

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Angela Holm

**KESKKONNASÄÄSTLIKU SPAAHOTELLI  
ARENDAMINE HEDON SPA & HOTEL  
NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Heli Tooman, PhD

Pärnu 2020

Soovitan suunata kaitsmisele

Heli Tooman

/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.

Angela Holm

/digiallkirjastatud/

## SISUKORD

|  |    |
|--|----|
| Sissejuhatus .....   | 4  |
| 1. Keskkonnasäästliku spaahotelli arendamine .....   | 7  |
| 1.1. Keskkonnasäästliku hotelli käsitluste areng .....   | 7  |
| 1.2. Keskkonnateadliku hotellitöötaja ootused, vajadused ja soovid .....   | 12 |
| 1.3. Keskkonnasäästlikkuse arendamine spaahotellis .....   | 18 |
| 2. Töötajate keskkonnateadlikkuse uuring spaahotellis Hedon SPA & Hotel .....  | 23 |
| 2.1. Ülevaade spaahotelli Hedon SPA & Hotel keskkonnasäästlikest tegevustest ja uuringu kirjeldus .....                        | 23 |
| 2.2. Uuringu tulemuste analüüs .....   | 27 |
| 2.3. Uuringu järeldused ja ettepanekud .....   | 40 |
| Kokkuvõte .....  | 48 |
| Viidatud allikad .....   | 51 |
| Lisad .....  | 60 |
| Lisa 1. Keskkonnasäästlikkusega seonduv terminoloogia .....  | 61 |
| Lisa 2. Keskkonnasäästlikkust kajastavad dokumendid Hedon SPA & Hotel ettevõttes .....   | 62 |
| Lisa 3. Hedon SPA & Hotel keskkonnasäästlikkuse tutvustus turunduskanalites .....  | 63 |
| Lisa 4. Küsitlusankeet .....   | 64 |
| Lisa 5. Ankeetküsitluse koostamise aluseks kasutatud allikad .....   | 70 |
| Lisa 6. Küsitlusele vastanute demograafilised andmed ja üldinfo .....  | 71 |
| Lisa 7. Töötajate ettepanekud keskkonnasäästlikkuse parandamiseks ja teadlikkuse tõstmiseks ettevõttes Hedon SPA & Hotel ..... | 72 |
| Summary .....  | 73 |

## SISSEJUHATUS

Käesoleva lõputöö temaatika keskendub keskkonnasäästliku hotelli ja töötajate keskkonnateadlikkuse teoreetilistele käsitlustele, varasemate uuringute ja lõputöö uuringu tulemustele. Säästev areng hõlmab endas jätkusuutlikke praktikaid ja on oluline eelkõige seetõttu, et vähendada globaalsetest muutustest, aga ka inimtegevusest ja ettevõtlusest tulenevaid negatiivseid mõjusid keskkonnale. Keskkonnasäästliku hotelli arendamisel on üheks peamiseks võtmeteguriks töötajate keskkonnateadlikkuse tõstmine.

Üha enam investeeritakse säästva arengu eesmärkide saavutamiseks erinevatesse valdkondadesse. Euroopa rohelise arengu investeeringute kavast on esile toodud jätkusuutlikutesse lahendustesse investeeringute osakaalu suurenemise vajalikkus perioodil 2021–2027 (European Commission, 2020). Olulist rolli kannavad siinkohal erasektori esindajad – eelkõige turismi- ja majutusettevõtteid, kes on ühtlasi ühed suurimad looduskeskkonna ala kasutajad või haldajad (Ike, Donovan, Topple, & Masli, 2019, lk 1; Simons-Kaufmann & Kaufmann, 2012, lk 16–17).

Teadlikkuse kasv kirjeldab valdkonnaga seotud viimase aja trende ja muutusi inimeste käitumisviisides (Chen & Tung, 2014, lk 221; Lin & Chang, 2012, lk 125, 132). Näiteks on milleeniumi põlvkonna seas keskkonnasäästlike teenuste ja toodete nõudlus tõusnud ning üldine nõudlus keskkonnasõbraliku majutuse osas on kasvuteel (Rhou & Singal, 2020, lk 4; Han & Yoon, 2015, lk 22). Probleemina tuuakse välja, et juhid tihtipeale ei tea, kuidas keskkonnasäästlikumaid praktikaid arendada ja edendada (Jang, Zheng, & Bosselman, 2017, lk 101). Probleemiks on ka see, et kuigi keskkonnasäästlikkusega seotud sertifikaadid aitavad oluliselt vähendada „rohepesuga“ seotud süüdistusi ja seda eriti väikemajutusettevõtetele, võib nende saamine osutada liigseks aja- ja finantskuluks (Geerts, 2014, lk 92–94).

Viimasel ajal on paljud ettevõtted võtnud kasutusele uusi keskkonnasäästlikke lahendusi nagu keskkonnaga seotud äristrateegiate ja juhtimismeetmete loomine ning

keskkonnatehnoloogia rajamine. Mitmed autorid on siiski märkinud, et inimkäitumise osakaalu on antud protsessis eiratud. (Temminck, Mearns, & Fruhen, 2015, lk 402–403; Safari, Salehzadeh, Panahi, & Abolghasemian, 2018, lk 82; Brammer, Hoejmoose, Marchant, 2012, lk 423, 432; Lu, Liu, Chen, Long & Yue, 2017, lk 166). Chou (2014, lk 436) on esile toonud, et ettevõtte keskkonnasäästlikkuse arendamise edu sõltub lisaks ettevõtte enda hoiakutest keskkonnaküsimustesse ka töötajate isiklikest tõekspidamistest ning igapäevastest tegevustest. Keskkonnapoliitika rakendamisel tuleks ettevõtetel seega suuremat rõhku panna töötajate kaasamisele ja keskkonnateadlikkuse tõstmisele.

Samasugused probleemid esinevad ka Eestis. Keskkonnaministeerumi 2018. aasta uuringust selgus, et elanike eeskujulikust jäätmekäitlusest hoolimata ei ole teistes valdkondades elanikkonna keskkonnasäästlik eluviis harjumuseks kujunenud. Ettevõtted ei vii piisavalt ellu keskkonnasäästlike praktikaid. (Turu-uuringute AS, 2018)

Majutusettevõtetel on hea võimalus edendada ja näidata külalistele oma keskkonnasõbralikkust ja -säästlikkust näiteks mitmesugustes keskkonnaprogrammides, sh Rohelise Võtme programmis osalemise toel. 9.03.2020 seisuga omas Rohelise Võtme märgist Puhkaeestis.ee andmetel ligikaudu 40. Eesti spaahotellist vaid kolm. (Puhka Eestis, 2020)

Probleemi kirjeldusele tuginedes sõnastatakse lõputöö probleemküsimus: kuidas saavad spaahotellid tõsta töötajate keskkonnateadlikkust ja suurendada oma tegevuste keskkonnasäästlikkust? Käesolevas lõputöös püütakse probleemküsimusele vastuseid leida Hedon SPA & Hotel töötajate uuringu toel.

Hedon SPA & Hotel on Pärnus üks vähestest Eesti spaahotellidest, mis omab Rohelise Võtme märgist. Tegevjuhi sõnul on oluline, et keskkonnasäästlike aspekte on käsitletud hotelli äristrateegiates ning seetõttu tuuakse keskkonnaga seotud teemasid üha enam esile ka ettevõtte arengukavas. Hedon SPA & Hotel soovib suurendada keskkonnasäästlikkust kaasates üha enam oma töötajaid sellesse protsessi läbi keskkonnateadlikkuse tõstmise ja -säästlike tegevuste edendamise.

Lõputöö eesmärk on tuginedes teoreetilistele käsitlustele, varasemate uuringute ja lõputöö uuringu tulemustele esitada ettepanekud Hedon SPA & Hotel töötajate

keskkonnateadlikkuse ja hotelli keskkonnasäästliku arengu toetamiseks. Uurimisküsimuseks on: kuidas saab Hedon SPA & Hotel tõsta töötajate keskkonnateadlikkust suurendamiseks spaahotelli keskkonnasäästlikkust?

Lõputöö eesmärgi saavutamiseks ja vastuste leidmiseks uurimisküsimusele püstitati järgmised uurimisülesanded:

- anda ülevaade keskkonnasäästlikkuse teoreetilistest käsitlustest,
- esile tuua hotellitöötajate ootused ja vajadused keskkonnateadlikkuse tõstmisel,
- kirjeldada keskkonnasäästliku spaahotelli põhimõtteid ja eripära,
- ette valmistada ja läbi viia hotellitöötajate keskkonnateadlikkusega seonduv uuring,
- analüüsida uuringu tulemusi,
- teha järeldusi ja esitada ettepanekud Hedon SPA & Hotel ettevõttele töötajate keskkonnateadlikkuse tõstmiseks ja hotelli keskkonnasäästlikkuse suurendamiseks.

Töö koosneb kahest peatükist, millest esimene keskendub keskkonnasäästliku hotelli käsitlustele, hotellitöötaja keskkonnateadlikkusele ning spaahotelli arenguvõimalustele. Teoreetiline tagapõhi tugineb peamiselt ingliskeelsetele teadusartiklile, teemakohastele raamatutele, arengukavadele jt raportitele. Kasutatud lõputöö teemaga seonduvate teadusuuringute olulisemad autorid on Chan, Chen, Han, Kang, Lee, Melissen, Sloan, Sourvinou, Filimonau, Rahman.

Teine peatükk annab ülevaate Hedon SPA & Hotel tegevusest ja toimingutest keskkonnasäästliku spaahotelli arendamisel. Kirjeldatakse lõputöö uuringu meetodit ja valimit ning analüüsitakse uuringu tulemusi, tehakse järeldused ja esitatakse hotellile ettepanekud töötajate keskkonnateadlikkuse tõstmiseks ja keskkonnasäästliku spaahotelli arendamiseks.

Lõputööl on sissejuhatus, kokkuvõte, viidatud allikate loetelu, ingliskeelne resüme ja seitse lisa. Lisades on tabel töös tuginevatele allikatele koostatud keskkonnasäästlikkusega seonduvast terminoloogiast, ülevaade Hedon SPA & Hotel ettevõttes olevatest keskkonnasäästlikkust käsitlevatest dokumentidest ja turunduskanalitest ning küsitlusanket. Lisaks on lisades võimalik tutvuda vastanute üldinfoga ja töötajate soovitustega keskkonnasäästlikkuse edendamiseks spaahotellis.

# 1. KESKKONNASÄÄSTLIKU SPAAHOTELLI ARENDAAMINE

## 1.1. Keskkonnasäästliku hotelli käsitluste areng

Käesolevas lõputöös keskendutakse peamiselt keskkondlikule jätkusuutlikkusele, märkimaks ära hotellimajanduse valdkonda esindavate ettevõtete potentsiaali ja olulisust keskkonnasäästlikkuse arendamisel. Kuna sõna „jätkusuutlik“ on lai katusmõiste, kasutatakse lõputöös edaspidi hotellimajanduse (sh spaahotelli) arendamise kontekstis eelkõige tegevuste ja toodete osas väljendeid keskkonnasäästlik (*environmentally sustainable*) ja keskkonnasõbralik või -hoidlik (*environmental-friendly, eco-friendly, nature-friendly, green*), mida on kasutatud spaahotellidega seonduvates teadusallikates.

Keskkonnasõbralikud hotellid (vt lisa 1) on inglise keelest otsetõlgituna „rohelised hotellid“. Eesti keeles keskkonna jätkusuutlikkust edendavad hotellid sellist nime ei kannu, vaid pigem on kasutuses näiteks keskkonnasäästlik või keskkonnasõbralik majutusettevõtte/hotell. Eesti keeles spaahotellid ja spaad ei kannu eraldi inglise keelest tulenevat mõistet „roheline spaa“ (*green spa*) ning inglise keeles kasutatav sõna (*green hotel*) on kohane mõiste ainult hotellide osas.

Mõiste „jätkusuutlik“ (*sustainable*) osas ei leidu kirjanduses ühest definitsiooni ning seetõttu on mitmed autorid pidanud selle seletust keerukaks (Melissen, 2013; Moore, Mascarenhas, Bain & Straus, 2017; Melissen & Sauer, 2019, lk 21). Moore ja kaasautorid (2017, lk 1–2) on oma uuringus esile toonud, et mõistel „jätkusuutlik“ puudub standardmääratlus, mis muudab ebamääraseks selle tähenduse ja kontseptsiooni mõistmise. Brown ja tema kaasautorid (2018, lk 8) on defineerinud jätkusuutlikkust kui mõju piiramist ja tasakaalupunkti, mis tähendab eelkõige seda, et nii palju kui võetakse, antakse ka tagasi. Eesti keeles võib kasutada jätkusuutliku arengu puhul ka väljendeid säästev või kestlik areng (*sustainable development*).

Jätkusuutlikkuse puhul räägitakse ka Johannesburgi deklaratsioonist pärit kolmest sambast või dimensioonist (Purvis, Mao, & Robinson, 2019; Sloan, Legrand, & Chen, 2017, lk 28–31; Stylos & Vassiliadis, 2015; UNEP & WTO, 2005, lk 9):

- Majanduslik jätkusuutlikkus – hõlmab nii sisemisi kui ka väliseid majanduslikke hüvesid, kus ettevõtte peamiseks eesmärgiks on kasumi teenimine. Märksõnad: elujõulisus, pikajaline säilimisvõime, läbipaistvus.
- Ühiskondlik/sotsiaalne jätkusuutlikkus – koosneb sotsiaalsest heaolust, kus keskendutakse ettevõtte või organisatsiooni tegevusest tulenevatele ühiskondlikele mõjudele. Märksõnad: kohalik kogukond, õiglane kaubandus, inimõiguste austamine.
- Keskkondlik jätkusuutlikkus – kirjeldab eelkõige ettevõtte mõju keskkonnale, mis koosneb peamiselt õhu-, vee- ja maareostuse vähendamisest. Märksõnad: ressursside säilitamine, reostuse vähendamine, keskkonnasäästlikud tegevused.

Rahvusvahelise Looduskaitseliit (IUCN – *International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources*) koostas 1980. aastal aruande „The World Conservation Strategy“, kus on väidetavalt esmakordselt rahvusvahelisel tasandil esile toodud säästva arenguga seotud faktorid. Dokumendis on arutletud laialdaselt eluressursside kaitsest ning säästva arengu olulisusest. Raport toob esile ka perspektiive uute kaitsemeetodite vastuvõtmise vajadustest, tuleviku nägemusest ja tegevustest, mis sisaldavad endas säästva arengu põhimõtteid. (IUCN, 1980; Talbot, 1980, lk 259–268; Environment & Society Portal, *n.d.a*)

1987. aastal andis ÜRO keskkonna- ja arengukomisjon välja aruande, mis kirjeldab ülemaailmsete muutuste tegevuskava ja mida on nimetatud ka säästva arengu kontseptsiooni avalikkuse huvi ärkamisajaks. (Environment & Society Portal, *n.d.b*). Brundtlandi aruandes „Meie ühine tulevik“ (ingl „Our Common Future“) õhutati jätkusuutliku arengu rajamist kui väljakutset, tänu millele leiaksid mitmesugused probleemid lahendused ning mõistet defineeriti järgnevalt: „Jätkusuutlik areng on areng, mis vastab hetkeolukorra vajadustele ohustamata tulevaste põlvkondade võimet rahuldada oma vajadusi.“ (World Commission..., 1987)

Brundtlandi aruanne jätkusuutlikkuse olulisusest mõjutas aastakümneid tagasi mitte ainult poliitikuid, vaid ka turismimajandusega otseselt seotud majutussektori edasist

tegevust. Hotellimajanduses hakati üha enam rääkima terviklikumatest lahendustest, kuhu kuulusid nii materjaalsete ressursside ökonoomne kasutus, kui ka sotsiaalsed ja keskkondlikud hüved. Kliendi turvalisuse ja rahulolu tagamine ning kogukondade heaolu tõhusamaks muutmine kuuluvad sotsiaalsete kasutegurite hulka, mis on ka säästva turismi põhimõtete osaks. Keskkondlike hüvede all käsitletakse eelkõige ökoloogilise jalajälje vähendamist. (World Commission..., 1987; Prud'homme & Raymond, 2013, lk 123; Sloan *et al.*, 2013, lk 22).

Keskkonnajalajälg on katusnimetus, mille alla kuulub mitmeid teisi jalajälje mõistest tekkinud sarnaseid termineid nagu ökoloogiline- (süsiniku-), vee-, maa- ja enegiajalajälg (Hoekstra & Wiedmann, 2014, lk 1114). Maailma Loodusfond (WWF – *The World Wide Fund for Nature*) on 2008. aastal koostanud turisti kliima jalajälje tutvustava aruande, kus mõõdeti puhkusreiside keskkondlikku mõju jalajälje suuruses alates sihtkoha valikust kuni majutustüübi valikuni (WWF Germany, 2008). Tänapäeval on turismi valdkonnas keskkonnamõjuga seotud jalajälgesid käsitlevas kirjanduses enim kasutusel väljend turismisektori süsiniku jalajälg (vt lisa 1), mis kirjeldab eelkõige turismimajanduse tegevustest tulenevat mõju (Lenzen *et al.*, 2018, lk 522).

Sloan ja kaasautorid (2017, lk 45, 507) ning Deale (2013, lk 5) on süsiniku jalajälje definitsioonis maininud inimtegevust ja kliimamuutust ning lisanud, et süsiniku/kasvuhoonegaaside heite määr kilogrammides süsiniku kohta kirjeldab ettevõtte või isiku poolt teatud perioodil keskkonnale avaldatud negatiivset mõju. Tänapäeval on süsiniku jalajälje arvutamiseks kalkulaatorid, mis mõõdavad ja võrdlevad ettevõtte tegevusi ning hotelliettevõtetele leidub selleks erinevaid võimalusi. Jalajälje arvutamiseks spetsiaalselt hotelliettevõtetele lõi 2015. aastal hotellimajanduse jätkusuutlikku arengut toetav ettevõtte Greenview, mille peamisteks klientideks on populaarsed hotelliketid Hilton, Marriott, Hyatt ja Wyndham (Sloan *et al.*, 2017, lk 45).

Mõistmaks keskkonnasäästlikusega seotud käsitlusi hotellides, toob autor esile need turismimajanduse kontekstis. UNWTO on oma kodulehel (<https://unwto.org>) esile toonud säästva turismi põhimõtted, mida tuleks turismiga seotud organisatsioonidel ja ettevõtetel ellu viia alates massiturismi sihtkohtadest kuni niššiturismi eri segmentideni. Eesmärkide kohaselt peaks säästev turism olema ökoloogiliselt jätkusuutlik, austama ja säilitama sihtkohtades looduskeskkonda, kogukondade sotsiaal-kultuurilist identiteeti

ning tagama elujõulised ja pikaajalised majandustoimingud. Peamisteks väärtusteks on elukvaliteedi ja heaolu tagamine nii praegustele kui ka tulevastele põlvedele looduskapitali kahjustamata. (Hall, Gössling, & Scott, 2015, lk 1; UNEP & UNWTO, 2005, lk 11–12)

2019. aasta mais avaldati Maailma Turismiorganisatsiooni (UNWTO – *United Nations World Tourism Organization*) ja ÜRO keskkonnaprogrammi poolt raport, mille üks uurimisvaldkond on seotud turismisektoris keskkonnaprobleeme käsitletavate teemadega. Ühist huvi pakkuvateks valdkondadeks on seal näiteks bioloogilise mitmekesisuse säilitamine ja säästev maakasutus, energiakasutuse tõhusus, kasvuhoonegaaside heitkoguste vähendamine, jäätmete vähendamine ning veekasutuse tõhustamine. (UNWTO, 2019, lk 40, 54). Kuna jätkusuutlik turism hõlmab endas majutusettevõtete tegevusi, võivad näiteks jäätmete vähendamine, vee- ja elektrikulude minimeerimine kujuneda võtmeteguriks säästva turismi edendamisel.

Viimasel ajal on aga hotellikülalastajad muutunud skeptilisemaks hotellide keskkonnasäästliku temaatikaga seoses, sest rohepesu (vt lisa 1) on laialdaselt levinud, mis on hotelliettevõtetes tõstatanud küsimusi keskkonnasäästlike praktikate vajalikkuse ja arendamise osas (Rahman, Park, & Chi, 2015, lk 1054; Peng & Chen, 2019, lk 1374). Ökoeksitamine võib mõjuda hotelliklientide rohelise mõtteviisi usaldatavusele sel määral, et see mõjutab nende külastusmotive. Chen ja kaasautorid (2019, lk 327) on maininud, et kuigi ettevõtetel võib rohepesuks leida mitmesuguseid põhjuseid, mõjutab tajutav ökoeksitamine tarbijate käitumist pigem negatiivselt. Zhang koos kaasautoritega (2018, lk 740, 749) leidsid, et ettevõtte suusõnalise turunduse kaudu tajutav rohepesu avaldab negatiivset mõju küllastajatele, seega soovitasid autorid tugevdada keskkonnapõhist turundust ja muuta ettevõttes keskkonnaga seotud tegevused teineteisele vastavaks.

Chen ja Tung (2014, lk 228) on pidanud peamiseks põhjuseks, miks hotellikülalised ei osale aktiivselt keskkonnaga seotud tegevustes, ebapiisavat informatsiooni. Choi, Jang ja Kandampully (2015, lk 87) on leidnud, et tarbijakesksematele lahendustele pühendunud hotell vähendab rohepesuga seonduvat skeptitsismi ning seetõttu suureneb ka küllastajate soov külastada keskkonnasäästlikkust propageerivaid hotelle. Lähtuvalt sellest, et rohepesuga seotud tarbijakäitumine on osutunud populaarseks uurimisteenaks

keskkonnasõbralike hotellide nõudluse suurenemise tõttu, püütakse jätkusuutlikus hotellimajanduses (vt lisa 1) üha enam mõista küllastajate keskkonnasäästlikusega seotud otsustusprotsessi. Hetke turuseis, kus keskkonnahüvedel põhinevate toodete ja teenuste nõudlus on kasvamas, soosib uute arengumeetmete välja töötlemist, mis aitaksid mõõta rohepesu olemasolu ja taset ettevõtetes. (de Freitas Netto, Sobral, Ribeiro, & da Luz Soares, 2020, lk 5; Chen *et al.*, 2019, lk 327; Choi *et al.*, 2015, lk 90). de Freitas Netto on kaasautoritega (2020, lk 1, 10–11) hiljuti välja töötanud ökoeksitamisega seotud klassifikatsiooni, mille alusel on võimalik ehtsatel keskkonnasõbralikel organisatsioonidel ennast kaitsta ja seega vältida alusetuid rohepesu süüdistusi.

Vastutustundlikku ettevõtlust (vt lisa 1) praktiseerivate hotellide üheks peamiseks eesmärgiks on jätkusuutlikule tulevikule orienteeritult vastutustundlik tegutsemine ja seega keskkonnasäästlike tegevuste edendamine oma tegude mõjusid arvesse võttes (Han & Yoon, 2015, lk 22–23). Tsai, Tsang ja Cheng (2012, lk 1143, 1150–1151) on märkinud, et vastutustundlik ettevõtlus on osutunud populaarseks ning Hong Kongi hotellide uuringust selgus, et hotellitöötajatele on oluline kui kohalikud hotellid pühenduvad oma tegevustes keskkonnale. Sotsiaalne vastutus hõlmab hotellimajanduses nii kohaliku valitsuse ja ettevõtetega suhete arendamist kui ka ettevõtte siseselt kõrgete tööstandardite loomist ja kohaliku kogukonna toetamist. Mitmed edukad hotelliettevõtted nagu Hilton ja Marriott on kasutanud vastutustundlikule ettevõtlusele keskendumist ja selle arendamist kui tugevat konkurentsieelist. (Cherapanukorn & Focken, 2014; Bohdanowicz & Zientara, 2008)

Hotellimajanduse valdkonnas keskendutakse üha enam keskkonnasäästlikkuse loomisele ning otsitakse uusi võimalusi ja lahendusi, kuidas ressursside liigset kasutust vähendada. Hotellitöötajad on ettevõtte edukuse ühed kõige tähtsamad määrajad ning seetõttu võib personali keskkonnateadlikkus mõjutada keskkonnasäästliku hotelli tegevuste rakendamise tõhusust. Igal hotellil, mis pürgib terviklikuma keskkonna jätkusuutlikkuse loomise poole, on oluline välja selgitada oma töötajate keskkonnateadlikkus. Selle uurimine aitaks näiteks kajastada, millised on hetkeolukorra puudujäägid ning kuidas saab ettevõtte veelgi paremini enda keskkonnasäästlike tegevusi arendada.

