jook
- Siseruumide keskkonna kujundamine
- Haljasalade hooldamine
- Vastutustundlik ettevõtlus
- Keskkonnahoidlikud algatused
- Keskkonnajuhtimine
- Ostud ja hanked
- Muu – lühem tekstiväli
→ (*) **Palun nimetage, millisest kestlikku turismiga seotud infost puudust tunnete?**
- Ei vaja infot kestliku tegutsemise kohta (*väljastab teised vastusevariandid*)

8. Kui oluliseks peate järgnevaid tugimeetmeid, et jõudsamalt kestlikkuse poole liikuda?

Skaala: Täiesti ebaoluline - pigem ebaoluline - pigem oluline - väga oluline - ei oska öelda

- Juhendmaterjalid oma valdkonna ettevõtete näidete najal
- Enesehindamise küsimustikud
- E-õppekeskkond kestliku juhtimise kohta
- Koolitused / arenguprogrammid
- Keskkonnamõjude juhtimise kogemusega mentori /eksperdi kaasamine
- Ettevõtete võrgustik ja kogemuste vahetamine
- Õppereisid lähiregiooni parimate näidete juurde
- CO² kalkulaator oma teenuse jalajälje mõõtmiseks
- Investeeringutoetus energiasäästlike lahenduste jaoks
- Ühine (välis)turundus
- Eesti oma kestliku turismi märgis
- Muu – lühem tekstiväli uuel lehel
→ (*) **Vastasite "Muu". Palun nimetage, milliseid tugimeetmeid vajaks Teie ettevõtte, et jõudsamalt kestlikkuse poole liikuda?**

→ (*) Palun jagage soovi korral täiendavaid näiteid kestlikkusele suunatud tegevustest, mida Teie ettevõtte on edukalt rakendanud, mille kohta küsitluses ei küsitud. Või tooge näiteid teistest ettevõtetest, mida olete eeskujuks võtnud.

Küsitluse järel viime aprillis ja mais 2023 läbi kestliku turismi teemal läbi fookusgrupiintervjuud. Kui teema on Teile oluline ja oleksite valmis ka veebiintervjuus osalema, siis palun jätke kontaktandmed siia. Kontaktandmeid ei kasutata küsitluse tulemuste analüüsis.

→ [Palun sisestage oma meiliaadress või telefoninumber](#)

Lisa 2. Küsitluse läbiviimise ja valimi ülevaade

Tabel 5. Ülevaade küsitlusetappidest

Küsitlusetapp	Uuringukutse saatmise aeg	I meeldetuletuse saatmise aeg	II meeldetuletuse saatmise aeg
CAWI Vist Estonia andmebaasi kontaktid (3953 unikaalset)	14.02.2023	17.02.2023	22.02.2023
CAWI Krediidiinfo kontaktbaasi väljavõte järgnevate EMTAKite järgi: I551, I552, I56, R93, R932, R91 (7420 unikaalset)	23.02.2023	28.02.2023	3.03.2023
CATI Kombineeritud Visit Estonia kontaktbaasi ja Krediidiinfo kontaktbaasi põhjal	Etteantud vastamismäärade saavutamiseks atraktsioonide, hotellide, toitlustusettevõtete tegevusvaldkondades Tallinnas, Raplamaal, Valga- ja Võrumaal perioodil 7.-15.03.2023		

Tabel 6. Küsitluse vastajate jaotus tausttunnuste järgi

Tunnus	N = 550¹
tegevusala	
Aktiivne puhkus ja looduspuhkus	87 (16%)
Atraktsioon	97 (18%)
Hotell	55 (10%)
Muu majutus	161 (29%)
Toitlustus	150 (27%)
töötajad	
1–9	274 (50%)
10 ja enam	99 (18%)
Puuduvad	177 (32%)
piirkond	
Harju-, Rapla-, Läänemaa	82 (15%)
Kesk-Eesti	43 (7.8%)
Lõuna-Eesti	112 (20%)
Pakun teenust üle Eesti	21 (3.8%)
Pärnumaa	69 (13%)
Saared	61 (11%)
Tallinn	112 (20%)
Virumaa	50 (9.1%)
¹ n (%)	

Lisa 3. Individuaalintervjuudel osalenud

Individuaalintervjuud viidi läbi esindajatega järgmistest astututest:

1. Kestlikkuse, rohepöörde ja kestlikkuse ühiskondliku mõõtme käsitlemiseks kaasasime rohepöörde eksperdi Taltechist. Intervjuu abil soovisime mõista terviklikumalt kestlikkust ja eeskätt selle ühiskondlikku mõõdet, aga ka tervikpilti ühiskonna ja turismisektori vaatest.

