

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Meriliis Jõhve

**KESKKONDLIKULT JÄTKUSUUTLIKE
KONVERENTSIDE ARENDAMINE EESTI
NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Inna Bentsalo, MA

Pärnu 2021

Soovitan suunata kaitsmisele

Inna Bentsalo

/digiallkirjastatud/

Kaitsmisele lubatud

TÜ Pärnu kolledži programmijuht Tiina Viin

/digiallkirjastatud/

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

Meriliis Jõhve

/digiallkirjastatud/

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Keskkondlik jätkusuutlikkus konverentside korraldamisel ning selle arendamine.....	8
1.1. Konverentside korraldamine ning selle mõju keskkonnale.....	8
1.2. Keskkondliku jätkusuutlikkuse tagamise võimalused konverentsidel	12
1.3. Keskkondlikult jätkusuutlike konverentside toimumispaikade arendamine	16
2. Uuring Eestis olevate keskkondlikult jätkusuutlike konverentsi toimumispaikade võimaluste kohta	20
2.1. Uuringu eesmärk, meetod ja korraldus	20
2.2. Uuringu tulemuste analüüs.....	23
2.3. Järeldused ja ettepanekud.....	32
Kokkuvõte	43
Viidatud allikad.....	46
Lisad.....	52
Lisa 1. Küsitluse ankeet	52
Lisa 2. Küsimuste seos teoriaga.....	56
Summary	58

SISSEJUHATUS

Käesolev lõputöö keskendub keskkonna jätkusuutlikkusele konverentside korraldamise teoreetilisele käsitlusele ning läbiviidud lõputöö uuringu tulemustele. Tänapäeval on keskkonna jätkusuutlikkus aktuaalne teema. Äriturismivaldkonnas on üha enam hakatud tähelepanu pöörama keskkonnaprobleemidele, mille eesmärgiks on tagada keskkondlik jätkusuutlikkus. (Han *et al.*, 2019, lk 11; Guo, Jiang, & Li, 2019, lk 13) 2019. aastal toimusid üle maailma mitmed protestid Greta Thunbergi eeskujul, milles osales üle 13 miljoni toetaja. Protestid olid mõeldud inimtegevuse poolt tingitud kliimamuutustele tähelepanu pööramiseks. Lisaks on kuulutanud 1933 linna ja valitsust 34. riigis välja kliima hädaolukorra, mille kohaselt soovitakse muuta maailm 2050. aastaks kliimaneutraalseks. (Global Destination Sustainability Movement, 2020, lk 16; Climate Emergency Declaration, 2021; Euroopa Parlament, 2019). Sellega seoses on konverentside toimumispaikadel oluline leida konverentside pakkumisel lahendused, mis ei põhjusta keskkonnale kahju.

Antud lõputöös käsitletakse konverentse (*conference*), mis kujutab endast riikide, ühiskondlike, parteiliste või teaduslike organisatsioonide esindajate kogunemisi, mille eesmärgiks on arutada olulisemaid teemasid, võtta vastu otsuseid, jagada informatsiooni või korraldada konsultatsioone. (ICCA, n.d.)

Konverentsi- ja äriturism on tulusad, kuna reisijate külastusaeg on pikem ning pakutavad teenused on kallimad. Maailma Turismiorganisatsioon (UNWTO- United Nations World Tourism Organization) on toonud 2015. aasta aruandes välja, et ärireisid moodustavad üle 14% kogu turismiliikumisest ja 20% kogu turismitulust. (UNWTO, 2015, lk 4) Maailma Reisi ja Turismi Nõukogu (WTTC- World Travel & Tourism Council) tõi enda 2020. aasta raportis välja, et 21.4% reisimistest on seotud äriturismiga. Viie aastaga kasvas ärireiside arv 7.1%, kuid 2020. aastal toimus suur muudatus konverentsi sektoris. Viimase 40 aasta jooksul on maailmas olnud erinevaid epideemiaid, kuid 2020. aasta

kevadadel hakkas levima COVID-19 pandeemia, mis on avaldanud teiste viirustega võrreldes kõige suurema mõju maailmamajandusele. Nimelt keelati ära inimrühmade kogunemised, et piirata viirust ning arvatakse, et konverentsisektor on üks enim kannatada saanud turismi allsektoreid, mille majanduslik kahju ulatub sadadesse miljarditesse USA dollaritesse. (WTTC, 2020, lk 3; Gössling, Scott & Hall, 2020, lk 1-20)

Üldiselt kohtumised, eriti rahvusvahelised üritused, ei ole oma olemuselt jätkusuutlikud, sest toimub pidev reisimine ühest sihtkohast teise, mis avaldab mõju keskkonnale ning teenuste pakkumisel toimub ületarbimine, kuid on mitmeid erinevaid viise, kuidas üritusi planeerida ja korraldada nii, et konverentsi sektor avaldaks võimalikult vähe mõju keskkonnale. (Visit Estonia & ECB, 2017, lk 4) Üha enam on hakatud konverentside ja seminaride pakkumisel järgima säästva arengu põhimõtteid (*Green meetings*). (Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, 2013, lk 18)

Selleks, et Euroopa Liidu liikmesriigid ja nende kodanikud tegeleksid kliima- ja keskkonnaprobleemidega, on loodud Euroopa roheline kokkulepe. Komisjoni teatises (2019) on välja toodud, et aastatel 1970-2017 on materjalide aastane ammutamine maailmas kolmekordistunud ning kasvab iga-aastaselt. 12% kasutatavatest materjalidest pärineb ringlusesse võtust. 2030. aastaks soovitakse tagada, et kõik Euroopa Liidu turul olevad pakendid on majanduslikult tasuval viisil taaskasutatavad ringlusesse võetavad. Ringmajanduse tegevuskavas on välja toodud meede, mis suunab ettevõtjaid ja ürituste korraldajaid pakkuma ning tarbijaid valima korduvkasutatavaid ja vastupidavaid tooteid. Riigid on võtnud endale kohustuse vähendada heitkoguseid, kuid sellest ei piisa ning oluline on leida uusi lahendusi, kuidas vähendada reostust ning liigse prügi tekkimist. (Euroopa Komisjon, 2019; Göll & Evers-Wölk, 2014, lk 19)

Ellen MacArthuri Fond on toonud välja investeerimisvõimalused, kuidas kujundada keskkonda elamiskõlblikumaks tuleviku suhtes ning olla keskkonnasõbralikum. Oluline on asendada plastpakendid korduvkasutatavatega alternatiividega, sest antud muutus pakub maailmas majanduslikku kasu ning 20% vähendamisel säästetakse maailmas umbes 6 miljonit tonni materjali. Tähtis on hakata tegutsema vastutustundlikult ning keskkonnasõbralikult, et tuleviku kliimamuutuste tagajärjed ei mõjutaks inimeste

tulevikku rohkem kui hetkel olev pandeemia olukord. (Ellen MacArthur Foundation, 2020a, lk 21; United Nations, 2020, lk 50)

Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (EAS, 2018, lk 19) on töötanud välja 2019-2023 strateegilise tegevuskava, mille kohaselt soovitakse suurendada äri- ja konverentsiturismi valdkonda ning nutikate teenuste arendamist, sest antud turismivaldkonnas on turismitulu ühe külastaja kohta suurem kui teistes valdkondades. Käesolev COVID-19 pandeemia periood võimaldab ettevõtetel töötada välja taastamiskavad, mis aitab viia ettevõtte toimimise säästvamale ja keskkonnasõbralikule suunale, et arendada välja teenuseid, mis ei avalda negatiivset mõju keskkonnale. (Ettevõtluse arendamise sihtasutus, 2018, lk 4, 19; United Nations, 2020, lk 48; United Nations, 2019, lk 46)

Kim ja Park (2016) on rohelise konverentsi sektori uuringus välja toonud, et ürituste keskkonnasõbralikul haldamisel ja roheliste ettevõtete valimisel on märkimisväärne positiivne mõju ürituse süsinikujalajälje vähendamisele. Konverentsi sektor on hakanud reageerima keskkonnaprobleemidele, mis omakorda aitab vähendada tarbetuid kulutusi ning seeläbi suurendada ka konverentsi osalejate rahulolu ning konkurentsieeliseid konverentsi toimumispaikade seas. Samuti töid nad välja, et uuringuid antud valdkonnas on vähe tehtud. Probleemiks on, et paljud uuringud ei ole andnud terviklikku arusaama sellest, kuidas siduda „roheline“ konverentsi sektori teooria praktilise teadmiste rakendamisega konverentside korraldamisel. (Park & Kim, 2016, lk 1030, 1041) Lisaks on Zhong, Luo ja Chen (2020, lk 16) välja toonud, et äriürituste puhul ei kasutata keskkonna jätkusuutlikkust soodustavaid lahendusi. Probleemist lähtuvalt on antud lõputöö probleemküsimuseks: Millised võimalused on keskkondlikult jätkusuutlike konverentside arendamiseks?

Töö eesmärk on välja selgitada, kuidas pakkuda äriürituste ja konverentside korraldamisel keskkondlikult jätkusuutlikke teenuseid ja võimalusi konverentside toimumispaikade poolt. Teadlased on öelnud, et inimestel on vähem kui 10 aastat aega, et takistada kliimasoojenemise katastroofilist mõju. Pandeemia ajal on ettevõtted keskendunud ellujäämisele, kuid olemas on tehnoloogiad ja lahendused nii ürituste valdkonna taaskäivitamiseks kui ka ettevõtete keskkonnasõbralikuks ülesehitamiseks. (Global Destination Sustainability Movement, 2020, lk 11)

Sellel seoses on lõputöö uurimisküsimuseks: kuidas on võimalik tagada keskkondlikult jätkusuutlikud konverentside lahendused Eestis?

Lõputöö eesmärgi saavutamiseks püstitati järgmised uurimisülesanded:

- anda teoreetiline ülevaade konverentside korraldamisest ning selle arendamisest;
- viia läbi uuring Eestis, mille eesmärgiks on välja selgitada, millised võimalused on keskkondlikult jätkusuutlike teenuste pakkumiseks äriürituste ja konverentside korraldamisel;
- analüüsida uuringu tulemusi;
- teha järeldusi ja esitada ettepanekuid Eesti konverentsi toimumispaikadele keskkondlikult jätkusuutlike konverentside arendamisest.

Töö koosneb kahest peatükist, mille puhul esimeses on välja toodud teoreetiline osa keskkondlikult jätkusuutlikkuse võimalustest konverentside korraldamisel. Esimeses alapeatükis on antud ülevaade konverentsi korraldamisest ja selle mõjutavatest teguritest keskkonnale. Teises alapeatükis on välja toodud võimalused, kuidas tagada keskkondlik jätkusuutlikkus konverentside pidamisel ning kolmandas alapeatükis keskkondlikult jätkusuutlike konverentside toimumispaikade arendamine. Teises peatükis on toodud välja empiiriline osa Eesti konverentside toimumispaikade keskkondlikult jätkusuutlike lahenduste kasutamisest. Esimeses alapeatükis tutvustatakse Eesti Konverentsibürood ning antakse ülevaade uuringu kirjeldusest. Teises alapeatükis on toodud välja uuringu tulemuste analüüs ning viimases alapeatükis on ülevaade järeldustest ja ettepanekutest. Viimasena on toodud välja kokkuvõtte ning lisad, kus on kujutatud küsitluse ankeet ja tabel küsimuste seosest teooriaga.

1. KESKKONDLIK JÄTKUSUUTLIKKUS

KONVERENTSIDE KORRALDAMISEL NING SELLE ARENDAMINE

1.1. Konverentside korraldamine ning selle mõju keskkonnale

Konverentsi sektor pakub ettevõtetele ja organisatsioonidele võimalust korraldada erinevaid kokkusaamisi kindlatel eesmärkidel. Lisaks pakub töökohti ning elavdab kohalikku elu ja riigi majandust. Nii nagu turismi mõjutavad ka konverentside pidamist tehnoloogia arenemine, demograafilised kui ka keskkonna- ja kliimamuutused. Samamoodi avaldab konverentside pidamine mõju keskkonnale. Käesolev peatükk annab ülevaate konverentsi valdkonnast, selle trendidest, probleemidest ning konverentside positiivsest ja negatiivsest mõjust ühiskonnale.

Turism on töömahukas sektor, millest on saanud peamine töökohtade loomise allikas ning seda kõikidel oskustasemetel (UNWTO, 2018). Turismi valdkonda kuulub äriturismi (*Business Tourism*) haru ning täpsemalt kujutab see endast reisimist, mis on seotud tööga. Külalastajad reisivad kindlal ametialasel või ärilisel eesmärgil kohta, mis asub väljaspool töö- ja/või elukohta ning seda eesmärgil osaleda kohtumisel, tegevusel või sündmusel. (UNWTO, 2019, lk 42) Teisiti öeldes on konverentsi sektor (*Meeting Industry*) osa äriturismist ning see kujutab endast kohtumisi, konverentse, näituseid preemia- või boonusreise. (Davidson & Cope, 2003, lk 3-4)

Samuti on välja toodud, et konverentsi valdkond on teisiti öeldes ka äriüritus (*business event*), mis on sündmusturismi puhul neljast põhikategooriast üks. Äriürituste jaoks on vaja konverentsi- ja näituskeskusi, mis sisaldab ka mitmeid väiksemaid privaatseid kohtumisi nii hotellides, unikaalsetes toimumispaikades, restoranides kui ka resortides, mida võib üldisemalt kutsuda konverentside toimumispaikadeks (ingl k *venue*). (Getz & Page, 2016, lk 594) Eelnevalt nimetatud konverentsiteenuse pakkujate tegutsemist

mõjutavad nii trendid, maailmas olevad aktuaalsed probleemid kui ka konkurendid, millega tuleb arvestada konverentsiteenuse pakkumisel.

Konverentside korraldamist mõjutavad trendid, mille puhul on oluline käia kaasas uuenduste ja muudatustega. Trend on suundumus, mis on tingitud muutustest ja innovatsioonist. Aastaks 2030 on toodud välja megatrendid, mis kujutavad endast pikaajalisi üldiseid muutusi ning mis näitavad laia haardeulatust kui ka suurt mõju ja stabiilsust. Tulevaste megatrendidena on välja toodud „roheliste“ koosolekute (*Green Meetings*) korraldamise tähtsus suureneb, jätkusuutliku arengu olulisuse tõus ühiskonnas ning digitaliseerimine, mille puhul on välja toodud, et turismi valdkond liigub veebiseminaride ja videokoolituste suunas nii klientide kui ka personali puhul. Lisaks suurenevad nõuded jätkusuutlikele meetmete rakendamisele, mis kujutavad endast hoonete ressursisäästlikku ehitamist, energia tõhusat kasutamist, toitlustamise läbimõeldud pakkumist. (Göll & Evers-Wölk, 2014, lk 11, 21; Sisson & Kwon, 2020, lk 5)

Konverentside korraldamist on mõjutanud maailmas olev COVID-19 pandeemia olukord, mis hakkas levima 2020. aasta kevadel ning mõjutas majanduslikult konverentsi sektorit ning seejuures arvatakse, et konverentsisektor on üks enim kannatada saanud turismi all sektoreid, millel on omakorda suur kahju riigi majandusele. Peale COVID-19 pandeemiat taastub reisimine ning sealhulgas ka ärireisimine järk järgult. Plaanitakse toetada algatust „kohalikud reisivad kohalikult“, mille puhul toetatakse kohalikke ning seeläbi soovitakse tagada turvalisem keskkond kui pikamaa reiside puhul. Peale seda hakatakse osalema lühimaa reisidel ning viimasena pikamaa reisidel. Küllastajaid meelitatakse sihtkohtadesse, mis suudavad tagada turvalise keskkonna ning sotsiaalse distantseerumise järgimise. Seejuures on ka konverentsiteenuste pakkujatel oluline järgida kohaliku riigi nõudeid ning seeläbi mõelda innovaatilisi lahendusi, et eristuda konkurentidest. (WTTC, 2020, lk 15; Gössling, Scott & Hall, 2020, lk 1-20)

Aastani 2030 ning tegelikkuses ka edasi on olulisemaks saamas säästev areng. Tegemist on kvaliteediteguri ja ühe tähtsaima kriteeriumiga ürituse korraldamisel toimumiskoha valikul. Säästev areng on konverentsiteenuste pakkujate ja sihtkohtade vahelises konkurentsivõimelisuses eeliseks. Nimelt, kuna tähelepanu jätkusuutlikkusele kasvab ning üha aktuaalsemaks on muutumas kliimamuutuste mõjud, siis antud kvaliteeditegur loob

usaldusväärse, mida ehitatakse aastate jooksul üles, eesmärgiga seda hoida ning võita kliente. (Göll & Evers-Wölk, 2014, lk 83)

Konverentsi valdkonna arendamise eestvedajaks on konverentsibürood, kelle eesmärgiks on edendada linna mainet, et muuta see äriturismi atraktiivseks sihtkohaks. Selline tegevus vajab erinevate asjaosaliste koostööd, et tagada selge, ühine eesmärk ja vältida huvide killustumist. Teiselt poolt pakkuda ürituste korraldajatele, teenusepakkujatele ning külastajatele nõuandeid ja informatsiooni. Viimastel aastatel on pööratud rohkem tähelepanu sihtkohtade strateegilistele turundamise plaanidele, sest brändi identiteet on saamas üha olulisemaks edukuse teguriks sihtkohta müümisel ning selleks, et sihtkohta atraktiivsemaks muuta on vaja silma paista kohalike ettevõtete kvaliteetsete teenuste pakkumisega. Sellisel turundustööl on oluline koht nii riigil, konverentsibüroodel ning juhtidel. Viimaste puhul on tähtis suuta kiiresti reageerida muutustele tarbijate eelistustes, et saavutada tugev konkurentsipositsioon. (Bensi, Carminati & Nelli, 2016, lk 68-69; Hossain, Kannan & Nair, 2020, lk 3) Riigi võimalikuks panuseks on ettevõtete suunamine keskkonnasõbralikule teele läbi vajaliku informatsiooni jagamise ning rahalise abistamise. Park & Kim (2016, lk 1041) on toonud välja, et sihtkoha haldamise organisatsioonid annavad konkurentsieelise konverentsipakkujatele, kes toetavad keskkonnasäästlikkust ja rohelist konverentside pidamist ning sellega loovad piirkonnale keskkonnasäästliku kuvandi.

