

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Häli Kummel

**PÄRANDIPÕHINE TOOTEARENDUS
MAATURISMIETTEVÖTTES MUSTJÕE
KÕRTSITALU NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Tiina Tamm, MSc

Pärnu 2017

Soovitan suunata kaitsmisele

(juhendaja allkiri)

.....

(kaasjuhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud "...“..... a.

TÜ Pärnu kolledži turismiosakonna juhataja

Heli Müristaja.....

(osakonna juhataja nimi ja allkiri)

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

.....

(töö autori allkiri)

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Pärandipõhine tootearendus maaturismiettevõttes	7
1.1. Kultuuripärandi ja päranditurismi käsitlused	7
1.2. Turismitoodete arendamise protsess ja töövahendid.....	13
2. Tootearendus Mustjõe Kõrtsitalus	21
2.1. Mustjõe Kõrtsitalu tutvustus ja uuringu ülevaade.....	21
2.2. Uurimisandmete analüüs	25
3. Järeldused ja ettepanekud.....	40
Kokkuvõte.....	45
Viidatud allikad.....	47
Lisad.....	52
Summary.....	53

SISSEJUHATUS

Tänapäeva turistid suhtutavad teadlikult vabasse aega ja on nõudlikud puhkuseplaanide tegemisel. Kultuuri, tervise, looduse ja religiooniga seotud turismi vormid kasvavad traditsioonilisematest vormidest kolm korda kiiremini. Uut tüüpi reisija soovib tegevusi, kus ta kogeb kohalike elanike kultuuripärandit, st puhkust, mis pakub ehedaid elamusi. (Trono, 2014, lk 1-5)

Vastavalt Eesti Riiklikule Turismiarenduskavale aastateks 2014 - 2020 (2013, lk 17) on turismitoodete arendamise eesmärgiks turismisektori konkurentsivõime suurendamine, mis toimub eristumise ning atraktiivsete, külastajate vajadustele vastavate ja terviklikku külastuselamust loovate turismitoodete kaudu. Seda eristumist võimaldab kohaliku kultuuripärandi kasutamine tootearenduses. Pärandipõhine turismitooode on hea võimalus kogeda midagi uut oma tavapärasest keskkonnast väljudes, omandada teadmisi esivanemate eluolust ning kommetest ja taasavastada unustatud praktilisi oskusi.

Eesti Maaturismi arengukava 2015-2020 (2014, lk 4) kohaselt soovivad külastajad saada üha enam individuaalseid ja ehedaid reisikogemusi. Ekspertid ennustavad, et turismisektoris saavad järjest olulisemaks füüsilised elamused autentsetes kohtades.

Pärandipõhiste toodete kaudu saab tõsta turistide teadlikkust Eesti kultuuripärandist, samuti saab mitut maaturismiettevõtet hõlmavate pakettide kaudu suurendada piirkonna külastatavust ja mitmekesistada turismitoodete valikut. Turiste köidavad esivanemate pärand, iidsete tarkuste taasavastamine ja ehedad külastuskogumused.

Maaturismiettevõttes pärandipõhise tootearendusega alustamiseks on oluline teada, millised on potentsiaalsete külastajate teadmised, suhtumine, eelistused ja ootused seoses kultuuripärandiga. Külastajate vajaduste ja soovide tundmine aitab luua

konkurentsivõimelisemaid turismitooteid. Vastavalt eelpool käsitletule püstitatakse töö uurimisprobleemina järgnev küsimus: Kuidas arendada pärandipõhiseid turismitooteid, et pakkuda lisaväärtust kultuurist ja esivanemate pärandist huvituvale kliendile? Käesolevas töös lahendatakse uurimisprobleemi Harjumaal Anija vallas asuva Mustjõe Kõrtsitalu näitel.

Lõputöö eesmärk on teooriale ja uuringule tuginedes teha ettepanekuid Mustjõe Kõrtsitalule pärandipõhiste toodete edasiarendamiseks. Lõputöö uurimisküsimused on järgnevad: Milline on Mustjõe Kõrtsitalu potentsiaalse külastaja teekond pärandipõhistest toodetest teadasaamiseks? Millised on Mustjõe Kõrtsitalu potentsiaalsete külastajate ootused pärandipõhiste toodetele?

Töö eesmärgi saavutamiseks püstitatakse järgmised ülesanded:

- koostada ülevaade kultuuripärandi, päranditurismi ja turismitoodete arendamise teoreetilistest käsitlustest;
- teostada uuring Mustjõe Kõrtsitalu potentsiaalsete külastajatega, et välja selgitada nende teekond toodetest teadasaamiseks ja ootused pärandipõhiste toodetele;
- analüüsida uuringu tulemusi;
- teha järeldused ja ettepanekud pärandipõhiste toodete edasiarendamiseks Mustjõe Kõrtsitalule.

Töös tuginetakse järgmistele olulisematele autoritele: Bujdosó *et al*, Kaminski, Benson, Arnold, Hall, Tolstad, Timothy & Boyd, Surugiu & Surugiu, Goh. Mustjõe Kõrtsitalu potentsiaalsete klientide teekonna ja ootuste väljaselgitamiseks kasutatakse kvalitatiivset meetodit poolstruktureeritud intervjuu näol. Andmeanalüüsi meetodina kasutatakse andmete kategoriseerimist ja deduktiivset andmete kodeerimist.

Töö koosneb kolmest peatükist. Esimese peatüki kahes alapeatükis käsitletakse kultuuripärandi ja päranditurismiga seotud mõisteid ning turismitoodete arendamist. Teises peatükis tutvustatakse esmalt Mustjõe Kõrtsitalu, uuringu meetodit ja korraldus ning seejärel esitatakse uuringu andmete analüüs. Kolmandas peatükis tehakse järeldused ning ettepanekud pärandipõhiste turismitoodete arendamiseks Mustjõe

Kõrtsitalus. Kolmandale peatükile järgnevad kokkuvõte, kasutatud allikate loetelu, ingliskeelne kokkuvõte ja lisa.

Atraktiivsete turismitoodete arendamine maaturismiettevõtetes aitab muuta maapiirkondi turistidele ligiõmbavamaks, mis läbi suureneb piirkonna külalastatavus, paraneb tööhõive ja kasvab piirkonna tuntus. Lõputöö tulemused võivad huvi pakkuda ka teistele maaturismiettevõtetele, ergutada neid koostööle ja abistada neid pärandipõhiste toodete väljatöötamisel.

1. PÄRANDIPÕHINE TOOTEARENDEUS

MAATURISMIETTEVÕTTES

1.1. Kultuuripärandi ja päranditurismi käsitlused

Pärast Teist Maailmasõda alanud turismi kiire areng ja levik maailma kõikidesse piirkondadesse puudutas otseselt või kaudselt maakera kõiki rahvaid ning kogukondi. See tõi kaasa vajaduse eristada erinevate eesmärkideg turismi ning erinevate huvidega turiste, kuna turism pole homogeenne, vaid turistidele pakkumist tehes tuleb arvestada nende soovide ning vajadustega toodete ja teenuste osas. Tekkisid erinevad turismi vormid, näiteks sporditurism, ökoturism, loodusturism, seiklusturism, kultuuriturism jne. Turismivormid jagunesid omakorda alavormideks, näiteks on linnuvaatlusturism loodusturismi alavorm. (Timothy & Boyd 2006, lk 1)

Kuna küps turismiturg otsib rohkem spetsiifilisemaid, nišiturismi elamusi, hakkas turismimajandus erihuvidega turistidele pakkuma enam puhkusevõimalusi kõrvalistes paikades ja ainulaadset värvikat kultuuri (Macleod, 2006, lk 180).

Mõistel „kultuur“ pole ühtset aktsepteeritud definitsiooni. UNESCO (2016a) defineerib kultuuri kui inimkonna poolt loodusele lisatud väärtuste kogumit. Muuhulgas sisaldab kultuur järgmisi faktoreid: väärtused, individuaalsed käitumismustrid, peresuhted, ohutus, moraalinormid, loovuse väljendusvormid, kunst, käsitöö, traditsioonid, rituaalid, kogukonna elustiilid, kogukondlikud organisatsioonid. (Bujdosó *et al*, 2015, lk 307)

Suurem osa kultuuri tõlgendustest tõstab esile kontseptsiooni, mis määratleb kultuuri suhtena inimese poolt loodu ja maailma vahel, kus me elame. Kultuur tähendab ka täielikku kogumit rahvaste ja rahvuste iseloomulikest joontest, kaasa arvatud kõik nende materiaalsed ja mittemateriaalsed väärtused ning ressursid. Kultuuriantropoloogia

teadusliku definitsiooni järgi on kultuur ühiskonna teadmiste täielik kogum, mis kindlustab inimkonna ühtekuuluvuse ja ellujäämise. Kultuur annab juhised igapäevaelu üldiste standardite ning väärtuste kohta. (Bujdosó *et al*, 2015, lk 307)

Pärand on põlvest põlve suulise rahvaloominguna edasiantud tava, komme, uskumus, traditsioon vms. See on oluline osa rahvuslikust identiteedist. Vaieldamatult mängib pärimus tähtsat rolli rahvuse säilimisel ja edenemisel (Palmer, 1998), Pärandit võib vaadelda kui mineviku sümboolset kehastust, mida säilitatakse ja pannakse taas kokku kaasaegsete ühiskondade kollektiivses mälus ja traditsioonides (Park, 2010, lk 119).

Kuigi UNESCO definitsioonis nimetatakse kultuuripärandiks laiemas tähenduses seda, mis pärineb minevikust ja mida saab edasi anda tulevastele põlvkondadele, on Kaminski, Benson & Arnold (2014, lk 5) märkinud, et pärand ei piirdu pärand üksnes sellega, mida me soovime edasi anda, vaid on kõik, mille me oleme pärinud hoolimata sellest, kas see antakse edasi tulevastele põlvkondadele.

Pärandi mõiste piirdus algselt vaid ajalooliste hoonete ja muuseumieksponaatidega, kuid laienes 1970. aastate teisel poolel tervetele kvartalitele ja hoonerühmadele, hõlmates ka neid ümbritsevat keskkonda parkide, ajalooliste aedade ja maastike näol. 1980. aastate algusest alates mõisteti pärandi all ka eraldiseisvaid looduslikke kooslusi. Juba 1975. aastal mainiti Amsterdami Deklaratsioonis, et pärand peaks hõlmama ka ajalooliste linnade sotsiaalseid faktoreid ning 1987. aasta Washingtoni Statuut rõhutaski vajadust kaitsta linnade ajaloolist loomust, sealhulgas loodus- ning tehiskeskkonda ja erinevaid funktsioone, mille linnad on aegade jooksul omandanud. UNESCO 2003. a konventsioon rõhutas vajadust kaitsta vaimset pärandit. (Yahaya, 2007, lk 296-297)

UNESCO viimase definitsiooni järgi ei piirdu kultuuripärand monumentide ja esemete kollektsioonidega ning kasutama on hakatud vaimse kultuuripärandi mõistet. Seega jaguneb kultuuripärand aineliseks ja vaimseks pärandiks. (UNESCO 2016b) Aineiline pärand hõlmab ehitisi, monumente, ajaloolisi kohti jne, mis oma väärtuse tõttu kuuluvad tuleviku tarbeks säilitamisele. Ainelise pärandi hulka kuuluvad objektid, mis on olulised arheoloogia, arhitektuuri, teaduse või tehnoloogia seisukohalt. (Tangible Cultural

Heritage 2015) Vaimne pärand hõlmab traditsioone või väljendusviise, mille on pärandanud meile esivanemad ja mis antakse edasi meie järeltulijatele (UNESCO 2016b).

Vaimne kultuuripärand väljendub alljärgnevates kategooriates (Tourism and Intangible Cultural Heritage 2012: 3):

- käsitöö ja visuaalsed kunstid, mis demonstreerivad traditsioonilisi käsitööoskusi;
- gastronoomia ja toiduvalmistamine;
- ühiskondlikud tavad, rituaalid ja pidulikud sündmused;
- muusika ja näitekunst;
- suulised traditsioonid ja väljendused, sealhulgas keel kui vaimse kultuuripärandi kandja;
- loodust ja maailmaruumi puudutavad teadmised ja tavad.

Vaimne kultuuripärand on oluline faktor kasvava globaliseerumise tingimustes kultuurilise mitmekesisuse säilitamisel. Erinevate kogukondade vaimse kultuuripärandi mõistmine aitab kaasa kultuuridevahelise dialoogi loomisel ja hõlbustab teistugustest eluviisidest arusaamist. (UNESCO 2016b)

Kultuuripärand on kohaliku, piirkondliku, riikliku ja Euroopa identiteedi nurgakivi ja kuna see on kultuuri-, keskkonna- ja majandusressursside hulgas on olulisemaid tuleks regionaalses arengus läheneda sellele integreeritult ning komplekselt. Kultuuripärandi puhul on tähtis nii selle kaitse kui jätkusuutlik arendamine. (Bujdosó *et al* 2015: 308)

Pärandiga seotud turismi e päranditurismi vaadeldakse sageli kultuuriturismi alavormina. Enamik definitsioone on seotud kultuuripärandi objektide küllastamisega (*heritage places*) turistide poolt. Mõnel juhul on sisse toodud ka hariduse ja personaalse lähenemise aspekt. (Kaminski, Benson, Arnold, 2014, lk 6)

Seoses kiireneva elutempoga muutub reisimine üha populaarsemaks. Turistid reisivad mitmesugustel põhjustel, kuid üks neist on kohaliku ajaloo, eluolu, traditsioonide ja tavade tutvumine. Sel juhul on tegemist päranditurismiga. Kultuuriturismi alavormiks peetav päranditurism on üks kõige tähelepanuväärsemaid ja levinumaid turismivorme

ning üks vanimaid reisimise vorme üldse. Juba Vanas Egiptuses ja Roomas ning keskaegses Euroopas tehti sõite kultuurilise väärtusega ajaloolistesse paikadesse. (Towner 1996, viidatud Timothy ja Boyd vahendusel, 2006, lk 1)

Päranditurismil pole akadeemilises maailmas aktsepteeritud ühest definitsiooni. Mõned autorid lähtuvad kirjeldavast käsitlusest, mis kategoriseerib komponente, mida päranditurism peaks sisaldama, näiteks sotsiaalse grupi või rahva immateriaalseid elamusi või elemente (Timothy & Boyd., 2002, viidatud Leask & Rihova, 2010, lk 119 vahendusel). Rõhutatakse ka ühiskonna, looduse ja kultuuri ajaloo tajumist (Christou 2005, viidatud Leask, Rihova, 2010, lk 119 vahendusel).

Päranditurism hõlmab ajaloolise tähtsusega kohtade külastamist, mille hulka kuuluvad linnakvartalid, hooned, iidsete monumendid, maapiirkondade maastikud, ajalooliste sündmuste toimumiskohad ja kultuuriliselt huvitavad paigad. Ressursside rohkus ja mitmekesisus on seadnud päranditurismi paljude maailma riikide turismimajanduses olulisele kohale. Külastajate arvu ning atraktsioonide poolest on päranditurism üks olulisimaid turismivorme, hõlmates igal aastal sadu miljoneid inimesi. Kaaluka positsiooni tõttu turismimajanduses on päranditurismi valdkonnas teostatud palju uuringuid ja need moodustavad arvestatava osa turismiuuringute koguarvust. (Timothy & Boyd, 2006, lk 2)

Datzira-Masip (2015, lk 14) on tõdenud, et kultuuriturismi ja selle alavormi päranditurismi on defineeritud erinevalt olenevalt sellest, missugusele aspektile on tähelepanu pööratud. Ta defineerib päranditurismi kui peamiselt materiaalistest ja vaimsetest kultuuriatraktsioonidest huvitatud külastajate ja turistide reisimist sihtkohta.