## 1.2. Keskkonnateadliku hotellitöötaja ootused, vajadused ja soovid

Järgnev alapeatükk annab ülevaate, kuidas hotellitöötajad on keskkonnasäästlikkuse arendamisel ettevõttele võtmeteguriks ning sellest, millised on hotellitöötaja enda ootused ja vajadused keskkonnateadlikkusega (vt lisa 1) seoses. Personal on iga majutusettevõtte olulisim lüli ning ilma pühendunud töötajateta ei suudaks hotellisektor edukalt toimida. Tänapäeva kiiresti muutuvus ühiskonnas on hotellimajanduses oluline lisaks kliendile keskendumis üha enam mõista töötajate vajadusi ja ootusi eelkõige seetõttu, et tagada töötajate rahulolu ja majutusettevõtte jätkusuutlikkus üha tihenevas konkurentsisis, kus suureks eeliseks võib hotelli valiku puhul osutada eelkõige selle keskkonnasäästlikkus.

Mitmed autorid on uuringutes peamiselt keskendunud külastajate soovidele ja nende väärtustele seoses keskkonnasäästlikkuse arendamisega hotellides, kuid akadeemilist kirjandust hotellimajanduse kontekstis töötajate keskkonnakäitumise arendamisest ja koolitamisest leidub kesiselt (Kim, Barber, & Kim, 2019, lk 590). Samas on ka Safari ja tema kaasautorid (2018, lk 82) esile toonud, et keskkonnasäästlikkusele orienteeritud ettevõtted ei ole tegelenud oma töötajate keskkonnakäitumise edendamise ja juhendamisega, vaid on pigem keskendunud tehnilistele muudatustele ja juhtkonna täiustamisele. Juhtide keskkonnateadlikkus on tõusnud keskkonnareeglite ja -surve kasvu tõttu ning seetõttu on erinevates organisatsioonides kasutusele võetud keskkonnajuhtimismeetmed, millel on töötajatele täheldatud nii positiivseid kui ka negatiivseid mõjusid (Okumus *et al.*, 2019, lk 194; Chan, Hon, Chan, & Okumus, 2014, lk 26; Chan & Hawkins, 2010, lk 647, 649).

Chan ja Hawkinsi (2010, lk 645) uuring keskendus erinevatel tööpositsioonidel olevate töötajate arvamustele (kõrgema astme juhid, keskastmejuhid ja tavatöötajad). Selgus, et arvamustes leidis erinevusi, miks hotelliettevõtte on motiveeritud olema keskkonnateadlik ja vastavalt sellele looma keskkonnajuhtimissüsteeme. Insenerijuht mainis, et peamiseks motiiviks ei ole kulude kokkuhoid, vaid kõrgem maine ja keskkonnatrendidega kaasaskäimine. Tavatöötajad arvasid, et ettevõtte rakendab keskkonnaprogrammi ja -visiooni eelkõige kulude ja ressursside säästmiseks ning hea reklaamimotiivi tõttu. Autorid märkisid, et kui organisatsioon on keskkonnajuhtimise

osas loonud mõtestatud eesmärgid, mõjutab see töötajaid positiivselt. Kui keskkonnajuhtimissüsteemi edendatakse ainuüksi ettevõtte maine parandamiseks ja raha säästmiseks, võib see vähendada töötajate pühendumust. (Chan & Hawkins, 2010, lk 649)

Mõistmaks miks keskkonnasäästlikkus hotelliettevõttes ära tasub, on Graci ja Dodds (2008) uuringus esile toonud seitse peamist põhjust, mida keskkonnaalane pühendumine annab. Nendeks on kulude kokkuhoid, konkurentsieelis, töötajate lojaalsus, klientide säilitamine, normatiivide järgimine, riskijuhtimine ja sotsiaalne vastutus. Töötajaid on mainitud kui kõige suuremat eelist keskkonnasäästlikumaks muutumisel (Sourvinou & Filimonau, 2018, lk 649; Graci & Dodds, 2008, lk 260). Lisaks töid Graci ja Dodds (2008, lk 260) esile mitmete autorite poolsed väited, mis märgivad, et keskkonnasäästlikumad tegevused tasuvad ära ennekõike töötaja enda tervise ja turvalisuse tõttu ning ettevõtte, kellel on suurem konkurentsieelis, omavad lisaks parematele majandusnäitajatele tihti suuremaid produktiivsemaid töötajaid.

Eduka ja töötajatele orienteeritud siseturunduse arendamine on üks võimalus, kuidas ettevõttes oma töötajaid keskkonnasäästlikkuse arendamisprotsessi tõhusamalt kaasata, et tagada töötajate keskkonnateadlik arusaam ja käitumine. To ja kaasautorid (2015) on esile toonud, et Berry tutvustas avalikkusele siseturundamise kontseptsiooni juba 1976. aastal ning definitsiooni kohaselt on „töötajad kui sisekliendid ja töötegevused kui sisetooted, mis vastavad nende klientide vajadustele ja soovidele ettevõtte eesmärgi järgides“ (To, Martin Jr, & Yu, 2015, lk 14). Hiljutiste uuringute tulemused näitavad, et tõhusale siseturundusele põhinevas töökeskkonnas, on hotellitöötajad altimad näitama välja oma loomulikke emotsioone erinevates teenindussituatsioonides. Viimane on oluline, et töötajad saaksid juhtkonnaga vabameelselt suhelda ja ideid esitada, kui ka keerulisemaid teenindusolukordasid lahendada ehk kliendikesksemaid lahendusi luua. (Nart, Sututemiz, Nart, & Karatepe, 2019, lk 63; Ruizalba, Bermúdez-González, Rodríguez-Molina, & Blanca, 2014, lk 11)

Organisatsiooni juhtimise üheks osaks on keskkonnajuhtimissüsteem, mis tüüpiliselt hõlmab ka töötajaid, kes peavad vastavalt kehtestatud keskkonnapoliitikale ja selle eesmärkidele järgima keskkonnaseadusi ja -eeskirju. Chan & Hawkinsi (2010, lk 642) järgi rõhutas Bruns juba 1996. aastal, et keskkonnakaitsealaste tegevuste õnnestumiseks on töötajate kaasamine nii meeskonna koostöös kui ka individuaalsetes algatustes

äärniselt oluline. Töötajate keskkonnateadlikkuse tagamiseks saab läbi viia nt koolitusprogramme, kus lisaks keskkonnapoliitika vajalikkuse selgitamisele tutvustatakse töötajale samuti tema töötegevuse olulisuse mõju. (Chan & Hawkins, 2010, lk 646–648). Sourvinou ja Filimonau (2018, lk 660) on rõhutanud, et keskkonnajuhtimismeetmete tutvustamisele lisaks peaks töötajate koolituseesmärk olema sügavam ja sisaldama sisuküllaldasi põhjendusi, ühiskondliku ja keskkonnaalase kasu selgitust ning realistlike eesmärkide seadmist. Rondinelli ja Vastag (2000, lk 503–504) töid Alcoa Mt. Molly ettevõtte näitel esile, et organisatsiooni keskkonnajuhtimissüsteem (ISO 14001) mõjutas töötajate keskkonnateadlikkust sel määral, et see pani indiviide eeskujulikumalt käituma ka väljaspool töökeskkonda.

Hiljem töid Chan ja tema kaasautorid (2014, lk 20) hotellipersonali osas esile kolm peamist mõjufaktorit, mis panevad töötajaid rakendama keskkonnasäästlikke hotellitavasid: keskkonnateadlikkus, keskkonnaga seotud mured ja teadmised ning keskkonnakäitumine, mis põhineb kõigele eelnevale kolmele. Chan on mitmetes uuringutes arutlenud selle üle, kuidas kolm peamist mõjufaktorit on omavahel seotud. Märkimisväärsemad tähelepanekud hotellitöötajatest on järgnevad: keskkonnaga seotud töötajate teadmised ja mured on aluseks nende keskkonnakäitumisele ja -säästlikkusega seotud oskuslikkusele; töötajate keskkonnakäitumisega seotud teadlikkuse tõstmine võib aidata kaasa keskkonnasäästlike tavade rakendamisele; keskkonnateadlikumad töötajad on altimad näitama initsiatiivi ja osalema keskkonnasäästlikkusega seotud tegevustes. (Okumus *et al.*, 2019, lk 194; Chan *et al.*, 2017, lk 597–599; Chan *et al.*, 2014, lk 20–21)

Hotelli keskkonnaprogrammi rakendamise edu eelduseks on Chan ja kaasautorid (2017, lk 599) esile toonud keskkonnateadlikkust ja toimivat infovahetust kõrgema astme juhtidest kuni tavatöötajateni. Oluliseks on peetud ka hotellijuhtide arusaamu ja teadmisi sellest, kuidas keskkonnateadlikkus väljendub personali töötegevustes ning sellest, millised keskkonnategurid mõjutavad töötajate käitumist nende tavade rakendamisel. Üheks võimaluseks on nimetatud regulaarselt korraldatud teabevahetust ja personalikohtumisi, kus antakse ülevaade uusimast keskkonnateabest ja ajakohastest keskkonnategevuste tulemuslikkusest hotellis. Sourvinou ja Filimonau (2018, lk 661) mainisid, et Govindarajulu ja Daily alusel aitab selline teabe edastamine suurendada osakondadevahelist ja ettevõttesisest kooseksisteerimist. Seega juhtide suhtlemisoskuse

parandamine oma töötajatega, nende kaasamine ja koolitamine on hotellimajanduse keskkonnasäästlikus terviklikus arengus üliolulisel kohal. (Melissen & Sauer, 2019, lk 79; Chan *et al.*, 2017, lk 599–600)

Töötajate heaolu ja nende vajadusi on ettevõttel võimalik arvesse võtta veel näiteks rohelisele personalijuhtimisele (vt lisa 1) keskendudes. Töötajaid on nimetatud jätkusuutliku töökultuuri loomisel, edendamisel ja säilitamisel võtmeteguriks (Datta, 2015, lk 83). Datta (2015, lk 87) on kirjanduses esile toonud, et organisatsioonid peaksid motiveerima töötajaid selleks, et nad rakendaksid keskkonnaga seotud väärtusi ja tavasid lisaks töökeskonnale ka kõigis teistes eluvaldkondades. Renwick ja kaasautorid (2013, lk 3–4) on öelnud, et rohelisse personalijuhtimisse panustatakse parandamiseks ettevõttes töötajate keskkonnakäitumist ja -hoiakuid ning motiveerimaks neid keskkonnahoidlikumalt mõtlema, mis omakorda annab töötajatele arenguvõimaluse keskkonnasäästlikkusega seotud teadmiste ja oskuste arendamiseks.

Rohelise personalijuhtimise osas on organisatsioonis peamiseks tulemuslikkuse tagamisvõimalusteks ja töötajate heaolusse panustamisepotentsiaaliks esile toodud järgnevad tegevused (Renwick *et al.*, 2013, lk 1,8–11; Peerzadah, Mufti, & Nazir, 2018, lk 791–792):

- Koolitamine ja arendamine (nt töötajate keskkonnajuhtimisega seotud koolitused ja töötoad juhtidele);
- Informeerimine (töötajate omavaheline keskkonnakommunikatsioon, individuaalselt keskkonnasäästlikkust edendavad ülesanded, eesmärgid ja kohustused);
- Motiveerimine (nt personali premeerimine, keskkonnasäästlikud hüved, personali autokasutamise vähendamise ja jalgrattasõidu propageerimine, igakuised boonused kõige tulemuslikumatele töötajatele või tunnustuspõhised autasud);
- Kaasamine (nt kogu personali teavitamine ajakohastest keskkonnasäästlikest saavutustest infokirjade teel; töötajate innustamine keskkonnajuhtimisega seotud ettepanekute tegemise osas või töötajate psühholoogilise mõjuvõimu suurendamine, et parandada nende valmisolekut ettepanekute tegemiseks keskkonnajuhtimise täiustamiseks).

Keskkonnateadlikkust edendavate koolituste sisuks võivad Sloani ja kaasautorite meelest (2017, lk 306) olla näiteks prügi vähendamise tähtsus ja sorteerimine, taaskasutamine ja

ringlussevõtt ning koolitustulemuste tõhustamiseks võiks igal töötajal olla materjal ettevõtte keskkonnapoliitikast ja ligipääs ajakohasele keskkonnasäästlikkusega seotud informatsioonile.

Mitmed autorid on pidanud vajalikuks hotelliettevõtete juhtkonna investeeringuid inimressursside ja töökeskkonna arendamiseks, et töötajatel oleks võimalik saada kasu siseturundustavast ja inimressurssi käsitlevatest praktikatest. Sobiv töökeskkond on töötajale oluline saavutamaks isiklike karjäärieesmärke ja rahulolu ettevõttes. (Nart *et al.*, 2019, lk 48; Kang, Gatling, & Kim, 2015, lk 69). On oluline, et ettevõtte edastaks töötajatele keskkonnasäästlikkusega seotud toimingute vajadused selge sõnumina ja hea loona, sest see aitab töötajatel paremini mõista ettevõtte tegevuse põhimõtetest tulenevaid meetmeid ja olla seega ise osalejaks hotelliettevõtte sõnumi levitamises ja tegevuste rakendamises. Töötajate kaasamine keskkonnasäästlikkuse rakendamisel on lisaväärtus, mida ettevõtte oma siseklientidele saab pakkuda, sest üha enam töötajaid soovivad oma töökohas ainuüksi töö tegemisele lisaks oma tegevustega suuremat mõju avaldada. (Melissen & Sauer, 2019, lk 80–81)

Bruntoni ja kaasautorite (2017, lk 36) töötajauuringust selgus, et juhid nägid vajadust ja soovi loomaks ettevõttes sotsiaalse vastutuse kohaseid algatusi ja seega eetilisemat ärikeskkonda. Näiteks toodi ettevõtte siseste tegevuste osas esile taaskasutust, sotsiaalseid tegevusi, autode ühiskasutust ja personali arendamist ning samas ka tööväliselt tehtavaid vabatahtlikke tegevusi, heategevuslikke rahakogumisi ja annetusi (Brunton, Eweje, & Taskin, 2017, lk 36). Samas on Su ja Swanson (2019, lk 437, 440–444) öelnud, et „organisatsiooni usaldus ja selle väärtustega samastumine mõjutavad otseselt töötajate heaolu ja keskkonnakäitumist sel viisil, et heaolu edendab töötaja keskkonnasäästlikku käitumist“. Töötaja turvatunnet ja heaolu saab edendada koolituste ja meeskonnategevuste arendamise kaudu loomaks ettevõttes positiivset töökeskkonda ja parandades töötajate tehnilisi tööoskusi. Sellised koolitused aitavad rahuldada töötaja psühholoogilisi vajadusi, sest tihtipeale palk ei ole töötajale rahulolu peamiseks määrajaks. (Su & Swanson, 2019, lk 447; Sourvinou & Filimonau, 2018, lk 660)

Alonso-Almeida (2013, lk 204–206) uuringust selgus, et keskkonnasäästlikkuse rakendamisel leidis soolisi erinevusi ning autor tõi mitmete teiste vastutustundlikku ettevõtetlust ja soolist erinevust käsitlevate uuringutulemuste osas esile, et naised on

eetilisel vastutustundlikumad ning seetõttu käituvad ka säästlikumalt kui mehed. Lisaks võtavad naissoost restoranijuhid suurema tõenäosusega vee ja energia säästmise tavad kasutusele võrreldes meestega. Hariduse osas tõid Mang ja Piper (2013, lk 26) esile, et kuigi kõrgem haridustase mõjutab millenniumi põlvkonna suhtumist sotsiaalsesse vastutusse positiivselt, siis keskkonnavastutuse osas see ei kehti. Veel selgus, et rohke töökogemusega vanematel milleeniumi esindajatel on kõrgemad eelistused keskkonnaalase vastutuse osas kui nendel, kellel on vähe töökogemusi (Rosati, Costa, Calabrese, & Pedersen, 2018, lk 1308).

Teenindusmaastiku olulisim sotsiaalne aspekt on kliendi ja töötaja omavaheline suhtlus ning mitmed uuringud on näidanud, et see on eelkõige fundamentaalne ka kliendi rahulolu tagamisel (Dedeoglu, Bilgihan, Haobin Ye, Buonincontri, & Okumus, 2018, lk 11; Oh & Kim, 2017, lk 18, 21). Han ja kaasautorid (2018, lk 64) on öelnud, et maailmas keskkonnamurede suurenemine, ent samal ajal hedonistlike kogemuste üha suurem väärtustamine tekitab hotellikülalistes aina enam soovi osaleda keskkonnasäästlikumates tegevustes ja on seega põhjuseks küllastajate lojaalsusele keskkonnasäästlikuma majutuse valikul (Han, Lee, Trang, & Kim, 2018, lk 64). Kliendi korduvküllastuste kavatsuse ja hotellikogemuse teistele soovitamise peamiseks põhjusteks on loetletud nii tubade puhtuse tähtsust kui ka töötajate suhtlust klientidega (Padma & Ahn, 2020, lk 5).

Üha enam mõistavad hotellid küllastajate keskkonnateadlikkuse tõusu ning seetõttu pürgitakse aktiivselt keskkonnasäästlikes tegevustes osa võtma, et kõita antud sihtrühma (Choi, Kim, Kim, & Agmapisarn, 2019, lk 562). Mõned uuringud on näidanud, et Euroopa hotellikülastajad on võrreldes Ameerika küllastajatega nõus maksma rohkem keskkonnasõbralike teenuste eest (Chan *et al.*, 2014, lk 21; Choi, Parsa, Sigala, & Putrevu, 2009, lk 21). Keskkonnateadlikumad töötajad käituvad tõenäolisemalt keskkonnasäästlikumalt, mistõttu saab töötajate teadlikkus aidata kaasa ettevõtte keskkonnasõbraliku imago ja maine kujundamisel ning seega kliendi rahuolu ja lojaalsuse loomisel (Chan *et al.*, 2017, lk 591, 599). Lisaks on Chan ja kaasautorid (2014, lk 21) öelnud, et ilma töötajate ehk siseklientide abita ei saa külalised ehk väliskliendid hotelli keskkonnapoliitikast tulenevaid hüvesid täielikult kogeda.

Rahulolevate hotelliküllastajate saamiseks peavad ettevõttes olema eelkõige rahulolevad sisekliendid. Kui hotell võtab arvesse enda töötajate vajadused, ootused ja soovid, on

ettevõttel võimalik saavutada suurem edu tänu rahulolevamatele külalistele. Näiteks annab roheline personalijuhtimine ettevõttele võimaluse oma keskkonnasäästlikke tegevusi turundada läbi enda töötajate. Töötajate keskkonnateadlikkuse tõstmiseks on mitmeid võimalusi alates tõhusatest koolitustest kuni töötajate täieliku kaasamiseni protsessi. Et hotellitöötaja tunneks ennast töökeskkonnas hästi ja turvaliselt ning panustaks oma töösse pühendunult, on vajalik pidev informeerimine ja motiveerimine. Kuna tänapäeva hotellikülalised on üha keskkonnateadlikumad, tuleb majutusettevõttel keskkonnasäästlikkuse arendamiseks saavutada tasakaal nii sise- kui välisklientide vajaduste rahuldamisel.

### **1.3. Keskkonnasäästlikkuse arendamine spaahotellis**

Spaahotellide ja hotellide spaade keskkonnasäästlikkuse temaatikat eraldi on teaduskirjanduses vähe käsitletud. Siiski kirjandust keskkonda säästvatest majutusettevõtetest, sh eelkõige hotellidest ja seal arendatavatest praktikatest leidub mitmekülselt. Autor toob selles peatükis esile näited majutusettevõtetes kasutatavatest arendamisprotsessidest, mõjuteguritest, erinevatest lahendustest ning ülevaate mitmetest varasematest uuringutest ja tulemustest, mida on võimalik rakendada ka spaahotellides läbi keskkonnasäästlikkust edendavate tegevuste.

Gustin ja Weaver (viidatud Siti-Nabiha *et al.*, 2014, lk 24 vahendusel) mainisid 1996. aastal, et hotellitegevus ei ole keskkonnasõbralik eelkõige selle suure veekasutuse mahu, suure energiatarbimise (nt kliimaseadmete ja basseinide soojendusmehhanismide) ja jäätmete tekke (sh ühekordsed tarbeesemed) tõttu. Veekeskuste või spaadega hotellid kulutavad keskmise majutusasutusega võrreldes rohkem vett, elektrit jms. Tulenevalt luksus- ja spaahotellide sihtrühma külaliste ootustest on esimestel raskeim väljakutse, et tagada jätkusuutlikkus ja arendada keskkonnasäästlikke praktikaid. (O'Neill, 2014)

Tänapäeval on hotellides keskkonnasäästlikkuse arendamine iseenesest mõistetav ja tavapärane. Ettevõtted teevad seda mitmetel erinevatel põhjustel, milleks võivad olla kasumi maksimeerimine, hotellikülalastajate ootustele vastamine, pikaajaldane kulude kokkuhoid, konkurentsieelise loomine või ehe soov vähendada jäätmeid, säästa energiat ja edendada keskkonnatervist. (Chen, Bernard, & Rahman, 2019, lk 326; Mowforth & Munt, 2016, lk 196; Rahman, Park, & Chi, 2015, lk 1054; Hays & Ozretić-Došen, 2014,

lk 85; Rahman, Reynolds, & Svaren, 2012, lk 721). Tõhusamaks energijahtimiseks on hotelliettevõtetele abiks mitmed platvormid nagu Hotel Energy Solutions, Business Energy Checkup from PG&E ja GreenQuest, mis pakuvad tihti peale tasuta juhiseid internetis (Sloan *et al.*, 2017, lk 42–43, 60, 383).

Mitmeid aastaid tagasi tõdes Ogbeide (2012, lk 1–5), et keskkonnasäästlikud hotellid on uus nähtus ning sellest tulenevalt analüüsis ta oma töös mitmeid erinevaid nüansse, mis olid seotud tarbijakäitumise ja -suhtumisega sellesse kontseptsiooni. Uuring koosnes viiest mõõdetavast valdkonnast: vee- ja energiasäästu kontseptsioonide tähtsus tarbijatele, jäätmete vähendamise olulisus tarbijate seas ning tarbijahoiakud ja -käitumine seoses keskkonnasäästliku hotelli kontseptsiooni rakendamisega. Viimaks koguti demograafilisi andmeid. Uuringu eesmärk oli välja selgitada tarbijate seisukohad hotellide keskkonnasäästlike tegevuste tähtsuse kohta. Arvamustest selgus, et oluliseks nimetati vee- ja energiasäästlikkust, jäätmete vähendamist ja keskkonnasäästliku hotelli praktiseerimise olulisust. Kolmest peamisest keskkonnakaitse meetodist (vee- ja energiasäästmine ning jäätmete vähendamine) olid vastajad kõige tähtsamaks nimetanud energiasäästmist. (Ogbeide 2012, lk 3–7)

Hotellimajanduse tegevusest tuleneva negatiivse keskkonna mõju vähendamise meetmete osas on Melissen ja Sauer (2019, lk 14) nimetanud arvukaid sertifikaatsioonisüsteeme, kontrollnimekirju ja märgiseid. Sellised meetmed sisaldavad põhjalikke juhiseid, kuidas toimida ning aitavad ettevõtetel lihtsamini järgida ja teha muudatusi keskkonnasäästlikumaks arenguks. Ka koostöö teiste sarnaseid väärtusi omavate ettevõtetega võib aidata ühiselt vajaliku teabe ja meetoditeni jõuda (Melissen & Sauer, 2019, lk 15). Mõned hotelliettevõtted on jätkusuutlikkuse arendamisega seotud tegevusi (nt sertifikaatide taotlused ja uuendamised) pidanud liigseks aja- ja rahakuluks. Enamus pädevaid juhte on siiski märganud, et ilma sotsiaalset ja keskkondlikku jätkusuutlikkust arvesse võtmata ei ole võimalik ettevõttes tagada pikaajalist tulude kasvu. (Jang *et al.*, 2017, lk 101; Geerts, 2014, lk 92–94)

Brammer koos kaasautoritega (2012, lk 429–430) on leidnud, et kui väikeettevõttele on esmatähtis tootmiskeskne tegevus ja keskmise suurusega ettevõttele esmalt keskkonnapraktikad, siis mõlema valimi puhul on nii turundus kui ka töötajatele suunatud keskkonnategevus (sh koolitamine) jäetud tähelepanuta. Viimaste all on mõeldud nii

töötajatele ajakohase uudiskirja edastamist, võimalust koguda ja sorteerida jäätmeid liigiti kui ka turunduse aspektis fakti, et ettevõtte reklaamib ennast keskkonnasäästliku asutusena ja tutvustab keskkonnahoiuga seotud tegemisi. (Brammer *et al.*, 2012, lk 429–430). Merli ja tema kaasautorid (2019, lk 176) tõid oma uuringutulemustes esile, et kuigi hotellikülastajad märkavad hotelli rakendatud keskkonnatavasid, siis tihti ei ole nad teadlikud hotelli keskkonnamärgise (vt lisa 1) olemasolust. Seetõttu julgustasid autorid ettevõtteid rohkem teatama ja rääkima oma keskkonnasäästlikest praktikatest. Viimane võib tähendada nii keskkonnasertifikaadiga märgistatud toodete ja ühekordse pakendi piiramise tutvustamist, kui ka külastajatele info edastamist ühistranspordi, kultuuri- ja keskkonnategevuste kohta. (Merli *et al.*, 2019, lk 174)

Majutusettevõtete keskkonnasäästlikkuse edendamiseks ja keskkonnasäästlike hotellide tunnustamiseks on maailmas kasutusel mitmesuguseid programme ja märgiseid. Üks kõige tuntum rahvusvaheline keskkonnamärgis turismimajanduses on 1994. aastal Taanist alguse saanud Roheline Võti (Green Key, edaspidi GK), mis 13.03.2020 seisuga hõlmas GK kodulehe andmetel 65 eri riiki ja 3200 ettevõtet. Ettevõtete alla kuuluvad ([www.greenkey.global](http://www.greenkey.global)): hotellid ja hostelid, väikemajutusettevõtted, laagriplatsid ja puhkepargid, konverentsi- ja seminarikeskused, restoranid ja teised mitmesugused atraktsioonid. Lisaks Rohelisele Võtmele on olemas teised märgised, mida majutusettevõtted kasutavad viitamaks ettevõtte keskkonnasäästlikule tegevusele. Näiteks Green Globe standardsüsteem on mõeldud reisi- ja turismiettevõtetele aitamaks neil saavutada keskkonnasäästlike tegevuste hinnangu ja analüüsi läbi jätkusuutlikumad lahendused (Sloan *et al.*, 2017, lk 309, 421–422).