Konverentsi sektoril on nii positiivseid kui ka negatiivseid külgi. Nimelt selleks, et üks konverents saaks toimuda on oluline roll erinevatel ettevõtetel ning nende omavahelisel koostööl. Sündmuste korraldamine mõjutab kolme valdkonda, milleks on:

- sotsiaal-kultuuriline,
- majanduslik,
- keskkondlik. (WTO, 2004)

Eelnevalt nimetatud mõjutegurid on omavahel tihedalt seotud. Maailma Turismiorganisatsioon on oma raportis välja toonud konverentsi sektori põhilised positiivset mõju avaldavad punktid eelnevalt nimetatud valdkondades:

- konverentside korraldamine pakub tööd erinevatele ettevõtetele ning edendab ja toetab erinevaid ärisektoreid;

- konverentsid edendavad investeringuid, kaubandust, kommunikatsiooni ja tehnoloogiat;
- konverentside korraldamine toetab kohalikku kogukonda- pakkudes töökohti või säilitades tööjõude;
- konverentsid loovad ja levitavad teadmisi kogu maailmas;
- konverentsid elavad sihtkohta. (UNWTO, 2014, lk 10)

Majanduse seisukohalt toimub konverentside puhul pidev tarbimine seda nii korraldajate kui ka konverentsi külastaja seisukohalt ning läbi selle jäetakse raha kohalikku kogukonda. Nimelt korraldajatel on üldiselt koosolekuruumi ja seadmete rentimise, reklaami- ja ettevalmistuskulud. Konverentsi külastaja kulutab tavaliselt raha majutusele, transpordile, toitlustusele ning vaba aja veetmisele. (Zhang, 2014, lk 195)

Peale töökohtade loomisele, sihtkoha elavdamisele ja eelnevalt nimetatud positiivsetele külgedele avaldab konverentsi sektor ka negatiivset mõju, milleks on:

- keskkonna reostamine;
- rohke paberi ja meenete jagamine, mis ei ole taaskasutatavad või on pigem prügiks;
- vee ja elektri ületarbimine;
- parkimisprobleemid linnades;
- tulu saavad korraldajad mitte sihtkoht;
- negatiivne maine sihtkohale ebaõnnestumise puhul;
- rahvusvaheliste konverentsidega seotud reisimine ei ole oma olemuselt keskkonnasõbralik tegevus;
- kogukonna segamine. (WTO, 2004)

Konverentside korraldajad ja nendel osalejad on hakanud keskkonnasäästlikkust üha olulisemaks pidama ja soovivad järgida keskkonnasäästlike põhimõtteid ürituste korraldamisel ja nendel osalemisel. See, kuidas maailmas keskkonnale rohkem tähelepanu pööratakse avaldab mõju ka konverentsidele. Konverentside korraldamisel on oluline järgida trende, et olla kursis uuendustega ning seeläbi eristuda konkurentidest. Lisaks samal ajal olla vastutustundlik järgides, millist mõju avaldatakse oma tegevusega nii kohalikule keskkonnale, riigi majandusele kui ka kohalikele endile. Selleks, et konverentsid oleksid jätkusuutlikud, on oluline roll nende läbimõeldud planeerimisel.

Järgmises alapeatükis on välja toodud, kuidas tagada keskkondlikult jätkusuutlikud konverentsid.

1.2. Keskkondliku jätkusuutlikkuse tagamise võimalused konverentsidel

Jätkusuutlikkusest on saanud kvaliteedinäitaja erinevates turismi valdkondades ning seda samuti konverentsi sektoris, mis omakorda aitab ettevõtetel parandada organisatsiooni tulemuslikkust. (Pavluković, Cimbalević & Kennell, 2020, lk 15; Hossain, Kannan & Nair, 2020, lk 20) Järgnev alapeatükk annab ülevaate keskkondliku jätkusuutlikkusest ning selle tagamise võimalustest konverentside korraldamisel.

Ühinenud Rahvaste Hariduse, Teaduse ja Kultuuri Organisatsioon (UNESCO- *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) on oma kodulehel toonud välja, et jätkusuutlik/säästev areng (*sustainable development*) kujutab endast arengut, mis peale hetke vajaduste arvestab tulevaste põlvkondadega ilma, et see põhjustaks kahju nii praegu kui tulevikus. Püüeldakse parema elukvaliteedi poole, kuid mõeldes samal ajal nii ühiskonnale, keskkonnale, kultuurile kui ka majandusele. Jätkusuutlikkus (*sustainability*) on lühidalt öeldes pikaajaline eesmärk samal ajal kui jätkusuutlik/säästev areng keskendub erinevatele protsessidele ja viisidele, kuidas saavutada jätkusuutlikkus. (UNESCO, n.d.) Keskkondlik jätkusuutlikkus keskendub loodushoiule ning seda pikemas perspektiivis.

UNWTO ja ÜRO arenguprogramm (UNDP- *United Nations Development Programme*) on loonud 2018. aastal raporti turismi jätkusuutlike arengute eesmärkide teekonna aastani 2030, kus on välja toodud eesmärgid, mida saab rakendada ka konverentside pidamisel. Oluline on suurendada konverentside korraldajate teadlikkust keskkonnahoiust, sest hetkel ei teata palju jätkusuutlikkuse eelistest. Nimelt aitab suurem pühendumine ja investeerimine jätkusuutlikule äritegevusele suurendada konkurentsivõimet ja kasumlikkust. Selline tegutsemine aitab omakorda suurendada klientide rahulolu, sest tänapäeval on üha olulisemaks saanud teadlikkus keskkonnast, mille puhul soovitakse avaldada toodete ja teenuste tarbimisel positiivset mõju sihtkohale ning kohalikule kogukonnale. „Roheliste“ tavade kasutusele võtuks on olnud peale korraldajate vähesele teadlikkusele põhjuseks ka aja, ressursside, teadmiste ja oskuste puudumine. Järjest enam

on olulisem koolitada inimesi, kes suudaksid toime tulla säästva arengu väljakutsetega. (UNWTO, 2018, lk 56-57; Mair & Jago, 2010, lk 85; UNESCO, 2018, lk 138)

Zhong, Luo ja Chen (2020, lk 16) töid oma uurimuses välja, et äriürituste puhul keskkonna jätkusuutlikkust soodustavaid lahendusi ei kasutata laialdaselt, kuna sidusrühmadel on eesmärgiks kasumi teenimine. „Rohelisi“ üritusi saab korraldada, kui kasumipõhine väärtusahel asendatakse keskkonnasäästlike teguritega ning selle puhul on oluline, et riigi valitsus annab ette kindlad standardid, juhendid ja regulatsioonid, mis aitavad sidusrühmadel vähendada ressursside tarbimist. Sarnase tähelepaneku tegi Maguire (2020, lk 18) enda uurimuses, kus tõi välja, et oluline on omavalitsusel pakkuda tuge ürituste korraldajatele ning anda täpsemaid juhiseid ürituse tegevuste jätkusuutlikul planeerimisel ja juhtimisel.

Euroopa roheline kokkuleppe dokumendis (2019) välja toodud, et ettevõtted peaksid teenuste pakkumisel kasutama kohalikku toorainet, õiglase kaubanduse tooteid, kaasata kogukondi näiteks erinevaid kohalikke farme ja mahetalupidamisi. Lisaks järgida säästvat tarbimist ning vähendada toidu raiskamist. Selline tegutsemine aitab soodustada jätkusuutlikku põllumajandust. Konverentside pidamisel on võimalik toitlustamisel kasutada kohalikku eelnevalt nimetatud pakkujate tooteid ning seejuures teha võimalikult täpseid kalkulatsioone, et vältida toidu raiskamist. Lisaks on soovituslik kasutada ökodisaini, milleks võivad olla taaskasutatavast materjalist tehtud meened. Keskkonnasõbralikum on vana konverentsitehnika vahetamine uue vastu, mis pikemas plaanis kulutab vähem energiat kui vana. Transpordi puhul on sobilik, kui on võimalus minna kohale ühistranspordi, jalgrattaga või jala, sest selline tegutsemisviis tagab tõhusama transpordi kasutamise ning õhusaaste vähendamise (Euroopa Komisjon, 2019; UNWTO, 2018, lk 16) „Roheliste“ toimumiskohtade raport (*GVP- The Green Venue Report*) on toonud välja, et Euroopa on ühistranspordi kättesaadavuse osas juhtpositsioonil. Uuringust toodi välja, et kõikide Euroopas asuvate konverentside toimumiskohtade juurde oli kõige parem juurdepääs maailmas. (Greenview, 2017, lk 13) Nii ürituse võõrustajad kui korraldajad võiksid propageerida külastajatele ühistranspordi kasutamist, sest hea ligipääsetavusega ürituse toimumiskoht võib suurendada ürituse jätkusuutlikkust. (Chirieleison, Montrone & Scrucca, 2020, lk 54)

BSR (Business for Social Responsibility) on toonud 2019. aasta jätkusuutlikkuse konverentsil välja, et ettevõtetel on oluline kasutada 100% ringlusest võetud paberit või plastikut, mille puhul on konverentsidel võimalik teha nimesildid. Mitte teha kuupäevapõhiseid materjale või silte, sest siis on võimalik korduvalt kasutada. Lisaks on võimalik inimeste istekohti ja infomaterjale kuvada konverentsi telefonirakenduses. Toitlustuse pakkumisel kasutada kohalikku, hooajalist, orgaanilist ja õiglase kaubanduse toorainet. Suuremate ürituste jaoks võtta erivajadustega inimesi tööle, et pakkuda neile töövõimalust. (Meet Green, 2019, lk 7, 13; Meet Green, 2018, lk 8)

Kui varasemalt töid Davidson ja Cope (2003, lk 13) välja, et konverentsi sektorit iseloomustab selle valdkonna vastupidavus ka raskematel aegadel, kuna endiselt on vaja korraldada riiklike kohtumisi, töötajate motivatsioonikoolitusi ning iga-aastaseid müügiõudude kokkusaamisi, siis COVID-19 pandeemia tõttu hakati välja arendama uusi digivõimalusi. Järjest enam on saamas populaarsemaks e-konverentsid, mille puhul on tegemist sisuliselt veebiüritusega, millel on erinevate ruumidega platvorm, kus võib toimuda mitu seanssi ning veebipõhiseid arutelusid. E-konverents koosneb mitmest veebisessioonist ning soodustab osalejate ja esinejate suhtlemist veebipõhise aruteluplatvormi kaudu. Barredo ja teised analüüsisid e-konverentside võimalusi ja eeliseid ning nende artiklist tuli välja, et kui e-konverents oleks toimunud füüsilisel kujul, siis 15% osalejatest ei oleks saanud osaleda keskkonnanahoiu pooldamise pärast, mis näitab, et osadele osalejatele on oluline keskkonna jätkusuutlikkus ning nad teevad otsuseid oma huvist lähtudes. Lisaks tuli välja, et tegemist on praktiliselt süsinikuvaba üritusega, sest ei vaja reisimist. (Barredo *et al.*, 2020; United Nations, 2020, lk 58)

Üha enam on saamas olulisemaks ettevõtete puhul jätkusuutlike sertifitseeritud standardite olemasolu. Lisaks sellele nõudmiste kasvamine konverentside toimumispaikade säästvate praktikate osas ning korraldajate säästvate tegevuste teadmiste ning selle rakendamise osas. (Göll & Evers-Wölk, 2014, lk 21) Selleks, et ettevõtetel oleks lihtsam järgida keskkonnasäästlikku toimimist on loodud erinevad keskkonnasõbralikud märgised (ingl k *eco-labels*) ning keskkonnajuhtimissüsteemid. Samuti aitab antud märgistamine klientidel lihtsustada keskkonnasõbraliku ettevõtte valimist. D'Souza, Taghian & Brouwer (2021, lk 151) uuringus selgus, et klientidel on teenuse valiku puhul oluline roll märgistatusel ning selle põhjal sooritatakse ostuotsus.

Märgiste olemasolu võimaldab tarbijatel teha teadlikke valikuid ning tegemist on keskkonناسäästlike teenuste ja toodete puhul määrava tegurina. Kõige laialdasemalt kasutusel on Roheline Võti (Green Key), mis on tiptasemel standard keskkonnavastutuse ja jätkusuutliku tegevuse valdkonnas turismimajanduses, kuhu kuulub ka äriturism. Ettevõtetal on kohustus järgida keskkonnahariduse fondi sätestatud kriteeriume. Peale selle märgise on tuntud FSC (Forest Stewardship Council), Fairtrade jne, mis on abiks näiteks meenete valimisel või näiteks konverentsi toitlustuse puhul tooraine valikul. (Ecolabel Index, n.d.)

Keskkonnaministeerium (2020) on toonud välja, et keskkonnajuhtimissüsteemi puhul on tegemist organisatsiooni juhtimissüsteemiga, mis kujutab endast organisatsioonis keskkonnamõju kontrollimist, vähendamist ning ennetamist ja seeläbi konkurentidest eristumist. Tuntuimad keskkonnajuhtimise standardid on ISO 14001 ning EMAS (*Eco-Management and Audit Scheme*). Kumari ja Dua (2021, lk 18) uuringust selgus, et ettevõtetal tasub olla roheline, sest tulemused näitasid, et keskkonda ennetavad ettevõtted kogevad kasumlikkust ja paremat toimimist, sest sellised ettevõtted suudavad oma kliente veenda parema tootepakkumisega ning seeläbi saavutavad konkurentsieelise konkurentide ees. Ferreira ja Fernandes (2021, lk 12) on uuringus välja toonud, et „roheline“ praktikate rakendamine aitab ettevõtetal luua jätkusuutlikku kaubamärgi mainet ning oluline on jätkusuutlikkuse teemaliste reklaamikampaaniate puhul edendada keskkonnateadlikkust üle 35-aastaste inimeste seas, sest nooremad generatsioonid on antud teema osas teadlikumad. Seega konverentside toimumispaikade puhul on samuti tähtis järgida rohelisi kriteeriume, mis aitab neil näiteks prügi sorteerida, energiasäästvalt tegutseda ning antud toimimine aitab konverentsikliendil valida enda jaoks just sobilik ettevõtte, kes tegutseb jätkusuutlikult ning vastutustundlikult.

Millar ja Park (2018, lk 126-127) on toonud välja, et standardid aitavad luua teadlikkust jätkusuutlikkusest nii korraldajate kui teenusepakkujate seas. Eesmärgiks on pakkuda valdkonna spetsialistidele põhjalikke juhiseid, mis keskenduvad keskkonnapraktikatele ning läbi selle võimalust muuta üritused rohelisemaks ning jätkusuutlike konverentside korraldajad kvalifitseeritumaks. Oluline osa on hästi läbimõeldud riiklikutel poliitilistel raamistikel ja vahenditel, mis on vajalikud selleks, et võimaldada riigi põhimõttelist üleminekut säästva tarbimisele ja tootmisele. Parandades ressursitõhusust, raiskamise

vähendamist ning aktiivset osalemist mitmepoolsetes keskkonnakokkulepetes ja jätkusuutlikkuse tavade levitamist ühiskonnas. Pandeemia pakub võimalust välja töötada taastamiskavad, mis muudavad praegused suundumused ümber ja viivad inimeste tarbimis- ja tootmisharjumused säästvamale kursile. (United Nations, 2020, lk 48; United Nations, 2019, lk 46)

Keskkondliku jätkusuutlikkuse puhul on oluline, et konverentside korraldamisel järgitakse keskkonnasõbralikke võimalusi. Lisaks on tehnoloogia areng on pannud ettevõtteid leidma uusi lahendusi ning paigutanud inimesed internetti tööle, ostlema, sotsialiseeruma, mille puhul on oluline olla uuenduslik ka digilahenduste suhtes. Seda nii toimumiskoha valimisel, teenuste pakkumisel konverentsi toimumispaigas, toitlustuse, meenete kui meelelahutuse pakkumisel. Täielikult ei ole võimalik loobuda prügi tootmisest, kuid on võimalik panustada nii, et tegutsemine konverentsi sektori puhul vähendab negatiivset mõju keskkonnale. Seejuures on oluline arendada konverentside toimumispaikade keskkondlikult jätkusuutlikeks, mida käsitletakse järgmises alapeatükis.