Päranditurismi saab vaadelda erinevate turismivormide alavormina. Kui reis kultuuripärandiga tutvumise eesmärgil toimub maapiirkonda, on tegemist maaturismi alavormiga. Maaturism tekkis 19. sajandi lõpus Euroopas ja Põhja-Ameerikas, kui tärkas huvi idülliliste maamaastike ja looduskaunite kohtade vastu (Kohl 2006, viidatud Lane ja Kastenholz, 2015, lk 1134 vahendusel). 19. sajandi maaturism põhines väikelinnadel ja kuurortitel, muutus toimus 1970. ja 1980. aastatel, kui autostumise tulemusel laienes turism paljudesse maapiirkondadesse, kusjuures kaitseala või

loodukaunis koht ei olnud alati eelduseks. Maaturismi hakkasid toetama ka valitsused, tunnustama turud, maapiirkondade elanikud ning kohalikud kogukonnad. (Lane, Kastenholz, 2015, lk 1134) Alates 1996. a Iirimaal Corkis toimunud Euroopa Liidu maaelu arengu konverentsist, kus võeti vastu deklaratsioon maapiirkondade olulisuse kohta koos maaelu arendamise programmiga, on Euroopa riikide valitsused pööranud maaturismi arendamisele suurt tähelepanu (The Cork Declaration 1996).

Maaturismi saab defineerida vähemalt ühe ööbimisega puhkereisina maakeskkonda või linnadest või turismikeskustest väljapoole, mille eesmärgiks on osaleda vähemalt ühes linnale mitteomases tegevuses. Maaturismi klientuur on tihti enamasti kodumaine, kuigi tehakse pingutusi, et muutuda rahvusvahelisemaks. (Pesonen *et al*, 2011, lk 32) OCDE definitsiooni (OECD, Tourism Strategies and Rural Development, 1994, lk 14) järgi iseloomustavad maaturismi alljärgnevad tunnused:

- paiknemine maapiirkonnas;
- funktsionaalselt maapiirkonnale omased jooned, väikeettevõtted; avatud ruum, kontakt loodusega, traditsiooniline ühiskond ja traditsioonilised tegevused;
- väikesed mastaabid nii ehitiste kui inimressursside osas;
- traditsiooniline olemus, aeglane ja orgaaniline kasv, seos looduse ning pärandkultuuriga;
- jätkusuutlikkus;
- maapiirkonnale iseloomuliku keskkonna, ajaloo ja majanduse esindamine.

Kuigi maaturismi varajased vormid ei olnud oluliselt seotud majutusvõimaluse pakkumisega maapiirkonnas, tekkis see side talumajanduse mitmekesistumise perioodil 1960. ja 1970. aastatel. Hoolimata ööbimisest talus veetsid turistid enamiku ajast ümbruskonna looduse ja küladega tutvudes. Samal ajal hakkas põllumajandusliku tootmise osa taludes vähenema ning paljud talud asendasid selle turismiga. See muutus tõi kaasa termini "agroturism" teisenemise. Kui varem kasutati seda terminit maaturismi sünonüümina, siis nüüd muutus agroturism osaks maaturismist. (Industriail Heritage and Agri/Rural Development in Europe, 2013, lk 29) Maaturismiks hakati nimetama ettevõtluvormi, millega tegelevad maapiirkondade elanikud ja mis ei ole seotud

põllumajandussektoriga. Agroturismi defineeritakse põllumajanduslikus tootmises osaleva ettevõtte lisategevusena. (Kruzmetra *et al*, 2013, lk 84)

Maaturism täidab linnainimese vajadust vaba ruumi järele ning annab uusi maaelu ja looduse kogemusi. Maaturismi teenuseid osutatakse paikades, mis on algselt maaelanikkonna ning põllumajandustootjate elu- ja töökoht. See koosneb traditsioonilisest küla- ja maa-arhitektuurist koos maastikuga, kus luuakse ja säilitatakse traditsioonilist kultuuri, spetsiifilisi teadmisi ja oskusi, eluasemeid, riietust, sööki, rahvatantse, laule ning legende. Need elemendid moodustavad hinnalise terviku, mida saab integreerida maaturismi pakkumisse. (Daniloska & Naumova-Mihajlovska, 2015, lk 309)

Edmund Goh (2010, lk 259)) on teinud kokkuvõtte erinevatest päranditurismi definitsioonidest, millest nähtub, et päranditurismi seostatakse ka emotsioonide, romantika, esteetiliste naudingute ja kuuluvustundega mõne ajaloolise sündmuse aega ja ruumi, minevikunostalgiaga või defineeritakse seda pärandiga seotud tegevustena, milles osalemise eesmärgil reis toimub.

Uuriti ka, mis põhjusel turistid päranditurismi sihtkohti külastavad. Kõige sagedamini tehti seda hariduslikul eesmärgil. Järgnesid teistelt turistidelt saadud positiivne tagasiside ja hea reputatsioon. Kõige levinumad põhjused, miks turistid vältisid pärandturismi sihtkohti olid eelnev sama koha külastus, kehvad tugirajatised ja huvipuudus. (Goh, 2010, lk 265)

Mitmed uurijad on püüdnud maaturiste segmenteerida vastavalt nende reisi motiivile. Parki ja Yooni (2009, lk 99-107) teostatud uuringu põhjal jagasid autorid maaturistid nelja selgelt eristuvasse segmenti - nendeks, kes soovisid perega koosolemist, passiivseteks, kõike kogeda tahtjateks ning teadmiste ja põnevuse otsijateks. Kõike kogeda tahtjate all mõeldi neid, kelle eesmärk on nii lõõgastumine, sotsiaalne suhtlus, teadmiste omandamine, perega koosolemine kui ka uudsus ning põnevus.

1.2. Turismitoodete arendamise protsess ja töövahendid

Termin „elamusmajandus“ võeti esmakordselt kasutusele sotsiaalteadustes ja selle loojaks oli Brambergi Ülikooli sotsioloogiaprofessor Gerhard Schulze (Éber 2008, viidatud Bujdosó *et al*, 2015, lk 309 vahendusel). Schulze hinnangul on postmodernsel ajastul, mil ellujäämine ei ole enam probleem, põhiküsimuseks tõusnud see, kuidas saaks elada kõige rahuldustpakkuvat, elamusrikast elu (Schulze 1992, viidatud Bujdosó *et al*, 2015, lk 309 vahendusel). Selle tulemusel on enesesäilitamisele suunatud tarbimisotsused asendunud kultuuriga seonduvaga ja üha olulisemaks on muutunud elukvaliteet ja uute kogemuste ning elamuste saamine (Bujdosó *et al*, 2015, lk 309).

21. sajandi elamusmajandus keskendub kliendi/külastaja aktiivsele osalusele toote loomis- ja tarbimisprotsessis, kusjuures peamiseks eesmärgiks on kliendile meeldejäáva elamuse loomine (*Ibid*, 2015, lk 311). Turismitooted on mittemateriaalsed ning sellest johtuvalt toimub turismikogemuse loomine ja tarbimine samaaegselt. Turistil, on selles protsessis kaaslooja osa. (Hall, Williams, 2008, lk 81-87)

Turismitoode on elamusel põhinev teenuste komplekt, mida müüakse turistile ühtse hinna eest. Turismis on tooted kohad ja elamused, mida identifitseeritakse, luuakse ning turundatakse külastajatele (Product Planning and Development, 2015). Turismitoote arendamine on keeruline protsess, mis hõlmab uurimistööd, informatsiooni, koolitust, planeerimist ja juurutamist, põimides need kõik omavahel (*Ibid*). Turismitoodete ja –teenuste arendamine põhineb ressursidel. Maaturismi ressursid on loodus, ajaloo- ning kultuuripärand, inimesed, taristu ja muud ärikeskkonna ressursid, nt turvalisusega seonduvad ning finantsressursid.

Maaturismitoodet võib arendada kahel viisil - traditsiooniline maapuhkus (talamajatus, maatööd jne) ja alternatiivne maapuhkus (seotud kohaliku elukeskkonna, kultuuri, etnograafiaga jne). Aktraktiivne ja konkurentsivõimeline maaturismi toode sisaldab alternatiivse maapuhkuse elemente. Sel juhul võib toode olla suunatud laiemale turusegmendile. (Trukhachev, 2015, lk 3056) Huang *et al* (2016, lk 1391) on märkinud, et maaturismi peamised eelised on looduslik keskkond, kultuur, maalähedane elustiil, ligipääsetavus ja mõistlik hind.

Toodete mitmekesistamise üks viise sihtkohas on olemasolevate toodete pakettimine ja edendamine uute toodete või tootekombinatsioonide loomiseks. Teine potentsiaalne lähenemisviis on uute turismitoodete otsene lisamine nendega lähedalt seotud olemasolevatele toodetele, nt veespordi sise- ja välisalad. (Bemur, Bramwell, 2015, lk 217) Saab ka ühendada täiesti erinevaid tooteid, näiteks massiturismi valdkonda kuuluvat rannaturismi nišiturismi toodetega nagu loodus- ja kultuuriretked. Niisugune mitmest kompoendist koosnev turismitoode võib olla populaarne turistide seas, kes soovivad vaheldust ja mitmekesisemat terviklikku elamust (Weaver, 2001, lk 73-83).

Enamikus maaturismi sihtkohtades domineerivad väiksemad ettevõtted, mille omanikel-juhtidel on maaturismimajanduse arendamisel otsustav roll (Haven-Tang, Jones, 2012, lk 29). Mitchell ja Hall (2005, lk 5) märgivad, et suurema eelise annab teenusepakkujate, (majutus, toitlustus, vaatamisväärsuste tutvustamine) koostöö, mis annab võimaluse üksteise täiendamiseks ning vajaliku sünergia loomiseks. Siiski raskendab maaturismiettevõtete väiksus ja erinevus tihti koostööd ja võrgustike loomist, kuna puudu on ajast, ressurssidest, teadmistest või kohaga seotuses tundest. Väiksemaid ettevõtteid iseloomustab sageli „kindluse mentaliteet“ (Lynch, 2000, lk 99) ja vähene seotus laiemate sihtkoha arendusstrateegiatega (Haven-Tang, Jones, 2005, viidatud Haven-Tang, Jones, 2012, lk 29 vahendusel). Hoolimata üldisest ettevõtlusvaimust takistab konkurentsivõimelist ja jätkusuutlikku sihtkoha juhtimist sageli väikeettevõtete soovimatus kasvada. (Haven-Tang, Jones, 2012, lk 29)

Üks võimalus külastajaelamuse suurendamiseks uute ja huvitavate turismitoodete arendamiseks on koostöö arendamine turismiettevõtete vahel. Tolstad (2014) on uurinud Norras Gudsbrandsdalenis asuva kultuuritalude võrgustiku tegevust. Selle võrgustiku liikmete pakutavad turismitooted põhinevad kohalikel ressurssidel. Kuigi igal talul on oma profiil, on nad kõik huvitatud kohaliku toidu pakkumisest. Võrgustiku liikmed jagavad omavahel teadmisi ja kogemusi, tegelevad ühisturundusega, arendavad uusi ideid, korraldavad festivale jne. Talud pakuvad mitmekesiseid turismiteenuseid – majutust, toitlustamist ja mitmesuguseid atraktsioone, mis kõik põhinevad kohalikul loodusel, kultuuril, ajalool ja toidul.

Maaturismi rahvusvahelistumine nõuab paremaat arusaamist sellest, mida potentsiaalsed välituristid maapuhkuse juures hindavad ja sellelt ootavad. On vaieldav, kas näiteks Soome maaturist tahab sama, mida Saksa või Austria turist. (Pesonen *et al*, 2011, lk 32) Turismitoote arendamisel tuleb arvestada sellega, millisele sihtturule ja sihtrühmale see on suunatud ning mis põhjusel turist seda kohta külastab (isiklikud ja sihtkohaga seonduvad tõmbetegurid). Pesonen *et al* (2011, lk 44) on uurinud Soome, Austria ja Saksa klientide ootusi seoses maaturismiettevõtete külastamisega ja neid omavahel võrrelnud, analüüsides tegureid, mille põhjal klient valib külastamiseks sihtkoha. Näiteks selgus uurimusest, et „elu elamuse“ all pidasid Soome maaturistid silmas ajalooliste paikade külastamist ja mägimaastike nautimist, Tiroomi piirkonna maaturistid aga seda, et sihtkohas oleks mida teha ning näha ja see valik oleks mitmekesine, samuti mitmekesisest restoranivalikut ümbruskonnas ja ühepäevaste reise võimalikkust naaberpiirkondadesse. Soome maaturistid hindasid enam lõõgastumist ning meelerahu, kuid Tiroomi maaturistid väärtustasid rohkem elamusi ja seiklust, soovides olla pigem aktiivsed. Seega tuleb turismitoodete arendamisel arvestada sellega, et erinevatest paikadest pärit inimestel võivad olla erinevad ootused, mida tuleb eelnevalt tundma õppida.

Kuna turistid otsivad järjest rohkem elamusi, soovivad teada saada midagi uut, siis on selleks üks võimalus pakkuda pärandipõhiseid tooteid. Elustatakse vanu käsitöökunsti, tutvustades sealjuures esivanemate eluolu ja kultuuri (laulud, tantsud, kombed, tööriistad, pidustused, igapäevategevused, talumajapidamisega seonduvad hooned jne). Nende tutvustamisel saab kasutada lugusid, mida on huvitav kuulata ja mis jäävad turistile meelde. Siseturist saab teada palju huvitavat oma esivanemate eluolust, välituristile on sellised tooted uudsed ning eksootilised ja tekitavad ehk isegi sügavamat huvi Eesti ajaloo, kultuuri ja looduse vastu. Samuti meeldib turistile ise midagi vahetult kogeda, oma kätega luua.

