

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Eda-Kai Riim

**SPIRITUAALTURISMITOODETE ARENDAMINE
ENERGIA TALU NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Marit Piirman, MBA

Pärnu 2018

Soovin suunata kaitsmisele

(juhendaja allkiri)

.....

(kaasjuhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud „.....“..... a.

TÜ Pärnu Kolledži osakonna juhataja

.....

(osakonna juhataja nimi ja allkiri)

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

.....

(töö autori allkiri)

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Sihtrühmapõhise turismitoote arendamine	7
1.1. Turismitoode ja selle arendamise võimalused	7
1.2. Spirituaalturistide määratlus	11
2. Elujõud OÜ potentsiaalse uue sihtrühma uuring	18
2.1. Spirituaalturismi hetkeolukord Eestis ja ülevaade ettevõttest Elujõud OÜ	18
2.2. Uuringu meetodid ja analüüs	20
3. Järeldused ja ettepanekud Elujõud OÜ-le spirituaalturismitoodete arendamiseks	31
Kokkuvõte	35
Viidatud allikad	37
Lisa 1. Küsimustik	42
Lisa 2. Persoona ankeet	45
Lisa 3. Vastajate kogemused vaimsete praktikate osas	46
Lisa 4. Vastajate soovitatud õpetajate nimekiri	47
Lisa 5. Vastajatele huvipakkuvad teemad	48
Summary	49

SISSEJUHATUS

Käesolev lõputöö keskendub sihtrühmapõhise turismitoote arendamisele. Sihtrühmaks, kellele turismitoodet arendama hakatakse on sekulaarsetel ajenditel reisivad spirituaalturistid ehk inimesed, kes soovivad tegeleda vaimse enesearenguga. Töö empiirilises osas lähtutakse ettevõttest Elujõud OÜ, mille kaubamärgiks on Energia talu.

Madeline Duntley on selgitanud mõistet “spirituaalne” järgmiste mõtetega: inimese loomulik side looduse, kosmose ja kõige eksisteeriva imepärasuse energiaga ning püüe mõista selle tähendust; samuti emotsionaalne vastus iseendale, jumalikkusele, teistele ja maailmale, mis inspireerib tundma ühtsust, aukartust, rõõmu, aktsepteerimist, rahu ja lohutust; ning ka kogemus, mis toob inimese kontakti jumalikkuse või pühaga (Duntley 2014, lk 124).

Kaasaegne elustiil on endaga kaasa toonud kasvava huvi ja nõudluse spirituaalsete teemade vastu ning seejuures leitakse, parim viis spirituaalsete kogemuste kogemiseks ja praktikate õppimiseks on reisimine (Cheer, Belhassen, & Kujawa, 2017, lk 254), kuna igapäevasest keskkonnast eemal olles saab inimene täieliku tähelepanuga keskenduda enesearengule, mis enamasti tähendab mõne enda sees oleva probleemi lahendamist (Norman & Pokorny, 2017, 203).

Näiteks on lääne ühiskonnas viimasel ajal hoogsalt populaarsust kogunud mediteerimine, kuna inimesed on teadlikumaks saanud selle hüvedest. Erinevad teadustööd on kinnitanud, et muuhulgas tugevdab mediteerimine inimese immuunsust, aitab ära hoida stressi, parandab mälu ja keskendumisvõimet ning aitab reguleerida emotsioone. Selleks, et meditatsiooni õppida ja praktiseerida, reisivatakse tihtipeale enda igapäevakeskkonnast eemale külastama meditatsioonilaagreid, kus teemaga intensiivselt tegeleda. (Norman & Pokorny, 2017, 201)

Spirituaalseid praktikaid on palju teisigi, näiteks jooga, tantra, palverändlus ja kõiksugused muud vaimse enesearenguga seotud tehnikad ja õpetused, mida saab praktiseerida ka Eestis. Näiteks 2015. aastal sai Eesti endale esimese palverännutee, mille teekond viib Piritalt Vana-Vastseliinani (<http://www.palverand.ee/>). Samuti toimub Eestis erinevaid jooga-, tantra- ja meditatsioonilaagreid ning palju erinevaid koolitusi ja kursusi, kus tegeletakse vaimse enesearenguga.

Kuna puuduvad põhjalikumad uuringud, mis annaks ülevaate spirituaal turistide ootustest spirituaal turismitootele, püstitati uurimisküsimus: „Millised on spirituaalsete huvidega inimeste ootused pakutavatele spirituaal turismitoodetele?“

Lõputöö eesmärgiks on teada saada millised on spirituaal turistide ootused Eestis pakutavatele spirituaal turismitoodetele ning uuringu tulemustele tuginedes esitada ettepanekuid Energia talule spirituaal turistidele suunatud turismitoodete arendamisel.

Lõputöö eesmärgi saavutamiseks on seatud järgmised uurimisülesanded:

- anda ülevaade turismitoote teoreetilistest käsitlustest ja arendamise võimalustest;
- anda teooriale tuginedes ülevaade spirituaal turistide määratlusest ning nende ootustest;
- küsitleda isikuid, kes tunnevad huvi vaimse enesearengu vastu ning võiksid olla huvitatud spirituaal turismitoodete tarbimisest;
- analüüsida küsitlusankeetidest saadud infot;
- teha saadud info põhjal järeldused ja ettepanekud spirituaal turismitoodete arendamiseks Energia talule.

Lõputöö koosneb kolmest peatükist. Esimese peatüki teemaks on sihtrühmapõhise turismitoote arendamine ning see peatükk jaguneb omakorda kaheks alapeatükiks, mille koostamisel on tuginetud teemakohasele teaduskirjandusele ja akadeemilistele artiklitele. Esimeses alapeatükis antakse ülevaade turismitoote arendamise teoreetilistest käsitlustest ja arendamise võimalustest. Teine alapeatükk keskendub spirituaal turistide määratlusele ja nende ootustele. Peamisteks spirituaal turismi teemal viidatud autoriteks on Alex Norman (2004, 2012) ja Melanie Smith (2015).

Töö teises peatükis antakse ülevaade Elujõud OÜ potentsiaalse uue sihtrühma seas läbiviidud uuringust. Peatüki esimene alapeatükk annab ülevaate spirituaalturismi hetkeolukorrast Eestis ning ettevõttest Elujõud OÜ. Teises alapeatükis keskendutakse uuringu metoodikale ja uuringu tulemuste analüüsile. Lõputöö kolmandas peatükis tuuakse välja uuringu tulemustest tehtud järeldused ning tehakse ettepanekud ettevõttele Elujõud OÜ spirituaalturistidele suunatud turismitoodete arendamiseks. Lisaks kolmele sisuosale on töös sissejuhatus, kokkuvõte, resümees ja viis lisa.

1. SIHTRÜHMAPÕHISE TURISMITOOTE ARENDAMINE

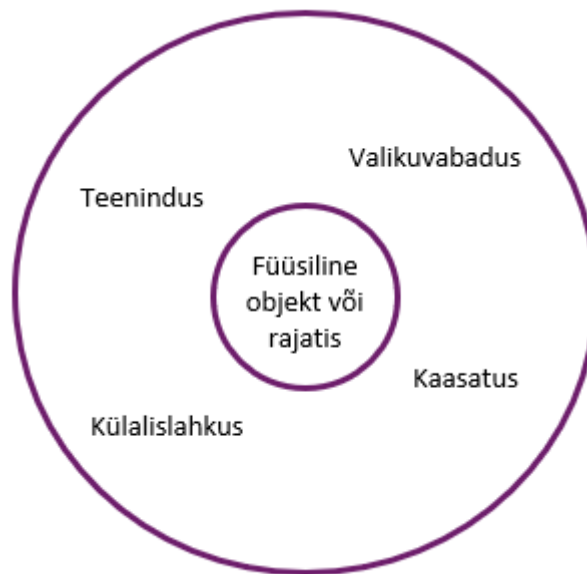
1.1. Turismoode ja selle arendamise võimalused

Käesoleva lõputöö esimene peatükk annab esmalt ülevaate ettevõtete tootevaliku planeerimise strateegilistest võimalustest. Seejärel antakse ülevaade turismoote teoreetilistest käsitlustest, tuuakse välja võimalused turismoote arendamiseks ja aspektid, millele turismoote arendamisel tähelepanu pöörata.

Turismoosihtkohal on peamiselt võimalik valida kahe strateegia vahel: kas pakkuda laia tootevalikut või keskenduda vaid ühele või vähestele põhitoodetele. Toodete valiku mitmekesistamine (*diversification*) võib tõsta sihtkoha konkurentsivõimet, kuna sel juhul on suurem tõenäosus, et klient leiab suure hulga variantide seast enda vajadustele ja huvidele vastava toote. Samuti on sihtkoht sellisel juhul paindlikum turisti eelistuste ja nõudmiste muutumise osas. Kui aga sihtkohas otsustatakse keskenduda ühele või vähestele toodetele ehk rakendatakse strateegiana kontsentreerumist (*concentration*), on see kasulik sidusa kuvandi loomise vaatenurgast. Konkreetne spetsialiseerumine soodustab spetsiifilise turu vajaduste paremat täitmist. (Benur & Bramwell, 2015, lk 214)

Turismoode on kombinatsioon konkreetse sihtkoha materiaalistest ja immateriaalistest elementidest, milleks on looduslikud, kultuurilised ja inimese poolt loodud ressursid, atraktsioonid, võimalused, teenused ja tegevused, mis on sihtkoha turunduskompleksi tuumaks ning mis loovad täieliku külastuskogemuse hõlmates ka potentsiaalsete klientide emotsionaalseid aspekte. Turismootele määratakse hind ning seda müüakse läbi jaotuskanalite. Samuti on turismootel elutsükkel. (UNWTO, 2016)

Stephen Smith (1994, viidatud Xu, 2010, lk 609 vahendusel) on jaotanud turismoote viiest elemendist koosnevaks. Need elemendid on: füüsiline objekt või rajatis, teenus, külalislahkus, valikuvabadus ja kaasatus (vt joonis 1).



Joonis 1. Turismitoote mudel. (Allikas: Xu, 2010, lk 609)

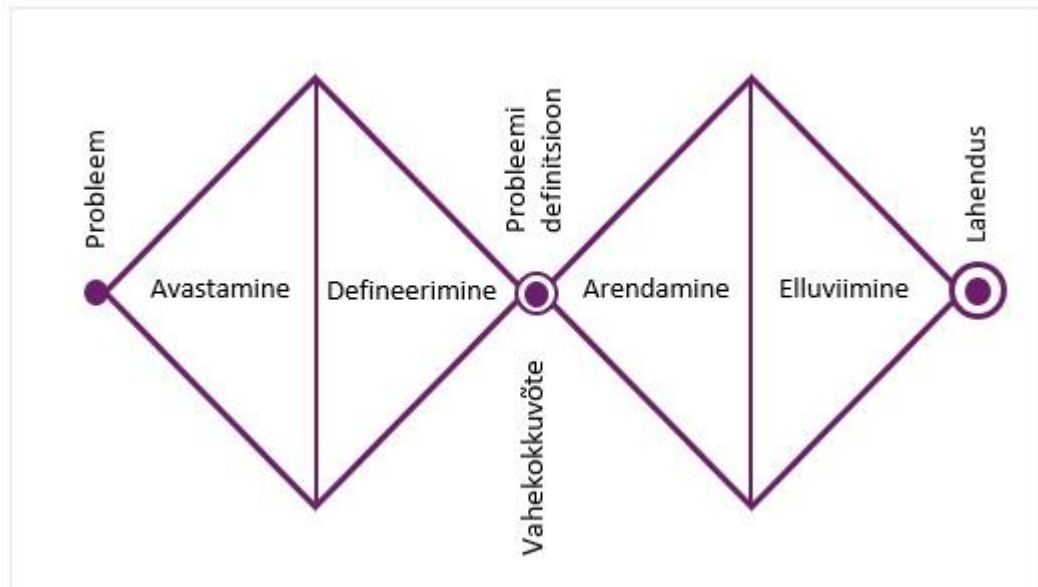
Mudeli keskmes on füüsiline objekt või rajatis (*physical plant*) ning välimisse ringi jäävad turismikogemusele väärtust lisavad, täiendavad ja toetavad elemendid: teenus, valikuvabadus, kaasatus ja külalislahkus. Kõik viis elementi, eelkõige aga toetavad elemendid, võivad olenevalt turismitootest olulisuse osas erineda. (Xu 2010, lk 609)

Teisiti käsitletult jaotatakse turismitoodet koosnevaks kolme liiki teenustest: põhiteenustest, abiteenustest ja lisateenustest. Põhiteenused on seejuures ettevõtte peamiseks tegevusvaldkonda kuuluvad teenused, millele ettevõtte on rajatud ning mis toovad ka suurimat tulu. Abiteenused on mõeldud põhiteenuste toetamiseks. Näiteks võivad abiteenusteks olla kohale toomine ja klienditeenindus. Lisateenused on aga põhiteenustele lisaväärtust loovad teenused, mis võimaldavad eristuda konkurentidest. (Reid & Bojanic, 2010, lk 283).