1.3. Keskkondlikult jätkusuutlike konverentside toimumispaikade arendamine

Tänapäeval on konverentsi teenuseid ja tooteid pakkuvatel ettevõtetel tihe konkurents. Aurich koos kaasautoritega (2006, lk 1481) on toonud välja, et toode on miski, mida pakutakse turul inimese vajaduse rahuldamiseks. Teenuse kohta öeldakse samuti toode, kuid tegelikkuses see ei ole materiaalne, vaid ühelt osapoolelt teisele pakutav tegevus.

Varasemalt soovisid kliendid saada võimalikult madalat hinda, palju meeneid ning brändikommunikatsiooni, kuid tänapäeval on asjad vastupidised. Nimelt soovivad teenuse tarbijad saada täielikku väärtust/kogemust vaatamata hinnale, sisukamat kogemust ning aktiivset brändikommunikatsiooni sisu, toodete ja kogemuste teadasaamiseks. Selleks on vaja ettevõtetes välja töötada uued ärimudelid, kiirendada jätkusuutlikku toote disaini, harida ja arendada spetsialiste ning koguda rahastamist konverentsi valdkonna jätkusuutliku toimimise ümberkujundamise kiirendamiseks. (UNWTO, 2014, lk 14; Global Destination Sustainability Movement, 2020, lk 9)

Üha enam on konverentsi sektori ürituste planeerijatel peamiseks väljakutseks külaliste kaasamine ning nende tähelepanu püüdmine. Järjest populaarsemaks on muutunud disainimõtlemine (*design thinking*), mis eeldab gruppi inimesi, kellel on erinevad oskused, ideed ning võime teha koostööd ühisel eesmärgil. Disainimõtlemine ei kujuta endast ainult toote või teenuse ilusat väljanägemist, vaid ka loomeprotsessi, mis teeb kliendi jaoks tema tooteni jõudmise või tarbimise mugavamaks ning seeläbi aitab antud protsess parandada kliendikogemust. Disainimõtlemise eesmärk on töötada välja lahendus, mis lähtub tarbija vajadustest ning sellisel viisil on ettevõttes võimalik mõelda välja keskkondlikult jätkusuutlikud lahendused. Lisaks peaks ettevõttes olema jätkusuutlikkuse koordinaator, kes aitab järgida ning juhendada kogu protsessi nii ürituse toimumisel kui igapäevaste tegevuste juhtimises, et ettevõtte tegevus kui toodete ja teenuste arendamine lähtuks „rohelistest“ printsiipidest. (Skift, 2018, lk 2,8; Greenview, 2017, lk 14)

Ettevõtetele on oluline olla innovatiivne, sest uuendused võivad tagada turupositsiooni paranemise või organisatsiooni tulemuslikkuse paranemise, mille puhul on tähtis klientide nõudmistele vastata ning selliselt ligi tõmmata võimalikke kliente ning läbi selle saavutada konkurentsieelise. (Lin, Tan & Geng, 2013, lk 106) Samuti on välja toonud Gürlek ja Tuna (2018, lk 482-484) enda uuringust, et ettevõtted peaksid rohkem investeerima keskkonnasäästlikkuse toimimisse. Läbi „roheliste“ muudatuste on võimalik parandada toote disaini ja kvaliteeti ning seeläbi saab ettevõtte kulude eelise materjali, energia ja vee kokkuhoiu kaudu ning üldisemas pikemas perspektiivis on tegemist madalamate kulude eelise. Soovituslik on ettevõtetel välja mõelda enda rohelised innovaatilised strateegiad, mille puhul konkurentidel ei ole võimalik ideaalselt jäljendada antud ettevõtte toimimist. Lisaks keskkonnasõbralikul toimimisel ettevõttes on oluline „roheliste“ väärtuste jagamine töötajate seas ning antud toimimine loob peale keskkonnategevusele kaasa aitamisele ka konkurentsieelise.

Sisson & Kwon (2020, lk 10) on toonud välja, et konverentsikorraldajad järgivad teenuste tarbimisel uusimaid trende ning teenuste kaasaegsust, milleks võib olla nii teenuste tehnoloogiline pool kui ettevõtte jätkusuutlikkuse suundumus. Englich ja Remmers (2008, lk 15) on lisanud, et konverentside toimumispaigad pakuvad konkurentsivõimet

läbi innovatiivsete lahenduste ja uuenduste kohanemisvõimega. Selleks, et võita kliente, on tähtis kaasaegsus ja eristumine.

United Nations (2020, lk 50) on oma raportis välja toonud, et valitsused ja ettevõtted peaksid pandeemia ajal planeerima meetmeid, kuidas arendada ühiskonnas keskkonnasäästvat toimimist, sest kriisiperiood võimaldab tegutseda teemadega, mille puhul tavapärasel ajal aega ei jätku, kuid see eeldab, et riik pakub ettevõtetele ka tuge. Arvatakse, et kui riigid ei hakka praegu tegutsema keskkonnasõbralikkuse poole, siis kliimamuutuste katastroofilised tagajärjed võivad mõjutada tulevikus inimesi rohkem kui hetke pandeemia olukord. Oluline on suurendada inimeste teadlikkust keskkonnasõbralikust toimimisest. Antonio Guterres (United Nations, 2020, lk 66) on raportis öelnud, et: *„Kõik, mida kriisi ajal ja pärast tehakse, peab olema keskendunud võrdsemate, kaasavamate ja jätkusuutlikumate majanduste ja ühiskondade ülesehitamisele, mis on pandeemiate, kliimamuutuste ja paljude teiste globaalsete väljakutsete taustal vastupidavamad.“*

2020. aastal korraldati uuring seoses jätkusuutliku tegutsemisega ürituste korraldamisel, kus osales üle 1500 ürituse korraldaja ja toimumispaiga. Pandeemia eel selgus, et 90% vastanutest pöörab üha enam tähelepanu jätkusuutlikkusele ning see on oluline ürituse valdkonna jaoks oluline. 79% vastanutest on rohkem keskendunud oma ürituste jätkusuutlikumaks muutmisele ning 97% organisatsioonidest oli rakendanud mingisugust ürituste jätkusuutlikkuse algatust. COVID-19 ajal tehti teine uuring, mille puhul 95% ettevõtetest planeeris välja töötada säästvamaid lahendusi ning 92% leidis, et oluline on jätkusuutlikkuse rakendamine ürituse valdkonna taaskäivitamise ja taastamise kavadesse. 12% vastanutest on arenenud ettevõtte enda jätkusuutlikkuse strateegia ning 49% planeerivad „roheline“ meetmete rakendamist. (Global Destination Sustainability Movement, 2020, lk 16)

Ellen MacArthuri Fond on loonud praktilise juhendi, mis on mõeldud organisatsioonidele, kes soovivad oma ringmajanduse pakendialaste eesmärkide saavutamisel uuendusi teha. Uuema astme innovatsioon seisneb selles, kuidas vältida jäätmete teket. Jäätmete käsitlemise puhul on oluline, kuidas töötada välja lahendus, mis aitab vältida jäätmete tekkimist kui see, kuidas jäätmekuhjaga ümber käia. (Ellen MacArthur Foundation, 2020b, lk 19)

Teoses on välja toodud etapid, kuidas vältida jäätmete teket:

- määra (*define*),
- tuvasta (*identify*),
- hinda (*evaluate*). (Ellen MacArthur Foundation, 2020b , lk 102-103)

Konverentside korraldamisel on võimalik järgida eelnevaid etappe toodete valimisel ning pakkumisel klientidele. Esimeses etapis määratakse eesmärk, mida soovitakse saavutada. Teises etapis võimalikud lahendused eesmärgi saavutamiseks. Viimases etapis hinnatakse positiivseid ja negatiivseid külgi lahenduste puhul. Seejuures tuleb arvestada lahenduse kogu protsessi, mis koosneb enne kasutust, kasutuse aeg ja peale kasutamist. Selline protsessile tähelepanu pööramine aitab märgata ettevõtte tegevuse mõju tehnilistele, majanduslikele, sotsiaalsetele ning keskkonnaalastele teguritele. (*Ibid.*)

GVP uuringus toodi välja, et 66-st toimumiskohast ning 14. riigist 88% kohtadest järgib energiakulu igakuiselt. 45% toimumiskohtadest suudab esitada üritusekorraldajate vastava veekasutuse aruande. Seega üle poolte kohtade suudab üritusekorraldajale esitada nende energiakasutusest tervikliku ülevaate. Mitmed konverentsikohad pakuvad konverentsikorraldajatele säästva koosoleku brošüüri, käsiraamatu või müügikomplekti, mis on abiks säästvate otsuste langetamisel. „Roheliste“ puhastuste tavad, mille kohaselt kasutatakse konverentsi toimumispaiga koristamiseks puhastusvahendeid, mis ei sisalda mürgiseid koostisosi. Lisaks on oluline, et puhastusprotsessi puhul ei tekitata juurde rohkem jäätmeid ning puhastusseadmed peaksid olema energiasäästlikud. (Greenview, 2017, lk 14, 77)

Toodete ja teenuste arendamisel keskkondlikult jätkusuutlikele konverentsidele on oluline olla uuenduslik, teha koostööd erinevate osapooltega ning tunda oma klienti, et lähtuda tema vajadustest ning seeläbi olla keskkonnasõbralik.

2. UURING EESTIS OLEVATE KESKKONDLIKULT JÄTKUSUUTLIKE KONVERENTSI TOIMUMISPAIKADE VÕIMALUSTE KOHTA

2.1. Uuringu eesmärk, meetod ja korraldus

Käesolevas peatükis antakse ülevaade MTÜ Eesti Konverentsibüroo tegevusest ning kirjeldatakse lõputöö uuringut. Välja on toodud uuringu eesmärk, valim, uurimismeetod ning uuringu korraldus.

MTÜ Eesti Konverentsibüroo (ingl k *Estonian Convention Bureau*, edaspidi EKB) on liikmepõhine konverentsiturismi katuseorganisatsioon, mille eesmärgiks on Eesti kui konverentsimaa rahvusvahelise maine kujundamine ja tuntuse tõstmine ning Eestis toimuvate rahvusvaheliste konverentside arvu suurendamine. (EKB, 2021.a) EKB ühendab kõiki peamisi suuremaid ja rahvusvaheliste konverentside toimumise paiku. Organisatsioon omab nõustaja ja infovahendaja rolli. Viies kokku konverentside korraldajate vajadused ning Eestis konverentsiteenuseid pakkuvate ettevõtete (eelkõige EKB liikmete) võimalused, sekkumata kliendi valikusse ning mõjutamata viimase otsust. (EKB, 2021.a; EKB, 2021.b). Eesti Konverentsibüroo on loonud liikmesorganisatsioonidest Eesti Konverentsisaadiku Klubi, mille eesmärk on jagada infot uutest põnevatest toimumiskohtadest, pakkuda huvilistele konverentside korraldamise alast koolitust ja temaatilisi seminare. (EKB, 2021.b) Uuring viidi läbi Eesti Konverentsibüroos, sest EKB organisatsiooni roll on info edastamine liikmesorganisatsioonidele.

2021. aasta seisuga on organisatsioonil kokku 41 liiget, kellest:

- 3 on linnad;
- 1 lennujaam;
- 2 ülikooli;

- 4 unikaalset toimumiskohta;
- 1 konverentsikeskus;
- 16 hotelli;
- 12 konverentside korraldusfirmat;
- 2 toitlustust pakkuvat ettevõtet. (EKB, 2021.c)

Selleks, et leida vastus uurimisküsimusele: „Kuidas on võimalik tagada keskkondlikult jätkusuutlikud konverentside lahendused?“, koostas üliõpilane ankeetküsimustiku ning viis läbi uuringu, mille eesmärk oli kaardistada Eesti Konverentsibüroo liikmeskonna konverentsi toimumispaikade hetkeolukord konverentside korraldamisel. Uuringu eesmärgiks on välja selgitada, millised võimalused on keskkondlikult jätkusuutlike teenuste pakkumiseks äriürituste ja konverentside korraldamisel.

Vajalik oli teada saada kuidas ning kas ettevõtted, kus konverentse korraldatakse, on järginud konverentside korraldamisel keskkonnasõbralikke lahendusi ning kui mitte, siis mis on seda takistanud. Lisaks saada teada, mida tähendab ettevõtete jaoks keskkondlik jätkusuutlikkus ning leida viise, kuidas tõsta ettevõtete teadlikkust keskkondlikult jätkusuutlikuks toimimiseks.

Andmekogumismeetodina kasutas üliõpilane kvantitatiivset uurimismeetodit, milleks oli ankeetküsitlus (vt lisa 1), mis edastati EKB liikmesorganisatsioonidele konverentsi toimumispaikadele elektrooniliselt e-maili kaudu. Ankeetküsitlus koostati Limesurvey keskkonnas. Uuringu läbiviimise perioodiks oli 10.03–22.03.2021. Viimane lubatud vastus saabus 31.03.2021.

Samuti oli tegemist kvalitatiivse sisuanalüüsiga, sest ankeetküsitluses oli peale valikvastuste ehk suletud küsimuste ka avatud küsimusi, mille puhul oli vastajatel võimalus tõlgendada enda vastuseid nii, nagu nende seisukoht on. Selline täpsustamine aitab töö autoril lahti mõtestada antud valdkonnas olevaid hoiakuid, arvamusi ja kitsaskohti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 2010, lk 153, 170; Eid, 2011, lk 10) Antud puhul on kvalitatiivse uurimuse eesmärgiks mõista konverentsiteenuseid pakkuvate ettevõtete keskkondlikult jätkusuutlikku tegutsemist ning suhtumist, et neile keskkonnasäästlikke lahendusi arendada.

Küsimustikus oli kokku 12 küsimust (vt lisa 1), millest kaheksa küsimust oli avatud ning neli suletud. Kõik küsimused olid vastajatele kohustuslikud. Küsimuste loomisel tugines üliõpilane teoreetilistele käsitlustele, mis on välja toodud lisas 2.

Avatud küsimuste puhul oli kuus täielikult avatud, mille puhul oli vastajal võimalus küsimusele vastata nii pikalt kui soovis. Nendeks olid küsimused: 1, 2, 4, 8, 10, 11. Ühe avatud küsimuse (küsimus 3) puhul olid välja toodud vastusevariandid ning vastusevariant „muu“, mille alla oli võimalik lisada omapoolseid täpsustusi. Lisaks oli ühe avatud küsimuse (küsimus 12) puhul võimalik jällegi valida vastusevariant, kuid seekord oli täpsustuse lisamine kohustuslik. Suletud küsimuste puhul, milleks olid küsimused 5, 6, 7, 9, oli võimalus anda hinnanguid ning need põhinesid Likerti skaalal, mis kujutab endast hinnanguskaalat, mille puhul on inimesel võimalik anda hinnang vastavalt enda hoiakutele või arusaamadele ning grupi vastuste üle on ühtsem ülevaade, sest on antud konkreetseid piirid, mis vahemikus on vastajal võimalik hinnata. (Harpe, 2015, lk 838-839) Kuuenda küsimuse puhul oli ettevõtetel võimalus hinnata küllastajate ligipääsu konverentsikohale 5-palli süsteemis, kus 1- ei ole üldse ligipääsetav ning 5- väga hea ligipääsetavus. Sama moodi seitsmenda küsimuse puhul said ettevõtted „keskkonda säästvat“ arengu tähtsust hinnata vahemikus 1-5, kus 1 tähendas ei ole üldse oluline ning 5 on väga oluline. Selleks, et teada saada jätkusuutliku tegutsemise sagedust, oli küsimuses 5 uuritud andmete kogumise ja analüüsimise sagedust, kus oli võimalik välja tuua, et kas analüüsitakse igakuiselt, kvartaalselt, aasta kaupa või üldse mitte. Sageduse uurimine kehtis ka küsimuse 9 puhul, mille eesmärgiks oli välja selgitada, kui tihti tunnevad konverentside korraldajad huvi ettevõtte keskkondlikult jätkusutlike lahenduste vastu. Võimalik oli hinnata „üldse ei ole huvi tundnud“, „vahel on huvi tundnud“, „tihti on huvi tundnud“ ning „kogu aeg tuntakse huvi“.

Uuringu üldkogumiks oli 18 EKB liikmesettevõtet ning tegemist oli sihtvalimiga, mille puhul vastavaks kriteeriumiks oli ettevõtte suurima konverentsisaali mahutavus vähemalt 200 istekohta. Valimi moodustasid unikaalsed konverentsi toimumispaigad, konverentsikeskus ning hotellid. Eelnevalt nimetatud uuringus osalejaid kutsus üliõpilane konverentsi toimumispaikadeks. Valimisse kuulus kokku 15 ettevõtet, kes täitsid Limesurvey keskkonnas ankeetküsitluse üliõpilase ning EKB tegevjuhi Kadri Karu palvel täies ulatuses lõpuni.

