

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Eva Linda Roost

**REKREATIIVSETE TURISMITOODETE
ARENDAMINE KAITSEALADEL
ALUTAGUSE RAHVUSPARGI NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Tatjana Koor, MSc

Pärnu 2020

Soovitan suunata kaitsmisele

Tatjana Koor

/digiallkirjastatud/

Kaitsmisele lubatud

TÜ Pärnu kolledži programmijuht Tiina Viin

/digiallkirjastatud/

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

Eva Linda Roost

/digiallkirjastatud/

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Rekreatiivsete turismitoodete arendamine kaitsealadel	7
1.1. Rahvuspargid loodusturismi sihtkohadena.....	7
1.2. Rekreatiivsed teenused kui turismitooted	10
1.3. Turismitoodete- ja teenuste arendamine	13
2. Rekreatiivsete turismitoodete arendamine Alutaguse rahvuspargis.....	18
2.1. Uuringu korralduse ülevaade	18
2.2. Uuringu tulemuste analüüs.....	23
2.3. Järeldused ja ettepanekud.....	38
Kokkuvõte	48
Viidatud allikad.....	51
Lisad.....	56
Lisa 1. Alutaguse rahvuspargi paiknemine Eesti kaardil	56
Lisa 2. Alutaguse rahvuspargi kaart.....	57
Lisa 3. Uuringu ankeet	58
Lisa 4. Näidispakett „Nädalavahetus Alutagusel“	65
Summary	66

SISSEJUHATUS

Tarbijate nõudlus looduselamusliku kogemuse ja aktiivsete tegevuste järele aina kasvab. Sellest tulenevalt suureneb ka nõudlus loodusturismi ja rekreatiivsete teenuste järele ning tõuseb looduskaitsealade populaarsus turismisihtkohtadena (Matilainen & Lähdesmäki, 2014, lk 70). Loodusturism on üks kiiremini kasvavaid turismisektoreid maailmas, kuid kasv saab jätkuda vaid senikaua, kuni turistid suhtuvad loodusesse austusega. (Dodds *et al.*, 2009, lk 207-222) Lisaks on loodusturism oluline maapiirkondade majandusele, kuna saadav tulu jääb tavaliselt piirkonda. Tegu on töömahuka sektoriga, mis nõuab sageli kohalike olude tundmist. (Matilainen & Lähdesmäki, 2014, lk 70)

Inimesed otsivad üha enam kontakti loodusega, et maandada kiirest elutempost põhjustatud stressi. Seetõttu on viimastel aastakümnetel kasvanud rekreatsiooni olulisus. (Caglayan, Yesil, Cieszewski, Gül & Kabak, 2020, lk 1) Aktiivsed tegevused pakuvad võimaluse kogeda ümbritsevat looduskeskkonda ja maastikut (Komossa, Wartmann, Kienast & Verburg, 2020, lk 1). Kaitsealad toetavad rekreatiivsete teenuste pakkumist, mis mõjuvad positiivselt külastaja füüsilisele ja vaimsele tervisele, tuues samaaegselt olulist majanduslikku kasu. Kaitsealade külastamine suureneb kogu maailmas ning selle peamiseks põhjuseks on inimeste soov tarbida rekreatiivseid teenuseid. (Sinclair, Mayer, Woltering & Ghermandi, 2020, lk 1)

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium koostas koostöös Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse turismiarenduskeskusega ja sektori peamiste partneritega turismi programmi aastateks 2021-2024. Selles on välja toodud, et looduskeskkonna väärtustamine ja jätkusuutlik tegutsemine on sise- ja väliturismi arengu üheks aluseks. Programmi üheks eesmärgiks on luua üksteist täiendavad ja selgelt eristuvad sihtkohad, et motiveerida inimesi külastama kõiki Eesti piirkondasid. Selleks on vaja tooteid, mis tuginevad traditsioonidele, pärandile ja looduse eripärale. (Puhka Eestis, s.a.)

Loodusturismi arendades on peamiseks eesmärgiks looduses liikumisvõimaluste loomine turistide vajadustest lähtuvalt, info kättesaadavuse tagamine ning külastuskoormuse suunamine. Kõrget looduskvaliteeti ja matkateid pakkuvad piirkonnad on Eestis paljudele külastajatele sihtpunktiks. (Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, 2013) Eelnevalt mainitud võimalusi pakkuvateks kohtadeks on näiteks rahvuspargid. Eestis on neid kuus: Karula, Lahemaa, Matsalu, Soomaa, Vilsandi ja Alutaguse (Keskkonnaamet, s.a.).

Üheks sihtpunktiks, millel on potentsiaali külastajale looduselamuslikku kogemust ja rekreatiivseid tegevusi pakkuda on Alutaguse rahvuspark, mis loodi 2018. aastal. Alutaguse rahvuspargi pindala on 43 568 hektarit ning see moodustati üheteistkümne looduskaitseala baasil. Lisapiiranguid rahvuspargi loomine kaasa ei toonud, kuid selle loomine aitas moodustada alast tervikliku ning süsteemse loodus- ja pärandkultuuri kompleksi. Lisaks taastatakse soostike looduslik veerežiim ja Keskkonnaamet on tellinud uuringu, et selgitada välja Kurtna järvestiku veetaseme kõikumise põhjused. Koostöös kohaliku kogukonna ja ettevõtjatega taastatakse puisniite ning luhtasid. (Keskkonnaministeerium, 2018) Kuna tegemist on uue kaitsealaga, siis ei ole selle tervikliku arendamisega varem tegeletud ning nõudmised ja eesmärgid on muutunud seoses rahvuspargi loomisega.

Töös keskendutakse rekreatiivsetele teenustele ja nende arendamise võimalustele, sest rahvuspargi üheks probleemiks on vastavate teenuste vähesus. Tootearendust peavad rahvuspargi arendamisega tegelevad Riigimetsa Majandamise Keskuse töötajad ka kaitseala üheks kõige olulisemaks kitsaskohaks. (A. L. Feršel, e-kiri, 14.11.2019) Lisaks kaardistatakse rekreatiivsete turismitoodete hetkeolukord Alutaguse rahvuspargis, millest töö autoril ja Keskkonnaametil puudub protsessi algusjärgus põhjalik ülevaade. Lõputöö probleemküsimus on: „Millised on rekreatiivsete turismitoodete arendamisvõimalused kaitsealadel?“.

Töö eesmärk on esitada kohalikele ettevõtjatele, Riigimetsa Majandamise Keskusele, Keskkonnaametile ja kohalikule omavalitsusele ettepanekud rekreatiivsete turismitoodete arendamiseks Alutaguse rahvuspargis. Uurimisküsimusteks on: „Milline

on inimeste käitumine rekreatiivsete teenuste tarbimisel?“ ja „Kuidas hindavad külastajad Alutaguse rahvusparkis pakutavaid rekreatiivseid turismitooteid?“

Töö eesmärgist tulenevalt on püstitatud järgnevad ülesanded:

- 1) anda ülevaade kaitsealadest kui sihtkohtadest, rekreatiivsetest loodusturismitoodetest ja nende arendamisvõimalustest tuginedes teaduslikele allikatele;
- 2) esitada Alutaguse rahvusparkis pakutavate rekreatiivsete teenuste ülevaade;
- 3) koostada ning läbi viia küsitlus kaitseala külastajate ja potentsiaalsete külastajate seas, selgitamaks välja Alutaguse rahvusparkis pakutavate rekreatiivsete turismitoodete hetkeolukorda ja arendamisvõimalusi;
- 4) analüüsida uuringu tulemusi;
- 5) teha järeldusi ja esitada ettepanekuid kohalikele ettevõtjatele, Riigimetsa Majandamise Keskusele, Keskkonnaametile ja kohalikule omavalitsusele rekreatiivsete turismitoodete arendamiseks Alutaguse rahvusparkis.