Turismitoodete arendamisel on võimalik kasutada teenusedisaini tööriistu, kuna teenusedisain käsitleb teenuseid toodetena, mida tuleb arendada süsteemselt, seades fookusesse väärtuse, mida klient tulemusest saab (Zehrer, Muskat, & Muskat, 2014, lk 357). Üheks tuntud teenusedisaini tööriistaks on topelt-teemanti mudel.

Topelt-teemanti mudel kujutab endast lihtsat visuaalset disainiprotsessi kaardistust, millel olevad teemanti kujutised on jaotatud neljaks selgelt eristatavaks osaks, mis

sümboliseerivad disainiprotsessi etappe: avastamine, defineerimine, arendamine ja elluviimine (vt joonis 2). Kuigi üldine mudel jääb erinevate projektide puhul samaks, võivad selle osad sõltuvalt projekti iseloomust veidi muutuda. Oluline on aga protsessi jooksul kindlasti läbida kõik etapid. (Design Council, 2007)



Joonis 2. Topelt-teemanti mudel. (Allikas: Design Council, 2007)

Mudeli väljaandja, organisatsiooni Design Council kodulehel (<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/design-process-what-double-diamond>) on välja toodud mudeli täpsem selgitus:

- Esimeses etapis, milleks on avastamine, püütakse klienti või kasutajat mõista, viies näiteks läbi küsitlusi või ajurünnakuid.
- Defineerimise etapis selekteeritakse eelmisest etapist välja tulnud võimalusi, otsustatakse millega esimesena tegeleda ning luuakse disainiprotsessile raamistik.
- Arendamise etapis luuakse ideid ja lahendusi, katsetatakse ning tehakse parendusi.
- Viimases, elluviimise etapis on toode või teenus valmis ning see on töösse rakendatud.

Nagu öeldud, on toote või teenuse arendamise protsessis oluline esmalt potentsiaalset klienti mõista. Põhilised meetodid, mille kasutamine aitab klienti mitmekülgelt tundma õppida on küsitlused, fookusgrupid, vaatlused ja intervjuud (Creusen, Hultink & Eling,

2013, lk 83). Käesolevas lõputöös kasutatakse kliendi tundmaõppimiseks küsitluse meetodit.

Pärast saadud andmete analüüsimist tuleks kliente segmenteerida. Turu segmenteerimine tähendab suure hulga klientide jaotamist mõttestatud gruppidesse nende omaduste, ootuste ja käitumise järgi. Segmentide kohta käiva informatsiooni järgi saab ettevõtte arendada uusi tooteid, et vastata erinevatele klientide vajadustele või kasutada ressursse efektiivsemalt tootmaks tooteid kõige potentsiaalsemalte segmendile. (Wang *et al.* 2016, lk 101)

Uut kliendisegmenti tundma õppides on kasulik luua saadud andmete põhjal potentsiaalsest kliendist visuaalne ettekujutus. Selleks kasutatakse persoona loomist, mis kuulub topelt-teemanti mudeli defineerimise etapi juurde (Design Council, 2007). Persoonasid võib olla üks või mitu ning kuna persoona puhul kasutatakse nii teksti kui pilti, annab see ettevõtte tüüpkliendist selge ettekujutuse (Van Os & Van Beurden, 2014, lk 2).

Omades potentsiaalsest uuest kliendist selget ettekujutust, mõistes tema soove ja vajadusi, saab hakata sihtrühmale uut toodet arendama. Tootearendusse võiks kaasata ka kliente. Klientide kaasamine aitab leida originaalsemaid ideid ning suurendab kliendi jaoks uuest tootest saadavat tajutavat väärtust (Magnusson, Matthing & Kristensson, 2003, viidatud Sigala, 2012, lk 556 vahendusel).

Klientide kaasamiseks uue toote arendamisesse kasutatakse näiteks kliendi mõjuvõimu suurendamist (*customer empowerment*). Kliendi mõjuvõimu saab suurendada andes kas kliendile võimaluse pakkuda välja ideid uute toodete disaini osas või anda kliendile võimalus valida erinevate disainiideede variantide vahel, mida ettevõtte võiks oma toodete juures kasutada. Samuti võidakse klientidel lasta pakkuda välja ideid ka täiesti uute toodete loomiseks, või siis lasta klientidel uute toodete osas hääletada, et teada saada, milliseid tooteid tuleks esmajoonel turundada. On tõestatud, et taoline kliendi kaasamine süvendab ettevõttes kliendikesksuse tajumist ning paneb klienti sellise ettevõtte tooteid konkurentide omadele eelistama. (Fuchs & Schreier 2010, lk 17).

Olemasoleva turismitoote täiendamiseks või uue turismitoote loomiseks kasutatakse tihti pakettimist. Pakettimise puhul moodustatakse üksikteenustest komplekstoode, mida müüakse kliendile ühtse hinna eest. Turismipaketid on turistide seas populaarsed, kuna need on mugavad ning odavamad kui teenused eraldi ostes ning samas annavad ka kindlustunnet teenuste ühtse kvaliteedi osas. Ettevõtjale on aga pakettimine kasulik seetõttu, et see muudab äri prognoosimise lihtsamaks, samuti aitab vähendada hooajalisust ning annab võimaluse ligi tõmmata kindlaid sihtrühmi. (Morrison, 2013, lk 174–175) Paketti saab aga kaasata ka koostööpartnerite teenuseid. Soovides turule tulla millegi uuenduslikuga, on turismivaldkonna puhul koostöö tegemine väga oluline (Zach 2013, lk 271).

Kokkuvõtvalt võib öelda, et turismitoode on kombinatsioon erinevatest komponentidest, mis loovad kliendile väärtust. Turismitoote arendamisel läbitakse erinevaid etappe, mille juures kõige olulisem on lähtuda kliendist, et loodav toode vastaks kliendi ootustele ning mõjuks läbi kliendi rahulolu kasulikult ka ettevõttele.

1.2. Spirituaalturistide määratlus

Nagu eelnevast peatükist selgus, on turismitoote arendamisel kindlale sihtrühmale tarvis esmalt kõnealust sihtrühma tundma õppida. Järgnevas peatükis antakse ülevaade spirituaalturismi mõistest, spirituaalturistide määratlusest ja nende ootustest spirituaalturismiteenustele.

Esmalt on hea vaadata üle, kuidas üldiselt turiste nende reisimotivatsiooni järgi jaotatud on. Erik Cohen (1996, lk 183) jaotab reisikogemused viieks:

- Rekreatiivne viis: Vaba aja rekreatiivne veetmine, mis on orienteeritud meelelahutusele. Turisti peamiseks reisimotivatsiooniks on kogeda lõbu.
- Meelelahutuslik viis: Sarnane rekreatiivse viisiga, kuid siin ei ole tegemist mitte millegi tähendusrikkaga. Tegemist on mõtestamata naudinguga, isegi vaatamisväärsuste, sealhulgas pühade paikade külastamise juures.
- Kogemuslik viis: Olek, kus oma tavapärasest grupist võõrandunud inimesed mõistavad, et nad on võõrandunud ning nad soovivad saada sügavamat kogemust, kui rekreatiivsesse ja meelelahutuslikku viisi kuuluvad inimesed.

- Eksperimentaalne viis: Selles vaba aja veetmise viisis mängib turist eksperimentaalse otsija rolli ning tegeleb alternatiivsete kogemuste otsimisega mitmetel erinevatel suundadel. Coheni arvates on eksperimentaalsel viisil reisijatel kõige kergem üle kanduda eksistentsiaalsesse viisi.
- Eksistentsiaalne viis: Sellel viisil reisijaid saab iseloomustada täielikult pühendunutena püha või spirituaalse keskme poole ning neil on tugev usk tavalistesse turismikogemustesse eksistentsiaalsest ehk olemuslikust vaatenurgast (“see on elu keskne mõte”)

Coheni (1996, lk 189) sõnul võib spirituaalturiste seostada küll kõigi viie kategooriaga, kuid valdavalt tulevad nad siiski kahest viimasest kategooriast. Kelly Smith (2015, lk 17) on Coheni poolt loodud tüpoloogiat täiendanud omapoolsete selgitustega. Tema sõnul on esimesed kolm kategooriat suurelt jaolt seotud rutiinist põgenemisega, igavusega või võõrandumisega, mis ei pruugi tingimata tähendada seda, et need inimesed loodaksid leida mujalt tähendusrikkust.

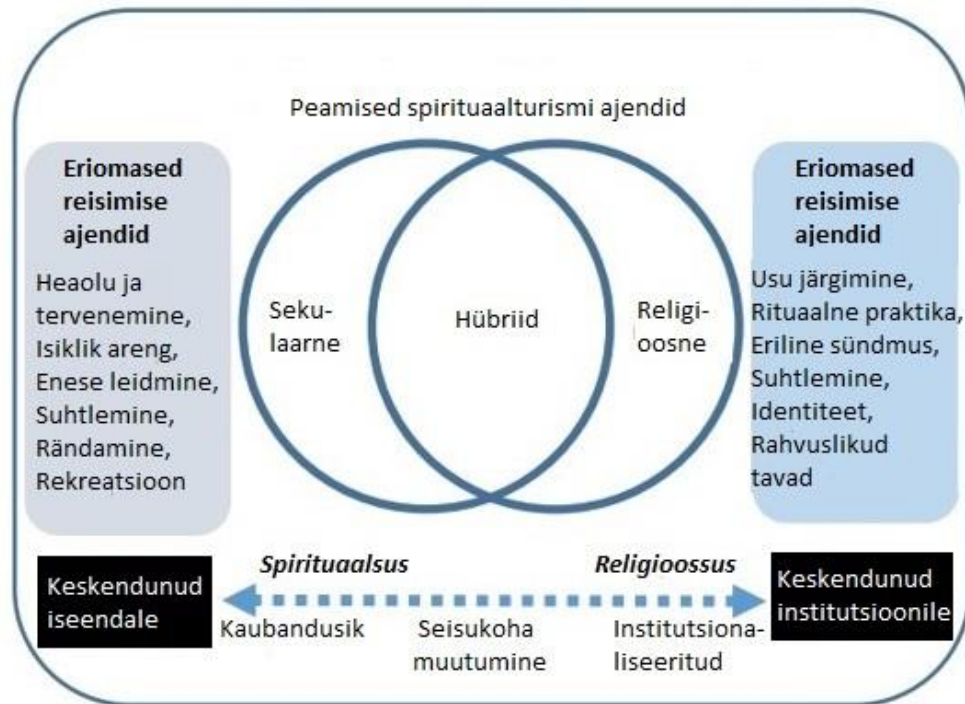
Eksperimentaalsed turistid otsivad spirituaalseid keskusi (*spiritual centres*) erinevatest alternatiivsetest suundadest, tihti katsetades ja vastandades “autentset” elu või rituaale lootuses leida iseennast. Tihti on nad pigem nooremad postmodernsed reisijad, kes veedavad aega kommuunilaadsetes vaimse enesearenguga tegelemise keskustes. Eksperimentaalsed turistid võivad olla ka näiteks 1960ndatest ja 1970ndatest aastatest pärit hipid, kes ei ole oma asukohast minema liikunud aga ka näiteks 30ndates eluaastates oma ala professionaalid, kes on läbi põlenud ning tegelevad nüüd enesetaastamisega. (Smith, 2015, lk 17). Smithi sõnul on Cohen eksperimentaalse turistitüübi suhtes ka kergelt küüniline, nimetades sellist inimest igaveseks vagabundiks, kelle eneseotsingutest on saanud eluviis. Eksistentsiaalsed reisijad pühenduvad pigem ühele spirituaalsele keskusele, elades seal alaliselt või külastades periooditi näiteks palverännaku raames. (Smith, 2015, lk 17).

Seega saab öelda, et spirituaalturism on turismiliik, mis keskendub inimese spirituaalsetele otsingutele. See võib, aga ka ei pruugi olla seotud religioossusega, kuid sisaldab tihti rituaale, tseremooniaid ja traditsioone, mis tulenevad idamaistest religioonidest, nagu näiteks budismist ja hinduismist. (Smith 2015, lk 17) Spirituaalturismi mõistet kasutatakse paljudes turismipraktikates või käitumismustrites,

kus turistid panustavad enese tähenduse tajumisse, eesmärki ja identiteeti ja mida nähakse hästi mõjuvana inimese tervisele ja heaolule (Norman and Pokorny, 2017, lk 203).

Spirituaalтуриsti saab defineerida inimesena, kes külastab mõnda paika väljaspool oma tavalist keskkonda eesmärgiga spirituaalseks arenguks (mis võib oma olemuselt olla kas religioosne või mitte-religioosne, püha või kogemuslik) (Haq & Jackson, 2006, lk 6). Alex Norman (2012, lk 28–33) on seostanud spirituaalтуриismi selliste märksõnadega nagu tervenemine, eksperimenteerimine, otsimine, eemaldumine ja kollektiivsus. Spirituaalтуриismi harrastavad inimesed ise on aga end nimetanud selliste erinevate nimedega, nagu näiteks: reisijad, otsijad, palverändurid, pühendunud, konverentsist/üritusest/festivalist osavõtjad, seiklejad jne. (Haq & Jackson, 2006, viidatud Haq & Medhekar, 2015, lk 192 vahendusel)

Erinevates teemakohastes kirjandusallikates käsitletakse spirituaalтуриismi mõistet tihti koos religioosse turismi ja palverändluse mõistetega. Viimase aja valdkonnapõhine uurimistegevus on aga toonud kaasa soovitusel liigitada palverändlust ja religioosset turismi spirituaalтуриismi alaliikideks (Haq & Medhekar, 2015, lk 192). Nagu ka eelnevalt mainitud, võib spirituaalтуриismil olla ühiseid tunnuseid religioosse turismiga, kuid see ka ei pruugi sisaldada religiooni (vt joonis 3) (Mora, 2011, viidatud Abad-Galzagorta, Guerenó-Omil, Makua, Iriberrí, & Santoma, 2016, lk 52 vahendusel).