EarthCheck on maailmas üks juhtivamaid teadus- ja nõuanderühmasid turismimaastikul. Ettevõttel on oma sertifitseerimisprogramm, mis on akrediteeritud ülemaailmse säästva turismi nõukogu poolt (GSTC – *Global Sustainable Tourism Council*). Viimases standardis on põhitegevusaladeks näiteks energiatõhusus, kaitsetegevus ja juhtimine; õhukvaliteedi kaitse ja reovee haldamine; jäätmete käitlus ning keskkonnale kahjulikud ained (EarthCheck, 2018, lk 3). EarthCheck võrdlusuuringuid on võimalik korraldada paljudes erinevates reisi- ja turismiga seotud valdkondades – spaas on selleks näiteks heaolukeskused, terviseklubid, jõusaalid ja päevaspaad. Ettevõtte on muutnud oma põhivaldkondasid vastavalt ÜRO kestliku arengu eesmärkidele, et olla julgustajaks

peamiselt vaesuse, ebavõrdsuse ja kliimamuutuste vastu võitlemise osas. Töötajate keskkonnateadlikkuse arendamisele on EarthCheck ettevõtte standardis keskendunud mitmekülgsest. (EarthCheck, *n.d.*; EarthCheck, 2018, lk 52–57)

Tulenevalt sellest, et hotelliettevõtted püüavad oma tegevuste negatiivseid tagajärgi ja ökoloogilist jalajälge vähendada, on leitud uusi viise, kuidas turundada ennast kui keskkonnasäästlikku hotelli. Ettevõtte võib oma keskkonnasõbralikkust edukalt tutvustada oma kodulehel, kus mainitakse eraldi ära jätkusuutlikud tegevused tutvustamiseks ettevõtte sotsiaalse vastutusega seotud tegevusi (de Grosbois, 2016, lk 255). González-Rodríguez, Díaz-Fernández ja Font (2020, lk 74) on soovitanud hotelliomanikel selgitada välja keskkonnasõbralikud tegevused, mis otseselt resoneeruvad nende küllastajate väärtustega ning Aryanasl ja tema kaasautorid (2016, lk 1271) on pidanud vajalikuks ettevõtte jätkusuutlikkusega seotud väärtuste aktiivset reklaamimist. Klientide keskkonnateadlikkuse tõstmist on pidanud tõhusaks ka autorid Han, Moon ja Lee (2019, lk 9), kes mainisid, et hotelliklientide ökoloogiliselt vastutustundetu käitumise kahjulike tagajärgede valgustamine võib edendada külaliste edaspidiseid kavatsusi ja suurendada keskkonnakäitumist.

Klientide teavitustöö võib tõhusalt toimida läbi veebipõhiste suhtluskanalite nagu meedia, suhtlusvõrgustikud ja kodulehed, kus saab esile tuua hotellimajandust peamiselt puudutavad ökoloogilised probleemid (Han, Moon, & Lee, 2019, lk 9). Roheline turundus on olnud populaarne 1990. aastast alates ning selle all mõeldakse keskkonnasõbralike toodete ja/või teenuste turundamist, millega kaasneb tarbijate keskkonnasäästlikumatest valikutest teavitamine (Hays & Ozretić-Došen, 2014, lk 85, 95; Sloan *et al.*, 2017, lk 338). Eeskujulikumaks näiteks rohelises turunduses võib nimetada Ameerika Ühendriikides olevat Allison Inn & Spa spaahotelli, mis on TripAdvisori küllastajate poolt 2014. aastal valitud kõrgemini hinnatud keskkonnasõbralike hotellide edetabelisse (TripAdvisor, 2014). Allison Inn & Spa on TripAdvisori veebilehel ja ettevõtte kodulehel (<https://www.theallison.com/>) maininud arvukalt spaahotelli keskkonnasäästlikkuse arendamisviise, milledeks on näiteks iga-aastased personalikoolitused, prügi sorteerimine, kliendile keskkonnaalase teabe jagamine, energiatähe olemasolu, basseini soojendamise päikesekütte abil jpm (TripAdvisor, *n.d.*).

Mitmed uuringud näitavad, et tänapäeval on keskkonnateadlikum klient nõus maksuma lisatasu selle eest, et ööbida keskkonnasõbralikumas hotellis (González-Rodríguez, Díaz-Fernández, & Font, 2020, lk 72–73; Chia-Jung & Pei-Chun, 2014, lk 937). Kuid keskkonnasäästlike praktikate rakendamise osas võivad kliendid näha mõningaid muutusi ka kui negatiivset aspekti. Näiteks selgus Chia-Jung ja Pei-Chuni (2014, lk 952) uuringust, et klientidele võib hotellitoas tualett-tarvete puudumine tunduda kui hotelli raha säästmisviis. Mõningad hotellikülastajad tundsid ennast ebamugavalt ja soovisid kompensatsiooni kui neil paluti osaleda teatud keskkonnaalastes tegevustes. Hays ja Ozretić-Došen (2014, lk 89) on märkinud, et klientide kaasamine keskkonnakaitseks aitab neil luua parema sideme brändiga ning seeläbi aktiivselt ettevõtte keskkonnasäästlikele eesmärkidele kaasa aitamine loob emotsionaalset ühendust nii ettevõtte, klientide ja keskkonna vahel.

Han, Moon ja Lee (2019, lk 8) on uuringu tulemustest teinud parendusettepanekud hotellide juhtkondadele selles osas, et külastajatele tuleks keskkonnasõbralikud tooted teha võimalikult mugavaks ja visuaalselt atraktiivseks. Lisaks töid autorid esile, et hotelli keskkonnasäästlikkuse edendamisel ja külastajate rahulolu suurendamisel aitab kaasa külastajate julgustamine, näiteks linade ja rätikute taaskasutamisel, korduvtäidetavate seebi- ja šampooniautomaatide kasutamisel ning prügi korrektsel sorteerimisel (Han, Moon, & Lee, 2019, lk 8).

Keskkonnasäästlikkuse loomisel ja arendamisel on tänapäeva ettevõtetel mitmekülgeid lahendusi, olgu nendeks ressursse säästvate lahenduste kasutuselevõtt või töötajate ja klientide kaasamine. Spaahotellide keskkonnasäästlikkust edendavad sertifitseerimisprogrammid ja kontrollnimekirjad on üks võimalus, kuidas ettevõtte saab oma keskkonnatavasid arendada olemasolevate võimaluste abil. Üha keskkonnateadlikum klient paneb ettevõtteid pingutama ja arendama keskkonnasäästlikkuse nimel. Viimane on suureks konkurentsieeliseks ettevõttele, et ökoloogiliselt vastutustundetust käitumisest tulenevaid kahjulikke tagajärgi minimaliseerida mitte ainult majutusettevõtte edu jaoks, vaid ka selleks, et uutel tulevatel põlvkondadel oleks pikemas perspektiivis võimalik elada täisväärtuslikku ja jätkusuutlikku elu.

## **2. TÖÖTAJATE KESKKONNATEADLIKKUSE UURING SPAAHOTELLIS HEDON SPA & HOTEL**

### **2.1. Ülevaade spaahotelli Hedon SPA & Hotel keskkonnasäästlikest tegevustest ja uuringu kirjeldus**

Käesolevas peatükis antakse ülevaade Hedon SPA & Hotel tegevustest keskkonnasäästliku hotelli arendamisel ja kirjeldatakse lõputöö uuringu eesmärki, valimit, uurimismeetodit ja uuringu korraldust. Siinjuures lähtutakse ettevõtte kodulehel (<https://www.hedonspa.com>) kajastatud ja osakonnajuhtidega läbi viidud vestluste käigus saadud informatsioonist. Hotellid, sh eelkõige spaahotellid, on keskkonna mõistes suured vee-, energia- ja teiste ressursside kulutajad. Kuigi töötajate keskkonnateadlikkuse tõstmise ja keskkonnasäästliku spaahotelli arendamise kohta leidub vähe teaduslikku matejali, saaksid eelkõige spaahotellid olla keskkonnasäästlikkuse arendamisel eeskujuks ja teenäitajaks teistele majutusettevõtetele.

Eestis on esimese rohelise energia spaahotellina eeskuju näitamas Pärnu kuurortlinnas tegutsev majutusettevõtte Hedon SPA & Hotel, mis tegutseb alates 2014. aastast. Hotelli peamiseks külastajagrupidiks on ärikliendid, pered ja individuaalkülastajad. 2020. aasta seisuga on hotellitubade arv 75. Hotelli teeb eriliseks nüanss, et ajaloolisse mudaravilasse on rajatud moodne spaakompleks. Põhjamaade restoranide teejuht White Guide soovitab külastada spaahotelli restoran Raimondit eelkõige selle kõrge taseme, kohaliku ja värske tooraine ning maitseelamuste tõttu (Reilend, 2020). Raimondi kõrval pakub modernset Euroopa kööki grillrestoran Akord. Hotelli butiikspas pakutakse spaateenuseid Vana-Eesti traditsioonide kohastest rännakutest kuni Põhja-Aafrika ilurituaalideni. Alates 2019. aasta sügisest on võimalik broneerida endale majutus spaahotellile lisaks jahtklubi kõrval asetsevas Hedon SPA & Hotel külaliskorteris Rannakivi Residents. Spaahotell sai rahvusvahelise ökotunnusmärgi Rohelise Võtme 2018. aasta kevadel ning 2020. aastal esitati sellele pikendustaotlus.

Olemasoleva olukorra kaardistamiseks hotelli keskkonnasäästlikest tegevustest ja sisendite saamiseks lõputöö uuringu ettevalmistusse viis autor vestlused läbi järgmiste hotelli osakonnajuhtidega (detsember 2019 kuni aprill 2020): tegevjuht, hotellijuht, spaajuht, toitlustusjuht, müügi-osakonnajuht, tehnikajuht ja endine turundusjuht. Vestluste käigus uuriti, kas töötajaid on informeeritud või koolitatud viisil, et nad oleksid tuttavad hotelli keskkonnasäästlike põhimõtetega. Vestlusest tegevjuhiga selgus, et spaahotelli eesmärgiks on algusest saadik olnud keskkonnasäästlikkusele keskendumine ja see, et hotellitöötajad tunneksid siirast huvi keskkonnaga seotud teemade vastu. Praeguseks vastab spaahotell kõikidele Rohelise Võtme kohustuslikele kriteeriumitele ning edaspidi on plaanis hotelli keskkonnasäästlikkust veelgi enam arendada. Hotellis vastutavad keskkonnaga seotud teemade ja tegevuste eest hotellijuht ja tehnikajuht.

Enne Rohelise Võtme ökomärgise taotlemist tegeles hotell korralikult jäätmete ja taara sorteerimisega. Juhtide sõnul on teavitustöö olnud pidev protsess. Kaks korda aastas korraldatavatel üldkoosolekutel antakse kõigile töötajatele ülevaade ajakohastest keskkonnanohiuga seotud toimingutest. Iga uus töötaja on kohustatud tutvuma ettevõtte poolt koostatud Rohelise Võtme teabematerjaliga. Kui lõputöö autor uuris, kuidas on töötajaid kaasatud keskkonnaprogrammi, siis mitmed juhid tõid esile, et kõige paremini toimivad Rohelise Võtme kriteeriumid majutus- ja toitlustusosakonnas. Vastuolu seisnes selles, et kui üks juht pidas keskkonnasäästlikkuse aspektist lähtudes kõige paremini toimivateks spaa- ja majutusosakonda, siis mitmed teised tõid välja toitlustus- ja majutusosakonna.

Vestlustest selgus veel, et peamiselt tegeletakse selliste keskkonnasäästlike tegevustega nagu prügi sorteerimine, pakendite kasutamise vähendamine, paberi taaskasutamine ja toidujäätmete minimaliseerimine majutus- ja toitlustusosakonnas. Butiikspaa ei ole hetke seisuga veel keskkonnasäästlike tegevusi rakendanud, kuid 2020. aastal plaanitakse seda teha. Töötajate keskkonnateadlikkust püütakse ettevõttes üha rohkem arendada ka selleks, et külastajad mõistaksid spaahotelli keskkonnapoliitikast tulenevaid toiminguid ja tulemusi. Peamisteks keskkonnasäästlikkuse aspektideks ettevõttes on hotellijuht nimetanud hotellitubades olevaid dosaatorsüsteeme (minutoodete puudumist), puhastusainete keskkonnasõbralikkust, prügi sorteerimist, printpaberi taaskasutust ja

osakaalu vähendamist, plastikust joogikõrte asendamist pillirookõrtega, harilikke pliiatseid jpm. Hedon SPA & Hotel liitus 2020. aasta algusest rohelise energiaga, mis tähendab, et spaahotell kasutab ainult taastuvate energiaallikate baasil loodud energiat. Edaspidi on plaanis paigaldada parklasse ka elektriautode akulaadimiskohad.

Mitmed juhid mainisid, et mõned külastajad ei ole olnud rahul hotellitubades muudatusega, kus šampooni- ja palsamipakendid vahetati dosaatorite vastu. Taolisi kaebusi on ette tulnud, hoolimata sellest, et hotellijuhi kinnitusele on tegemist kvaliteetsete ökotoodetega. Juhid kirjeldasid, et Hedon SPA & Hotel personal on sellisteks olukordadeks ette valmistunud – töötajatele on eelnevalt selgeks tehtud hotelli keskkonnapoliitika, mida vajadusel selgitatakse ka rahulolematutele klientidele. Hotellijuht tõdes veel, et kogu maailmas pööratakse enam tähelepanu keskkonnateadlikkuse tõstmisele, kuid keskkonnateadlikkusega seotud uuringuid külastajate ega töötajate seas spaahotellis varasemalt läbi viidud ei ole.

Lõputöö autor tutvus parema ülevaate saamiseks kõikide ettevõttes leiduvate keskkonnasäästlikkust puudutavate dokumentide ja materjalidega. Nendeks olid äriplaan, Rohelise Võtme taotlusankeet, Rohelise Võtme tutvumismaterjal ja keskkonnategevuskava. Lisas 2 on tabel, kuhu autor lisas peamised märksõnad ja kommentaarid kirjeldamiseks, kuidas spaahotellis on dokumentide põhjal personali ja hotellikülastajaid kaasatud keskkonnateemadesse.

Põhiuuringu toena vaadeldi veel perioodil 03.03–10.03.2020 veebilehtesid ja sotsiaalmeedia kanaleid, kus olid Hedon SPA & Hotel spaahotelli tutvustustekst ja külastaja tagasiside. Lisas 3 on ülevaatlik tabel turunduskanalitest, kus leidsid või puudusid viited keskkonnasäästlikkuse kohta Hedon SPA & Hotel hotelli tutvustustekstides. Pea 1300 Google ja 1200 Booking.com arvustuse hulgas ei leidunud ühtegi tagasisidet, kus oleks olnud mainitud spaahotelli rohelist mõtteviisi või keskkonnasäästlikkust. Lisa 3 põhjal on võimalik näha, et enamikes turunduskanalites puudusid viited ettevõtte keskkonnapoliitikale, mis tähendab, et ettevõtte turunduses pigem ei ole sotsiaalmeedias ja majutuse otsinguplatvormides keskendunud keskkonnasäästliku mõtteviisi levitamisele.

Lõputöö eesmärgi saavutamiseks ja vastuse leidmiseks uurimisküsimusele kavandati hotellitöötajate keskkonnateadlikkuse uuring, mille eesmärgiks oli teada saada Hedon SPA & Hotel spaahotelli töötajate teadlikkus hotelli keskkonnasäästlikest tegevustest ja sellest, kuidas spaahotell saaks oma tegevustes veelgi enam suurendada keskkondlikku jätkusuutlikkust. Lõputöö eesmärk oli esitada ettepanekud Hedon SPA & Hotel töötajate keskkonnateadlikkuse ja hotelli keskkonnasäästliku arengu toetamiseks. Eesmärgi saavutamiseks püstitati sissejuhatavas peatükis uurimisküsimus: kuidas saab Hedon SPA & Hotel tõsta töötajate keskkonnateadlikkust suurendamiseks spaahotelli keskkonnasäästlikkust?

Andmekogumismeetodina kasutati kvantitatiivset uurimismeetodit – ankeetküsitlust (vt lisa 4), mis edastati Hedon SPA & Hotel ettevõtte töötajatele osakonnajuhtide abiga elektrooniliselt e-maili teel. Allen (2017) on öeldnud, et ankeetküsitluses on võimalik koostada eraldi hoiaku- ja uskumustega seotud küsimusi, mis kirjeldavad vastajate puhul nende uskumusi millessegi. Üliõpilane leidis, et kuna uuring keskendub spaahotelli keskkonnasäästlikkuse arendamisele, on töötajate suhtumise ja käitumise välja selgitamine eriti oluline. Valikvastustega küsimused aitavad hetkeolukorda selgust tuua. Küsitlusankeedi sisulisel ettevalmistamisel tugineti lisa 5 viidatud autorite teoreetilistele käsitlustele ja Hedon SPA & Hotel spaahotellis läbi viidud osakonnajuhtide vestlustele. Nende põhjal selgitati välja teemaga seonduvad vajalikud uuritavad aspektid.

Küsitlusankeet jagati kuueks peamiseks teemavaldkonnaks, millest viimane osa sisaldas üldinfot ja demograafilisi näitajaid. Uurimisvahendina kasutati peamiselt Likert-tüüpi skaalat (vt lisa 4), mida on peetud üheks kõige usaldusväärsemaks hoiakute mõõtmisel (Joshi, Kale, Chandel, & Pal, 2015, lk 396). Likerti skaalal põhinevad küsimused annavad vastuse selle kohta, kas vastajad nõustuvad või ei nõustu neile ette antud väidetega (Timur & Getz, 2009, lk 225). Vastusevariantide esitamisel kasutati uuringus kahte erinevat 5-pallilist Likert-tüüpi skaalat. Esimeses, teises ja kolmandas teemaplokis kasutati järgnevat 5-pallilist süsteemi: 1 – nõustun täielikult, 2 – pigem nõus, 3 – pigem ei ole nõus, 4 – ei ole nõus, 5 – ei oska öelda/kogemus puudub. Neljanda teemaploki küsimuste 1–3 puhul kasutati intensiivsuse erinevustel põhinevaid valikuid: 1 – mitte kunagi, 2 – harva, 3 – mõnikord, 4 – tihti, 5 – ei oska öelda/kogemus puudub.

Kahel korral kasutati suletud küsimust (küsimused 4 ja 5), et välja selgitada töötajate vajadus saada juhtkonnalt lisainformatsiooni keskkonnasäästlikumaks käitumiseks. Allen (2017) tõdeb, et valikvastustega küsimuste seas on suletud küsimused ühed populaarseimad ning eeliseks on, et neid saab hästi kasutada uuringus, kus püütakse välja selgitada käitumise või suhtumisega seotud informatsiooni. Lisaks on käitumisküsimuste puhul parema hindamise ja arusaama jaoks võimalik lasta vastajal vastata mitmele küsimusele korraga ning seetõttu lasti vastajatel 6. küsimuse puhul valida üks või mitu vastusevarianti (Allen, 2017). Küsimused 7–9 olid avatud, et teada saada vastaja otsene arvamus ettevõtte keskkonnasäästlikkuse arendamise võimaluste kohta. Vastuste analüüsimiseks kasutati sisuanalüüsi. Ankeetküsitlus koostati Limesurvey keskkonnas, kus ankeet oli avatud perioodil 06.04–20.04.2020.

Uuringu üldkogumiks olid Hedon SPA & Hotel ettevõtte töötajad. 2019. aasta lõpu seisuga oli spaahotellis keskmiselt 90 töötajat. 2020. a. kevadel esines koosseisus muudatusi. Valimi hulka kuulusid kõik ankeetküsitlusele vastanud töötajad, kes täitsid küsitlusankeedi üliõpilase ja osakonnajuhtide palvel. Juhuvälja moodustasid lõpuks 20 töötajat, kes vastasid küsitlusperioodi ajal Limesurvey keskkonnas ankeetküsitlusele. Kuna uuringu ajal kehtis Eesti Vabariigis eriolukord ning kõik hotellid ja spaakeskused olid suletud, võib eeldada, et sellest tulenevalt sai lõputöö autor ankeetküsitlusele vähem vastuseid kui tavapärasel olukorras oleks võimalik olnud saada.

## **2.2. Uuringu tulemuste analüüs**

Ankeetide vastused olid anonüümsed ja andmeanalüüs teostati MS Excelis, kuhu sisestati kõikide ankeetide järjekorranumbrid ja vastused. Andmeanalüüs teostati ajavahemikul 21.04–02.05.2020. Selle põhjana kasutati kõiki 20 töötajate poolt täielikult täidetud ankeeti. Põhiuuringu tulemuste ja saadud andmete analüüsimisel kasutas töö autor kirjeldavat statistilist analüüsi programmide MS Excel ja SPSS Statistics abil. Alapeatükis kasutatud joonised ja tabelid on koostatud töö autori poolt küsitlusperioodil saadud andmete põhjal.

Täidetud küsitlusankeetide hulk ei olnud kokkuvõttes suur. Uuringu läbiviimise ajal riigis kehtinud eriolukord tõi kaasa vähese töötajatepoolse tahte teemaga tegeleda ja probleemi

ankeetide edastamisel. Võttes arvesse, et Hedon SPA & Hotel oli uuringu perioodil suletud, oli küsitlust võimalik edastada vaid e-maili teel osakonnajuhtidele. Viimati nimetatud saatsid ankeetküsitluse veebilingi korduvalt edasi oma töötajatele. Kuna kõikidelt töötajatelt vastuseid ei laekunud, oli valim piiratud. Seetõttu on kogutud andmete põhjal võimalik teha vaid esmased järeldused.

Uuringu tulemuste analüüsi järjekorra aluseks on lisa 5 esitatud tabel. Analüüsi alustatakse demograafilistest andmetest ja üldinfost kaardistamiseks vastanute töökogemus, osakond, sugu, vanus ja haridus. Lisa 6 (vt lk 71) on esitatud vastajate demograafilised andmed ja üldteave nt töötajate tööstaaz jms. Vastanute seas oli kõige enam neid, kes on Hedon SPA & Hotel ettevõttes töötanud 1–2 aastat (7). Võrdselt jagunes vastanute arv vastusevariantide „alla 1 aasta“ ja „3–5 aastat“ puhul. Mõlemal juhul oli vastanuid 6. Üks inimene mainis, et ta on töötanud spaahotellis alates selle asutamise algusajast. Kõige lühema töökogemusega on spaaosakonna töötajad, kes on ettevõttes töötanud keskmiselt 1–2 aastat (6). Sama kaua on töötanud ka kolm inimest toitlustusosakonnas. Kõikide osakondade (v.a spaa osakond) vahel oli võrdselt jagunenud neid, kellel on ettevõttes töökogemust kauem kui 3 aastat.