Uuringusse kuulusid järgnevad ettevõtted tähestikulises järjekorras:

- Estonia Spa Hotels AS (Estonia Resort Spa & konverentsihotell);
- Hestia Hotel Europa;
- Hilton Tallinn Park;
- L'Embitu Hotel Tallinn;
- Nordic Hotel Forum;
- OÜ V Spaahotell (V Spaahotell ja konverentsikeskus);
- Park Inn by Radisson Meriton Conference & Spa Hotel Tallinn;
- Radisson Blu Hotel Olümpia;
- Radisson Collection Hotel Tallinn;
- SA Eesti Meremuuseum (Lennusadam);
- SA Tallinna Kultuurikatel (Kultuurikatel);
- Sokotel AS (Original Sokos Hotel Viru);
- Swisshotel Estonia OÜ;
- Tallink Hotels;
- Tallinna Kontserdimaja AS (Alexela Kontserdimaja).

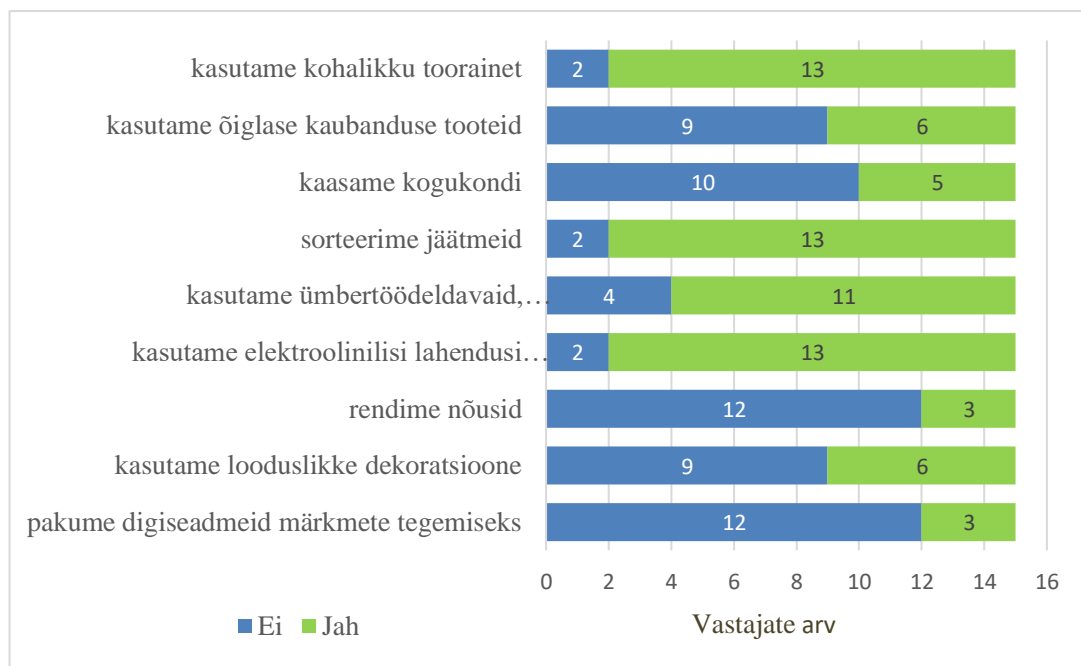
Selleks, et konverentside toimumispaikade andmed jääksid konfidentsiaalseks, kasutati andmeanalüüsil kodeerimist. Iga ettevõtte oli märgistatud koodiga, mis koosnes suurtähest V ja numbrist (V1, V2, V3 jne) ning selline kodeerimine toimus ajalise järjestuse järgi ehk alates ajaliselt esimesest vastajast viimaseni. Järgmises alapeatükis on välja toodud uuringu tulemuste analüüs.

2.2. Uuringu tulemuste analüüs

Käesolevas alapeatükis esitab üliõpilane EKB liikmeks olevate toimumiskohtade keskkondlikult jätkusuutliku tegutsemise uuringu tulemused. Andmeanalüüs teostati perioodil 24.03–04.04.2021. Andmeanalüüs teostati MS Exceli programmis, kuhu sisestati konverentside toimumiskohtade poolt 15 täielikult täidetud ankeeti. Järgnevalt välja toodud joonised on koostatud töö autori poolt eelnevalt nimetatud läbiviidud uuringu tulemuste põhjal.

tarbimine ning vee-, puhastus-, jäätme-, energia- ja toidunõuete järgimine. Lisaks kasutada vähem plastikut, paberit ning pigem pühenduda korduvkasutatavate materjalide tarbimisele, sorteerida prügi ning ürituste puhul kasutada kohalikku toorainet. Olulisena toodi välja ka digilahendused, milleks olid näiteks digitaalne viidastatus, digitaalsete materjalide jagamine konverentsikliendile ning ekraanidel informatsiooni jagamine, et vähendada paberi kasutust. Üks konverentsi toimumispaik tõi välja, et oluline on keskkonnateadlikkuse edasi kandmine läbi oma eeskuju nii korraldajatele kui osalejatele, mis näitab, et ettevõttele ei ole oluline ainult enda keskkonnasõbralik tegutsemine, vaid keskkonnasõbraliku käitumise eeskuju jagamine enda klientidele. Lisaks tõi üks ettevõtte välja, et mõte, mis neil tekkis, on seotud sellega, kuidas ettevõtte saaks igapäevases töös olla keskkonnasõbralik nii konverentsikorralduses kui teisi teenuseid pakkudes.

Järgmise küsimuse puhul palus töö autor ettevõtetelt valida sobilikud vastusevariandid, mis iseloomustavad ettevõtte konverentsiteenuse pakkumist, mis on kujutatud joonisel 2. Valikus oli kümme vastusevarianti, millest viimane kujutas endast „muud“ ning ettevõttel oli võimalus lisada täpsustus, mida tegi neli ettevõtet.



Joonis 2. Ettevõttele kehtivad väited, mis iseloomustavad konverentsiteenuse pakkumist

Kõige enam vastusevariandi „jah“ puhul vastasid 13 ettevõtet kolme vastusevariandi, et kasutavad konverentsiteenuse pakkumisel „kohaliku tooraine kasutamist“, „jätmete

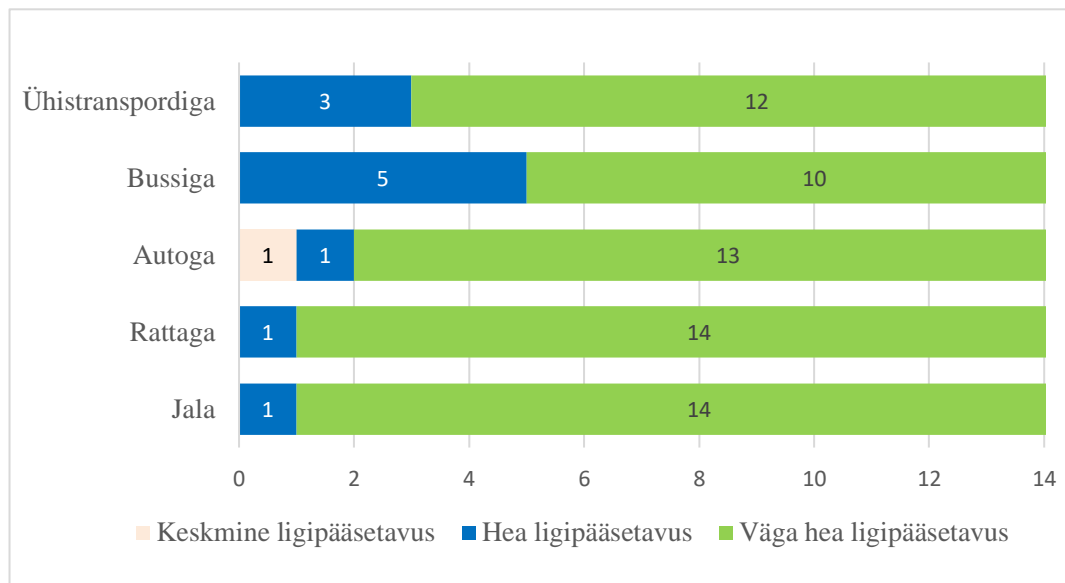
sorteerimist“ ning „elektrooniliste lahenduste kasutamist seminari/konverentsi materjalide puhul (nt elektroonilised piletid, reklaamid LED ekraanidel)“. Seejuures kõige vähem pakutakse digiseadmeid märkmete tegemiseks ning ei rendita nõusid, mille puhul vastas 12 ettevõtet „ei“ ning 10 ettevõtet ei kaasa kogukondi. Vastusevariandi „muu“ all tõi üks ettevõtte välja, et kasutab loodussõbralikke puhastusvahendeid. Teine ettevõtte nentis, et kasutab enamasti kõike eelnevalt väljatoodut või osaliselt, kuid mitte alati 100%. Kaks ettevõtet tõi välja, et nemad kasutavad korduvkasutatavaid nõusid.

Edasi küsis töö autor avatud küsimuse, mille puhul soovis teada, kas ettevõtted järgivad riigi poolt kehtestatud standardeid, juhiseid ja regulatsioone, mis aitavad vähendada ressursside tarbimist ning nii „ei“ kui ka „jah“ vastuse puhul soovis täpsustust. Kõik 15 ettevõtet järgivad erinevaid standardeid, juhiseid ja regulatsioone, mille puhul seitse ettevõtet ei toonud välja konkreetseid regulatsioone, kuid kirjeldasid, et tehakse igakuiseid aruandeid, sorteeritakse prügi, toitlustuse pakkumisel toidu käitlemise ja hügieeni norme, loobumine ühekordse plastiku kasutamisest ning erinevate energialahenduste kasutamine ja vähendamine. Kuus ettevõtet tõi konkreetset välja, et järgivad riigi poolt kehtestatud standardeid, juhiseid ja regulatsioone, kellest kolm on liitunud Green Keyga. Neli hotelli tõi välja, et järgivad enda ettevõtte poolt loodud standardeid. Üks ettevõtte lisas, et tehakse koostööd SEI (Stockholm Environment Institute), EAS-i ja keskkonnaministeeriumiga ning üks ettevõtte tõi välja, et ollakse liitunud „*RHG keti Responsible Business initsiaatiividega, mille eesmärgiks on keskkonnasõbralik hotelli opereerimine*“. Samuti toodi eraldi välja ka Terviseamet, kelle kehtestatud regulatsioone järgitakse prügi käitlemisel, prügi sorteerimisel ning biojätmete eraldamisel.

Järgmisena uuriti, kas ettevõtte kogub ning analüüsib elektri-, vee- ja küttekulu ning kui jah, siis kui sageli andmeid kogutakse. 13 ettevõtet märkisid, et nemad koguvad ja analüüsivad nii elektri-, vee- kui ka küttekulu igakuiselt. Üks ettevõtte kvartaalselt ning üks ettevõtte ei kogu ega analüüsi andmeid üldse. Antud küsimus näitab, et ettevõtted on teadlikud enda kuludest.

Selleks, et teada saada, kuidas on küllastajate ligipääs konverentsi toimumispaigale oli ettevõttel võimalik hinnata küllastajate ligipääsu konverentsikohale seda nii ühistranspordi, bussi, auto, rattaga ja jala tulles (vt joonis 3). Valikus oli viis

vastusevariandi, milleks olid: „ei ole üldse ligipääsetav“, „halb ligipääsetav“, „keskmine ligipääsetav“, „hea ligipääsetav“ ning „väga hea ligipääsetav“.

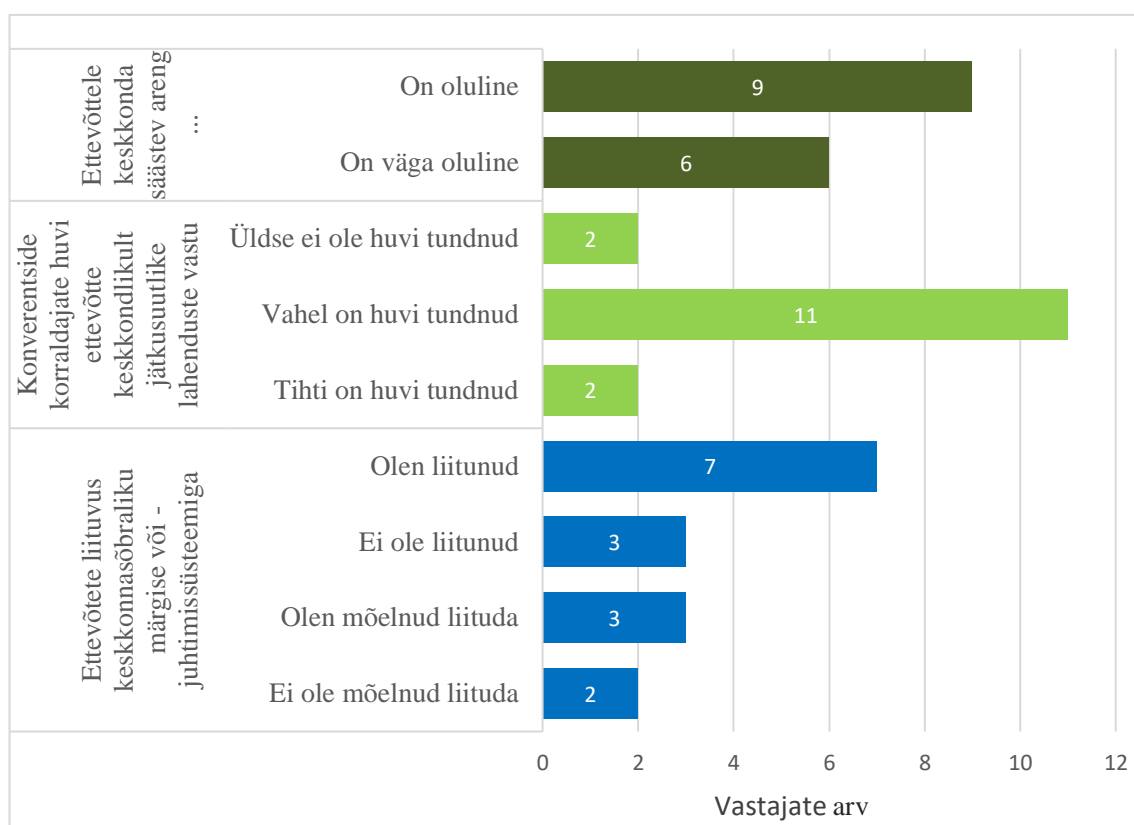


Joonis 3. Küllastajate ligipääsetavus konverentsikohale

Kõige parem ligipääsetavus konverentsikohtadele on rattaga ja jala, mille valisid 14 ettevõtet. Sellele järgneb auto, ühistransport ning viimaseks buss. Need ettevõtted, kes hindasid ligipääsetavust „heaks“ tähendab seda, et bussiga või mõne muu ühistranspordiga on ligipääsetavus konverentsikohale pigem raskendatud. Antud joonis näitab, et kuna vastajad ei kasutanud „ei ole üldse ligipääsetav“ ja „halb ligipääsetav“, siis üldiselt on küllastajate ligipääs konverentsikohale domineerivalt kas väga hea, hea või ühel juhul keskmine.

Kolme küsimuse vastused on pandud ühisele joonisele (vt joonis 4), sest küsimuste puhul soovitakse teada ettevõtte seisukohta keskkonda säästvasse arengusse ja korraldajate huvist selle vastu ning ettevõtte liituvust mõne keskkonnasõbraliku märgise või -juhtimissüsteemiga. Esmalt sooviti teada saada, kui oluliseks hinnatakse ettevõttes keskkonda säästvat arengut. Antud küsimuse puhul oli vastajatel võimalik vastata Likerti skaalas 1-5, mille puhul 1 tähendas „ei ole üldse oluline“ ning 5 „on väga oluline“. Järgmise küsimuse puhul sooviti teada kuivõrd ning mil määral on konverentside korraldajad tundnud huvi ettevõtte keskkondlikult jätkusuutlike lahenduste vastu ning vastajatel oli võimalus valida nelja vastusevariandi vahemikus „üldse ei ole huvi

tundnud“ kuni „kogu aeg tuntakse huvi“. Viimase küsimuse puhul sooviti teada, kas ettevõtte on liitunud või mõelnud liituda mõne keskkonnasõbraliku märgisega nt „Green Key“ või mõne keskkonnajuhtimissüsteemi nt „ISO14001“ ning „jah/ei“ puhul sooviti saada täpsustust. Vastajatele oli antud ette neli valikut, mille puhul märgiti sobilik ning vastusevariandi lõpus oli lünk, kuhu oli võimalik kirjutada täpsustust.