Joonis 3. Spirituaalturismi kontseptuaalne raamistik. Allikas: Cheer *et al.*, 2017, lk 255.

Joonisel on spirituaalturismi ajendid jaotatud kolmeks: sekulaarne, religioosne ning nende hübriid, mis hõlmab mõlemat ajendit. Sekulaarsete ajendite puhul, mis on seotud spirituaalsusega ning mida võib pidada kaubanduslikuks, on turist keskendunud iseendale. Religioossete ajendite puhul aga on turist keskendunud institutsioonile.

Kommunikatsiooni- ja informatsioonitehnoloogia areng, samuti reisimise lihtsamaks ja odavamaks muutumine, aga ka modernsuse ja postmodernsuse mõjutused koos sekularisatsiooni protsessiga on toonud lääne ühiskonda olukorra, kus kombinatsioon reisimisest ja spirituaalse uudsuse otsingust on võimalik ja aktsepteeritud. (Norman, 2004, lk 49).

Spirituaalsete turistide tüüpe võib olla vahel keeruline eristada tavalisest kultuurituristist (Smith 2015, lk 104), mistõttu on järgnevalt välja toodud tabel, mis aitab paremini mõista massituristi, kultuurituristi ja spirituaalturisti omavahelisi erinevusi (vt tabel 1).

Tabel 1. Turismi ja motivatsiooni tüpologia.

Massiturist	Kultuuriturist	Religioosne/ spirituaalturist
Otsib võimalusi igapäeva elust põgenemiseks	Otsib kujundavaid ja kultuurilisi kogemusi	Otsib võimalusi arenemiseks ja isiklikuks valgustumiseks
Eelistab organiseeritud tegevusi	Eelistab reisida sõltumatult ja nautida tegevusi enda kulul	Eelistab autonoomiat, isiklikku ruumi ja vabadust
Eelistab etteaimatavaid ja harjumuspärastele sarnanevaid kogemusi	Naudib ebatavalisi kogemusi traditsioonilistes paikades	Naudib lihtsaid ja loomulikke kogemusi, mis on loodusega harmoonias
Ei ole üldse või on vähe huvitatud kohalikest ehedatest kogemustest	Ootab kohalikes keskkondades ehedust	Otsib eksistentsiaalset ehedust
Ei ole eriti huvitatud kohalikega suhtlemisest	Otsib aktiivselt võimalusi kohalikega suhtlemiseks	Tavaliselt liitub kohalikega rituaalsetes traditsioonides

Allikas: Abad-Galzacorta *et al.*, 2016.

Võrdluses toovad autorid välja, et spirituaalturist otsib reisides võimalusi kasvamiseks ja isiklikuks valgustumiseks, samal ajal kui massiturist otsib reisimise juures võimalust igapäevaelust põgenemiseks ja kultuuriturist kujundavaid ja kultuurilisi kogemusi. Reisida eelistab spirituaalturist autonoomselt, ta vajab isiklikku ruumi ja vabadust. Ka kultuuriturist eelistab reisida iseseisvalt, massiturist aga eelistab organiseeritud tegevusi. Naudingut leiab spirituaalturist lihtsatest ja naturaalistest kogemustest, mis on harmoonias loodusega. Kultuuriturist naudib ebatavalisi kogemusi traditsioonilistes paikades, massiturist eelistab aga selliseid kogemusi, mis on etteaimatavad ja sarnanevad igapäevaste tegevustega. Reisides otsib spirituaalturist eksistentsiaalset ehtsust, kultuuriturist otsib ehtsust kohalikes keskkondades, massiturist aga ei olegi huvitatud kohalikest ehedatest elamustest, kui siis ainult vähesel määral. Massiturist ei ole ka eriti huvitatud kohaliku elanikkonnaga suhtlemisest, samas kultuuriturist aga otsib aktiivselt võimalust kohalikega suhtlemiseks ning spirituaalturist liitub tavaliselt kohalikega traditsioonilistes rituaalides. (Abad-Galzacorta *et al.*, 2016)

Spirituaalsete on jaotatud viieks tüübiks. Viis spirituaalseti tüüpi, mis põhinevad spirituaalse kogemuse ja kavatsuse sügavusel, näitavad ära spirituaalsuse ulatuse kui

märkimisväärse teguri nende sihtkoha valimise protsessis (McKercher & Cros, 2003, lk 47):

- Eesmärgikindel spirituaalturist: Külastuse peamiseks eesmärgiks on isiklik spirituaalne kasv ning tema kavatsus on tugev.
- Vaatamisväärustega tutvuv spirituaalturist: Peamiseks eesmärgiks on küll isiklik spirituaalne kasv, kuid tal on vähem spirituaalseid kogemusi.
- Ebaregulaarne spirituaalturist: Motivatsioon spirituaalseks kasvuks on pealiskaudne ja ebaregulaarne ning tal on vähe spirituaalseid kogemusi.
- Juhuslik spirituaalturist: Isiklik spirituaalne kasv ei mängi reisi planeerimisel rolli ning ta saab spirituaalse kogemuse reisil olles juhuse läbi.
- Õnneliku juhuse spirituaalturist: Isiklik spirituaalne kasv ei mängi reisi planeerimisel rolli, kuid läbi õnneliku juhuse saab ta teekonna lõpuks sügava spirituaalse kogemuse.

Spirituaalturismi näideteks on näiteks joogalaagrid (*yoga retreats*). Need on moodsad ning paljudele inimestele väravaks spirituaalsete praktikate maailma (Bowers & Cheer, 2017, lk 208). Samuti on lääne ühiskonnas populaarsed budistlikud meditatsioonilaagrid (*meditation retreats*) (Norman & Pokorny, 2017, lk 201). Spirituaalturismi alla on liigitatud ka mõiste “aeglane turism” (*slow tourism*), mille all peetakse silmas turismiliiki, kus kõnnitakse looduslikel radadel ning mida seostatakse spirituaalsete väärtustega nagu selgus, looduslik ilu, jätkusuutlikkus ning holistiline heaolu (Kato & Pragano, 2017, lk 250).

Kui tavaliselt seostatakse turismi põgenemisega igapäevaelust ning tihti ka hedonistliku või liialdava käitumisega, siis paljud kaasaegsed spirituaalsed või holistilised puhkusepaigad julgustavad aga osalejat pigem olema tema ise ning tegelema enda sisemiste ebakõlade lahendamisega. Sellega seatakse reisi peamiseks vaatlusobjektiks iseennast, mitte väliseid atraktsioone ega tegevusi. (Smith 2015, lk 104)

Spirituaalseid praktikaid eelistatakse läbi viia ja kogeda looduskeskkonnas, kuna on leitud, et looduslik keskkond kõrgendab inimese taju ja teadlikkust, mis soodustab spirituaalset inspiratsiooni ja tähendusrikka kogemuse kogemist. Samuti soodustab uuringute järgi looduses viibimine sügavamat kuuluvustunnet, kohatunnetust, seotust maailmaga ning harmoonilisi tundeid. Üksiolek, vaikus, aeg ja ruum on kõik olulised

tegurid spirituaalse heaolu juures ning loodus võimaldab seda kõike. (Heinzman 1999, Sharpley 2011, lk 58 vahendusel)

Pikemate spirituaalsete ürituste juures on oluliseks teguriks ka toit. Spirituaalsetes laagrites pakutakse enamasti tervislikku ja taimset toitu. Taimse toidu juures mängib spirituaalsete jaoks rolli selle eetilisus ning samuti toetab kerge toit nende spirituaalseid praktikaid. (Bone, 2013, lk 300)

Spirituaalsete on erinevat liiki, kuid neil on ka sarnaseid omadusi. Kuigi spirituaalsete alla kuuluvad ka religioonitendentsid, keskendub käesolev lõputöö edaspidi sekulaarsetel ajenditel reisivatele spirituaalsetele ehk inimestele, kes on huvitatud enda vaimsest arendamisest isiklike eesmärkidel.

2. ELUJÕUD OÜ POTENTIAALSE UUE SIHTRÜHMA UURING

2.1. Spirituaalturismi hetkeolukord Eestis ja ülevaade ettevõttest Elujõud OÜ

Käesoleva peatüki esimeses alapeatükis kirjeldatakse esmalt spirituaalturismi hetkeolukorda Eestis ning seejärel antakse ülevaade ettevõttest Elujõud OÜ. Teises alapeatükis tutvustatakse uuringu meetodeid ning analüüsitakse uuringu tulemusi. Lisaks luuakse uuringu tulemuste põhjal persoona.

2014. aastal avaldatud Eesti Päevalehe artiklis „Eestis kogub hoogu new-age-turism“ on välja toodud Tartu Ülikooli etnoloogi Maarja Kaaristo poolt uuritud tähelepanek, et maaturismi üks uuemaid ent kiiresti arenevaid suundi on spirituaalturism. 2013. aastal ilmunud kogumikus “Mitut usku Eesti. Uue vaimsuse eri.” on väidetud, et Eestis on üle 500 ettevõtte, mis pakuvad vaimsuse ja spirituaalsuse teenuseid. Need ei ole küll kõik turismivaldkonnast, kuid tõestavad, et huvi spirituaalsuse järele on suur. (Seiton, 2014)

Ka MTÜ Eesti Maaturism tegevjuht Raili Mengel on kinnitanud, et spiritaalturism kogub Eestis hoogu. Mengeli sõnul otsivad inimesed üha enam seoseid esivanematega, hinge kosutust ja viise end maandada. Samuti kinnitas ta, et kohti, kus vanu traditsioone tuuakse tänasesse, on kindlalt juurde tulnud ning lisas ka, et maapiirkonnad on selleks ideaalsed, kuna seal on rohkem privaatsust. *Ibid*

Seitoneni (2014) artiklis on välja toodud ka Tartu Ülikooli usuteaduskonnast pärinevad järgmised andmed:

- Viimase viie aasta jooksul on mõne uue vaimsuse praktikaga (näiteks jooga, meditatsioon, vabastav hingamine vms) tegelenud 20% inimesi.
- Vaimset kirjandust on lugenud 30% inimestest. Nende seast enamik on lugenud selliseid õpetusi, mida nad järgivad ka igapäevaelus.

- 67% inimestest on nõustunud väitega, et nad „usuvad vaimsesse enesearengusse selles mõttes, et teadlike enesesisenduste ja vaimsete praktikate, näiteks meditatsiooni abil on võimalik muuta iseennast, oma elu ja maailma enda ümber“.

Järgnevalt annab autor ülevaate ettevõttest Elujõud OÜ. Elujõud OÜ kaubamärgiks on Energia talu. Talu asub Viljandimaal, Põhja-Sakala vallas. Ettevõttes töötab põhikohaga kolm inimest: juhataja, projektijuht ning ravimtaimede pakendaja-aiatöölaine. Kokk ja koristaja töötavad väljakutsel. Suviti töötab talus veel 3–4 inimest, kes tegelevad ravimtaimede kasvatamise ja hooldamisega ning tööd pakutakse ka õpilasmalevlastele. (A. Siim, suuline vestlus, 11.01.2018)

Energia Talu on Eesti suurim ökoloogiliselt ravimtaimede kasvatamisega ja töötlemisega tegelev ettevõtte ning seejuures ainus, mis pakub lisaks ka majutus-, toitlustus- ja seminariteenust. Talu eripäraks on keskendumine ravimtaimede ja üldiselt looduslähedasele temaatikale. Lisaks sellele, et külastajatel on võimalik ravimtaimeretke läbides tundma õppida erinevaid talus kasvavaid ravimtaimi ning võtta osa tervendavate maitse- ja ravimtaimede töötoast, on talus ka öko-spaa, kus kasutatakse nii saunades, mullivannis kui ka hoolitsustes erinevaid ürte. Talul on ka eripärased majutustubade nimetused: Energia tuba, Rahustav tuba, Romantiline tuba, Lavendli tuba, Saialille tuba, Linnulaulu tuba ning Öko-sviit. (<http://www.energiatalu.ee>)

Energia talus pakutakse erinevaid pakette, muuhulgas näiteks romantikutele, sõbrannadele ja salenejatele. Rabaalamuse paketti on kaasatud ka lähedal asuva Hüpassaare raba külastus ning enamikus pakettides sisaldub ka suvehooajal ujumine Navesti jões, seega on külastuselamusse kaasatud ka piirkonnas asuvaid looduslikke objekte. *Ibid*

Üheks oluliseks osaks Energia talust on Navesti jõe ääres asuv seminarikeskus–öko-spaa, kus seminariklientidel on võimalik lõõgastuseks kasutada öko-spaa võimalusi. Kodulehel (<http://www.energiatalu.ee>) on ka mainitud, et seminariruumi põrand on valmistatud siberi lehisest, mis on rahustav, pehme ja kiirgava energiaga puu, mis annab elujõudu, loob hea ja mõnusa meeleolu ning suurepärase enesetunde. Seminari on suveperioodil võimalik pidada ka modernses ja originaalses teemajas, mis on pälvinud “Aasta puitehitis

2010” eripreemia. Samas kõrval on ka vaatetorn vaatega ravimtaimede põldudele ja Navesti jõele. (<http://www.energiatalu.ee>)

Energia Talu peremehe sõnul on ettevõtte eesmärgiks soodustada inimeste vaimset arengut ja isetervendava jõu käivitamist ravimtaimede, sauna ja looduse abil. Peremees sooviks rohkem talu külastama vaimsest enesearengust huvitatud inimesi. (A. Siim, suuline vestlus, 11.01.2018). Sellest tulenevalt otsustas autor läbi viia uuringu, mille eesmärgiks oli teada saada millistest spirituaaliturismiteenustest on huvitatud vaimsest enesearengust huvitatud inimesed Eestis.