Osakondade lõikes laekus enim küsitlusankeete spaaosakonna töötajatelt (7). Vastajate arvu poolest teisel kohal olid töötajad toitlustusosakonnast (5). Kõigist teistest osakondadest ja tööpositsioonidelt laekus ankeetidele vastuseid võrdne arv (4). Anonüümsuse säilitamiseks osakondade nimistusse lisatud valik „muu“ märkis osakondi, kus töötajate arv suurte osakondadega võrreldes oli väike.

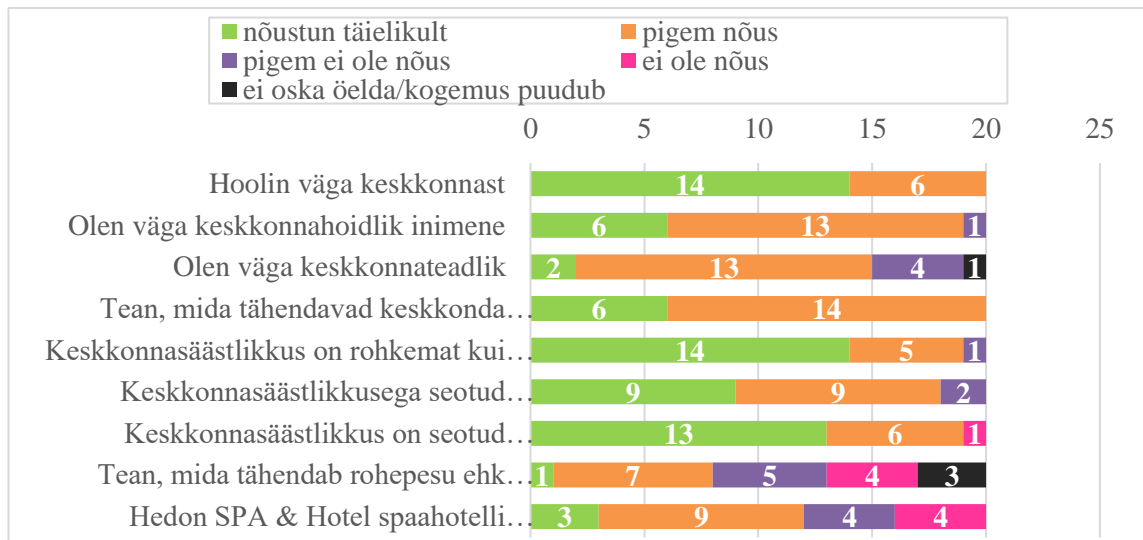
Sooliselt olid ülekaalus naissoost vastajad, keda esindas 18 inimest. Küsitlusele vastanuid meessoost isikuid oli 2. Majutus- ja toitlustusosakonnast vastas küsitlusele kummastki üks meessoost isik, mis tähendab et spaa- ja teistest osakondadest olid esindatud vaid naissoost respondendid. Vastusevariandid vanuse kohta jaotati kuude gruppi: 18–24 (4), 25–34 (6), 35–44 (7), 45–54 (1), 55–64 (2) ja 65+ . Viimases vanuserühmas vastajaid ei olnud. Seda ilmselt seetõttu, et selles eas jäävad töötajad juba pensionile. Eeldatavasti on aktiivseim tööiga 20+. Seda kinnitasid ka laekunud vastused. 18 naissoost vastanu seas oli kõige suurem osakaal töötajatel vanuses 35–44 (7) ja 25–34 (6). Meessoost esindajate osas oli üks vastajast vanusevahemikus 18–24 ning teine aastates 45–54.

Hariduse osas olid vastusevariantideks põhi- (2), kutse- (5) ja kõrgharidus (8) ning valik „muu“ (5). Kõige enam oli viimase valiku puhul mainitud keskharidust (3), ühel korral keskeri ning ühel juhul respondent ei täpsustanud oma haridustaset. Töökogemuse ja hariduse omavahelisi seoseid võrreldes võis märgata, et kõrgharidusega inimeste hulgas on kõige enam neid, kes on töötanud 3–5 aastat (4), kutseharidusega töötajatest enamiku tööstaaž on alla 1 aasta (3) ning põhiharidusega töötajatel 1–2 aastat. Keskkharidusega töötajatel on ettevõttes töökogemust vähem kui üks kuni kaks aastat. Keskeri ja „muu“ vastuste puhul märgiti nii 1–2 kui ka 3–5 aastast tööstaaži. Vanuse ja hariduse seosest on näha, et enim kõrgharidusega töötajaid on vanuses 25–34 (3) ja 35–44 (3). Vanusegrupis 18–24 oli enim kutseharidusega töötajaid (2). Kõige vähem valitud vanusevahemikud olid 45–54 (1) ja 55–64 (2), kus esindajatel on põhi-, kutse- ja kõrgharidus.

Teiseks analüüsitakse väiteid, mis olid seotud töötajate suhtumisega keskkonnahoidu. Kokku oli esimeses teemaplokis 9 väidet, mille eesmärgiks oli teada saada ettevõtte töötajate isiklikud arusaamad ja kokkupuuted keskkonnasäästikkusega seoses. Kahe väite puhul olid kõik vastanutest täielikult nõus või pigem nõus sellega, et nad hoolivad väga keskkonnast ja teavad, mida keskkonda säästvad tegevused tähendavad. Kõige enam oldi nõus väidetega „hoolin väga keskkonnast“ ja „keskkonnasäästlikkus on rohkemat kui elektri-, vee- ja ressursisäästmine“, millele mõlemal korral oli 14 inimest valinud vastusevariandi „nõustun täielikult“. Esimese väite puhul olid kõige enam nõus töötajad vanuses 25–44, teise väitega nõustuti pigem vanuses 35–44. Täielikult nõustusid 13 inimest väite puhul, mis kirjeldas, et keskkonnasäästlikkus on seotud harjumuste ja käitumismustritega.

Vastustest esimese teemaploki küsimustele selgus, et suurem osa töötajaid peavad ennast keskkonnahoidlikuks ja -teadlikuks ning keskkonnahoid on neile oluline. Samas on spaahotelli keskkonnapoliitika pigem pannud neid käituma keskkonnahoidlikumalt ka väljaspool töökeskkonda. Seda väitsid eelkõige spaaosakonna töötajaid, kellest valdav osa (6) pigem nõustusid väitega. Teised osakonnad olid viimase väitega nõustumise osas tagasihoidlikumad. Seejuures toitlustusosakonnas esines kõige enam vastajaid, kes pigem ei nõustunud sellega. Esimeses teemaplokis olid suurema osakaaluga positiivsed vastusevariandid „nõustun täielikult“ ja „pigem nõus“. Kõige enam osutusid valituks need spaaosakonna personali poolt, kelle positiivsete vastusevariantide arv ületas pea

kahekordselt teiste osakondade omi. Näiteks kui positiivseid vastuseid valisid spaaosakonna töötajad esimeses teemaplokis 55 korral, siis toitlustuses valiti 35 korda ning majutus- ja teistes osakondades võrdselt 30 korral. Kõik töötajate isiklikud arusaamad keskkonnasäästlikkusega seotud väidete osas on esile toodud joonisel 1, kus on vastajate hinnangute arvud kajastatud 5-pallilisel skaalal.



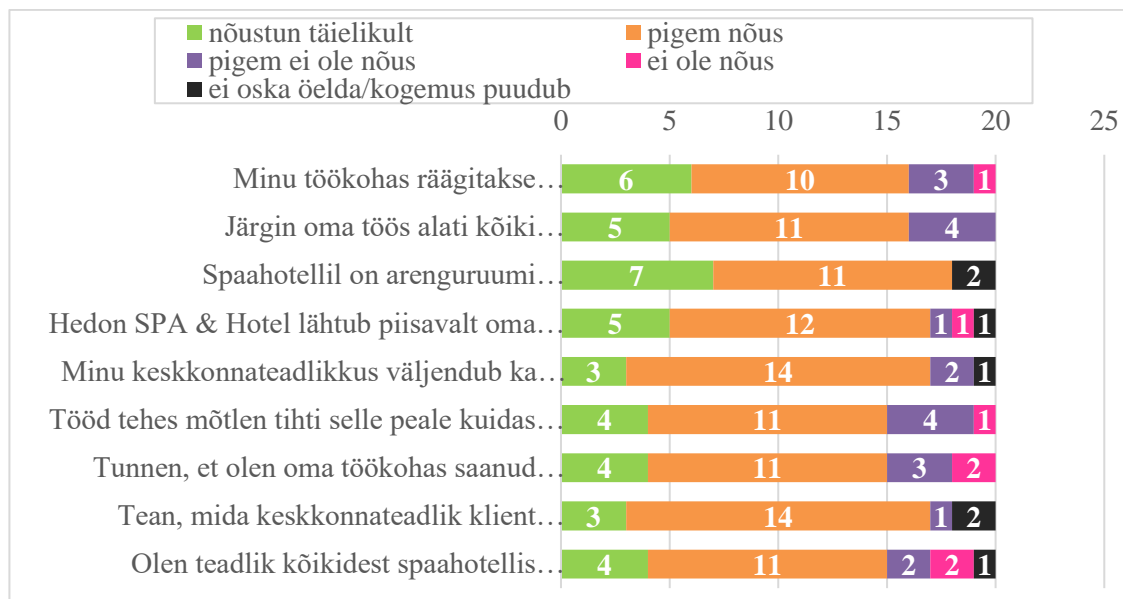
**Joonis 1.** Töötajate hinnangud isikliku suhtumise osas keskkonnahoidu

Kõige enam negatiivseid vastuseid isikliku suhtumisega keskkonnahoidu laekus toitlustusosakonnast, kus valiti teiste osakondadega võrreldes rohkem vastuseid „pigem ei ole nõus“, „ei ole nõus“ või „ei oska öelda/kogemus puudub“. Seejuures väite puhul „tean, mida tähendab rohepesu ehk ökoeksitamine“ olid kõikidest osakondadest võrdselt kolm isikut vastanud „pigem ei ole nõus“, „ei ole nõus“ või „ei oska öelda/kogemus puudub“. Nende vanusevahemik oli 18–24 ja 35–44. Kõikidest esimese teemaploki väidetest andis teadlikkus rohepesust kõige madalama aritmeetilise keskmise ehk 3,05. Kõige kõrgem oli aritmeetiline keskmine esimese väite „hoolin väga keskkonnast“ puhul ehk 1,30. Vastuseid „ei oska öelda/kogemus puudub“ ja „ei ole nõus“ valiti kokkuvõttes vähe, mis tähendab, et peamiselt on personali keskkonnahoidu suhtumine positiivne. Kuigi mõningate väidete puhul oli märgata rohkem negatiivseid vastuseid, siis enamjaolt siiski nõustuti positiivsete väidetega. Võib arvata, et töötajatel on isiklik kokkupuude ja ülevaade keskkonnasäästlikust majandamisest.

Kolmandaks tuuakse analüüsis esile tulemused selle kohta, mida spaahotelli töötajad tööga seonduva keskkonnasäästlikkuse edendamise osas arvasid. Teises teemaplokis oli kokku 18 väidet, mille eesmärk oli samuti välja selgitada töötajate isiklikud arusaamad. Kõige enam nõustuti väidetega „hindan kõrgelt seda, mida spaahotell teeb keskkonnavalaste saavutuste ja arengu jaoks“ ja „Hedon SPA & Hotel on keskkonnateadlik ettevõtte“. Mõlemad väited said võrdsel hulgal vastuseid variantide „nõustun täielikult“ (10) ja „pigem nõus“ (10) puhul, mistõttu mõlemal juhul osutus kõrgeimaks aritmeetiliseks keskmiseks 1,50. Nendele järgnevalt oli kõrgem hinnang (1,75) antud väitele „tean, mida tähendab keskkonnasäästlik töökeskkond“, kus kõige enam positiivseid vastuseid tuli 1–2 aastase töökogemusega vastajatelt. Kui majutusosakonnast nõustus selle väitega täielikult kolm inimest, spaaosakonnast üks inimene, siis toitlustusosakonnast ei olnud ühtegi täielikult nõustujat.

Väidetel „keskkonnasäästlikkusega seotud teemad on olulised minu töö seisukohalt“, „oma igapäevases töös tegelen keskkonda säästvate tegevustega ja mõtlen oma käitumise tagajärgedele“ ning „keskkonnasäästlikkusega seotud väärtused on minule sama olulised kui ettevõttele“, oli kõikidel sama aritmeetiline keskmine ehk 1,90. Seitse inimest nõustus täielikult, et nende töö seisukohalt on keskkonnasäästlikkusega seotud teemad olulised nii neile endile kui ka ettevõttele. Siiski arvati kahel korral, et keskkonda säästvad tegevused ei ole tööd tehes olulised ning ühel korral puudus kokkupuude või vastaja ei osanud öelda, kas keskkonnaga seotud väärtused on talle sama olulised kui ettevõttele. Osakondade lõikes oli kõige enam positiivseid vastuseid andnud taas spaaosakond, kus valiti vastusevariante „nõustun täielikult“ ja „pigem nõus“ 117 korral. See võib tuleneda ka sellest, et seal oli küsitlusele rohkem vastajaid. Kuigi toitlustusosakonnast oli vastajaid üks inimene rohkem kui majutusosakonnas, siis positiivseid vastuseid valisid töötajad toitlustusosakonnast ja teistest osakondadest vähem vastavalt 61 ja 58 korral.

Teise teemaploki 18 väitest valiti joonisele 2 välja 9 väidet aritmeetilise keskmise põhjal. Kõige kõrgemate ja madalamate keskmistega väited jäeti välja. Joonisel 2 on väited esitatud järjekorras aritmeetilise keskmise kõrgeimast väärtusest alustades, kus väidete keskmine hinnang jäi vahemikku 1,95–2,25.

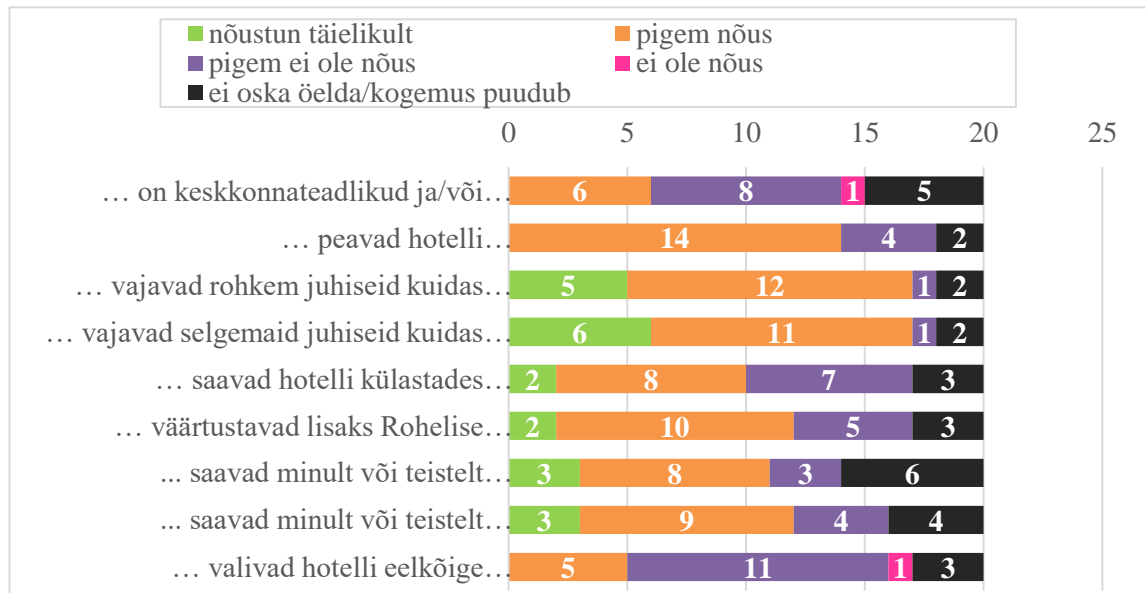


**Joonis 2.** Töötajate hinnang tööga seonduvale keskkonnasäästlikkuse edendamisele

Ka selle teemaploki vastused olid domneerivalt positiivsed. Eelkõige valiti hinnangut „pigem nõus“, kuid vastusevarianti „pigem ei ole nõus“ esines eelmise teemaplokiga võrreldes rohkem. Respondentidel puudus enim kogemus või ei osatud öelda, kas nende töökaaslased on keskkonnateadlikud või kas ettevõtte investeerib piisavalt, et arendada spaahotelli keskkonnasäästlikkust. Sellest tulenevalt kujunesid esimese ja teise väite aritmeetilised keskmised teemaploki madalaimaks vastavalt 2,65 ja 2,50. Väide „tunnen, et suudan rakendada oma töös üha enam keskkonnasäästlike tegevusi“ sai samuti madala hinnangu, mis tähendab, et mõned töötajad ei pruugi ennast tunda ettevõttes enesekindlalt rakendamaks keskkonnasäästlike tegevusi. Siiski oli teise teemaploki madalaim keskmine kõrgem kui esimese teemaploki väide, kus selgitati välja töötajate kokkupuude ja teadmised rohepesu osas.

Klientide keskkonnateadlikkuse edendamisele keskendus kolmas teemaplokk (vt joonis 3), kus töötajad andsid oma hinnangud selles kohta, kui keskkonnateadlikuks nad Hedon SPA & Hotel spaahotelli kliente peavad. Kolme esimese teemajaotusega võrreldes esines selles teemaplokis kõige enam vastust „ei oska öelda/kogemus puudub“, mis võib põhineda sellel, et ettevõttes ei ole kliendiuringuid läbi viidud ja seetõttu ei ole töötajatel võimalik öelda, kui keskkonnateadlikud spaahotelli kliendid on. Kõige vähem valitud

vastusevarianti „ei ole nõus“ esines vaid kahel korral, mis võib tuleneda sellest, et töötajad pigem peavad ettevõtte külastajaid keskkonnahoidlikuks.



**Joonis 3.** Töötajate hinnang spaahotelli klientide keskkonnateadlikkuse osas

Esimest korda teemaplokkide vastustes ei esinenud vastusevarianti „nõustun täielikult“ kolmandas teemaplokis mitme väite puhul. Töötajad nõustusid kõige enam väidetega, mis kinnitasid, et Hedon SPA & Hotel ettevõtte külastajad vajavad selgemaid ja rohkem juhiseid, kuidas olla keskkonnasäästlikum spaahotelli külastaja. Seda mainisid eelkõige kuus töötajat spaaosakonnast, kellel on töökogemust keskmiselt alla 1 kuni 2 aastat. Hetkeolukord kajastab vajadust tõsta klientide keskkonnateadlikkust.

Klientide keskkonnateadlikkuse edendamise osas olid töötajad pigem nõus kõikide väidetega, kuid selles teemaplokis jagunesid arvamused pigem kaheks. Paljudel kordadel ei osatud kas väidetele vastata või töötajatel puudus kogemus. Kõige madalama keskmise hinnangu (3,25) sai väide „Hedon SPA & Hotel ettevõtte kliendid on keskkonnateadlikud ja/või keskkonnahoidlikud“. Enamik töötajaid leidis, et spaahotelli kliendid pigem ei vali hotelli keskkonnasäästliku aspekti tõttu. Antud vastuste osas, kus esines veidi erinevusi, tõdeti, et kliendid saavad töötajalt endalt või oma kaaskolleegidelt infot selle kohta, kuidas nad saavad kaasa aidata spaahotelli keskkonna mõju vähendamisele ning infot piirkonnas saadaolevate keskkonna- ja kultuuritegevuste kohta. Töötajad olid küsitluses vastanud, et nad jagavad klientidele vähem informatsiooni võimaluste kohta kuidas

keskkonnamõju vähendada, kui selle kohta milliseid saadaolevaid keskkonna- ja kultuuritegevusi piirkonnas leidub.

Vastused küsimusele kuivõrd töötajate arvates spaahotelli kliendid peavad keskkonnasõbralikkust oluliseks ja saavad hotelli külastades keskkonnateadlikumaks, andsid keskpärase tulemuse. Kolm töötaja igast osakonnast olid võrdselt seda meelt, et Hedon SPA & Hotel ettevõtte kliendid väärtustavad lisaks Rohelise Võtme tiitlile reaalseid spaahotelli keskkonda säästvaid tegevusi, kuid neli inimest spaaosakonnast pigem ei nõustunud väitega. Kuna klientide keskkonnateadlikkuse hinnangutes esines eelmise kahe teemaplokiga võrreldes kõige enam vastuolusid ja negatiivseid vastuseid, võib eeldada, et spaahotelli töötajad on pigem seda meelt, et kuigi hotellikülalastajad peavad keskkonnasõbralikkust oluliseks, vajavad nad rohkem selgemaid juhiseid valimaks hotelli eelkõige keskkonnasäästliku aspekti tõttu.

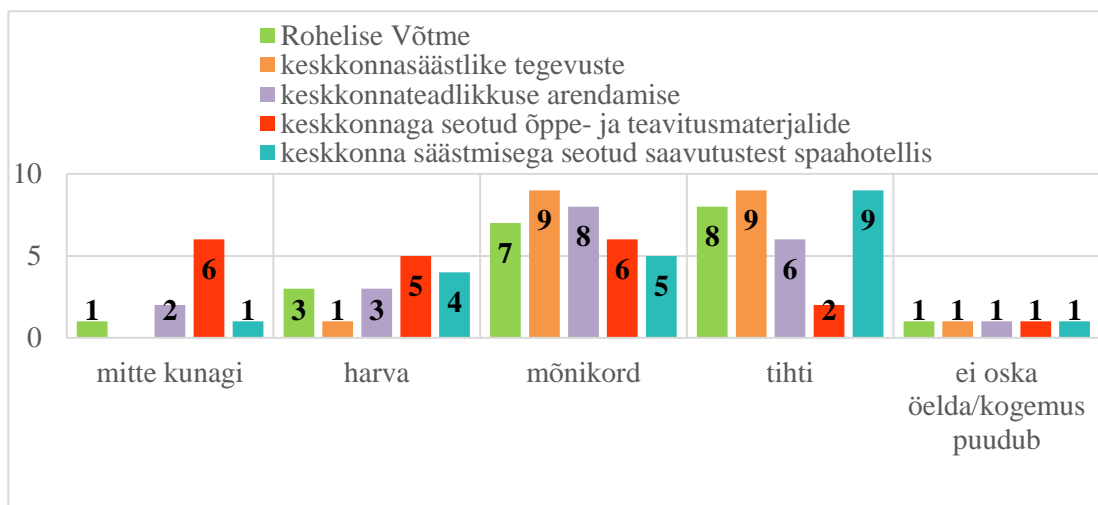
Neljäs teemaplokk keskendus töötajate hinnangule, kus tuli kirjeldada, kui tihti kaasatakse neid ettevõttes keskkonnasäästlikkesse tegevustesse. Teemaplokk sisaldas kolme peamist väidet ning vastusevalikud olid antud Likert-tüüpi skaalal 1–5, kus number 1 oli „mitte kunagi“ ning number 5 „ei oska öelda/kogemus puudub“. Keskkonnasäästlikkuse teemadega kaasamisel oli märgata, et enamus töötajaid on Rohelise Võtme kohta informatsiooni saanud kõige tihedamini juhtkonnalt (11) ja koosolekutelt (11) ning kõige harvem tööväliselt (6) ja kolleegidelt (4). Kõige enam esitati vastuseid „tihti“ ja „mõnikord“, mis tähendab, et enamust töötajatest on teavitatud Rohelise Võtme kriteeriumitest. Kui vastust „tihti“ valiti 35 korral, siis vastus „mitte kunagi“ osutus valituks 14 korral. See tähendab, et mitmed töötajad ei ole kuulnud Rohelise Võtme kohta ei tööväliselt (4), koosolekutelt (3), koolitustelt (3) ega ka kolleegidelt (3).

Enim puudus töötajatel kogemus või nad ei osanud öelda, kas nad on saanud keskkonnamärgise kohta informatsiooni koolitustelt (7). Kõige enam on juhtkonnalt ja koosolekutelt saanud infot märgise kriteeriumite kohta 3–5 aastase töökogemusega spaa- (4) ja majutusosakonna (3) töötajad. Kolleegidelt on tihti või mõnikord enim teavet Rohelise Võtme kohta saanud spaa- (4) ja toitlustusosakond (3). Tööväliselt esines kõige rohkem neid, kes ei ole mitte kunagi (4) või on harva (6) saanud nende teemade kohta teavet. Vastus „mitte kunagi“ esines kõigi viie allika (juhtkond, kolleegid, koosolekud,

koolitused, tööväliselt) puhul enim toitlustusosakonnast, kus vastusevarianti valiti 9 korral, samas kui spaaosakonnas kahel ja majutusosakonnas ühel korral.