Aastatuhandeid oli küla inimasusla vorm, mida iseloomustav pidev asustus, laienemine, elanikkonna kasv, sõltumine omaenese ressurssidest, kauplemisvõimalused, majandusliku, kultuurilised ja kunstilised elemendid, kombed, usutraditsioonid, inimsuhted, mis tekitasid stabiilsuse ning aitasid kohaneda põhjalike sotsiaalsete ja

poliitiliste muutustega. See on aja jooksul soodustanud maapiirkondade vaimset arengut peegeldavate varade kogunemist. Koos loodusressurssidega moodustavad need potentsiaali turistidele suunatud tegevusteks, mis on sotsiaalse ja majandusliku arengu saavutamise kindel viis. (Ielenicz & Smaroni, 2013, lk 79)

USA-s Lõuna-Carolina osariigis läbiviidud uuring, mille käigus küsitleti turiste, kelle reisi eesmärgiks oli mõne pärandobjekti külastamine, näitas, et reisi ajal on turistid huvitatud nii teadmiste omandamisest kui ka lihtsalt puhkamisest, kusjuures osa turiste oli enam orienteeritud teadmiste omandamisele (nt muuseumide ja ajalooliste rajatiste külastamine) ning osa puhkusele (nt festivalide ja kohalike turgude külastamine). Uute teadmiste omandamist saab sobivalt siduda ka mõne pärandiga mitteseotud tegevusega, näiteks poodlemine, linnuvaatlus või mootorrattavõistluse jälgimine. (Huang *et al*, 2016, lk 1397)

Mõiste „autentne“ kasutatakse millegi kirjeldamiseks, mis on tõeline, ehe, usutav, usaldusväärne, algupärane, olemuselt ehtne (Ram *et al*, 2016, lk 111). Turismis kasutatakse sõna „autentne“ ja „autentsus“ tihti seoses külastatavate objektide, vaatamisväärsuste ja turistide elamuste tähistamiseks (Rickly Boyd, 2012, lk 274). Puhkuse ajal soovivad külastajad kogeda uusi autentseid elamusi mitmesuguste rituaalide ja tegevuste, kohalikega suhtlemise kaudu, ehtsa käsitöö soetamise kaudu, aususe ning avatud suhete kaudu teiste aegade ja eludega. (Surugiu, Surugiu, 2015, lk 76)

Pärandipõhiste toodete väljatöötamisel tuleb arvestada, et turiste paelub autentsus. Kultuurihuvilised turistid on tavaliselt keskmiselt haritumad ja nad tahavad näha ning kogeda seda, mille poolest piirkond eristub nende oma kodukohast. Arvestades traditsioonilise elustiili kadumise ohtu algatasid mõned Rumeenias asuva Maramureú piirkonna majutusettevõtete omanikud projekti, mis on oluline nii kogukonnale kui ka neile endile. Nad restaureerisid täielikult traditsioonilises stiilis vanad ühe- ja kahetoalised puumajad. Majad, mis restaureeriti „pääsusaba“ meenutavas kohalikus traditsioonilises stiilis sisaldavad ka näituseruume vanade esemete väljapanekuga, millega on turistidele loodud kuvand traditsioonilisest talupoja maailmast. (Catrina, 2015, lk 176) Sarnaseid näiteid saab tuua ka teistest riikidest.

Kultuurituriste paelub sihtkoha seotus tuntud kirjanike, poeetide, filmide või sündmustega, mille olemasolu pakub elamusi ja ärgitab reisilt naastes hankima täiendavat informatsiooni kirjaniku, muusiku või ajaloolise isiku kohta. Yu ja Xu (2016) on märkinud, et side iidse Hiina poeediga võib anda kohale kultuurilise ja ajaloolise väärtuse, tema luuletused võivad mõjutada seda, mida turistid jälgivad ja pakkuda meeliülendavamat esteetilist elamust kui siis, kui turistid neid luuletusi kodus loevad. Buchmanni, Moore'i ja Fisher (2010, lk 242) filmituristide uuringus on rõhutatud giidi olulisust, st giidil peaks olema sügavam kirg ja huvi käsitletava teema vastu ning turistide arvates on entusiasmil ja kaasaelamisel elamuse loomisel suurem tähtsus kui tegelikel teadmistel.

Lätis läbiviidud talunike uuring kultuuripärandi kasutamise kohta turismitoodetes näitas, et enamik küsitletutest suhtus sellesse üsna positiivselt ja 44,5% väga positiivselt. Positiivne suhtumine ei tähenda aga seda, et talunikud oleksid valmis ise alustama kultuuripärandiga seotud toodete pakkumist turistidele, kusjuures iga kuues vastaja tõi põhjuseks teadmiste ebapiisavuse. Vastajad pakkusid mitmesuguseid ideid ja pidasid turistide jaoks kõige kõitvamaks toidu, käsitööga, traditsioonidega, ajalooliste kohtade, atraktiivsete kohtade ning maastikuga seotud tooteid. (Kruzmetra, Rivza & Jeroscenkova, 213, lk 86)

Turismitoodete disainis kasutatakse teenusedisaini töövahendeid. Teenusedisain käsitleb teenuseid toodetena, mida tuleb süstemaatiliselt arendada, pöörates sealjuures tähelepanu väärtusele, mis sellel kliendi jaoks on. Teenusedisaini tööriistad pakuvad alternatiivi tavapärasele lähenemisele, mis puudutab teenuse kogemise analüüsimist ja hindamist. (Zehrer, Muskat & Muskat, 2014, lk 357) Teenusedisain keskendub sellele, kuidas kliendid teenust kogevad. Selle põhimõtted näevad ette lähtumise klienditeekonnast ja sellega seotud kokkupuutepunktidest kliendiga. (Zomerdijk & Voss, 2010, lk 29)

Igal teenuste disaineril on teistest veidi erinev ettekujutus teenusedisaini protsessist ning töömeetoditest, kuid on ka mõned üldised tegevused, mis iseloomustavad kõiki disainereid. Seda illustreerib topeltteemanti mudel. (Design methods for developing services. n.d.) Tegemist on Briti Disaininõukogu poolt tutvustatud disainiprotsessi

mudeliga, mis jaotab protsessi neljaks etapiks – avasta, kirjelda, arenda, rakenda. Neist kaks esimest aitavad probleemi mõista ja kaks viimast seda lahendada. (Innovation and Entrepreneurship in Education. n.d.)

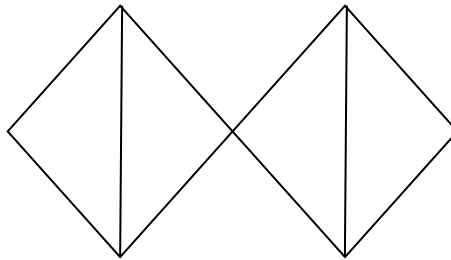
Avastamisetapp on teenusedisaini protsessi esimene etapp, mille eesmärgid on järgmised (Design methods for developing services. n.d.):

- probleemi identifitseerimine, võimaluste ja vajaduste määratlemine, millele disainiprotsess suunata;
- lahendusruumi defineerimine;
- piisava teadmistepagasi loomine.

Avastamisetapp on ideede ja inspiratsiooni saamiseks ning selle käigus uuritakse potentsiaalset kasutajat, kaardistatakse sihtkoha ja ettevõtte ressursse, uuritakse küllastajakogemust. Selles etapis kasutatakse nii kvalitatatiivseid kui kvantitatiivseid uurimismeetodeid, mis võivad sisaldada nii kasutajauuringut kui sotsiaal-majanduslike trendide analüüsi. Selle töö tulemusena valmib mahukas teadmiste baas, mis on tarvilik järgnevate disainiprotsessi etappide jaoks ning on juhiseks ja inspiratsiooniallikaks tervele meeskonnale. (Design methods for developing services. n.d.)

Probleemi mõistmine

Probleemi lahendamine



Avasta Kirjelda Arenda Rakenda

Joonis 1. Topeltemanti mudel (autori koostatud)

Avastamisetapis sobib näiteks kasutada järgmisi meetodeid (Design methods for developing services. n.d.):

- kasutajateekonna kaardistamine (kogu kliendi tegevus teenuse kasutamise ajal),
- kasutaja päevik,

- kasutaja jälgimine,
- intervjuu läbiviimine teenuse kasutajatega,
- teenuse safari (teenuse kogemiseks minnakse selle osutamise kohta).

Avastamisetapp on probleemide ja võimaluste identifitseerimiseks ning uurimiseks. Sellele järgnev kirjeldamisetapp kujundab need praktiliselt teostatavateks ülesanneteks. Ideid ja tulemusi analüüsitakse ning struktuuristatakse selgema ja kokkuvõtlikuma pildi saamiseks. Kirjeldamisetapp peab lõppema probleemi või väljakutse selge defineerimisega, mis annaks suuna järgnevale teenusedisaini protsessile.

Alljärgnevalt on toodud kirjeldamisetapi eesmärgid:

- avastamisetapi tulemuste analüüs,
- leitu sünteesimine piiratud arvul võimalusteks,
- selgete juhiste andmine asjaosalistele.

Sobivad meetodid kirjeldamisetapis:

- intervjuude analüüs,
- kliendiprofiili loomine,
- ajurünnak.

Järgneb arendamisetapp, mille ülesanded on:

- algse kavand arendamine kasutatavaks tooteks või teenuseks;
- teenuse komponentide disainimine üksikasjades ja osana terviklikust elamusest;
- korduv kontseptsiooni testimine lõppkasutajate peal.

Selles etapis arendatakse toodet või teenust ning viimistletakse algseid kontseptsioone, kuni toode või teenus on valmis kasutamiseks. Kasutades loovtehnikaid töötab disainimeeskond koos partneritega välja ülksikud teenuse komponendid ja kindlustab nende kokkusobivuse. Arendamisetapis on väga oluline toodet kasutajate peal testida.

Arendamisetapi meetodiditeks sobivad näiteks:

- rollimäng;
- teenuse plaan (*blueprint*) – detailne kogu teenuse visuaalne kujutamine;

- prototüüpide loomine (sobiv uute teenuse ideede testimiseks);
- ärimudeli lõuend.

Rakendamisetapi eesmärgid on:

- toote või teenuse käikulaskmine,
- klientide tagasiside mehhanismide kontrollimine,
- arendusprotsessi kogemuste jagamine organisatsioonis.

Rakendamisetapis on teenus või toode käiku lastud ning see hakkab avastamise etapis määratletud vajadusi rahuldama. Lõppkontseptsioon läbib viimase testi. On oluline tagada kõikide kasutaja tagasiside süsteemide toimimine, eriti teenuste puhul. Tähtis on ka tagasiside saamine protsessi kohta kolleegidelt ja partneritelt, uute teadmiste või töömeetodite jagamine. Meetodi näide: stsenaariumite loomine (lugude loomine tuleviku situatsioonist või teenusest, aitab jõuda ühiste arusaamadele ning võimaldab sisukamat diskussiooni). (Design methods for developing services. n.d.)

2. TOOTEARENDEUS MUSTJÕE KÕRTSITALUS

2.1. Mustjõe Kõrtsitalu tutvustus ja uuringu ülevaade

Harjumaal Anija vallas Mustjõe külas paiknev Mustjõe Kõrtsitalu on 1990. aastate algul loodud arhailist laadi puhkekeskus, kus saab tähistada erinevaid tähtpäevi, korraldada isiklikke ning töölaseid koosviibimisi. Mustjõe Kõrtsitalu asub keset metsi ja rabasid kõrvalises kohas Kõrvemaal. Puhkekeskus saab korraga vastu võtta kuni 1500 külastajat, siseruumidesse mahub kuni 250 inimest. Talukompleksi kuuluvad lisaks vanadele taastatud hoonetele ka uued ehitised, mis ühtivad stiililiselt vanade hoonetega. Vaatamata puhkekeskuse arhailisele väljanägemisele ja atmosfäärile saavad külastajad seal nautida kaasaegseid mugavusi. (Mustjõe Kõrtsitalu 2016)

Anija valla turismi arengukavas 2014-2020 (Anija valla turismi arengukava, 2014, lk 4-5) on välja toodud järgmised piirkonna arengueeldused:

- loodus;
- lähedus Tallinnale ja hea ligipääsetavus;
- ajalooline traditsioon, kultuurilugu (piirkonnas on rohkelt aja- ja kultuurilooliselt huvitavaid kohti, eesti küla lugu ja kirjanike ainest, traditsioonilist elulaadi ning oskusi, tegutsevaid loomeinimesi ja käsitöötajaid);
- tänapäevaseid paeluvaid lugusid ;
- sobivust aastaringseks puhkamiseks;
- turismiasjaliste hea koostöö;
- Anija eite (piirkonna sümboliks kujunenud karakter, mis põhivalla sümboliks kujunenud, mis põhineb kohaliku kunstniku Ave Nahkuri loodud karakteril).

Mustjõe Kõrtsitalu ajalugu ulatub aastasadade taha. Kunagi talitee ääres paiknenud kõrtsi on talu perenaise Evika Eljase sõnul kirjalikes allikates mainitud esmakordselt 1714. aastal, kuid arvatavasti on kõrts asunud seal juba palju varem. Kõrtsitalu perenaise andmetel külastasid 20. sajandi algul Mustjõe kõrtsi rahvaluulekogujad eesotsas Jakob Hurdaga. Kohalikud talumehed ei suhtunud nende soovi rahvapärimust üles kirjutada positiivselt, kuid sellest hoolimata jäid rahvaluulekogujad kõrtsi pikemalt peatuma, kirjutades üles 700 lehekülge laule.

Praegune peremees Tiit Lumila rääkis, et ostis vana kõrtsitalu 1970. aastatel. 1990. aastate algusest on ta seal tegelenud turismiettevõtlusega, taastanud vanad hooned ja ehitanud juurde uusi, säilitades kogu hoonetekompleksi stiililise ühtsuse. Valmimas on suitsutare, mille ehitamisel ei kasutata ühtegi naela. Olemas on endisaegsete tööriistade ja tarbeesemete kollektsioon, mida saab tulevikus turistidele senisest paremal viisil tutvustada.

Mustjõe Kõrtsitalu peamised ressursid on pühendunud ja missioonitundega omanikud ja personal, aineliseks ressursiks on vanad taluhooned, endisaegset stiili järgivad uued ehitised, vaimseks ressursiks on omanike teadmised kohalikust kultuuripärandist, jutud, legendid ning minevikust pärit oskused.

Talu perenaise sõnul on peamised ettevõtte sihtrühmad on äri- ja konverentsituristid, kes külastavad kõrtsitalu seminaride ja firmaürituste raames ning rõõmsaid sündmusi (nt pulmad, sünnipäevad) tähistavad eraisikud. Puhketuristid moodustavad väiksema osa klientidest, kuid hiljuti valminud endisaegset stiili järgiv sviit, mis mahutab pere või sõpruskonna, loob selleks paremad võimalused. Seoses sviidi valmimisega toodi 2016. aasta sõbrapäeva eel turule romantikapakett, mida müüdi cherry.ee portaali kaudu. See pakett sai väga hea vastuvõtu osaliseks, mis näitas, et huvilisi, kes niisuguste pakettide raames Mustjõe Kõrtsitalu külastada soovivad, on piisavalt. Nõudlikuma külastaja jaoks võib osutuda ebasobivaks ööbimisvõimaluste kvaliteet. Magamiskohtade nappust ei ole, kuna olemas on suur magamisait. Sealsed ööbimis- ja pesemisvõimalused aga ei pruugi sobida nõudlikematele klientidele. Nüüd on võimalik pakkuda sobivaid tingimusi ka mugavamaid olusid soovivale kliendile, kes saavad majutuda sviidis, kuid sviidi kohtade arv on siiski piiratud.