Lõputöö jaguneb kaheks osaks. Teoreetilise osa eesmärk on tutvustada rekreatiivsete turismitoodete arendamist kaitsealadel. Peatükk on jaotatud kolmeks alapeatükiks, millest esimeses antakse ülevaade rahvusparkidest loodusturismi sihtkohtadena. Teises alapeatükis tutvustatakse rekreatiivseid teenuseid kui turismitooteid. Kolmandas alaosas antakse ülevaade turismitoodete ja -teenuste disaini protsessi mudelitest. Teoreetiline osa põhineb erinevatel teadusartiklidel ja uuringutel, mille peamisteks autoriteks on Benur, Bramwell, Matilainen, Lähdesmäki, Leung, Spencely, Hvenegaard, Buckley ja Groves.

Töö teine osa jaguneb samuti kolmeks alapeatükiks ning see tutvustab läbiviidud uuringut. Esimene alaosa annab ülevaate uuringu korraldusest. Teises analüüsitakse uuringu tulemusi ning kolmandas esitatakse järeldused ja ettepanekud. Empiirilises osas kasutatud kirjanduse peamisteks autoriteks on Andres, Lavrakas, Lewis-Beck, Bryman, Liao, Mathison, Ruel, Wagner ja Gillespie. Selleks, et küsitluse tulemusi paremini mõista lisas autor tööle andmete kogumiseks kasutatud ankeedi. Töö lisades on esitatud ka kaks Alutaguse rahvusparki kaarti, mis aitavad lugejal paremini mõista antud piirkonda ja selle paiknemist.

1. REKREATIIVSETE TURISMITOODETE ARENDAMINE KAITSELADEL

1.1. Rahvusparkid loodusturismi sihtkohadena

Alapeatükk annab ülevaate loodusturismi, sihtkoha ja rahvusparki mõistetest. Analüüsitakse loodusturismi positiivset ja negatiivset mõju kohalikule kogukonnale, majandusele ning looduskeskkonnale. Lisaks tuuakse välja rahvusparkide eesmärgid ja funktsioonid. Loodusturism on lai mõiste, mis võib hõlmata praktiliselt kõiki turismitegevusi, kui need toimuvad inimese poolt muutmata ja arendamata looduslikel aladel, väljaspool külastaja kodukeskkonda (Margaryan & Fredman, 2017, lk 85). Üldiselt võib väita, et loodusturism on turismivorm, mille peamine tegevus on seotud loodusega (Dodds, Graci, & Holmes, 2009, lk 207-222). Sageli on loodusturismi osaks ka aktiivsed tegevused – matkamine, telkimine ja looduse vaatlemine (Sisneros-Kidd, Monz, Hausner, Schmidt, & Clark, 2019, lk 1262).

Soomes, nagu ka paljudes teistes Põhjamaade riikides, on loodusturismi arengupotentsiaali nii negatiivselt kui ka positiivselt mõjutanud tasuta avalik juurdepääs metsadele, mida nimetatakse ka igaüheõiguseks. Esmalt on leitud, et loodusturismi ja huvitegevuse tasakaalustamine metsades on keeruline. Turismiettevõtjatel ei ole õigust vaba juurdepääsuga piirkonda äritegevuse toimumise ajaks sulgeda ning seetõttu võib huvitegevus neid häirida. Lisaks on keeruline hoida keskkonnale langevat koormust ühtlasena, et seda mitte kahjustada. Samas on vaba juurdepääs aga positiivne, kuna annab olulise panuse loodusturismi arendamisse. Ettevõtjatel on võimalus kasutada neile mitte kuuluvaid metsaalasid. (Matilainen & Lähdesmäki, 2014, lk 71)

Loodusturismi osaks on keskkonnahariduse pakkumine, mis õpetab ressursside mõistmist ja väärtustamist. Majandusele on loodusturism samuti kasulik, kuna suurendab töökohtade arvu ja elanike sissetulekut, elavdab ettevõtlust, arendab taristut,

soodustab kohalike kaupade ja teenuste müüki, võimaldab juurdepääsu uutele turgudele, teenib piirkonda maksutulu ja pakub töötajatel võimaluse omandada uusi oskusi. Kohalikule kogukonnale pakub loodusturism võimaluse tõsta inimeste elatustaset, julgustab väärtustama kohalikku kultuuri ja kaitsealasid, parandab kultuuridevahelist mõistmist sotsiaalsete kontaktide kaudu, soodustab kultuuri, käsitöö ja kunsti arengut ning säilimist ja julgustab elanikke õppima erinevaid keeli. (Leung, Spencely, Hvenegaard, Buckley & Groves, 2018, lk 10)

Turism võib ümbritsevale looduskeskkonnale avaldada ka negatiivset mõju. Näiteks õhu- ja mürasaaste, valgusreostus, õhu ja vee kvaliteedi langemine, suurenenud vee- ja energiatarbimine, looduslike elukeskkondade ja loomade häirimine või hävimine. Majanduslikult on turismi negatiivseks mõjuks sektori madal palgatase ja kvalifikatsiooninõuded, mis ei paku töötajatele võimalusi edasiarenemiseks. Lisaks hooajaliste töökohtade suur arv ja hinnatõus, mis muudab pakutavad tooted ja teenused kohalikele elanikele liialt kalliks. Loodusturism võib negatiivset mõju avaldada ka kohalikule kogukonnale. Näiteks võib langeda traditsioonilise käsitöö kvaliteet, kuna turistidele pakutavaid tooteid tuleb valmistada suures mahus. Lisaks võivad tekkida konfliktid kohalike ja turistide vahel, kasvada kuritegevus ning toimuda kohalike kogukondade ümberasustamine. (*Ibid*, lk 22-25)

Sihtkohad on oluline osa loodusturismist. Buhalis (2000, lk 97) on kirjeldanud sihtkohta kui turismitoodete ühendit, mis pakub tarbijale ühtset kogemust. Traditsiooniliselt määratletakse sihtkohta kui kindlat geograafilist piirkonda, kuid üha enam tunnistatakse, et see võib olla ka tajutav kontseptsioon. Tarbijad saavad sihtkohta tõlgendada sõltuvalt nende kultuurilisest taustast, külastuse eesmärgist, haridustasemest ja varasemast kogemusest. Sihtkohad pakuvad turismitooteid ja -teenuseid, mida külastajad tarbivad sihtkoha kaubamärgi all. Seetõttu võib seda käsitleda kõigi toodete, teenuste ja elamuste kombinatsioonina, mida piirkonnas pakutakse. See võimaldab hinnata turismi mõju ning juhtida nõudlust ja pakkumist, et maksimeerida kasu kõigile huvirühmadele.