Järgnevalt uuriti täpsemalt koolituste ja koosolekute kohta, kus töötajal tuli hinnata, millist informatsiooni on ettevõttes keskkonnasäästlikkuse kohta saadud. Selgus, et taas olid kõige populaarsemad vastusevariandid „tihti“ ja „mõnikord“, mida valiti üle 30 korra. Kõige vähem esines selles teemaploki küsimuses vastust „mitte kunagi“, mida valiti 10 korda. Kõige tihedamini on töötajad koolitustel ja/või koosolekutel informatsiooni saanud keskkonnasäästlikest tegevustest (9), keskkonna säästmisega seotud saavutustest (9) ja Rohelisest Võttest (8). Kõige vähem on Hedon SPA & Hotel koolitustel ja/või koosolekutel personali informeeritud keskkonnateadlikkuse arendamisvõimalustest. Mitte kunagi või harva aga keskkonnaga seotud õppe- ja teavitusmaterjalidest. Vastajate hinnanguid näeb joonisel 4 (lk 38).

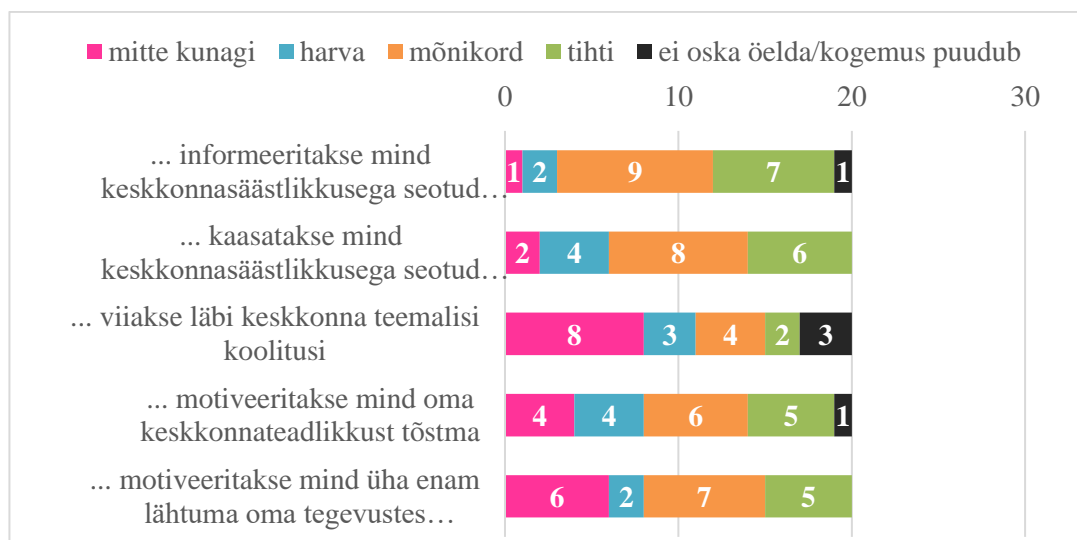
Koosolekutel ja/või koolitustel on spaaosakonnas kõige tihedamini käsitletud teemasid nagu keskkonnasäästlikud tegevused (4) ja keskkonna säästmisega seotud saavutused hotellis (3). Kui majutusosakonna töötajad on tihedamini kuulnud teemasid keskkonna säästmisega seotud saavutustest ettevõttes, siis toitlustusosakonna töötajad enim Rohelise Võtme temaatikast. Kuna majutus- ja toitlustusosakonnast saadud vähesed vastused jagunesid kogu skaala ulatuses ühtlaselt, ei ole võimalik teha lõplikke järeldusi selle kohta, kui tihti tegelikult keskkonnateemasid nende osakondade koolitustel või koosolekutel käsitletakse.



**Joonis 4.** Koolitustel või koosolekutel töötajatele edastatud informatsioon

Neljanda teemaploki kolmas küsimus uuris, kas töötajaid on töökohas informeeritud, kaasatud ja motiveeritud keskkonnasäästlike teemade osas (vt joonis 5, lk 37). Võrreldes eelmise kahe küsimusega, mis samuti hõlmasid kaasatust, esines vastuste puhul kõige enam varianti „mitte kunagi“ ja seda 21 korral. Kõige populaarsem vastus oli „mõnikord“, mida esitati 35 korral. Väitele, kus taheti teada, kas töötajaid informeeritakse keskkonnasäästlikel teemadel, vastati kõige enam „mõnikord“ (9) ja „tihti“ (7). Kaks inimest arvasid, et neid informeeritakse pigem harva ja üks inimene ei ole mitte kunagi töökohas kokku puutunud keskkonnasäästlike teemadega, kusjuures spaa- ja majutusosakonnast ei vastatud kordagi „mitte kunagi“ ja „harva“. Kuigi töötajaid kaasatakse nende arvates keskkonnasäästlikkusega seotud tegevustesse tihti (6), mõnikord (8) või harva (4), olid kaks inimest seda meelt, et neid ei ole mitte kunagi sellistesse tegevustesse kaasatud.

Kõige enam negatiivseid vastuseid anti keskkonnateemalisi koolitusi puudutavale väitele. Töötajad olid seda meelt, et spaahotellis ei ole mitte kunagi (8) keskkonnateemalisi koolitusi läbi viidud ning seetõttu oli selle väite vastuste aritmeetiline keskmine kõige madalam (2,45). Väitele vastasid „mitte kunagi“ enim töötajad, kellel on kogemust alla 1 aasta või 3–5 aastat, mis tähendab et hoolimata tööstaažist ei ole mõned töötajad mitte kunagi ettevõttes keskkonnateemalistel koolitustel osalenud. Küsimuse puhul, kus püüti välja selgitada töötajate motiveeritust keskkonnateadlikkuse tõstmiseks või nende keskkonnakäitumise arendamiseks ettevõttes, esines märkimisväärsed tulemused – 6 inimest vastasid, et neid ei ole mitte kunagi motiveeritud selles osas, et nad lähtuksid üha enam oma tegevustes keskkonnasäästlikkusest; 2 inimest ütlesid, et seda tehakse pigem harva ning 7 vastasid „mõnikord“. Väite puhul, kus küsiti, kui tihti motiveeritakse töötajat oma keskkonnateadlikkust tõstma, esines rohkem vastuseid „mõnikord“ (6) ja „tihti“ (5). Siiski vastasid neli inimest taas, et nad ei ole seda kogunud ning neli inimest tundsid, et seda tehakse töökohas pigem harva. Spaaosakonnas mainiti motiveerimise osas enim vastust „mõnikord“, toitlustus- ja teistes osakondades „mitte kunagi“. Kõige tihedamini tundsid motiveeritust keskkonnasäästlikkuse teemadel majutusosakonna töötajad.



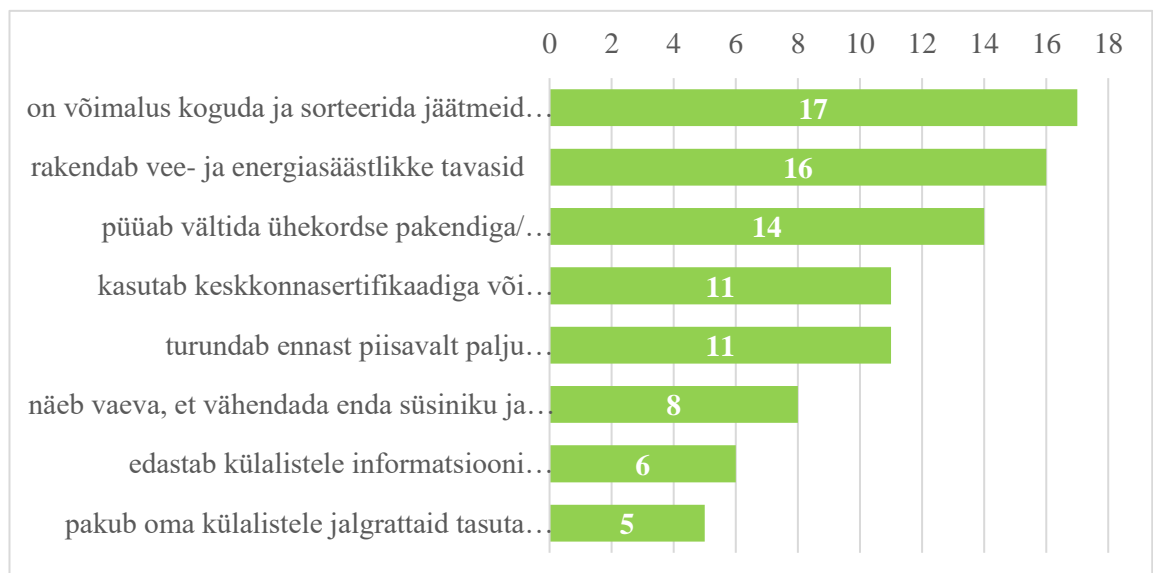
**Joonis 5.** Töötajate kaasamine keskkonnasäästlikkuse teemadega ettevõttes

Lisaks pidid neljandas küsitluse teemaplokis respondendid vastama suletud küsimusele, mis uuris kas töötajad tunnevad, et vajavad ettevõttelt rohkem informatsiooni, kuidas olla keskkonnasäästlikum oma töökohas ja -tegevustes. 20st inimesest vastasid 16 „jah“, mis tähendab, et nad vajavadki rohkem informatsiooni. Seega neli inimest ei arvanud, et nad vajaksid informatsiooni juurde, mis tähendab, et suur osa vastanutest on valmis ennast arendama keskkonnasäästlikkusega seotud teemadel oma töökeskkonnas. Kõige enam tunnetasid vajadust saada rohkem informatsiooni inimesed, kes on ettevõttes töötanud 1–2 aastat (7). Lisainformatsiooni järele tundsid ka puudust võrdselt töötajad, kes on alla 1 aasta (6) või 3–5 aastat (6) töötanud. Seega olenemata tööstaažist vajavad töötajad keskkonnasäästlikumaks käitumiseks töökohas ja -tegevustes rohkem informatsiooni.

Viiendas teemaplokis taheti välja selgitada töötajate arvamused keskkonnasäästlikkuse arendamise osas. Esimese küsimuse eesmärk, kus vastajad said valida ühe põhjuse, oli välja selgitada, milline on töötajate arvates peamine põhjus, miks Hedon SPA & Hotel keskkonnaprogrammi rakendab. Vastajate arvult osutusid kõige populaarsemaks väited, mis leidsid, et ettevõtte rakendab töötajate arvates keskkonnaprogrammi peamiselt säästmaks kulusid ja ressursse ning olemaks osaks keskkonnaga seotud trendidest. Neli inimest arvas, et peamiselt viib spaahotell keskkonnaga seonduvaid tegevusi ellu saavutamaks kõrgemat mainet ning hea reklaami ja väljapaistvuse tõttu. Kahel juhul vastasid töötajad „muu“. Üks vastanutest täpsustas oma arvamust järgnevalt: „Tagada keskkonnasõbralik maine hotellina ja andes paljudele eeskujule ning vähendada ka

üleüldist loodusreostust kui ka kulu nii plastiku, valguse, soojuste jne asjade näol“. Kuna vastusevariantidest sai valida vaid ühe, siis eelnev kommentaar näitab, et ettevõtte keskkonnaprogrammi rakendamisel ei pruugi olla ühest põhjust.

Selgitamaks välja töötajate hinnangud selles osas, kuidas ettevõtte nende meelest keskkonnasäästlikkust arendab või on arendanud, oli küsimusele võimalik valida mitu vastusevarianti. Kõige enam on töötajate meelest võimalik ettevõttes sorteerida prügi (17) ning töötajad on teadlikud, et spaahotell rakendab vee- ja energiasäästlikke tavasid (16). Lisaks olid 14 töötajat veendunud, et ettevõtte püüab vältida ühekordse pakendiga või liigselt pakendatud tooteid. Joonisel 6 on näha vastajate arv erinevate hinnangute puhul.



**Joonis 6.** Töötajate arvates ettevõttes enim teostatavad keskkonnasäästlikud tegevused

Võrdselt jagunesid hinnangud (vt joonis 6) kahe väite puhul, kus 11 töötajat olid veendunud, et spaahotell kasutab keskkonnasertifikaadiga või roheliselt märgistatud tooteid ja nende arvates turundab Hedon SPA & Hotel ennast piisavalt palju keskkonnasäästliku spaahotellina, sh tutvustab oma tegemisi seoses keskkonnahoiuga. Kõige vähem arvati, et spaahotell pakub oma külalistele jalgrattaid tasuta või tasuliseks rendiks ning seda, et külalistele edastatakse informatsiooni ühistranspordi kohta. 20st respondendist olid 8 nõus sellega, et hotell näeb vaeva vähendamaks enda süsiniku ja ökoloogilist jalajälge.

Lisaks Likerti skaala küsimustele oli töötajatel võimalik anda omapoolne hinnang kolmele avatud küsimusele, mida analüüsitakse järgnevalt. Need küsimused koostati tulenevalt vestlustest spaahotelli osakonnajuhtidega. Viimased olid järgnevad: „Kuidas saaksite parandada enda keskkonnateadlikku käitumist ja keskkonnasäästlike tegevusi oma töökohas?“, „Kuidas oleks Teie arvates võimalik tõsta spaahotelli klientide keskkonnateadlikkust?“ ja „Kuidas oleks Teie arvates võimalik Hedon SPA & Hotel ettevõttel võimalik suurendada keskkonnasäästlikkust?“.

Esimese küsimuse puhul 20st inimesest 4 ei osanud kommenteerida või teha ettepanekuid, kuidas nad saaksid veelgi keskkonnasäästlikumalt käituda. Teiste vastuste osas leidus mitmekülgseid arvamusi, sh praktilisi soovitusi ja näited. Lisas 7 on tabelina esitatud enamik ettepanekutest, mida hotellitöötajad vastustes esile tõid. Kõige enam arvasid töötajad, et keskkonnateemade arendamiseks ja enda keskkonnateadlikkuse tõstmiseks on vajalik ennast harida. Näiteks mainiti rohelise mõtteviisi järgimist ja erinevatel veebikoolitustel osalemist. Lisaks mainis üks vastanutest, et keskkonnasäästlike tegevuste eelduseks on teadlikkus, mille puhul mõistetakse oma tegevustega tekitatavat mõju keskkonnale. Lahendustes toodi esile mitmel korral printimise osakaalu ja paberi kasutamise vähendamist ning prügi sorteerimist. Lisaks soovitati välja vahetada Vaikse spaa kinkekotid või leida nendele teine lahendus, sh soola koguste jaoks muretseda üks suur anum.

Teine küsimus oli seotud spaahotellide klientide keskkonnateadlikkuse tõstmisega. Kõige enam soovitasid respondendid jagada rohkem informatsiooni ja parandada turundust. Mitmel korral toodi esile, et vajalik on ettevõttepoolne kajastus tehtud keskkonnasäästlikest tegudest ja arendada keskkonnateemade turundamist. Üks vastajatest oli maininud, et tema arvates ei ole inimesed keskkonnasäästlikkusest spaahotelli külastades huvitatud ja seetõttu tuleks hotellil endal areneda keskkonnasäästlikul viisil. Eelkõige ei peaks klient ise keskkonnategevustes otseselt osalema, vaid hotell reguleeriks neid tegevusi automaatselt – nt sulgub televiisor ise teatud aja pärast, tuled kustuvad toakaarti eemaldades jpm. Kuigi küsimusele ei vastanud kolm inimest, toodi turunduse kontekstis enim esile, et vajalik on majasisese info parandamine, külalistele koolituste korraldamine spaahotellis kohapeal või veebis ja välireklaam.

Kolmanda avatud küsimuse eesmärgiks oli teada saada hotelli sisekliendi enda arusaam sellest, kuidas ettevõttel oleks võimalik suurendada keskkonnasäästlikkust. Samuti nagu esimese vabavastusega küsimuse puhul ei osanud ka sellele vastata neli inimest. Kahel juhul olid vastajad veendunud, et ettevõtte teeb juba piisavalt palju ning seetõttu ei osatud midagi juurde lisada. Üks vastaja soovitas, et seminaridel tasuks vähendada paberite ja pastakate tarbimist. Ülejäänud vastused sisaldasid järgmisi praktilisi soovitusi nagu pakendite ja ühekordsete toodete kasutamise vähendamine, energia- ja veeressursside kasutuse tõhusam kontroll, päikesepaneelide kasutamine jpm. Mitmel korral soovitati ka suurendada infovahetust ja parandada teavitustööd. Kõik ülejäänud soovituselised vabavastusega küsimustele leiduvad lisas 7.

### **2.3. Uuringu järeldused ja ettepanekud**

Käesolevas lõputöös uuriti spaahotelli Hedon SPA & Hotel töötajate keskkonnateadlikkust, mis on aluseks majutusettevõtte keskkonnasäästlikkuse edendamisele. Alapeatükis on autor kajastanud uuringutulemustest tehtud järeldusi ja ettepanekuid ettevõtte Hedon SPA & Hotel spaahotelli keskkonnasäästlikumaks arendamiseks läbi töötajate keskkonnateadlikkuse tõstmise. Järeldused ja ettepanekud põhinevad eelnevas peatükis olevale tulemuste analüüsile ja töö esimeses osas kajastatud teooriale, mis seotakse omavahel sisulise järjekorra alusel lisas 5 esitatu põhjal.

Eesmärgiks oli teada saada, kui keskkonnateadlikud on spaahotelli töötajad ja kuidas saaks nende teadlikkust tõsta, et suurendada keskkonnasäästlikkust. Uuringust selgus, et Hedon SPA & Hotel ettevõtte töötajad hoolivad keskkonnast väga ning mõnel juhul on spaahotelli keskkonnapoliitika pannud neid käituma keskkonnateadlikumalt ka väljaspool töökeskkonda. See kinnitab Rondinelli ja Vastagi (2000, lk 503–504) paarikümne aasta taguseid uuringutulemusi, kus ettevõtte keskkonnajuhtimissüsteem pani töötajaid keskkonnateadlikumalt käituma ka väljaspool töökeskkonda. Läbi teooria (Chan & Hawkins, 2010, lk 642; Chou, 2014, lk 436) selgus veel, et ettevõtte keskkonda säästvate tegevuste õnnestumiseks on töötaja individuaalsed algatused olulised, sest edueelduseks keskkonnasäästlikkuse arendamisel on tähtsal kohal ka töötaja enda tõekspidamised ja igapäevased tegevused.

Üldistatult on võimalik esile tuua, et Hedon SPA & Hotel spaahotelli töötajad on isiklikult pigem pühendunud keskkonnahoidu. Seepärast tuleks ettevõttel keskkonnasäästlikkuse edukamaks toimimiseks ja arendamiseks rõhku panna töötajate keskkonnateadlikkuse tõstmisele. Töötajate isiklik positiivne suhtumine ja osavõtlikkus keskkonnahoidu näitab, et neil on huvi keskkonnasäästlikkuse vastu. Seetõttu on ettevõttel lihtsam oma tegevustesse kaasata inimesi, kes teevad seda siiralt ja pühendunult. Ettevõtte töötajad usuvad, et keskkonnasäästlikkus ei sisalda mitte ainult üleüldist ressurside kokkuhoidu, vaid on seotud ka harjumuste ja käitumismustritega. Ogbeide (2012, lk 1–5) uuringust selgus, et kõige tähtsamaks nimetasid tarbijad keskkonnakaitse meetmete osas just vee- ja energiasäästmist. Sama kinnitasid ka üliõpilase uuringutulemused. Kuigi ressurside säästmine on äärmiselt oluline keskkonnasäästlikkuse arendamisel, tuleks ettevõtetel üha enam ja mitmekülgsemalt pühenduda personali keskkonnakäitumise ja -suhtumise edendamisse.

Töötajate hulgas läbi viidud uuringus nõustus enamus väitega, et nad pigem on keskkonnahoidlikud ja -teadlikud ning teavad, mida keskkonnasäästlikud tegevused tähendavad. Siinkohal on ettevõtte juhtkonnal endal võimalik olla eeskujuks keskkonnateadlikkuse tõstmisel. Selline käitumine annaks töötajatelegi suuremat enesekindlust keskkonnaga seotud temade osas. Näiteks selgus uuringust, et enamik töötajaid ei olnud teadlikud ajakohasest temast nagu rohepesu. Ökoeksitamisel on hotelliklientidele täheldatud negatiivseid mõjusid – laialdase rohepesu leviku tõttu leidub üha enam skeptilisemaid külastajaid keskkonnasäästlikkuse kontseptsiooni suhtes (Rahman, Park, & Chi, 2015, lk 1054; Peng & Chen, 2019, lk 1374; Chen *et al.*, 2019, lk 326–327). On oluline, et ettevõtte käsitleb keskkonnasäästlikkuse loomisel ka sellega seotud negatiivseid pooli. Töötajate teadlikkus rohepesu temadel ja teadmine, et ettevõtte keskendub keskkonnasäästlikkuse arendamisel ausatele põhimõtetele (sh väldib ökoeksitamist teadlikult), aitab edasi anda kindlustunnet nii sise- kui väliskliendile. Sellisel viisil oleks võimalik vältida ka rohepesuga seotud süüdistusi ja skeptitsismi asemel tooks ettevõtte roheline mõtteviis ja teod külastajatele pigem rõõmu.

Uuringust selgus, et keskkonnasäästlikkuse edendamise osas on Hedon SPA & Hotel töötajate arvates keskkonnateadlik ettevõtte. Lisaks hindavad nad väga spaahotelli

keskkonnaalaseid saavutusi ja arengut. Suurem osa personalist peab keskkonnasäästlikkusega seotud väärtuseid võrdselt oluliseks nii enda kui ettevõtte jaoks. Su ja Swanson (2019, lk 437, 440–447) töid uuringus välja, et organisatsiooni väärtustega samastumine mõjutab otseselt töötajate heaolu ja keskkonnakäitumist. Sama selgus ka käesolevast uuringust, kuigi spaahotelli toitlustusosakonna töötajad ei nõustunud väitega „tean, mida tähendab keskkonnasäästlik töökeskkond“. Seega on soovitatav, et ettevõtte tutvustab keskkonnasõbraliku töökeskkonna teemasid erinevates osakondades tihedamini. Paremaks keskkonnasäästliku töökeskkonna loomiseks aitaks kaasa näiteks ühtse teenindusstandardi või keskkonnaetiketi kasutusse võtmine, kus oleksid ära toodud nõuded, mis aitaksid töötajatel parandada keskkonnasäästlikkust töökeskkonnas.

Safari ja kaasautorite (2018, lk 82) kohaselt on ettevõtted keskkonnasäästlikkuse arendamisel enim keskendunud tehnilistele muudatustele ja töötajate keskkonnakäitumise edendamine on seetõttu jäänud tahaplaanile. Kuigi uuringus andsid enamikel juhtudel töötajad tööga seonduva keskkonnasäästlikkuse edendamise väidetele positiivse vastuse „pigem nõus“, oli tulemustest märgata, et mitmete temade puhul vajaksid töötajad lisateavet. Seda, kas töökaaslased on keskkonnateadlikud või mida keskkonnateadlik klient väärtustab, ei osatud kinnitada, mistõttu oleks oluline korraldada mitmekülgseid koolitusi. Ka Chan ja Hawkins (2010, lk 646–648) on rõhutanud selliste koolitusprogrammide vajadust, kus töötajatele selgitatakse lisaks tavapärasele keskkonnapoliitikale töötaja enda töötegevuse mõju olulisust. Su ja Swansoni (2019, lk 447) kohaselt võivad koolitused ja meeskonnategevuste arendamine ettevõttes aidata luua positiivsemat töökeskkonda. Seega tuleks spaahotelli koolitustel käsitleda keskkonnasäästlikkuse arenguvõimalusi nii sise- kui väliskliendi kontekstis. Nii saaks personal enda keskkonnakäitumisega olla eeskujuks hotellikülalistajatele.

Melissen ja Sauer (2019, lk 80–81) on pidanud oluliseks, et keskkonnasäästlikkusega seotud toimingud edastatakse ettevõtte poolt töötajatele selge sõnumina või tabava looga. Sellisel juhul on töötajatel võimalik paremini mõista ettevõtte keskkonnapoliitikast tulenevaid põhimõtteid ning neid edasi levitada. Kuna töötajad soovivad oma töötegevustega suuremat mõju avaldada, oleks heaks sisendiks ettevõtte poolne töötajate kaasamine keskkonnasäästlikkuse rakendamisel. (Melissen & Sauer, 2019, lk 80–81).

Viimane võib hõlmata näiteks individuaalsetel arenguvestlustel rohujuuretasandil oma keskkonnakäitumise ja sellega seotud tagajärgede mõtestamist, ühiste eesmärkide seadmist meeskonnas või regulaarseid koolitusi, kus räägitakse avameelselt, millised keskkonda säästvad tegevused vajavad enim tähelepanu tollel aja hetkel.