Mustjõe Kõrtsitalu pakub külastajatele mitmesuguseid tegevusi. Huvilised saavad minna koos peremehe või -naisega lustlikule jalutuskäigule talu pargis, mille käigus saadakse ülevaade talu ajaloo ja tutvutakse vanaema maja, nõiamaja, metsavenna punkri ja teiste ehitiste ning atraktsioonidega. Osaleda saab kanuusõidul ööhämaruses tõrvikute valgel. Tehnikahuvilistel külastajatel on võimalus ette võtta sõit UAZ maastikuauto või ATV-ga. Loodussafaril suure militaarse Zil-iga saab avastada Kõrvemaa metsikuid paiku ning ühendada seda suusa- või räätsamatkaga rappa. Teha saab ratsamatku Põhja-Kõrvemaal ja ujuda metsajärves. Talvel on võimalik nautida romantilist hobusõitu saaniga ning suvel kaarikuga. Klient saab hobusõitu tellida ka soovitud kohta, näiteks oma koju. Pärast aktiivseid tegevusi saab nautida suitsusauna ja selle taga asuva "põrgukatla" mõnuseid. (Mustjõe Kõrtsitalu 2016)

Mustjõe Kõrtsitalu asub Harjumaal Anija valla äärealal. Kõige kergemini jõuab turist kohale Aegviidu kaudu, kust kõrtsitaluni viib umbes 7 km pikk metsade vahel kulgev tee. Nagu paljudes teistes turismiettevõtetes, on ka Mustjõe Kõrtsitalu probleem hooajalisus. Märtsis ja aprillis on külastajaid vähe. Olukorra teeb keeruliseks ka see, et kevadel on ligipääs kõrtsitalule raskendatud halbade teelolude tõttu. Taluni viiv tee on varakevadel sageli raskesti läbitav. On esinenud juhtumeid, kui külastajate buss on poolelt teelt tagasi pööranud, kuna bussijuht pole julgenud edasi sõita. Aukudele ja porile lisanduvad mõlemal pool teed asuvad sügavad kraavid, mis täituvad kevadeti veega. Üheks võimaluseks on rongipeatuse rajamine, aga seni ei ole koostöös vallaga seda suudetud saavutada.

Enamik Mustjõe Kõrtsitalu kliente on pärit Eestist, kuid aastate vältel on olnud külastajaid ka välisriikidest, kes talu peremehe sõnul on külastusega väga rahule jäänud. Mustjõe Kõrtsitalu peremees korraldab külastajatele talu territooriumil ringkäike, mille jooksul ta jutustab lugusid, tutvustab endaloodud rajatisi ja atraktsioone. Ekskursiooni on võimalik läbi viia ka võõrkeeltes. Välisriikidest pärit külastajatelt saadud positiivne tagasiside ergutab tulevikus rohkem panustama mitte ainult Eestist vaid ka lähiriikidest pärit turistidele.

Viimase aasta jooksul on Mustjõe Kõrtsitalu püüdnud suurendada ettevõtte tuntust reklaami kaudu. Käesoleva lõputöö koostamise ajal viidi Kuku raadios läbi aastane

reklaamikampaania, mille muusikalises kujunduses kasutatakse Arvo Pärdi "Ukuaru valssi", mida helilooja lubas ettevõttel tasuta kasutada. Talu perenaise hinnangul on see reklaam avaldanud positiivset mõju Mustjõe Kõrtsitalu klientide arvu suurenemisele, kuigi otsest tagasisidet selle kohta klientidelt pole küsitud.

Lõputöö eesmärk on teha Mustjõe Kõrtsitalule ettepanekuid pärandipõhiste toodete arendamiseks. Töö eesmärgi saavutamiseks otsiti uuringuga vastust kahele uurimisküsimusele: Milline on Mustjõe Kõrtsitalu potentsiaalse külastaja teekond pärandipõhistest toodetest teadasaamiseks internetis ja millised on Mustjõe Kõrtsitalu potentsiaalsete külastajate ootused pärandipõhiste toodetele?

Uurimiseks kasutati kvalitatiivset meetodit poolstruktureeritud intervjuu näol. Valiku põhjuseks oli, et see meetod võimaldab küsitavat paremini mõista ja on laialdaselt kasutatav tootearenduse esimeses ehk "Avasta" etapis. Intervjuu meetod on paindlikum kui kvantitatiivne küsitlus, selle kasutamine annab täpsemat ja mitmekülgsemat informatsiooni ning aitab suunata intervjueritavat andma täpsemalt edasi oma mõtteid ja arvamust.

Intervjuu küsimuste kavandamisel võeti arvesse seda, et tootearenduses on oluline mõista kasutajat, mis võimaldab paremini arvestada klientide soovide ja ootustega ning kõrvaldada puudusi. Intervjuus ettevalmistatud küsimusi oli viis. Esimene küsimus puudutas kultuuripärandiga seonduvaid sõnu. Teine küsimus käsitles Mustjõe Kõrtsitalu leitavust internetis ja mõtteid ning emotsioone seoses selle ettevõtte kodulehega. Kolmas küsimus oli Mustjõe Kõrtsitalu pakkumiste ning ajaveetmisvõimaluste kohta ja neljas külastaja soovide ning ootuse kohta arhailises loomuga turismitalus. Viiendaks küsiti andmeid vastaja vanuse, elukoha ja ameti kohta.

Vastavalt Mustjõe Kõrtsitalu klientide profiilile valiti välja uuringu sihtrühm. Algul oli kavas uurida nii äri- kui ka puhkekliente, kuid kuna enamik intervjueritavaid kuulub mõlemasse rühma, siis otsustati sihtrühmaks jätta puhkekliend. Uuritavad jaotati kahte vanusekategoriasse – 27-49 ja 50-75 aastased. Kategoriasse 27-49-aastased kuulus 9 inimest, kellest viis olid mehed ja neli naised. Kategoriasse 50-75-aastased kuulus 8 inimest, kellest kaks olid mehed ja kuus naised. Intervjueritavad olid pärit Eesti

erinevatest paikadest: Tallinnast, Harjumaaalt, Rakverest, Põlvast, Viljandist, Järvamaalt ning Rootsist (Stokholmist väliseestlane). Intervjuud toimusid telefoni või Skype'i teel 2016. aasta märtsis. Intervjuu küsimused saadeti paar päeva enne intervjuu toimumist respondentidele e-postiga eelnevaks tutvumiseks. Intervju kestvus oli 30-45 minutit.

Andmeanalüüsi meetodina kasutatakse andmete kategoriseerimist ja deduktiivset andmete kodeerimist. Intervjuudest saadi koodid, mille põhjal analüüsiti vastuseid. Kirjandusallikate analüüsimiseks kasutatakse kvalitatiivset sisuanalüüsi (deduktiivne andmete kodeerimine). Tulemuste illustreerimiseks kasutatakse autori koostatud tabeleid, skeeme ning tsitaate intervjuudest. Vastavalt sellele, kas tegemist on mehe või naisega, on vastustest väljavõetud tsitaadid tähistatud M-i või N-iga, mille taha on märgitud intervjuueeritava vanus.

2.2. Uurimisandmete analüüs

Puhkeklientide uuring keskendus sellele, kuidas külastaja pärandipõhise turismitoote ja selle pakkujani jõuab ning millised on tema soovid ja ootused pärandipõhiste toodete osas. Käsitletavad teemad olid järgmised:

- teadmised pärandist ja sellega seotud mõistetest Mustjõe Kõrtsitalu kontekstis;
- päranditurismiga tegeleva turismitalu leitavus internetis ja Mustjõe Kõrtsitalu koduleht;
- arvamus pakutavatest tegevustest ja pakettidest;
- soovid pärandipõhiste turismitoodete - ja -teenuste osas;
- ootused majutusele ja toidule.

Intervjuueeritavad mõistsid pärandi all maaelu ja ajalugu (mitmed vastajad mõlemast vanusegrupist), kultuurilugu, vanavanemate jutte nende lapsepõlvest ning noorusajast (N44), esivanemate uskumusi, tegevusi, oskusi ning esemeid (N47), jälgi inimtegevusest aegade jooksul (M48), samuti vanade eestlaste kombeid ja traditsioone, rahva elulaadi ja olmet minevikus (N52), jälgi rahva mälus, mis võivad olla siiani kasutusel (M48), eestlaste juuri ja ajalugu (N59), eelnevate põlvkondade elustiili ning väärtusi (N45). Mainiti ka hooneid ning interjööri elemente, ehitisi, maastikku ja

maaelu üldiselt ning seda, et kust jookseb täpne piir pärandi ja tänapäeva vahel, on mõnikord raske määrata (M52). Märkimist leidsid ka loovisikute tegevus heliloojast arhitektini, kelle looming on kultuuripärand (M 48), esivanemate teadmised (M27), legendid (N37), loetud Eesti kirjanike romaanid (M49), vabaõhumuuseum (N59, M36, N56) turismitalud (M 36), muinasaeg (N75, N61), taluarhitektuur (N37).

Alljärgnevas tabelis on toodud intervjuudest saadud koodid.

Tabel 1. Ülevaade kultuuripärandiga seonduvatest märksõnadest vanuserühmade kaupa

27-49-aastased	50-75-aastased
esivanemate oskused, uskumused, tegevused	vanaaegsed hooned, interjäär, jäljed maastikul
jäljed inimtegevusest aastate jooksul	toit
loovisikute tegevus heliloojast arhitektini	tööriistad, tööd
rahva elulaad, olme, igapäevaelu tavad	kogu eluolu
jäljed meie mälus	maaelu
lapsepõlv	ajalugu
kodumaa	Rocca al Mare vabaõhumuuseum, Setomaa, Kihnu, Muhumaa
loetud eesti kirjanike romaanid	esivanemad, perekond, juured
vana-aja jutud	isamaa, Eesti
esivanemate teadmised (väelaulud, tikandid, kunst)	muinasaeg
keel	eestluse elujõud
loodustarkus	talud
eelnevate põlvkondade elustiil, kombed, tavad, väärtused	vanaaegne elu ja töötegemine, pärimus, laulud ja muusika
Vabaõhumuuseum, turismitalud	vanaaegsed töötegemise viisid, rahvariided, traditsioonid, rahvapillid
Eesti ajalugu	kaugetest aegadest pärit objektid
Eesti ajalugu	inimeste tegevus läbi aegade
talurahvas	inimeste poolt valmistatud või ka loodusobjektid, mis on legendide või ajalooallikate kaudu inimestega seotud
taluarhitektuur	rahvapillid
talud	rahvatantsud
legendid, lood	rahvariided
ajalugu	
kultuurilugu	
vanavanemate jutustused nende lapsepõlvest ja noorusajast	
vanade eestlaste kombed ja traditsioonid	

Erinevalt nooremast vanuserühmast leidsid 50-75 aastaste poolt mitmel korral märkimist töötegemine ja tööriistad, rahvariided, rahvatantsud ning korra mainiti ka toitu. Nooremas vanuserühmas mainiti rohkem esivanemate teadmisi, kunsti, arhitektuuri, keelt ja lugusid. Mõlemad rühmad seostasid pärandiga ajalugu, esivanemaid, traditsioone, eluolu, kombeid, talusid, muuseume ja teemaparke. Vanemas rühmas nimetati ka Eesti erinevaid piirkondi. Kuigi üldistusi johtuvalt intervjueeritute väikesest arvust teha ei saa, seostasid nooremad inimesed pärandiga enam lugusid ning teadmisi, vanemad inimesed aga töid, rahvariideid, toitu.

Intervjueeritavad töid spontaansid näiteid neile pärandiga seonduvatest külastuskohtadest ning ettevõtetest. Mitu intervjueeritavat mõlemast vanuserühmast nimetas muuseume (Rocca al Mare Vabaõhumuuseum, Viimsi Vabaõhumuuseum), samuti toodi esile piirkondi (Setomaa, Kihnu, Muhumaa - N56) ja teemaparke (Viikingite Küla, Kilplaste Teemapark - N56). Turismitaludest või puhkekeskustest nimetati Toosikannu Puhkekeskust (N45), mis stiili poolest on Mustjõe Kõrtsitalust siiski erinev (ei ole nii arhailine kui Mustjõe Kõrtsitalu). Samuti olid mõned intervjueeritavad viibinud ajaloolist miljööd pakkuvates turismiettevõtetes Lätis ning Poolas ettevõtte ürituste või konverentsidega seoses (N37, M44). 52-aastasele intervjueeritavale meenus, et tema abikaasa oli kunagi Mustjõe Kõrtsitalus sünnipäeva pidanud, 61-aastane respondent oli seal ise viibinud sünnipäeval. Pärandi eksponeerimise või tutvustamisega seotud turismitalu satutakse tavaliselt juhuslikult mõne ettevõtte või isikliku ürituse raames.

Oluline komponent päranditurismiga tegelevas ettevõttes on esivanemate eluasemete, igapäevaelu, kommete, tööriistade, tavade jne tutvustamine ja praktiline kasutamine. Intervjueeritavalt küsiti seda, mis neile seostub sõnadega "kõrtsitalu", "talitee", "suitsusaun", "püstkoda".

Kõrtsitaluga seostus intervjueeritavatele palgist hoone, talukoht kõrtsi ja majutusvõimalusega (M27), mida üks respondent nimetas ka turismitalu eelkäijaks (M52). Mainiti ka funktsiooni kokkusaamiskoha ja lõdgastumispaigana, kus müüdi ja tarbiti alkohoolseid jooke ja mis asus kiriku lähedal (N75). Teati ka seda, et kõrtsitalu oli talu, mis sai viina ajamise või müügi õiguse ja siis sai hakata alkoholi müüma ning

sellega rikastuma (M52). Üks vastajatest (N45) mainis kaadrit „Viimsest reliikviast“, kus tahmunud seintega elava tulega kõrtsitoas väsinud teelised einet võtavad ning aega veedavad. Kõrtsitalu all peeti silmas ka talu, kus pidu ja tralli on tavapärasest rohkem; tarbitakse koduõlu ning vähem klanitud ruumides valitseb sigin-sagin (N47).

8-le 17-st vastajast ei meenunud kõrtsitaluga seoses midagi märkimisväärset. Vanema vanuserühma esindajad omistasid kõrtsitalule rohkem ajaloolist tähendust. 52-aastane mees rääkis, et kõrtsitaluks nimetati talu, mis sai viinaajamise ja alkoholi müügi õiguse ning et kõrtsitalu on teatud mõttes tänapäeva turismitalu eelkäija. Üks vastaja (M55) märkis, et kõrtsitalu on uuema aja sõnamoodustis ning et vanasti olid teeliste kõrtsid, postikõrtsid, linnakõrtsid, talukõrtsid. Kõrtsi juurde kuulus tavaliselt ka talumaa ja talukõrts oli eelkõige talupoegadele. Parimad teadmised olid vanema rühma respondentidel, kes elavad maal.

Nooremale vanuserühmale tulid meelde järgmised märksõnad: trall ja pidu, sigin-sagin, puhas talutoit, tahmunud seinad, elav tuli, soojus, palgist hoone. Mõlemas vanuserühmas nimetati kõrtsitalu kui majutus-, ööbimis- ja söögikohta. Nooremas vanuserühmas olid seoses sõnaga "kõrtsitalu" ülekaalus emotsioonid ja vanemas teadmised.

Taliteega seonduvast rääkisid neli vanema ja kaks noorema vanuserühma esindajat. 52-aastane mees mõistis selle all teed, mis seonduv talvega. Tema sõnul teeb talitee taliteeks külm, mis külmetab tee põhja, et saaks liigelda regede, saanide ja tänapäeval ka ratassõidukitega, sest lumi lükatakse ära ja libedast saadakse jagu.

Teised intervjueritavad mõistsid talitee all kas lumist talveteed (M27), lumist metsateed, kus pareml juhul on ka hobune koos saaniga (N56) või väiksemat teed, mida kasutati talvisel ajal (N75). Taas näitasid vanemad vastajad pigem oma teadmisi selle sõna tähendusest. Üks vanema earühma esindaja (M55) mõistis talitee all talvel kasutatud otseteed kaupade ja reisijate vedamiseks kohtades, kus see suvel polnud võimalik ja nimetas ka talle tuttavaid taliteid - Rewal Fellini ja Rewal Riia taliteid. Nooremate intervjueritavate puhul olid ülekaalus emotsioonid ja romantika (nt puhas ja valge lumine metsatee).