Rahvusparki kui loodusturismisihtkohta on IUCN (Rahvusvaheline Looduskaitseliit) defineerinud kui suurt looduslikku ala, mis on võetud kaitse alla ökoloogiliste protsesside ja piirkonnale iseloomulike looma- ja taimeliikide kaitsmiseks. See annab

aluse teaduslikele, hariduslikele ja harrastuslikele külastusvõimalustele. Rahvusparkide eesmärgiks on kaitsta looduslikke ja kultuurilisi ressursse. Seejuures on turistidel võimalik kaitse all olevat piirkonda külastada. (International ..., *n.d.*) Puhakka ja Saarinen (2013, lk 412) on välja toonud, et esimese rahvuspargi loomisega anti neile roll nii looduskaitsepiirkonnana kui ka puhke- ja turismisihtkohtadena. Loodus- ja ökoturismi populaarsuse kasvu tõttu on suurenenud rahvusparkide külastatavus. Looduspiirkondade suurenev populaarsus turismisihtkohtadena aitab kohalikel kogukondadel toime tulla demograafiliste ja majanduslike muutustega.

Turismisihtkoha edu tagamiseks on kõige olulisem selle ainulaadsuse säilitamine ja populaarsus külastajate seas. Pikaajalise edu saavutamiseks on oluline keskenduda sihtkoha säästvale arengule. (Shafiee, Rajabzadeh Ghatari, Hasanzadeh, & Jahanyan, 2019, lk 288-289) Maailma Turismiorganisatsioon on välja toonud, et säästev turism arvestab täielikult praeguste ja tulevaste majanduslike, sotsiaalsete ja keskkonnamõjudega. Samas on olulised ka külastajate, tööstuse, keskkonna ja kohaliku kogukonna vajadused. Sihtkohtade juhtimisel on üha olulisem vähendada vajamineva energia ja loodusvarade ning tekkivate jäätmete ja saasteainete hulka, mis tekivad turismitegevuse tagajärjel. Kompaktsed ehitised, mis asuvad teineteise lähedal, vähendavad energia ja vee tarbimist, ehitusmaterjalide kulu ning võimaldavad tänu lühematele vahemaadele liikuda turistidel ja külastajatel ilma mootorita sõiduvahenditega. (Tyrväinen, Uusitalo, Silvennoinen & Hasu, 2014, lk 2-3)

Keskkonna arendamine tehnoloogia abil võimaldab probleemidele paindlikumalt ja kiiremini reageerida. Tehnoloogilisi võimalusi kasutades peaksid turismisihtkohad tagama jätkusuutlikkuse vastutustundliku juhtimise ja ressursside optimaalse kasutamise kaudu. Arvestades turismi kasvavat mõju sihtkohtade majandusele ja keskkonnale, tuleks pöörata suuremat tähelepanu tehnoloogia rollile selle haldamisel. (Shafiee, Rajabzadeh Ghatari, Hasanzadeh, & Jahanyan, 2019, lk 288-289) Selleks, et hinnata rekreatiivsete tegevuste majanduslikku mõju on vaja üksikasjalikke külastusandmeid, mis ei ole kaitsealadel sageli kättesaadavad, eriti, kui piirkonnale on loodud tasuta juurdepääs. Sotsiaalmeedia postituste jälgimine on soodne ja laiaulatuslik võimalus

jälgida külastuste arvu ja nende ajalist jaotust. (Sinclair, Mayer, Woltering & Ghermandi, 2020, lk 1)

Jiuzhaigo rahvusparkis Hiinas kasutatakse tehnoloogilisi võimalusi teenuste haldamiseks, toetamiseks ja parendamiseks. Loodud on platvorm, mis aitab optimeerida äritegevust ja vähendada hooajalisust. Lisaks jälgitakse selle abil kaitseala ökosüsteemi muutusi. Nende pidev jälgimine võimaldab külastajaid hoiatada loodusõnnetuste eest ja reageerida kiiremini hädaolukordadele. (Leung, Spencely, Hvenegaard, Buckley & Groves, 2018, lk 53)

Maailma Turismiorganisatsioon on rõhutanud, et turismi tuleb kaitsealadel hoolikalt kavandada ja hallata, et tagada selle jätkusuutlikus. Vastasel juhul avaldab sektor piirkonnale negatiivset mõju. Kuigi turism võib kohalikule looduskeskkonnale mõjuda negatiivselt, tegelevad kaitsealad siiski aktiivselt selle arendamisega. Sektor võimaldab parandada piirkonna majanduslikke tingimusi ja pakkuda kohalikele elanikele otsest sissetulekut ja tagada tööhõive. (Salerno, Viviano, Manfredi, Caroli, Thakuri & Tartari 2013, lk 116)

Antud alapeatükist selgus, et sihtkoht on turismitoodete ühend ja loodusturismi võib määratleda turismivormina, mille keskne tegevus on seotud loodusega. Turism võib avaldada keskkonnale, majandusele ja kohalikule kogukonnale nii positiivset kui ka negatiivset mõju. Selleks, et negatiivse mõju hulka vähendada, on oluline keskenduda sihtkoha säästvate arengule. Loodusturismi näol on tegu ühe kiiremini kasvava sektoriga maailmas. Tänu sellele on tõusnud ka rahvusparkide populaarsus sihtkohtadena, mis pakuvad erinevaid ajaveetmise võimalusi. Külastajatel on võimalik piirkonnas tegeleda nii teaduslike, hariduslike kui ka harrastuslike tegevustega.

1.2. Rekreatiivsed teenused kui turismitooted

Alapeatükk tutvustab rekreatsiooni ja rekreatiivsete teenuste mõisteid. Tuuakse näiteid ning hinnatakse nende mõju looduskeskkonnale. Lisaks tutvustatakse Itaalias läbiviidud külastajate uuringu tulemusi, kus uuriti ühe osana külastajate eelistusi rekreatiivsete

teenuste tarbimisel kaitsealadel. Autor kasutab kogu töö vältel „rekreatiivsed teenused“ sünonüümina termineid „rekreatiivne tegevus“ ja „aktiivne tegevus“.

Nõudlus rekreatsiooni järele on viimastel aastakümnetel pidevalt suurenenud. Rahvastiku kasv, demograafilised muutused ja kõrgemad sissetulekud on muutnud inimeste puhkusevajadust. (Willibald, van Strien, Blanco & Gret-Regamey, 2019, lk 1) Smith (2016, lk 130) on rekreatsiooni defineerinud kui vaba aja tegevust, mis on organiseeritud ja institutsionaalne. Kõige sügavamas mõistes on rekreatsioon sisemine tarbimiskogemus, mis viib mõistuse ja vaimu taaselustamiseni. Kogemus aitab tarbijal stressi vähendada ja „akusid laadida“.

