

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Annette Vološtšuk

**JÄTKUSUUTLIKU MAJUTUSTEENUSE  
ARENDAMINE HOTELL KARUPESA NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Aime Vilgas, MBA

Pärnu 2025

Soovitan suunata kaitsmisele

(allkirjastatud digitaalselt)

*Aime Vilgas*

Kaitsmisele lubatud

TÜ Pärnu kolledži programmijuht

(allkirjastatud digitaalselt)

*Aime Vilgas*

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

(allkirjastatud digitaalselt)

*Annette Vološtšuk*

## SISUKORD

Sissejuhatus .....	4
1. Jätkusuutlikkus ja Green Key sertifikaat .....	6
1.1. Jätkusuutlikkuse teooria .....	6
1.2. Jätkusuutlikkus hotellides .....	8
1.3. Green Key sertifikaat .....	13
2. Jätkusuutlikkuse arendamise uuring Hotell Karupesas .....	15
2.1. Hotell Karupesa hetkeolukord.....	15
2.2. Uurimisprotsess ja valim .....	16
2.3. Uuringu tulemused .....	18
3. Järeldused ja ettepanekud .....	25
Kokkuvõte .....	29
Viidatud allikad.....	31
Lisad.....	35
Summary .....	38

## SISSEJUHATUS

Mõiste jätkusuutlikkus tähistab "midagi, mida saab aja jooksul säilitada." Kaudselt tähendab see, et iga ühiskond, mis ei ole jätkusuutlik ning ei suuda end pikalt säilitada võib lakata ühel hetkel toimimast. (Seyhan *et al.*, 2025) Jätkusuutlikkust on tavaliselt kirjeldatud kui ühiskonna, ökoloogia ja majanduse tasakaalu. Idee on, et need kolm valdkonda on omavahel tihedalt seotud ja sõltuvad üksteisest. (Thiele, 2024) Käesolev lõputöö keskendub jätkusuutliku majutusteenuse arendamisele. Jätkusuutlikkus mängib majutusteenuse arendamises aina olulisemat rolli, mõjutades nii ettevõtete mainet kui ka klientide valikuid. Hotell Karupesa ei ole seni süsteemselt arendanud oma jätkusuutlikkuse praktikaid ega omandanud rahvusvaheliselt tunnustatud Green Key märgist. Maailmas on mitmeid sertifitseerimisprogramme, mis tõendavad hotelli jätkusuutlikkust ja keskkonnateadlikkust (Leena N. Fukey & Surya S. Issac, 2014). Ökomärgise puudumine võib vähendada hotelli atraktiivsust keskkonnateadlike küllastajate silmis ning mõjutada ettevõtte konkurentsivõimet.

Keskkonnateadlikkuse paranemise ja looduskeskkonnale suunatud tähelepanu kasvu tulemusel on muutunud jätkusuutlik turism reisijate seas üha populaarsemaks ning selle nõudlus on aastate jooksul tõusnud (Xu *et al.*, 2022). Seetõttu on majutusteenuste jaoks üha olulisem arendada oma tegevusi ja teenuseid selleks, et vastata keskkonnateadlike klientide ootustele. Hotell Karupesa juhtkonnal puudub selge ülevaade jätkusuutlikkust toetavatest tegevustest, mida teadlikumad kliendid peavad oluliseks. Sellest lähtuvalt sõnastas autor probleemküsimuse: Milliseid jätkusuutlikkust toetavaid tegevusi võiks ettevõtte majutusteenuse pakkumisel kasutada, et vastata keskkonnateadlike klientide ootustele?

Käesoleva lõputöö eesmärk on tuginedes teaduskirjandusele ja uuringu tulemustele esitada hotell Karupesa juhtkonnale ettepanekud jätkusuutlikkust toetavate tegevuste rakendamiseks majutusteenuse osutamisel, et vastata keskkonnateadlike küllastajate

ootustele. Järgnevalt toob autor välja uurimisküsimuse, mis aitab suunata uurimistööd ja keskenduda peamistele valdkondadele, mis on olulised hotell Karupesa jätkusuutlikkuse arendamisel:

- Millised tegevused toetavad hotell Karupesa jätkusuutliku majutusteenuse arendamist, et vastata keskkonnateadlike klientide ootustele?

Selleks, et saavutada töö eesmärk ning leida vastused uurimisküsimustele kasutas autor kvantitatiivset uurimismeetodit, täpsemalt küsitlusankeeti. Kvantitatiivne uurimismeetod on struktureeritud ja süstemaatiline lähenemine teaduslikule uurimisele. Antud meetod keskendub eelkõige arvuliste andmete kogumisele ning analüüsimisele. Andmete kogumiseks kasutavad uurijad küsitlusi, ankeete ja eksperimente. Kvantitatiivsete uuringute puhul kasutatakse sageli suuri valimeid selleks, et tulemused oleksid laiemale populatsioonile üldistatavad. (Dehalwar, & Sharma, Shashikant Nishant, 2024) Autor koostas valimi Hotell Karupesa külastajate põhjal. Valimisse kuulusid isikud, kes on täisealised ning viimase aasta aja jooksul Hotell Karupesas ööbinud. Autor saatis 118-le külastajale e-posti teel küsimustiku, kuhu kuulus 14 teooria osal põhinevat küsimust (vt lisa 1).

Käesolev töö koosneb kahest osast. Esimeses peatükis ehk teooria osas annab autor põhjaliku ülevaate jätkusuutlikkuse kontseptsioonist ning jätkusuutlikkusest hotellides. Kolmas teooria alapeatükk keskendub Green Key sertifikaadi eesmärkidele ja olulisusele. Teine peatükk ehk töö empiiriline osa tutvustab Hotell Karupesa hetkeolukorda. Järgnevad uurimisprotsess ja uuringu tulemused, mis on esitletud põhjalike jooniste näol. Uuringust saadud tulemustele tuginedes teeb autor empiirilise osa lõpus analüüsi ja ettepanekud ettevõtte juhtkonnale.

# 1. JÄTKUSUUTLIKKUS JA GREEN KEY SERTIFIKAAT

## 1.1. Jätkusuutlikkuse teooria

Jätkusuutlike põhimõtete rakendamine on muutunud tänapäeval üha olulisemaks. Jätkusuutlik tarbimine ja eluviis on saanud inimeste igapäevaelu osaks, kaasaarvatud turism ja reisimine. Jätkusuutliku eluviisi ja tarbimise olulisus on märkimisväärselt kasvanud seoses globaalsete probleemidega, nagu näiteks kliimamuutused, suurenev keskkonnareostus ja loodusressursside vähenemine. Kuid jätkusuutlikkus ei tähenda ainult keskkonnahoidu, vaid ka sotsiaalset võrdsust selleks, et tagada kõigile inimestele parem elukvaliteet.

Sõna "jätkusuutlikkus" on tuletatud ladinakeelsest sõnast *sustinere* ning see tähendab tõlkes "üles hoidma" (Thiele, 2024). Akadeemilises sõnavaras hakkas jätkusuutlikkuse idee levima umbes 1980. aastate keskpaiku ning alates sellest ajast on antud mõiste märgatavalt arenenud (Portney, 2015). Peale 1987. aastat hakati mõistet laialdasemalt kasutama, kui ÜRO Keskkonna- ja Arengukomisjoni Brundtlandi raport kirjeldas jätkusuutlikku arengut kui arengut, mis "rahuldab praeguse põlvkonna vajadused, kahjustamata tulevaste põlvkondade võimet rahuldada oma vajadusi" (Hajian & Somayeh Jangchi Kashani, 2021). See tähendab, et jätkusuutlikkust võib määratleda kui olukorda, kus loodusvarade ja inimtekkeliste ressursside kogus jääb vähemalt lähitulevikus samaks ning sellega tagatakse, et tulevaste põlvkondade heaolu ei kannataks (Tom Kuhlman & John Farrington, 2010).

Jätkusuutlikku mõtteviisi toetab üha suurem hulk inimesi ja organisatsioone. Lisaks ka valitsused, kohalikud, riiklikud ja rahvusvahelised organisatsioonid, tootjad ja tarbijad ning kliendid ja ettevõtted. Võrreldes varasemaga pööratakse tänapäeval jätkusuutlikkusele märgatavalt rohkem tähelepanu. (Thiele, 2024) Kuid, on ettevõtteid, kes kalduvad kõrvale jätkusuutlikkuse kontseptsiooni põhilisest tähendusest ning antud

mõistet kiputakse valesti kasutama (Torelli, 2021). Mõned ettevõtted ei pea oluliseks positiivseid külgi, mis kaasnevad jätkusuutlike põhimõtete arenguga, kuna nad ei soovi panustada ebaseeldivatesse ja kulukatesse tegevustesse nagu materjalide ja energiakulude vähendamine ning uuendatud tegevustesse ja toodetesse investeerimine. Mitmed ettevõtted näevad endiselt jätkusuutlikkust tavapärase äritegevuse lisana ehk teisisõnu kohustusena välise surve mõjul. Jätkusuutlikkuse põhimõtted ärimudelid ei tohiks olla keskendunud ainult klientide ja ettevõtte heaolule, vaid see peaks põhinema terviklikumal lähenemisviisil, mis võtab arvesse kogu ühiskonna ja elukeskkonna. (Frans Melissen & Elena Cavagnaro, 2015)

Jätkusuutlikkuse mõõtmiseks on töötatud palju erinevaid meetodeid, sealhulgas indikaatorite ja indeksite kogumeid, mis võimaldavad hinnata jätkusuutlikkuse taset. Üheks oluliseks hindamise meetodiks on Säästva arengu komisjoni säästva arengu näitajad, mille lõi Ühinenud Rahvaste Organisatsioon 1995. aastal. Antud indikaatorite kogum on loodud otsustajatele riiklikul tasandil, et pakkuda neile selgeid juhiseid säästva arengu hindamiseks. Indikaatorite rakendamise juhiste jaoks on lisatud ka erinevad koolitusvõimalused ja meetodilised selgitused. Teiseks oluliseks meetodiks on Maailma Looduskaitseinstituudi poolt välja töötatud jätkusuutlikkuse baromeeter, mille eesmärgiks on mõõta jätkusuutlikkust lokaalsel, piirkondlikul ning riiklikul tasandil. Lisaks hindab see tasakaalu inimeste ja keskkonna heaolu vahel, võttes arvesse jätkusuutlikkust, kui olukorda, kus kõik ühiskonnaliikmed saavad rahuldada oma vajadusi. Siiski on oluline, et samal ajal säiliks ökosüsteemi mitmekesisus, kvaliteet ja kohanemisvõime tulevikus ees ootavateks väljakutseteks. Samuti on oluline 1999. aastal asutatud Dow Jonesi jätkusuutlikkuse indeks, mille eesmärgiks on jälgida 10% maailma kõige jätkusuutlikumaid ettevõtteid tuginedes Dow Jonesi globaalsele indeksile. Dow Jonesi indeks kirjeldab jätkusuutlikkust kui "pikaajalise aktsionäride väärtuse loomist, kasutades võimalusi ja hallates riske, mis tulenevad keskkonna-, majandus- ja sotsiaalsetest arengutest". (Takahashi & Delai, 2011) 1990. aastate alguses töötasid Kanada ökoloog William Rees ja tol ajal magistrant Mathis Wackernagel välja „ökoloogilise jalajälje“ kontseptsiooni jätkusuutlikkuse mõõtmiseks. Antud kontseptsioon kirjeldab inimeste mõju keskkonnale, võrreldes ressursside kasutamise ja jäätmetekke määra Maa võimega neid ressursse taastoota. Ökoloogilise jalajälje mõõtmisel kasutatakse globaalhektareid (gha) ning arvutamisel lähtutakse tarbimisandmetest. Seega,

mida rohkem ressursse tarbitakse, seda suuremaks muutub ka ökoloogiline jalajälg.(Sarwar *et al.*, 2024) Maailmapank on rahvastiku heaolu ja rahvusliku rikkuse muutumise hindamiseks võtnud kasutusele näitaja, mida nimetatakse jätkusuutlikuks säästmismääraks. Antud hindamismeetod näitab, mille arvelt ja mille tulemusena toimub majanduskasv, teisisõnu, kuidas seda rahastatakse. Jätkusuutlik säästmismäär kajastab ka, milline on majanduskasvu alternatiivkulu. Majanduskasvu alternatiivkulu saab olla, kas positiivne ehk riigi rikkus ja heaolu kasvavad või negatiivne, ehk areng riigis ei ole jätkusuutlik. (Nömmann *et al.*, 2002)

Paljud kaubamärgid kasutavad jätkusuutlikkust sümbolina erinevate põllumajanduse sertifikaatide ja keskkonnasõbralikkuse põhimõtete kaudu. Paljud ettevõtted üle maailma tegelevad oma jätkusuutliku turundusstrateegia kohandamisega, kuna jätkusuutlikud lähenemised on järjest enam kasvutrendis. Ettevõtted saavad mitmeid eeliseid, sidudes jätkusuutliku idee oma eesmärkidesse, sealhulgas müügitulu kasv, tõhusam ressursside kasutamine, tugev konkurentsieelis, parem reputatsioon, toodete ja teenuste unikaalsus ning kiirem sisenemine uutele turgudele. Jätkusuutlik turundus keskendub nõudluse suunamisele selleks, et rahuldada teenusepakkujate ja tarbijate ühiseid vajadusi ning samaaegselt kaitsta looduskeskkonda. (Kuo Cheng Chung, 2019)

Eelpool toodule tuginedes võib autori hinnangul väita, et jätkusuutlikkus on tänapäeval oluline väärtus, mis hõlmab majanduse, keskkonna ja sotsiaalse heaolu tasakaalu. Jätkusuutlikke põhimõtete järgimine aitab tagada nii praegustele, kui ka tulevastele põlvkondadele parema elukvaliteedi. Ettevõtted, kes tegutsevad vastutustundlikult, aitavad luua kogu ühiskonnale kestlikuma tuleviku.