Mõne respondendi jaoks omas talitee emotsionaalset ja romantilist väärtust:

N45: *" Taliteega seostub puhas ja valge talvine metsatee, kus kuljuste kõlisedes hobune ree ees traavi laseb, sõitjad on soojadesse kasukatesse ning tekkidesse mähitult kirikusse teel."*

Suitsusauna kirjeldati järgmiselt: lõhn, leil, vihad, puhtus (M27); vana, väike, suitsune, aga tore saun (N47). 45-aastase intervjueritav rääkis, et suitsusaun on ajast aega eestlaste elu juurde kuuluv traditsioon, kus elu on alanud ja lõppenud ja mis on populaarne tänapäevalgi. Ka spaad on tema sõnul suitsusauna tervise turgutamise eesmärgil oma valikusse lisanud. Veel iseloomustati suitsusauna järgmiselt: mõnusa lõhnaga, väga vahva (M52); puudega köetav, üsna kena, istutakse suitsus (N75). 52-aastane intervjueritav, olles suitsusaunas ka ise viibinud, omas selle kohta täpsemat ettekujutust: *"Mõte on selles, et puudub korsten. Kerise kütmisel jääb suits hoonesse ja pärast kütmist tuulutatakse ruumid. Väga vahva ja mõnusa lõhnaga."*

Nii nooremas kui vanemas vanuserühmas leidis neid, kellel oli suitsusaunaga isiklik kogemus kui ka neid, kes seal kunagi polnud viibinud ega teadnud, mida see täpselt tähendab. Intervjuude põhjal kirjeldati suitsusauna kui vana, väikest ja suitsust, kuid toredat sauna, mis on vahva ning mõnusa lõhnaga, aga ka kui puudega köetavat sauna, kus istutakse suitsu sees, suitsust sauna. Ühele vastajale meenus suitsusaunaga seoses kohe Võrumaa (N56). Mainiti ka leili, vihtasid ja puhtust (M27).

Viimasena küsiti intervjueritavatelt püstkoja kohta. Püstkojast rääkisid 6 intervjueritu, kolm neist nooremast ning kolm vanemast vanuserühmast. 52-aastane mees kirjeldas püstkoda kui lihtsa arhitektuuriga hoonet, mida väga vanasti kasutasid rändavad rahvad elupaikadeks, kuid hilisemal ajal siiski vist vaid väliköökideks ja nüüdsel ajal rohkem romantiseerimise eesmärgil (M52). Ta teadis ka seda, et püstkoda ehitatakse peenemate kuuskede tüvedest pannes need koonusekujuliseks kokku ja võimalusel kaetakse mingi sademeid eemale hoidva materjaliga. Ühele vastajale meenus kohe Viikingite küla (N56).

Vanemad intervjueritavad keskendusid oma vastustes peamiselt püstkojale kui ehitisele ning seostasid seda ajaloo, kuigi nimetati ka seda, et püstkoda on tänapäeval

muutunud väga popiks (M55). Noorema earühma esindajad tõid esile järgmised märksõnad: rännak, spirituaalsus, rituaal (M27), erinevate vaimsete tegevuste toimumiskoht, peavari, kiviaeg (N45). 45-aastane naine ütles järgmist: *"Püstkoda meenutab ajalooliselt kiviaega, kuid tänapäeval võib püstkodasid pidada ka erinevate vaimsete tegevuste toimumiskohaks."*

Turismoode võib olla hästi koostatud, aga väga oluline on ka see, et turist ettevõtte üles leiaks. Et teada saada, missuguseid otsisõnu kasutatakse pärandipõhise turismoode või teenust pakkuva turismettevõtte otsimiseks, paluti intervjuueeritavatel erinevaid otsisõnu kasutades Mustjõe Kõrtsitaluni jõuda.

Kuna intervjuueeritavad teadsid, et küsimusi esitatakse Mustjõe Kõrtsitalu kohta, siis alustasid nad harilikult otsingut just Mustjõe Kõrtsitalu nime järgi. See ei olnud vastavuses uuringu eesmärgiga ja seetõttu ei saanud tulemusi, millest oleks saanud teha järeldusi pärandipõhiste turismoode leitavuse kohta internetis. Kui eelnevad teadmised Mustjõe Kõrtsitalust puuduvad ja otsitakse lihtsalt "turismitalu" või mõnede teiste märksõnade järgi, võib otsing osutuda aeganõudvamaks ega pruugi alati tulemusi anda. See annab konkurentsieelise teistele turismitaludele, mis internetiotsingus kergemini leitavad on.

"Talumajutus" ega "traditsiooniline talu" tulemusi ei andnud, esimene tulemus saadi sõnadega „talukõrts” ja "talumiljö" (otsitulemuste 5. leht), talumiljö harjumaa (otsitulemuste 1. leht), "talukõrts" (otsitulemuste 6. leht, viimasel juhul aga avanes kodulehe aegunud versioon. Sama tulemuseni jõudis ka intervjuus osalenud 59-aastane naine, kes kasutas järgmisi otsisõnu: turismitalu, Eestimaa turismitalu, ajalooline turismitalu, kõrtsitalu, jõudes Mustjõe Turismitaluni viimase otsisõna abil. Tal ei avanenud kodulehel osa linke, ta ei näinud avalehte ega kalendrit ning ta ei saanud aru, kas viga oli tema arvutis või ei ole kodulehte uuendatud. Otsisõna ``sauna rent`` kasutades Mustjõe Kõrtsitaluni ei jõutud. Vana leht kuvati "puhkaestis" ja "turismitalu" puhul.

Otsisõna "Aegviidu turismitalu" kasutades kuvati kõige esimesena Mustjõe Kõrtsitalu. Kasutades otsisõnu "puhkaestis" ning "turismitalu" Mustjõe Kõrtsitalu ei leitud.

Intervjuus osalenud 61-aastane naine alustas otsinguid turismiweb.ee portaalist ja tema sõnul jõudis ta peagi Mustjõe Kõrtsitaluni. 44-aastase intervjuus osalenud mehe arvates aga ei olnud otsingut kasutades lihtne Mustjõe Kõrtsitaluni jõuda, kuid lõpuks jõudis ta sinna märksõna "Aegviidu" kaudu.

Otsingus kasutati veel järgmisi sõnu: turismitalu (ei olnud selle märksõnaga leitav), taluturism, kultuuriturism, suitsusaun, ratsamatkad, taluturism, maaturism, turismitalud, turism Eestis. Kasutatud märksõnad: talumaja rent, talumaja puhkemaja, talumaja, turismitalud Eestis, turismitalu Harjumaal, talumaja, puhkemaja Harjumaal, puhketalud Harjumaal, kõrtsitalu.

Tabel 1. Valik kasutatud otsisõnadest Google'i otsingus

Otsisõna	Tulemus
talumajutus	ei leitud
turismitalu	Kuvati 8. leheküljel
traditsiooniline talu	ei leitud
talukõrts	4. leheküljel kuvati vana koduleht
talumiljöö	kuvati 5. leheküljel
talumiljöö Harjumaa	kuvati esimesel lehel
puhkaeestis	kuvati vana koduleht
turismitalu	kuvati vana koduleht
ajalooline turismitalu	info 5. leheküljel Mustjõe Kõrtsitalu taastamise kohta pärast tulekahju ("Sõnumitooja")
taluturism	ei leitud
kõrtsitalu	kuvati esimesena
taluturism	ei leitud
kultuuriturism	ei leitud
suitsusaun	kuvati esimesena
Turismitalu Harjumaal	ei leitud
Aegviidu turismitalu	Mustjõe Kõrtsitalu kuvati esimesena
Arhailine turismitalu	Kuvati esimesena
Kõrts-turismitalu	Esimesel lehel, kuid sõna "turismimagnet" võib huvilist eemale peletada, kuna jätab mulje rahvahulga tunglemisest antud kohas

Märkimisväärseid erinevusi otsisõnade kasutamisel vanuserühmade vahel ei esinenud. Pigem sõltub otsisõnade valik inimeste huvidest, soovidest, otsiharjumustest ning sellest mida nad oluliseks peavad. 55-aastane giidina tegutsev intervjuus osalenud mees ütles,

et tema alustab otsimist talle huvipakkuva piirkonna ja kavandatud marsruudi järgi. Kõigepealt läheb ta maakondade ja valdade veebilehtedele, sest on alati leidnud sealt teda huvitava info. Nii Anija kui Aegviidu valla kodulehel aga puudub tema sõnul üldse turismiga seonduv temaatika.

Kodulehe leitavuse kõrval on oluline ka selle atraktiivsus turisti jaoks. Selles osas läksid intervjuueeritavate arvamused lahku. Arvesse võtta tuleb ka seda, et vastuseid võivad nii ühes kui teises suunas mõjutada hetkemeeleolu ning muud faktorid. Vanema vanusegrupi esindajad tõid intervjuudes esile linnakärast eemaldumise, vaimsest tööst väljalülitumise ja tähtpäevade tähistamise võimaluse. Selle eagrupi intervjuueeritavad rõhutasid veel paiga ürgsust, vanaaegset maaelulist äraolemist, meeldivat interjöörü ning head asukohta. Intervjuus osalenud 61-aastane naine märkis, et koduleht tekitab ettekujutuse ehtsast endisaegsest talu eluolust koos kõige sinna juurde kuuluvaga, sealhulgas loomad. 52-aastasele mehele jäi mulje, et tegemist on väga toimeka ja pühendunud puhkeasutusega.

Nooremasse vanusegruppi kuuluvad intervjuueeritud mainisid puhast loodust, rahulikku miljööd, ekraanivabadust ning seda, et Mustjõe Kõrtsitalus oleks tore koos perega olla. Nad leidsid ka, et tegemist on huvitava kohaga, kus oleks tore koos sõprade ning tuttavatega midagi erilist kogeda. Enam sooviti selles vanuserühmas kodulehele põnevaid fakte, infot talu tekkimisest, ümbruskonnast ning asetleidvatest sündmustest. 37-aastase naise sõnade kohaselt tekkisid tal ootused, et seal ongi niisugune nõiamaja, ürgkoda, arhailisus, ehtne taluarhitektuur, mida on vaja säilitada ning huvilistele tutvustada.

Üldiselt jäid nii noorema kui vanema eagrupi esindajad kodulehe sisu ja kujundusega rahule. Oli nii neid, kellele video ja fotod meeldisid kui ka neid, kes tahaksid näha rohkem suvepilte ning kvaliteetsemaid pilte siseruumidest. Enamik mõlema earühma respondentidest jäi siiski kodulehel olevate piltide ja videoga rahule ning leidis, et need annavad hea ülevaate Mustjõe Kõrtsitalu arhailisest stiilist ja traditsioonilisest taluõhustikust.

Intervjuude põhjal saab teha järelduse, et nooremasse vanusegruppi kuulujad soovisid Mustjõe Kõrtsitalu kodulehelt saadud muljete põhjal kogeda seal mõnusat ajaveetmist ajaloolises miljöös koos sõprade-tuttavatega. Mainiti ka väliskülastajatega koos traditsioonilises taluõhustikus tööasjade arutamist. Vanemad intervjuueeritud rõhutasid pigem linnaelust eemaldumist ja puhkust, elamuse saamist omapärasest taluelust, milles on põimunud nii uus kui vana. Samuti pidasid nad Mustjõe Kõrtsitalu sobivaks paigaks isiklike sündmuste tähistamiseks.

Nii nooremad kui vanemad respondendid sooviksid kodulehele ka andmeid hindade kohta ning kodulehe teksti ja piltide sagedamat uuendamist. Sooviti ka broneerimisvõimalust. Väikese pettumuse valmistas see, et vaatamisväärsuste all on märgitud nõiamaja, ürgkoda, akvaarium, ehalkäimise ait, peremehe tool ja metsavenna punker kuid nendele klikkides ei kuvata pilte ega teksti.

N44: "Koduleht vajab kindlasti uuendamist ja kaasajastamist. Näiteks valikud: kuidas reisida, mida vaadata, kus ööbida, kus einestada, sündmused. Põhjalike selgitustega ja juhtnööridega nt ümbruskonna ajaloost, talu tekkimise lugu, ümbruskonna kultuurikalender, ümbruskonna kaart, talu kaart, värviline joonis, põnevad faktid Mustjõeest, klientide reisikogemuse kirjeldused."

Intervjuueeritvatel paluti jagada oma emotsioone ja mõtteid, mis tekkisid seoses Mustjõe Kõrtsitalu kodulehe külastamisega. 44-aastane naine rääkis, et Mustjõe Kõrtsitalu on huvitav koht, kuhu ta tahaks kindlasti koos oma sõprade ja tuttavatega minna, et uusi tegevusi proovida ning midagi toredat kogeda, koos teistega teha. 61-aastase naine ütles, et ta ei olnud Mustjõe Kõrtsitalust enne kuulnud, kuid kodulehe vahendusel sai ta sellest pärandkultuuri sõnumit kandvast Aegviidu laante varjus olevast turismikohast suurepärase ülevaate. Ta broneeriks esimesel võimalusel seal toa ja veedaks kasvõi lõõgastava nädalavahetuse, linnakärast eemal kaunis looduses. Ka asukoht tunnipikkuse sõidu kaugusel Tallinnast on tema arvates väga soodne.

Mustjõe Kõrtsitalu koduleht tutvustab põhjalikult sealseid ajaveetmisvõimalusi. Eripakkumiste all on lehel üleval info senioridele mõeldud pensionäride päeva kohta. Tegemist on Aegviidu kandi külastajatele mõeldud huvipäevaga, mda viiakse läbi

koostöös Raudoja kõrtsiga ja mis lisaks Raudoja kõrtsis toimuvale portselanmaali õpitoale sisaldab jalutuskäiku Mustjõe talu pargis, lume olemasolul saanisõitu ja pärast seda toekat õhtusööki prae ja koogiga.

Cherry.ee sooduspakkumiste portaali kaudu müüb Mustjõe Kõrtsitalu kahele puhkajale mõeldud romantikapaketti, mis sisaldab lisaks ööbimisele kohalikke talutoite sisaldavat õhtusööki, ekskursiooni talu valdustes ja värskendavat kaarikusõitu. Intervjueeritavatel paluti hinnata kodulehe põhjal olemasolevaid pakette ning ajaveetmisvõimalusi.

Intervjueeritavad arvasid, et need paketid on huvitavad, kuigi nad ise ei kuulu sihtrühma. Üks respondent (M36) ütles, et tema vanematele pakuks pensionäride päeva pakett kindlasti huvi, aga kuna see on mõeldud ainult gruppidele, siis ilmselt jääb nende puhul ära. Teine vastaja leidis, et niisuguseid pakkumisi võiks rohkemgi olla ja kui keegi korraldaks transpordi Tallinnast ja organiseeriks grupi, võtaks temagi sellest osa (N61). Ühe vastaja (N52) sõnul on pensionäride päeva sisu huvitav ja ta kaaluks ehk isegi piisavalt suure grupi olemasolul selle raames Mustjõe Kõrtsitalu külastust, kuid kuna tegemist on pensionäride päevaga, siis ei tuleks see kõne alla. Kui pakkumise nimi ära vahetada, siis küll. Romantikapakett äratas intervjueeritavates huvi.