Joonis 4. Ettevõtte keskkonda säästva arengu olulisus, konverentsikorraldajate huvi ettevõtte keskkondlikult jätkusuutlike lahenduste vastu ning ettevõtete liituvus keskkonnasõbraliku märgise või -juhtimissüsteemiga

Keskkonda säästev areng on kõikidele ettevõtetele oluline. Üheksa ettevõtet vastas, et nende jaoks keskkonda säästev areng „on oluline“ ning kuue jaoks „on väga oluline“. Samal ajal kui ettevõtete keskkondlikult jätkusuutlike lahenduste vastu konverentsi korraldajate seas ei ole huvi nii kõrge, mida näitas suurema enamuse ettevõtete vastusevariant „vahel on huvi tundnud“. Kuna keskkonnaga seotud teemad on olulised, siis seda näitab ka ettevõtete liituvus mõne keskkonnasõbraliku märgise või -juhtimissüsteemiga. Kõige enam ehk seitse ettevõtet on liitunud mõne

keskkonnasõbraliku märgise või keskkonnajuhtimissüsteemiga ning välja toodi, et see on ettevõtte jaoks oluline, sest ettevõtte hoolib loodusest ning aitab juhinduda, kuidas tegutseda keskkondlikult jätkusuutlikult. Kaks vastanut tõid välja, et neil on Green Key märgis ning ühel ISO 14001 sertifikaat. Kõik vastanud ei toonud välja, mida nad täpsemalt järgivad, kuid Eesti Konverentsibüroo andmetel on kuuel toimumispaigal Green Key märgised. Liitunud ei ole kolm ettevõtet, kellest kaks tõid täpsustuse, et juhtimistasandil ei ole otsust vastu võetud ning teise puhul väideti, et tegemist on keerulise protsessiga, kuid ei välistada, et kunagi see ette võetakse. Sama moodi kolm ettevõtet vastasid, et nad on mõelnud liituda, sest liitumisega kaasneb ressurside kokkuhoid ja atraktiivsus majale, soov vähendada ettevõtte ökoloogilist jalajälge ning tegutseda jätkusuutlikult. Kaks ettevõtet tõid välja, et nad ei ole mõelnud liituda ning üks lisas täpsustuse, et see on ettevõttele liialt suur investeering. Üldiselt öeldes kõik ettevõtted peavad keskkonna jätkusuutlikkuse teemat oluliseks ning seda näitab nende liituvus või soov liituda erinevate keskkonnamärgiste ja -juhtimissüsteemidega, kuid korraldajate seas ei ole huvi nii kõrge.

Järgmisena sooviti teada, kas ettevõtte keskkondlikult jätkusuutlikul tegutsemisel on ettevõtte seisukohast eelis konkurentide ees. Tegemist oli avatud küsimusega ning „jah/ei“ puhul sooviti täpsustust. 12 ettevõtet arvas, et kas „jah“, „on“ või „kindlasti“ on eelis konkurentide ees. Kuus ettevõtet tõi välja, et kuna keskkondlikult jätkusuutlik tegutsemisviis on ühiskonnas üha olulisemaks muutumas ning klientide keskkonnateadlikkus suurenevas, siis järjest enam tehakse valikuid selle põhjal, kes on jätkusuutlik ning üks ettevõtte tõi välja, et „*sageli juba päringuid tehes uuritakse ettevõtte jätkusuutlikkuse meetmete rakendamise kohta*“ ning „*just korporatiivkliendi jaoks on oluline keskkondlikult jätkusuutlik mõtteviis ja tegutsemine.*“ Teine ettevõtte arvas, et tegemist on eelisega „*kui keskkondlikku jätkusuutlikkust aktiivselt lõpptarbijale kommunikeerida ja turunduses ning müügis esile tuua.*“ Lisaks arvatakse olevat eelis nende konkurentide ees, kellel on Green Key märgis puudu. Samal ajal üks ettevõtte arvas, et „*kohalik klient erilist rõhku sellele ei pane, kuid varasematel aastatel on pigem välismaa grupid huvi tundnud.*“ Kaks ettevõtet ei osanud seisukohta võtta ning ühe ettevõtte seisukohalt ei ole tegemist eelisega, vaid „*äritegevuse alusega*“. Antud vastustest selgub, et enamike ettevõtete meelest on keskkondlikult jätkusuutlik tegutsemine konkurentsieeliseks.

Selgitamaks välja, kuidas soovivad ettevõtted keskkonnale tähelepanu pöörata küsiti avatud küsimus: „Millistele lahendustele või tegevustele olete keskkonnast lähtuvalt plaaninud tulevikus rohkem tähelepanu pöörata?“. Viis ettevõtet tõi välja, et nemad plaanivad tulevikus kas loobuda või vähendada paberi, plastiku või ühekordsete pakendite tarbimist ning võimaluse korral asendada biolagunevate pakenditega. Üks ettevõtetest tõi välja, et plaanis on „*konverentsiteenuste täielikult plastiku ja paberivabaks muutmine*“. Neli ettevõtet tõi välja, et vähendada kas elektri-, vee- või energiakulusid ning seda läbi remondi või uute konverentsiseadmete ostmise läbi. Kolm ettevõtet plaanivad tulevikus rohkem tähelepanu pöörata digilahendustele, milleks on virtuaalsete lahenduste kasutamine. Kaks ettevõtet kavatsevad vähendada prügi tootmist ning konverentsikeskuses sorteerida prügi. Kaks ettevõtet tõi välja, et nad järgivad hotelliketi poolt loodud reegleid ja nõudeid ning üks neist lisas, et „*kõikide uute teenuste arendamisel ja hotellide uuendamisel kaalutakse alati keskkonnasäästlikke võimalusi*“, mis näitab jälle ettevõtte seisukohalt keskkondliku jätkusuutlikkuse olulisust. Lisaks soovib üks ettevõtte taotleda Green Key märgist, et hakata järgima sellega kaasnevaid nõudeid, milleks on näiteks restorani kohaliku tooraine kasutus, prügi sorteerimine, loodussõbralike puhastusvahendite kasutamine jne. Üks ettevõtte pidas oluliseks tulevikus suurendada/tõsta korraldajate ja küllastajate keskkonnateadlikkust. Kolme ettevõtte jaoks on tulevikus oluline pöörata tähelepanu kohaliku tooraine kasutamisele ning üks neist tõi välja, et „*pöörata tähelepanu konverentsitoitlustuse optimeerimisele lähtuvalt keskkondliku jätkusuutlikkuse põhimõtetest*“. Antud küsimusest selgus, et ettevõtetel on olemas mitmeid ideid, kuidas tulevikus enda tegutsemist muuta keskkonnasõbralikumaks ning suuremas osas on tähelepanu plastiku, paberi ning erinevate pakendite vähendamisel. Kuna vähesed ettevõtted mainisid konverentsiteenuste pakkumisel toitlustusega seotud lahendusi, siis autori meelest on oluline konverentside puhul toitlustuse pakkumisel teha täpseid kalkulatsioone ning võimaluse korral pakkuda toidu portsjonite asemel poolikuid, et vältida toidu raiskamist. Lisaks teha näiteks poole aasta tagant konverentside toitlustuse analüüs, et leida, milliseid toiduaineid läheb rohkem raisku ning seeläbi planeerida läbimõeldud menüü.

Viimasena soovis töö autor teada saada, millised puudused ettevõtetel esinevad, et oma tegutsemist keskkonnasõbralikumaks muuta ning küsimus oli sõnastatud järgmiselt: „Millist infot/ teadmiste tuge vajaks teie ettevõtte, et muuta oma tegutsemist

keskkonnasõbralikumaks?“. Tegemist oli avatud küsimusega, mille puhul ainult üks vastaja ei osanud midagi välja tuua. Kuus ettevõtet leidsid, et nad on hästi informeeritud, et abiks on Green Key nõuded ning ettevõtte enda kehtestatud strateegiad. Neli ettevõtet tõid välja, et sooviksid koolitusi, infotunde, veebinare. Üks ettevõtte nentis, et olulised on *„temaatilised veebinarid, trende tutvustavad seminarid, mida mujal maailmas tehakse“* ning kuna ettevõttes ei ole tööl keskkonnaalast spetsialisti, siis *„kuluks ära nõu ja suunis, kes võib-olla oleks valmis tulema ja tutvuma ning koostöös nõu andma, mida me ehk igapäevaselt juba teha saaksime.“* Sama moodi lisas täpsustuse teine ettevõtte, kes tõi välja: *„ettevõtte vajaks sihipärast tegevust, millega tõuseks teadlikkus keskkondlikust jätkusuutlikkusest. Selleks, et neid printsiipe järgida ükskõik millisel elualal, peab tõusma kõikide ühiskonnaliikmete teadlikkus, mida saab tõsta alates tavameedia kampaaniatega kuni sihipäraste ja suunatud ühiskonnagruppide informeerimiseni läbi seaduste, juhendite, koolituste.“* ning riigipoolset tuge soovib läbi koolituste saamise saada ka V15, kes arvas, et see aitab personali üldisemalt harida ning seejuures tõi välja, et abi vajatakse ka keskkonnasõbralikkuse auditi ja tegevuskava koostamisel. Ülejäänud nelja ettevõtte meelest vajatakse teadmiste tuge *„erinevate lahenduste, materjalide, digiplatvormide osas ning säästliku jätkusuutliku teenuste tagamisel“*. Siinkohal toodi välja, et oluline on kliendipoolse tagasiside saamine, sest *„Kui kliendid survestaks mõne kindla sooviga rohkem, pööraks mõnele asjale ka rohkem tähelepanu“*, mis näitab, et ettevõtte vajab muudatuste jaoks sisendit, sest ei teata, mis küllastajate poolest võiksid olla puudused. Lisaks tõid kaks ettevõtet välja, et *„keeruline on muudatusi teha, sest oluline on kindlasti ka see, et teenuse hind ei tõuseks seoses püsikuludega looduslike või alternatiivsete lahenduste kasutamisel liialt kalliks“* ning *„investeeringuteks napib ressursse“*. Samuti on tänasel päeval üheks olulisemaks võtmeküsimuseks see, kuidas *„praeguses kiiresti arenevas maailmas saada innovatiivsete ideede kohta informatsiooni“*. Eelnevalt öeldud väidete põhjal on võimalik järeldada, et ettevõtted vajavad pidevat tuge riigilt ning seda just informatsiooni saamise puhul. Oluline on saada pidevat teavet ning leida viise, kuidas üldiselt erinevate ühiskonnaliikmete teadlikkust keskkonnateemadel tõsta. Keskkonna teemaliste muudatuste tegemisel ettevõttes on põhiliseks probleemiks teenuse hinnatõus ning omakorda ressursside puudus. Seega ettevõtted vajavad lahendusi, mis ei ole neile kulukad.

Ettevõtted on oma tegutsemisel keskkondlikult jätkusuutlikud ning oma mõttelaadilt pigem keskkonnasõbralikud. Keskkondlikult jätkusuutlikkust peetakse konkurentsieeliseks ning ettevõtetel on ideid, kuidas tulevikus olla veel keskkonnasõbralikum, kuid tihti jääb puudu informatsioonist või muudest ressursidest, mis takistavad muudatuste läbiviimist. Järgnevas alapeatükis on toodud välja autoripoolsed järeldused ning arendusettepanekud, mis on suunatud konverentsi toimumispaikadele selgitamaks välja, kuidas on neil võimalik tegutseda keskkonnasõbralikumalt ning seda rohkem pikaajalises ja jätkusuutlikkus võtmes.

2.3. Järeldused ja ettepanekud

Käesolevas lõputöös uuriti Eesti Konverentsibüroo liikmesettevõtete toimimist konverentside korraldamisel ning nende teadlikkust keskkondlikult jätkusuutlikuks tegutsemiseks. Käesolevas alapeatükis tehakse uuringu tulemustele ja teoreetilistele lähtepunktidele järeldused ja ettepanekud, kuidas muuta konverentside korraldamist keskkondlikult jätkusuutlikuks ning konverentside toimumispaikaksid keskkonnasõbralikumaks.

Göll ja Evers-Wölk (2014, lk 83), on toonud välja, et järjest enam on aktuaalsemaks muutumas kliimamuutuse mõjud ning kuna tähelepanu jätkusuutlikkusele tõuseb, siis säästva arengu puhul on tegemist kvaliteediteguriga, mis loob usaldusväärset ning mida ehitatakse aastate jooksul üles, eesmärgiga seda hoida ning võita kliente. Läbi viidud uuringus selgus, et konverentside toimumispaigad hindavad keskkonda säästvat arengut oluliseks. Seega ettevõtetel on oluline järgida erinevaid säästva arengu kvaliteeditegureid, et toimida keskkonnasõbraliku toimumispaigana.

Säästva arengu olulisus avaldub ka keskkondlikult jätkusuutlikkuse mõiste määratlemisest. Ettevõtted tõid välja erinevaid märksõnu ja lauseid, kuid üldiselt kujutab ettevõtete meelest keskkondlikult jätkusuutlik tegutsemine konverentsikorralduses mõistlikku või õigete toodete tarbimist, mis ei avalda keskkonnale negatiivset mõju ning keskkonnasõbraliku käitumise eeskujude andmist. Erinevate teoreetiliste käsitluste puhul on toodud välja, et oluline on keskenduda erinevatele protsessidele ja viisidele, kuidas saavutada jätkusuutlikkus ning eesmärgiks on peale säästlikku toimimise suurendada teadlikkust keskkonnahoiust. Arvestades, et kliendid on üha teadlikumad

keskkonnaprobleemidest on vajalik tegutseda ka ettevõtte tasandil antud probleemi vähendamiseks ühiskonnas, sest sellised uuendused võivad tagada ettevõtte tulemuslikkuse paranemise. (UNESCO, n.d.; UNWTO, 2018, lk 56-57; Mair & Jago, 2010, lk 85; Lin, Tan & Geng, 2013, lk 106) Konverentsiteenuse pakkumisel on oluline rõhutada säästvat arengut ning arendada pooleliolevaid teenuseid jätkusuutlikkuse poole, et pakkuda konverentsikliendile väärtust ning eristuda konkurentidest. Kuna sõnapilve puhul tuli välja erinevaid digilahendustega seotud sõnu ning ka Göll & Evers-Wölk (2014, lk 21) on rõhutanud digitaliseerimise olulisusele tänapäeva ühiskonnas, siis on soovituslik ettevõtetel pakkuda digiseadmeid märkmete tegemiseks või ettevõtte enda loodud portaali, mis on loodud konverentside jaoks ning mille puhul näiteks grupitööde puhul on võimalik igal inimesel seda teha enda seadmest ja ühisel interneti platvormil. See võimaldaks ürituste puhul loobuda pabermaterjalidest.

Konverentside toimumispaigad tegutsevad keskkonnasõbralikult, mille puhul kasutatakse konverentsiteenuse pakkumisel kohalikku toorainet, sorteeritakse jäätmeid ning kasutatakse elektroonilisi lahendusi nagu näiteks elektrooniliste piletite kasutamine ning reklaamide presenteerimine LED ekraanidel. Uuringust selgus, et üks ettevõtte kasutab loodussõbralikke puhastusvahendeid ning kuna üha enam liigutakse „roheliste“ konverentside poole, siis on oluline „roheliste“ praktikate järgimine mitte ainult konverentsi eel ja ajal, vaid ka selle lõpus puhastusprotsessi puhul. Tähtis on, et koristuse jooksul ei tekitata juurde rohkem jäätmeid, puhastusvahendid oleksid keskkonnasõbralikud ning puhastusseadmed oleksid energiasäästlikud. (Greenview, 2017, lk 14, 77). Euroopa komisjoni ringmajanduse tegevuskavas on välja toodud tegevused, mida ettevõtjad peaksid konverentside korraldamisel järgima, et pakkuda keskkonnasõbralikku lahendust. Kuna antud uuringus selgus, et ettevõtted üldiselt ei kaasa kogukondi, siis selleks, et rohkem kaasata on võimalik toimumispaikadel suuremate ürituste jaoks võtta erivajadustega inimesi või noori tööle või vabatahtlikuks, et pakkuda ka neile töövõimalust või uut kogemust. (Euroopa Komisjon, 2019; Meet Green, 2019, lk 7, 13; Meet Green, 2018, lk 8)

Ürituste külastamise puhul on tähtis, et ligipääs konverentsi toimumiskohale on tagatud läbi tõhusama transpordi kasutamise, mis aitab vähendada õhusaastet. Seejuures on oluline ka korraldajate suunamine külastajaid ühistransporti kasutama. (Chirieleison,

Montrone & Scrucca, 2020, lk 54; UNWTO, 2018, lk 16) Konverentside toimumiskohtade juurdepääsu puhul on Euroopa ühistranspordi kättesaadavuse osas juhtpositsioonil maailmas ning seda tõestas ka Eesti mõistes käesolevas uuringus asjaolu, et ettevõtete puhul on külastajate ligipääs konverentsikohale domineerivalt väga hea. (Greenview, 2017, lk 13) Selleks, et tagada tõhusam transpordikasutus võiksid ettevõtted näiteks ürituste puhul nii konverentsi toimumiskoht kui korraldajad reklaamida osalejatele ühist konverentsile minekut, mille puhul iga inimene ei lähe üksi autoga, vaid on olemas näiteks sotsiaalmeedias ürituse postituse all välja toodud küsitlus, kus on võimalik panna grupp inimesi kokku, kes ühest piirkonnast üritusele on minemas, et sõiduvõimalust pakkuda. Sama moodi näiteks väga hea ligipääsetavuse puhul soovitama inimestele konverentsile jala tulemist. Seega konverentside toimumispaikadel on sotsiaalmeedias võimalik erinevaid kampaaniaid konverentsi külastajatele teha.