Teooria (Nart *et al.*, 2019, lk 48; Kang, Gatling, & Kim, 2015, lk 69) alusel on mainitud, et kui hotelliettevõtted investeerivad oma töötajatesse ja töökeskkonna arendamisse, on töötajatel võimalik isiklike karjäärieesmärke kergemini saavutada. Uuringu tulemustest selgus, et pooled töötajatest ei nõustunud või ei osanud öelda, kas ettevõtte teeb piisavalt investeeringuid spaahotelli keskkonnasäästlikuks arendamiseks. Ettevõttes tehtud investeeringute ja nendest tulenevate saavutuste kajastamine võib olla töötajatel motivaatoriks töötegevuste edendamisel. Selline investeeringutest teavitamine oleks ettevõttele kasulik eelkõige töötajate püsiva rahulolu loomiseks. Kui hotelli üheks suureks väärtuseks on keskkonnasäästlikkus, on kõige parem neid väärtuseid küllastajatele edasi anda rahulolevate siseklientide ehk töötajate abil.

Ankeetküsitluse kolmandas teemaplokis paluti töötajatel anda hinnangud klientide keskkonnateadlikkuse edendamisele. Selgus, et mitmed spaahotelli töötajad ei osanud öelda, kas hotellikülalised on keskkonnateadlikud või -hoidlikud. Padma ja Ahn (2020, lk 5) on pidanud klientide korduvküllastuste peamisteks mõjufaktoriteks nii tubade puhtust kui ka nende kogemust töötajatega suhtlemisel. Han, Moon ja Lee (2019, lk 8) põhjal saab hotelli keskkonnasäästlikkust edendada tehes keskkonnasõbralike toodete ja teenuste kasutamine küllastajatele võimalikult mugavaks. Selleks saab personal küllastajatele edastada nt aja- ja asjakohast infot hotelli keskkonnapraktikate vajalikkuse kohta. Merli ja tema kaasautorid (2019, lk 176) julgustasid ettevõtteid rohkem rääkima rakendatavatest keskkonnapraktikatest, kuna tihtipeale ei ole hotellikülalastajad keskkonnamärgise olemasolust ja sellega kaasnevatest tavadest teadlikud. Han ja kaasautorid (2019, lk 9) on öelnud, et teavitustöö võib edukalt toimida ka sotsiaalmeedia kanalite või ettevõtte kodulehe läbi. Eelöeldut on võimalik rakendada ka Hedon SPA & Hotel ettevõttes propageerimaks keskkonnasäästlikkust.

Tulemustest selgus veel, et töötajate arvates vajaksid hotellikülalised rohkem ja selgemaid juhiseid selle kohta, et klient teaks, kuidas olla keskkonnasäästlikum külastaja. Han ja kaasautorid (2018, lk 64) on tõdenud, et hotelliklient on ise nõus üha enam osalema keskkonnasäästlikes tegevustes. Tänapäeva hotellikülastajad on aina rohkem valmis ka maksma keskkonnasõbralike teenuste eest (Han, Lee, Trang, & Kim, 2018, lk 64; Chan *et al.*, 2014, lk 21). Õppides tundma oma klientuuri, saab ettevõtte toimida edukamalt keskkonnasäästlike praktikate edendamisel. Eelnev võimaldab pakkuda külastajatele ka meelepärasemaid lahendusi nende klienditeekonnal. Enamik uuringus osalenutest olid veendunud, et Hedon SPA & Hotel kliendid ei vali hotelli eelkõige keskkonnasäästliku aspekti tõttu. Siinkohal lasub ettevõttel võimalus uurida, millised on hotellikülastajate peamised ajendid hotelli valiku tegemisel ja kuidas saaks suurendada keskkonnasõbralikku mainet, mis kutsuks üha enam keskkonnateadlikumaid kliente hotellis viibima.

Spaahotellis on enim informatsiooni saadud Rohelise Võtme tähenduse ja kriteeriumite kohta juhtkonnalt ja koosolekutelt, samas kõige vähem tööväliselt. See võib tähendada, et vabal ajal ei jälgita ökomärgisega seotud infoallikaid. Tulemused näitasid, et enamus töötajaid on tihti teemast informeeritud. Samas ei ole mõned töötajad kunagi saanud teavet Rohelise Võtme kohta. Ettevõttes tuleks informeerida nimetatud teemal kõiki töötajaid, kuna enamus töötajaid ei olnud koolitustel kokku puutunud keskkonnateemadega. See näitab, et ettevõttes ei keskenduta koolitustel keskkonnasäästlikkusele, mida tuleks edaspidi kindlasti arvesse võtta.

Chan ja kaasautorid (2017, lk 599) on pidanud hotelli keskkonnaprogrammi edu eelduseks keskkonnateadlikkusele lisaks toimivat infovahetust, eelkõige regulaarselt korraldatud teabevahetust ja personalikohtumisi. Lisaks on öeldud, et selline osakondadevaheline teabevahetus ja roheline personalijuhtimine ei paranda ainuüksi ettevõttesisest kooseksisteerimist, vaid aitab tagada ka organisatsiooni tulemuslikkust läbi töötajate heaolusse panustamise (Sourvinou & Filimonau, 2018, lk 661; Renwick *et al.*, 2013, lk 1,8–11; Peerzadah *et al.*, 2018, lk 791–792). Lähtuvalt sellest teooriast esitatakse spaahotellile ettepanek uuendada töötajatega teabevahetust ja koostöötet vastavalt roheline personalijuhtimise põhimõtetele, kus esikohal on juhtide

suhtlemisoskuste parandamine, töötajate kaasamine ja koolitamine. Renwick ja kaasautorid (2013, lk 3–4) on esile toonud, et roheline personalijuhtimine aitab parandada töötajate keskkonnakäitumist ja -hoiakuid ning motiveerib neid keskkonnasäästlikumalt mõtlema.

Uuring osutas, et enamus töötajatest ei ole kokku puutunud keskkonnaga seotud õppe- ja teavitusmaterjalidega ega keskkonnateadlikkuse arendamisega ettevõtte poolt korraldatud koolitustel või koosolekutel. Sloan ja tema kaasautorid (2017, lk 306) soovivad koolitustulemuste tõhustamiseks igale töötajale tagada ligipääs ajakohasele keskkonnasäästlikkusega seotud informatsioonile ning jagada materjale keskkonnapoliitikast. Keskkonnasõbralikul viisil (nt ühine elektrooniline andmebaas, infokirjad jms) keskkonnateemadest informatsiooni jagamine aitab töötajal teadlikum olla ettevõtte keskkonnategevustest. Selline infoedastus viis on abiks töötajate keskkonnateadlikkuse tõstmisel ning on ka lihtne tööandjale endale, kes saab kindel olla, et informatsioon jõuab otse kõikide töötajateni. Soovituslik on veel läbi viia näiteks loovaid kontrollteste ja teisi meetodeid (uute) teadmiste kinnistamiseks.

Teooria kinnitab, et organisatsioonis töötajate rohelist mõtteviisi aitavad arendada peamiselt nende koolitamine, informeerimine, motiveerimine ja kaasamine (Renwick *et al.*, 2013, lk 1,8–11; Peerzadah *et al.*, 2018, lk 791–792). Lõputöö töötajauuringu tulemused näitasid, et töökohas ei ole mitte kunagi või on pigem harva viidud läbi keskkonnateemalisi koolitusi. Töötajad ei tunne, et neid oleks väga tihti motiveeritud oma töötegevustes lähtuma keskkonnasäästlikkusest. Kuna enamus ei ole kokku puutunud keskkonnasäästlikkuse teemadega kaasamisel, eelkõige motiveerimise ja koolitamisega, oleks ettevõttes soovitatav edaspidi tihedamini läbi viia keskkonnajuhtimisega seotud koolitusprogramme ja töötube.

Töötajate keskkonnakäitumise motiveerimiseks tuleks kasutusele võtta erinevaid lahendusi. Näiteks võidakse propageerida personali autokasutamise vähendamist ja jalgrattasõitu, koguda (igakuiseid) boonuseid või premeerida töötajat tiitliga „kõige keskkonnateadlikum“. Enamik töötajatest vajavad lisainformatsiooni, seega keskkonnateadlikkuse tõstmist ja keskkonnasäästlikkust arendavad koolitusprogrammid

aitaksid vältida töötajate edaspidist vajadust informatsiooni järele. Abiks oleks mitmekülgne ja regulaarselt korraldatav keskkonnateemadega seotud teavitustöö.

Chan ja Hawkinsi (2010, lk 645) uuring, mis võrdles erinevatel positsioonidel olevate töötajate arvamusi hotelliettevõtte keskkonnajuhtimissüsteemi motiivide kohta, näitas, et tavatöötajate meelest rakendas ettevõtte keskkonnaprogrammi eelkõige säästmaks kulusid ja ressursse ning hea reklaamimotiivi tõttu. Ka Hedon SPA & Hotel uuringust selgus, et töötajate arvates on peamiseks eesmärgiks ressursside ja kulude säästmine ning ettevõtte soov olla osaks keskkonnaga seotud trendidest. Keskkonnaprogrammi rakendamiseks leidub mitmeid põhjuseid, kuid selleks, et mõista ettevõtte keskkonnapoliitikat ja sellega seotud tegevusi, peaksid kõik töötajad olema põhimotiividest teadlikud. Juhul kui ettevõtte rakendab keskkonnajuhtimissüsteeme peamiselt säästmaks kulusid ja ressursse ning soovib olla osaks keskkonnaga seotud trendidest, tuleks personalile seada nii individuaalsed kui meeskondlikud eesmärgid, et keskkonnaprogrammi peamised motiivid saaksid täidetud.

Uurides kui palju töötajate arvates tegeleb Hedon SPA & Hotel keskkonnasäästlikkuse arendamisega, selgus, et kõige enam olid töötajad teadlikud prügi sorteerimise võimalustest ning vee- ja energiasäästlike tavate rakendamisest. Need tulemused ühtivad teooriaga, kus Brammer ja tema kaasautorid (2012, lk 429–430) leidsid, et peamiselt tegeleb ettevõtte keskkonnapraktikatega. Autorid (Brammer *et al.*, 2012, lk 429–430) kinnitasid veel, et töötajatele suunatud keskkonnategevus (sh teavitamine ja koolitamine) ja turundus on tihtipeale ettevõtetes jäetud tähelepanuta. Sama võib välja lugeda ka käesoleva uuringu tulemustest, kus vaid pooled vastanutest arvasid, et Hedon SPA & Hotel turundab ja tutvustab ennast piisavalt palju keskkonnasäästliku spaahotellina.

Uuringu tulemused näitasid veel, et kõige vähem nõustuti sellega, et spaahotell pakub oma külalistele jalgrattaid tasuta või tasuliseks rendiks ja edastab külalistele informatsiooni ühistranspordi kohta. Lisaks valiti kõige vähem väiteid, mis sisaldasid töötajate poolt klientidele edastatavat infot ja soovitusi seoses keskkonnasäästlike tegevustega. Eelnev võib viidata sellele, et töötajatel ei ole kohustuslik kliendile keskkonnasäästlike tegevuste soovitamise või kliendid ei ole teadlikud hotelli

keskkonnamärgise olemasolust. Viimast on kinnitanud ka Merli ja tema kaasautorid (2019, lk 174, 176), kuigi nende meelest märkavad külastajad tihtipeale hotelli keskkonnatavasid. Autorid kannustasid ettevõtteid keskkonnasäästlikest praktikatest üha enam rääkima. Käesoleva uuringu tulemustest lähtudes on spaahotellil soovitatav jagada oma külastajatele laiapõhjalisemat infot (näiteks seoses ühistranspordi, ökomärgise, kultuuri- ja muude keskkonnaalaste tegevustega).

Tulemustest tuli enim esile, et töötajad pidasid oluliseks enese arendamist keskkonnasäästlikkuse teemadel. Chan ja kaasautorid (2014, lk 20) on märkinud, et töötajate keskkonnateadlikkus ja keskkonnaga seotud teadmised on aluseks sellele, et töötajad oskaksid üha enam rakendada keskkonnasäästlikke hotellitavasid. Seetõttu on teemadega kurssi viimine äärmiselt oluline. Näiteks võib ettevõtte töötajatele edastada või vähemalt tutvustada neid allikaid, kus leidub teemakohaseid usaldusväärseid materjale. Han, Moon ja Lee (2019, lk 9) on öelnud, et kui hotelliklientidele edastada teavet nende ökoloogiliselt vastutustundetust käitumisest tulenevate tagajärgede kohta, võib see suurendada nende soovi parandamiseks oma keskkonnakäitumist. Kliendi harjumuste muutmiseks on vajalik tema kaasamine moel, mis tagab eduelamuse.

Kuna töötajate keskkonnateadlikkus aitaks ettevõttes veelgi enam arendada keskkonnasäästlikkust, on töös tehtud ettepanekud soovituslikud. Tulenevalt sellest, et töötajatel on kõige parem ülevaade töökohas toimuva üle, esitati avatud küsimuste vastustest tulenevad ettepanekud lisas 7. Töö keskmes olid toodud soovitused roheline personalijuhtimise realiseerimiseks ning infovahetuse parandamiseks. Töö autor soovitab majutusettevõtetel lisaks tehnilistele keskkonnasäästlikkust arendavatele lahendustele keskenduda töötajate keskkonnakäitumise ja -suhtumise edendamisele töötajate kaasamise ja motiveerimisega.

## KOKKUVÕTE

Käesolevas lõputöös keskenduti keskkonnasäästliku spaahotelli arendamisele Hedon SPA & Hotel ettevõtte näitel. Kuigi jätkusuutlikkuse loomine on keeruline protsess, leidub tänapäeval üha keskkonnateadlikumaid tarbijaid ning ettevõtetel tuleb aina enam keskenduda keskkonnasäästlikkusele, et vastata oma klientide ootustele. Samal ajal on keskkonnakaitse mõistes loodusressursside säästmine hädavajalik tagamaks jätkusuutlik tulevik ka järgnevatele põlvkondadele. Investeeringute planeerimisel keskkonna jätkusuutlikkusega arvestamine viitab sellele, et valdkonnaga seotud muudatused ja uuenduslikud tegutsemisviisid on praegusel hetkel vajalikud ja ajakohased.

Lõputöö eesmärgiks seati tuginedes teoreetilistele käsitlustele ja lõputöö uuringu tulemustele esitada ettepanekud ettevõtte Hedon SPA & Hotel töötajate keskkonnateadlikkuse tõstmiseks ja hotelli keskkonnasäästliku arengu toetamiseks. Uurimisküsimus, mis aitas saavutada töö eesmärki oli järgnev: kuidas saab Hedon SPA & Hotel tõsta töötajate keskkonnateadlikkust suurendamaks spaahotelli keskkonnasäästlikkust?

Töö eesmärgi täitmiseks ja ühtlasi uurimisküsimusele vastuse leidmiseks viis töö autor läbi uuringu Hedon SPA & Hotel ettevõtte töötajate seas elektroonilise ankeetküsitluse teel. Uuringu ettevalmistamiseks viidi läbi vestlused osakonnajuhtidega, et saada parem ülevaade sellest, kuidas ettevõtte panustab oma keskkonna jätkusuutlikkusse.

Töö teoreetilises osas toodi ülevaade keskkonnasäästliku hotelli eripärast ja käsitluste arengust. Keskkondlikule jätkusuutlikkusele on keskendutud juba mitmeid aastakümneid ning selle tähtsus on muutunud ka hotellimaastikul. Tänapäeval leidub hotellimajanduse esindajatel mitmeid võimalusi tänu millele on neil hotellitegevustes võimalik luua üha keskkonnasäästlikumaid lahendusi. Põhinedes erinevate autorite teoreetilistele käsitlustele leidis autor põhjendusi selle kohta, kuidas töötajate keskkonnateadlikkus mõjutab hotelli keskkonnasäästlikkust. Oluline on, et ettevõtted pühendaksid üha enam

tähelepanu töötajate kaasamisele ja motiveerimisele ning vastavatele keskkonnasäästlikkust arendavatele koolitustele, sest ettevõtte keskkonnavalase arengu eelduseks on eelkõige keskkonnateadlik töötaja.

Töö teine osa ehk empiiriline osa koosnes ettevõtte tutvustusest, uuringu protsessi ettevalmistuse kirjeldusest ja tulemuste analüüsist ning tulemuste põhjal tehtavatest järeldustest ja ettepanekutest. Uuringu üldkogumiks olid Hedon SPA & Hotel ettevõtte töötajad. Valim koosnes kõikidest ankeetküsitlusele vastanud töötajatest, kes täitsid ankeetküsitluse üliõpilase ja osakonnajuhtide palvel. Uuringu tulemuste analüüs toimus aprillikuu teisel poolel. Üliõpilane tegi uuringust saadavatest andmetest kirjeldava statistilise analüüsi programmides Microsoft Office Excel ja SPSS.

Uuringu käigus püüti välja selgitada hetkeolukord spaahotellis, küsides töötajate isiklikke arvamusi nende endi, nende tööga seonduva keskkonnakäitumise ja kaasatuse osas. Peamiselt kasutati keskkonnasäästlikkusega seonduvaid väiteid Likert-tüüpi hindamisskaalal. Lisaks kasutati suletud ja avatud küsimusi selgitamiseks välja töötajate endi ettepanekud ettevõtte keskkonnasäästlikkuse arendamiseks. Väidete ja küsimuste koostamisel olid aluseks töö esimeses pooles esile toodud teoreetilised käsitlused ja vestlused osakonnajuhtidega.

Hedon SPA & Hotel ettevõttes korraldatud uuringust selgus, et enamik töötajatest omab positiivset suhtumist keskkonnasäästlikkuse kontseptsiooni. Üldiselt on neil hea ülevaade spaahotelli poolt rakendatavatest keskkonnatavadeist. Mõnedest tulemustest selgus, et töötajad vajaksid ettevõttelt lisainformatsiooni selle kohta, kuidas nad saaksid olla veelgi enam keskkonnateadlikumad ja oma teadmisi ning oskusi töökohas rohkem rakendada. Kuigi klientide keskkonnateadlikkuse edendamise osas on võimalik töötaja omapoolset panust suurendada, mainis enamik töötajatest, et keskkonnasäästlikkusega seotud väärtused on neile sama olulised kui ettevõttele. Erinevatelt osapooltelt saadakse ettevõttes nende teemade osas tihti infot.

Lõputöö olulisemaks tulemuseks võib pidada, et Hedon SPA & Hotel teeb väga head tööd keskkonnasäästlikkuse arendamisel spaahotellide kontekstis. Enamus uuringus osalenud vastajatest olid keskkonnateemade osas positiivselt meelestatud ja nendest pigem

teadlikud. Antud suunas keskkonnasäästlikkuse edaspidiseks arendamiseks ja töötajate keskkonnateadlikkuse tõstmiseks on ettevõttel kõik vajalik seega olemas.

Uuringu kriitikana võib esile tuua, et uuringus osalejaid oleks võinud olla rohkem. Seetõttu tehti kogutud andmete põhjal analüüsis vaid esmaseid järeldusi. See asjaolu kujunes ka käesoleva uuringu piiranguks. Kasuks oleks tulnud ka mitme erineva meetodi rakendamine. Eelöeldust tulenevalt avaneb tulevikus võimalus uurida töötajate keskkonnateadlikkust põhjalikumalt (nt viies läbi intervjuusid jms). Kasuks tuleks veel külaliste keskkonnateadlikkuse taseme ja suhtumise väljaselgitamine. Sarnaseid uuringuid on soovitatav läbi viia iga-aastaselt.

Lõputöö eesmärk ja uurimisülesanded täideti. Hedon SPA & Hotel ettevõtte töötajauuringu tulemused võimaldasid saada vastuseid lõputöö uurimisküsimusele ning anda teatud vastuseid sissejuhatavas peatükis sõnastatud probleemküsimusele.

Töötajate keskkonnateadlikkuse tõstmine on üheks märkimisväärseks võtmeteguriks keskkonnasäästliku spaahotelli arendamisel. Kuna uuringust selgus, et ettevõttel on võimalik arendada töötajate keskkonnateadlikkust rohkemate keskkonnateemaliste koolituste ja infoteabe parandamisega, esitati need ka ettepanekutes.

Autor loodab, et lõputöö on toeks Hedon SPA & Hotel püüdlustele keskkonnasäästliku hotelli arendamisel ning annab mõtteainet ka teistele spaahotellidele ja majutusasutustele. Lõputöö autor soovib lõpetuseks tänada Hedon SPA & Hotel ettevõtte kõiki töötajaid ja töö juhendajat Heli Toomani.

## VIIDATUD ALLIKAD

- Allen, M. (2017). Survey: Multiple-Choice Questions. In *The sage encyclopedia of communication research methods* (pp. 1712–1713). doi:10.4135/9781483381411
- Alonso-Almeida, M. d. M. (2013). Environmental management in tourism: students' perceptions and managerial practice in restaurants from a gender perspective. *Journal of Cleaner Production*, 60, 201–207. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.11.034>
- Aryanasl, A., Ghodousi, J., Arjmandi, R., & Mansouri, N. (2016). Can excellence management models encompass “cleaner production” and “sustainable business” revolution? (European Foundation for Quality Management as a case study). *International Journal of Environmental Science and Technology*, 13(5), 1269–1276. doi:10.1007/s13762-016-0948-9
- Bohdanowicz, P., & Zientara, P. (2009). Hotel companies' contribution to improving the quality of life of local communities and the well-being of their employees. *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 147–158. <https://doi.org/10.1057/thr.2008.46>
- Bradford, R. (2007). *Greenwash confronted: Misleading advertisement regulation in the European Union and its member states*. Retrieved from [https://www.foeeurope.org/corporates/pdf/greenwash\\_confronted.pdf](https://www.foeeurope.org/corporates/pdf/greenwash_confronted.pdf)
- Brammer, S., Hojmosse, S., & Marchant, K. (2012). Environmental management in SMEs in the UK: practices, pressures and perceived benefits. *Business Strategy and the Environment*, 21(7), 423–434. doi:10.1002/bse.717
- Brown, M., Haselsteiner, E., Apró, D., Kopeva, D., Luca, E., Pulkkinen, K., Vula Rizvanolli, B. (2018). Definitions - The Language of Sustainability. In *Restorative to Regenerative Project Name REthinking Sustainability TOwards a Regenerative Economy* (pp. 1–120). Retrieved from <https://www.researchgate.net/>
- Brunton, M., Eweje, G., & Taskin, N. (2017). Communicating Corporate Social Responsibility to Internal Stakeholders: Walking the Walk or Just Talking the Talk?