Nii nooremad kui vanemad intervjueeritavad leidsid, et Mustjõe Kõrtsitalus pakutavad tegevused sobivad hästi talu miljööga. Vanemale eagrupile meeldis eriti hobustega seotud tegevus – saanisõit ja ratsutamine ning loomadega suhtlemine üldse. Puudust tunti isetegemise võimalustest ja erinevatest töötubadest, mille kohta infot kodulehelt ei leitud. Veel leidis positiivset kajastust tuur talumaadel, enam sooviti kogeda veega seotud tegevusi. Ühe 61-aastase naise sõnul broneeriks ta esimesel võimalusel Mustjõe Kõrtsitalu puhkuse ja võtaks osa mitmesugustest tegevustest. 59-aastane naine märkis, et seal oleks tore puhata koos pere ja lastega, tutvuda talu loomadega, sõita hobusega ning vaadata nõiamaja. Ta arvas ka, et ilmselt oleksid väga sobivad pakkumised pensionäridele, kes enam ei jaksa käia pikkadel välisreisidel ja kellele on võimalus külastada Mustjõe Kõrtsitalu taskukohasem. Mitmele vanemale respondentile pakkus huvi ka suitsusaun. Sooviti ka erinevaid õpitube, mille teemadeks võiksid olla käsitöö, kangakudumine, vitspunutised, pillimäng, pillimeisterdamine, rahvalaulud, ketramine ja võitegemine.

Noorema eagrupi esindajad olid samuti huvitatud õpitubadest. Teemadena tõid nad esile leiva küpsetamise, hoidiste tegemise, ketramise, lõnga värvimise taimedega, käsitöö, puutöö, vanad pillid ning küünalde valmistamise. Oli ka erilisemaid soove – näiteks mainis 44-aastane naine hobuteraapiat ning ürdivannide võtmise võimalust. Sama naise arvates oleks hea ka avar väliköök, kus saaks endale ise toitu valmistada. 48-aastane mees arvas, et talus võiks olla õlleköök, kus külaline saaks ise omanimelist õlut teha „nii, nagu seda vanasti tehti”. Tema sõnul pole selleks just kohapeal õlleotra ja humalat vaja kasvatada. Kohapeal ilmselt peaks toimuma odra idandamine linnaseks. Idee seisneks selles, et külaline valmistab õllematerjali ette ja jätab käärima; seejärel oleks mitu võimalust – kas ta tuleb õlut ise sobivasse anumasse villima ja viib endaga kaasa või kutsub hoopis sõbrad jooki mekkima – või villitakse mingi kogus tema eest ning see toimetatakse õllemeistrini.

Sama mees leidis, et pole võimatu, et külastajaid köidaks üldse võimalus proovida oma kätega valmistada midagi arhailisel moel, alates jahu jahvatamisest käsikiviga kuni mõne pingi või laua kokkumeisterdamiseni. Huvitatud oldi ka loengutest taimede tervistavast mõjust ja taimedest tervendavate toodete valmistamine. 44-aastane naine märkis, et hea meelega külastaks ta ka avatud uste päeva, kui see peaks Mustjõe Kõrtsitalus toimuma. Nooremad respondendid mainisid veel mõttemänge, seiklusmänge ning kiikingut. 36-aastane mees rääkis, et vaja on kindlasti ka tavalist sauna ja veesilma ning oli huvitatud matkadest ümbruskonda looduspärandiga tutvumise ja looduses liikumise eesmärgil.

Sarnaselt vanemasse vanuserühma kuulujatega olid peaaegu kõik noorema vanusegrupi esindajad huvitatud õpitubadest, kus saaks omandada esivanemate tarkusi, teha tutvust leivateo ja erinevate talutöödega. Rõhutati ajaloolist aspekti, isetegemise või osaluse aspekti ning harivat aspekti, arhailiste esemete kasutamist. Neli respondenti mainisid lastele suunatud pakette, sooviti lastelaagreid talve- ja kevadvaheajal (ka lühemaid, 2-3 päevaseid). Kolm intervjueeritavat soovisid terviseteemalisi tegevusi või pakette, mille näideteks toodi juhendatud matk ravimtaimede korjamiseks, massaaž, tervisliku eluviisi koolitus. 44-aastane mees arvas, et Mustjõe Kõrtsitalu võiks olla rohkem "öko".

Mõlema vanuserühma esindajad olid huvitatud mitmesugustest õpitubadest, kus saaks esivanemate oskusi ning tarkusi omandada. Ka õpitubade teemad langesid noorematel ja vanematel suures osas ühte. Lisaks võib nooremate respondentide puhul esile tuua terviseteemalised tegevused, looduses liikumise, kohaliku ajaloo ja kultuuripärandi tundmaõppimise ning lastele mõeldud tegevused. Vanem eagrupp oli huvitatud loomadega seotud tegevustest, õpitubadest ning tegevustest, millest saaks näiteks vanavanemad koos lastelastega osa võtta.

Intervjuueeritavad soovitasid arhailise loomuga turismiettevõttesse järgmisi tegevusi ja võimalusi:

- Töötoad ainult pealtvaatamise või isetegemise võimalusega – leiva küpsetamine, hoidiste valmistamine, lõnga ketramine või värvimine taimedega, käsitöö, puidu töötoad, käsikiviga jahu jahvatamine, vanad pillid, küünalde valmistamine, rahvatarkused, laulud (N47);
- Lisaks kanuusõidule ka muud veega seotud tegevused (M52);
- Suvise elu keskpunkt võiks olla avar väliköök, kus kliendid saaksid ise gurmeetoite valmistada vastavalt oma soovidele (N44).
- Kohalike ürtide ja taimede vannide võtmise võimalus (N44).
- Koostööna võiks proovida pakkuda hobuteraapiat, kuna see on raviva toimega ning mõeldud erivajadustega inimestele (N44).
- Tervisepakett, nt juhendatud matk, tervislik toiduvalik, taimeteed, ravimtaimede korjamine, massaaži võimalus, juhendatud jooga, inspireeriv lühikoolitus tervisliku eluviisiga seonduval teemal.
- Lastega peredele nt õppematk; võimalikult palju tegevusi, milles lapsed saavad käed külge panna (köögitoimkond, lõkke süütamine, loomade söötmine). Ühised mängud. Ülalnimetatut saaks seostada vanaaegse elulaadi ja rahvatarkustega, tutvustada lastele vanu tavaid ja kombeid.
- Pakett vanavanematele ja lapselastele (N59).
- Õlleköök, kus külaline saaks ise omanimelist õlut teha „nii, nagu seda vanasti tehti. Kas selleks just kohapeal õlleotra ja humalat on vaja kasvatada, see on iseküsimus. Kohapeal ilmselt peaks toimuma odra idandamine linnaseks. Külaline valmistab õllematerjali ette ja jätab käärima; seejärel oleks mitu

võimalust – kas tuleb ise sobivatesse anumatesse villima ja viib endaga kaasa või kutsub hoopis sõbrad õlut mekkima - või villitakse kuhugi mingi kogus tema eest ning see toimetatakse õllemeistrini (M48).

- Tähtis on ka tavalise sauna ja veesilma olemasolu. Ka pakuvad huvi matkamine, rabad ja kanuumatkad (M36).
- Lastelaagrid – suvel on erinevaid võimalusi olemas, aga talve- ja kevadvaheajaks võiks ka proovida lühemaid variante 2-3 päevaseid.
- Pakkumised pensionäridele, kes enam ei jaks käia pikkadel välisreisidel ja kellele on sellised võimalused taskukohasemad.
- Erinevad pakettid, nt talvepakett „Pimedad ööd“, sõprade pakett „Viuh ja pauk“, pulmapakett „Jane'i ja Tarzani pulmad metsas“, suvepäevapakett „Seiklusmängud metsas“ jm. Mitmesugused mõttemängud ja huvitavad atraktsioonid nt jänesjaht, kiiking, kastitorni ronimine. Mõni rahvamuusik õhtuseks ajaviitmiseks mõni rahvamuusik või taidleja. (N44)
- Avatud uste päev taluga lähemalt tutvumiseks ja virtuaaltuur turismitalu tegevustest ja teenustest. (N44)
- Loeng sellest, kuidas erinevad taimed tervendavad inimesi ning õpitoad, kus näidatakse erinevatest taimedest tervendavate toodete valmistamist.
- Teenuste sidumine ühtsesse paketti teiste ettevõtetega nt loodus-, kultuuri- ja ajaloolised objektid, kohalik taluoodang, käsitöö, tegevustoad lastele ja peredele. Turismitrendide arvestamine.
- Kohalikele elanikele kooskäimise võimaluse pakkumine (44-aastane naine). See võib aidata nõ kohaliku kogukonna seltsielu elavdada ning madalhooajal kõrtsitalul siseturismi edendada (nt põnev käsitöö ring meestele ja lastele eesti rahvakalendri järgi traditsioonidega seotud temaatilised päevad, nt vastlad, lihavõttepühad jms). Kõik mida pakutakse ei tohi olla tehis, vaid peaks olema nõ „kodukootud“, ise tehtud. Personaalnet suhtlemine ning paidlikkus, st, et kui on olemas pakett, saaks valida mitme tegevuse hulgast.

Intervjuu osalistelt küsiti, missuguseid toite nad sooviksid arhailise loomuga kõrtsitalus süüa. Noorema vanusegrupi esindajad eelistasid lihtsat autentset eestipärast toitu, sest see sobib vanaaegse talumiljööga hästi kokku. Mitu respondenti rõhutas, et toit peab

olema värsk. 44-aastane mees soovis, et menüüs oleks lisaks tavapärasele kartulile, sealihale ja hapukapsale ka mõni kalatoit, kuna see on tervislikum. Ta arvas ka, et valikus võiksid olla mõned head veinid. 44-aastane naise sõnul võiks pakkuda ka ulukilihast valmistatud roogasid. Samuti pidas ta oluliseks värskaid juurvilju. Kõige sagedamini esinevad märksõnad olid siiski seotud lihtsuse ning eestipärasusega.

Vanema eagrupi respondendid rõhutasid, et toit peaks olema lihtne ja traditsiooniline maainimeste söök ning orienteeritud eesti rahvusköögile. Talvel verivorstid, hapukapsas ja seapraad, suvel näiteks mulgipuder, kama jne. 61-aastase naise arvates võiks olla ka varieerimisvõimalusi, kui näiteks välismaalt pärit küllastajale tundub verivorst kummaline. Sooviti ka, et toit peaks olema värsk ning põhinema kohalikul toorainel.

Majutuse juures pidasid noorema vanuserühma intervjuueeritavad kõige olulisemaks põhiliste mugavuste olemasolu, puhtust ja häid pesemisvõimalusi. Valdavalt ei tahtud steriilseid euroremonditud magamistube, vaid eelistati pigem tagasihoidlikke ööbimistingimusi, mis sobivad talumiljõesse. 36-aastane mees tõi olulisena esile mugavad magamisvõimalused, voodi ja patjade pehmuse. 47-aastane naise arvates oli kõige tähtsam puhtus ning värskus, head pesemisvõimalused ja öösel vaikus. Oli ka üksikuid teistsuguseid arvamusi. Intervjuus osalenud 44-aastane mees soovis maksimaalseid mugavusi, nende olemasolul sõidab ta meelsasti kõrtsitallu puhkama. 49-aastane mees leidis, et toad peaksid olema mugavad ning temperatuuri reguleerimise võimalusega. 37-aastane naine tahaks kogeda ürgset ja arhailist ning majutus peaks olema sellega kooskõlas. Ta leidis, et kaasaegsus rikuks elamuse.

Ka vanemad intervjuueeritavad leidsid, et põhiliste mugavuste olemasolu on kindlasti vajalik. 52-aastane mees märkis, et majutustingimused peaksid olema ehedad, mugavusi võiks osta lisatasu eest. Peaasi on et oleks kuiv ja soe, st tervisele kehvasti ei mõjuks. 56-aastane naine arvas, et majutus võiks olla stiili järgiv ja mugavused kaasaegsed, kuid stiilselt varjatud. 61-aastane naine rõhutas, et olme ega majutus ei tohi olla linnalikult peen, vaid just selline nagu oli kunagi ammu, kauges minevikus, kui veel ei tuntud elektritki ja elati küünlavalgel. Ta märkis ka, et kuna kaasaegsete mugavustega inimesed ei tuleks toime sellise vanaaegse elustiiliga, on kohapeal kindlasti elementaarsed mugavused, olme- ja hügieenitingimused olemas, lisaks vanale

suitsusaunale, mis sisuliselt on siiski iidse olme nautlemiseks. Teine 61-aastane naine arvas, et majutus peaks olema arhailine ning isegi veidi ebamugav, et tekiks tõeline vana aja tunne. Leiti ka, et majutus peaks olema kõrtsilaadne, aga põhiliste kaasaegsete mugavustega.

Kuigi kõigi intervjueritavate arvates olid põhilised mugavused vajalikud, olid vanema vanusegrupi respondendid üldiselt nõus veidi tagasihoidlikemate tingimustega. Enamik vastanutest oli nõus mugavuste suhtes väikseid järeleandmisi tegema, et säiliks üldine arhailine atmosfäär. Oluline on, et saaks hästi välja puhata ning oma hügieeni eest hoolitseda. Inimesed, kes on harjunud mugavamate oludega ja kellel on ka tavaelus suuremad võimalused, ei ole harilikult ka vanaaegse miljööga turismitalus nõus olme osas järeleandmisi tegema.

3. JÄRELDUSED JA ETTEPANEKUD

Käsitletud teooria ja uurimisandmete analüüs võimaldavad jõuda järeldustele, mis on ära toodud käesolevas peatükis. Järelduste põhjal tehakse Mustjõe Kõrtsitalule ettepanekuid pärandipõhiste turismitoodete arendamiseks.

Bujdosó, Dávid, Tözsér, Kovács, Major-Kathi, Uakhitova, Katona & Vasvári (2015, lk 311) on märkinud, et 21. sajandi elamusmajandus keskendub külastaja aktiivsele osalusele toote loomis- ja tarbimisprotsessis, kusjuures peamiseks eesmärgiks on kliendile meeldejäeva elamuse loomine. Uuring kinnitas, et potentsiaalsed külastajad on valmis avaldama oma ootusi, soove ning vajadusi. Sellise võimaluse andmine on nende silmis turismitoote lisaväärtus.

Barsky (2014, viidatud Sekulovic, 2015, lk 1630 vahendusel) on leidnud, et tänapäeva turistid soovivad reisisid olla hõivatud mitmesuguste tegevustega. Nad otsivad elamusi, mis haaraksid nende meeli, mõtteid ja tundeid.

Lisaks tähendab see ka suurenenud suhtlust kohalikega. Ka uuring kinnitas, et lisaks passiivsele puhkusele otsitakse elamusi ja soovitakse õppida ning kogeda uut. Nii nooremad kui vanemad vastajad olid huvitatud erinevatest õpitubadest ja looduses liikumisest, ravimtaimede tundmaõppimisest ja ajaloo ning kultuuripärandiga tutvumisest. Oldi ka huvitatud suhtlusest pererahvaga.

Uuringus osalejad hindasid Mustjõe Kõrtsitalu ehedust ja arhailist iseloomu. Hooned ja vanaaegsed tingimused tekitavad uudishimu ja loovad sobiva meeleolu esivanemate eluoluga tutvumiseks. See on kooskõlas varasemate uuringutega (Surugiu & Surugiu, 2015, lk 76), mille kohaselt soovivad külastajad erinevate rituaalide ning tegevuste,

kohalikega suhtlemise, käsitööesemete kaudu saada ehedaid elamusi ja tnda seost eelnenud aegade ja eludega.