Uuringust selgus, et kõik 15 ettevõtet järgivad erinevaid standardeid, juhiseid, regulatsioone ja praktikaid, mis aitavad ettevõttel vähendada ressursside tarbimist. Neli toimumispaika tõi välja, et järgivad enda ettevõtte poolt loodud standardeid. Gürlek ja Tuna (2018, lk 482-484) on toonud välja, et selleks, et ettevõtte saaks keskkonnasõbralikult toimida, on soovituslik välja mõelda enda ettevõtte rohelised innovaatilised strateegiad, standardid või juhised. Tänapäevase aja pandeemia ajal on pidanud ettevõtted enda kulutusi vähendada ning seejuures on hea võimalus ettevõtetel planeerida meetmeid, et arendada ettevõttes keskkonnasäästvat toimimist. Kuna üha enam on kasvamas konverentside toimumispaikadele säästvate praktikate nõudmised, siis standardid aitavad luua teadlikkust jätkusuutlikkusest ning levitada „rohelist“ väärtuste jagamist nii ettevõttes personali kui konverentsikorraldajate seas. Samuti võiks ettevõttes olla jätkusuutlikkuse koordinaator, kes järgib ettevõtte toimimist ja vajadusel juhendab protsesse, et muuta igapäevaseis tegevusi ka jätkusuutlikuks. (United Nations, 2020, lk 50; Göll & Evers-Wölk, 2014, lk 21; Millar & Park, 2018, lk 126-127; Greenview, 2017, lk 14) Seega konverentside toimumiskohad peaksid pandeemia ajal hakkama looma endale keskkonnasäästlike tegevuste juhised, mis aitavad neil järgida jätkusuutlikku tegutsemist igapäevaselt ning soovituslikult luua ametikoht inimesele, kes antud viisil tegutsemise eest vastutab ja juhendab või koolitab enda meeskonda ühise eesmärgi nimel tegutsema. Soovitatavalt võiks juhendite puhul olla tegemist digijuhendina, mida on

võimalik interneti teel jagada nii konverentsikorraldajate, klientide kui ka personaliga ning antud viisil ei tooda ettevõtte paberprügi.

Sisson ja Kwon (2020, lk 5) on toonud välja, et üha enam suurenevad riikide poolt konverentsi toimumispaikadele nõuded jätkusuutlike meetmete kasutamiseks, mille puhul on oluline ressursisäästlik käitumine ning energia tõhus kasutamine. Käesolevas uuringus selgus, et 13 ettevõtet koguvad ja analüüsivad elektri-, vee- ja küttekulu igakuiselt, mis näitab, et ettevõtted on teadlikud kuludest. Üks ettevõtte kogub ja analüüsib antud näitajaid kvartaalselt ning üks ettevõtte ei kogu ega analüüsi andmeid üldse. Kahe viimase ettevõtte puhul on tähtis rõhutada igakuist kulude kogumist ja analüüsimist, sest antud tegevus võimaldab ettevõttel saada parema ülevaate olukorrast ning võimaluse puhul teha muudatusi valdkonnas, mis põhjustab ebaefektiivset energia-, vee- või küttekulu. Samuti toodi „roheline“ toimumiskohtade raporti (*GVP- The Green Venue Report*) poolt välja, kuidas konverentside toimumiskohad saavad parema ülevaate ürituste korraldamise kuludest ning lisaks sellele tõsta konverentsikorraldajate teadlikkust kuludest, andes peale ürituse korraldamist energiakasutusest tervikliku ülevaate vee- või elektrikasutuse aruande kujul. (Greenview, 2017, lk 14, 77) Need ettevõtted, kes koguvad andmeid igakuiselt, saaksid sellise tegutsemisega luua parem ülevaate ürituste suurusest ja nende kulutustest kui pakkuda konverentsikorraldajatele säästva koosseleku digijuhendi, mis võib abiks olla säästvate otsuste langetamisel ettevõtte kasuks.

Kumari ja Dua (2021, lk 18) uuringust selgus, et kuna ühiskond on liikumas säästva arengu poole, siis ettevõtetel tasub olla „roheline“, sest tulemused näitasid, et keskkonna negatiivseid mõjusid ennetavad ettevõtted kogevad kasumlikkust ja paremat toimimist, sest sellised ettevõtted suudavad oma kliente veenda parema tootepakkumisega ning seeläbi saavutavad konkurentsieelise konkurentide ees. „Roheliste“ praktikate rakendamine aitab ettevõtetel luua jätkusuutlikku kaubamärgi maine ning pakkuda konkurentsivõimet uuenduste kohanemisvõimega ning innovatiivsete lahenduste pakkumisega. Samuti annavad sihtkoha haldamise organisatsioonid konkurentsieelise konverentsipakkujatele, kes toetavad keskkonnasäästlikkust ja rohelist konverentside pidamist ning sellega loovad piirkonnale keskkonnasäästliku kuvandi (Ferreira & Fernandes, 2021, lk 12; English & Remmers, 2008, lk 15; Park & Kim, 2016, lk 1041)

Käesolevas uuringus selgus, et 12 konverentsi toimumispaika 15-st arvasid, et keskkondlikult jätkusuutlikul tegutsemisel on eelis konkurentide ees. Oluline on end turundada keskkonnasõbraliku ettevõttena ning võimalusel ka konverentsibüroo võiks rohkem edendada sihtkoha mainet, rõhutades rohkem ettevõtete keskkondlikult jätkusuutlikele tegutsemistele. Ettevõtetal on võimalik kasutada enda „roheline“ praktikate turundamist enda kodulehel. Seda nii visuaalselt (erinevates looduslikes toonides, piltides) kui toimumispaigas füüsilisel kujul näiteks prügi sorteerimise võimalusi või digilahendusi pakkudes, milleks võib olla näiteks ekraanidel visuaalide kujutamine paberi asemel. Eelnevalt üliõpilase poolt välja pakutud ettevõtte isiklik „roheline“ praktikate juhend on ka kindlasti teiste ettevõtete poolest konkurentsieeliseks, sest siis on võimalik küllastajatele kui ka konverentsikorraldajatele näidata, millest säästlikest printsiipidest antud ettevõtte lähtub enda tegutsemisel.

Äriürituste puhul on märgitud, et nende pidamisel ei kasutata laialdaselt keskkondlikult jätkusuutlike lahendusi, sest sidusrühmadel on eesmärgiks kasumi teenimine ning seejuures on puuduse põhjustanud ka korraldajate vähene teadlikkus keskkondlikult jätkusuutlikest lahendustest. (Zhong, Luo & Chen, 2020, lk 16; UNESCO, 2018, lk 138) Seejuures tõid Sisson & Kwon (2020, lk 10) välja, et konverentsikorraldajad sellegipoolest järgivad uusimaid trende ning teenuste kaasaegsust, kuid trende on erinevaid, siis võivad keskkonnasõbralikud lahendused jääda kõrvale uusimate tehnoloogiliste lahenduse seas. Käesoleva uuringu kohaselt selgus, et konverentside korraldajate seas ei ole huvi nii kõrge konverentside toimumispaikade keskkondlikult jätkusuutlike lahenduste vastu. Enamus ettevõtteid leidsid, et vahel tuntakse huvi ettevõtete roheline toimimise vastu. Kaks ettevõtet tõid välja, et üldse ei ole huvi tundud ning see võib viidata konverentsikorraldajate vähesele teadlikkusele keskkonnahoiust ürituste korraldamisel. Kaks ettevõtet vastasid, et tihti on huvi tundud. Ettevõtetal ongi võimalus pakkuda konverentsikorraldajatele lisaväärtust jätkusuutlike lahenduste pakkumisega ning seeläbi omakorda teadlikkuse tõstmisega. Samuti võiksid olla riiklikud toetused teenuste keskkonnasäästlikumaks arendamisel ning digilahenduste arendusel samuti avaliku sektori toetus. Lisaks soovitasid Ferreira & Fernandes (2021, lk 12) enda uuringus, et jätkusuutlikkuse teemalisi reklaamikampaaniaid on vaja suunata üle 35-aastastele inimestele, et edendada keskkonnateadlikkust ühiskonnas, sest nooremad generatsioonid on üldjuhul antud teema osas teadlikumad ja vastuvõtlikumad. Seega

ettevõtetel on võimalus enda „rohelisi“ praktikaid rohkem turundada vanemale sihtrühmale ning konverentsikorraldajatele läbi ettevõtte keskkonnasõbraliku toimimise digijuhendi kaudu.

Selleks, et muuta oma tegutsemist keskkonnasõbralikumaks, selgus antud uuringust, et konverentside toimumispaigad vajavad erinevat informatsiooni ja teadmisi. Kuue ettevõtte meelest on nad hästi informeeritud tänu Green Key nõuetele või enda ettevõttes kehtestatud strateegiatele. Neli ettevõtet töid välja koolituste, infotundide ja veebinaride olemasolu, millest ühe puhul toodi täpsustuseks temaatilised veebinarid, trende tutvustavad seminarid, mida mujal maailmas tehakse. Puudusena toodi välja ka, et ettevõttes ei ole tööl keskkonnaalast spetsialisti, mille puhul kulub ettevõttele ära nõu ja suunis, mida ettevõtte saaks teha igapäevaselt selleks, et hakata toimima keskkonnasõbralikumalt. Lisaks toodi välja sihipärane tegevus, millega tõuseks teadlikkus keskkondlikust jätkusuutlikkusest, samuti peab tõusma kõikide ühiskonnaliikmete teadlikkus keskkonnahoiust, mida saab tõsta läbi seaduste, juhendite ja koolituste, personali harimiseks riigipoolne tugi koolituste puhul, keskkonnasõbralikkuse auditi ja tegevuskava koostamisel. Neli ettevõtet tõi välja, et vajatakse teadmiste tuge erinevate lahenduste, materjalide, digiplatvormide osas ning säästliku jätkusuutliku teenuste tagamisel. Üks ettevõtte tõi puudusena välja, et kliendipoolne tähelepanu pööramine on samuti oluline, mis võib näidata, et võibolla kliendid ei ole ka piisavalt teadlikud, et tagasiside anda või puudub neil n.ö mugav lahendus, mis võimaldaks neil kiiresti ja mugavalt tagasiside anda. Seega ettevõtte vajab sisendit muudatuste tegemiseks. Ettevõtte tasandil on võimalik teha võrdlusanalüüsi, mille puhul näiteks organisatsioon võrdleb enda tegevust samal alal parima tulemusega, et kavandada meetmeid, mis aitavad ettevõtte toimimise viia sarnase või parema tulemuseni. Ettevõtetel on võimalik uurida rahvusvahelisi edulugusid või on EKB-l võimalus teostada vastavateemalisi veebinare.

Samuti on takistuseks ressursipuudus, mille puhul teenuse hind ei tohiks tõusta seoses püsikuludega looduslike või alternatiivsete lahenduste kasutamiseiga. Seega riik peaks võimaldama koostöös erinevate keskkonnasõbralike ettevõtetega luua ettevõtetele, kes soovivad olla keskkonnasõbralikumad, konkreetsed näited praktikatest, mis julgustavad ettevõtteid olema rohelised ning mis tõstavad välja keskkonnasõbralike teenuste eelised

konverentsi valdkonnas. Omavalitsused ja riik peaks pakkuma ettevõtetele tuge, et anda täpsemaid juhiseid jätkusuutlike tegevuste planeerimiseks ja juhtimiseks ning suurendama inimeste teadlikkust keskkondlikust jätkusuutlikust toimimisest. (Maguire, 2020, lk 18; United Nations, 2020, lk 50) Lisaks toodi välja küsimus, kuidas kiiresti arenevas maailmas saada innovatiivsete ideede kohta informatsiooni. Hetkel korraldab Eesti Konverentsibüroo erinevaid veebinare, mis aitab ettevõtetele pakkuda informatsiooni ja uusi teadmisi antud konverentsi sektoris toimuva kohta. Konverentsibürool on hea võimalus uurida erinevate riikide konverentsi sektori trende ja viia antud teemalisi veebinare läbi, et anda teada konverentsi toimumispaikadele uusimatest lahendustest ning võimalikest tulevatest uuendustest. Lisaks on konverentsibürool võimalik ise koostada „roheline“ praktikate eeliste materjal, et suunata ettevõtteid rohkem keskkonnasäästlikule teele ning omakorda julgustada konverentside korraldajaid valima keskkonnasõbralikke lahendusi. Seega ettevõtted vajavad tuge riigilt informatsiooni saamise puhul ning seda ühiskonnaliikmete teadlikkuse tõstmisel keskkonnateemade puhul, kuid keskkonnateemaliste muudatuste tegemisel on puuduseks teenuse hinnatõus ja ressursside puudus. Ettevõtted vajavad lahendusi, mis ei ole kulukad.

Keskkonnajuhtimissüsteemi ja keskkonnasõbraliku märgise omamine aitab parandada ressursitõhusust, raiskamise vähendamist, ennetada negatiivset mõju keskkonnale ning aktiivset osalemist keskkonnakokkulepetes ja edendada jätkusuutlikkuse tavade levitamist ühiskonnas. Selliselt toimivad ettevõtted suudavad oma kliente veenda parema tootepakkumisega ning märgiste olemasolu võimaldab klientidel teha teadlikke valikuid ning seeläbi saavutavad ettevõtted konkurentsieelise konkurentide ees. (Keskkonnaministeerium, 2020; United Nations, 2020, lk 48; Kumari & Dua, 2021, lk 18; D'Souza, Taghian & Brouwer, 2021, lk 151) Käesolevas uuringus selgus, et kõige enam ehk seitse ettevõtet on liitunud mõne keskkonnasõbraliku märgise või keskkonnajuhtimissüsteemiga, mis näitab, et ettevõtted tegutsevad kindlatest märgistest ja juhistest lähtuvalt ning ettevõtte jaoks on oluline keskkondlikult jätkusuutlik tegutsemine. Kaheksa ettevõtet ei ole liitunud ning põhjusteks toodi, et tegemist on suure investeeringuga ettevõtte jaoks, keerulise protsessiga ning juhtimistasandil ei ole otsust vastu võetud, kuid põhjused, miks soovitakse liituda seisnevad ressursside kokkuhoius, atraktiivsusest majale ning soovist tegutseda jätkusuutlikult. Ferreira ja Fernandes (2021, lk 12) on uuringus välja toonud, et „roheline“ praktikate rakendamine aitab ettevõtetel

luua jätkusuutlikku kaubamärgi mainet. Selleks, et ettevõtted liituksid märgistega, on oluline, et ettevõtete teadlikkus suuremate investeeringute pikaajalisest mõjust tõuseks, sest see aitab omakorda luua jätkusuutlikku kaubamärki ning ühiskonna üldist teadlikkuse suurenemist keskkonnasõbralikust käitumisest. Teadlikkuse loomist ettevõttes aitab luua riigipoolne teavitamine või ettevõtte keskkonnaalase spetsialistipoolne suunamine.

Ettevõtted peaksid rohkem investeerima keskkonnasäästlikkusse toimimisse ning pandeemia ajal planeerima keskkondlikult jätkusuutlikke lahendusi tulevikuks. Rohelised muudatused ettevõttes aitavad parandada toodete ja teenuste disaini ning kvaliteeti, mis võimaldab ettevõttele kulude eelise materjalide, energia ja vee kokkuhoiu kaudu ning tegemist on madalamate kulude eelisega ning pikemas perspektiivis aitab vähendada kliimamuutuste katastroofilisi tagajärgi ja jätkusuutlike tavade levitamist ühiskonnas. Oluline ei ole ainult õige tooraine kasutamine, vaid ka säästev tarbimine, mis aitab vähendada nii toidu kui ka teiste materjalide raiskamist. (United Nations, 2020, lk 48-50; Gürlek & Tuna, 2018, lk 482-484; Euroopa Komisjon, 2019) Selleks, et arendada keskkondlikult jätkusuutlikke konverentse, on vaja lähtuda asjaolust, et tarbijaks on klient, kes eelistab teenuse ostmisel jätkusuutlikke lahendusi ning kes võib olla keskkonnateadlik. Ettevõtetes on oluline luua keskkonnaalase spetsialisti ametikoht ning kelle ülesandeks on disainimõtlemine, mille puhul tehakse kliendi jaoks tema tooteni jõudmine või tarbimine mugavamaks ning seeläbi parandatakse kliendikogemust. Antud mõtteviisi aitab välja töötada lahendust, mis lähtub tarbija vajadusest ning antud juhul on tegemist keskkonnasõbraliku kliendiga, kes järgib enda teenuse valimisel ettevõtte keskkonna jätkusuutlikke lahendusi ning eristumist konkurentidest. Keskkonnaalasel spetsialistil on võimalik hinnata ettevõtte keskkonnaalast tulemuslikkust läbi ise kliendiks olemise ning seega luua disainilahendused, mis võtavad arvesse keskkonnasõbraliku kliendi soove ja vajadusi. Siinkohal on vaja uurida ettevõtetel rohkem enda kliente, et neid rohkem tundma õppida ning lähtuvalt sellest keskkonnasõbralikke lahendusi pakkuda (Skift, 2018, lk 2,8). Oluline on, et kogu ettevõtte personal tegutseb ühise eesmärgi nimel, milleks on keskkonnasõbralike lahenduste väljatöötamine.

Käesolevast uuringust selgus, et ettevõtted plaanivad tulevikus vähendada prügi või seda sorteerida. Uuema astme innovatsioon pakendialaste eesmärkide saavutamisel seisneb jäätmete vältimises. Ettevõttes on tähtis välja töötada lahendus, mis aitab vältida jäätmete

tekkimist selle asemel, et mõelda, kuidas jäätmetega ümber käia. (Ellen MacArthur Foundation, 2020b, lk 19) Esmalt peaksid konverentside toimumiskohad määrama enda ettevõtte poolt seatud eesmärgi. Üheskoos mõtlema eesmärgi saavutamiseks lahendused ning viimasena hindama antud lahenduse positiivseid ja negatiivseid külgi, et hinnata enda ettevõtte tegevuse mõju keskkonnale. Prügi sorteerimise või vähendamise puhul on oluline, et seda ei järgita ainult konverentsiteenuse pakkumisel, vaid ka personali puhul kontorites.