2. Ringmajanduse rakendamise teema raames kaasasime jäätm- ja ringmajanduse eksperdi Ragn Sellsist. Intervjuu eesmärk oli käsitleda ringmajandusel põhinevaid jäätmekäitluse võimalikke arengusuundasid, mis on turismisektorile asjakohased.
3. Kohaliku- ja mahetoidu kasutamise võimaluste käsitlemiseks kaasasime mahepõllumajanduse eksperdi Eesti Mahepõllumajanduse Sihtasutusest.
4. Keskkonnamõjude käsitlemiseks kaasasime looduskaitse eksperdi Keskkonnaametist. Eesmärk oli mõista turismisektori võimalikku mõju keskkonnale ning teha kindlaks praegused murekohad, kuivõrd kaitsealade külastuskorraldus on keskkonnaameti vastutusallas olev tegevus.
5. Laiema vaate saamiseks Eesti avaliku- ja ettevõtlussektori üleminekust kestlikumale tegutsemisele kaasasime rohenügemise eksperdi Rohetiigrist.
6. Tellija seniste mõtete ja ootuste kaardistamiseks vestlesime Visit Estonia esindajaga. Intervjuu eesmärk oli ühtlustada ja kaardistada seniseid mõtteid ja ootuseid, mis on seotud turismivaldkonna kestliku arendamisega.

Lisa 4. Intervjuukavad

Tabel 7. Intervjuukava fookusgruppideks ettevõtjatega

Kategooriad:	Küsimus:
Kestliku turismi eesmärkide mõistmine/valmisolek:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Milliseks hindate oma valdkonna ettevõtete teadlikkust kestlikkusest ja kestlikust turismist? 2. Erinevad siseriiklikud ja rahvusvahelised analüüsid näitavad, et kestlikkuse tegelik rakendamine on ebapiisav nii üksikisiku, äri sektori kui ka avaliku sektori tasandil. Mis on teie tegevusalal seni pidurdanud ja takistanud kestlikkuse põhimõtete (rohkemat) juurutamist ja eesmärkide täitmist? Mille põhjal seda väidate? <ul style="list-style-type: none"> • Ankeetküsitlusest nähtub, et ettevõtteid takistavad kõige enam ("takistab oluliselt") kestlikult tegutsemast järgmised tegurid: kestlik tegutsemine on (raha-, ressursi-, aja-) kulukas (26%), ebakindlus tuleviku suhtes (22%), muud teemad on (praegu) tähtsamad (19%). 3. Kuidas võiks kestliku turismi põhimõtete mittepiisav rakendamine mõjutada Eesti turismi rahvusvahelist konkurentsivõimet, sh milliseid riske ja tagajärgi näete teie valdkonna ettevõtetele?
Tegevused kestlikkuse saavutamiseks:	<ol style="list-style-type: none"> 4. <u>Mida</u> peaks kestlikkuse rakendamisel teie valdkonnas eelkõige <u>tegema</u>, et säilitada pikaajaline konkurentsivõime, sh välituristide seas? <ol style="list-style-type: none"> 1. sh millistele kestlikkuse aspektidele (nt energia, vesi, jäätmad, transport, kogukonna kaasamine, kultuuripärandi hoidmine) peaks teie valdkonnas kestliku turismi rakendamisel enim keskenduma? Miks just neile? 2. Arutelu: <ul style="list-style-type: none"> • Küsitluses pidas enim ettevõtteid oluliseks järgnevat kolme eesmärki: looduse hoidmine, eriti oma territooriumil; kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine) ning kohaliku kogukonna arengu toetamine. Mis põhjusel võiksid need olla kõige olulisemad? Oskate ka oma valdkonnas välja tuua häid näiteid?