Lisaks on rekreatsiooni käsitletud ka kui suurt nõudlust spordi ja aktiivsete eluviiside järele, mis on tingitud tänapäeva tarbimisühiskonna kahjulikest mõjudest tervisele. Sarnaselt Smithi definitsioonile keskendub suundumus peamiselt keha ja vaimu värskendamisele, mis parandab kasutaja vaimset ja füüsilist tervist. Lisaks on rekreatsioon seikluslik ja meelelahutuslik tegevus, mis viiakse läbi vabal ajal. (Csirmaz & Pető, 2015, lk 756)

Rekreatiivsed teenused on üheks osaks terviklikust külastuskogemusest. Neid võib määratleda vaba aja veetmise võimalustena, mis toimuvad linna- ja maakeskkonnas ning neid tarbitakse vabas õhus. Rekreatiivseid teenuseid iseloomustab lihtsus ja loodusele keskendumine. Nende eesmärgiks on saavutada üldine heaolu ja looduskogemus. (Margaryan & Fredman, 2017, lk 85) Highfill ja Franks (2019, lk 2) on defineerinud rekreatiivseid teenuseid kui kõiki inimese lõbustamiseks mõeldud vaba aja tegevusi, mis hõlmavad endas teatud füüsilist koormust ning mis toimuvad looduskeskkonnas. Traditsiooniliselt on sellisteks tegevusteks näiteks matkamine, telkimine ja kalastamine. Samas võivad inimeste eelistused olla erinevad ning sõltuda nii vanusest, soost, sissetulekust kui ka kultuurilisest taustast (Suárez, Barton, Cimburova, Rusch, Gómez-Baggethun & Onaindia, 2020, lk 134).

Rekreatsioon ja sellega seotud tegevused on muutunud arenenud riikide tervisliku eluviisi tunnusjooneks (Haegeli & Pröbstl-Haider, 2016, lk 1). 2018. aastal harrastas 49% USA elanikkonnast aktiivseid tegevusi. Sellest ajast on osariigid loonud algatusi,

et propageerida rekreatiivseid tegevusi ja looduskaitset kogukondadele. (Sausser, Monz, Dorsch & Smith, 2019, lk 1-2) Eriti järsult on tõusnud seiklusturismi osakaal, mille oluliseks osaks on rekreatiivsed tegevused. Nendeks on mägironimine, mäesuusatamine, kajakisõit, rafting, mägirattasõit, surfamine, langevarjuhüpped jne. Antud tegevustel võivad olla ohtlikud tagajärjed, kuid need aitavad rahuldada inimeste seiklushimu ja adrenaliinivajadust. (Haegeli & Pröbstl-Haider, 2016, lk 1)

Schirpke, Scolozzi, Da Re, Masiero, Pellegrino ja Marino (2018, lk 43) viisid 2018, aastal Itaalia Natura 2000 kaitsealadel läbi külastajate uuringu, mille tulemusel selgus, et peamiseks kaitsealadel harrastatavateks rekreatiivseteks tegevusteks olid matkamine, toidu ja veini degusteerimine, jalgrattaga sõitmine, korilus, mägironimine ja haridusega seotud tegevused (nt ekskursioonid koos giidiga). 51% külastajatest viibisid piirkonnas ühe päeva. Enamus vastajatest reisisid isikliku sõiduautoga ja keskmiselt kulutas üks inimene 48,56 eurot päevas. Naiste ja meeste vahel suuri erinevusi ei esinenud, aga üle 60aastased külastajad kulutasid piirkonnas vähem kui nooremad.

Rekreatiivseid tegevusi on võimalik harrastada ka linnades asuvatel haljasaladel. Nendeks tegevusteks on näiteks jalutamine, jooksmine, jalgrattaga sõitmine, pikniku pidamine ja päevitamine. Antud tegevused aitavad suurendada inimeste kehalist aktiivsust ja vähendada istuva eluviisiga seotud terviseprobleemide tõenäosust nagu rasvumine ja diabeet. Aktiivsed tegevused vähendavad stressi ja ärevust ning avaldavad positiivset mõju üldisele enesetundele. Lisaks suurendavad need sotsiaalset ühtekuuluvust. (Suárez, Barton, Cimburova, Rusch, Gómez-Baggethun & Onaindia, 2020, lk 133-134)

Kuigi rekreatsioon ja rekreatiivsed teenused suurendavad turismipiirkondade jõukust, võivad need kahjustada looduslikke ökosüsteeme. See võib kaasa tuua pinnase erosiooni, mürasaaste, bioloogilise mitmekesisuse ja elupaikade vähenemise. Väga suure süsinikujalajälje jätab transport, mis on oluliseks osaks vaba aja tegevuste harrastamises. (Willibald, van Strien, Blanco & Gret-Regamey, 2019, lk 1) Lisaks võivad rekreatiivsed tegevused ohustada piirkonna bioloogilist mitmekesisust, kahjustades elupaikasid ja häirides seal elavaid metsloomi (Schirpke, Scolozzi, Da Re, Masiero, Pellegrino & Marino, 2018, lk 40).

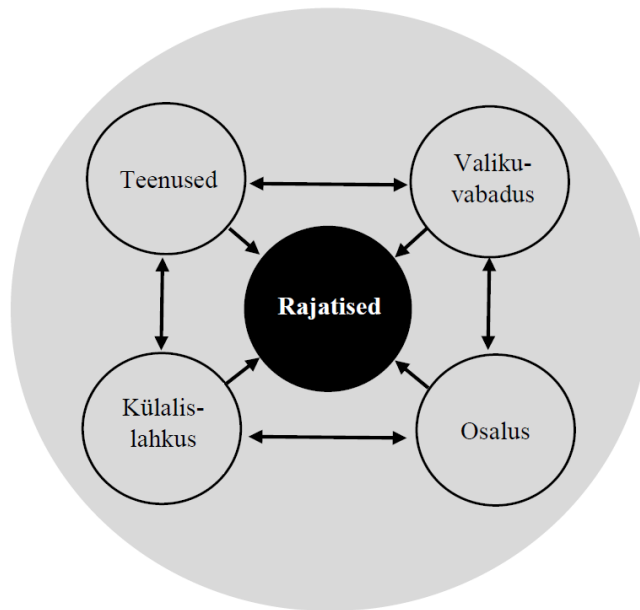
Mitmed ühiskondlikud muutused on suurendanud inimeste huvi rekreatsiooni vastu. Alapeatükist selgus, rekreatiivseteks teenusteks on kõik lõõgastumise eesmärgil tehtavad aktiivsed tegevused, mis toimuvad looduskeskkonnas. Nende eesmärgiks on pakkuda meelelahutust, parandada inimese üldist heaolu ja füüsilist ning vaimset tervist. Kuigi rekreatsioon ja rekreatiivsed teenused on kasulikud piirkonna majandusele, võib neil olla kahjulik mõju ümbritsevale looduskeskkonnale.

1.3. Turismitoodete- ja teenuste arendamine

Alapeatükk tutvustab turismiteenuste ja -toodete definitsioone ning annab ülevaate nende arendamise võimalustest ja erinevatest toote- ja teenusedisaini protsessis kasutatavatest mudelitest. Põhjalikumalt tutvustatakse topeltteemanti mudelit ja SWOT analüüsi. Selgitatakse meetodite edukaks kasutamiseks läbitavaid etappe ja tuuakse välja nende positiivsed ja negatiivsed küljed. Lisaks tutvustatakse toote- ja teenusedisaini protsessi ning mõjutegureid.