## **1.2. Jätkusuutlikkus hotellides**

Turismi defineeritakse peamiselt kui inimeste liikumist oma tavapärasest elupaigast kaugemale huvipakkuvatesse kohtadesse. Lisaks on turism üks olulisemaid ja kiiremini kasvavaid tööstusharusid kogu maailmas. (Ra'ed Masa'deh *et al.*, 2017) Paljude riikide puhul on turism ja reisimine peamine majandussektor ja tööhõive andja. Antud sektor moodustab üle 10% maailma SKP-st ja tööhõivest muutes selle paljude riikide jaoks peamiseks majanduskasvu allikaks. (Rodríguez-García *et al.*, 2023) Ühel peamisel turismiharul, hotellitööstusel, on maailmamajanduses väga tähtis roll, edendades nii

sotsiaalset kui majanduslikku arengut. Paraku tekitavad hotellid oma teenuste ja tegevuste arendamise käigus keskkonnamõjusid, mis omakorda võivad tuua kaasa globaalset soojenemist ja loodusvarade vähenemist. (Rosa & Silvia, 2017) Varasemalt on peetud hotellisektorit nii öelda 'suitsuvabaks', nüüd aga nähakse antud sektorit, kui olulist ökoloogilise jalajälje tekitajat, mille põhjustab intensiivne loodusvarade ja energia kasutamine (Ali *et al.*, 2018).

Jätkusuutlik hotell, tuntud ka kui "keskkonnasõbralik" või "roheline" hotell on selline majutusasutus, mis rakendab ja arendab keskkonnasõbralikke plaane. Hotellitööstus sõltub loodusvaradest ja tarbib suures koguses energiat. Näiteks energia, vee ja taastumatud ressursid toodavad palju kasvuhoonegaase, eriti süsinikdioksiidi, millel on suur mõju keskkonnale. Suured hotellid, nagu rahvusvahelised turismihotellid, tarbivad rohkem ressursse ja toodavad rohkem jäätmeid. (Kuo Cheng Chung, 2019) Hotellide puhul on jätkusuutlik juhtimine kujunenud välja selleks, et anda panus viimase paarikümne aasta jooksul kogetud ülemaailmsete keskkonnaprobleemide arutelluse (Rosa & Silvia, 2017). Meetmeid, mida jätkusuutlikud hotellid rakendavad, peetakse väga oluliseks keskkonnasõbralikuks algatuseks ning nende eesmärgiks on vähendada negatiivne mõju keskkonnale. Peamised meetmed, mida jätkusuutlikud majutused kasutavad on näiteks energia säästmine, paigaldades energiatõhusaid seadmeid ja rakendades taastuenergia programme, veetarbimise vähendamine, paigaldades veesäästlikud seadmed, voodipesu ja rätikute korduvkasutamine ning jäätmete käitlemine ja vähendamine, kasutades vaid korduvkasutatavaid esemeid. (Abdou *et al.*, 2020) Mitmed uuringud keskenduvad eelkõige jätkusuutlikkuse meetmetele, mille eesmärgiks on mõjutada klientide käitumisharjumusi nagu näiteks rätikute taaskasutamine, vee säästmine ja taaskasutusmõtteviisile suunamine (Guerra-Lombardi *et al.*, 2024). Jätkusuutlikke tavaid edendades ja järgides tagavad hotellid, et külalised külastavad nende ettevõtet korduvalt. Samuti näitab hotell seeläbi üldsuse silmis, et tegu pole omakasupüüdliku ettevõttega ning see tagab positiivse avaliku kuvandi ja rahalise stabiilsusega suurema nõudluse, hea maine ja aitab suurendada ka üldist vara väärtust. (Elana E. Bader, 2005)

1990. aastast alates on hotellitööstus omaks võtnud mitmeid jätkusuutlikke meetodeid, mis keskenduvad klienditeenindusele ja küllastajate rahulolule ning on seotud majanduslike kõikumistega. 2008. aastal avati maailma esimene jätkusuutlik hotell InterContinental hotelligrupi poolt. Tegemist oli esimese 100% keskkonnasõbraliku hotelliga maailmas. Mõned nende jätkusuutlikud tegevused olid näiteks: üleliigse toidu heategevuseks annetamine, katustel päiksepaneelide kasutamine, vihmavee kogumissüsteem millega hiljem varustada tualettruume, elektri tootmine hotellile tuuleenergiaga ja taaskasutatud materjalidest valmistatud aknad ja mööbel. (Leena N. Fukey & Surya S. Issac, 2014) 20. sajandi lõpuks oli jätkusuutlik mõtteviis levinud hotelliettevõtetesse igal mandril ja seda väga eriilmelistesse paikadesse alates linnadest kuni džunglite ja kõrbeteni (Elana E. Bader, 2005).

Sageli on hotelliettevõtlus seotud suure energiatarbimise, toidujäätmete, süsinikuheite ja pesemiseks ning puhastamiseks kasutatavate kemikaalidega käitlemisega (Eskerod & Đurić, 2018). Hotellitööstusel kulub märkimisväärselt rohkem elektrit, kui teistel turismisektoritel, see annab hotellijuhtidele võimaluse võtta kasutusele energiasäästumeetmed ja keskkonnajuhtimissüsteemid. Lisaks toimub hotellides ulatuslik vee kasutus, hõlmates külma vee kasutust köögis, õhukonditsioneerides, pesumajas ja joogiveena. Kuuma vett kasutatakse peamiselt kütteks ja külaliste tubades. Liigne tarbimine võib endaga kaasa tuua veevarude ammendumise ning saastunud vee loodusesse sattumine reostab veekogusid ja kahjustab keskkonda. (Leena N. Fukey & Surya S. Issac, 2014) Keskkonnale kahjulike mõjude vähendamiseks on hotellijuhid hakanud rakendama erinevaid jätkusuutlikke meetmeid. Hotellid on motiveeritud alustama toidujäätmete sorteerimisega ning teiste keskkonnasõbralike tegevustega, mis tagavad ettevõttele hea sotsiaalse ja keskkonnasõbraliku maine. Mitmed hotellid pakuvad nüüd konverentside ja koosolekute läbiviimisvõimalusi, mis on keskendunud kõikide konverentsi elementide jätkusuutlikumaks muutmisele. Proovitakse tagada nulljäätmete ja süsiniku tasakaalustamist ning ökoloogiliste ja komposteeruvate toodete kasutamine. Seejärel lisanduvad sellised lahendused, mille põhieesmärk on taaskasutus nagu näiteks kontoritarvete taaskasutus, toidu ja joogi teenindamine korduvkasutatavate nõudega ning linased salvrätikud. Lisaks on hotellidel võimalus osta kaupa suuremates kogustes ja mõjutada tarnijaid, et vähendada liigset pakendite kasutamist ja eelistada loodussõbralikumaid materjale. (Leena N. Fukey & Surya S. Issac, 2014)

Jätkusuutliku hotelli puhul on oluline pöörata tähelepanu ka hotellitöötajate koolitamisele ja harimisele keskkonnasõbralike mõtteviiside osas. Näiteks vee säästmiseks tuleb neile õpetada, kuidas seadmed välja lülitada, kui antud ajahetkel keegi neid ei kasuta. Jätkusuutlikkuse kohta teadmiste puudumine võib osutada suureks takistuseks töötajate seisukohalt, kuna suur hulk töötajaid pole täielikult kursis, mida jätkusuutlik ja roheline turism tegelikult tähendavad. Kuna neil on vaid üldine ettekujutus jätkusuutlikkuse kontseptsioonist, ei suuda nad neid praktikaid täielikult teostada. Noorem ja haritum põlvkond on enamasti rohkem teadlik jätkusuutliku turismi põhimõtetest, kui vanem põlvkond. Jätkusuutliku turismiga kaasnevate eeliste saamiseks tuleb majutusettevõtetal oma visiooni ja keskkonnasäästlike praktikaid töötajatele koolituste abil selgitada, et parandada oma seniseid praktikaid ning motiveerida töötajaid nendes osalema. (Leena N. Fukey & Surya S. Issac, 2014)

Väidetakse, et hotellid suhtuvad positiivselt jätkusuutlike põhimõtteid järgivatesse hotellidesse, kuid akadeemikud on siiski leidnud niinimetatud roheline lõhe, mis väljendab erisust klientide väidete ja nende reaalse käitumise vahel. Mitmed uuringud on näidanud, et kuigi külastajad väärtustavad jätkusuutlikust ei ole nad tingimata valmis valima jätkusuutlikumat hotelli või osalema säästvates tegevustes, kuna peavad olulisemaks tegureid nagu madal hind, hea asukoht ja tarbijatrendid. Ühest uuringust selgus, et 75% hotellikülastajatest ei olnud, hoolimata oma murest keskkonna pärast, valmis loobuma igapäevasest toateenindusest. Lisaks ei soovi mõned kliendid aktsepteerida jätkusuutlikkuse meetmeid, kuna on levinud arvamus, et antud meetmed võivad muuta kvaliteedi kehvemaks. (Karolina Brazytè *et al.*, 2016) Siiski on palju jätkusuutlikke tegevusi mida keskkonnateadlikumad külastajad väärtustavad nagu näiteks energiasäästlikud aknad, energiasäästlik valgustus, taaskasutus, keskkonnasõbralikud puhastusvahendid ja toakaardid, mis annavad külalistele võimaluse mitte lasta rätikuid ja voodipesu iga päev vahetada. Ettevõtte arengu jaoks on oluline mõista, mis külastajaid motiveerib ja rahuldab. (Berezan *et al.*, 2014). Lisaks töid Janet K. Swim ja Brittany Bloodhart oma artiklis välja uuringu, milles selgus, et naised pööravad jätkusuutlikule käitumisele rohkem tähelepanu kui mehed. See erinevus võib tuleneda meeste ning naiste vahelisest sissetulekute ebavõrdsusest, mistõttu naised peavad oluliseks materiaalsete kaupade taaskasutamist ning vee ja energia kokkuhoidmist. (Swim & Bloodhart, 2020)

Keskkonnateadlikumad kliendid otsivad üha rohkem võimalusi peatuda keskkonnasõbralikes hotellides, millel oleks minimaalne ökoloogiline jalajälg. Hotelliettevõtlus on järjest enam surve all võtta kasutusele keskkonnasõbralikumaid praktikaid, mis vastaksid teadlikumate klientide ootustele ja vajadustele. (Hashish *et al.*, 2022) Uuringud selle kohta, kuidas külastajad on rahul hotelli jätkusuutlike tegevustega, on andnud erinevaid tulemusi. Mõned tegevused suurendavad rahulolu, samas kui teised vähendavad. (Ossama *et al.*, 2023) Turistid naudivad rohkem viibimist sihtkohas, mis peab oluliseks jätkusuutlikkust ning keskkonna puhtust. Teadlikumate turistide seas paraneb oluliselt nende kogemus sihtkohas, kui märkavad vastutustundliku jäätmekäitlust ja taaskasutust. Lisaks peetakse oluliseks teisi kestlikuid praktikaid nagu vee säästmine ja kohalike toodete kasutamine. Rahulolevad külalised naasevad sihtkohta suurema tõenäosusega ning soovivad keskkonnasõbralikke hotelle ka oma perele ja tuttavatele. (Hadassa, 2024) Uuringud selle kohta, kuidas külastajad on rahul hotelli jätkusuutlike tegevustega, on andnud erinevaid tulemusi. Mõned tegevused suurendavad rahulolu, samas kui teised vähendavad.