	<ul style="list-style-type: none"> Kõige vähem oluliseks peeti CO² jalajälje mõõtmist, kliimamuutuste mõjuga kohanemist kestlikest põhimõtetest lähtuvalt ja tegevuskava kestliku arengu hindamiseks ja parendamiseks. Millest see võib tulla? <p>5. Millist <u>kasu/võimalusi</u> võiks anda teie valdkonna ettevõtetele kõige olulisemate kestlikkusega seotud tegevuste elluviimine?</p> <p>1. Avada motivaatorite tagamaid:</p> <p>Küsitluse järgi motiveerib ettevõtteid enim ("motiveerib oluliselt") kestlikult tegutsema järgmised tegurid: klientide ootustele vastamine (75%), ressursisääst (70%) ning suurem tulu (60%). <i>Kas see on teie valdkonna puhul sama?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Samas "üldse ei motiveeri" vastanuid kõige enam järgmised tegurid: investorite/koostööpartnerite nõuetele vastamine (10%), toetusmeetmete nõuetele vastamine (10%) ning riiklike ja/või rahvusvaheliste regulatsioonide järgimine (10%). <i>Miks see nii võib olla?</i>
Investeeringu- ja toetusvajadused:	<p>6. Kuidas saaks riik aidata (koostöövormid, meetmed jms) teie valdkonna ettevõtteid, et kiiremini kestlikke eesmärges saavutada?</p> <ol style="list-style-type: none"> lühikeses, paari aasta perspektiivis ehk kiired sekkumised pikas / väga pikas perspektiivis (2030/2050) <p>7. Millised oleksid teie investeeringuvajadused - mille jaoks ning millises suurusjärgus?</p> <p>8. Millistel teistel osapooltel ja milline roll olema peaks (sh KOV, DMO, äri sektor/koostööpartnerid, kogukond jms)?</p> <p>9. Kui saaksid valida konkreetselt ühe tegevuse, mis oleks vaja kohe Eesti turismisektori kestliku arengu edendamiseks ära teha, siis mis see oleks?</p> <p>10. 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, jaotades ettevõtteid 3 gruppi: alustajad, rakendajad ja lipulaevad. Ka väljapaistvus Eesti riikliku kestlikku turismi brändi osana sõltuks iga ettevõtte arenguetapist.</p> <ol style="list-style-type: none"> Kui oluliseks peate sellise võrgustiku loomist? Mida peaks silmas pidama sellise võrgustiku planeerimisel? Mida selline võrgustik pakkuda võiks, millist abi sealt ootaksite? <p>Abiks, kas selline eristamine on vajalik?:</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>alustajad</u>: kohalik ettevõtete kogukond; enesehinnangu tööriistad hetkeolukorra ja arenguvõimaluste tuvastamiseks. <u>rakendajad</u>: mentorteenus; rahvusvahelise määrgise taotlemine; kogukonnaüritused; ühised algatused. <u>lipulaevad</u>: ühisprojektid; kogukonnaüritused.

Tabel 8. Intervjuukava fookusgruppideks DMOde esindajatega

Kategoriad:	Küsimus:
Kestliku turismi eesmärkide mõistmine/valmisolek:	<ol style="list-style-type: none"> Milliseks hindate oma <u>piirkonna</u> ettevõtete teadlikkust kestlikkusest ja kestlikust turismist? Erinevad siseriiklikud ja rahvusvahelised analüüsid näitavad, et kestlikkuse tegelik rakendamine on ebapiisav nii üksikisiku, äri sektori