Turismitooted on vahendid turistide vajaduste rahuldamiseks. Vajadused võib jagada kaheks – primaarsed ja sekundaarsed. Esmased ajendavad inimese reisima ning teisesed tulenevad otsusest reisida. Turismitoode koosneb kõikidest elementidest, mida reisil tarbitakse. Komponendid on nii materiaalsed (takso, hotell, bassein) kui ka mittemateriaalsed ehk erinevad teenused. (Koutoulas, 2015, lk 4-6) Lisaks on looduslikud vaatamisväärsused ja tegevused, mida varasemalt ei defineeritud toodetena, muutunud oluliseks osaks loodusturismist ning ettevõtjad kasutavad neid kasumi teenimiseks (Margaryan & Fredman, 2017, lk 84).

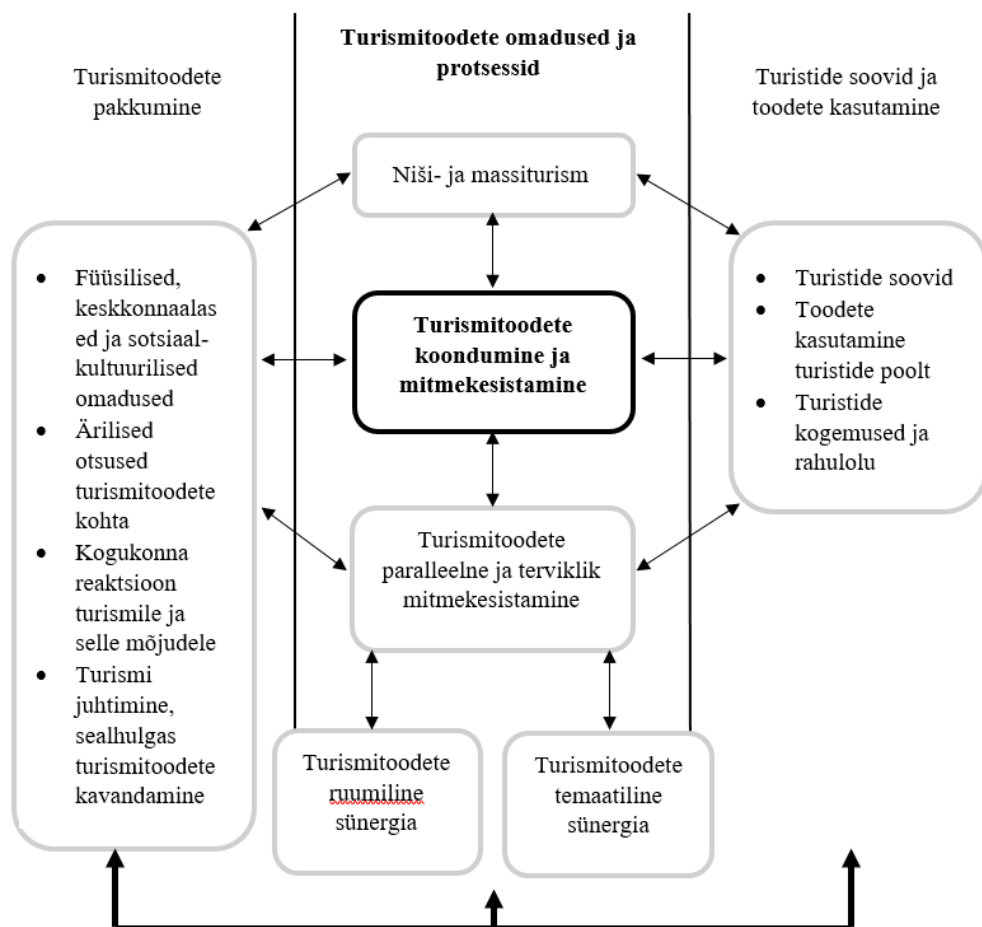
Smith (viidatud Xu, 2010, lk 607 vahendusel) on jaganud turismitoote viieks elemendiks: füüsiline rajatis, teenindus, külalislahkus, valikuvabadus ja kaasatus. Mudeli keskmeks on füüsiline rajatis ning välises ringis on neli konkureerivat, kuid üksteist täiendavat elementi (vt joonis 1): teenused, valikuvabadus, külalislahkus ja osalus. Need lihtsustavad turismitoodete tootmise ja tarbimise protsessi. Lisaks on välimised neli komponenti olulised, et lisada füüsilisele rajatisele väärtust. (Xu, 2010, lk 609)



Joonis 1. Turismitoote viis elementi. Allikas: Xu, 2010, lk 609

Sihtkoht sõltub olulisel määral piirkonnas pakutavatest peamistest turismitoodetest, mis motiveerivad turiste piirkonda külastama. Tooteid arendades on oluline, et oleks tagatud nende piisav arv ja mitmekesisus. Joonisel 2 on esitatud turismitoodete koondumise ja sihtkohtade mitmekesistamise raamistik. Nooled kajastavad kolme horisontaalse elemendi vastastikuseid ja üksteisest sõltuvaid suhteid. See tähendab, et kõiki raamistiku osasid tuleb vaadelda ühtse tervikuna. See aitab mõista turismitoodete koondumise ning sihtkohtade mitmekesistamise koostisosi ja protsesse. (Benur & Bramwell, 2015, lk 213-215)

Tootearenduse üheks lähenemiseks on pakettide loomine, mis sisaldab endas erinevaid juba olemasolevaid tooteid ja teenuseid, mille liitmise abil luuakse uus toode. Lisaks on võimalik kombineerida olemasolevaid turismitooted uutega, mis mitmekesistavad turismitoodetest saadavaid kogemusi. See aitab säilitada ja leida uusi turge. (*Ibid*, lk 217)



Joonis 2. Turismitoodete koondumise ja sihtkohtade mitmekesistamise raamistik. Allikas: Benur & Bramwell, 2015, lk 216

Toodete ja teenuste arendamine on jagatud etappideks, millest esimeseks on ideede genereerimine. Seejärel tuleb neid sõeluda, et valida välja parimad. Selleks tuleb hinnata, kas tootele või teenusele on olemas turg, kas seda on võimalik toota kasumlikult ja kas see sobib ettevõtte tootestrategiaga. Seejärel koostatakse toote või teenuse detailne ülevaade ning testitakse seda ettevõtte töötajate peal, kes peavad andma hinnangu. Peale seda selgitatakse välja uue toote või teenuse otstarbekus ja võimalik kasum. Kui kõik planeerimisetapid on läbitud, siis on võimalik jätkata rakendamisega. Toodet või teenust saab testida selle tootmisega tegeleva hakkav personal. Seejärel asutakse seda klientidele pakkuma. Väga oluline on koguda tagasisidet ja hinnata välja töötatud toodet või teenust, et teha vajaduse korral muudatusi protsessi efektiivsuse tõstmiseks. (Komppula, 2001, lk 9-10)

Tagasiside kogumiseks on võimalik kasutada NPS (Net Promoter Score) ehk soovitusindeksit. Selle abil otsitakse vastust küsimusele, kui tõenäoliselt soovitatakse toodet või teenust oma sõpradele ja töökaaslastele. Küsimusele on võimalik vastata hindegaga 0 kuni 10. Inimesi, kes valivad vastusevariandi 9 või 10, nimetatakse soovitajateks. Vastused 7 ja 8 on passiivsed ning hindegaga 0 kuni 6 vastanud inimesed loetakse rahulolematuteks. (Eger & Micik, 2017, lk 145)