2.2. Uuringu meetodid ja analüüs

Uuringu andmekogumismeetodina kasutati avatud, suletud ja poolavatud küsimustega internetiküsitlust. Küsitlust kasutatakse siis, kui tahetakse selgitada, mida inimesed mõtlevad, tunnevad, kogevad või usuvad (Hirsjärvi, Remes, & Sajavaara, 2004, lk 172) ning otsus viia see läbi internetis tulenes printsiibist, et see on kiire, kuigi paratamatult jääb seejuures ka oht, et inimesed ei pruugi olla huvitatud vastamisest (Uus, 2007, lk 7). Küsitluse kaudu on võimalik muuhulgas uurida kliendi varasemate kogemuste kohta. Kliendi varasematest kogemustest teadlik olemine on kasulik sellepärast, et eelnevad kogemused mõjutavad kliendi rahulolu ja tootest või teenusest saadavat tajutavat väärtust (Rajaratnama, Munikrishnana, Sharifb, & Naira, 2014, lk 203).

Autor otsustas enamjaolt kasutada avatud küsimusi, kuna neid kasutatakse siis, kui soovitakse stimuleerida vastajat midagi kirjeldama või millegi kohta informatsiooni jagama; aga ka avaldama oma arvamust ning väljendama hoiakuid ning seejuures eeldatakse vastajatelt arutelu ja argumentatsiooni (Õunapuu, 2014, lk 162). Küsimustikus olid aga ka mõned suletud ja poolavatud küsimused.

Küsimustikus (vt lisa 1) küsiti vastajatelt lisaks nende vanusele ja soole eelistusi turismitalu külastamise puhul. Seejärel uuriti milline on nende senine kokkupuude vaimsest enesearengust soodustavate ürituste, töötubade ja muude spirituaalsete teenustega ning milliseid seni kogetud teenuste hulgast soovitsid nad ka teistele inimestele. Samuti küsiti vastajatelt milliseid spirituaalseid üritusi soovitsid nad veel külastada või milliseid spirituaalseid teenuseid tarbida. Küsimustikus palutakse ka nimetada teenuseid või võimalusi mida võiks üks Eesti looduskaunis paigas asuv turismitalu lisaks tavapärastele

turismiteenustele (majutus ja toitlustus) veel pakkuda, et see paneks küsitletavat seda paika külastama. Autor koostas ka tabeli, kus on välja toodud allikad, mis on aluseks küsitluse küsimuste teemadele (vt tabel 2).

Tabel 2. Küsitluse küsimuste aluseks olevad allikad.

Teema	Allikas
Potentsiaalse kliendi üldine profiil (sugu, vanus), reisimisviisi eelistused (reisikaaslased, reisi pikkus) ehk persoona koostamiseks vajalikud andmed	Van Os & Van Beurden (2014)
Turismitalus pakutavad lisateenused	Reid & Bojanic (2010)
Potentsiaalse kliendi eelnevad kogemused	Rajaratnama <i>et al.</i> (2014)
Potentsiaalse kliendi soovid ja eelistused uute toodete osas	Fuchs & Schreier (2010), Sigala (2012)

Allikas: autori koostatud.

Andmeanalüüsimetoditena kasutatakse uuringus standardiseeritud kontentanalüüsi ja statistilist analüüsi. Standardiseeritud kontentanalüüsi kasutatakse tihti abimeetodina küsitluse avatud küsimuste vastuste kodeerimiseks ehk nii-öelda “tõlgitakse” kvantitatiivsete näitajate keelde (Kalmus, 2015). Statistikat rakendatakse kvantitatiivses uurimistöös selleks, et kirjeldada uuritavat nähtust, teha selle kohta järeldusi ja prognoosida käitumist. Andmeid tuleb analüüsida nii, et oleks võimalik saada ettekujutus tunnuste olemusest ja seostest mitmesuguste mõjuritega. (Õunapuu, 2014, lk 184).

Üldkogum ehk populatsioon on teatavate sarnaste tunnustega uuritavate objektide koguhulk, mille kohta soovitakse teha uurimisandmete põhjal järeldusi või prognoose (Õunapuu, 2014, lk 137). Autori uurimuse üldkogumisse kuulusid kõik Eestis elavad inimesed, kes on huvitatud vaimsest enesearengust.

Kuna piiratud aja ja raha tõttu ei ole võimalik kogu üldkogumit uurida, kitsendatakse koguhulga uurimine väiksema alamhulga ehk valimi uurimisele (Õunapuu, 2014, lk 139). Käesoleva lõputöö sihipärasesse valimisse kuulusid inimesed, kes on liikmed sotsiaalmeediakanali Facebook gruppides, kus arutletakse vaimsetel teemadel. Järgnev tabel (vt tabel 3) annab ülevaate Facebooki gruppidest, kuhu autor küsimustiku postitas.

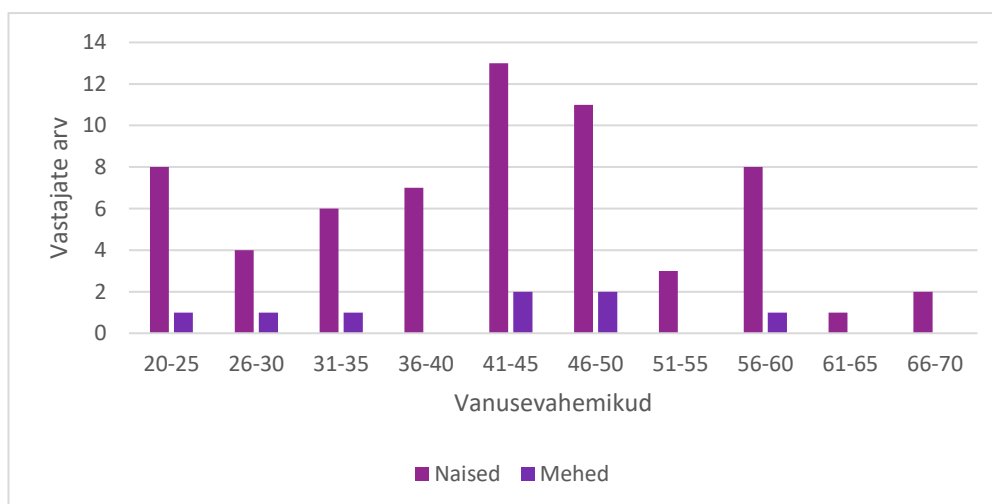
Tabel 3. Facebooki grupid, kuhu küsitlus postitati (autori koostatud)

Facebooki grupp	Liikmete arv
Vikerkaaretee	7000+
Valgustöö (spirituaalsed sündmused Eestis ja mujal)	6000+
Valguselaegas (vaimsed üritused, loovad tegevused, teraapiad)	4000+
Sulle, kes sa kõnnid vaimsel teerajal ja vajad teekaaslast, hingesugulast	4000+
Vaimsus-üritused-olemine-kõned	3000+
Vaimsus. Eneseabi. Tervis. Õkondus.	1000+

Allikas: autori koostatud.

Piloot-uuring viidi läbi *Facebooki* grupis Valguselaegas ajavahemikus 5.–11. märts 2018. Teistesse Facebooki gruppidesse postitati küsimustik vastamiseks 11. märtsil ning küsimustik oli vastamiseks avatud 25. märtsini 2018. 20. märtsil pöördus töö autor veebiportaali Hingepeegel (<http://www.hingepeegel.ee/>) toimetaja poole uurides võimalusi küsitluse lingi avaldamiseks Hingepeegli kodulehel. Eesmärgiks oli saada vastajaid juurde ning kuna Hingepeegli *Facebooki* lehel on üle 24 000 jälgija, tundus see andmete kogumiseks olevat hea allikas. Toimetaja pani küsimustiku kodulehele üles ning sealt tuli arvestatav hulk vastajaid juurde. Saadud andmed autor puhastas, süstematiseeris, kodeeris ja klassifitseeris ajavahemikus 26. märts kuni 1. aprill 2018. a.

Järgnevalt analüüsitakse läbiviidud internetiküsitlusest saadud tulemusi. Küsimustikule vastas 70 inimest, vanuses 22–70 eluaastat. Selleks, et vastajate soolisest ja vanuselisest jaotumisest visuaalset ettekujutust saada, on joonisel 4 jaotatud vastajad 5-aastaste vanusevahemike ja soo järgi diagrammi erinevatesse tulpadesse.



Joonis 4. Vastajate vanuseline ja sooline jaotumine (autori koostatud).

Tulemustest on näha, et rohkem kui kolmveerand vastajatest on naised. Mehi oli 80 vastaja seas vaid 8. Vanuseliselt oli suurim osa vastajatest umbes 45-aastased. Selle tulemuse põhjal järeldas autor, et Eestis tunnevad spirituaalsete teemade vastu enim huvi keskmiselt 45-aastased naised, millest tulenevalt koostati ka persoona (vaata lisa 2). Persoona koostamiseks kasutati Xtensio veebilehelt (xtensio.com) leitavat malli, kuhu kanti uuringust saadud andmed, mis peaksid iseloomustama tüüpilist Eesti spirituaalturisti.

Küsimusele, kus sooviti teada saada vastajate eelistusi turismitalus pakutavate lisateenuste osas oli antud kaks vastusevarianti ette ning vastajatele oli jäetud ka tühi rida enda vastuse kirjutamiseks. Küsimuse puhul oli võimalik valida ka mitu vastusevarianti. Tulemusi iseloomustab alljärgnev tabel 3, kus on tumedamal taustal märgitud ära küsitluses etteantud vastusevariandid.

Tabel 4. Vastajate ootused turismitalus pakutavate lisateenuste osas

Lisateenus või muu oluline tegur	Vastuste arv
Saun	51
Ujumisvõimalus	27
Loomad	3
Kööginurk või toitlustus (lisaks hommikusöögile)	3
Kaunis loodus	3
Vaikus	3
Matkarada/ terviserada	2
Veekogu	2
Lõkkekoht/ grillimisvõimalus	2
Tegevused lastele	2
Wifi	2
Mõni privaatne lõõgastuskoht	1
Joogasaal	1

Allikas: autori koostatud.

Tulemustest on näha, et kõige rohkem märgiti ära ette antud vastuseid ning paljud vastajatest ise enda mõtteid juurde ei lisanud. Kõige olulisemaks peeti turismitalus sauna olemasolu (51 vastajat), sellele järgnes ujumisvõimalus (27 vastajat). Kolmel korral toodi välja loomad, kööginurk või toitlustus (lisaks hommikusöögile), kaunis loodus ja vaikus. Kahe vastusega mainiti ära matka- või terviserada, veekogu, lõkkekoht/ grillimisvõimalus, tegevused lastele ja wifi. Ühel korral märgiti, et turismitalus võiks olla mõni privaatne lõõgastuskoht ja joogasaal. Kuigi saun ja ujumisvõimalus on

turismitaludes üsna levinud ja ka populaarsed võimalused, võib oletada, et kui küsimustikus oleks olnud rohkem vastusevariante välja toodud, oleks ehk rohkem vastuseid ka ära märgitud.

Küsimusele „Millistes vaimset enesearengut soodustavates töötubades, kursustel või laagrites Te olete osalenud?“ oli samuti ette antud mõned variandid, mis on tabelis 5 märgitud teistest tumedama taustavärviga. Ka selle küsimuse puhul oli vastajatel võimalik eraldi reale kirjutada oma vastus ning märkida oli võimalik mitu vastusevarianti.