Mitmed organisatsioonid on töötanud välja jätkusuutlikkuse standardid ja hindamiskriteeriumid, mille põhimõtted ja nõuded jagunevad nelja põhiteema alla: keskkonnale negatiivsete mõjude vähendamine, kultuuripärandi edendamine, kohalikule kogukonnale majanduslike ja sotsiaalsete kasude kasvatamine ning tulemusliku jätkusuutlikkuse kavandamine (Reid *et al.*, 2017). Keskkonnateadliku reisimise kasv on kaasa toonud jätkusuutlike hotellide sertifitseerimisprogrammide kasvu hotellides. Maailmas on olemas mitmeid sertifitseerimisprogramme, mille eesmärgiks on näidata hotelli keskkonnateadlikkust ja jätkusuutlikkust. (Leena N. Fukey & Surya S. Issac, 2014) Ülemaailmselt on kasutusel üle 140 ökomärgise, mis keskenduvad just jätkusuutlike majutustevõtete sertifikaatidele. Siiski on üle maailma sertifitseeritud vaid 6,2% hotellidest ning Aasias on sertifitseeritud vaid 0,9% hotellidest. (Nelson *et al.*, 2021) 2023. aasta seisuga oli maailmas kasutusel üle 100 hotelli sertifikaadi, sealjuures igal sertifikaadil on oma standardid või sertifitseerimisprogramm. Maailmas enim tuntud keskkonnasertifikaadid on näiteks: Earth Check, Green Globe, Green Key, Travelife Sustainability ja Euroopa Liidu ametlik ökomärgis. (Rodríguez-García *et al.*, 2023) Lisaks on tuntud Energy Star, Green Tourism Active ja ISO standardid, mille puhul näiteks ISO 14001 keskendub jätkusuutlikule. (Eskerod & Đurić, 2018)

Autori arvates on jätkusuutlikud tegutsemisviisid hotellides oluline samm keskkonnahoiu suunas, aidates vähendada nende teenuste ja tegevustega kaasnevaid negatiivseid mõjusid. Jätkusuutlikkuse edendamiseks on oluline külastajate teadlikkuse tõstmine, töötajate koolitamine ning sertifitseerimisprogrammide kasutamine.

### **1.3. Green Key sertifikaat**

Üks maailma tunnustatumaid keskkonnasertifikaate on Green Key (eesti keeles Roheline Võti). Antud programmi eesmärgiks on turismiettevõtteid sertifitseerides edendada jätkusuutlikku turismi, sealhulgas arendada kohalikke majutusasutusi, kämpinguid ja restorane, mis peavad oluliseks võtta kasutusele head keskkonna- ja sotsiaalseid tavadid. Green Key programm on loodud eesmärgiga arendada turismitööstust jätkusuutlikuma ja vastutustundlikuma tuleviku poole. Green Key märgis on kasutusel enam kui 60 riigis üle maailma, hõlmates üle 4800 hotelli. (Simões *et al.*, 2024) Green Key on enim levinud Põhja-Euroopas, mis võib tuleneda selle päritolust piirkonnas. Kagu-Euroopa puhul on enamus Green Key sertifikaadiga ettevõtteid peamiselt Kreekas. (Eskerod & Đurić, 2018) Green Key sertifikaat sai alguse 1994. aastal HORESTA (Taani hotelli-, restorani- ja turismitööstuse ühendus), Taani Vabaõhukogu ning Taani Turismijuhtide Ühenduse algatusel. Tänapäeval on Green Key programmist saanud üks juhtivamaid jätkusuutlikkuse põhimõtteid järgivate majutusasutuste ökomärgiseid. (Jonna Huuhka, 2018)

Selleks, et vältida hotelli- ja turismitööstuse arengu negatiivset mõju ümbritsevale elukeskkonnale on oluline majutusettevõtluses aktiivselt rakendada ökoloogilise sertifitseerimise süsteemi (Yurova, 2018). Green Key üheks eesmärgiks on külastajate teavitamine ja kaasamine selleks, et muuta nende käitumine keskkonnasõbralikumaks ja jätkusuutlikumaks. Lisaks on oluline, et Green Key sertifikaadiga asutuste töötajad on keskkonnaküsimuste ja jätkusuutliku turismi osas teadlikumad ja koolitatud. (Jonna Huuhka, 2018) Jätkusuutlikkuse põhimõtete omaksvõtmise üks olulisemaid tegureid on tegevuskulude vähendamine (Karolina Brazyté *et al.*, 2016). Green Key programm otsib pidevalt ka uuenduslikke võimalusi energia, vee ja jäätmete kasutamise vähendamiseks. Tänu uuenduslikele meetmetele saavad ettevõtted kasu, hoides kokku kulusid. Kuna

keskkonnaküsimused muutuvad klientidele üha olulisemaks, annab Green Key sertifikaat ettevõttele väärtust. Pärast Green Key märgise saamist on asutustel võimalik seda kasutada oma reklaamides ja koduleheküljel selleks, et näidata oma pühendumust keskkonna- ja jätkusuutlikkuse teemadele. (Jonna Huuhka, 2018)

Rahvusvaheliselt on Green Key kriteeriumid jagunenud kuude erinevasse kategooriasse hõlmates hosteleid, kämpinguid või puhkekeskusi, väiksemaid majutusasutusi, konverentsikeskusi, restorane ja atraktsioone (Yurova, 2018). Green Key märgise saamiseks tuleb organisatsioonil täita taotlusvorm, mille puhul peab hotelli juhtkond ise hindama, kas ja kui palju on hotell vastavuses Green Key kriteeriumitega. Green Key sertifikaat on kehtiv ühe aasta ning ettevõtte peab igal aastal oma vastavust kriteeriumidele parandada 5%. Ettevõtted sertifitseeritakse kas hõbeda, kulla või plaatina märgisega, ning see oleneb protsendist mis asutus on saavutanud. (Eskerod & Đurić, 2018) Green Key rahvusvaheliste kriteeriumite põhjal on loodud minimaalnõuded, mille alusel saab iga riik luua riigisiseseid spetsiifilised kriteeriumid. Riigispetsiifilistele kriteeriumitele saab luua täiendusi ning kriteeriume saab rangemaks muuta. Näiteks on üheks oluliseks Green Key põhikriteeriumiks, et restoranid ja hotellid peaksid pakkuma suitsetamisvabu alasid ja tube. (Yurova, 2018)

Green Key sertifikaat on loonud mudeli, mis toetab keskkonnahoidliku ja jätkusuutliku mõtteviisi kujundamist turismiettevõtetes. Tegevuste dokumenteerimise, sõltumatu kontrollimise ja kohapealsete vaatluste abil tagatakse jätkusuutlikkus. Sertifikaadi omandanud ettevõtted võivad kasutada Green Key logo oma turunduskanalites, andes keskkonnateadlikumatele külastajatele kindlustunde, et ettevõtte on pühendunud keskkonnamõju vähendamisele. Green Key programm aitab saavutada ÜRO 2015–2030 säästva arengu eesmärgi. (Gerri Kiis, 2023) Alates 2001. aastast on Eestis tegutsevatel ettevõtetel olnud võimalus taotleda Green Key märgist. 2024. aasta seisuga on see omistatud 155-le Eesti ettevõttele. Sertifikaadi väljastamist juhib Eesti Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus (EIS). (*Puhka Eestis, Green Key, 2024*)

Kokkuvõtvalt on Green Key oluline rahvusvaheline keskkonnasertifikaat, mille peamiseks eesmärgiks on edendada jätkusuutlikku turismi. Lisaks aitab sertifikaat tõsta teadlikust keskkonnateemadel ning annab võimaluse ettevõttele vähendada tegevuskulusid ja suurendada keskkonnateadlike klientide seas usaldusväarsust.

## **2. JÄTKUSUUTLIKKUSE ARENDAMISE UURING HOTELL KARUPESAS**

### **2.1. Hotell Karupesa hetkeolukord**

Hotell Karupesa on majutust ja toitlustust pakkuv ettevõte. Hotell Karupesa on Otepää linna kõige esimene hotell ning see avati 1996. aasta detsembris. Hotell kuulus algselt AS-le Finest Hotel Group, mis oli esimene hotellikett Eestis. Hotelliketti kuulusid Tallinnas hotell Palace, Pärnus Rannahotell ja Tartus Taru hotell ning hiljem ka Tallinnas St.Barbara hotell. Hotell Karupesa asub Lõuna Eestis Otepääl, kesklinnast 500 meetri kaugusel ja Tehvandi suusastaadioni vahetus läheduses. (*Hotell Karupesa*, n.d.) Karupesa hotell on peamiselt tuntud kui sportlaste hotellina- hotellis peatuvad suurte gruppidega erinevate riikide sportlased kes käivad Tehvandil ja Otepää ümbruses sportimas.

Kuna keskkonnahoid on üha olulisem osa meie igapäevaelust, soovib hotell Karupesa arendada oma jätkusuutlikkuse praktikaid, selleks et vastata keskkonnateadlikumate klientide ootustele. Hetkel ei oma hotell ökomärgiseid, mistõttu plaanib hotelli juhtkond taotleda Green Key sertifikaati. Antud sertifikaadi saamine aitaks hotelli konkurentsivõimet tõsta, eriti keskkonnateadlikumate turistide seas. Hotell Karupesa juhatajalt saadud info põhjal on hetkel on ettevõtte peamised jätkusuutlikud algatused seotud toidujäätmete käitluse ja prügi sorteerimisega . Keskkonna hoidmiseks püüab hotell võimalikult vähe toitu ära visata ja sorteerida pappi, olmeprügi, pakendeid ning taarapudeleid ja purke. Toidujäätmete vähendamiseks on lubatud töötajatel järelejäänud toitu ise süüa ning koju kaasa võtta. Lisaks proovivad kokad võimalusel toitu taaskasutada, näiteks hommikusest järelejäänud pudrust valmistatakse õhtusöögi juurde magustoiduks kook. Toidujäätmeid mis pole söömiskõlblikud kogutakse kokku ning viiakse kanadele. Prügi sorteeritakse kogu hotellis, nii töötajate kui küllastajate poolt. Tubades on olemas sildid, millel oleva infoga palutakse taara jätta lauale ning ülejäänud prügi panna prügikasti. Pesupesemisele kuluva energia säästmiseks on tubades sildid, millel

märgitakse, et kui külastaja soovib uusi rätikuid, tuleb need asetada põrandale. Kui aga külastaja soovib olemasolevat rätikut korduvalt kasutada, tuleb panna see nagisse. Sel viisil vähendatakse pesupesemise kogust. Lisaks on kulude ning energia säästmiseks Hotell Karupesas kasutusel kahestüsteemsed WC potid, säästukraanid, LED-pirnid valgustites ning liikumisanduriga valgustid. Alates eelmisest aastast on paigaldatud ka päikesepark koos salvestusseadmega ning autode elektrilaadija.

## 2.2. Uurimisprotsess ja valim

Autor kasutas uurimisküsimustele vastuste leidmiseks küsitlusankeeti ehk kvantitatiivset uurimismeetodit. Kvantitatiivne uurimismeetod on sotsiaalteadustes väga levinud meetod, mille abil uuritakse sotsiaalseid, psühholoogilisi ning majanduslikke protsesse. Uurimisprotsessi käigus analüüsitakse arvulisi andmeid ja mustreid. Kvantitatiivsete andmete kogumine võimaldab teadlastel läbi viia lihtsamaid ja keerukamaid statistilisi analüüse, mis võtavad andmed kokku. (Ahmad *et al.*, 2019) Andmekogumismeetodina kasutas autor küsimustikku, kuhu kuulus 14 antud töö teooria osal ja uurimismudelil (vt tabel 1) põhinevat küsimust (vt lisa 1). Küsimustikule vastuste kogumise viis autor läbi 2025. aasta 19. märts kuni 6. aprill.