Konverentside puhul on võimalik kasutada 100% ringlusest võetud paberit või plastikut. (Meet Green, 2019, lk 7, 13) Antud materjalist on soovitatav luua silte, mis ei ole kuupäevapõhised, sest siis on võimalik antud silte uuesti kasutada. COVID-19 perioodil on e-konverentside puhul võimalik konverentside toimumispaikadel samuti propageerida kodudes vähem paberit kasutama konverentsimärkmete tegemiseks või suunama inimesi digirakendustesse märkmeid tegema.

Lisaks ühe tuleviku plaanina toodi välja elektri-, vee või energiakulude vähendamine läbi uute konverentsiseadmete ostmise või remondi teostamise. Samuti uute digilahenduste kasutamine, korraldajate ja küllastajate keskkonnateadlikkuse suurendamine, pööramine tähelepanu kohaliku tooraine kasutamisele ning konverentsitoitlustuse optimeerimine, mille puhul on oluline teha täpseid kalkulatsioone, et vähendada toidu äraviskamist.

Järgnevalt on toodud uuringust lähtuvalt kokkuvõtliku loeteluna välja töö autoripoolsed peamised ettepanekud konverentside toimumispaikadele, et muuta oma tegutsemist keskkondlikult jätkusuutlikuks või keskkonnasõbralikumaks:

- ettevõtted peaksid järgima säästva arengu kvaliteeditegureid, et toimida keskkonnasõbraliku toimumispaigana;
- ettevõtted saavad pakkuda digiseadmeid või -rakendusi märkmete tegemiseks või propageerida küllastajaid digirakendustesse märkmeid tegema ning seda ka e-konverentside puhul kodudes, et loobuda pabermaterjalidest;
- arendada pooleliolevaid teenuseid jätkusuutlikkuse poole;
- loodussõbralike puhastusvahendite kasutamine;
- erivajadustega inimeste või noorte kaasamine konverentsi korraldamise protsessi;
- jäätmete sorteerimine;

- kohaliku tooraine kasutamine ning konverentsitoitlustuse optimeerimine;
- sotsiaalmeedias suunata külastajaid konverentsi toimumispaigale tulekuks kasutama tõhusamat transpordi kasutamist või tulema konverentsi toimumispaika jala, ühistranspordiga;
- ettevõtted peaksid välja mõtlema enda „rohelist“ innovaatilised strateegiad, standardid või juhised, mille kohaselt toimida ning mis on loodud digijuhendina, et vähendada paberprügi tootmist;
- levitada teadlikkust jätkusuutlikkusest ning „roheliste“ väärtuste ja säästva arengu olulisuse jagamist ettevõttes personali, konverentsikorraldajate ja klientide seas;
- ettevõttes võiks olla jätkusuutlikkuse koordinaator või keskkonnavalase spetsialisti ametikoht, kes järgib ja suunab jätkusuutlikku tegutsemist ettevõttes;
- koostada vee-, elektri- ja energiakulude analüüsimine peale ürituse korraldamist, et saada parem ülevaade kuludest konverentside kohta;
- säästva koosoleku digijuhendi loomine konverentsikorraldajatele, mis aitab otsuseid langetada „rohelise“ ettevõtte kasuks;
- oluline on end turundada keskkonnasõbraliku ettevõttena ning näidata enda kodulehel „rohelist“ praktikate rakendamist;
- ettevõtte „rohelist“ praktikate turundamine vanemale sihtrühmale ja konverentsikorraldajatele;
- võrdlusanalüüsi teostamine ning rahvusvaheliste edulugude uurimine, et muuta oma tegutsemist keskkonnasõbralikumaks parema eeskuju näitel;
- võtta aktiivselt osa erinevatest EKB korraldavatest veebinaridest;
- ettevõtted, kes ei ole liitunud, peaksid investeerima keskkonnajuhtimissüsteemi või keskkonnasõbraliku märgise omastamisele, mis aitavad neil edasi tegutseda keskkonnasõbralikumalt;
- pandeemia perioodil investeerima keskkonnasäästlikkuse toimimisse, teenuste ja toodete arendamisele;
- keskkonnasõbralike lahenduste (prügi sorteerimine, digirakenduste) pakkumine mitte ainult avalikes ruumides, vaid ka personaliruumides;
- kasutada materjale, mis ei ole kuupäevapõhised, et neid korduvalt kasutada.

Lähtudes läbiviidud uuringust saadud tulemustele, peaksid konverentside toimumispaigad konverentsitoodete pakkumisel keskenduma rohkem tulevikule ja käima kaasas ajaga, järgides säästliku arengu suundumust. Töö autori meelest võiksid ettevõtted nii enda sotsiaalmeedias kui ka koha peal rõhutada märgistega, et tegemist on mõttelaadilt keskkonnasõbraliku üritusega. Selline viitamine võib inimeste tähelepanu pöörata rohkem enda tegutsemise jälgimisele konverentsil.

Ettevõtetel on soovituslik luua enda „rohelised“ juhised või eesmärgid, mis aitavad kogu ettevõtte personalil toimida ühise eesmärgi nimel ning seeläbi muuta ettevõtte tegutsemist keskkonnasõbralikumaks ning suurendada teadlikkus keskkonna jätkusuutlikkusest konverentsikorraldajate ja klientide seas. Ettevõtete keskkondlikult jätkusuutlike juhendite ja tavade jagamine konverentsikorraldajatega aitab neil konverentsi toimumiskoha valimisel lähtuda keskkonnasõbralikust valikust. Lisaks on keskkonnasõbralike teenuste arendamisel oluline, et ettevõttes on inimene, kes vastutab keskkondlikult jätkusuutliku tegutsemise eest ettevõttes või koolitab ning juhendab personali vastavalt toimima. Säästvate väärtuste levitamine ettevõttes aitab inimestel kohaneda uute keskkonnasõbralike lahendustega ning võtta need kasutusele.

KOKKUVÕTE

Äraturismivaldkonnas on hakatud suuremat tähelepanu pöörama keskkonnaprobleemide leevendamisele ning ennetamisele. Riikide poolt on hakatud kehtestama ning järgima erinevaid tegevuskavasid, et tagada keskkondlikult jätkusuutlik tegutsemine. Tähtis on leida võimalused, kuidas arendada keskkondlikult jätkusuutlikke konverentse, et ka äriturismi sektor avaldaks keskkonnale võimalikult vähe negatiivset mõju.

Käesolevas lõputöös uuriti Eesti Konverentsibüroo liikmesorganisatsioonide konverentside toimumispaikade keskkondlikult jätkusuutlikku tegutsemist. Töö autor püstitas probleemküsimuse: millised võimalused on keskkondlikult jätkusuutlike konverentside arendamiseks? Töö eesmärgiks oli välja selgitada, kuidas pakkuda äriürituste ja konverentside korraldamisel keskkondlikult jätkusuutlike teenuseid ja võimalusi konverentside toimumispaikade poolt. Eesmärgi saavutamiseks püstitati uurimisküsimus, milleks oli: kuidas on võimalik tagada keskkondlikult jätkusuutlikud konverentside lahendused Eestis?

Töö teoreetilises osas oli välja toodud konverentsi sektori ning keskkondliku jätkusuutlikkuse ülevaade ja suundumused konverentsi valdkonnas. Konverentsiteenuse pakkujate tegutsemist mõjutavad erinevad trendid ja aktuaalsed probleemid, millest olulisem on jätkusuutlik areng ning keskkonnale negatiivse mõju vähendamine ettevõtte tegutsemisega. Keskkondlikult jätkusuutlik tegutsemine pakub ettevõtetele võimalust hoida kokku kulusid, suurendada konkurentsivõimet, kasumlikkust ning levitada „rohelisi“ tavasid ühiskonnas. Välja toodi keskkondliku jätkusuutlikkuse tagamise võimalused konverentsidel ning konverentsi toimumispaikade arendamine viisid keskkonnasõbralikumaks.

Töö empiiriline osa koosnes uuringust, mille eesmärgiks oli välja selgitada, millised võimalused on keskkondlikult jätkusuutlike teenuste pakumiseks äriürituste ja konverentside korraldamisel. Uuringu üldkogumiks oli 18 Eesti Konverentsibüroo

liikmesettevõtet ning tegemist oli sihivalimiga. Valimi moodustasid 15 ettevõtet. Tegemist oli kvantitatiivse uurimismeetodiga, mille puhul üliõpilane koostas ankeetküsitluse. Konverentsi toimumispaigad täitsid küsimustiku Limesurvey keskkonnas. Küsimustikus oli 12 küsimust, millest kaheksa olid avatud küsimused ja neli suletud. Andmeanalüüs teostati MS Exceli programmis ning tulemused esitati tekstide ja jooniste kujul.

Lõputöö eesmärk ja uurimisülesanded said täidetud ning uurimisküsimus leidis vastuse. Eesti Konverentsibüroo liikmesettevõtete seas läbiviidud uuringust selgus, et ettevõtted hindavad keskkondlikku jätkusuutlikkust oluliseks ning on oma mõttelaadilt keskkonnasõbralikud, kuid ettevõtetel on arenguruumi keskkondlikult jätkusuutlikumaks tegutsemiseks. Hetkel on ettevõtetel puuduseks keskkonnaalased teadmised. Soovitakse nõu, koolitusi, infotunde ja veebinare selleks, et oma tegutsemist muuta keskkondlikult jätkusuutlikumaks ning saada antud teemal teadlikumaks.

Selleks, et tagada keskkondlikult jätkusuutlikud konverentside lahendused on ettevõtetes oluline luua enda „rohelist“ digijuhised ja standardid, mis aitavad kogu personalil tegutseda ühise jätkusuutliku eesmärgi nimel. Lisaks luua jätkusuutlikkuse koordinaatori ametikoht, kes koolitab ettevõtte personali keskkonnasõbralikumalt toimima ning töötab ettevõttes välja keskkondlikult jätkusuutlikud lahendused.

Käesoleva uuringu piiranguks oli küsimustiku suur maht. Nimelt oli palju avatud küsimusi, mille puhul ettevõtetelt saadi kohati vähesõnalised vastused. Üliõpilane uuris ettevõtetelt, kuidas nad plaanivad tulevikus keskkonnale oma tegutsemisega rohkem tähelepanu pöörata ning selgus, et soovitakse muudatusi teha seoses plastiku, paberi vähendamise või loobumise osas ning erinevaid kulude vähendamisega. Seoses sellega on võimalus tulevikus uurida, kuidas on eelnevalt nimetatud ettevõtete tegutsemine muutunud. Samuti on võimalik uurida antud ettevõtete personali keskkonnateadlikkust. Lisaks on võimalik uuringut viia läbi konverentsikorraldajate seas, saamaks teada, milliseid keskkonnasõbralikke lahendusi nemad ootavad konverentsi toimumispaikadelt või kuidas suunata konverentsikorraldajaid valima keskkonnasõbralikke teenusepakkujaid.

Autor loodab, et lõputöö aitab konverentsi toimumiskohtadel või konverentsiteenuseid pakkuvatel ettevõtetel muuta enda tegutsemist keskkondlikult jätkusuutlikumaks. Lisaks on töö lugemine kasulik konverentsikorraldajatele, et toetada keskkonnasõbralikke ettevõtteid konverentsi toimumispaiga valimisel ning tõsta ühiskonnaliikmete teadlikkust keskkondlikult jätkusuutlikust tegutsemisest. Lõputöö autor soovib tänada Eesti Konverentsibüroo töötajaid ja tegevjuhti Kadri Karu, EKB liikmesettevõtteid koostöövalmiduse eest ning töö juhendajat Inna Bentsalo.

VIIDATUD ALLIKAD

- Aurich, C. J., Fuchs, C., & Wagenknecht, C. (2006). Life cycle oriented design of technical Product-Service Systems. *Journal of Cleaner Production*, 14(17), 1480-1494. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2006.01.019>
- Barredo, L., Giller, E. L., Slingerland, M., & Veldhuizen, L. J. (2020). Carbon-free conferencing in the age of COVID-19. *Argiculture*, 49(4), 321-329. doi: 10.1177/0030727020960492
- Bensi, P., Carminati, A., & Nelli, R. (2016). Meeting industry in Europe. Benchmarking the meeting facilities and the attractiveness of European destinations. Retrieved from https://www.themeetingsindustry.org/storage/industry_news/16.5_Meetings+industry+in+Europe_research+ASERI+Milano.pdf
- Chirieleison, C., Montrone, A., & Scrucca, L. (2020). Event sustainability and sustainable transportation: a positive reciprocal influence. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(2), 240-262. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1607361>
- Climate Emergency Declaration. (2021). Climate emergency declarations in 1,933 jurisdictions and local governments cover 826 million citizens. Retrieved from <https://climateemergencydeclaration.org/climate-emergency-declarations-cover-15-million-citizens/>
- Davidson, R., & Cope, B. (2003). Business travel. Conferences, Incentive travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel. Retrieved from https://books.google.ee/books?hl=en&lr=&id=PYl6UqbJx1wC&oi=fnd&pg=PR9&dq=Rob+Davidson&ots=diEKmTulRG&sig=MU9MplRPRG_EHIYPVapaqut_yMA&redir_esc=y#v=onepage&q=Rob%20Davidson&f=false
- D'Souza, C., Taghian, M., & Brouwer, R. A. (2021). Ecolabels information and consumer self-confidence in decision making: a strategic imperative. *Journal of Strategic Marketing*, 29(2), 141-157. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2019.1636845>

- Ecolabel Index. (n.d.). All ecolabels in Estonia. Retrieved from <http://www.ecolabelindex.com/ecolabels/?st=country,ee>
- Eesti Konverentsibüroo. (2021.a). Meist. Loetud aadressil <https://www.ecb.ee/et/meist/>
- Eesti Konverentsibüroo. (2021.b). Saadikuklubi tutvustus. Loetud aadressil <http://www.ecb.ee/et/saadikuprogramm/saadikuklubi-tutvustus/>
- Eesti Konverentsibüroo. (2021.c). Eesti Konverentsibüroo liikmed. Loetud aadressil <https://www.ecb.ee/et/meist/eesti-konverentsiburoo-liikmed/>
- Eid, M. (2011). Introduction to Communication Research. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/305701567_Introduction_to_Communication_Research
- Ellen MacArthur Foundation. (2020a). The circular economy: a transformative Covid-19 recovery strategy: How policymakers can pave the way to a low carbon, prosperous future (2020). Retrieved from <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/The-circular-economy-a-transformative-Covid19-recovery-strategy.pdf>
- Ellen MacArthur Foundation. (2020b). Upstream Innovation: a guide to packaging solutions. Retrieved from <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>
- Englich, G., & Remmers, B. (2008). Planning guide for conference and communication environments. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/tartu-ebooks/reader.action?docID=1020408&ppg=1&query=conference>
- Ettevõtluse arendamise sihtasutus. (2018). EASi strateegiline tegevuskava 2019-2023. Loetud aadressil https://www.eas.ee/wp-content/uploads/2020/06/EAS_Strateegiline_Kava_200603_EST.pdf
- Euroopa Komisjon. (2019). Komisjoni teatis. Euroopa roheline kokkulepe. Loetud aadressil <https://eurlex.europa.eu/legalcontent/ET/TXT/HTML/?uri=CELEX:52019DC0640&from=EN>
- Euroopa Parlament. (2019). Euroopa Parlament kuulutas välja kliima hädaolukorra. Loetud aadressil <https://www.europarl.europa.eu/news/et/press-room/20191121IPR67110/euroopa-parlament-kuulutas-valja-kliima-hadaolukorra>
- Ferreira, G, A., & Fernandes, E, M. (2021). Sustainable advertising or ecolabels: Which is the best for your brand and for consumers' environmental consciousness? *Journal of Marketing Theory and Practice*. doi: 10.1080/10696679.2021.1882864

- Getz, D., & Page, J. S. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593-631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Global Destination Sustainability Movement. (2020). The Regenerative Revolution. A new paradigm for event management. Retrieved from https://www.imexexhibitions.com/sites/default/files/202010/The_Regenerative_Revolution_.pdf
- Greenview. (2017). 2017 Green Venue Report: The state of convention & Exhibition center sustainability. Retrieved from <https://greenview.sg/wp-content/uploads/2017/08/green-venue-report-2017.pdf>
- Guo, Y., Jiang, J., & Li, S. (2019). A Sustainable Tourism Policy Research Review. *Sustainability*, 11(11), 3187. doi: 10.3390/su11113187.
- Göll, E., & Evers-Wölk, M. (2014). Meetings and conventions 2030: A study of megatrends shaping our industry. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/277199067_Meetings_and_conventions_2030_A_study_of_megatrends_shaping_our_industry
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, M. C. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Gürlek, M., & Tuna, M. (2018). Reinforcing competitive advantage through green organizational culture and green innovation. *The Service Industries Journal*, 38(7-8), 467-491. <https://doi.org/10.1080/02642069.2017.1402889>
- Han, H., Lee, S., Al-Ansi, A., Kim, H., Ryu, H., Kim, J. J., & Kim, W. (2019). Convention Tourism and Sustainability: Exploring Influencing Factors on Delegate Green Behavior That Reduce Environmental Impacts. *Sustainability*, 11(14), 3903. doi: 10.3390/su11143903
- Harpe, S. E. (2015). How to analyze Likert and other rating scale data. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 7(6), 836-850. <https://doi.org/10.1016/j.cptl.2015.08.001>
- Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. (2010). Uuri ja kirjuta. Tallinn: Medicina. Loetud aadressil <https://www.etera.ee/zoom/20654/view?page=153&p=separate&tool=info&view=0,0,2019,3187>