Selleks, et tooteid ning teenuseid arendada ja disainida, on loodud erinevaid mudeleid. Üheks teenusedisainis kõige laialdasemalt kasutatavamaks mudeliks on topeltteemant, mille töötas 2005. aastal välja Suurbritannia disaini nõukogu. Protsessis vaheldub divergentne ehk hargnev ja konvergentne ehk koondav mõtlemine. Esimene on uute ideede tekkele ja ebatavalistele lahendustele viiv mõtlemine ning probleemile rohkem kui ühe lahenduse pakkumine. Konvergentse mõtlemise käigus otsitakse probleemile vastust eeldusega, et olemas on vaid üks õige lahendus. Selleks, et disainerid mõistaksid kasutaja vajadusi, peavad nad asetama ennast kliendi rolli. Vaid sellisel juhul suudavad nende loodud tooted pakkuda kliendile täielikku rahulolu. (Wang & Liou, 2018)

Topeltteemandi mudel jaguneb neljaks etapiks (Design Council, 2015, lk 7):

1. avastamise (*discover*) faas, mille käigus selgitatakse välja kasutajate vajadused ja kogutakse projekti kohta võimalikult palju informatsiooni. Selleks kasutatakse turu- ja kasutajauuringuid. Lisaks kujunevad projekti esimeses etapis välja uurimisrühmad;
2. probleemi defineerimise (*define*) etapp, mille käigus püstitatakse lähteülesanne, millele asutakse protsessi käigus lahendust otsima. Probleemi sõnastamiseks esitatakse küsimused „Mis on kõige olulisem?“ ja „Millest tuleb alustada?“;
3. arendamise (*develop*) faas, mille käigus luuakse lahendusi. Koostatakse ja testitakse prototüüpe, et täiustada ja viimistleda disainerite ideid. Selleks kasutatakse prototüüpimist, teenuseplaani ja ärimudeli lõuendit;
4. ellurakendamise (*deliver*) etapp, kus protsessi käigus loodud lahendus käivitatakse. Selle etapi eesmärgiks on teenuse lõplik testimine, käivitamine ja hindamine.

Teiseks teenusedisaini tööriistaks on SWOT analüüs, mille nimi tuleneb inglisekeelsete sõnade esitähtedest: S – *strenghts* (tõlkes tugevused); W – *weaknesses* (tõlkes

nõrkused); O – *opportunities* (tõlkes võimalused); T – *threats* (tõlkes ohud). Tugevused ja nõrkused on ettevõtte sisemised tegurid ning võimalused ja ohud on ettevõtte välised tegurid. Tugevuste alla märgitakse ettevõtte, sihtkohtade või organisatsioonide sisemised tugevused, mis on olulised eesmärkide saavutamiseks ja klientide tõhusamaks teenindamiseks. Nõrkused on tegurid, mis võivad organisatsiooni tegevust takistada või juba takistavad. Võimalused on tegurid, mis võivad soodustada või hõlbustada ettevõtte tegevust ning ohud on negatiivsed tegurid, mis võivad seatud eesmärkide täitmist takistada või edasi lükata. (Namugenyi, Nimmagadda, & Reiners, 2019, lk 1146)

SWOT analüüsi läbiviimiseks on erinevaid võimalusi: intervjuu, ajurünnak, dokumendi ja teiseste andmete (nt uuringute tulemused, finantsnäitajad) analüüs. Tegu on lihtsasti kasutatava meetodiga, mis pakub esialgset ülevaadet olukorrast ning võimaldab kindlaks määrata probleemid, mille lahendamiseks tuleb protsessis tegelema hakata. (Rocha & Caldeira-Pires, 2019, lk 1063-1064) Lihtsuse tõttu on meetodil ka teatud puudused, milleks on näiteks liigne subjektiivsus. Lisaks on tegureid tavaliselt väga lühidalt ja üldiselt kirjeldatud, seetõttu on tulemuseks sageli ainult sisemiste ja välimiste tegurite loetlemine või kvalitatiivne uurimine. Seetõttu ei saa SWOT analüüsi abil strateegiliste otsuste tegemise protsessi terviklikult hinnata. (Yüksel & Dağdeviren, 2007, lk 3365)

Peatükist selgus, et turismitooted on välja töötatud turistide vajaduste rahuldamiseks ning neid võib liigitada primaarseteks ja sekundaarseteks. Smith on turismitoote jaganud viieks elemendiks. Turismitoodete koondumise ja sihtkohtade mitmekesistamise raamistik kajastab kolme horisontaalse elemendi vastastikuseid ja üksteisest sõltuvaid suhteid, mida tuleb vaadelda ühtse tervikuna. Teenuste ja toodete arendamine koosneb erinevatest etappidest, mis on vajalikud kvaliteedi tagamiseks. Töös tutvustati topeltteemanti mudelit ja SWOT analüüsi, mis on teenusedisainis laialt kasutatavad tööriistad. Esimene mudel on põhjalikum, mille abil selgitatakse välja kliendi vajadused ning nende põhjal alustatakse teenusedisaini protsessi. Teenust testitakse protsessi käigus korduvalt. Seevastu SWOT analüüsi meetod annab hea esmase ülevaate hetkeolukorrast, kuid selle nõrkusteks on liigne subjektiivsus, prioriteetide seadmise võimaluse puudumine ja kvalitatiivsed tulemused.

2. REKREATIIVSETE TURISMITOODETE ARENDAMINE ALUTAGUSE RAHVUSPARGIS

2.1. Uuringu korralduse ülevaade

Eesti kõige suurem ja vanem rahvuspark asub Lahemaal. Kõige populaarsem linnuvaatlejate seas on aga Matsalu rahvuspark. Soomaa on koht raba- ja kanuumatkadeks ning Vilsandi ootab hülge- ja orhideehuvilisi. (Puhka Eestis, s.a.) Viimane on ühtlasi üks väheseid rahvusparke, mille külastatavuse andmed on kättesaadavad. 2017. aasta andmetel ei ole see küll kõige külastatavam rahvuspark Eestis, kuid piirkonnas käis aasta jooksul kokku 35 500 inimest (Riigimetsa Majandamise Keskus, 2017). See näitab, et inimeste huvi rahvusparke külastada on suur. Karula on Eesti kõige väiksem rahvuspark, mille väärtuseks on pärandkultuurmaastikud. Rahvusparkidest noorim, Alutaguse (vt lisa 1 ja 2), on aga eriline seetõttu, et see on Eesti suurim okasmetsade ja soode ala. (Puhka Eestis, s.a.) Piirkonnas asuvad Iisaku looduskeskus, Kauksi külastuskeskus ja Iisaku kihelkonnamuuseum, kus on üleval püsinäitused ning pakutakse erinevaid õppeprogramme. Lisaks on võimalik loodusega tutvuda mööda õppe- ja matkaradu liikudes. (Keskkonnaamet, s.a.)