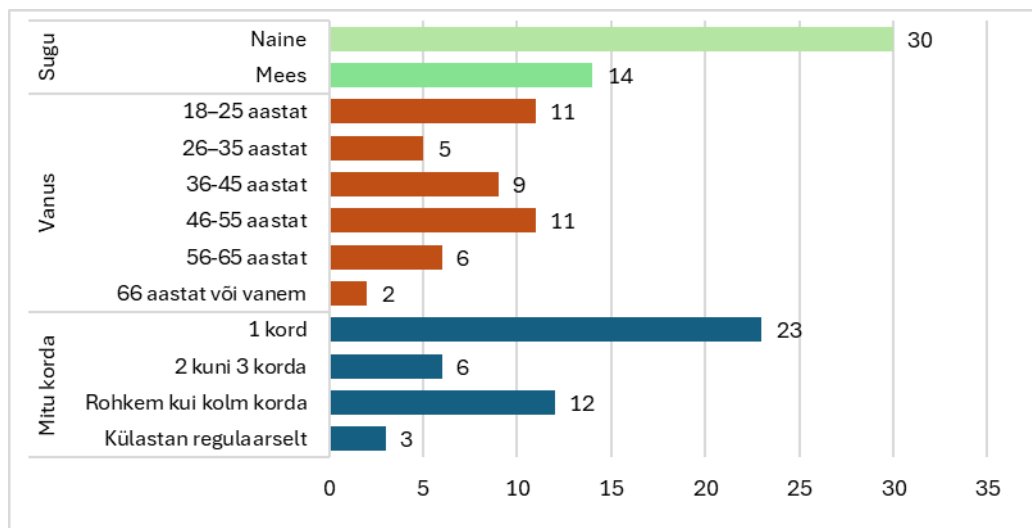
**Tabel 1.** Kasutatud teoreetilised allikad küsitlusankeedi koostamisel

Küsimuste plokid	Küsimuste teemad	Allikas
I. plokk Sotsiaaldemograafilised küsimused	Vanus, sugu	(Bornstein <i>et al.</i> , 2013)
II. plokk Kogemus Karupesa hotellis	Teadlikkust jätkusuutlikest põhimõtetest, hinnang jätkusuutlikkuse tasemele, külastuskordade arv, külastaja kaasamine	(Berezan <i>et al.</i> , 2014), (Leena N. Fukey & Surya S. Issac, 2014), (Ossama <i>et al.</i> , 2023)
III. plokk Arvamus jätkusuutlikkusest hotellides	Jätkusuutlikkuse olulisus hotellivalikul, hinnatundlikkus, motivaatorid, jätkusuutlikud tegevused mida väärtustatakse, külastajate mõjutamine.	Eskerod & Đurić, 2018, Karolina Brazytè <i>et al.</i> , 2016, Orié Berezan <i>et al.</i> , 2014, Guerra-Lombardi <i>et al.</i> , 2024
IV. plokk Green Key märgis	Teadlikkus märgisest, Green Key märgise mõju hotellivalikul, konkurentsieelis.	Simões <i>et al.</i> , 2024, Jonna Huuhka, 2018

Selleks, et saada teavet ja teha järeldusi, kasutavad teadlased valimit ehk teatud osa populatsioonist. Uuringule eesmärgipärase valimi koostamisel tugines autor Malaysia Utara ülikooli teadlaste Khawaja Khalid, Haim Hilman ja Dileep Kumari põhjalikel teadusartiklidel, mille põhjal valib uuringu autor isikud, kelle vastustele tuginedes saab ta kõige paremini lahendused uurimisküsimustele ja eesmärkidele. (Khalid *et al.*, 2012) Seetõttu valiski autor enda uuringu valimiks isikud, kes on viimase aasta jooksul, Hotell Karupesas ööbinud. Küsimustik saadeti 118-le eesti keelt kõnelevale, täisealisele inimesele e-posti teel. MaCorri kalkulaatori järgi valimi suurus, mis oleks taganud 5% maksimaalse veapiiri ja 95% usaldusintervalli, oleks pidanud olema 90 inimest. Tegelikult laekus 44 täidetud küsimustikku, mistõttu on valimiveapiir 11,7%. Vastamise aktiivsuse suurendamiseks saatis autor küsimustiku inimestele 2 korda.

Autor rakendas andmete analüüsimiseks kirjeldavat statistikat, mis võimaldab andmeid selgelt kirjeldada ning kokku võtta. Kirjeldav statistika aitab tuua esile valimi olulisemad omadused ning annab võimaluse esitada tulemused loogiliselt ja arusaadavalt. Andmeid esitatakse nii tekstina kui ka tabelite ja joonistena. (Fulk, 2023) Küsitlusankeedi koostas autor LimeSurvey UT veebi keskkonnas ja vastuste analüüsimiseks kasutas JASP 0.19.3 statistiliste analüüside programmi. JASP pakub mugavat viisi analüüside tegemiseks ning lihtsustab tulemuste tõlgendamist (Berkhout *et al.*, 2023). Andmete visualiseerimiseks jooniste näol kasutas autor Microsoft Exceli programmi.

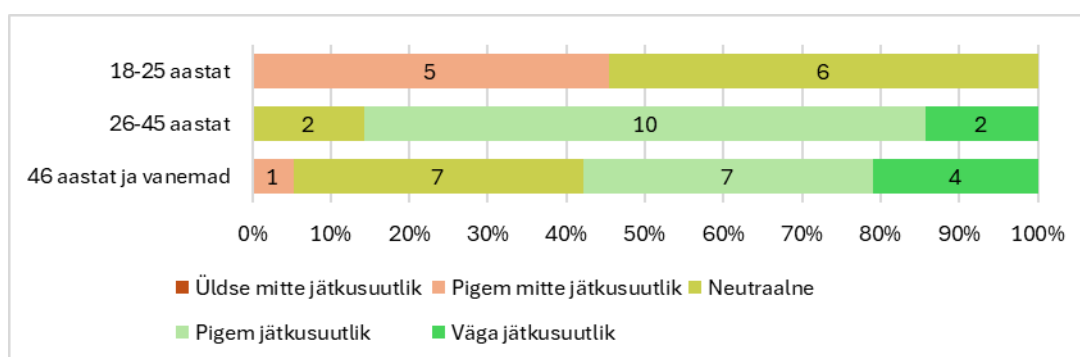
Uuringu analüüsil on olulisel kohal ka sotsiaaldemograafilised andmed. Sotsiaaldemograafilised omadused, nagu näiteks sugu ja vanus, võivad mõjutada uuringu tulemusi ja nende tõlgendamist (Bornstein *et al.*, 2013). Seega uuris autor tulemuste paremaks analüüsimiseks küllastajate vanust ja sugu (vt joonis 1) . Teatud küsimuste analüüsimiseks pidas autor oluliseks uurida ka küllastajate külastuskordade arvu. Selgus, et peamine osa, täpsemalt 23 vastajat 44-st, on peatunud Karupesa hotellis ühe korra, kuid palju oli ka küllastajaid, kes on külasthanud hotelli rohkem kui 3 korda. Rohkem kui 3 korda on hotellis peatunud 12 vastajat. Uuringust saadud vastuste kompaksemaks analüüsimiseks koondas autor vastajad kolme vanuserühma: 18–25 aastat, 26–45 aastat ja 46 aastat ning vanemad.



Joonis 1. Uuringus osalejate arv vastavalt soole, vanusele ja külastuskordade arvule (n=44 )

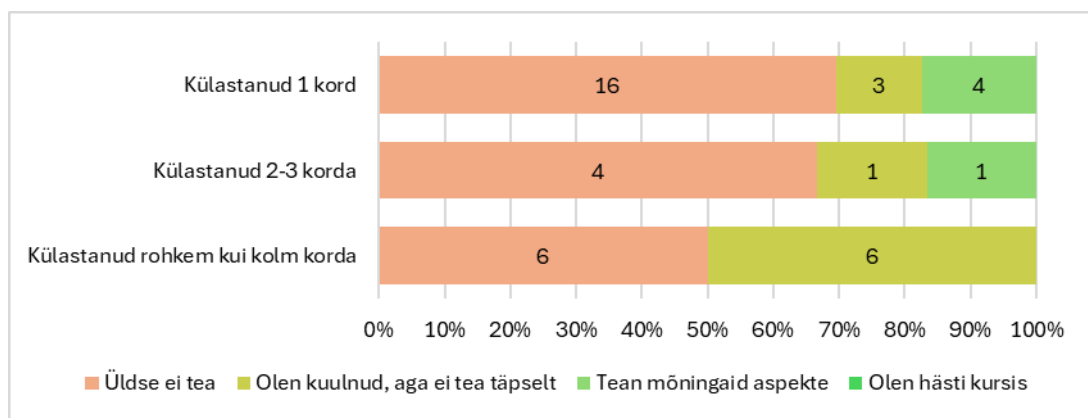
### 2.3. Uuringu tulemused

Karupesa hotellis on juba praegu kasutusel mitmed jätkusuutlikud meetmed, mistõttu uuriti hotelli külastanud vastajatelt, kuidas nad hindavad ettevõtte jätkusuutlikkuse taset. Selgus, et suurem osa külastajaid peavad Karupesa hotelli pigem jätkusuutlikuks või väga jätkusuutlikuks. Positiivse hinnangu, ehk vastuse pigem jätkusuutlik või väga jätkusuutlik andis 23 vastanut ning suurema osa nendest moodustas vanuserühm 26–45 aastat (vt joonis 2). Neutraalselt hindavad ettevõtte jätkusuutlikkust 15 külastajat kellest enamuse moodustasid 18–25 ja 46 aastat ja vanemad külastajad. Pigem mitte jätkusuutlikuks pidas hotelli viis vastanut vanuserühmast 18–25.



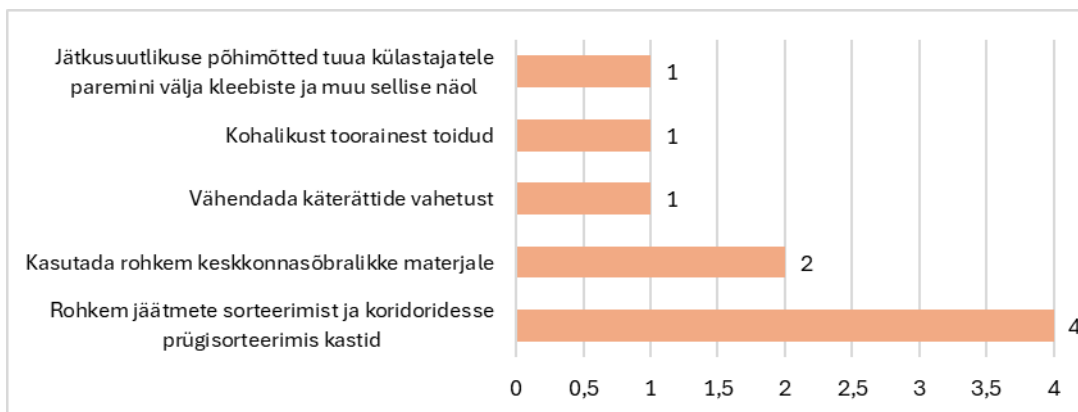
Joonis 2. Kuidas hindavad külastajad hotell Karupesa jätkusuutlikkuse taset vastavalt vanusele (n=44 )

Hotell Karupesa tubades on olemas sildid, mis paluvad külastajatel taarapudelid ja purgid panna lauale ning ülejäänud prügi prügikasti. Lisaks on olemas sildid, mis märgivad, et kui külastaja soovib uusi rätikuid, tuleb need asetada põrandale. Autor uuris, kas külastajad, kes on antud hotelli külastanud rohkem kui ühe korra, on paremini kursis ettevõtte jätkusuutlikkuse põhimõtetega, kui külastajad, kes on käinud ühe korra. Vastustest selgub, et inimesed, kes on külastanud hotelli üks kord on vähem teadlikud, 16 esmakülastajatest 23-st pole kursusi hotelli jätkusuutlike põhimõtetega (vt joonis 3). Täpselt pool vastanutest, kes on külastanud hotelli rohkem kui kolm korda, on ettevõtte jätkusuutlike tegevustega paremini kursis.