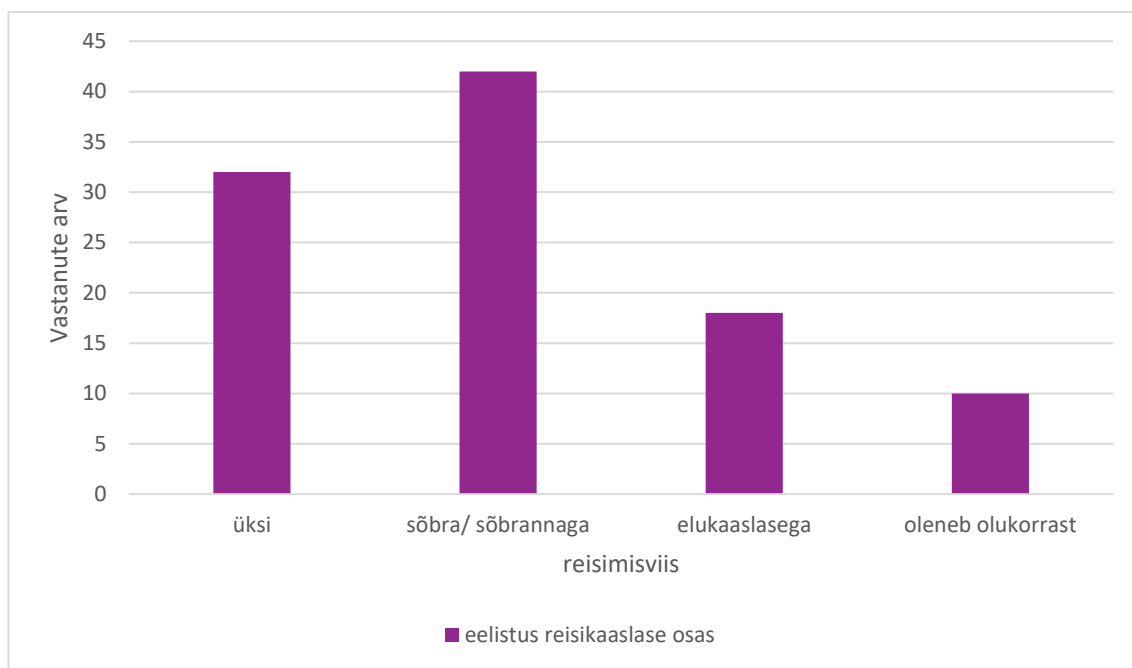
Tabel 5. Vastajate kogemused vaimset enesearengut soodustavate töötubade, kursuste ja laagritega.

Töötuba/ kursus	Vastuste arv
Jooga	33
Meditatsioon	28
Reiki	18
Vabastav hingamine	17
Tantra	3
Kristalliteraapia	2
Gongiteraapia	2

Allikas: autori koostatud.

Taaskord said kõige rohkem vastuseid ette antud vastusevariandid. Kõige populaarsem vastus oli jooga 33 vastusega. Järgnesid meditatsioon (28 vastust), reiki (18 vastust) ja vabastav hingamine (17 vastust). Kolm vastust sai tantra, kaks vastust said kristalliteraapia ja gongiteraapia ning väga palju oli ka ühe vastajaga vastuseid, mis jäid tabelist välja, kuid on välja toodud käesoleva töö lisas 3. Tulemustest oli näha, et inimestel on huvi väga paljude erinevate teemade vastu.

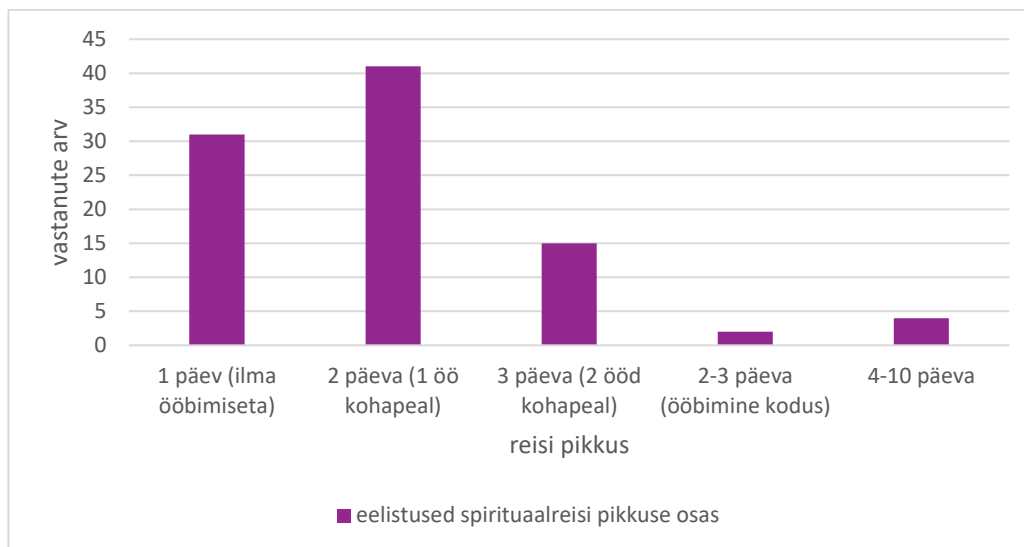
Ühes küsimuses sooviti vastajatelt teada saada kellega nad eelistavad vaimse enesearenguga tegelemise sündmusi külastada. Ette olid antud kolm vastusevarianti: üksi, sõbra/ sõbrannaga või elukaaslasega ning lisada sai ka muu vastuse. Joonisel 5 on kajastatud vastajate eelistused.



Joonis 5. Vastajate eelistused reisikaaslaste osas (autori koostatud).

Tulemustest selgus, et enamasti eelistatakse spirituaalseid sündmusi külastada kas sõbra või sõbrannaga. Autori arvates võib see nii olla seepärast, et kui lähtuda naistest (kes moodustasid vastajatest enamuse), siis suurema tõenäosusega kattuvad nende huvid spirituaalsetes valdkondades pigem mõne sõbrannaga, kui mehega, kuna mehi peetakse üldjuhul ratsionaalsemateks kui naisi ning Eestis ei tundu spirituaalsed teemad meeste seas kuigi populaarsed olevat. Samas paljud vastajatest eelistavad seda teha ka üksi ning veidi vähem koos elukaaslasega. Mõned inimesed vastasid ka, et eelistus reisikaaslase osas sõltub olukorrast.

Seejärel uuriti vastajatelt kui pikki vaimset enesearengut soodustavaid sündmusi eelistavad nad külastada. Ette olid antud vastusevariandid: 1 päev (ilma ööbimiseta), 2 päeva (üks öö kohapeal), 3 päeva (2 ööd kohapeal) ning taaskord oli jäetud ka tühi lahter, kuhu vastaja sai kirjutada ka mõne muu variandi (vaata joonis 6).



Joonis 6. Vastajate eelistused spirituaalreise pikkuse osas (autori koostatud).

Selgus, et kõige enam eelistatakse 2-päevaseid enesearenguga tegelemise reise, kus öö veedetakse ürituse toimumiskohas kohapeal. Paljud vastajad eelistasid aga ilma ööbimiseta ühepäevaseid reise. Vähem oli neid, kes sooviksid viibida 3-päevasel reisil. Paar inimest tõid ka välja, et neile meeldiks 2–3 päevased reisid, kuid nad eelistaksid ööbida kodus. Neli inimest tõid aga välja erinevaid reisipikkusi vahemikus 4–10 päeva.

Järgmises küsimuses paluti vastajatel nimetada vaimsete praktikate õpetajate nimesid, kelle juhendamisel on nad õppinud ning kelle poolt läbi viidavaid sündmusi soovitaksid nad ka teistele. Tegemist oli avatud vastusega, kus ei olnud valikuvariante ette antud ning vastajal oli võimalus loetleda nii palju nimesid kui ta soovis (vaata tabel 6).

Tabel 6. Vastajate soovitatud õpetajad.

Soovitatud õpetajad	Häälte arv
Mai-Agate Väljataga	7
Kreet Rosin-Pindmaa	7
Ingvar Villido	5
Kaia-Liisa Reinut	4
Irje Karjus	4
Teresa Mängel	3
Mikk Sarv	3
Lille Lindmäe	3
Crystal Ra- Laksmi	3

Allikas: autori koostatud.

Vastustest tuli välja väga palju nimesid, kellest ülejäänud nimekirja saab näha töö lisa 4. Välja pakutud õpetajad tegutsevad küllaltki erinevates valdkondades, kuid üldiselt saab

autori hinnangul väita, et kõigi nende õpetajate käest õpitakse kas otseselt või kaudselt kuidas muuta oma elu õnnelikumaks.

Küsimusele „Milliseid vaimset enesearengut soodustavaid üritusi sooviksite veel külastada või milliseid õpetajaid kuulata (nii Eestist kui välismaalt)?“ tuli samuti väga palju erinevaid vastuseid. Küsimus oli avatud vastusega ning mõtteid sai kirjutada nii palju kui sooviti. Tabelis 7 on välja toodud vähemalt kahel korral nimetatud valdkonnad.

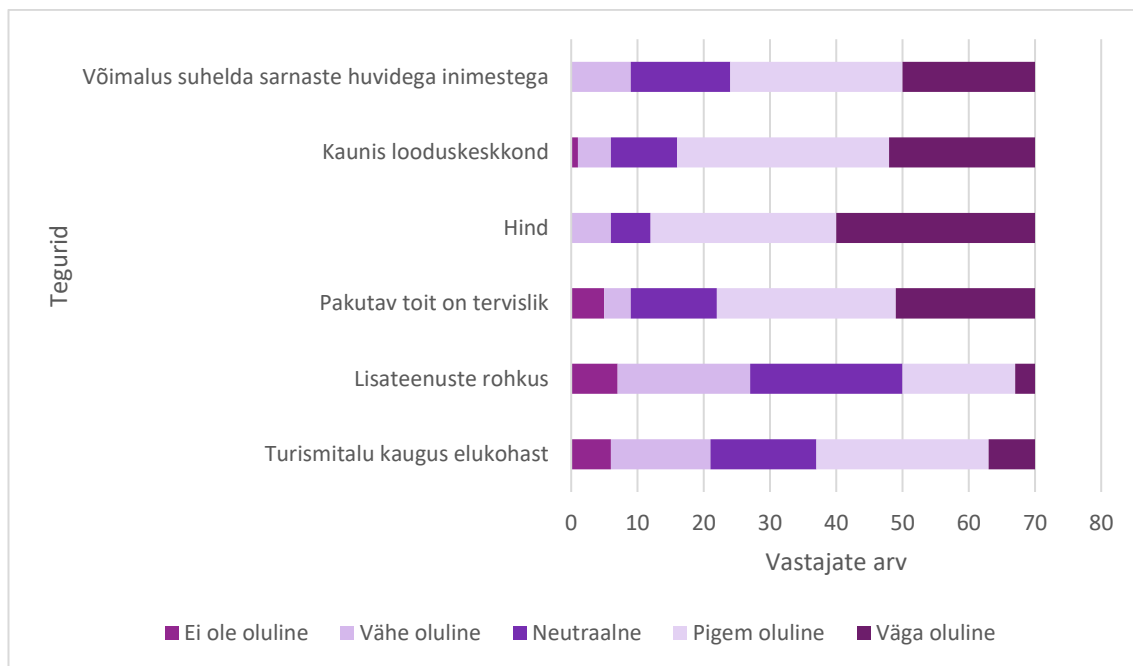
Tabel 7. Teemad, mida vastajad sooviksid õppida.

Soovitakse veel kogeda/ õppida	Vastuste arv
Meditatsioonitehnikad	4
Joogalaager	4
Holotroopne hingamine	2
Ravimtaimede kasutamine	2
Šamaanitrumm	2
Iseendaga kontakti loomine	2

Allikas: autori koostatud.

Tulemustest selgus, et enim huvitavad inimesi meditatsioonitehnikad ning joogalaagrid. Nendele järgnesid kahe vastusega holotroopne hingamine, ravimtaimede kasutamine, šamaanitrumm ning iseendaga kontakti loomine. Konkreetsetest inimeste nimedest toodi välja Crystal Ra-Laksmi, Thule Lee ja Riina Raudsik. Tabelist välja jäänud nimekiri teemadest ja õpetajatest on välja toodud käesoleva töö lisa 5.