Autor koostas Alutaguse rahvuspargis ja selle läheduses pakutavatest teenustest ülevaate. Selleks kasutati peamiselt Google otsingumootorit, mille abil jõuti Eesti ametlikule turismiinfo lehele Puhka Eestis, kust saadi põhjalik ülevaade piirkonnas tegutsevatest ettevõtjatest. Lisainformatsiooni nende poolt pakutavate toodete ja teenuste kohta otsiti organisatsioonide kodulehtedelt ja sotsiaalmeedia kanalitest. Järgnevas loetelus on välja toodud ettevõtted, kes pakuvad rekreatiivseid teenuseid ning tegevused, mida on võimalik antud organisatsioonides harrastada:

- Alutaguse Seikluspark — seiklusrajad, tuubitamine;

- Alutaguse Puhke- ja Spordikeskus — vibulaskmine, suusatamine, ketta golf, mobiilne orienteerumine, spordilaagrid, spordivahendite laenutus;
- Alutaguse Matkaklubi — jalgsi-, räätsa-, seiklus-, kanuu-, tõukeratta-, loodus-, korilus- ja talvematkad, õppeprogrammid, loodus- ja keskkonnateemalised koolitused, ronimisrajad;
- Hotell Suvi — ujumise, grillimise ja sportimise võimalus, mänguväljak, minigolf;
- Iisaku Looduskeskus — õppeprogrammid;
- Iisaku Kihelkonna Muuseum — loodusprogrammid;
- Mäetaguse mõis — piknik, taluloomade, -lindude ja -töödega tutvumine;
- Niinsaare Puhkekeskus — marjul ja seenel käimise, ujumise, grillimise ja kanuu rentimise võimalus;
- Vaikla Puhkekeskus — ratsutamine, kalastamine.

Eelnevalt loetletud ettevõtetest pakuvad majutusteenust Alutaguse Puhke- ja Spordikeskus, Hotell Suvi, Niinsaare Puhkekeskus, ja Vaikla Puhkeküla. Lisaks pakuvad Alutaguse rahvusparki vahetus läheduses majutuse võimalust Okka Puhkemaja ja Kuremäe Apteegi hostel. Kõik eelnevalt loetletud ettevõtted pakuvad ka toitlustusteenust, kuid mõned teevad seda vaid ettetellimisel.

Selleks, et vastata uurimisküsimustele, viis autor läbi uuringu, mille eesmärk oli välja selgitada Alutaguse rahvusparki külastajate ja potentsiaalsete külastajate soove ning vajadusi rekreatiivsete turismitoodete järele. Selle kavandamisel võeti aluseks topeltteemandi mudel (Design Council, 2015, lk 7). Käesolev uuring on topeltteemandi mudeli avastamise faas, mille käigus selgitatakse välja kasutajate vajadused ja kogutakse võimalikult palju informatsiooni, mis on vajalik teenuste arendamiseks. Järeldusi ja ettepanekuid kajastavas alapeatükis jõutakse ka mudeli kolmandasse faasi, milleks on teenuste arendamise etapp.

Uuringu läbiviimiseks kasutati küsitlusmeetodit ning andmeid koguti elektroonilise ankeedi (vt lisa 3) abil. Küsitlusmeetodi kasutamise eeliseks on, et sellele on võimalik vastata endale sobival ajal, mistõttu on tõenäolisem, et vastused on läbimõeldud ja põhjalikud. Mõnikord peab vastaja teatud küsimustele vastamiseks tutvuma

dokumentidega. Võimalus seda iseseisvalt teha tagab suurema täpsuse ja seega ka edastatava teabe parema kvaliteedi. Antud küsitlusmeetodi puhul ei pea vastaja viibima ka küsitlejaga ühes ruumis. Seetõttu on kasutatud meetod hea vahend tundlikumate teemade uurimiseks. (Andres, 2012, lk 47)

Tänapäevaste võimaluste juures on küsitlus palju enam kui lihtsalt ankeet. Uuringu tulemus sõltub küsimustiku korrektsest kujundamisest, representatiivsest valimist ja asjakohasest ning tõhusast haldamisest. (Ruel, Wagner III & Gillespie, 2016, lk 2) Töö autor kogus andmeid elektroonilise ankeedi abil, kuna küsitlus viidi läbi perioodil, kui Alutaguse rahvusparki külastatavus oli madal. Seetõttu võimaldas elektrooniline ankeet jõuda suurema hulga inimesteni. Ankeedi koostamiseks kasutati internetipõhist tarkvara Google Forms.

Küsimustiku koostamisel võeti aluseks Alberto Trobia küsimustiku moodustamise tehniline mudel, mis koosneb kolmest osast: sissejuhatus, juhised ja põhiosa (Lavrakas, 2008, lk 653). Ankeet oli jagatud kolmeks osaks, millest esimene uuris inimeste käitumist rekreatiivsete toodete ja teenuste kasutamisel looduses. Teine osa keskendus Alutaguse rahvusparkis saadud kogemusele ning antud plokile oli võimalik vastata vaid rahvusparki külastanud inimestel. See sisaldas endas küsimust nr 12, mis palus külastajatel hinnata Alutaguse rahvusparkis pakutavate teenuste ja tegevuste hetkeolukorra kaardistamise tulemusel selgunud võimalusi. Ankeedi kolmas osa uuris vastaja demograafilisi näitajaid. Kogutud andmete põhjal loodi Alutaguse rahvusparki külastaja profiil. Järgnevas tabelis 1 on välja toodud küsimustiku aluseks olevad allikad ning küsimused, mis neile tuginevad.

Tabel 1. Küsimustiku aluseks olevad allikad ning küsimused, mis neile tuginevad

Küsimus	Teoreetilise käsitluse autorid
1. Kui sageli harrastate rekreatiivseid tegevusi?	Smith, 2016; Benur & Bramwell, 2015
2. Kust otsite informatsiooni rekreatiivsete teenuste ja tegevuste kohta? (märkige kõik sobivad vastused)	Sinclair, Mayer, Woltering & Ghermandi, 2020
3. Kellega koos harrastate rekreatiivseid tegevusi looduses?	Benur & Bramwell, 2015; Schirpke, Scolozzi, Da Re, Masiero, Pellegrino ja Marino, 2018