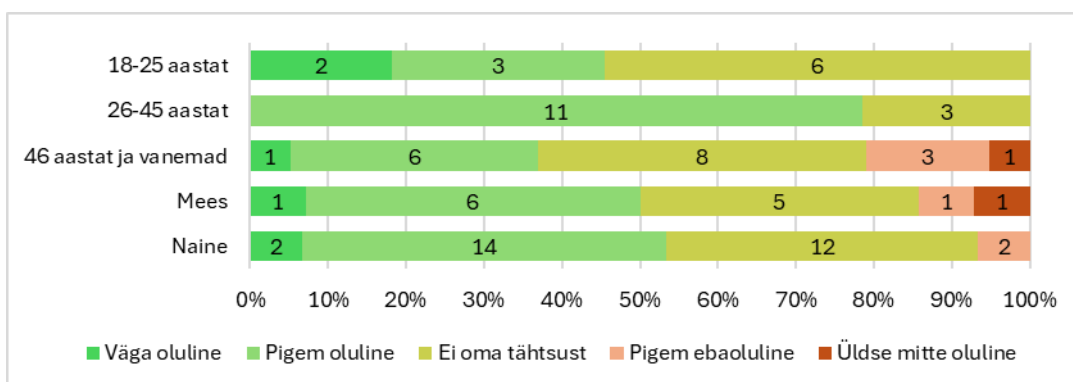
**Joonis 3.** Külastajate teadlikkus hotell Karupesa jätkusuutlikkuse põhimõtetest vastavuses külastuskordade arvuga (n=44)

Autor uuris, milliseid jätkusuutlikkusega seotud muudatusi sooviksid hotell Karupesa kliendid näha. Kuna tegemist oli mittekohustusliku küsimusega, kogunes ettepanekuid vaid 9. Enim väljapakutud ettepanek oli rohkem jäätmete sorteerimist, samuti võiks olla koridoridesse paigutatud prügisorteerimiseks ettenähtud kastid. Antud ettepaneku tegi 4 inimest (vt joonis 4). Teiseks enim välja toodud ettepanekuks oli kasutada rohkem keskkonnasõbralikke materjale. Nagu eelnevast küsimusest selgus, pole hotell Karupesa külastajad hästi kursis ettevõtte jätkusuutlike põhimõtetega. Sellega seoses pakkus ka üks vastanutest välja, et jätkusuutlikkuse põhimõtted võiksid olla paremini välja toodud näiteks kleebiste abil.



**Joonis 4.** Jätkusuutlikkusega seotud muudatused mida hotell Karupesa kliendid sooviks näha (n=9)

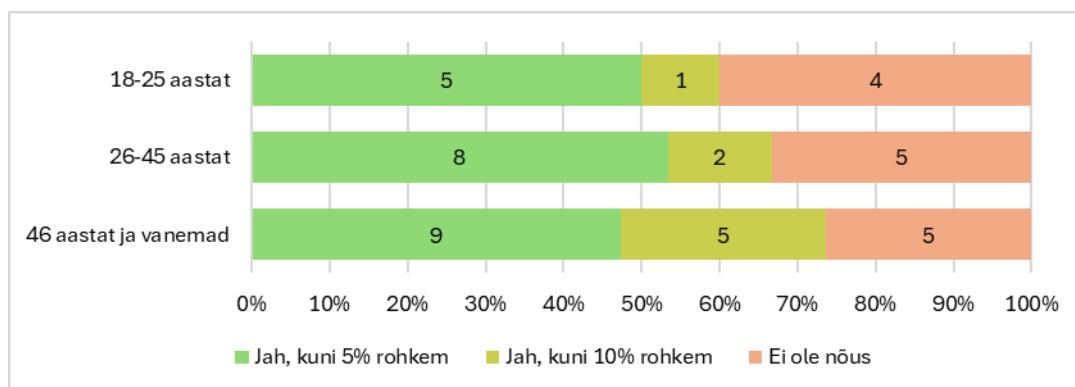
Järgnevalt uuris autor, kui oluliseks peavad vastajad hotellide jätkusuutlikke tegevusi. Kõige olulisemaks peavad jätkusuutlikke tegevusi 26–45-aastased vastajad (vt joonis 5). 18–25-aastaste vastajate seas on rohkem neid, kes ei pea jätkusuutlikke tegevusi tähtsateks. Kõige vähem oluliseks peavad jätkusuutlikke tegevusi vanuserühm 46 aastased ja vanemad. Lisaks uuris autor, kas mehed ja naised hindavad jätkusuutlike tegevuste olulisust erinevalt. Selgus, et kuigi erinevused pole väga suured, peavad naised siiski jätkusuutlikkust olulisemaks. Meeste vastuste seas on rohkem neid, kes peavad jätkusuutlikkust pigem ebaoluliseks või üldse mitte oluliseks.



**Joonis 5.** Jätkusuutlike tegevuste olulisus hotellivalikul vastavalt vanusele (n=44)

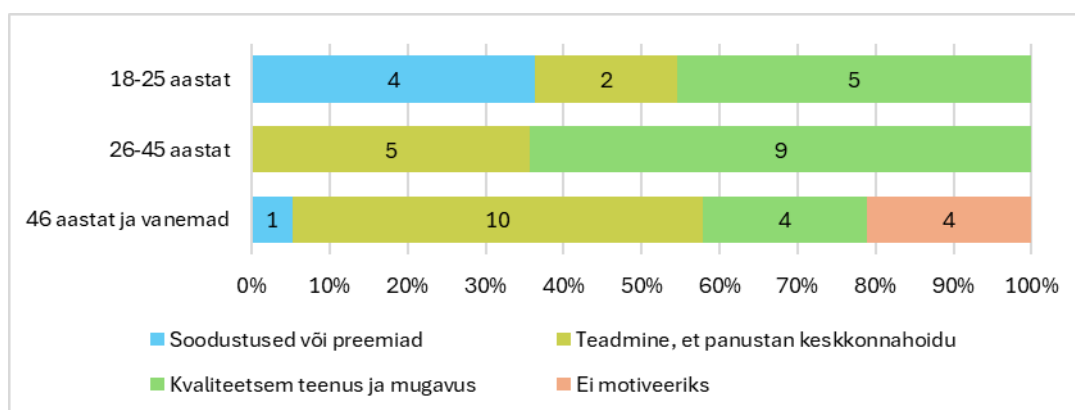
Järgnevalt uuris autor, kas hotell Karupesa külastajad oleksid valmis maksma rohkem majutusasutuse eest, mis järgib jätkusuutlikkuse põhimõtteid. Vastustest selgu, et olenemata vanuserühmast, valdav osa, täpsemalt 30 inimest, on nõus maksma rohkem

(vt joonis 6). Kuni 5% rohkem on nõus maksma 22 inimest ning kuni 19% rohkem on valmis maksma 8 inimest. Vastanute koguarvust 14 pole nõus maksma rohkem



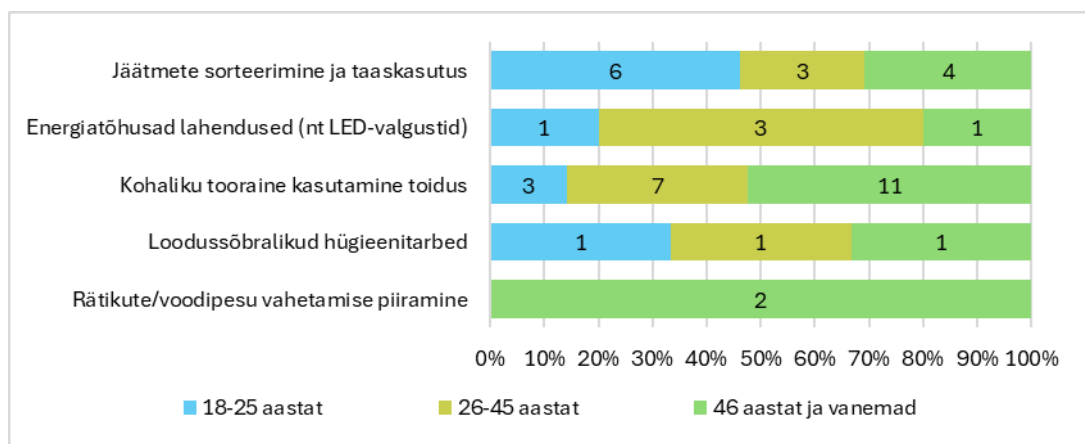
**Joonis 6.** Külastajate valmisolek maksma rohkem hotelli eest mis järgib jätkusuutlikkuse põhimõtteid vastavuses vanusega (n=44)

Nagu eelneva küsimuse vastustest selgus pole mõned külastajad nõus maksma rohkem hotelli eest, mis järgib jätkusuutlikkuse põhimõtteid. Seega uuris autor, mis innustaks külastajaid valima jätkusuutlikku hotelli. Vastustest selgus, et enim motiveeriks külastajaid kvaliteetsem teenus ja mugavus. Antud vastuse andis 18 inimest (vt joonis 7). Järgnevaks oluliseks motivaatoriks pidasid vastajad teadmist, et panustavad keskkonnahoidu ning selle vastuse valis 17 inimest. 4 inimest vanuserühmas 46 aastat ja vanemad vastasid, et neid ei innustaks üksi motivaator.



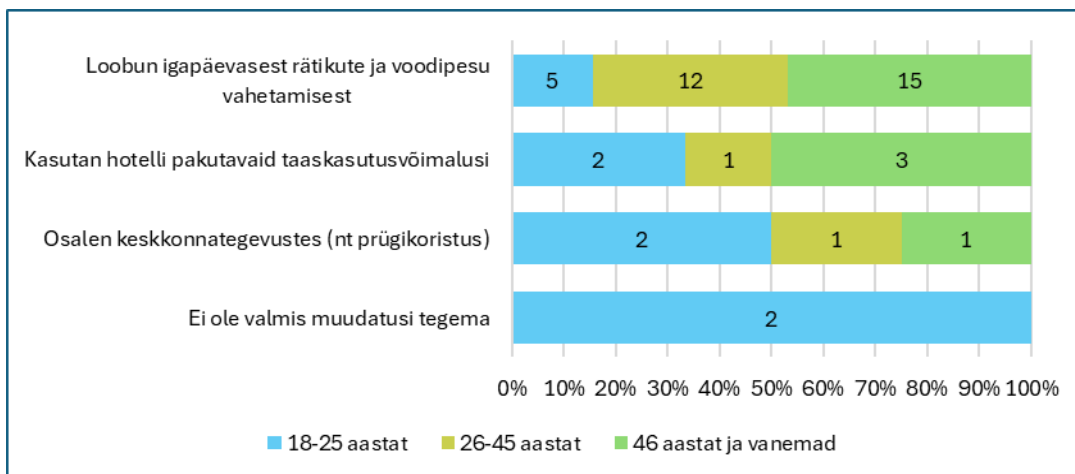
**Joonis 7.** Motivaatorid mis innustaks külastajaid valima jätkusuutlikkuse põhimõtteid järgivat hotelli vastavalt vanuserühmadele (n=44)

Jätkusuutlikkuse meetmeid, mida hotellid rakendavad, on mitmeid. Järgnevalt uuris autor, milliseid jätkusuutlikkuse meetmeid külastajad kõige enam väärtustavad. Selgus, et kõige enam väärtustatakse kohaliku tooraine kasutamist toidus, millele vastas 21 inimest (vt joonis 8). Joonisel välja toodud tulemustest võib järeldada, et antud tegevust väärtustavad enim 46 aastased ja vanemad isikud. Lisaks peetakse oluliseks jäätmete sorteerimist ja taaskasutust, millele vastas 13 vastajat, kellest suure osa moodustas vanusegrupp 18–25 aastat. Kõige vähem väärtustatakse rätikute ja voodipesu vahetamise piiramist ehk sellest teenusest ei soovita loobuda. Antud tegevust pidas oluliseks vaid 2 külastajat, vanuserühmast 46 aastat ja vanemad.



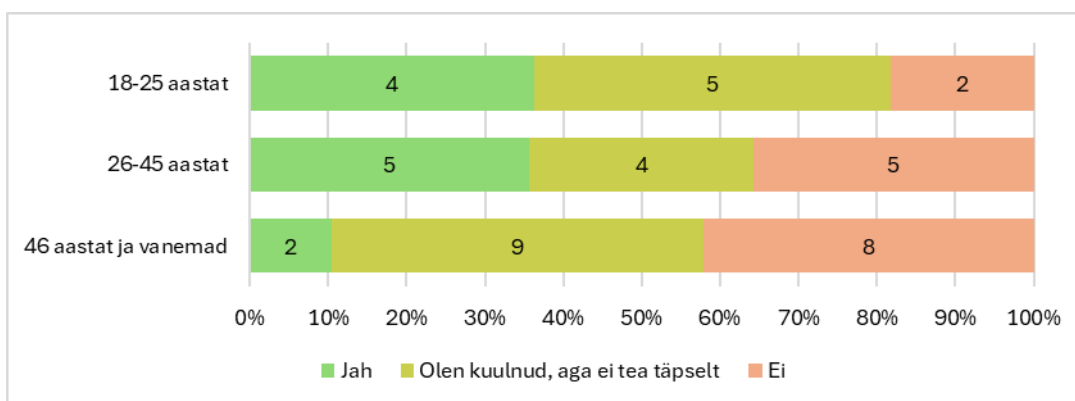
**Joonis 8.** Jätkusuutlikud tegevused mida külastajad kõige enam väärtustavad vastavalt vanusele (n=44 )

Jätkusuutlike põhimõtete arendamiseks hotellis on olulisel kohal külastajate kaasamine nendesse tegevustesse. Autor uuris, milliseid samme on valmis külastajad astuma hotelli jätkusuutlikkuse toetamiseks. Suur osa küsitluses osalenutest, täpsemalt 32 inimest on valmis loobuma igapäevasest rätikute ja voodipesu vahetusest (vt joonis 9). Antud vastus moodustas kõigis vanuserühmades üle poole. 2 isikut vanuserühmas 18–.25 aastat pole valmis millestki loobuma.