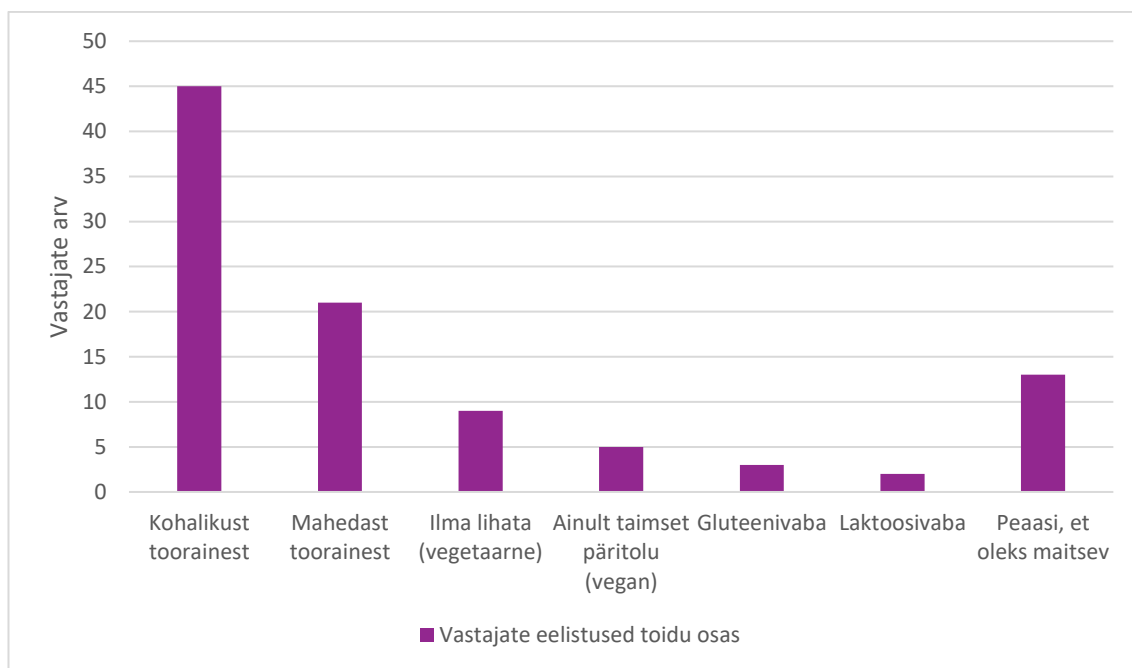
Seejärel uuriti vastajatelt, kui oluliseks peavad nad mõnes turismitalus toimuva spirituaalse sündmuse puhul järgnevat tegureid: turismitalu kaugus elukohast, lisateenuste rohkus, pakutava toidu tervislikkus, hind, kaunis looduskeskkond ning võimalus suhelda sarnaste huvidega inimestega. Tulemusi iseloomustab joonis 7.



Joonis 7. Tegurite olulisus Eesti-siseste spirituaalturismiteenuste kasuks otsustamisel (autori koostatud)

Turismitalu kaugust elukohast hindas suurim osa vastajatest pigem oluliseks. Lisateenuste rohkuse osas jäädid enamalt jaolt neutraalseks. Et pakutav toit oleks tervislik hindas suurim osa vastajatest pigem oluliseks. Hind on vastajate jaoks väga oluline või pigem oluline. Pigem oluliseks peeti ka kaunist looduskeskkonda ning võimalust suhelda sarnaste huvidega inimestega.

Küsimusele, kus sooviti teada saada vastajate eelistusi turismitalus pakutava toidu osas olid ette antud vastusevariandid: kohalikust toorainest, mahedast toorainest, ilma lihata (vegetaarne), ainult taimset päritolu (vegan), gluteenivaba ja laktoosivaba. Märkida oli võimalik mitu vastusevarianti ning olemas oli ka tühi lahter enda vastuse pakkumiseks. Tulemusi iseloomustab joonis 8.



Joonis 8. Vastajate eelistused turismitalus pakutava toidu osas (autori koostatud).

Vastuste seast peeti kõige olulisemaks, et turismitalus pakutav toit oleks kohalikust toorainest. Järgnes mahedast toorainest toit. 13 vastajat tõid ise välja, et neil muid kriteeriume toidule ei ole, kui et toit peaks lihtsalt maitsev olema. Vähem eelistati vegetaarset ja vegan toitu ning veidi vastuseid said ka gluteenivaba ja laktoosivaba toit.

Küsimustiku viimasele küsimusele vastamine ei olnud kohustuslik, kuid soovijad said välja pakkuda veel ideid ja mõtteid selle kohta, milline võiks olla spirituaalturismi teenus.

Üks vastaja kirjutas järgmise kommentaari: „*Sõna "spirituaalturism" on eemaletõukav. Selle lisamine reklaamile ei tule ürituste korraldajale kasuks. Antud valdkonnas on marketingi seisukohast oluline, et kohapeal oleks kindlustatud ootustele vastav keskkond ning huvigrupi ootustele ja kvaliteedinõuetele vastav tegevus/ infovahetus ning läbipaistev hinnakiri: mis läheb elu-olu korraldamisele, mis tegevuse/ infovahetuse läbiviijale. Kahjuks pole enamasti võimalik vähese nõudluse tõttu hoida lahus nn. peoseltskonnad ja konverentsi-lõdvestujad ning "vaimsed otsijad" – ühe kindla niši hoidmine ei taga asupaiga pidajale stabiilset sissetulekut. "Vaimsed otsijad" amortiseerivad keskkonda vähem, kuid neid pole piisavalt, pealegi ei saa nad mõnikord omavahel ka kõige paremini läbi :).*“

Üks vastaja kirjeldas spirituaalturismiteenust aga järgnevalt: „*Minu nägemus on, et lihtne looduslik ja vabalt voolav, mitte liiga tihe programm. Inimene peab saama olla iseendaga ja omasugustega suhelda. Loodusega üks olla. Ehk siis lihtsalt ilus, lihtne koht, kus aeg maha võtta ja lisaks mõned protseduurid, rituaalid, teraapiad.*“

Pakuti välja, et lisateenusena võiks olla energeetiline massaaž või hüпноосiseansi võimalus. Veel märgiti ära, et pakett võiks sisaldada transporti, et inimesed, kellel ei ole autot, jõuaksid ka sihtpunkti, või garanteerida muul moel hea transpordiühendus. Toodi ka välja, et spirituaalturismiteenuste osutamise paigas on väga oluline vaikus (et autod ei müriseks ja koerad ei hauguks). Vastaja lisas ka, et tema jaoks on oluline, et ta saaks üksi toas ööbida, kui ta ei osale koos kaaslasega. Samuti on olulised head pesemisvõimalused.

Ühe vastaja arvates on oluline, et sellise koolituse/reisi puhul oleks kindlasti selgelt eelnevalt määratletud, kas on tegemist inglise- või eestikeelse koolitusega, kuna tõlkega koolitused olevat osadele inimestele igavad, kuna kordavad juba kuulnud (ja alati mitte sama nauditaval tasemel).

Uuringust selgusid näitajad mis võiksid iseloomustada tüüpilist Eesti spirituaalturisti, kelleks on enamasti 45-aastane naine, kes eelistab vaimset enesearengut soodustavaid üritusi külastada kas sõbra/sõbrannaga või üksi ning enamasti eelistab külastada 2-päevaseid üritusi. Huvisid ja soove on tal erinevaid. Saadud andmete põhjal koostas autor ka persona ankeedi, mis on leitav käesoleva töö lisast 2.

3. JÄRELDUSED JA ETTEPANEKUD ELUJÕUD OÜ-LE SPIRITUAALTURISMITOODETE ARENDAMISEKS

Käesolevas peatükis tehakse järeldused läbiviidud uuringu tulemustest ning antakse soovitusi Energia talule spirituaalturismitoodete arendamiseks. Seejärel on välja toodud ka autori poolt koostatud soovituslik tegevuskava Energia talule spirituaalturismitoodete arendamiseks.

Uuringu tulemuste põhjal saab väita, et keskmine Eesti spirituaalturist on umbes 45-aastane naine, kes eelistab spirituaalreisidel käia kas sõbra või sõbrannaga või üksi. Sihtkohas eelistab viibida enamasti kaks päeva, ööbides kohapeal, kuid tihti osaleb ta ka ühepäevastel, ilma ööbimiseta vaimse enesearenguga tegelemise üritustel. Andmete põhjal koostati ka persoona (vt lisa 2), mis on heaks vahendiks ettevõtte (potentsiaalsest) tüüpkliendist selge ettekujutuse saamiseks (Van Os & Van Beurden, 2014, lk 2).

Potentsiaalsetelt klientidelt uuriti nende eelistusi turismitalu lisateenuste osas. Lisateenused on olulised, kuna loovad põhiteenustele lisaväärtust ning võimaldavad eristuda konkurentidest (Reid & Bojanic, 2010, lk 283). Selgus, et olulisemateks lisateenusteks peeti sauna ja ujumisvõimaluse olemasolu. Energia talul on nii saun kui ujumisvõimalus olemas, seega võimaluse korral võiks talus pakkuma hakata veel mõnda küsitlusest selgunud lisateenust, mida kliendid soovivad, et rahuldada suurema hulga potentsiaalsete klientide soove ja luua turismitoodetele suuremat lisaväärtust.

Küsitletutelt uuriti nende eelnevate kogemuste kohta spirituaalturismiteenuste osas, kuna eelnevad kogemused mõjutavad kliendi rahulolu ja tootest või teenusest saadavat tajutavat väärtust (Rajaratnama *et al.*, 2014, lk 203). Selgus, et kõige rohkem olid vastajad puutunud kokku jooga ja meditatsiooniga. Küsimuse puhul, kus uuriti milliseid vaimse enesearengu praktikaid sooviksid vastajaid veel õppida, selgus, et kõige populaarsemateks vastusteks olid samuti jooga ja meditatsioon. Seega jooga ja meditatsioon on kaks teemat, mida võiks turismitootete põhiteenustena käsitleda. Samas

väga palju oli ka muid vastuseid, mille puhul ei ole kindel, kas nendele valdkondadele oleks rohkem huvilisi, et nende ideede põhjal spirituaalturismitooteid luua. Küsitlusest selgus ka, et inimestele pakuvad muuhulgas huvi ravimtaimedega seotud teadmised ning kuna see on Energia talu põhiline tegevusvaldkond, oleks mõistlik lisada arendatavatesse turismitootesse kas ravimtaimedega seotud põhiteenus või lisateenusena näiteks jooga- või meditatsioonilaagri juurde õpitoa näol.

Küsimusele, kus paluti soovitada vaimsete praktikate õpetajaid tuli vastuseid väga erinevatest valdkondadest, mille põhjal võib järeldada, et inimeste huvid on väga erinevad ning neid huvitab ka enda mitmekülgset arendamine. Näiteks enim nimetatud isikud Mai-Agate Väljataga ja Kreet Rosin-Pindmaa ei ole kumbki jooga ega meditatsiooni õpetajad, küll aga omavad laia teadmispagasit paljudest erinevatest teemadest, muuhulgas näiteks õnne ja raha teemadest. Enim välja toodud nimede hulgast on õnnelikkuse teemal rääkija ka Ingvar Villido, kelle tuntuim koolitus on „Teadliku Muutuse Kunst“. Raha ja külluse teemal tuntud kõnelejana märgiti ära veel Crystal Ra-Laksmi ja Teresa Mängel, kes on palju kirjutanud ka intuitsioonist. Kaia-Liisa Reinut on tuntud kui kristalliteadlane, Irje Karjus taimetargana, Lille Lindmäe alternatiivmeditsiini kasutajana ning Mikk Sarv loodusest kõnelejana. Seega võib öelda, et need on teemad, mis eestlastest enesearenguga tegelejaid enim kõnetavad.

Küsimusele, kus paluti vastajatel hinnata erinevate tegurite olulisust turismitalus pakutava spirituaalturismiteenuse kasuks otsustamisel selgus, et turismitalu kaugust elukohast hindas suurim osa vastajatest pigem oluliseks. Lisateenuste rohkuse osas jäädi enamjaolt neutraalseks. Et pakutav toit oleks tervislik hindas suurim osa vastajatest pigem oluliseks. Hind on vastajate jaoks väga oluline või pigem oluline. Pigem oluliseks peeti ka kaunist looduskeskkonda ning võimalust suhelda sarnaste huvidega inimestega. Energia talu seiskohalt vaadates on kõige olulisemaks teguriks, millega spirituaalturismitoodete arendamisel arvestada hind, kuna see oli vastajate jaoks kõige olulisem argument teenuse kasuks otsustamisel.

Oluliseks hinnati ka turismitalus pakutava toidu tervislikkust. Järgmises küsimuses sooviti aga täpsemalt teada vastajate eelistusi turismitalus pakutava toidu osas, kuna näiteks spirituaalsetes laagrites pakutakse enamasti tervislikku ja taimset toitu, nii eetilistel põhjustel kui ka seepärast, et see toetab laagris viibijate spirituaalseid praktikaid

Bone, 2013, lk 300). Selgus, et kõige olulisemaks peavad Eesti spirituaalituristid, et pakutav toit oleks kohalik. Oluliselt teine omadus oli, et toit oleks mahe ning palju oli ka neid kelle jaoks oli oluline vaid toidu hea maitse. Liha ja muu loomse tooraine kasutamise osas vastajad üldiselt vastu ei olnud. Energia talul tasuks siinkohal läbi mõelda pakutava menüü kohalikkus ja mahedus ning vajadusel ja võimaluse korral teha menüüsse muudatused.

Järgnevalt on välja toodud tegevuskava. Kuna Energia talu näol on tegemist väikese pereettevõttega, siis autori arvates ei ole vajalik määrata tegevustele teostajaid, vastutajaid ja tähtaegasid, kuna mikroettevõtetes ei ole võimalik ressursside nappuse tõttu toimida sedavõrd plaanipäraselt. Järgnevad punktid on kirja pandud soovitusena töötajate vahel arutamiseks ja kokkuleppeliselt teostamiseks.