- Hossain, S, M., Kannan, N, S., & Nair, R, K, K, S. (2020). Factors Influencing Sustainable Competitive Advantage in the Hospitality Industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. doi: 10.1080/1528008X.2020.1837049
- ICCA. (n.d.). Definition of conference. Retrieved from <https://www.iccaworld.org/aeps/aeitem.cfm?aeid=29>
- Keskkonnaministeerium. (2020). Keskkonnajuhtimissüsteemid. Loetud aadressil <https://www.envir.ee/et/keskkonnajuhtimissusteemid>
- Kumar, S., & Dua, P. (2021). Environmental management practices and financial performance: evidence from large listed Indian enterprises. *Journal of Environmental Planning and Management*. doi: 10.1080/09640568.2021.1877641
- Lin, R. J., Tan, K. H., & Geng, Y. (2013). Market demand, green product innovation, and firm performance: Evidence from Vietnam motorcycle industry. *Journal of Cleaner Production*, 40, 101–107. doi:10.1016/J.JCLEPRO.2012.01.001
- Maguire, K. (2020). An examination of the level of local authority sustainable planning for event management: a case study of Ireland. *Journal of Sustainable Tourism. Ahead of print*. 1-25. doi: 10.1080/09669582.2020.1828431
- Mair, J., & Jago, L. (2010). The development of a conceptual model of greening in the business events tourism sector. *Journal of Sustainable Tourism*, 18:1, 77-94, doi: 10.1080/09669580903291007
- Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium. (2013). Eesti riiklik turismiarengukava 2014-2020. Loetud aadressil <https://www.riigiteataja.ee/akti/isa/3191/1201/3015/lisa.pdf>
- Meet Green. (2019). BSR Conference 2019. Sustainability Report. Retrieved from <https://meetgreen.com/wordpress/wp-content/uploads/2020/01/BSR-2019-Sustainability-Report.pdf>
- Meet Green. (2018). SPLC Summit + Connect. 2018 Sustainability Report. Retrieved from https://meetgreen.com/wordpress/wp-content/uploads/2019/02/18SPLC_SPLC-Summit-Sustainability-Report.pdf
- Millar, M., & Park, Y-S. (2018). Industry professionals' perceptions of sustainability in meeting and event education. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 18(2), 123-137. <https://doi.org/10.1080/15313220.2017.1416727>

- Park, H., & Kim, D. (2016). In pursuit of an environmentally friendly convention industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(3), 1028-1051. Retrieved from <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-06-2016-0333/full/pdf?title=in-pursuit-of-an-environmentally-friendly-convention-industry-a-sustainability-framework-and-guidelines-for-a-green-convention>
- Pavluković, V., Cimbalević, M., & Kennell, J. (2020). Sustainability in the Meetings Industry. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/348009418_Sustainability_in_the_Meetings_Industry
- Sisson, D, A., & Kwon, J. (2020). Effectiveness of E-Learning as Seen by Meeting Planners. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, doi: 10.1080/10963758.2020.1791138
- Skift. (2018). The Rise of Design Thinking in Meetings and Events. Retrieved from <https://www.venetian.com/content/dam/mice/casestudies/the-rise-of-design-thinking.pdf>
- Zhang, J. (2014). Assessing the Economic Importance of Meetings Activities in Denmark. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14(4), 192-210. doi: 10.1080/15022250.2014.946225
- Zhong, D., Luo, Q., & Chen, W. (2020). Green governance: understanding the greening of a leading business event from the perspective of value chain governance. *Journal of Sustainable Tourism*. 1(19). doi: 10.1080/09669582.2020.1864385
- UNESCO. (2018). Issues and trends in education for sustainable development. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000261445>
- UNESCO. (n.d.). Sustainable development. Retrieved from <https://en.unesco.org/themes/education-sustainable-development/what-is-esd/sd>
- United Nations. (2020). The Sustainable Development Goals Report 2020. Retrieved from <https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2020.pdf>
- United Nations. (2019). The Sustainable Development Goals Report 2019. Retrieved from <https://unstats.un.org/sdgs/report/2019/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2019.pdf>

- UNWTO. (2014). *AM Reports, Volume seven - Global Report on the Meetings Industry*. Madrid: UNWTO, World Tourism Organization. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284416097>
- UNWTO. (2015). *Tourism Highlights 2015*. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>
- UNWTO. (2018). *Tourism and the Sustainable Development Goals- Journey to 2030*. Madrid:UNWTO, World Tourism Organization and United Nations Development programme. doi: 10.18111/9789284419401
- UNWTO. (2019). *Tourism Definitions*. Madrid: UNWTO, World Tourism Organization. doi: 10.18111/9789284420858
- World Tourism Organization. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*, Madrid: World Tourism Organization. Retrieved from <http://www.adriaticgreenet.org/icareforeurope/wpcontent/uploads/2013/11/Indicators-of-Sustainable-Development-for-Tourism-Destinations-A-Guide-Book-by-UNWTO.pdf>
- World Tourism Organization. (2018). *European Union Tourism Trends*. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284419470>
- WTTC. (2020). *Travel & Tourism. Global Economic Impact & Trends 2020*. Retrieved from <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

Lisa 1. Küsitluse ankeet

Tere!

Olen Tartu Ülikooli Pärnu kolledži Turismi- ja hotelliettevõtluse üliõpilane ja Eesti Konverentsibüroo praktikant Meriliis Jõhve. Minu lõputöö teemaks on "Keskkondlikult jätkusuutlike konverentside korraldamine Eesti näitel". Lõputöö eesmärgiks on välja selgitada, kuidas pakkuda äriürituste ja konverentside korraldamisel keskkondlikult jätkusuutlikke teenuseid ja võimalusi konverentside toimumispaikade poolt. Uuringu eesmärgiks on kaardistada ettevõtete hetkeolukord konverentside korraldamisel ning leida viise, kuidas tõsta ettevõtete teadlikkust keskkondlikult jätkusuutlikuks toimimiseks.

Olen südamest tänulik, kui vastate küsimustiku lõpuni.

1. Millist ettevõtet esindate? (Ettevõtte nime hoian enda teada. Lõputöös on järeldused tehtud anonüümsena ning ei ole nimeliselt välja toodud, kes mida vastas.)

.....
.....
.....
.....

2. Millised märksõnad ja mõtted tekivad seoses teemaga „keskkondlik ja jätkusuutlik areng konverentsikorralduses“? Mida see Teie jaoks tähendab?

.....
.....
.....
.....

3. Palun valige väited, mis iseloomustavad teie konverentsiteenuse pakkumist: konverentside korraldamisel... (võite valida mitu vastusevarianti)

- kasutame kohalikku toorainet
- kasutame õiglase kaubanduse tooteid
- kaasame kogukondi

- sorteerime jäätmeid
- kasutame ümbertöödeldavaid, biolagunevaid või taaskasutatavaid materjale
- kasutame elektroonilisi lahendusi seminari/konverentsi materjalide puhul (nt elektroonilised piletid, reklaamid LED ekraanidel)
- rendime nõusid
- kasutame looduslikke dekoratsioone
- pakume digiseadmeid märkmete tegemiseks
- muu:

4. Kas teie ettevõtte järgib riigi poolt kehtestatud standardeid, juhiseid ja regulatsioone, mis aitavad vähendada ressursside tarbimist? Kui jah, siis kuidas järgite ning kui ei siis miks?

.....

.....

.....

.....

5. Kas kogute ja analüüsite järgnevaid andmeid ning kui jah, siis kui sageli andmeid kogutakse?

	Ei	Igakuiselt	Kvartaalselt	Aasta kaupa
Elektrikulu				
Veekulu				
Küttekulu				

6. Kuidas hindate külastajate ligipääsu konverentsikohale?

	Ei ole üldse ligipääsetav	Halb ligipääsetavus	Keskmine ligipääsetavus	Hea ligipääsetavus	Väga hea ligipääsetavus
Ühistranspordiga					
Bussiga					

Autoga					
Rattaga					
Jala					

7. Kui oluliseks hindate ettevõttes „keskkonda säästvat“ arengut? Hinnake Likerti skaalas 1-5

	1- Ei ole üldse oluline	2- Ei ole oluline	3- On keskmiselt oluline	4- On oluline	5- On väga oluline
Keskkonda säästev areng ...					

8. Kas ettevõtte keskkondlikult jätkusuutlikul tegutsemisel on teie arvates eeliskonkurentide ees? Jah/ei puhul miks?

.....

.....

.....

.....

9. Kuivõrd või mil määral on konverentside korraldajad tundnud huvi Teie ettevõtte keskkondlikult jätkusuutlike lahenduste vastu?

	Üldse ei ole huvi tundnud	Vahel on huvi tundnud	Tihti on huvi tundnud	Kogu aeg tuntakse huvi
Hinnake				

10. Millistele lahendustele või tegevustele olete keskkonnast lähtuvalt plaaninud tulevikus rohkem tähelepanu pöörata?

.....
.....
.....
.....

11. Millist infot/ teadmiste tuge vajaks teie ettevõtte, et muuta oma tegutsemist keskkonnasõbralikumaks?

.....
.....
.....
.....

12. Kas OLETE LIITUNUD/ MÕELNUD LIITUDA keskkonnasõbraliku märgisega nt „Green Key“ või mõne keskkonnajuhtimissüsteemi nt „ISO14001“? Jah/ei puhul miks?

	Olen liitunud, sest
	Ei ole liitunud, sest
	Olen mõelnud liituda, sest
	Ei ole mõelnud liituda, sest

Lisa 2. Küsimuste seos teooriaga

Küsimuse number	Küsimus	Allikas
1	Millist ettevõtet esindate?	–
2	Millised märksõnad ja mõtted tekivad seoses teemaga „keskkondlik ja jätkusuutlik areng konverentsikorralduses“? Mida see Teie jaoks tähendab?	UNESCO, n.d.; UNWTO, 2018, lk 56-57; Mair & Jago, 2010, lk 85; Lin, Tan & Geng, 2013, lk 106; Göll & Evers-Wölk, 2014, lk 21.
3	Palun valige väited, mis iseloomustavad teie konverentsiteenuse pakkumist	Greenview, 2017, lk 14, 77; Euroopa Komisjon, 2019; Meet Green, 2019, lk 7, 13; Meet Green, 2018, lk 8.
4	Kas teie ettevõtte järgib riigi poolt kehtestatud standardeid, juhiseid ja regulatsioone, mis aitavad vähendada ressursside tarbimist? Kui jah, siis kuidas järgite ning kui ei siis miks?	Gürlek & Tuna, 2018, lk 482-484; United Nations, 2020, lk 50; Göll & Evers-Wölk, 2014, lk 21; Millar & Park, 2018, lk 126-127; Greenview, 2017, lk 14.
5	Kas kogute ja analüüsite järgnevaid andmeid ning kui jah, siis kui sageli andmeid kogutakse?	Sisson & Kwon, 2020, lk 5; Greenview, 2017, lk 14, 77.
6	Kuidas hindate küllastajate ligipääsu konverentsikohale?	Chirieleison, Montrone & Scrucca, 2020, lk 54; UNWTO, 2018, lk 16; Greenview, 2017, lk 13.

7	Kui oluliseks hindate ettevõttes „keskkonda säästvat“ arengut? Hinnake Likerti skaalas 1-5	Göll & Evers-Wölk, 2014, lk 83.
8	Kas ettevõtte keskkondlikult jätkusuutlikul tegutsemisel on teie arvates eelis konkurentide ees? Jah/ei puhul miks?	Kumari & Dua, 2021, lk 18; Ferreira & Fernandes, 2021, lk 12; English & Remmers, 2008, lk 15; Park & Kim, 2016, lk 1041.
9	Kuivõrd või mil määral on konverentside korraldajad tundnud huvi Teie ettevõtte keskkondlikult jätkusuutlike lahenduste vastu?	Zhong, Luo & Chen, 2020, lk 16; UNESCO, 2018, lk 138; Sisson & Kwon, 2020, lk 10; Ferreira & Fernandes, 2021, lk 12.
10	Millistele lahendustele või tegevustele olete keskkonnast lähtuvalt plaaninud tulevikus rohkem tähelepanu pöörata?	United Nations, 2020, lk 48-50; Gürlek & Tuna, 2018, lk 482-484; Euroopa Komisjon, 2019; Skift, 2018, lk 2,8; Ellen MacArthur Foundation, 2020b, lk 19; Meet Green, 2019, lk 7, 13.
11	Millist infot/ teadmiste tuge vajaks teie ettevõtte, et muuta oma tegutsemist keskkonnasõbralikumaks?	Maguire, 2020, lk 18; United Nations, 2020, lk 50.
12	Kas OLETE LIITUNUD/ MÕELNUD LIITUDA keskkonnasõbraliku märgisega nt „Green Key“ või mõne keskkonnajuhtimisüsteemi nt „ISO14001“? Jah/ei puhul miks?	Keskkonnaministeerium, 2020; United Nations, 2020, lk 48; Kumari & Dua, 2021, lk 18; D’Souza, Taghian & Brouwer, 2021, lk 151; Ferreira ja Fernandes, 2021, lk 12.

SUMMARY

DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTALLY SUSTAINABLE CONFERENCES ON THE EXAMPLE OF ESTONIA

Meriliis Jõhve

In business tourism, more attention has been drawn to the alleviation and prevention of environmental problems. Countries have begun to establish and follow various action plans to ensure environmentally sustainable performance. It is important to find ways to develop sustainable conferences so that the business tourism industry would potentially have less negative impact on the environment.

This thesis studied the environmentally sustainable operation of the conference venues of the member organizations of the Estonian Convention Bureau. The aim was to find out how to provide environmentally sustainable services and opportunities for organizing business events and conferences by conference venues. To achieve this goal, a research question was asked: how is it possible to guarantee environmentally sustainable conference solutions in Estonia?

The theoretical part of the thesis provided an overview of the conference sector and environmental sustainability, and trends in the business industry. The operations of conference service providers are affected by various trends and current problems. The most important is sustainable development and minimizing the negative impact on the environment through the company practices. Environmentally sustainable operations offer companies the opportunity to save costs, increase competitiveness, profitability and spread "green" practices in society. The work points out possibilities of providing environmental sustainability at the conferences as well as the hosting venues.

The empirical part of the thesis included research. Its purpose was to find out the possibilities for providing environmentally sustainable services in organizing business events and conferences. The author applied a quantitative research method using a questionnaire, and sent it to the 15 Estonian Convention Bureau member companies. Conference venues filled in a questionnaire in the Limesurvey environment. The questionnaire contained 12 questions, eight of which were open-ended, and four were closed. Data analysis was performed in MS Excel, and the results were presented in the form of texts and figures

The survey analysis revealed that companies value environmental sustainability highly and are environmentally friendly in their opinion. Companies have different development opportunities to operate in a more environmentally sustainable way. At the moment, companies lack environmental knowledge. To make companies more environmentally sustainable and aware of the topic, it is necessary to provide more advice, training, information sessions, and webinars.

To ensure environmentally sustainable conference solutions, companies need to create their own "green" digital guidelines and standards that help all staff work towards a common sustainable goal. In addition, create the position of sustainability coordinator, who would train the company's personnel to operate more environmentally friendly through creating more sustainable solutions in the company.

The purpose and research tasks of the dissertation were fulfilled, and the research question found the answer. The limitation of this study was the large size of the questionnaire. Namely, there were many open-ended questions in which companies received some cases vague answers. The student asked companies how they plan to pay more attention to the environment in the future, and it turned out that they want to make changes in terms of abandoning or reducing plastics, paper as well as costs. One of the suggestions for further research is examining how the activities of the aforementioned companies have changed. Moreover, the companies' staff's environmental awareness could be investigated more. In addition, it is possible to survey conference organizers to find out what environmentally friendly solutions they expect from conference venues or how-to guide conference organizers to choose environmentally friendly service providers.

The author hopes that the dissertation will help conference venues or companies providing conference services to make their operations more environmentally sustainable. In addition, reading the paper is also beneficial for conference organizers to support environmentally friendly companies in choosing the venue of the conference for raising the awareness of members of society about environmentally sustainable activities. The author of the thesis would like to thank the employees and CEO of the Estonian Convention Bureau Kadri Karu, the member companies of the ECB for their willingness to cooperate, and the supervisor Inna Bentsalo.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Meriliis Jõhve,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose
„Keskkondlikult jätkusuutlike konverentside arendamine Eesti näitel“, mille juhendajaks on Inna Bentsalo,

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Meriliis Jõhve

19.05.2021