**Joonis 9.** Sammud mida külastajad on valmis astuma hotelli jätkusuutlikkuse toetamiseks vastavalt vanusele (n=44)

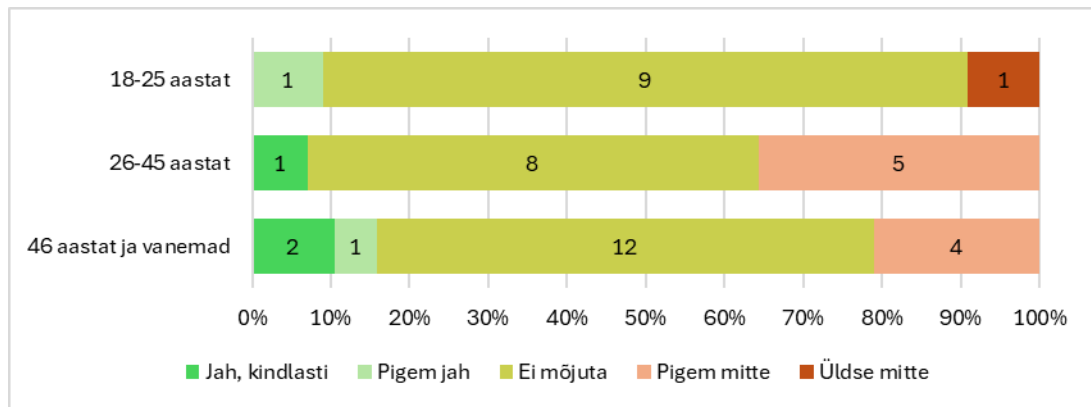
Järgnevalt uuris autor, kui teadlikud on küsimustikule vastanud Green Key märgisest. Olen kuulnud, aga ei tea täpselt vastas peamiselt vanuserühm kuhu kuuluvad 46 aastat ja vanemad inimesed (vt joonis 10). Samuti vastas suur hulk antud vanuserühma kuuluvatest inimestest, et pole Green Key märgisest varasemalt kuulnud, täpselt 8 inimest. 5 inimest vanuserühmas 26–45 aastat ja 4 inimest gruppist 18–25 aastat on Green Key märgise olemusest teadlikud.



**Joonis 10.** Küsimustikule vastajate teadlikkus Green Key märgisest vanuserühmade lõikes (n=44)

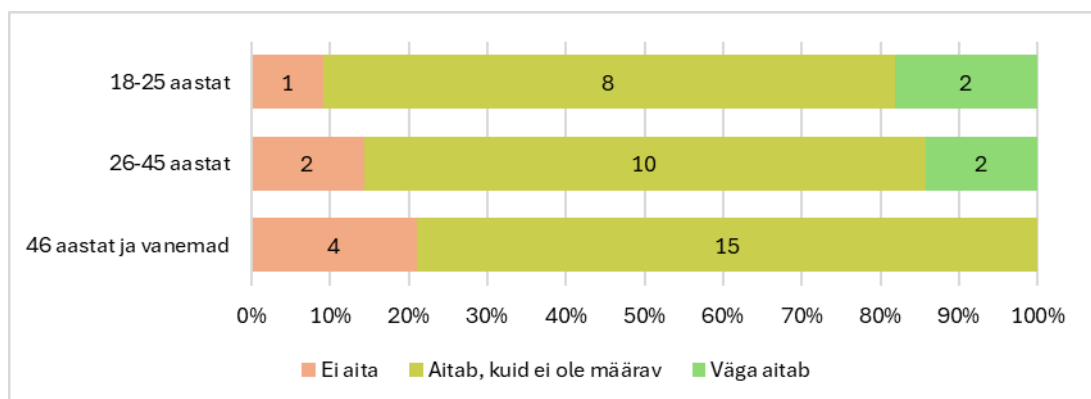
Tuginedes eelnevale küsimusele uuris autor, kas Green Key märgise olemasolu mõjutab külastajate otsust hotellivalikul. Tulemuste analüüsimisest selgus, et märgise olemasolu on oluline vaid 5-le inimesele 44-st (vt joonis 11). Green Key märgise olemasolu ei

mõjuta hotellivalikul 29 inimest. Enim inimesi, keda märgise olemasolu mõjutab, on vanuserühmast 46 aastat ja vanemad, täpsemalt 3 inimest.



**Joonis 11.** Green Key märgise mõju hotelli valikul vastavalt vanusele (n=44 )

Autor tõi eelnevalt teoriasoas välja eelised, mis kaasnevad jätkusuutlike tegutsemisviiside ning keskkonnasertifikaatidega. Järgnevalt soovis autor teada saada hotell Karupesa külastajate hinnangut antud teema kohta, kas Green Key märgisega kaasneb konkurentsieelis. Antud seisukohale mittepooledava hinnangu andis 7 küsitluses osalejat (vt joonis 12), enamuse moodustasid nendest vanuserühm kuhu kuuluvad 46 või rohkem aastat vanad inimesed. Neutraalse hinnangu ehk vastuse „aitab, kuid ei ole määrav“ andis enamus vastanutest. Täpsemalt 33 inimest, kellest enamuse moodustasid samuti 46 aastat ja vanemad inimesed. Positiivselt hindas antud seisukohta 4 inimest kellest valdav osa kuulus vanuserühma 18–25 aastat.



**Joonis 12.** Küsimustikule vastanute hinnang Green Key märgise konkurentsieelisele vanuserühmade lõikes (n=44 )

### 3. JÄRELDUSED JA ETTEPANEKUD

Lõputöö eesmärk oli tuginedes teaduskirjandusele ja uuringu tulemustele esitada hotell Karupesa juhtkonnale ettepanekud jätkusuutlikkust toetavate tegevuste rakendamiseks majutusteenuse osutamisel, et vastata keskkonnateadlike külastajate ootustele. Tulemuste põhjal võib teha mitmeid olulisi järeldusi.

Uuringud selle kohta, kuidas külastajad on rahul hotelli jätkusuutlike tegevustega, on andnud erinevaid tulemusi. Mõned tegevused suurendavad rahulolu, samas kui teised vähendavad. (Ossama et al., 2023) Hotell Karupesa puhul võib väita, et külastajad peavad ettevõtet valdavalt jätkusuutlikuks. Positiivse hinnangu andsid peamiselt 26–45-aastased vastajad, mis viitab sellele, et just see vanuserühm tunnetab ja hindab jätkusuutlike tegevusi kõige rohkem. Samas 18–25-aastased vastajad andsid kõige rohkem negatiivseid hinnanguid, mis võib viidata, kas kriitilisemale hoiakule või vähesemale teadlikkusele konkreetsetest tegevustest. Lisaks selgus uuringust, et külastajate teadlikkus hotelli jätkusuutlikest meetmetest kasvab koos külastuskordade arvuga. Esmakülastajad ei pruugi märgata kõiki hotelli keskkonnasõbralikke praktikaid, seega on oluline suurendada esmase info selgust ja kättesaadavust juba esimese külastuse jooksul.

Teooria osas tõi autor välja uuringu, milles selgus, et naised pööravad jätkusuutlikule käitumisele rohkem tähelepanu kui mehed (Swim & Bloodhart, 2020). Ka autori läbiviidud uuringu tulemused kinnitasid sama. Meessoost vastanute seas oli rohkem neid, kes pidasid jätkusuutlikkust ebaoluliseks. Noorem ja haritum põlvkond on samuti enamasti rohkem teadlik jätkusuutliku turismi põhimõtetest, kui vanem põlvkond (Leena N. Fukey & Surya S. Issac, 2014). Autori uuringust selgus, et vanuselisel on jätkusuutlikkus kõige olulisem 26–45-aastaste külastajate seas, mis viitab sellele, et Hotell Karupesa peaks oma turunduses ja teenuste arenduses keskenduma sellele sihtrühmale. Vanemad ja nooremad külastajad peavad jätkusuutlikkust vähem oluliseks,

mistõttu võiks just neile rohkem selgitada selle tähtsust või pakkuda lisamotivatsiooni, et nende huvi suurendada.

Keskkonnateadlikumad külastajad väärtustavad mitmeid jätkusuutlikke tegevusi nagu näiteks energiasäästlikud aknad, energiasäästlik valgustus, taaskasutus, keskkonnasõbralikud puhastusvahendid ja toakaardid, mis annavad külalistele võimaluse mitte lasta rätikuid ja voodipesu iga päev vahetada (Berezan *et al.*, 2014). Uuringus osalenud inimesed pakkusid Hotell Karupesale jätkusuutlikkust puudutavaid muudatusettepanekuid, millest tähtsaim oli jäätmete sorteerimise võimaluste parandamine ja prügisorteerimis kastide paigaldamine koridoridesse. Külastajad väärtustavad eelkõige konkreetseid ja nähtavaid jätkusuutlike tegevusi, eriti neid, mis on seotud tarbimise vähendamise ja jäätmete sorteerimisega.

Teooria osas tõi autor välja ühe uuringu, kus väideti, et kuigi kliendid hindavad jätkusuutlikke põhimõtteid, ei ole nad valmis valima keskkonnasõbralikumat hotelli, kuna peavad olulisemaks tegureid nagu madal hind, hea asukoht ja tarbijatrendid (Karolina Brazytė *et al.*, 2016). Siiski selgus autori läbiviidud uuringust, et enamus külastajaid on valmis maksta 5–10% rohkem hotelli eest mis järgib jätkusuutlikkuse põhimõtteid. Kuigi varasem uuring näitas, et kliendid eelistavad madalamat hinda, viitavad Hotell Karupesa külastajate vastused sellele, et arvamused on muutumas ning inimesed on valmis maksta rohkem jätkusuutlikkuse eest.

Ettevõtte edu jaoks on väga oluline mõista, mis kliente rahuldab ja motiveerib (Orie Berezan *et al.*, 2014). Uuringust selgus, et enim innustaks jätkusuutlikku hotelli valima teadmine, et külastaja panustab keskkonnahoidu. Lisaks motiveeriks külastajaid kvaliteetsem teenus ja mugavus. Sellest võib järeldada, et külastajate jaoks on oluline, teadmine omapoolsest panusest ja jätkusuutlikkust ei soovita saavutada mugavuse arvelt. Külastajad on valmis panustama keskkonnahoidu, kuid soovivad samas kvaliteetset teenusetaset.

Jätkusuutlikkuse meetmeid mida hotellid rakendavad on mitmeid. Peamised meetmed mida jätkusuutlikud majutused kasutavad, on näiteks energia säästmine paigaldades energiatõhusaid seadmeid ja rakendades taastuvenergia programme, veetarbimise vähendamine paigaldades veesäästlikud seadmed, voodipesu ja rätikute

korduskasutamine ning jäätmete käitlemine ja vähendamine kasutades vaid korduvkasutatavaid esemeid (Abdou *et al.*, 2020). Kohalik ja keskkonnasõbralik toit on kõige enam hinnatud jätkusuutlikkuse aspekt, eriti noorema sihtrühma seas. Seetõttu peab Karupesa toidupakkumine ja selle kohaliku päritolu rõhutamine olema oluline osa hotelli turundusest selleks, et kõnetada teadlikke noori ning tugevdada hotelli kuvandit keskkonnasõbraliku majutusasutusena. Kõige vähem hinnati rätikute ja voodipesu vahetamise piiramist. Autor uuris ka, millise sammu on valmis hotellikülalastajad astuma selleks, et toetada jätkusuutlikku tegutsemist. Selgus, et enamus vastajaid on valmis loobuma igapäevasest rätikute ja voodipesu vahetusest. Seega tekkis nende kahe vastuse vahel ebakõla ning need tulemused viitavad vastuolule küllastajate väidetavate väärtuste ja tegelike ootuste vahel: kuigi keskkonnasõbralikke praktikaid üldiselt toetatakse, eelistatakse siiski mugavust keskkonnavõimalike arvelt. Ka teooria osas tõi autor välja, et akadeemikud on leidnud niinimetatud rohelise lõhe, mis väljendab erisust klientide väidete ja nende reaalse käitumise vahel (Karolina Brazytè *et al.*, 2016).