Intervjuueeritavatele seostusid pärandiga eelkõige muuseumid ja teemapargid, mida meelsasti külastatakse meelelahutuslikel ja hariduslikel eesmärkidel ning esivanemate elulaadiga tutvumiseks. Mainiti ka talusid, kuid päranditurismiga tegeleva turismitalu külastamisele või sinna puhkusepaketi ostmisele spetsiaalselt ei mõelda. Pigem sõltub turismitalus viibimine või sinna paketi ostmise sihtkohast, mida soovitakse külastada, mitte niivõrd talu suunitlusest. Määrav on enamasti juhuslik valik, tuttavate soovitusel või internetiotsingu tulemused. Otsustab ettevõtte leitavus ning kodulehe atraktiivsus ja harilikult ei tehta valikut huvist teema vastu, millel turismitalu tegevus põhineb. Võib mõelda sellele, kuidas pärandiga tutvumise eesmärgil tuua külastajaid turismitalu, st äratada nendes huvi külastada turismitalu esivanemate pärandiga tutvumiseks ning suunata neid mõistma, et ainuke valik selleks ei ole vabaõhumuuseum.

Teooria peatükis käsitletud päranditurismi määratluste kokkuvõte näitab selle turismivormi seostamist emotsioonide, minevikunostalgiaga ja romantikaga (Goh, 2010, lk 259). Seda kinnitasid ka intervjuud, mille käigus pärandiga seotud mõistetele omistati emotsioonide, romantika, isiklike mälestuste või nähtud filmidega seotud tähendust. Saadud vastustest on võimalik saada ideid, kuidas turismitooteid pealkirjastada ja reklaamida, et need turiste kõnetaksid. Näiteks ei äratanud eripakkumisena esitletav "Päev pensionäridele" vastajates piisavalt huvi. See rõhutab küll sihtrühma, kellele see pakett on suunatud, kuid samal ajal tõukab eemale teisi potentsiaalseid külastajaid, kuna on mõeldud kindlale vanuserühmale.

Ka taliteega seotud emotsioone ja romantikat saab põimida Mustjõe Kõrtsitalu olemasolevatesse ja uutesse pakettidesse. Suitsusaun on tänapäeval muutunud uuesti populaarseks ja sinna minek on juba ise elamus, kuid saunaskäiku saab täiendada mõne vahva rituaali või tegevusega, et tekiks omapärane, just Mustjõe Kõrtsitalule omane saunaelamus. Selleks võib olla näiteks mõne saunateemalise laulu ühine õppimine ning laulmine. Laul võib olla kas vana või uus, selleks sobib näiteks eheda kultuuriga sobiv regilaul.

Mõisted "kõrtsitalu", "talitee", "suitsusaun", "püstkoda" on otseselt seostatavad Mustjõe Kõrtsitaluga, neid sõnu paketi tutvustuses kasutades on võimalik pakette reklaamida ja atraktiivsemaks muuta. Samuti saab neid mõisteid tutvustada ja selgitada, millist rolli need omasid minevikus ja mõnedel juhtudel ka tänapäeval ning nendega seonduvaid lugusid vesta. Sellel, mida intervjueeritavad nende sõnade all mõistavad, põhinevad ka teatud määral nende ettekujutus ja ootused. Olulised on nende mõistega seonduvad emotsioonid, sest kaasaegne turist otsib emotsioone ja elamust. Näiteks võib saunanaudinguid sisaldava paketi nimeks panna "Iidne nautlemine".

Mustjõe Kõrtsitalu on sobiv paik stiilipidude jaoks, mille teemaks võib olla pärandi ja vanade eestlastega seonduv. Seda võib välja pakkuda klientidele, kes soovivad seal näiteks sünnipäevapidu pidada.

Anija vald ja terve Kõrvemaa puhkepiirkond on rikas kultuuriressursi poolest. See annab ettevõtjatele võimaluse tootearenduseks, mis loob eeldused potentsiaalsete külastajate reisimotivatsiooni tekkekes (Anija valla turismi arengukava 2014-2020, 2013, lk 4). Intervjuus osalenud 45-aastane naine mainis kaadrit „Viimsest reliikviast“, kus tahmunud seintega elava tulega kõrtsitoas väsinud teelised einet võtavad ning aega veedavad. See kirjeldus oli seda huvitavam, et filmiga "Viimne reliikvia" ei seo Mustjõe Kõrtsitalu miski, kuid seal filmitud "Ukuaru" annab võimaluse siduda koostatavat paketti Eesti filmikunsti tutvustamisega või võimalusega lülitada Mustjõe Kõrtsitalu külastus mahukamasse paketti, mille sisuks on tuntud Eesti filmide saamislood. Näiteks võib "Ukuaruga" kokku sobitada filme "Verekivi" ning "Tulivesi", mille filmimispaigad on muuhulgas ka Viinistus, Kuusalus ja Kolgakülas.

Kirjandushuvilistele siseturistidele sobib A. H. Tammsaare-teemaline pakett. Kirjaniku vend elas Kõrvemaa keskses, endises kuurortalevikus Aegviidus ja seepärast külastas A. H. Tammsaare piirkonda sageli tervise parandamise eesmärgil, saades sealsest loodusest ja eluolust inspiratsiooni ning ainekst romaani "Kõrboja peremees" kirjutamiseks, mille tegevus toimub Põhja-Kõrvemaal. Kirjandusteemalise paketi koostamisel tasub teha koostööd Järvamaa giididega ja lisaks Aegviidule on võimalik lülitada paketti ka Tammsaare sünnikoha Vargamäe külastus.

Kõrvemaa on rikas matkaradade poolest. Matka- ja kultuurihuvilistele turistidele sobib matkapakett, mis sisaldab lisaks matkale ka kultuuripärandit tutvustavat osa ja iidset nautlemist suitsusauna ja põrgukatlaga (sauna taga asuv kümblustünn, millele saab tule alla teha).

Turismitalu territooriumil asuvas püstkojas saab korraldada esivanemate tarkuste õppimist või meeldetuletamist, loengud eesti rahvameditsiinist, ravimtaimedest, traditsioonidest, vanade eestlaste uskumustest, legendidest jms. Erakordne elamus on püstkojas ööbimine. Püstkoda on ka hea koht vaimsete tegevuste jaoks, mediteerimiseks, igasuguseks mõttetööks ja aruteludeks.

Lähtudes uuringu tulemustest teeb töö autor Mustjõe Kõrtsitalule järgmised ettepanekud:

- Kodulehe optimeerimine (lehe tõstmine otsingumootorites kõrgele kohale, kasutades ettevõttele olulisi märksõnu) ja sellega ettevõtte leitavuse parendamine interneti otsingumootorites.
- Kodulehe parendamine info sagedasema täiendamise ja värskendamise teel, atraktiivsete piltide ning videote lisamine. See aitab kasvatada huvi Mustjõe Kõrtsitalu ja seal pakutavate turismitoodete vastu.
- Koostöö tõhustamine giididega. Intervjuu Järvamaa giidiga näitas, et paljud selle naabermaakonna giidid ei tea Mustjõe Kõrtsitalust midagi. Olukorda on võimalik parandada infopäevade ja tutvustavate ürituste korraldamisega giididele. Intervjuul osalenud Järvamaa giidi sõnul ollakse sellest väga huvitatud.
- Suitsusaunas käigu rikastamine huvitavate rituaalidega.
- Turismitalu territooriumil asuvas püstkojas esivanemate tarkuste õppimine, loengud rahvameditsiinist, ravimtaimedest, traditsioonidest, vanade eestlaste uskumustest jms. Püstkoda on ka sobiv koht vaimsete praktikate harrastamiseks ja aruteludeks, vanarahva juttude vestmiseks jne.
- Erinevate töötubade korraldamine, nt leiva küpsetamine, hoidiste valmistamine, lõnga ketramine või värvimine taimedega, käsitöö, puidu töötoad, käsikiviga

jahu jahvatamine, vanad pillid, küünalde valmistamine, rahvatarkused, laulud, sest huvi nende vastu on suur.

- Pakkumiste täiendamine tegevustega looduses - matkad, loomadega seotud tegevused. Loomade tutvustamine, keda eestlased vanasti taludes pidasid, nendega seotud tööd, kombed ja uskumused,
- Õppematkad ja tegevused lastega peredele, kus nad saavad käed külge panna. Ühised mängud, vanade tavade ja eluviisi tutvustamine. Vanavanemate ja lastelaste paketi väljatöötamine.
- Lastelaagrid, kus kõik oleks nagu vanasti. Esivanemate tarkuste tutvustamine, põnevad vanaaegsed mängud, retked loodusesse. Taimede tundmaõppimine.
- Ettepanek lülitada Mustjõe Kõrtsitalu" külastus paketti, mis sisaldab tuntud Eesti filmide saamislugusid. "Ukuaruga" saaks kokku sobitada filme "Verekivi" ning "Tulivesi", mille filmimispaigad on muuhulgas ka Viinistus, Kuusalus ja Kolgakülas või "Kõrboja peremees" ja "Metsluigid", mida filmiti Vanakülas ja Valgejõesel.
- Toidu- ja joogiteemaline väljasõit koos Mustjõe Kõrtsitalu külastamisega, kohapeal lustlik jalutuskäik talu territooriumil, kommade valmistamise töötuba ning lõunasöök. Võib siduda Valgejõe Veinivilla külastusega .

Uuringust selgus, et mitu potentsiaalsed külastajat pole Mustjõe Kõrtsitalust midagi kuulnud, seega tuleb püüda ettevõtte tuntust suurendada reklaami ja ürituste kaudu. Koostööpartnerina nähakse ette eelkõige ettevõtet, kes korraldab Eesti-siseseid reise ja kellega koostöös paketid välja töötatakse. Võimalikud partnerid on veel Harju- ja Järvamaa giidid.

KOKKUVÕTE

Tänapäeva kiire elutempo ja igapäevane rutiin tekitavad nimestes soovi eemalduda aegajalt tavapärasest keskkonnast, kogeda uut miljööd, saada ehedaid elamusi ning vahel ka siirduda teise aega, mil elu polnud nii kiire kui kaasajal. Selleks annavad võimaluse pärandipõhised turismitooted, mida pakutakse ajaloolise atmosfääriga paikades. Niisugusteks kohtadeks võivad olla maaturismiettevõtted, kus on taastatud vanad hooned ja loodud endisaegne õhustik.

Pärandipõhise turismitoote arendamisel tuleb arvestada sellega, et kaasaegsed turistid soovivad saada ehedaid elamusi. Tarvis on pakkuda seda, mis on päriselt vanaaegne, ning tekitab küllastajas meeldivaid emotsioone, näiteks meenuvad mälestused lapsepõlvest või vanavanemate jutud.

Et pakkuda küllastajatele pärandipõhiseid tooteid, tuleb küllastajaid tundma õppida. Selleks on vaja välja selgitada küllastajate soovid ja ootused pärandipõhist toodet pakkuva turismiettevõtte ja -toote suhtes.

Lõputöö eesmärk oli teooriale ja uuringule tuginedes teha ettepanekuid Mustjõe Kõrtsitalule pärandipõhiste toodete edasiarendamiseks. Lõputöö uurimisküsimused olid: Milline on Mustjõe Kõrtsitalu potentsiaalse küllastaja teekond pärandipõhistest toodetest teadasaamiseks ja millised on Mustjõe Kõrtsitalu potentsiaalsete küllastajate ootused pärandipõhiste toodetele?

Töö eesmärgi saavutamiseks tehti järgmist:

- koostati ülevaade kultuuripärandi, päranditurismi ja turismitoodete arendamise teoreetilistest käsitlustest;

- viidi läbi uuring Mustjõe Kõrtsitalu potentsiaalsete külastajatega, et välja selgitada nende teekond ja ootused pärandipõhiste toodetele;
- analüüsiti uuringu tulemusi;
- tehti järeldused ja ettepanekud Mustjõe Kõrtsitalule pärandipõhiste toodete edasiarendamiseks.

Esmalt uuriti kirjandusallikaid kultuuripärandi, päranditurismi ja tootearenduse kohta. Seejärel viidi läbi intervjuud Mustjõe Kõrtsitalu potentsiaalsete klientidega, mille käigus küsiti, kuidas nad pärandipõhiste toodeteni ja Mustjõe Kõrtsitaluni jõuavad. Selgitati välja nende teadmised ja emotsioonid pärandiga seotud mõistete kohta ja küsiti arvamust Mustjõe Kõrtsitalu praeguste toodete ning kodulehe kohta, soovide ja ootuste kohta pärandipõhiste turismitoodete osas. Seejärel analüüsiti uuringu tulemusi.

Teooria põhjal ei soovi tänapäeva turistid ainult passiivset puhkust, vaid on huvitatud mitmesugustest aktiivsetest tegevustest. Mustjõe Kõrtsitalu potentsiaalsete külastajate uuring kinnitas seda. Intervjuus osalejad tõid näiteid erinevate tegevuste kohta, millest nad arhailise loomuga kõrtsitalus viibides sooviksid osa võtta. Pakutud tegevuste spekter oli lai ning ulatus hobuteraapiast õllepruulimiseni. Tuginedes teoreetilistele allikatele, intervjuudele ja kohalikule kultuuripärandile koostati Mustjõe Kõrtsitalule ettepanekud pärandipõhiste toodete edasiarendamiseks. Püstitatud ülesanded täideti.

Lõputöö aitas aru saada, mis takistab potentsiaalsete külastajate jõudmist Mustjõe Kõrtsitalu. Üheks takistavaks teguriks võib olla infopuudus ja Mustjõe Kõrtsitalu vähene tuntus. Küsimus kodulehe ja Mustjõe Kõrtsitalu leitavuse kohta internetis juhtis tähelepanu puudustele kättesaadavuse kohta otsingumootorites ja kodulehel, tuues samal ajal välja ka positiivseid külgi. Vastajatelt saadud informatsioon võimaldas juhtida tähelepanu kitsaskohtadele ja teha ettepanekuid kodulehe sisu parendamiseks.

Mustjõe Kõrtsitalu soovib saada juurde välismaiseid kliente, kuid koduleht on ainult eesti keeles. Kodulehe materjalide tõlkimine vähemalt inglise, soome ja vene keelde, millele lisandub veebis broneerimine, avardab selles osas tunduvalt võimalusi. Lõputöö autor soovib ettevõttel teostada sarnane uuring välisturistide kohta et suurendada teistest riikidest pärit külastajate arvu.