- Esmalt tuleks ettevõttes arutada, kas talus on võimalik hakata pakkuma lisateenuseid, mida küsitlusele vastajad on märkinud enda jaoks oluliseks.
- Kui on võimalik hakata mõnda nimetatud lisateenustest pakkuma, luua võimalused nende lisateenuste pakkumiseks.
- Vaadata üle talus pakutav toidumenüü. Kas tegemist on kohalikest toorainest toiduga? Kas tegemist on mahedast toorainest toiduga? Viia vajadusel võimaluste piires sisse muudatused menüüs.
- Tutvuda nimekirjadega isikutest, kelle läbiviidavaid üritusi küsitletavad soovitasid ning keda soovitakse veel näha ning leida koostöövõimalusi enim nimetatud nimedega.
- Koostööpartneri leidmisel ja ürituse planeerimisel pidada erilise tähelepanuga silmas toote hinda, kuna see ei tohiks kliendi jaoks liiga kõrgeks tõusta.
- Arvestada küsitlusest selgunud tõsiasiaga, et kliendid eelistaksid talus viibida kaks päeva ja ühe öö ning kuna enamasti on inimestel vaba aeg nädalavahetustel, võiks üritused toimuda laupäevast pühapäevani.
- Pakutavat spirituaaliturismitoodet turundades panna rõhku ka tervislikule (kohalikule, mahedale) toidule ning lisateenustele, mida küsitlusele vastajad olid soovituks märkinud ning mida ettevõtte pakub.
- Pärast sündmuse toimumist küsida külastajatelt tagasisidet, et järgmine spirituaaliturismitoode saaks olema veelgi parem.

Kokkuvõtvalt saab öelda, et kuigi vaimsest enesearengust huvitatud inimestel on palju erinevaid soove ja teemasid, millel põhinevaid spirituaalturismiteenuseid nad sooviksid tarbida, siis peaks Energia talu leidma küsitlusest selgunud vastuste põhjal ideid, mida katsetada ja soovitusi inimeste osas, kellega koostööd teha.

KOKKUVÕTE

Lõputöö eesmärgiks oli teada saada millised on spirituaal turistide ootused Eestis pakutavatele spirituaal turismitoodetele ning uuringu tulemustele tuginedes esitada ettepanekuid Energia talule spirituaal turistidele suunatud turismitoodete arendamisel. Lõputöö uurimisküsimuseks oli: “Millised on spirituaalsete huvidega inimeste ootused turule tulevate spirituaal turismitoodete osas?” Lõputöö eesmärgi saavutamiseks ja uurimisküsimusele vastuse saamiseks täideti uurimisülesanded.

Esmalt koostati ülevaade turismitoote teoreetilistest käsitlustest ja arendamise võimalustest. Üheks oluliseks välja toodud mudeliks alapeatükis oli teenusedisaini tööriist topelt-teemanti mudel. Seejärel anti teooriale tuginedes ülevaade spirituaal turistide määratlusest ning nende ootustest. Selgus, et spirituaal turistid jagunevad peamiselt kaheks: sekulaarsetel ja religioossetel ajenditel reisivateks inimesteks. Käesolev lõputöö keskendus sekulaarsetel ajenditel reisivatele spirituaal turistidele. Toodi välja, et spirituaalseid praktikaid eelistatakse kogeda looduslikus keskkonnas ning samuti oodatakse, et reisi vältel oleks pakutav toit tervislik.

Lõputöö teises peatükis keskenduti läbiviidud uuringule, mille eesmärgiks oli teada saada millistest spirituaal turismitoodetest on huvitatud spirituaalsete huvidega inimesed Eestis. Uuringu andmekogumismeetodiks oli avatud, suletud ja poolavatud küsimustega internetiküsitlus, mis postitati vastamiseks erinevatesse vaimsetel teemadel vestlemiseks loodud *Facebooki* gruppidesse. Küsitluse järel analüüsiti ankeetidest saadud infot.

Uuringust selgus, et suurim osa inimestest, kes on vaimsest enesearengust huvitatud, on ligikaudu 45-aastased naised. Nende omaduste alusel loodi ka persoona, kellele võiks Eestis spirituaal turismitooteid arendada. Loodud persoonat iseloomustavad veel näitajad, et talle meeldib enamasti külastada 2-päevaseid vaimse enesearenguga tegelemise üritusi, aga ka 1-päevaseid, ilma ööbimiseta sündmusi. Ta külastab selliseid üritusi enamasti kas sõbra/sõbrannaga või üksi. Lisateenuste osas peab oluliseks sauna ja ujumisvõimaluse

olemasolu. Kindlasti peab persoona turismitoote juures oluliseks hinda. Toidu osas peab oluliseks, et see oleks tervislik, mahe ja kohalikust toorainest.

Uuringust selgus, et kaks peamist valdkonda, mida võiks spirituaalturismitoodetes põhiteenusena lisada on jooga ja meditatsioon, kuna nende teemade vastu on vaimse enesearenguga tegelevatel inimestel huvi suur. Selleks tuleks leida teenust osutavad koostööpartnerid. Uuringu tulemustest lähtudes soovitas autor Energia talul turismitoote arendamisel kindlasti kasutada ära ka enda olemasolevaid teadmisi ravimtaimede valdkonnast. Kuna ka selle teema vastu on inimestel huvi, siis võiks seda turismitoodetes rakendada kas põhi- või lisateenusena.

Töö käigus koostati Energia talule uuringu tulemustest lähtudes soovituslik tegevuskava, mis hõlmas nii praeguste talus pakutavate teenustega seotud detailide üle vaatamist ning vajadusel täiendamist, kui ka soovitusi, millele loodava uue turismitoote arendamisel tähelepanu pöörata. Näiteks soovitati Energia talul muuhulgas üle vaadata pakutav toidumenüü ja teha vajadusel muudatused, et menüü oleks võimalikult tervislik, mahe ja kohalikust toorainest. Samuti soovitati Energia talul üle vaadata küsitlusest selgunud potentsiaalsete klientide ootused turismitalus pakutavatele lisateenustele ning võtta talus võimaluse korral kasutusele neid lisateenuseid, mida neil veel ei ole, kuid mida kliendid uuringu tulemuste järgi soovivad.

Lõputöö olulisemaks tulemuseks on teadmine, et spirituaalturism on nii mujal maailmas kui ka Eestis kasvav trend, mistõttu tasub turismiettevõtetal selles valdkonnas turismitooteid arendada. Lõputöö andis ka informatsiooni selle kohta, mis inimesi laiaspirtuaalsete teemade valdkonnast enim huvitab. Lisaks Energia talule saavad antud lõputööd spirituaalturismitoodete arendamisel kasutada ka teised ettevõtted.

Uuringu piiranguteks peab autor liiga väikest küsitlusele vastanud inimeste arvu, kuna suurema vastajate hulga põhjalt oleks saanud põhjalikuma ülevaate spirituaalsete huvidega inimeste ootustest. Ettepanekuna edaspidisteks uuringuteks soovitab autor uurida kitsamalt meditatsiooni- ja joogaturismi.

Autor tänab lõputöö valmimisele kaasa aitamises oma lõputöö juhendajat Marit Piirmani, Energia talu peremeest Aivar Siimu ning kõiki küsitlusele vastajaid.

VIIDATUD ALLIKAD

- Abad-Galzacorta, M., Guereño-Omil, B., Makua, A., Iriberry, J., & Santomà, R. (2016). Pilgrimage As Tourism Experience: The Case Of The Ignatian Way. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 4, 48–66. Retrieved from <https://arrow.dit.ie/ijrtp/vol4/iss4/5>
- Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213–224. DOI: 10.1016/j.tourman.2015.02.005
- Bone, K. (2013). Spiritual Retreat Tourism in New Zealand. *Tourism Recreation Research*, 38, 295–309. DOI: 10.1080/02508281.2013.11081755
- Bowers, H., Cheer, J.M. (2017). Yoga tourism: Commodification and western embracement of eastern spiritual practice. *Tourism Management Perspectives*, 24, 208–216. DOI: 10.1016/j.tmp.2017.07.013
- Cheer, J. M., Belhassen, Y., & Kujawa, J. (2017). The search for spirituality in tourism: Toward a conceptual framework for spiritual tourism. *Tourism Management Perspectives*, 24, 252–256. DOI: 10.1016/j.tmp.2017.07.018
- Cohen, E. (1996). The Phenomenology of Tourist Experiences. 179–201. DOI: 10.1177/003803857901300203
- Creusen, M., Hultink, E., & Eling, K.(2013). Choice of consumer research methods in the front end of new product development. DOI: 10.2501/IJMR-2013-008
- Design Council. (2007). *Eleven lessons: managing design in eleven global companies*. Retrieved from http://www.capitalsynthesis.com/wp-content/uploads/2011/07/Design_Process_Report1.pdf

- Design Council. (n.d.). *Design methods for developing services*. Retrieved from <https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Design%20methods%20for%20developing%20services.pdf>
- Duntley, M. (2014) Spiritual Tourism and Frontier Esotericism at Mount Shasta, California. *International Journal for the Study of New Religions*, 5.2, 123–150. DOI: 10.1558/ijsnr.v5i2.26233
- Fuchs & Schreier (2010). Customer Empowerment in New Product Development. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1540-5885.2010.00778.x>
- Haq, F. & Jackson, J. (2006) The recognition of marketing of spiritual tourism as a significant new area in leisure travel. Tourism: The Spiritual Dimension Conference. Lincoln, UK. Retrieved from <http://acquire.cqu.edu.au:8080/vital/access/manager/Repository/cqu:623>
- Haq, F. & Medhekar, A. (2015). Spiritual Tourism between India and Pakistan: A Framework for Business Opportunities and Threats. *World Journal of Social Sciences*, 5, 190–200. Retrieved from <http://www.wjsspapers.com/static/documents/April/2015/16.%20Farooq.pdf>
- Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. (2004). Uuri ja kirjuta. Tallinn: Kirjastus Medicina.
- Kalmus, V. (2015). Standardiseeritud kontentanalüüs. Loetud aadressil <http://samm.ut.ee/kontentanalyyis>
- Kato, K., Progano, R. N. (2017). Spiritual (walking) tourism as a foundation for sustainable destination development: Kumano-kodo pilgrimage, Wakayama, Japan. *Tourism Management Perspectives*, 24, 243–251. DOI: 10.1016/j.tmp.2017.07.017
- Lagrosen, S. (2005). Customer involvement in new product development: A relationship marketing perspective. DOI: 10.1108/14601060510627803

- Liat, C.B., Mansori, S., & Huei, C.T. (2014). The Associations Between Service Quality, Corporate Image, Customer Satisfaction, and Loyalty: Evidence From the Malaysian Hotel Industry. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23, 314–326. DOI: 10.1080/19368623.2013.796867
- Making Your Own Personas. Retrieved from <https://www.bluekeyinteractive.com/using-personas/>
- McKercher, B., & Cros, H. (2003). Testing a cultural tourism typology. *International Journal of Tourism Research*, 5, 45–58. DOI: 10.1002/jtr.417
- Morrison, M. (2013). *Marketing and Managing Tourism Destinations*. Oxon: Routledge.
- Norman, A (2012). The Varieties of the Spiritual Tourist Experience. *Literature & Aesthetics*, 22, 20–37. Retrieved from <https://openjournals.library.sydney.edu.au/index.php/LA/article/view/7573/7905>
- Norman, A. (2004). *Spiritual tourism: Religion and Spirituality in Contemporary Travel* (Bachelor dissertation). Retrieved from <https://ses.library.usyd.edu.au/bitstream/2123/6150/1/THESIS%20-%20Final.pdf>
- Norman, A., & Pokorny, J. (2017). Meditation retreats: Spiritual tourism well-being interventions. *Tourism Management Perspectives*, 24, 201–207. DOI: 10.1016/j.tmp.2017.07.012
- Rajaratnama, S. D., Munikrishnana, U. T., Sharifb, S. P. & Naira, V. (2014). Service quality and previous experience as a moderator in determining tourists' satisfaction with rural tourism destinations in Malaysia: A partial least squares approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 144, 203–211. DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.07.288
- Reid, D. R., Bojanic, D. C. (2010). *Hospitality Market Management (5th edi.)*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

- Seiton, K. (2014, 1. august). Eestis kogub hoogu new-age-turism. *Eesti Päevaleht*.
Loetud aadressil <http://epl.delfi.ee/news/eesti/eestis-kogub-hoogu-new-age-turism?id=69458445>
- Sigala, M. (2013). Exploiting Web 2.0 for New ServiceDevelopment: Findings and Implicationsfrom the Greek Tourism Industry. *International Journal of Tourism Research, 14*, 551–566. DOI: 10.1002/jtr.1914
- Smith, M. (2015). Holistic Holidays: Tourism And The Reconciliation of Body, Mind and Spirit. *Tourism Recreation Research, 28*, 103–108.
DOI: 10.1080/02508281.2003.11081392
- Zach, F. (2013). Collaboration for Innovation in Tourism Organizations: Leadership Support, Innovation Formality, and Communication. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 40*, 271–290. DOI: 10.1177/1096348013495694
- Zehrer, A., Muskat, B., Muskat, M. (2014). Services research in tourism: Advocating the integration of the supplier side. *Journal of Vacation Marketing, 20*, 353–363.
DOI: 10.1177/1356766714533334
- UNWTO. (2016). *Terminology within Destination Management and Quality*. Retrieved from <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/terminologydm.pdf>
- Uus, M. (2007). *Kvantitatiivsed ja kvalitatiivsed meetodid probleemi kirjeldamiseks ning põhjuste tuvastamiseks*. Loetud aadressil
<http://www.praxis.ee/wp-content/uploads/2014/03/2007-Meetodid-probleemi-kirjeldamiseks-ja-pohjuste-tuvastamiseks.pdf>
- Van Os, G., & Van Beurden, K. (2014). Personas and role-play help students (and designers) experiencing reality. Retrieved from
https://www.researchgate.net/profile/Gerard_Van_Os2/publication/265787502_PERSONAS_AND_ROLE-PLAY_HELP_STUDENTS_AND_DESIGNERS_EXPERIENCING_REALITY/links/541bc48c0cf203f155b32e7a.pdf

- Wang, B., Miao, Y., Zhao, H., Jin, J., & Chen, Y. (2016). A biclustering-based method for market segmentation using customer pain points. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, 47, 101–109. DOI: 10.1016/j.engappai.2015.06.005
- Õunapuu, L. (2014). *Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteadustes*. Loetud aadressil <http://hdl.handle.net/10062/36419>
- Xu, J. B. (2010). Perceptions of tourism products. *Tourism Management*, 31, 607–610. DOI: 10.1016/j.tourman.2009.06.011

Lisa 1. Küsimustik

Hea vastaja,

Käesolev küsimustik on koostatud eesmärgiga uurida vaimsest enesearengust huvitatud inimeste eelistusi ja ootusi spirituaalturismiteenustele.