	<p>kui ka avaliku sektori tasandil. Mis on teie <u>piirkonnas</u> seni pidurdanud ja takistanud kestlikkuse põhimõtete (rohkemat) juurutamist ja eesmärkide täitmist? Mille põhjal seda väidate?</p> <ul style="list-style-type: none"> Ankeetküsitlusest nähtub, et ettevõtteid takistavad kõige enam ("takistab oluliselt") kestlikult tegutsemast järgmised tegurid: kestlik tegutsemine on (raha-, ressursi-, aja-) kulukas (26%), ebakindlus tuleviku suhtes (22%), muud teemad on (praegu) tähtsamad (19%). <p>3. Kuidas võiks kestliku turismi põhimõtete mittepiisav rakendamine mõjutada Eesti turismi rahvusvahelist konkurentsivõimet, sh milliseid riske ja tagajärgi näete enda <u>piirkonna</u> ettevõtetele?</p>
<p>Tegevused kestlikkuse saavutamiseks:</p>	<p>4. Kui ambitsioonikas peaks olema Eesti turismisektor, sh teie piirkond sihtkohana, kestlikkuse printsiipide rakendamisel (nt võrreldes muu maailma, Läänemere regiooniga)?</p> <p>5. <u>Mida</u> peaks kestlikkuse rakendamisel teie <u>piirkonnas</u> eelkõige <u>tegema</u>, et säilitada pikaajaline konkurentsivõime, sh välituristide seas?</p> <p>1. sh millistele kestlikkuse aspektidele (nt energia, vesi, jäätmed, transport, kogukonna kaasamine, kultuuripärandi hoidmine) peaks teie <u>piirkonnas</u> kestliku turismi rakendamisel enim keskenduma? Miks just neile?</p> <p>1. Arutelu:</p> <ul style="list-style-type: none"> Küsitluses pidas enim ettevõtteid oluliseks järgnevat kolme eesmärgi: looduse hoidmine, eriti oma territooriumil; kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine) ning kohaliku kogukonna arengu toetamine. Mis põhjusel võiksid need olla kõige olulisemad? Oskate ka oma <u>piirkonnas</u> välja tuua häid näiteid? Kõige vähem oluliseks peeti CO² jalajälje mõõtmist, kliimamuutuste mõjuga kohanemist kestlikest põhimõtetest lähtuvalt ja tegevuskava kestliku arengu hindamiseks ja parendamiseks. Millest see võib tulla? <p>6. Millist <u>kasu/võimalusi</u> võiks anda teie <u>piirkonna</u> ettevõtetele kõige olulisemate kestlikkusega seotud tegevuste elluviimine?</p> <p>1. Avada motivaatorite tagamaid:</p> <ul style="list-style-type: none"> Küsitluse järgi motiveerib ettevõtteid enim ("motiveerib oluliselt") kestlikult tegutsema järgmised tegurid: klientide ootustele vastamine (75%), ressursisääst (70%) ning suurem tulu (60%). <i>Kas te arvate, see on teie <u>piirkonna</u> puhul sama?</i> Samas "üldse ei motiveeri" vastanuid kõige enam järgmised tegurid: investorite/koostööpartnerite nõuetele vastamine (10%), toetusmeetmete nõuetele vastamine (10%) ning riiklike ja/või rahvusvaheliste regulatsioonide järgimine (10%). <i>Miks see nii võib olla?</i>
<p>Piirkonna ettevõtete ja DMO-de endi Investeeringu- ja toetusvajadused:</p>	<p>7. Kuidas saaks riik aidata (koostöövormid, meetmed jms) teie <u>piirkonna</u> ettevõtteid ja teid ennast DMO-na, et kiiremini kestlike eesmärgi saavutada?</p> <p>1. lühikeses, paari aasta perspektiivis ehk kiired sekkumised</p> <p>2. pikas / väga pikas perspektiivis (2030/2050)</p> <p>8. Millised oleksid investeeringuvajadused teie <u>piirkonnas</u> - mille jaoks ning millises suurusjärgus?</p>

	<p>9. Millistel teistel osapooltel ja milline roll olema peaks (sh KOV,, äri sektor/koostööpartnerid, kogukond jms?) <u>Vaadates välisriikide näiteid</u>, siis seal on püütud rakendada mitmeid meetmeid motiveerimaks turismiettevõtteid kestlikult tegutsema. Näiteks:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kestlike turismiettevõtete soosimine: nt Soomes korraldab riiklik turismiorganisatsioon Visit Finland müügiüritusi (ettevõtted kohtuvad rahvusvaheliste reisikorraldajatega), kus kestlikkus või riiklik kestliku turismi (Sustainable Travel Finland) märgis on osalemise kriteeriumiks nii kohalikele ettevõtetele kui ka reisikorraldajatele. • Riiklik kestliku turismi programm (ja märgis), mis kohandab rahvusvahelised kriteeriumid kohalikele oludele ja valdkonniti ning ühe tingimusena arvestab kolmandate osapoolte kestlikkuse sertifikaate – näiteks Soome: Sustainable Travel Finland, Sloveenia: the Green Scheme of Slovenian Tourism ja vastav Slovenia Green märgis, Šveits: Swisstainable. • Šveits pakub riikliku kestlikkuse programmiga (Swisstainable) liitunud ettevõtetele kohalolekut turistile suunatud reisiplaneerimise veebilehel MySwitzerland.com ning osalemist ühisturunduses, samuti online kogukonda ja offline üritusi, koolitusi. <p><u>Mida te neist meetmetest arvate?</u> Kes need võiksid ka Eestis töötada? Kellel mis roll riiklikult olla võiks sarnaste meetmete rakendamisel?" Need on küll näited meetmetest, kuidas riiklikult kestlikkust turundus- ja turustustegevuses rakendada - <u>kas teie sihtkoha organisatsioonina võiksite ise midagi sama teha?</u></p> <p>10. Milline peaks olema teie enda ehk DMO roll: kuidas saaks teie DMO-na piirkonda ja piirkonna ettevõtteid senisest edukamalt kestlikkuse edendamisel toetada? st mida peaksite tegema ning millist tuge teie ise selleks vajaksite?</p>
--	--