VIIDATUD ALLIKAD

- Anija valla turismiarenduskava 2014-2020*. 2016. Loetud aadressil
https://www.riigiteataja.ee/aktilisa/4031/0201/4014/Anija_valla_turismiarenduskava_2014__2020.pdf#
- Benur, A. M., Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213-224.
- Buchmann, A., Moore, K., Fisher, D. (2010). Experiencing Film Tourism Authenticity & Fellowship. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 229-248.
doi:10.1016/j.annals.2009.09.005
- Bujdosó, Z., Dávid, L., Tözsér, A., Kovács, G., Major-Kathi, V., Uakhitova, G., Katona, P., Vasvári, M. (2015). Basis of heritagization and cultural tourism development. – *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 188, 307-315.
- Catrina, S. (2015). Local Heritage Interpretation by Private „Cultural Agents“ from Maramureş, - *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 188, pp. 174-180.
- Daniloska N., Naumova-Mihajlovska (2015). Rural Tourism and Sustainable Rural Development. *Economic Development*, 17(3), 307.
- Datzira-Masip, J. (2006). Cultural heritage tourism - opportunities for product development. The Barcelona case. *Tourism Review*, 61(1), 14.
- Design methods for developing services. (n.d.) Retrieved from
<http://www.slideshare.net/fred.zimny/design-methods-services>
- Eesti riiklik turismiarenduskava 2014 – 2020. 2013. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. Loetud aadressil
[<https://www.riigiteataja.ee/aktilisa/3191/1201/3015/lisa.pdf>]
- Eesti Maaturismi arenduskava 2015-2020. (2014). Eesti Maaturism. Loetud aadressil
<http://www.maaturism.ee/index.php?id=arenduskava>

- Goh, E. (2010). Understanding the Heritage Tourist Market Segment. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 1(3). Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.619.3067&rep=rep1&type=pdf>
- Hall; M. C., Williams, A. M. (2008). *Tourism and Innovation*. Routledge: London, New York, 81-87.
- Haven-Tang, C., Jones, E. (2012). Local leadership for rural tourism development: A case study of Adventa, Monmouthshire, UK. *Tourism Management Perspectives*, 4, 28-35.
- Huang, W.-Y., Beeco, A., Hallo, J. C., Norman, W. C. (2016). Bundling attractions for rural tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(10), 1387-1402, doi: 10.1080/09669582.2015.1115510
- Ielenics, M., Simoni, S. 2013. Tourism in Rural Environment. – *Romanian Review of Regional Studies*. Vol.9, Issue 2, pp. 79-86.
- Industrial Heritage and Agri/Rural Tourism Development in Europe. (2013). European Parliament. Retrieved from: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/495840/IPOL-TRAN_ET\(2013\)495840_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/495840/IPOL-TRAN_ET(2013)495840_EN.pdf)
- Innovation and Entrepreneurship in Education. (n.d.). Retrieved from <https://innovationenglish.sites.ku.dk/model/double-diamond-2/>
- Kaminski, J., Benson, A. M., Arnold, D (Eds.). 2014. *Contemporary Issues in Cultural Heritage Tourism*. Routledge. London and New York., 5-6.
- Kruzmetra, M., Rivza, B., Jeroscenkova, L. (2013). Culture Heritage as Important Product for Rural Tourism. *Economic Science for Rural Development*, 32, 83-88.
- Lane, B., Kastenholtz, E. 2015. Rural tourism: the evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? - *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9).
- Leask, A. Rihova, I. 2010. The role of heritage tourism in the Shetland Islands. - *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(2) , 118 – 129.

- Lynch, P. A. (2000) Networking in the Homestay Sector. *The Service Industries Journal*, 20(3), 95-116, doi: 10.1080/026420600000000034
- Macleod, N. (2006). Cultural Tourism: Aspects of authenticity and Commodification. *Cultural Tourism in a Changing World*. Retrieved from <http://www00.unibg.it/dati/corsi/44108/50648-smith-robinson-proofs.pdf>
- Mitchell, M., Hall, D. (2005). Rural Tourism as Sustainable Business: Key Themes and Issues. In D. Hall, I. Kirkpatrick, M. Mitchell (Eds.), *Rural Tourism and Sustainable Business. Aspects of Tourism*, 26, 3-14.
- Mustjõe Kõrtsitalu. (2016). Loetud aadressil <http://www.mustjoe.ee/>
- OECD. (1994). Tourism Strategies and Rural Development. Retrieved from <https://www.oecd.org/cfe/tourism/2755218.pdf>
- Palmer, C. (1998). From Theory to Practice. Experiencing the nation in everyday life. *Journal of Material Culture*, 3(2), 175-199.
- Park, H. 2010. Heritage Tourism. Emotional Journeys into Nationhood. - *Annals of Tourism Research*,. 37(1), 116-135.
- Park, D.-B., Yoon, Y.-S. (2009) Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, 30, 99-107.
- Pesonen, J., Komppula, R., Kronenberg, C., Peters, M. (2011). Understanding the relationship between push and pull motivations in rural tourism. *Tourism Review*, 66(3), 32 – 49.
- Product Planning and Development. Michigan State University. Retrieved from [<http://museum.msu.edu/?q=node/738>]
- Ram, Y, Björk, P, Veidenfeld, A. (2016). Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Tourism Management* 52, 110-122.
- Rickly-Boyd, J. M. (2012). Authenticity & Aura. A Benjaminian Approach to Tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 269-289, doi:10.1016/j.annals.2011.05.003
- Sekulovic, N. 2015. Trends and New Initiatives in Tourism at the Time of the General Economic Crisis and the Current Situation in Serbian Tourism. *Procedia Economics and Finance*, 23, 1628-1634.
- Surugiu, M-R., Surugiu, C. (2015). Heritage Tourism Entrepreneurship and Social Media: opportunities and challenges. (2015). *Social and Behavioral Sciences* 188, 74-81.

- Zehrer, A., Muskat, B., Muskat, M. (2014). Services research in tourism: Advocating the integration of the supplier side. *Journal of Vacation Marketing*, 20(4), 353-363.
- Zomerdijk, L. G., & Voss, C. A. (2010). Service design for experience-centric services. *Journal of Service Research*, 13(1), 67-82.
- Tangible Cultural Heritage. UNESCO office in Cairo. Retrieved from
[\[http://www.unesco.org/new/en/cairo/culture/tangible-cultural-heritage/\]](http://www.unesco.org/new/en/cairo/culture/tangible-cultural-heritage/)
- The Cork Declaration. (1996). Retrieved from
http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/dossier_p/en/dossier/cork.pdf
- Timothy, D. J., Boyd, S. W. (2006). Heritage Tourism in the 21st Century: Valued Traditions and New Perspectives.. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1, doi: 10.1080/17438730608668462
- Tolstad, H., K. Development of rural tourism experiences through networking: An example from Gudbrandsdalen, Norway. *Norwegian Journal of Geography*, 68(2), 111-120.
- Tourism and Intangible Cultural Heritage. 2012. World Tourism Organization
http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/50B8/AA74/FFA9/31D4/CE96/C0A8/0164/14DB/121130_intangilbe_cultural_heritage_excerpt.pdf
 (UNWTO). 14.12.2015.
- Trono, A. (2014). Cultural and Religious Routes: A New Opportunity for Regional Development. In R. Lois-González, X. M. Santos-Solla, P. Taboada-de-Zuñiga (Eds.). *New Tourism in the 21st Century: Culture, the City, Nature and Spirituality*. Cambridge Scholars Publishing. Retrieved from
<http://www.cambridgescholars.com/download/sample/61827>
- Trukhachev, A. (2015). Methodology for Evaluating the Rural Tourism Potentials: A Tool to Ensure Sustainable Development of Rural Settlements. *Sustainability*, 7, 3052-3070, doi:10.3390/su7033052
- UNESCO. (2016a). Cultural Diversity. Retrieved from
<http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/themes/international-migration/glossary/cultural-diversity/>
- UNESCO (2016b). What is Intangible Cultural Heritage? Retrieved from:
<http://www.unesco.org/culture/ich/en/what-is-intangible-heritage-00003>

- Weaver, D. B. (2001). Ecotourism in the Context of Other Tourism Types. *The Encyclopedia of Ecotourism*. Retrieved from http://shora.tabriz.ir/Uploads/83/cms/user/File/657/E_Book/Tourism/The%20Encyclopedia%20of%20Ecotourism.pdf
- Yahaya, A. (2007). The Scope of Definitions of Heritage: From Tangible to Intangible. *International Journal of Heritage Studies*, 12(3), 295-297, doi: 10.1080/13527250600604639
- Yu, X., Xu, H. Ancient poetry in contemporary Chinese tourism. (2016). *Tourism Management*, 54, 393-403.

Lisad

Lisa 1. Intervjuu küsimused

1. Millega seostuvad teie jaoks sõnad „kultuuripärand“, „kõrtsitalu“, „talitee“, „püstkoda“, „suitsusaun“ vms?
2. Milliseid otsisõnu kasutaksite, kui sooviksite jõuda ehtsa talumiljööga turismitaluni? Proovige neid sõnu kasutades jõuda Mustjõe Kõrtsitaluni, kuidas see õnnestus? Palun vaadake ettevõtte kodulehte. Mis mõtteid ja emotsioone see tekitab ja milline on selle põhjal teie ettekujutus Mustjõe Kõrtsitalust? Millised ootused ettevõtte suhtes tekivad?
3. Palun vaadake Mustjõe Kõrtsitalu pakkumisi ja ajaveetmisvõimalusi. Millised on teie mõtted ja emotsioonid nendega seoses? Mis teid neis paelub ja kõnetab ning mis huvi ei paku? Mida te sinna sooviksite lisada või mida muuta? Missugustest tegevustest sooviksite osa võtta? Milliseid tegevusi võiks seal veel olla? Milliseid teenuseid võiks pärandipõhine turismitoode teie arvates üldse sisaldada?

Siit saab vaadata pakkumisi ja ajaveetmisvõimalusi:

- <http://www.mustjoe.ee/index.php/ajaviide/>
- <http://www.mustjoe.ee/index.php/ajaviide/eripakkumised/>
- https://cherry.ee/romantikapakett-kahele-mustjoe-talus?rsource=side_recommended

4. Missugused on teie soovid ja ootused arhailise loomuga kõrtsitalu külastades? Kas majutus peaks olema kaasaegne või sobib ka tagasihoidlikum variant (põhilised mugavused olemas)? Millised on ootused toidu suhtes?
5. Andmed vanuse, elukoha, ameti kohta

SUMMARY

HERITAGE-BASED PRODUCT DEVELOPMENT IN THE RURAL TOURISM ENTERPRISE ON THE EXAMPLE OF MUSTJÕE KÕRTSITALU

Häli Kummel

Tourism in the 21st century is constantly moving from comfortable travel arrangements towards intellectually, experientially and existentially challenging travelling opportunities and this makes it necessary to meet the requirements of new tourism products.

According to the Estonian National Tourism Development Plan 2014-2020 the development of tourism products aims to increase the competitiveness of tourism sector by differentiation and creation of attractive, creative tourism products meeting the visitor's expectations and offering comprehensive visitor experiences. The development of attractive tourism products helps to make rural areas more attractive to tourists, thereby visits to the region will increase, unemployment of the local inhabitants will decrease and the reputation of the area will grow.

The main aim of the present thesis was to make recommendations for further development of the services provided by Mustjõe Kõrtsitalu (Tavern Farm) based on the tourists' wishes and priorities. The following tasks were set to achieve the objectives of the research:

- give an overview of the theoretical approaches of cultural heritage, heritage tourism and product development;

- perform a qualitative study (interviews) with the potential visitors of Mustjõe Kõrtsitalu to find out their ways to learn about heritage-based products and expectations for these products;
- analyze the results of the study;
- reach conclusions and make recommendations for the development of heritage-based tourism products at Mustjõe Kõrtsitalu. based on the results of the study and the scientific literature.

The aim of the study was to find out how the visitors found the institution offering heritage-based services, what were the criteria for their choices, how they evaluated the services offered and what were their interests concerning heritage-based products.

The thesis consists of three chapters, the first chapter has two and the second chapter two subchapters.

Chapter 1 „Heritage-based product development in the rural tourism enterprise“ consists of two subchapters: „Definitions related to the cultural heritage and heritage tourism“ and „The process and tools for the development of tourism products“.

In the first subchapter various definitions of the following terms are characterised: „culture“ , „heritage“, „cultural heritage“, „material and spiritual cultural heritage“, „heritage tourism“, „rural tourism“, „agritourism“.

In the second subchapter are described the terms „experience economy“, „tourism products and services“, „rural tourism product“. Rural tourism products can be developed in two different ways – as a traditional vacation in the countryside with farm accommodation and farmwork and an alternative rural vacation (related to the local living environment, culture, ethnography etc). Tourism products can be developed by packaging various product combinations and by the collaboration and networking of several small tourism enterprises (accommodation, catering, sightseeing). The target market and the target group of the tourism product should be considered in the developing process of tourism products. The author introduces the double diamond

model of design methods for developing services (British Design Council, 2016) that divides the process into four stages – discover, define, develop, deliver.

Chapter 2 „Product development at Mustjõe Kõrtsitalu“ consists of two subchapters: „Introduction of Mustjõe Kõrtsitalu and an overview of the study“ and „Analysis of the study data“.

In the subchapter „Introduction of Mustjõe Kõrtsitalu and overview of the study“ a description of the institution is given. The history of Mustjõe Kõrtsitalu dates back to several centuries. In written sources it was first mentioned in 1714, but evidently the tavern existed much before. The present owner bought it in 1970-ies. Mustjõe Kõrtsitalu as an archaic recreation center was established at the beginning of 1990-ies, where various personal anniversaries and professional get-togethers can be organized. Mustjõe Kõrtsitalu is located in the midst of forests and peat bogs in Kõrvemaa, Harju County. The recreation center can welcome about 1500 visitors at a time, 250 people can be accommodated indoors. The farm complex consists of ancient renovated buildings and some new stylistically fitting buildings. The visitors can enjoy all modern conveniences despite the archaic look and atmosphere of the centre. The main target groups of visitors are business and conference tourists and private visitors. The clients are mainly Estonians, but also some clients from other countries have visited it over the years.

A semi-structured interview questionnaire was used as the data collection method. For data analysis the data categorization and coding methods were used. Tables, charts and quotes from the interviews were used for illustration of the results.

The target group consisted of recreational clients in two age categories – aged 27-49 years and aged 50-75 years. The age category 27-49 years consisted of 9 persons, 5 men and 4 women. The age category 50-75 years comprised 8 persons, 2 men and 6 women. The interviewed respondents were from different parts of Estonia and one person was from Sweden. The interviews were conducted by phone or Skype in March 2016. The author of the research compiled questions for the interview and sent them to the respondents some days before the interview for prior examination. After the

performance of interviews the deductive coding and categorization of data was carried out.

The topics covered in the subchapter „Analysis of study data“ were the following: knowledge about heritage and the terms related to it in the context of Mustjõe Kõrtsitalu; findability on the Internet and homepage of Mustjõe Kõrtsitalu; opinions of the proposed activities and packages; wishes for heritage-based products and services; expectations for food and accomodation.

Chapter 3 „Recommendations to Mustjõe Kõrtsitalu“. On the basis of the study the author of the reseach gives the following recommendations to Mustjõe Kõrtsitalu:

- Improvement of the visibility of homepage in search engines and complement the homepage, update the information moreoften, work in collaboration with tour guides.
- Visits to sauna may be enriched by some rituals.
- Organisation ofvarious workshops (baking bread, preparation of jams and preserves, woodworking, handicraft, making ancient musical instruments, making candles, folk songs).
- Activities in the nature (hiking tours, activities with domestic animals).
- Special activities for the families with children (common games, introduction of old-fashioned way of life and traditions). A package for grandparents and grandchildren.
- Camps for children introducing ancient life, handicraft, exciting ancient games, studying plants.
- A visitor package about the locations of Estonian films in the neighbourhood.
- A food trip to MustjõeKõrtsitalu with a merry walking tour, candy preparation workshop and dinner.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks.

Mina, Häli Kummel

- annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Pärandipõhine tootearendus maaturismiettevõttes Mustjõe Kõrtsitalu näitell“, mille juhendaja on Tiina Tamm,
 - reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
- olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
- kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, **18.01.2017**