Teie vastused on olulised, kuna aitavad turismiettevõtjatel pakkuda just Teile sobivaid teenuseid. Vastamine on anonüümne ning saadud andmeid avaldatakse ainult üldistatud kujul.

Küsimustiku täitmiseks kulub aega umbes 5 minutit ning küsimustik on avatud kuni 25.märtsini. Küsitluse edasi jagamine on väga teretulnud.

Uuring viiakse läbi Tartu Ülikooli Pärnu Kolledži turismi- ja hotelliettevõtluse eriala lõputöö raames. Lisainformatsiooni saamiseks kirjutage palun aadressil edakai.riim@gmail.com.

Suur tänu vastajatele!

Eda-Kai Riim

*- nõutud

1. Teie sugu?* (võimalik üks valik)

- Mees
- Naine

2. Teie sünniaasta?*

3. Milliste lisateenuste olemasolu on turismitalus viibides Teie jaoks oluline?*(võimalik valida mitu vastust)

- Saun
- Ujumisvõimalus
- Muu _____

4. Millistes vaimset enesearengut soodustavates töötubades, kursustel või laagrites Te olete osalenud?*(võimalik valida mitu vastust)

- Jooga
- Meditatsioon
- Vabastav hingamine
- Reiki
- Muu _____

Lisa 1 järg

5. Kuidas eelistate vaimset enesearengut soodustavaid üritusi külastada?* (võimalik valida mitu vastust)

- Üksi
- Sõbra või sõbrannaga
- Elukaaslasega
- Muu _____

6. Kui pikki vaimset enesearengut soodustavaid üritusi (seminare, laagreid jms) eelistate külastada?* (võimalik valida mitu vastust)

- 1 päev (ilma ööbimiseta)
- 2 päeva (1 öö kohapeal)
- 3 päeva (2 ööd kohapeal)
- Muu _____

7. Nimetage palun vaimsete praktikate õpetajaid, kelle juhendamisel olete õppinud ning kelle läbiviidavaid seminare, koolitusi või laagreid soovitaksite ka teistele? *

8. Milliseid vaimset enesearengut soodustavaid üritusi sooviksite veel külastada või milliseid õpetajaid kuulata (nii Eestist kui välismaalt)?*

9. Kui Eestis toimuks mõnes turismitalus vaimset enesearengut soodustav üritus (seminar, laager vms), mis sisaldab ka kohapealset majutust ja toitlustust, siis eeldusel, et Te sooviksite sellel üritusel osaleda, kui oluliseks peate seejuures järgnevaid tegureid: * (märkida sobivaim)

	Ei ole oluline	Vähe oluline	Neutraalne	Pigem oluline	Väga oluline
Turismitalu kaugus Teie elukohast (et ei asuks liiga kaugel)					
Turismitalus pakutavate lisateenuste rohkus					
Pakutav toit on tervislik					
Hind (et ei oleks liiga kallis)					
Ümbritsev keskkond on looduslikult kaunis					
Võimalust suhelda sarnaste huvidega inimestega					

Lisa 1 järg

10. Kas Teie jaoks on oluline, et turismitalus pakutav toit oleks:* (võimalik valida mitu vastust)

- Kohalikust toorainest
- Mahedast toorainest
- Ilma lihata (vegetaarne)
- Ainult taimset päritolu (vegan)
- Gluteenivaba
- Laktoosivaba
- Muu: _____

11. Kui teil on veel ideid ja mõtteid, milline võiks olla spirituaalturismi teenus, siis olen tänulik Teie mõtete eest.


Teie vastus: _____

Suur tänu vastamast!

Lisa 2. Persoona ankeet

Spirituaalturist Anne

<https://vegangirladventure.wordpress>



Sugu: naine
Venus: 45

Huvid

- jooge
- meditatsioon
- reiki

Meeldinud õpetajad

- Mai-Ägäte Väljataga
- Kreet Rosin-Pindmaa
- Ingvar Villido

Veel huvitaks

- meditatsiooni tehnikad
- joogelaager
- Crystal Ra Laksmi
- Thule Lee

Eelistab reisida

- Olenevalt olukorrast- vahel sõbrannaga, vahel üksi
- 2 päevaks (1 ööks)

Sihtkoha valimist mõjutavad tegurid

Kaugus kodust

Lisateenuste rohkus

Tervislik toit

Hind

Kaunis looduskeskkond

Suhtlemisvõimetus sarnaste huvidega inimestega

Toidueelistus turismitalus

- Kohalikust toorainest
- Mahedast toorainest

Lisateenused

- Saun
- Ujumisvõimetus

Joonis 9. Persoona ankeet (autori koostatud).

Lisa 3. Vastajate kogemused vaimsete praktikate osas

Tabel 8. Vastajate kogemused vaimsete praktikate osas (autori koostatud).

Töötoad/ kursused	Vastanute arv
jooga	33
meditatsioon	28
reiki	18
vabastav hingamine	17
tantra	3
kristalliteraapia	2
gongiteraapia	2
alateadvuse ümberprogrammeerimise seminar	1
emotsioonidest vabanemine	1
hang-trumm	1
helirännak	1
kinesioloogia	1
klubide „Olen õnnelik“ ja „Maa ja taevas“ üritused	1
konstellatsioonid	1
kristallkausside heli	1
kvantpuudutus	1
metameditsiin	1
müstiline saun	1
NLP	1
paastumine	1
ravimtaimelaager	1
regressioonid	1
Rännaku meetod	1
shamanismi algkursus	1
Silva meetod	1
Teadliku Muutuse Kunst	1
tervendamine pendliga	1
Tony Robbins „Unleash The Power Within“	1
tuleriitused	1
Tõelise Mina Avastamine	1
vaimsetest piirangutest vabanemine	1

Lisa 4. Vastajate soovitatud õpetajate nimekiri

Ühel korral nimetatud inimeste nimed, kelle juhendamisel on küsitlusele vastajad õppinud ning keda nad soovivad juhendajaks ka teistele inimestele (tähestikulises järjekorras):

Alexis Varnum
Almer Jansu
Andrew Barnes
Andri Afanasjev
Anneli Hallik
Ave Eero
Belliisi Seenemaa
Buster Rådvik
Erkki Kaikkonen
Eva Kallis
Gerli Järv
Gertrud Langeheimer
Heli Salf
Heli-Mall Kingi
Henn Hunt
Holger Oidjärv
Igor Efremenko
Ilona Karula
Jaan Jääts
Jaan Võrk
Juta Ild
Kaido Soobik
Kalju Paldis
Katrín Aava
Kelli ja Kristo Kiviorg
Kerttu Kuslap
Kleer Maibaum-Vihmar
Kristel Treiel
Kristi Raava

Kristiina Kuusing
Krstiina Raie
Kristina Paškevicius
Maire Taska
Maria Katariina Kuusing
Marina Paula Eberth
Martin Toht
Meeli Lepson
Merli Mirk
Natalja Onufrieva
Ralf Neemlaid
Riina Greethiel
Siret ja Janno Seeder
Swami Darshi
Šamaan Anu
Tatjana ja Aivar Kukk
Tiina Karjatse
Tiina Pedak
Tiina Tiitus
Toivo Niiberg
Tony Robbins
Veet Mano
Viive Einfeldt
Vilmar Schiff
Virko Kask
Õie Kõösel

Lisa 5. Vastajatele huvipakkuvad teemad

Järgnevalt on välja toodud ühe vastajaga vastused küsimusele „Milliseid vaimset enesearengut soodustavaid üritusi sooviksite veel külastada või milliseid õpetajaid kuulata (nii Eestist kui välismaalt)?“ Vastused on välja toodud teemade kaupa tähestikulises järjekorras.

Teemad/ tegevused

astraalrännak
eesmärkide seadmine ja täitmine
füüsilise keha tunnetamine
hingeprobleemidega tegelemine
holistiline regressiooniteraapia
holistiline rännak
iidsete põlisrahvaste kombed ja tavad
indiaanirituaalid
intuitsiooni arendamine
kanaldamised
kontakt improvisatsioon
kristallid
meta-EFT
naiselikkus
planetaarsed helikausid
Rännaku meetod
tšakrad
universumi sügavusse sukeldumine
väelaulude laulmine

Sündmused/ kohad

Joogafestival (Haapsalu)
Kolmanda Silma Festival (Tallinn)
Polli talu (Läänemaa)
Sisemise Tarkuse Festival (Tallinn)
Südame Tarkuse Päevad (Tartu)
Võilillefestival (Pärnumaa)

Laagrid

mõni meditatsioonilaager välismaal
paastulaager
vaikuselaager
väelaager

Inimesed Eestist

Aleksei Turovski- inimese ja loomade suhted
Fred Jüssi- elamine kooskõlas loodusega
Ingvar Villido
Mai-Agate Väljataga
Marko Sekitel
Riina Grethiel
Siret ja Janno Seeder
Stella Shakti
Tene Laul
Ülle Toomeoja- bioresonantsteraapia

Inimesed välismaalt

Anthony Eilliam (Medical Medium)
Brandon Bays
Eckhart Tolle
Lorna Byrne
Louise Hay
Swami Darshi
Teal Swan
Tony Robbins
Veet Mano
Venemaa selgeltnägijad

SUMMARY

DEVELOPMENT OF SPIRITUAL TOURISM PRODUCTS ON THE CASE OF ENERGIA FARM

Eda-Kai Riim

The subject of the thesis is development of tourism products for a certain target group. The target group in this case is spiritual tourists, who are travelling on secular motivations, which means that the traveller's intention is to grow spiritually. Nowadays, spiritual practices like yoga or meditation are gaining popularity and many people travel away from home to learn practices like these. The problem is that very little research has been done to get to know the spiritual tourists and their needs.

The aim of this study is to find out which are the expectations that spiritual tourists have towards spiritual tourism products that are going to be offered in Estonia, and by considering results, to make suggestions to Energia farm for developing spiritual tourism products.

To achieve the aim of thesis the following tasks were set:

- to provide an overview of the theory about spiritual tourists and their expectations;
- to provide an overview of theory about tourism products and development of them;
- to question people who are interested in growing spiritually and who could be interested in consuming spiritual tourism products;
- to analyse the information received from questionnaire;
- to make suggestions to farm Energia farm for developing spiritual tourism products.

Suggestions are based on a survey, which was conducted among members of Facebook groups, where people with spiritual interests communicate with each other. Used method was quantitative questionnaire, which was conducted between 5th of March to 25th of March 2018.

Most of the respondents were women whose age is somewhere near 45 years. With these characteristics a persona was made. This persona represents a potential customer for whom spiritual tourism products should be developed. Findings from the survey that were added to persona profile were also the information that the persona prefers to stay in the destination mostly two days and sometimes only one day, without accommodation. Also, the persona mostly prefers to travel with a friend, less often alone. When the spiritual event takes place in a tourist farm, then the main two additional opportunities the tourist farm should have, in persona's opinion, are sauna and a swimming possibility. Very important factor for her is the price of the tourism product. Also important is the food provided in the destination. It should be healthy, organic and made of local raw materials.

The results of the survey also showed that two main subjects that should be added into spiritual tourism product are yoga and meditation, because respondents had the biggest interest toward these topics. Cooperation partners should be found to do that, in case of Energia farm. Also, as the Energia farm is already engaged in the business of medicinal herbs, author recommended it to add their knowledge into the tourism product, because respondents mentioned their interest in herbs.

Based on the results of the survey, an action plan was made for Energia farm. Action plan included suggestions for improving their current services and also things to consider when developing new spiritual tourism product.

Main result of the thesis is confirmation that spiritual tourism is growing trend in the world and also in Estonia and this is why it is important for tourism companies to develop products in this area. Thesis also gave information about topics that spiritual tourists' are mostly interested in.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Eda-Kai Riim,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Spirituaaliturismtoodete arendamine Energia talu näitel“, mille juhendaja on Marit Piirman,

1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, 16.05.2018.