Green Key märgise puhul on tegemist ühe maailma tuntuma keskkonnasertifikaadiga, mille eesmärgiks on edendada jätkusuutlikku turismi, arendades majutus- ja toitlustusettevõtteid, kes peavad oluliseks võtta kasutusele head keskkonna ja sotsiaalsed tavad (Simões *et al.*, 2024). Ehkki Green Key on rahvusvaheliselt tuntud, on selle teadlikkus Karupesa küllastajate seas madal. See piirab märgise mõju ja potentsiaali, mistõttu tuleb teavitada, mida antud sertifikaat tegelikult tähendab ning millist kasu see toob. Ka ei mõjuta Green Key märgise olemasolu enamiku vastanute hotellivalikut. See viitab sellele, et isegi keskkonnasertifikaatide olemasolul pole märgist ilma tähenduse selgitamiseta võimalik turunduslikult tõhusalt kasutada.

Kuna keskkonnaküsimused muutuvad klientidele üha olulisemaks, annab Green Key sertifikaat ettevõttele väärtust. Pärast Green Key märgise saamist on asutustel võimalik seda kasutada oma reklaamides ja koduleheküljel selleks, et näidata oma pühendumust keskkonna- ja jätkusuutlikkuse teemadele. (Jonna Huuhka, 2018) Siiski selgus et, vähesed näevad Green Key märgises tõelist konkurentsieelist, kuna puudub arusaam selle praktilisest mõjust teenusele ja kogemusele.

Uuringu tulemuste analüüsi põhjal teeb autor hotell Karupesale mitmeid ettepanekuid edasisteks arendusteks.

- Oluline on tõsta küllastajate teadlikkust hotelli jätkusuutlikkeste tegevustest – selleks tuleb paigaldada nähtavamad ja arusaadavamad infomaterjalid, näiteks kleebised, plakatid või ekraanid, mis selgitavad, milliseid samme hotell keskkonnasäästlikkuse nimel astub.
- Tasub täiustada jäätmete sorteerimise süsteemi. Koridoridesse ja avalikesse ruumidesse peab paigutama selgelt tähistatud sorteerimiskastid, mis muudavad prügi liigiti kogumise küllastajatele lihtsaks ja arusaadavaks. Lisaks peavad toas olevad juhised, nagu taarapürkide lauale asetamise soovitus, olema silmatorkavamalt ja visuaalselt paremini esitatud.
- Soovitaks kasutada veelgi enam keskkonnasõbralike materjalide kasutamise poole. Hotellitarvikud, nagu vannitoatooted ja nende pakendid, tuleb võimalusel asendada taaskasutatavate või biolagunevate alternatiividega.
- Küllastajatele tuleb pakkuda rohkem valikuvõimalusi selles osas, kuidas nad soovivad panustada jätkusuutlikkusesse. Näiteks peab broneeringu käigus olema võimalik valida „keskkonnateadlik pakett“, kus rätikuid ja voodipesu ei vahetata igapäevaselt ning pakutakse teisi keskkonnasõbralikke lahendusi.
- Tuleb aktiivselt selgitada Green Key märgist ja selle tähendust. Kui hotellil on märgis olemas või see on plaanis taotleda, peab seda selgelt esile tooma nii vastuvõtus, toainfos kui ka hotelli kodulehel. Täiendavalt tuleb korraldada teavituskampania näiteks sotsiaalmeedias, tutvustades märgise olulisust ja mõju.
- Küllastajate kaasamine aitab samuti luua väärtuslikku dialoogi. Lahkumisel tuleb paluda küllastajatel jagada tagasisidet selle kohta, mida nad hotellis märkasid ja milliseid jätkusuutlikke muudatusi nad soovitaksid. Lisaks kasulikule informatsioonile annab see küllastajatele tunde, et nende arvamus loeb.
- Lõpuks näitas uuring, et eriti vanuserühm 26–45 hindab jätkusuutlikkust ja on valmis selle eest rohkem maksma. Seetõttu peab hotelli turundustegevused olema suunatud just sellele sihtrühmale, tuues esile Karupesa jätkusuutlikud väärtused ja praktilised sammud, mida hotell nende saavutamiseks astub.

## KOKKUVÕTE

Käesoleva lõputöö eesmärgiks oli tuginedes teaduskirjandusele ja uuringu tulemustele esitada hotell Karupesa juhtkonnale ettepanekud jätkusuutlikkust toetavate tegevuste rakendamiseks majutusteenuse osutamisel, et vastata keskkonnateadlike küllastajate ootustele. Eesmärgi saavutamiseks püstitas autor järgneva uurimisküsimuse: Millised tegevused toetavad hotell Karupesa jätkusuutlikkuse arendamist, et vastata keskkonnateadlike klientide ootustele? Töö teooria osasse kuulus kolm alapeatükki: jätkusuutlikkuse teooria, jätkusuutlikkus hotellides ja Green Key sertifikaat. Uurimisküsimusele vastuse leidmiseks kasutas autor kvantitatiivset uurimismeetodit ning viis läbi küsitluse viimase aasta jooksul Hotell Karupesas ööbinud küllastajate seas. Küsimustikku kuulus 14 teooria osal ja uurimismudelil põhinevat küsimust, mille puhul uuriti küllastajate kogemust Hotell Karupesas, arvamust jätkusuutlikke hotellidest ning arvamust Green Key märgisest.

Hotell Karupesa küllastajatelt saadud vastustest selgus, et küllastajad peavad antud ettevõtet üldiselt jätkusuutlikuks, eriti vanuserühmad 26–45, kuid nooremad küllastajad on kriitilisemad või vähem teadlikud. Teadlikkus jätkusuutlikest meetmetest kasvas küllastuste arvuga, seega on oluline pakkuda selget teavet ka esmaküllastajatele. Tulemused toetasid ka teooriat, et naised on rohkem teadlikud jätkusuutlikkusest kui mehed, ning noorem põlvkond hindab jätkusuutlikkust kõrgemalt. Ehkki küllastajad toetavad keskkonnasõbralikke praktikaid, ilmnes uuringus vastuolu nende väärtuste ja käitumise vahel: kuigi paljud on küllastajad on valmis loobuma igapäevasest rätikute ja voodipesu vahetusest, ei soovi nad seda mugavuse arvelt. Antud ebakõla viitab sellele, et kuigi keskkonnasõbralikke tegevusi toetatakse, ei ole küllastajad valmis loobuma mugavustest. Jätkusuutlikkuse peamine motivatsioon on teadmine oma panusest keskkonnahoidu, kuid mugavus ja teenuse kvaliteet on samuti olulised. Uuring näitas ka, et Hotell Karupesa võiks keskenduda kohaliku tooraine kasutamisel toidus, et kõnetada nooremat sihtrühma. Samuti on vajalik suurendada teadlikkust Green Key märgisest, mis

on Karupesa külastajate seas vähe tuntud. Märgis võiks pakkuda konkurentsieelist, kuid selle praktilisest mõjust on külastajad vähe teadlikud.

Selleks, et vastata keskkonnateadlikumate klientide ootustele soovib autor Hotell Karupesal külastajaid rohkem teavitada oma jätkusuutlikest tegevustest selleks, et ka esmakülastajad oleks nendest meetmetest teadlikud. Külastajate teadlikkuse tõstmiseks esitab autor ettepaneku paigaldada arusaadavamad infomaterjalid nagu näiteks kleebised, plakatid või ekraanid. Lisaks soovib autor hotellil täiustada jäätme sorteerimissüsteemi. Lisaks praegusele taara ja tavaprügi sorteerimisele võiksid koridorides olla prügisorteerimis kastid. Green Key märgise taotlemine annab hotellile kindlasti lisaväärtust, kuid kuna teadlikus märgisest on valdavalt madal tuleb aktiivselt selgitada antud märgise tähendust ja selle olulisust.

Lõputöö tähtsus seisneb jätkusuutlikkuse edendamises hotelli valdkonnas. Autori soovitus ja ettepanekud Hotell Karupesale on olulised ettevõtte jätkusuutlikkuse arendamiseks, keskkonnamõjude vähendamiseks ja keskkonnateadlikumate külastajate ootustele vastamiseks. Uuringust saadud tulemused ja ettepanekud pakuvad lahendusi ka teistele majutusettevõtetele, kes soovivad samuti muuta oma tegevust jätkusuutlikumaks.

## VIIDATUD ALLIKAD

- Abdou, A. H., Scholar, T. H. Hassan. orgGoogle, & Dief, M. M. E. (2020). A Description of Green Hotel Practices and Their Role in Achieving Sustainable Development. <https://doi.org/10.3390/su12229624>
- Ahmad, S., Wasim, S., Srivastava, A., Gogoi, S., Farheen, Z., & Irfan, S. (2019). Qualitative v/s. Quantitative Research- A Summarized Review. <https://doi.org/DOI: 10.18410/jebmh/2019/587>
- Ali, A., Murphy, H., & Nadkarni, S. (2018). Hospitality employers' perceptions of technology for sustainable development: The implications for graduate employability. <https://doi.org/10.1177/1467358416636929>
- Berezan, O., Millar, M., & Raab, C. (2014). Sustainable Hotel Practices and Guest Satisfaction Levels. <https://doi.org/10.1080/15256480.2014.872884>
- Berkhout, S. W., Haaf, J. M., Gronau, · Quentin F., Heck, D. W., & Wagenmakers, E.-J. (2023). A tutorial on Bayesian model-averaged meta-analysis in JASP. <https://doi.org/10.3758/s13428-023-02093-6>
- Bornstein, M. H., Jager, J., & Putnick, D. L. (2013). Sampling in developmental science: Situations, shortcomings, solutions, and standards. <https://doi.org/10.1016/j.dr.2013.08.003>
- Buunk, E., & Werf, E. van der. (2019). Adopters versus Non-Adopters of the Green Key Ecolabel in the Dutch Accommodation Sector. <https://doi.org/10.3390/su11133563>
- Dehalwar, K. & Sharma, Shashikant Nishant. (2024). Exploring the Distinctions between Quantitative and Qualitative Research Methods. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10553000>
- Elana E. Bader. (2005). Sustainable hotel business practices. <https://doi.org/10.1057/palgrave.rlp.5090008>
- Eskerod, P., & Đurić, J. (2018). Motivations for and Comparisons of Green Certificates within the Hotel Industry. <https://doi.org/10.13189/ujm.2018.060601>
- Frans Melissen & Elena Cavagnaro. (2015). Is the hotel industry prepared to face the challenge of sustainable development? <https://doi.org/10.1177/1356766715618997>

- Fulk, G. (2023). Descriptive Statistics, An Important First Step. <https://doi.org/10.1097/NPT.0000000000000434>
- Gerri Kiis. (2023). kvaliteetne puhastusteenus kui turvalise spaa võti. <https://dspace.emu.ee/server/api/core/bitstreams/d7b4f692-276b-49f5-90e8-56a599286f56/content>
- Guerra-Lombardi, V., , Hernández-Martín, R., , & Padrón-Fumero, N. (2024). Drivers, barriers and key practices of corporate sustainability strategy implementation in hotels. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103791>
- Hadassa, E. (2024). Impact of Sustainable Tourism Practices on Tourist Satisfaction in Ecotourism Destinations in Kenya. <https://doi.org/10.47672/jht.2493>
- Hajian, M. & Somayeh Jangchi Kashani. (2021). Evolution of the concept of sustainability. From Brundtland Report to sustainable development goals. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-824342-8.00018-3>
- Hashish, M. E.-S., Abdou, A. H., Mohamed, S. A. K., Elenain, A. S. A., & Salama, W. (2022). The Nexus between Green Perceived Quality, Green Satisfaction, Green Trust, and Customers' Green Behavioral Intentions in Eco-Friendly Hotels: A Structural Equation Modeling Approach. <https://doi.org/10.3390/ijerph192316195>
- Hotell Karupesa. (n.d.). <https://karupesa.ee/>
- Jonna Huuhka. (2018). green key- certificate application process: case hotel kalliohoivi and hotel raumanlinna. <https://www.theseus.fi/handle/10024/165998>
- Karolina Brazytè, Fabian Weber, & Dorothea Schaffner. (2016). Sustainability Management of Hotels: How Do Customers Respond in Online Reviews? <https://doi.org/10.1080/1528008X.2016.1230033>
- Kuo Cheng Chung. (2019). Green marketing orientation: Achieving sustainable development in green hotel management. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1693471>
- Leena N. Fukey & Surya S. Issac. (2014). Connect among Green, Sustainability and Hotel Industry: A Prospective Simulation Study. <https://doi.org/doi.org/10.5281/zenodo.1090835>
- Nelson, K. M., Partelow, S., Stäbler, M., Graci, S., & Fujitani, M. (2021). Tourist willingness to pay for local green hotel certification. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245953>
- Nõmmann, T., Luiker, L., & Eliste, P. (2002). eesti arengualternatiivne hindamine - jätkusuutlikkuse näitajad. [https://www.researchgate.net/publication/267306509\\_eesti\\_arengu\\_alternatiivne\\_hindamine\\_jatkusuutlikkuse\\_naitajad](https://www.researchgate.net/publication/267306509_eesti_arengu_alternatiivne_hindamine_jatkusuutlikkuse_naitajad)