Tabel 9. Intervjuukava fookusgruppideks poliitikakujundajatega

Kategoriad:	Küsimus:
Kestliku turismi eesmärkide mõistmine/valmisolek:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kas, kui palju ja millistes küsimustes puutub teie ministeerium /osakond täna turismiettevõtete kokku kestlikkuse teemadel? St millistes küsimustes teie poolt pöörduetakse? 2. Kuidas võiks kestliku turismi põhimõtete mittepiisav rakendamine mõjutada Eesti turismi rahvusvahelist konkurentsivõimet, sh milliseid riske ja tagajärgi näete Eesti ettevõtetele? 3. Erinevad siseriiklikud ja rahvusvahelised analüüsid näitavad, et kestlikkuse tegelik rakendamine on ebapiisav nii üksikisiku, äri sektori kui ka avaliku sektori tasandil. Mis on teie hinnangul seni pidurdanud ja takistanud kestlikkuse põhimõtete (rohkemat) juurutamist ja eesmärkide täitmist? Millised on probleemid, mis vajavad lahendamist? <ul style="list-style-type: none"> • Ankeetküsitlusest nähtub, et ettevõtteid takistavad kõige enam ("takistab oluliselt") kestlikult tegutsemast järgmised tegurid: kestlik tegutsemine on (raha-, ressursi-, aja-) kulukas (26%), ebakindlus tuleviku suhtes (22%), muud teemad on (praegu) tähtsamad (19%).

Peegeldus tehtud fookusgruppidele + välisriikide praktikad	<p>4. Milline on teie ministeeriumi/asutuse tänane tegevus ja fookus, et aidata turismiettevõtteid kestlikkuse edendamisel? Kas see on teie meelest piisav, et toetada pikas perspektiivis kestliku turismi arengut Eestis?</p> <p>5. Siin küsimuse all võiksite peegeldada osalejatega olulisemaid trende ja mustreid, mis on esile tulnud teostatud turismiettevõtete fookusgruppidest. Selle diskussiooni käigus saame ehk ka juba sisendit kolmanda bloki küsimustele, et kas poliitikakujundajatel tuleb siin mõtteid, kuidas oleks võimalik ettevõtteid toetada.</p>
Investeeringu- ja toetusvajadused:	<p>6. Kuidas saaks riik üldiselt aidata (koostöövormid, meetmed jms) Eesti turismiettevõtteid, et kiiremini kestlikke eesmärke saavutada?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. lühikeses, paari aasta perspektiivis ehk kiired sekkumised 2. pikas / väga pikas perspektiivis (2030/2050) <p>7. Mida teie ministeerium/asutus saaks teha realistlikult turismiettevõtete aitamisega? (nt toetused, koolitused vms)? Milline on teie tulevikunägemus enda organisatsioonist turismiettevõtete aitamisega?</p> <p>8. Millistel teistel osapooltel ja milline roll olema peaks olema (sh KOV, DMODEL, äri sektor/koostööpartnerid, kogukond jms?)</p> <p>9. Kui saaksite valida konkreetselt ühe tegevuse, mille viiksite kohe ellu Eesti turismisektori kestliku arengu edendamiseks, siis mis see oleks?</p>

Intervjuukava fookusgruppideks erialaliitude- ja ühingu esindajatega.