- Business Strategy and the Environment*, 26(1), 31–48.  
<https://doi.org/10.1002/bse.1889>
- Chan, E. S., Hon, A. H., Chan, W., & Okumus, F. (2014). What drives employees' intentions to implement green practices in hotels? The role of knowledge, awareness, concern and ecological behaviour. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 20–28. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.03.001>
- Chan, E. S., Hon, A. H., Okumus, F., & Chan, W. (2017). An empirical study of environmental practices and employee ecological behavior in the hotel industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(5), 585–608. doi: 10.1177/1096348014550873
- Chan, S. W., & Hawkins, R. (2010). Attitude towards EMSs in an international hotel: An exploratory case study. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 641–651. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.12.002>
- Chen, H., Bernard, S., & Rahman, I. (2019). Greenwashing in hotels: A structural model of trust and behavioral intentions. *Journal of cleaner production*, 206, 326–335. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.09.168>
- Chen, M. F., & Tung, P. J. (2014). Developing an extended theory of planned behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International journal of hospitality management*, 36, 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.09.006>
- Cherapanukorn, V., & Focken, K. (2014). Corporate social responsibility (CSR) and sustainability in Asian luxury hotels: Policies, practices and standards. *Asian Social Science*, 10(8), 198–209. doi:10.5539/ass.v10n8p198
- Chia-Jung, C., & Pei-Chun, C. (2014). Preferences and Willingness to Pay for Green Hotel Attributes in Tourist Choice Behavior: The Case of Taiwan. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(8), 937–957. doi:10.1080/10548408.2014.895479
- Choi, G., Parsa, H. G., Sigala, M., & Putrevu, S. (2009). Consumers' environmental concerns and behaviors in the lodging industry: A comparison between Greece and the United States. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 10(2), 93–112. <https://doi.org/10.1080/15280080902946335>
- Choi, H. M., Kim, W. G., Kim, Y. J., & Agmapisarn, C. (2019). Hotel environmental management initiative (HEMI) scale development. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 562–572. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.08.020>

- Choi, H., Jang, J., & Kandampully, J. (2015). Application of the extended VBN theory to understand consumers' decisions about green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 87–95. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.08.004>
- Chou, C. J. (2014). Hotels' environmental policies and employee personal environmental beliefs: Interactions and outcomes. *Tourism Management*, 40, 436–446. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.08.001>
- Datta, M. A. (2015). Green work-life balance: A new concept in green HRM. *International Journal of Multidisciplinary Approach & Studies*, 2(2), 83–89. Retrieved from <https://www.academia.edu/>
- de Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., & da Luz Soares, G. R. (2020). Concepts and forms of greenwashing: a systematic review. *Environmental Sciences Europe*, 32(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>
- de Grosbois, D. (2016). Corporate social responsibility reporting in the cruise tourism industry: A performance evaluation using a new institutional theory based model. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(2), 245–269. doi:10.1080/09669582.2015.1076827
- Deale, C. S. (2013). Sustainability education: Focusing on hospitality, tourism and travel. *Journal of Sustainability Education*, 4(2), 1–20. Retrieved from <http://www.susted.org/>
- Dedeoglu, B. B., Bilgihan, A., Ye, B. H., Buonincontri, P., & Okumus, F. (2018). The impact of servicescape on hedonic value and behavioral intentions: The importance of previous experience. *International Journal of Hospitality Management*, 72, 10–20. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.12.007>
- EarthCheck. (2018). *EarthCheck Company Standard (Version 4.0)*. Retrieved from [https://earthcheck.org/media/49073/final-master-earthcheck-company-standard\\_version-4\\_may18.pdf](https://earthcheck.org/media/49073/final-master-earthcheck-company-standard_version-4_may18.pdf)
- EarthCheck. (n.d.) EarthCheck Certified Sectors. Retrieved from <https://earthcheck.org/media/49345/earthcheck-benchmarking-sectors.pdf>
- Environment & Society Portal. (n.d.a). *IUCN, ed., World Conservation Strategy: Living Resource Conservation for Sustainable Development*. Retrieved from <http://www.environmentandsociety.org/mml/iucn-ed-world-conservation-strategy-living-resource-conservation-sustainable-development>

- Environment & Society Portal. (n.d.b). *UN World Commission on Environment and Development, Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Retrieved from <http://www.environmentandsociety.org/mml/un-world-commission-environment-and-development-ed-report-world-commission-environment-and>
- European Commission. (2020). The European Green Deal Investment Plan and Just Transition Mechanism explained. Retrieved from [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda\\_20\\_24](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_20_24)
- Geerts, W. (2014). Environmental certification schemes: Hotel managers' views and perceptions. *International Journal of Hospitality Management*, 39, 87–96. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.02.007>
- González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Font, X. (2020). Factors influencing willingness of customers of environmentally friendly hotels to pay a price premium. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. doi:10.1108/IJCHM-02-2019-0147
- Graci, S., & Dodds, R. (2008). Why go green? The business case for environmental commitment in the Canadian hotel industry. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 18(2), 251–270. <https://doi.org/10.1080/13032917.2008.9687072>
- Hall, C. M., Gössling, S., & Scott, D. (Eds.). (2015). *The Routledge handbook of tourism and sustainability*. Routledge.
- Han, H., & Yoon, H. J. (2015). Hotel customers' environmentally responsible behavioral intention: Impact of key constructs on decision in green consumerism. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 22–33. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.11.004>
- Han, H., Lee, J. S., Trang, H. L. T., & Kim, W. (2018). Water conservation and waste reduction management for increasing guest loyalty and green hotel practices. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 58–66. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.03.012>
- Han, H., Moon, H., & Lee, H. (2019). Excellence in eco-friendly performance of a green hotel product and guests' proenvironmental behavior. *Social Behavior and*

- Personality: an international journal*, 47(12), 1–10.  
<https://doi.org/10.2224/sbp.8317>
- Hays, D., & Ozretic-Došen, Đ. (2014). Greening hotels-building green values into hotel services. *Tourism and hospitality management*, 20(1), 85–102. Retrieved from <https://hrcak.srce.hr/123784>
- Hoekstra, A. Y., & Wiedmann, T. O. (2014). Humanity's unsustainable environmental footprint. *Science*, 344(6188), 1114–1117. doi:10.1126/science.1248365
- Ike, M., Donovan, J. D., Toppo, C., & Masli, E. K. (2019). The process of selecting and prioritising corporate sustainability issues: Insights for achieving the Sustainable Development Goals. *Journal of cleaner production*, 236, 117661. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.117661>
- IUCN. (1980). *World Conservation Strategy: Living Resource Conservation for Sustainable Development*. Retrieved from <https://portals.iucn.org/library/efiles/documents/WCS-004.pdf>
- Jang, Y. J., Zheng, T., & Bosselman, R. (2017). Top managers' environmental values, leadership, and stakeholder engagement in promoting environmental sustainability in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 63, 101–111. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.03.005>
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert scale: Explored and explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396–403. doi:10.9734/BJAST/2015/14975
- Kang, H. J., Gatling, A., & Kim, J. (2015). The impact of supervisory support on organizational commitment, career satisfaction, and turnover intention for hospitality frontline employees. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 14(1), 68–89. <https://doi.org/10.1080/15332845.2014.904176>
- Kim, Y. H., Barber, N., & Kim, D. K. (2019). Sustainability research in the hotel industry: Past, present, and future. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(5), 576–620. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1533907>
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?. *Environmental Education Research*, 8(3), 239–260. <https://doi.org/10.1080/13504620220145401>

- Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522–528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>
- Lin, Y. C., & Chang, C. C. A. (2012). Double standard: The role of environmental consciousness in green product usage. *Journal of Marketing*, 76(5), 125–134. <https://doi.org/10.1509/jm.11.0264>
- Lu, H., Liu, X., Chen, H., Long, R., & Yue, T. (2017). Who contributed to „corporation green” in China? A view of public- and private-sphere pro-environmental behavior among employees. *Resources, Conservation and Recycling*, 120, 166–175. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2016.12.008>
- Mang, C. F., & Piper, L. A. (2013). Perceptions of a Triple Bottom Line Approach to Doing Business among Generation Y Canadian. *World Review of Business Research*, 3(1), 26–40. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2129541>
- Melissen, F. (2013). Sustainable hospitality: a meaningful notion?. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6), 810–824. doi:10.1080/09669582.2012.737797
- Melissen, F., & Sauer, L. (2019). *Improving sustainability in the hospitality industry*. Routledge.
- Merli, R., Preziosi, M., Acampora, A., & Ali, F. (2019). Why should hotels go green? Insights from guests experience in green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 169–179. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.04.022>
- Moore, J. E., Mascarenhas, A., Bain, J., & Straus, S. E. (2017). Developing a comprehensive definition of sustainability. *Implementation Science*, 12(1), 1–8. doi:10.1186/s13012-017-0637-1
- Mowforth, M., & Munt, I. (2016). *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the third world (4th ed.)*. Routledge
- Nart, S., Sututemiz, N., Nart, S., & Karatepe, O. M. (2019). Internal marketing practices, genuine emotions and their effects on hotel employees’ customer-oriented behaviors. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 18(1), 47–70. <https://doi.org/10.1080/15332845.2019.1526509>
- O’Neill, S. (2014, July 2). Talking Point: Encouraging Sustainable Guests. *Green Hotelier*. Retrieved from <https://www.greenhotelier.org/our-themes/community-communication-engagement/talking-point-encouraging-sustainable-guests/>

- Ogbeide, G.-C. (2012). Perception of green hotels in the 21st century. *Journal of Tourism Insights*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.9707/2328-0824.1032>
- Oh, H., & Kim, K. (2017). Customer satisfaction, service quality, and customer value: years 2000-2015. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 2–29. doi:10.1108/IJCHM-10-2015-0594
- Okumus, F., Köseoglu, M. A., Chan, E., Hon, A., & Avci, U. (2019). How do hotel employees' environmental attitudes and intentions to implement green practices relate to their ecological behavior?. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 193–200. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.04.008>
- Padma, P., & Ahn, J. (2020). Guest satisfaction & dissatisfaction in luxury hotels: An application of big data. *International Journal of Hospitality Management*, 84, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102318>
- Parguel, B., Benoit-Moreau, F., & Larceneux, F. (2011). How sustainable ratings might deter ‘greenwashing’: A closer look at ethical corporate communication. *Journal of Business Ethics*, 102(1), 15–28. doi:10.1007/s10551-011-0901-2
- Peerzadah, S. A., Mufti, S., & Nazir, N. (2018). Green Human Resource Management: A Review. *International Journal of Enhanced Research in Management & Computer Applications*, 7 (3), 790–795. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/328277326\\_Green\\_Human\\_Resource\\_Management\\_A\\_Review](https://www.researchgate.net/publication/328277326_Green_Human_Resource_Management_A_Review)
- Peng, N., & Chen, A. (2019). Luxury hotels going green – the antecedents and consequences of consumer hesitation, *Journal of Sustainable Tourism*, 27(9), 1374–1392. doi: 10.1080/09669582.2019.1622710
- Prud’homme, B., & Raymond, L. (2013). Sustainable development practices in the hospitality industry: An empirical study of their impact on customer satisfaction and intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 116–126. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.03.003>
- Puhka Eestis. (2020). Ava uks Rohelise Võtmega. Loetud aadressil <https://www.puhkaeestis.ee/et/puhka-eestis/ava-uks-rohelise-votmega>
- Purvis, B., Mao, Y., & Robinson, D. (2019). Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins. *Sustainability science*, 14(3), 681–695. <https://doi.org/10.1007/s11625-018-0627-5>

- Rahman, I., Park, J., & Chi, C. G.-Q. (2015). Consequences of “greenwashing”: consumers’ reactions to hotels’ green initiatives. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6). doi:10.1108/IJCHM-04-2014-0202
- Rahman, I., Reynolds, D., & Svaren, S. (2012). How “green” are North American hotels? An exploration of low-cost adoption practices. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 720–727. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.09.008>
- Reilend, O. (2020, 19.veebbruar). Milliseid Pärnu restorane soovitab külastada Põhjamaade restoranide teejuht?. Pärnu Restoranide Nädal. Loetud aadressil [https://parnurestaurantweek.ee/white\\_guide\\_soovitab/](https://parnurestaurantweek.ee/white_guide_soovitab/)
- Renwick, D. W., Redman, T., & Maguire, S. (2013). Green human resource management: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 15(1), 1–14. doi:10.1111/j.1468-2370.2011.00328.x
- Rhou, Y., & Singal, M. (2020). A review of the business case for CSR in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 84, 102330. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102330>
- Rondinelli, D., & Vastag, G. (2000). Panacea common sense or just a label? The value of ISO 14001 environmental management systems. *European Management Journal* 18(5), 499–510. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(00\)00039-6](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(00)00039-6)
- Rosati, F., Costa, R., Calabrese, A., & Pedersen, E. R. G. (2018). Employee attitudes towards corporate social responsibility: a study on gender, age and educational level differences. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1306–1319. <https://doi.org/10.1002/csr.1640>
- Ruizalba, J. L., Bermúdez-González, G., Rodríguez-Molina, M. A., & Blanca, M. J. (2014). Internal market orientation: An empirical research in hotel sector. *International Journal of Hospitality Management*, 38, 11–19. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.12.002>
- Safari, A., Salehzadeh, R., Panahi, R., & Abolghasemian, S. (2018). Multiple pathways linking environmental knowledge and awareness to employees’ green behavior. *Corporate Governance*, 18(1), 81–103. doi:10.1108/CG-08-2016-0168
- Simons-Kaufmann, C., & Kaufmann, F. (2012). Introduction: scarcity of natural resources or ‘Cockaigne’?. In *Sustainable Hospitality and Tourism as Motors for Development* (pp. 1–23). Routledge.

- Siti-Nabiha, A. K., George, R. A., Wahid, N. A., Amran, A., Mahadi, R., & Abustan, I. (2014). The Development of a Green Practice Index for the Malaysian Hotel Industry. *Issues in Social & Environmental Accounting*, 8(1). <https://doi.org/10.22164/isea.v8i1.88>
- Sloan, P., Legrand, W., & Chen, J. S. (2013). *Sustainability in the Hospitality industry: Principles of sustainable operations (2nd ed.)*. Routledge.
- Sloan, P., Legrand, W., & Chen, J. S. (2017). *Sustainability in the Hospitality industry: Principles of sustainable operations (3rd ed.)*. Routledge.
- Sourvinou, A., & Filimonau, V. (2018). Planning for an environmental management programme in a luxury hotel and its perceived impact on staff: an exploratory case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(4), 649–667. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1377721>
- Stylos, N., & Vassiliadis, C. (2015). Differences in Sustainable Management Between Four- and Five-Star Hotels Regarding the Perceptions of Three Pillar Sustainability, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(8), 791–825. doi: 10.1080/19368623.2015.955622
- Su, L., & Swanson, S. R. (2019). Perceived corporate social responsibility's impact on the well-being and supportive green behaviors of hotel employees: The mediating role of the employee-corporate relationship. *Tourism management*, 72, 437–450. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.01.009>
- Zhang, L., Li, D., Cao, C., & Huang, S. (2018). The influence of greenwashing perception on green purchasing intentions: The mediating role of green word-of-mouth and moderating role of green concern. *Journal of Cleaner Production*, 187, 740–750. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.03.201>
- Talbot, L. M. (1980). The world's conservation strategy. *Environmental Conservation*, 7(4), 259–268. <https://doi.org/10.1017/S0376892900007955>
- Temminck, E., Mearns, K., & Fruhen, L. (2015). Motivating employees towards sustainable behaviour. *Business Strategy and the Environment*, 24(6), 402–412. doi: 10.1002/bse.1827
- Timur, S., & Getz, D. (2009). Sustainable tourism development: How do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism?. *Sustainable Development*, 17(4), 220–232. doi:10.1002/sd.384

- To, W. M., Martin Jr, E. F., & Yu, B.T.W. (2015). Effect of management commitment to internal marketing on employee work attitude. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 14–21. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.11.002>
- TripAdvisor. (2014, April 16). TripAdvisor Announces The 10 Highest-Rated Green Hotels In The U.S. Retrieved from <https://tripadvisor.mediaroom.com/2014-04-16-TripAdvisor-Announces-The-10-Highest-Rated-Green-Hotels-In-The-U-S>
- TripAdvisor. (n.d.). Allison Inn & Spa. Retrieved from [https://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g51991-d1232247-Reviews-Allison\\_Inn\\_Spa-Newberg\\_Oregon.html](https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g51991-d1232247-Reviews-Allison_Inn_Spa-Newberg_Oregon.html)
- Tsai, H., Tsang, N. K., & Cheng, S. K. (2012). Hotel employees' perceptions on corporate social responsibility: The case of Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1143–1154. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.02.002>
- Turu-uuringute AS. (2018). Eesti elanike keskkonnateadlikkuse uuring. Loetud aadressil <https://www.envir.ee/et/eesmargid-tegevused/keskkonnateadlikkus>
- UNEP & UNWTO. (2005). Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers. Retrieved from <http://hdl.handle.net/20.500.11822/8741>
- UNWTO. (2019). *Baseline Report on the Integration of Sustainable Consumption and Production Patterns into Tourism Policies*. Madrid: UNWTO, World Tourism Organization and United Nations Environment Programme. Retrieved from <https://doi.org/10.18111/9789284420605>
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). (2019). *Reporting matters. Navigating the landscape: a path forward for sustainability reporting*. Retrieved from <https://www.wbcsd.org/Programs/Redefining-Value/External-Disclosure/Reporting-matters/Resources/Reporting-matters-2019>
- World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development – Our Common Future*. Retrieved from <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>
- WWF Germany. (2008). *The Tourist Climate Footprint: WWF Report on environmental impacts of holiday trips*. Retrieved from [http://81.47.175.201/stodomingo/attachments/article/12/tourists\\_climate\\_footprint.pdf](http://81.47.175.201/stodomingo/attachments/article/12/tourists_climate_footprint.pdf)

## Lisa 1. Keskkonnasäästlikkusega seonduv terminoloogia

| Mõiste<br>(eesti keeles)   | Mõiste<br>(inglise keeles)                   | Definitsioon  | Allikaviide   |
|--|--|---|---|
| <b>Jätkusuutlik hotellimajandus</b>  | <i>Sustainable hospitality</i>               | „Hotellisektor, mille tegevused aitavad ressursse optimaalselt säästa.“   | Sloan <i>et al.</i> , 2017, lk 26, 516                                      |
| <b>Keskkonnamärgis, ökomärgis</b>  | <i>Ecolabel</i>                              | „Tootel või teenusel olev märgis, mis annab teavet keskkonnavalaste ja sotsiaalsete kriteeriumite täitmisest.“  | Mowforth & Munt, 2016, lk 208   |
| <b>Keskkonnasäästlik, keskkonnasõbralik, roheline hotell/spaa</b>            | <i>Green hotel/eco-friendly spa</i>          | „Keskkonnasäästlik omand, mille juhid on innukad rajama süsteeme, mis säästavad vett ja energiat ning vähendavad kõiksuguste jäätmete teket säästes raha ja aidates kaitsta meie ühte ja ainsat maailma.“ | Greenhotels, viidatud Sloan <i>et al.</i> , 2013, lk 23 vahendusel          |
| <b>Keskkonnateadlikkus</b>   | <i>Environmental awareness/consciousness</i> | „Inimeste teadlik suhtumine keskkonda.“   | Kollmuss & Agyeman, 2002, lk 253  |
| <b>Roheline personalijuhtimine</b>   | <i>Green Human Resource Management</i>       | „Personalijuhtimist iseloomustavad protseduurid ja tavad, mis tagavad keskkonna kaitse ja säilitamise ning ressursside säästliku kasutamise.“   | Datta, 2018, lk 83  |
| <b>Rohepesu, ökoeksitamine</b>   | <i>Greenwash</i>                             | „Rohepesu viitab tarbijate eksitamisele seoses ettevõtte keskkonnapraktika, keskkonnasäästliku toote ja/või teenuse kasutamisega.“  | Peng & Chen, 2019; Parguel, Benoit-Moreau & Larceneux, 2011; Bradford, 2007 |
| <b>Turismisektori süsiniku jalajälg</b>                                      | <i>Carbon footprint of tourism</i>           | „Turismitegevuse käigus eralduv ja turistide poolt ostetud tarbekaupades sisalduv süsinik.“   | Lenzen <i>et al.</i> , 2018, lk 522   |
| <b>Vastutustundlik ettevõtlus, ettevõtte sotsiaalne/ühiskondlik vastutus</b> | <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> | „Kontseptsioon, mille abil ettevõtted integreerivad klientide, töötajate, tarnijate, kogukondade ja planeedi huvid ja vajadused oma ettevõtte strateegiasse.“   | Sloan <i>et al.</i> , 2017, lk 310, 508                                     |

## Lisa 2. Keskkonnasäästlikkust kajastavad dokumendid Hedon SPA & Hotel

### ettevõttes

| Dokument                               | Keskkonnaga seotud aspektid  | Sotsiaalne vastutus   | Personali kaasamine   | Külastuste kaasamine  |
|--|--|---|---|---|
| <b>Äriplaan</b>                        | Roheline Võti, väiksem jalajalg, roheline mõtteviis, öko puhastussarja tooted, roheline energia, roheline elekter.   | Autoril puudub info.  | Spaahotelli põhimõtete selgitamine ja ühtse eesmärgi nimel koostöö.   | Rohelise Võtme hotelli info levitamine, toidlustuses ületarbimise vähendamine.                        |
| <b>Rohelise Võtme taotlus-ankeet</b>   | Vastab kõikidele keskkonna-juhtimise kriteeriumitele. Soovitusena on esile toodud CO <sub>2</sub> -jalajälje mõõtmine CO <sub>2</sub> mõõtmisvahendi abil. | Vastab kõikidele vastutus-tundliku ettevõtluse kriteeriumitele.                               | Vastab kõikidele kriteeriumitele (nt keskkonnajuht tagab töötajate teadlikkuse ettevõtte keskkonna-alastest tegevustest). | Külastajaid teavitatakse – nt julgustab ettevõtte külalisi osalema keskkonnanahoiualastes tegevustes. |
| <b>Rohelise Võtme tutvumismaterjal</b> | Keskkonnasõbralikud tegevused lahtiseletatult, loodussõbraliku eluviisi väärtustamine.   | Vastutus-tundliku ettevõtluse põhimõtted, kogukonnasõbralikkus, vastutustundlik turukeskkond. | Jäätmete sorteerimine, koolitamine ja juhendamine, tutvustavad nõuded järgimiseks.  | Külastajate ootuste ületamine, roheliste tegevuste ja informatsiooni tutvustamine külastajatele.      |
| <b>Keskkonnategevuskava</b>            | Märksõnad: Roheline Energia, energiasäästu audit, elektriautode laadimisjaamade paigaldus.   | Eestimaise tooraine suurem kasutamine.  | Uue töötaja ja kogu personali teavitamine.  | Kliendi teavitamine ja analüüs toidlustuses.  |

### Lisa 3. Hedon SPA & Hotel keskkonnasäästlikkuse tutvustus turunduskanalites

| Allikas<br>(veebileht,<br>sotsiaalmeedia<br>kanal) | Jah, on<br>mainitud<br>keskkonna-<br>säästlikkust | Ei ole<br>mainitud<br>keskkonna-<br>säästlikust | Kommentaariid,<br>märkused   |
|--|---|---|--|
| Facebook   | –   | ✓   | Ei ole mainitud Rohelise Võtme olemasolu.  |
| Instagram  | –   | ✓   | Teemaviite <i>#hedonspa</i> all puuduvad Rohelise Võtme seotud viited. Hedon Spa Instagrami kontol ei ole ühtegi keskkonnasäästlikkusega seotud postitust. |
| Booking.com  | –   | ✓   | Ei ole mainitud Rohelise Võtme olemasolu.  |
| Tripadvisor.com                                    | –   | ✓   | Ei ole mainitud Rohelise Võtme olemasolu.  |
| Expedia.com  | ✓   | –   | Mainitud on inglise keeles „ <i>green/sustainable property</i> “ ja Rohelise Võtme märgise lühitutvustus.*   |
| Hotels.com   | ✓   | –   | Mainitud on, et tegemist on roheline/keskkonnasäästliku hotelliga ja Rohelise Võtme märgise lühitutvustus.**   |
| Hotelliveeb.ee                                     | –   | ✓   | Ei ole mainitud Rohelise Võtme olemasolu.  |
| Visitestonia.com                                   | ✓   | –   | Mainitud on üks märksõna: “ <i>Eco-label Green key</i> ”   |
| Ecb.ee   | ✓   | –   | Esile on toodud nt minipakenditest loobumine, prügi sorteerimine ning vee- ja elektrisäästmine.  |

\* Inglisekeelne lühitutvustus: „*This property participates in Green Key (nogle), a program that measures the property's impact on one or more of the following: environment, community, cultural-heritage, the local economy.*“

\*\* Eestikeelne lühitutvustus: „*See majutusasutus on liitunud Groen Nogle (Green Key) hindamissüsteemiga, mis mõõdab majutusasutuse mõju ühele või mitmele järgnevale: keskkond, kogukond, kultuuripärand, piirkonna majandus.*“

#### Lisa 4. Küsitlusankeet

Lugupeetud Hedon SPA & Hotel spaahotelli töötaja!

Uuringu eesmärgiks on teada saada, kui keskkonnateadlikud on spaahotelli töötajad ja kuidas saaks teadlikkust seoses keskkonnaga tõsta.

Saadud tagasiside aitab mõista Teie ootuseid, soove ja vajadusi keskkonnasäästliku tegevuse arendamiseks. Küsitlusele vastamine võtab keskmiselt aega 15 minutit. Küsitlus on koostatud lõputöö teema „Keskkonnasäästliku spaahotelli arendamine Hedon SPA & Hotel näitel“ põhjal. Aitäh, et aitate panustada lõputöö eduka tulemuse nimel.

Käesolev küsimustik on anonüümne ning tulemused esitatakse üldistatud kujul.

Tänuga,

Angela Holm

Tartu Ülikooli Pärnu kolledži Turismi- ja hotelliettevõtluse eriala üliõpilane ja spaahotelli praktikant.