- Ossama, N., Nassar, M. A., Barakat, M. O., & Ramzy, Y. H. (2023). Impact of green practices on hotel guests' satisfaction: The role of perceived motives, attributes, and service outcomes. <http://dx.doi.org/10.21608/pjth.2023.287371>
- Portney, K. E. (2015). Sustainability. [https://books.google.ee/books?id=RUX7CgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=et&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&pli=1#v=onepage&q&f=false](https://books.google.ee/books?id=RUX7CgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=et&source=gbs_ge_summary_r&pli=1#v=onepage&q&f=false)
- Puhka Eestis, Green Key. (2024). <https://puhkaeestis.ee/et/traveltrade/green-key>
- Ra'ed Masa'deh, Mohammed Abdullah Nasseef, Carina Sunna, Mohammd Suliman, & Monther Albawab. (2017). The Effect of Hotel Development on Sustainable Tourism Development. <https://doi.org/10.5430/ijba.v8n4p16>
- Reid, S., , Johnston, N., , & Patiar, A. (2017). Coastal resorts setting the pace: An evaluation of sustainable hotel practices. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.07.001>
- Rodríguez-García, R., Ferrero-Ferrero, I., & Fernández-Izquierdo, M. Á. (2023). Analysis of integration of sustainability in sustainability certifications in the hotel industry. <https://doi.org/10.3389/frsus.2023.1116359>
- Rosa, F. S. da, & Silvia, L. C. (2017). Environmental sustainability in hotels, theoretical and methodological contribution. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v11i1.1161>
- Sarwar, N., Bibi, F. un N., Junaid, A., & Alvi, S. (2024). Impact of urbanization and human development on ecological footprints in OECD and non-OECD countries. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e38058>
- Seyhan, M., Çiğdem, Ş., & Meidute-Kavaliauskiene, I. (2025). Evaluating the nexus of HRM and sustainability in green supply chains: A comprehensive literature review. <https://doi.org/10.5937/StraMan2400004S>
- Simões, A., Rafael, C., & Pires, A. (2024). Digital Communication of Sustainable Practices in Hotels: The Green Key Certificate. Comparative Analysis Between the Azores and Madeira Archipelagos. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-74828-8\\_19](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-74828-8_19)
- Swim, J. K., & Bloodhart, B. (2020). Sustainability and Consumption: What's Gender Got to Do with It? <https://doi.org/10.1111/josi.12370>
- Takahashi, S., & Delai, I. (2011). Sustainability measurement system: A reference model proposal. <https://doi.org/10.1108/174711111111154563>
- Thiele, L. P. (2024). Sustainability. <https://www.perlego.com/book/4361183/sustainability-pdf>
- Tom Kuhlman & John Farrington. (2010). What is Sustainability? <https://doi.org/10.3390/su2113436>

- Torelli, R. (2021). Sustainability, responsibility and ethics: Different concepts for a single path. <https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2020-0081>
- Xu, L., Ao, C., Liu, B., & Cai, Z. (2022). Ecotourism and sustainable development: A scientometric review of global research trends. <https://doi.org/10.1007/s10668-022-02190-0>
- Yurova, T. (2018). green key as a customer motivational factor for choosing a hotel. [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/144772/yurova\\_thesis\\_final.pdf?sequence=1&isallowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/144772/yurova_thesis_final.pdf?sequence=1&isallowed=y)

## LISAD

### **Lisa1.** Jätkusuutlikkuse arendamine hotell Karupesa näitel

Aitäh, et viibisite Karupesa hotellis! Olen Tartu Ülikooli Pärnu kolledži tudeng Annette Vološtšuk ning koostöös hotell Karupesaga oleme läbi viimas uuringut. See küsitlus aitab meil saada tagasisidet hotelli keskkonnavalaste jätkusuutlike tegevuste kohta ja võimalikest parendustest, et pakkuda Teile parimat teenindust ning muuta Teie kogemuse veelgi meeldivamaks ja keskkonnasõbralikumaks. Küsitluse täitmine võtab vaid mõned minutid. Küsimuste korral saate ühendust võtta: [annette.volostsuk@gmail.com](mailto:annette.volostsuk@gmail.com).

#### 1. Palun märkige oma vanusevahemik?

- 18–25 aastat
- 26–35 aastat
- 36–45 aastat
- 46–55 aastat
- 56–65 aastat
- 66 aastat või vanem

#### 2. Milline on Teie sugu?

- Naine
- Mees
- Muu / Ei soovi öelda

#### 3. Mitu korda olete Karupesa hotelli külastanud?

- 1 kord
- 2–3 korda
- Rohkem kui 3 korda
- Külastan regulaarselt

4. Kuidas hindate hotell Karupesa jätkusuutlikkust?

- Üldse mitte jätkusuutlik
- Pigem mitte jätkusuutlik
- Neutraalne
- Pigem jätkusuutlik
- Väga jätkusuutlik

5. Kui teadlik olete Karupesa hotelli jätkusuutlikkuse põhimõtetest?

- Üldse ei tea
- Olen kuulnud, aga ei tea täpsemalt
- Tean mõningaid aspekte
- Olen hästi kursis

6. Milliseid jätkusuutlikkusega seotud muudatusi sooviksite hotellis näha?

Kirjutage vastus siia:

7. Kui oluline on Teie jaoks hotellivalikul ettevõtte jätkusuutlik tegutsemine?

- Väga oluline
- Pigem oluline
- Ei oma tähtsust
- Pigem ebaoluline
- Üldse mitte oluline

8. Kas olete nõus maksma rohkem, kui hotell järgib jätkusuutlikkuse põhimõtteid?

- Jah, kuni 5% rohkem
- Jah, kuni 10% rohkem
- Ei ole nõus

9. Mis Teid motiveeriks valida jätkusuutlikkuse põhimõtteid järgivat hotelli?

- Soodustused või preemiad
- Teadmine, et panustan keskkonnahoidu
- Kvaliteetsem teenus ja mugavus
- Ei motiveeriks

10. Milliseid jätkusuutlikke tegevusi hotellis kõige enam väärtustate?

- Jäätmete sorteerimine ja taaskasutus
- Energiatõhusad lahendused (nt LED-valgustid)
- Kohaliku tooraine kasutamine toidus
- Loodussõbralikud hügieenitarbed
- Rätikute/voodipesu vahetamise piiramine

11. Millise peamise sammu olete valmis astuma, et toetada hotelli jätkusuutlikkust?

- Loobun igapäevasest rätikute ja voodipesu vahetamisest
- Kasutan hotelli pakutavaid taaskasutusvõimalusi
- Osalen keskkonnategevustes (nt prügikoristus)
- Ei ole valmis muudatusi tegema

12. Kas teate, mida tähendab Green Key märgis?

- Jah
- Olen kuulnud, aga ei tea täpselt
- Ei

13. Kui Green Key märgis on hotellil olemas, kas see mõjutab Teie valikut?

- Jah, kindlasti
- Pigem jah
- Ei mõjuta
- Pigem mitte

14. Kuidas hindate, kas Green Key märgise saamine aitab hotellil eristuda konkurentidest?

- Väga aitab
- Aitab, kuid ei ole määrav
- Üldse ei aita

## **SUMMARY**

### **DEVELOPING SUSTAINABLE ACCOMMODATION SERVICES USING THE EXAMPLE OF HOTEL KARUPESA**

Annette Vološtšuk

The aim of this thesis was, based on academic literature and the results of a survey, to present proposals to the management of Hotel Karupesa for implementing sustainability-supporting activities in the provision of accommodation services in order to meet the expectations of environmentally conscious visitors. To achieve this aim, the author formulated the following research question: Which activities support the development of sustainability at Hotel Karupesa to meet the expectations of environmentally conscious clients? The theoretical part of the thesis consisted of three subchapters: the theory of sustainability, sustainability in hotels, and the Green Key certificate. To answer the research question, the author used a quantitative research method and conducted a survey among guests who had stayed at Hotel Karupesa during the past year. The questionnaire included 14 questions based on the theoretical framework and research model, focusing on the guests' experiences at Hotel Karupesa, their opinions on sustainable hotels, and their views on the Green Key label.

For accommodation providers, it is becoming increasingly important to develop their operations and services in order to meet the expectations of environmentally conscious clients. The management of Hotel Karupesa lacks a clear overview of the sustainability-supporting activities that more aware customers consider important. Based on this, the author formulated the research problem: What sustainability-supporting activities could the company implement in its accommodation service to meet the expectations of environmentally conscious clients?

As environmental protection becomes an increasingly important part of our daily lives, Hotel Karupesa aims to develop its sustainability practices to meet the expectations of more environmentally conscious customers. Currently, the hotel does not have any eco-labels, which is why the management plans to apply for the Green Key certification. Obtaining this certificate would help increase the hotel's competitiveness, especially among environmentally aware tourists. According to information from the manager of Hotel Karupesa, the hotel's main sustainability initiatives currently focus on food waste management and waste sorting. In order to protect the environment, the hotel aims to minimize food waste and sort cardboard, general waste, packaging, and deposit bottles and cans. Waste is sorted throughout the hotel by both staff and guests. In the rooms, signs inform guests to leave deposit containers on the table and dispose of other waste in the trash bin. To save energy used for laundry, signs in the rooms indicate that if a guest wants fresh towels, they should place them on the floor. If the guest wishes to reuse their towels, they should hang them on the rack. This practice reduces the amount of laundry done. Additionally, to save costs and energy, Hotel Karupesa uses dual-flush toilets, water-saving taps, LED light bulbs, and motion-sensor lighting. Since last year, a solar park with a storage unit and an electric car charging station have also been installed.

The responses from Hotel Karupesa's guests revealed that visitors generally consider the establishment to be sustainable, especially those in the 26–45 age group. However, younger guests tended to be more critical or less aware. Awareness of sustainable practices increased with the number of visits, highlighting the importance of providing clear information also to first-time visitors. The results also supported the theory that women are more aware of sustainability than men, and that younger generations value sustainability more highly. Although guests support environmentally friendly practices, the study revealed a discrepancy between their values and behavior: while many guests are willing to give up daily towel and linen changes, they are reluctant to do so at the expense of comfort. This inconsistency suggests that although sustainable actions are supported in principle, guests are not necessarily willing to compromise on comfort. The main motivation for supporting sustainability is the awareness of contributing to environmental protection, yet comfort and service quality remain important. The study also indicated that Hotel Karupesa could benefit from focusing on the use of local ingredients in food to appeal to a younger target group. Additionally, it is necessary to

raise awareness about the Green Key label, which remains relatively unknown among Karupesa's visitors. While the label could offer a competitive advantage, guests are not well-informed about its practical implications.

To meet the expectations of more environmentally conscious clients, the author recommends that Hotel Karupesa increase visitor awareness of its sustainability efforts, so that even first-time guests are informed about these measures. To raise guest awareness, the author suggests installing clearer informational materials such as stickers, posters, or digital displays. Additionally, the author recommends improving the hotel's waste sorting system. In addition to the current sorting of deposit containers and general waste, sorting bins could be placed in the hallways. Applying for the Green Key certificate would certainly add value to the hotel, but since awareness of the label is generally low, it is important to actively explain its meaning and significance.

The importance of this thesis lies in promoting sustainability within the hotel industry. The author's suggestions and recommendations for Hotel Karupesa are essential for advancing the company's sustainability practices, reducing environmental impacts, and meeting the expectations of more environmentally conscious guests. The findings and proposals from this study also offer solutions for other accommodation providers aiming to make their operations more sustainable.

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Annette Vološtšuk

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose

JÄTKUSUUTLIKE TEGEVUSTE ARENDAMINE HOTELL KARUPESA NÄITEL

mille juhendaja on Aime Vilgas

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 4.0, 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.

Annette Vološtšuk

**15.05.2025**