1. Analüüsid näitavad, et kestlikkuse tegelik rakendamine on ebapiisav nii üksikisiku, äri sektori kui ka avaliku sektori tasandil. Mis on teie valdkonnas seni pidurdanud ja takistanud kestlike põhimõtete (rohkemat) juurutamist ja eesmärkide täitmist? Mille põhjal seda väidate?
 - 1.1. Ankeetküsitlusest nähtub, et ettevõtteid takistavad kõige enam ("takistab oluliselt") kestlikult tegutsemast järgmised tegurid: kestlik tegutsemine on (raha-, ressursi-, aja-) kulukas (26%), ebakindlus tuleviku suhtes (22%), muud teemad on (praegu) tähtsamad (19%).
2. Kuidas võiks kestliku turismi põhimõtete mittepiisav rakendamine mõjutada Eesti turismi rahvusvahelist konkurentsivõimet, sh milliseid riske ja tagajärgi näete teie oma valdkonnas?
3. Milliseid ressursse on turismiettevõtetel vaja esimeses etapis välja toodud takistuste ületamiseks ning lahenduste elluviimiseks?
4. Nimetage enda sektoris Eestist ja välismaal ägedaid kestlikke algatusi, mida võiks Eestis laiemalt kasutada?
 - 4.1. sh millistele kestlikkuse aspektidele (nt energia, vesi, jäätmed, transport, kogukonna kaasamine, kultuuripärandi hoidmine) peaks teie valdkonnas kestliku turismi rakendamisel enim keskenduma? Miks just neile? Mis see teile juurde annab?
 - 4.1.1. Küsitluses pidas enim ettevõtteid oluliseks järgnevat kolme eesmärgi: looduse hoidmine, eriti oma territooriumil; kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine) ning kohaliku kogukonna arengu toetamine. Mis põhjusel võiksid need olla kõige olulisemad? Oskate ka oma valdkonnas välja tuua häid näiteid?
 - 4.1.2. Kõige vähem oluliseks peeti CO2 jalajälje mõõtmist, kliimamuutuste mõjuga kohanemist kestlikest põhimõtetest lähtuvalt ja tegevuskava kestliku arengu hindamiseks ja parendamiseks. Millest see võib tulla?
 - 4.1.3. Avada motivaatorite tagamaid:
 - Küsitluse järgi motiveerib ettevõtteid enim ("motiveerib oluliselt") kestlikult tegutsema järgmised tegurid: klientide ootustele vastamine (75%), ressursisääst (70%) ning suurem tulu (60%). Kas see on teie valdkonna puhul sama?

- Samas "üldse ei motiveeri" vastanuid kõige enam järgmised tegurid: investorite/koostööpartnerite nõuetele vastamine (10%), toetusmeetmete nõuetele vastamine (10%) ning riiklike ja/või rahvusvaheliste regulatsioonide järgimine (10%). Miks see nii võib olla?
5. Millised (sh rahvusvahelised) koostöövormid on vajalikud lahenduste elluviimiseks ehk millistel osapooltel ja milline roll olema peaks, sh KOV, DMO, turismiettevõtted, koostööpartnerid, kogukond jms?
 6. Kuidas saaks riik aidata (koostöövormid, meetmed jms) turismiettevõtteid, et kiiremini kestlikke eesmärke saavutada?
 - 6.1. lühikeses, paari aasta perspektiivis ehk kiired sekkumised;
 - 6.2. pikas / väga pikas perspektiivis (2030/2050).

Intervjuukava individuaalintervjuudeks sektoriväliste ekspertidega (küsimused kohandati eksperdi valdkonnale vastavaks).

1. Millised on suurimad probleemid Eestis seoses kestliku arenguga?
2. Mis on kõige kriitilisem, mida tuleks kohe muuta ehk millised on kriitilised sekkumisvajadused?
3. Kuidas saab Eesti turismisektor panustada kestlikku arengusse?
 - 3.1. Mis töötab Eesti turismisektoris vastu kestlikule arengule?
 - 3.2. Mida tehakse Eesti turismisektoris hästi seoses kestliku arenguga?
4. Millistes aspektides vajavad Eesti turismiettevõtjad kõige enam tuge, et kestlikult tegutseda?
5. Kuidas võiks riik aidata Eesti turismisektoril panustada kestlikku arengusse? Ehk kuidas toetada turismisektorit kestlikkuse poole liikumisel?
6. Milliseid meetmeid tuleks Eestis rakendada turismisektoris kestliku arengu eesmärkide täitmiseks vaadates järgnevaid valdkondi (arutelu)?
 - 6.1. kasvuhoonegaaside (CO2) heitkoguse vähendamine?
 - 6.2. taastuvenergia osakaalu suurendamine?
 - 6.3. kestlike liikumisviiside soodustamine ja osakaalu suurendamine?
 - 6.4. kultuuripärandi säilimine?
 - 6.5. kogukonna heaolu tagamine?
 - 6.6. sidusgruppide kaasamine?
 - 6.7. demokraatia edendamine?