#### I ISIKLIK SUHTUMINE KESKKONNAHOIDU

Palun hinnake, millised on Teie isiklikud arusaamad keskkonnasäästlikkusega seotud väidete osas:

1 – nõustun täielikult

2 – pigem nõus

3 – pigem ei ole nõus

4 – ei ole nõus

5 – ei oska öelda/kogemus puudub

|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| Hoolin väga keskkonnast  |   |   |   |   |   |
| Olen väga keskkonnahoidlik inimene   |   |   |   |   |   |
| Olen väga keskkonnateadlik   |   |   |   |   |   |
| Tean, mida tähendavad keskkonda säästvad tegevused   |   |   |   |   |   |
| Keskkonnasäästlikkus on rohkemat kui elektri-, vee- ja ressursisäästmine   |   |   |   |   |   |
| Keskkonnasäästlikkusega seotud teemad on mulle olulised  |   |   |   |   |   |
| Keskkonnasäästlikkus on seotud harjumuste ja käitumismustritega  |   |   |   |   |   |
| Tean, mida tähendab rohepesu ehk ökoeksitamine   |   |   |   |   |   |
| Hedon SPA & Hotel spaahotelli keskkonnapoliitika on pannud mind käituma keskkonnateadlikumalt ka väljaspool töökeskkonda |   |   |   |   |   |

## Lisa 4 järg

### II TÖÖGA SEONDUV KESKKONNASÄÄSTLIKKUSE EDENDAMINE

Palun hinnake, millised on Teie isiklikud tööga seonduvad arusaamad keskkonnasäästlikkusega seotud väidete osas:

1 – nõustun täielikult      2 – pigem nõus      3 – pigem ei ole nõus  
4 – ei ole nõus      5 – ei oska öelda/kogemus puudub

|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| Minu keskkonnateadlikkus väljendub ka minu töötegevustes   |   |   |   |   |   |
| Tean, mida tähendab keskkonnasäästlik töökeskkond  |   |   |   |   |   |
| Keskkonnasäästlikkusega seotud teemad on olulised minu töö seisukohalt                             |   |   |   |   |   |
| Oma igapäevases töös tegelen keskkonda säästvate tegevustega ja mõtlen oma käitumise tagajärgedele |   |   |   |   |   |
| Tööd tehes mõtlen tihti selle peale, kuidas saan spaahotelli keskkonda üha rohkem säästa           |   |   |   |   |   |
| Tunnen, et suudan rakendada oma töös üha enam keskkonnasäästlikke tegevusi                         |   |   |   |   |   |
| Tunnen, et olen oma töökohas saanud keskkonnasäästlikkusega seotud teemadest hea ülevaate          |   |   |   |   |   |
| Keskkonnasäästlikkusega seotud väärtused on minule sama olulised kui minu ettevõttele              |   |   |   |   |   |
| Hindan kõrgelt seda, mida spaahotell teeb keskkonnavalaste saavutuste ja arengu jaoks              |   |   |   |   |   |
| Minu töökohas räägitakse keskkonnasäästlikkusest piisavalt palju                                   |   |   |   |   |   |
| Olen teadlik kõikidest spaahotellis kehtivatest keskkonnaseadustest ja -eeskirjadest               |   |   |   |   |   |
| Järgin oma töös alati kõiki keskkonnaseadusi ja -eeskirju  |   |   |   |   |   |
| Minu töökaaslased on väga keskkonnateadlikud   |   |   |   |   |   |
| Tean, mida keskkonnateadlik klient väärtustab ja vajab   |   |   |   |   |   |
| Hedon SPA & Hotel on keskkonnateadlik ettevõtte  |   |   |   |   |   |

#### Lisa 4 järg

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
| Ettevõtte investeerib piisavalt, et arendada spaahotelli keskkonnasäästlikkust |  |  |  |  |  |
| Hedon SPA & Hotel lähtub piisavalt oma tegevustes keskkonnasäästlikkusest      |  |  |  |  |  |
| Spaahotellil on arenguruumi keskkonnasäästlikkuse tagamisel                    |  |  |  |  |  |

### **III KLIENTIDE KESKKONNATEADLIKKUSE EDENDAMINE**

Palun andke omapoolne hinnang Hedon SPA & Hotel ettevõtte klientide keskkonnateadlikkuse osas alltoodud väidete alusel:

1 – nõustun täielikult      2 – pigem nõus      3 – pigem ei ole nõus  
4 – ei ole nõus      5 – ei oska öelda/kogemus puudub

| <b>HEDON SPA &amp; HOTEL ETTEVÕTTE KLIENDID ...</b>   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| ... on keskkonnateadlikud ja/või keskkonnahoidlikud   |   |   |   |   |   |
| ... peavad hotelli keskkonnasõbralikkust oluliseks  |   |   |   |   |   |
| ... vajavad rohkem juhiseid, kuidas olla keskkonnasäästlikum külastaja  |   |   |   |   |   |
| ... vajavad selgemaid juhiseid, kuidas olla keskkonnasäästlikum spaahotelli külastaja   |   |   |   |   |   |
| ... saavad hotelli külastades keskkonnateadlikumaks   |   |   |   |   |   |
| ... väärtustavad lisaks Rohelise Võtme tiitlile reaalseid spaahotelli keskkonda säästvaid tegevusi                              |   |   |   |   |   |
| ... saavad minult või teistelt hotellitöötajatelt infot, kuidas nad saavad kaasa aidata spaahotelli keskkonnamõju vähendamisele |   |   |   |   |   |
| ... saavad minult või teistelt hotellitöötajatelt infot piirkonnas saadaolevate keskkonna- ja kultuuritegevuste kohta           |   |   |   |   |   |
| ... valivad hotelli eelkõige keskkonnasäästliku aspekti tõttu   |   |   |   |   |   |

## Lisa 4 järg

### IV KESKKONNASÄÄSTLIKKUSE TEEMADEGA KAASAMINE

Palun andke omapoolne hinnang Teie kokkupuudetest keskkonnasäästlikkuse teemadega Hedon SPA & Hotel ettevõttes alltoodud väidete alusel:

1 – mitte kunagi

2 – harva

3 – mõnikord

4 – tihti

5 – ei oska öelda/ kogemus puudub

#### 1. OLEN SAANUD TEAVET ROHELISE VÖTME TÄHENDUSE JA SELLE KRITEERIUMITE KOHTA ...

|               |   |   |   |   |   |
|---------------|---|---|---|---|---|
| Juhtkonnalt   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Kolleegidelt  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Koosolekutelt | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Koolitustelt  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Tööväliselt   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

#### 2. KOOLITUSTEL/KOOSOLEKUTEL OLEN SAANUD INFORMATSIOONI ... KOHTA.

|  |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|
| Rohelise Võtme   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| keskkonnasäästlike tegevuste                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| keskkonnateadlikkuse arendamise                        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| keskkonnaga seotud õppe- ja teavitusmaterjalide        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| keskkonna säästmisega seotud saavutustest spaahotellis | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

#### 3. MINU TÖÖKOHAS ...

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| ... informeeritakse mind keskkonnasäästlikkusega seotud teemadest | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ... kaasatakse mind keskkonnasäästlikkusega seotud tegevustesse   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ... viiakse läbi keskkonna teemalisi koolitusi                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

#### Lisa 4 järg

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| ... motiveeritakse mind oma keskkonnateadlikkust tõstma                         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ... motiveeritakse mind üha enam lähtuma oma tegevustes keskkonnasäästlikkusest | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

4. Kas tunnete, et vajate ettevõttelt rohkem informatsiooni kuidas olla keskkonnasäästlikum oma töökohas ja -tegevustes? JAH/EI

#### V ARVAMUSED KESKKONNASÄÄSTLIKKUSE ARENDAMISE OSAS

5. Palun valige vastusevariantidest üks peamine põhjus:  
**HEDON SPA & HOTEL RAKENDAB KESKKONNAPROGRAMMI MINU ARVATES EELKÕIGE ...**

- a) säästmaks kulusid ja ressursse.
- b) olemaks osaks keskkonnaga seotud trendidest.
- c) kõrgema maine tagamiseks.
- d) hea reklaami ja väljapaistvuse saavutamiseks.
- e) Muu:

6. Palun märkige üks või mitu vastusevarianti.  
**HEDON SPA & HOTEL ...**

- a) kasutab keskkonnasertifikaadiga või roheliselt märgistatud tooteid (nt hügieenitarbed, paber jms)
- b) rakendab vee- ja energiasäästlikke tavasid
- c) püüab vältida ühekordse pakendiga/liigselt pakendatud tooteid
- d) ettevõttes on võimalus koguda ja sorteerida jäätmeid liigiti
- e) edastab külalistele informatsiooni ühistranspordi kohta
- f) pakub oma külalistele jalgrattaid tasuta või tasuliseks rendiks
- g) turundab ennast piisavalt palju keskkonnasäästliku spaahotellina ja tutvustab oma tegemisi seoses keskkonnahoiuga
- h) näeb vaeva, et vähendada enda süsiniku ja ökoloogilist jalajälge

7. Kuidas saaksite parandada enda keskkonnateadlikku käitumist ja keskkonnasäästlikke tegevusi oma töökohas?

#### Lisa 4 järg

8. Kuidas oleks Teie arvates võimalik tõsta spaahotelli klientide keskkonnateadlikkust?

9. Kuidas oleks Teie arvates võimalik Hedon SPA & Hotel ettevõttel suurendada keskkonnasäästlikkust?

**10. Olen Hedon SPA & Hotel ettevõttes töötanud...**

- alla 1 aasta
- 1–2 aastat
- 3–5 aastat
- ettevõtte asutamise algusajast alates

**11. Töötan ... osakonnas**

- majutus-
- toitlustus-
- spaa-
- (muu)

**12. Teie sugu?**

- Naine
- Mees

**13. Teie vanus?**

- 18–24
- 25–34
- 35–44
- 45–54
- 55–64
- 65–...

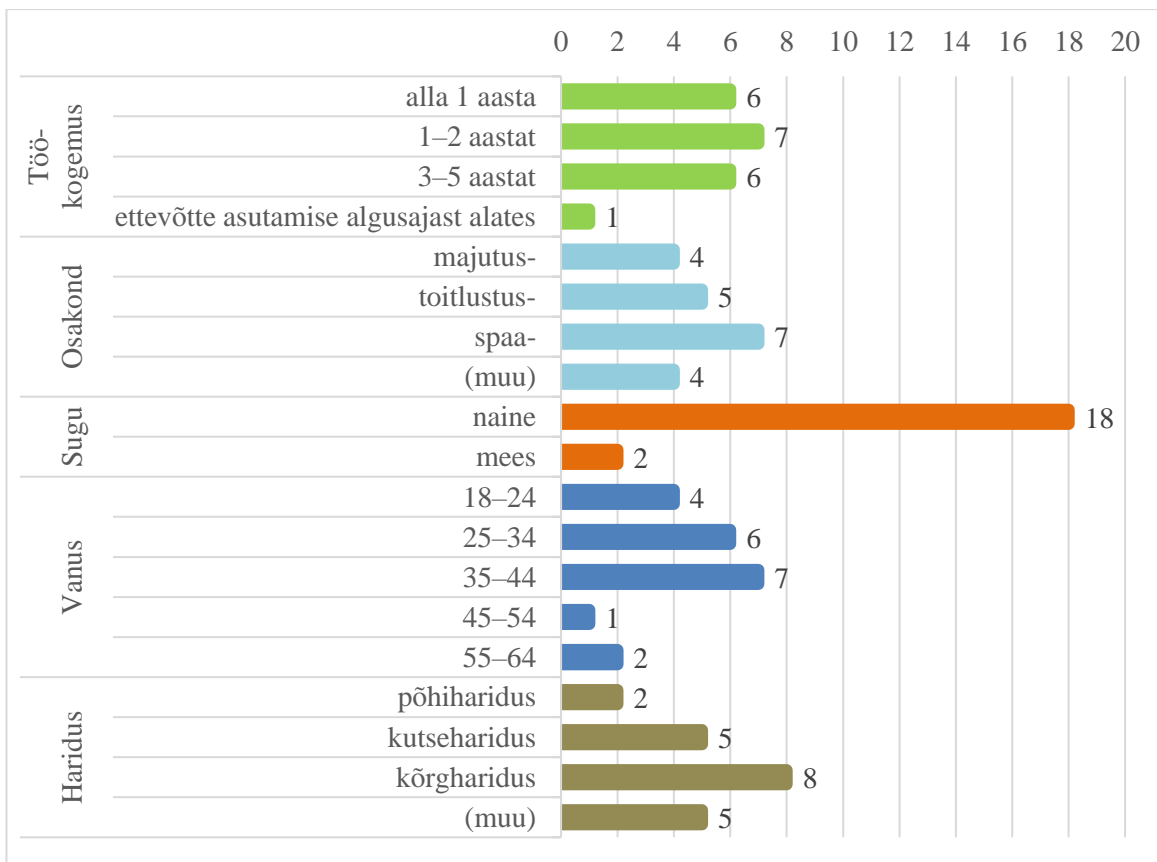
**14. Teie haridus?**

- Põhiharidus
- Kutseharidus
- Kõrgharidus
- Muu:

**Lisa 5. Ankeetküsitluse koostamise aluseks kasutatud allikad**

| <b>Teema</b>   | <b>Küsimus/<br/>väide</b>                              | <b>Autorid</b>  |
|--|--|---|
| <b>ÜLDINFO JA DEMO-<br/>GRAAFILISED<br/>KÜSIMUSED</b>                        | Kõik ploki<br>küsimused<br>(10–14)                     | Mang ja Piper, 2013, lk 26; Rosati <i>et al.</i> , 2018, lk 1308; Sourvinou ja Filimonau, 2018, lk 655–656, 657,659; Alonso-Almeida, 2013, lk 204–206; Ogbeide, 2012, lk 3–4  |
| <b>(I) ISIKLIK<br/>SUHTUMINE<br/>KESKKONNAHOIDU</b>                          | Kõik I<br>teemaploki<br>väited.                        | Ogbeide, 2012, lk 1–2; Chen <i>et al.</i> , 2019, lk 326–327; Rahman <i>et al.</i> , 2015, lk 1054; Peng ja Chen, 2019, lk 1374; Rondinelli ja Vastag, 2000, lk 503–504; Chan ja Hawkins, 2010, lk 642, 647, 649; Chou, 2014, lk 436  |
| <b>(II) TÖÖGA<br/>SEONDUV<br/>KESKKONNA-<br/>SÄÄSTLIKKUSE<br/>EDENDAMINE</b> | Kõik II<br>teemaploki<br>väited.                       | Su ja Swanson, 2019, lk 437, 440–447; Chan ja Hawkins, 2010, lk 642, 646–648; Ogbeide, 2012, lk 1–7; Nart <i>et al.</i> , 2019, lk 48; Melissen ja Sauer, 2019, lk 80–81; Kang, Gatling ja Kim, 2015, lk 69; Safari <i>et al.</i> , 2018, lk 82; vestlused osakonnajuhtidega. |
| <b>(III) KLIENTIDE<br/>KESKKONNA-<br/>TEADLIKKUSE<br/>EDENDAMINE</b>         | Kõik III<br>teemaploki<br>väited.                      | Merli <i>et al.</i> , 2019, lk 174–176; Han <i>et al.</i> , 2018, lk 64; Han <i>et al.</i> , 2019, lk 8; Chan <i>et al.</i> , 2014, lk 21; Padma ja Ahn, 2020, lk 5; vestlused osakonnajuhtidega.   |
| <b>(IV) KESKKONNA-<br/>SÄÄSTLIKKUSE<br/>TEEMADEGA<br/>KAASAMINE</b>          | Kõik IV<br>teemaploki<br>väited<br>(küsimused<br>1–4). | Chan ja Hawkins, 2010, lk 645–649; Chan <i>et al.</i> , 2017, lk 599–600; Renwick <i>et al.</i> , 2013, lk 1,8–11; Peerzadah <i>et al.</i> , 2018, lk 791–792; Sloan <i>et al.</i> , 2017, lk 306; Sourvinou ja Filimonau, 2018, lk 660                                       |
| <b>(V) ARVAMUSED<br/>KESKKONNA-<br/>SÄÄSTLIKKUSE<br/>ARENDAMISE OSAS</b>     | Kõik V<br>teemaploki<br>väited<br>(küsimused<br>5–9)   | Chan ja Hawkins, 2010, lk 645, 649; Brammer <i>et al.</i> , 2012, lk 429–430; Merli <i>et al.</i> , 2019, lk 174, 176; Ogbeide, 2012, lk 1–7; Chan <i>et al.</i> , 2014, lk 20–21; vestlused osakonnajuhtidega.   |

**Lisa 6. Küsitlusele vastanute demograafilised andmed ja üldinfo**



**Lisa 7. Töötajate ettepanekud keskkonnasäästlikkuse parandamiseks ja teadlikkuse tõstmiseks ettevõttes Hedon SPA & Hotel**

| Kuidas saaksite parandada enda keskkonnateadlikku käitumist ja keskkonnasäästlike tegevusi töökohas?   | Kuidas oleks Teie arvates võimalik tõsta spaahotelli klientide keskkonnateadlikkust?  | Kuidas oleks Teie arvates võimalik Hedon SPA & Hotel ettevõtte suurendada keskkonnasäästlikkust?   |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Teemadega tutvudes ja keskkonnasäästlikkuse teemasid jälgides.</li> <li>○ Rohelist mõtteviisi ja tegevust järgides.</li> <li>○ End keskkonna teemadel harides (nt osaledes veebi-koolitustel).</li> <li>○ Saades ja levitades rohkem infot teema kohta.</li> <li>○ Parandades infovahetust keskkonnateadliku käitumise osas nendega, kes teemasid veel ei tea.</li> <li>○ Vähem printides ebatähtsaid asju, kasutades vanapaberit, trükiseid mitte tootes.</li> <li>○ Sorteerides prügi kontoriruumides.</li> <li>○ Kustutades tuli ruumist lahkudes.</li> <li>○ Juues pudelivee asemel kraanivett.</li> <li>○ Liikudes tihedamini jala või jalgrattaga.</li> <li>○ Kasutades pesemas käies tihedamini ühte ja sama rätikut.</li> <li>○ Uurides tööandjalt, mida oleks võimalik selle heaks teha.</li> <li>○ Järgides hotellipoolseid nõudeid ja soovitusi nii, et keskkonnateadlik käitumine kujuneks pidevaks harjumuseks.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Jagades rohkem asjakohast infot klientidele (turunduses, kodulehel, hotellitubades ja spaas), mida hotell on keskkonna säästmiseks juba teinud ja saavutanud ning miks seda tehakse.</li> <li>○ Lisades üldised juhised seintele ja tubadesse (nt teleritesse), mis osutavad sellele, kuidas kliendid saaksid keskkonnasäästlikkuse loomisele kaasa aidata.</li> <li>○ Pidev teavitustöö ja koolitatud töötajad.</li> <li>○ Keskkonnateadlikkusest rääkides.</li> <li>○ Propageerides taaskasutust ja vähem tarbimist.</li> <li>○ Korraldades külalistele erinevaid keskkonnavalaseid koolitusi nii spaahotellis kohapeal kui ka veebi teel.</li> <li>○ Parandades majasisest infot.</li> <li>○ Turundades ja suurendades hotelli keskkonnasäästlikku mainet.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Võttes kasutusele üha enam keskkonnasäästlikumaid lahendusi ning tehes pidevaid uuendusi selles valdkonnas.</li> <li>○ Igas osakonnas prügi sorteerides.</li> <li>○ Plastikut vähendades.</li> <li>○ Võttes kasutusele taaskasutatavaid tooteid (nt restoranis pilliroo kõrred).</li> <li>○ Kontrollides tõhusamalt vee- ja energiaressursse.</li> <li>○ Võttes kasutusele päikesepaneelid, et päikeseenergiat toodetaks ettevõtte enda tarbeks.</li> <li>○ Keelustades ühekordsed sussid ja pakendid.</li> <li>○ Vahetades välja papptopsid, puhastusvahendid ja muu keemia ökotoodeteks.</li> <li>○ Kasutades valguse reguleerimiseks liikumisandureid.</li> <li>○ Kasutades tuuleenergiat.</li> <li>○ Järjepidevat infolevikut keskkonnasäästlike teemadel töötajate ja klientidega hoides.</li> </ul> |

## **SUMMARY**

### **DEVELOPING AN ENVIRONMENTALLY SUSTAINABLE SPA HOTEL WITH THE EXAMPLE OF HEDON SPA & HOTEL**

Angela Holm

This final thesis topic is concentrating on one of the biggest environmental issues in the field of tourism nowadays– sustainable development. Sustainable practices are important not only to reduce the negative impacts of global changes, but to provide sustainable a life to future generations, too. One of the opportunities to ensure sustainability in the hotel sector, is to raise the environmental awareness of employees, which is the key factors in developing an environmentally friendly hotel.

According to Jang, Zheng & Bosselman (2017, p. 101) the problem is that leaders are often not aware on how to develop and promote more environmentally friendly practices. Also, many authors claim that in this process, the human factor has been ignored, because many companies have adopted new environmentally sustainable solutions to mainly include only strategies or technology (Temminck, Mearns, & Fruhen, 2015, pp. 402–403; Safari, Salehzadeh, Panahi, & Abolghasemian, 2018, p. 82; Brammer, Hoejmoose, Marchant, 2012, pp. 423, 432; Lu, Liu, Chen, Long & Yue, 2017, p. 166). The development of the company’s environmental sustainability is directly related to the staff and their personal beliefs in addition to company’s managers attitudes. Companies should therefore place greater emphasis on employee involvement and environmental awareness.

Based on the description above, the following research question was formulated: how can spa hotels increase the environmental awareness of employees and the environmental sustainability of their activities? The aim of the thesis was to submit proposals to support the environmentally sustainable development of Hedon SPA & Hotel based on the results of previous research and the results of the study of the thesis. The research question was:

how can Hedon SPA & Hotel raise the environmental awareness of its employees in order to increase the environmental sustainability of the spa hotel?

The thesis consists of two main chapters. The first chapter outlines the theoretical definitions of environmental sustainability, the environmental awareness of the hotel employees and the opportunities for environmentally sustainable development of the hotel. Sustainable development has been important for decades and its importance in the tourism industry is constantly growing. Due to the fact that its goal is to ensure quality of life and well-being for both present and future generations without compromising natural capital, a number of environmental programs and systems have been developed to fully support sustainable development in the field of hotel management (Hall, Gössling, & Scott, 2015, p. 1; UNEP & UNWTO, 2005, pp. 11–12). Previous studies have shown that Green Human Resource Management has had a positive effect regarding to assuring greater potential to enhance positive environmental behaviour and attitudes of staff. This includes better environmental management training and workshops, communication and information flow, motivating and involving staff. (Renwick *et al.*, 2013, pp. 1,8–11; Peerzadah, Mufti, & Nazir, 2018, pp. 791–792)

The second part of the thesis includes an empirical part, which gives an overview of Hedon SPA & Hotel's activities in developing an environmentally friendly hotel, the environmental awareness survey of Hedon SPA & Hotel staff, the outcomes and recommendations. The data was collected from the 6th of April to 20th of April 2020 by and was prepared on Limesurvey website as an electronic questionnaire. The structure of the survey was based on the theoretical considerations and interviews with the department managers at Hedon SPA & Hotel. For a better overview on current situation and to obtain input for the preparation of the study of thesis, the author acquainted with all the documents and materials related to environmental sustainability in the company and conducted conversations with the heads of the departments. The author used the quantitative research method using descriptive statistical analysis in order to obtain statistical data through the assessments of the respondents to draw conclusions based on the theoretical basis in the research.

The results of study revealed that most of the employees have a positive attitude towards the concept of environmental sustainability and have a good general overview of the

environmental practices implemented by the spa hotel. Some results showed that employees need more information and motivation from the company on how they could be even more environmentally conscious and apply that in their workplace. Although it is possible to increase the employee's contribution to promoting environmental awareness among customers, most employees mentioned that the values of environmental sustainability are as important to them as to the company. Still, the company should promote their sustainability actions more actively on websites and other information channels to the guests.

The most essential result of the survey of thesis can be considered that Hedon SPA & Hotel does a very remarkable job of developing environmental sustainability in the context of spa hotels. As majority of the respondents were positive and aware of environmental issues, the following focus should include further training and development of environmental sustainability. The survey revealed that in some cases the environmental policy of the spa hotel has made the employees more environmentally conscious, so they have also started to behave more environmentally friendly outside work environment. In addition, the personal positive attitude and empathy of employees for environmental protection shows that they have an interest in the topic of environmental sustainability and therefore it is easier for the company to involve people in its activities who do it sincerely and with commitment.

It is recommended that the company addresses issues related to an environmentally friendly work environment more often in different departments. For example, a greater involvement and a service standard with environmental provisions for employees would help to create a clearer green environment. Also, topical issues such as green washing, as the present study showed that most employees were not aware of the meaning of the concept, should be promoted even more, as it would be important for the company to also consider the associated negative aspects when creating environmental sustainability.

The purpose of the study was fulfilled. In further studies more data should be collected, so it is recommended that the company repeats the employee survey each year to compare the results and growth on employees' environmental awareness. In addition, any future studies should examine more profoundly the environmental awareness of employees and hotel guests.

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

Mina, Angela Holm,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Keskkonnasäästliku spaahotelli arendamine Hedon SPA & Hotel näitel“, mille juhendaja on Heli Tooman, 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.

*Angela Holm*  
**20.05.2020**