Küsimus	Teoreetilise käsitluse autorid
4. Millisel aastaajal eelistate looduses rekreatiivsete tegevustega tegeleda?	Benur & Bramwell, 2015; Schirpke, Scolozzi, Da Re, Masiero, Pellegrino ja Marino, 2018
5. Kui kaua võiks rekreatiivne tegevus kesta?	Benur & Bramwell, 2015; Schirpke, Scolozzi, Da Re, Masiero, Pellegrino ja Marino, 2018
6. Milliste rekreatiivsete tegevustega tegelete või soovite tegeleda? (märkige kõik sobivad vastused)	Sisneros-Kidd, Monz, Hausner, Schmidt, & Clark, 2019; Margaryan & Fredman, 2017; Highfill & Franks, 2019; Schirpke, Scolozzi, Da Re, Masiero, Pellegrino ja Marino, 2018
7. Andke hinnang järgnevate tegurite olulisusele rekreatiivsete teenuste ja tegevuste kasutamisel.	Koutoulas, 2015; Xu, 2010; Schirpke, Scolozzi, Da Re, Masiero, Pellegrino ja Marino, 2018
8. Kui kaugele olete valmis oma kodust sõitma, et rekreatiivseid teenuseid tarbida?	Koutoulas, 2015
9. Kui palju olete valmis rekreatiivsete teenuste eest tasuma? (hind ühe inimese kohta)	Salerno, Viviano, Manfredi, Caroli, Thakuri & Tartari, 2013; Margaryan & Fredman, 2017; Leung, Spencely, Hvenegaard, Buckley & Groves, 2018
10. Kas te olete Alutaguse rahvusparki külastanud või planeerite seda teha tulevikus?	Puhakka & Saarinen, 2013
11. Mitu korda olete Alutaguse rahvusparki külastanud?	Puhakka & Saarinen, 2013
12. Palun hinnake järgneva Alutaguse rahvusparkis pakutavaid rekreatiivseid tegevusi.	Xu, 2010; Benur & Bramwell, 2015
13. Kui tõenäoliselt soovitaksite oma sõpradele/tuttavatele rekreatiivsete tegevuste harrastamiseks Alutaguse rahvusparki?	Benur & Bramwell, 2015; Margaryan & Fredman, 2017; Eger & Micik, 2017
14. Miks te soovitate / ei soovita teistel Alutaguse rahvusparki külastada?	Benur & Bramwell, 2015
15. Sugu	Buhalis, 2000; Willibald, van Strien, Blanco & Gret-Regamey, 2019
16. Vanus	Buhalis, 2000; Willibald, van Strien, Blanco & Gret-Regamey, 2019
17. Millises maakonnas te elate?	Buhalis, 2000; Willibald, van Strien, Blanco & Gret-Regamey, 2019
18. Kas teil on lapsi?	Buhalis, 2000; Willibald, van Strien, Blanco & Gret-Regamey, 2019
19. Kui suur on teie kuu bruto sissetulek?	Buhalis, 2000; Willibald, van Strien, Blanco & Gret-Regamey, 2019

Ankeet sisaldas nii suletud küsimusi kui ka kahte avatud küsimust. Mitmete valikvastustega küsimuste juures oli võimalik kasutada varianti „muu“, kus külastajal oli võimalik lisada endale sobiv vastusevariant, mida autor ei olnud välja pakkunud.

Pakutavate teenustega rahulolu ja erinevate tegurite olulisust uurivad küsimused olid esitatud tabeli kujul. Kahe küsimuse vastused olid Likerti viie ja kuue punkti skaalal.

Uuringu üldkogumi moodustasid kõik Eestis elavad inimesed, kes olid või on soovinud tegeleda rekreatiivsete tegevustega. Valimiks olid kõik eesti keelt kõnelevad inimesed, kes olid või on soovinud tegeleda kaitsealadel rekreatiivsete tegevustega. Valimi moodustamiseks kasutati sihipärast valimit. See tähendab, et uurija valis konkreetsete tunnustega küsitletavad sõltuvalt uuringu eesmärgist (Lewis-Beck, Bryman & Liao, 2004, lk 884). Valimi suurendamiseks kasutati lumepallimeetodit, mis tähendab ühe või mitme juhusliku küsitletava valimist, kes omakorda edastavad järgmistele elektroonilise ankeedi lingi. Antud meetod on sobiv, kui valimit on keeruline koostada või seda ei eksisteerigi. Seega kasvab valimi suurus nagu veerev lumepall. (Lavrakas, 2008, lk 823)

Selleks, et testida uuringu läbiviimiseks kasutatavat küsimustikku, viis autor läbi pilootuuringu perioodil 24. veebruar kuni 26. veebruar. Selles osalejad pakkusid valikvastustega küsimustele välja vastusevariante, mis tuleks küsimustele lisada. Lisaks soovisid vastajad, et mitme küsimuse juures oleks neil võimalik valida ühe sobiva vastusevariandi asemel mitu. Andmete kogumist alustati 2. märtsil ja neid koguti kaks nädalat ning lõpp-tähtajaks oli 16. märts.

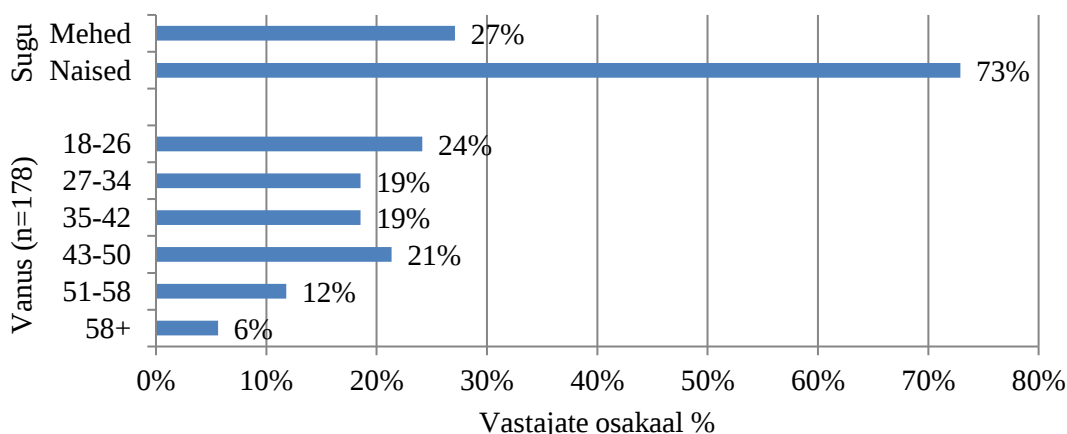
Ankeeti jagati Alutaguse rahvuspargi Facebooki lehel ja matkajaid ühendavates sotsiaalmeedia kommuunides, Kauksi Puhkemaja Facebooki lehel, Alutaguse valla Facebooki grupis, Geopeitus.ee foorumis ning töö autori tutvusringkonnas. Esimesel nädalal laekus 145 ankeeti. Teisel oli vastajate arv tunduvalt väiksem ning laekus 32 ankeeti. Kolmandal nädalal laekus 4 ankeeti, kuigi töö autor värskendas enda postitust Geopeitus.ee foorumis ja erinevates Facebooki gruppides. Uuringus osales 181 inimest ja kõik ankeedid olid asjakohased.

Ankeet saadeti e-posti teel kõikidele Alutaguse rahvuspargis tegutsevatele rekreatiivseid teenuseid pakkuvatele ettevõtetele. Autor palus, et ettevõtted jagaksid võimalusel ankeeti enda sotsiaalmeediakanalites ja pakkus võimalust saada ülevaade uuringu tulemustest, mis sisaldab ka nende poolt pakutavale teenusele antud tagasisidet. Ühelegi kirjale autor tagasisidet ei saanud.

Andmete analüüsimiseks kasutati statistilist ja sisuanalüüsi. Statistilises analüüsis kasutatakse erinevaid statistikuid, milleks on peamiselt keskmised näitajad ja sagedustabelid. Sisuanalüüs uurib mõistete esinemist tekstides. Küsitaja analüüsib sõnade ja mõistete olemasolu, tähendusi ja seoseid ning teeb nende põhjal järeldusi. Sisu analüüs on kasulik keelekasutuse, tähenduse, seoste ja aja jooksul toimuvate muutuste analüüsimiseks. (Mathison, 2005) Uuringu tulemuste statistiliseks analüüsimiseks kasutati andmetöötlusprogrammi MS Excel. Andmeid analüüsiti perioodil 18. märts kuni 22. märts. Osas 2.2 kasutati tulemuste ilmetamiseks jooniseid, mis on autori koostatud.

2.2. Uuringu tulemuste analüüs

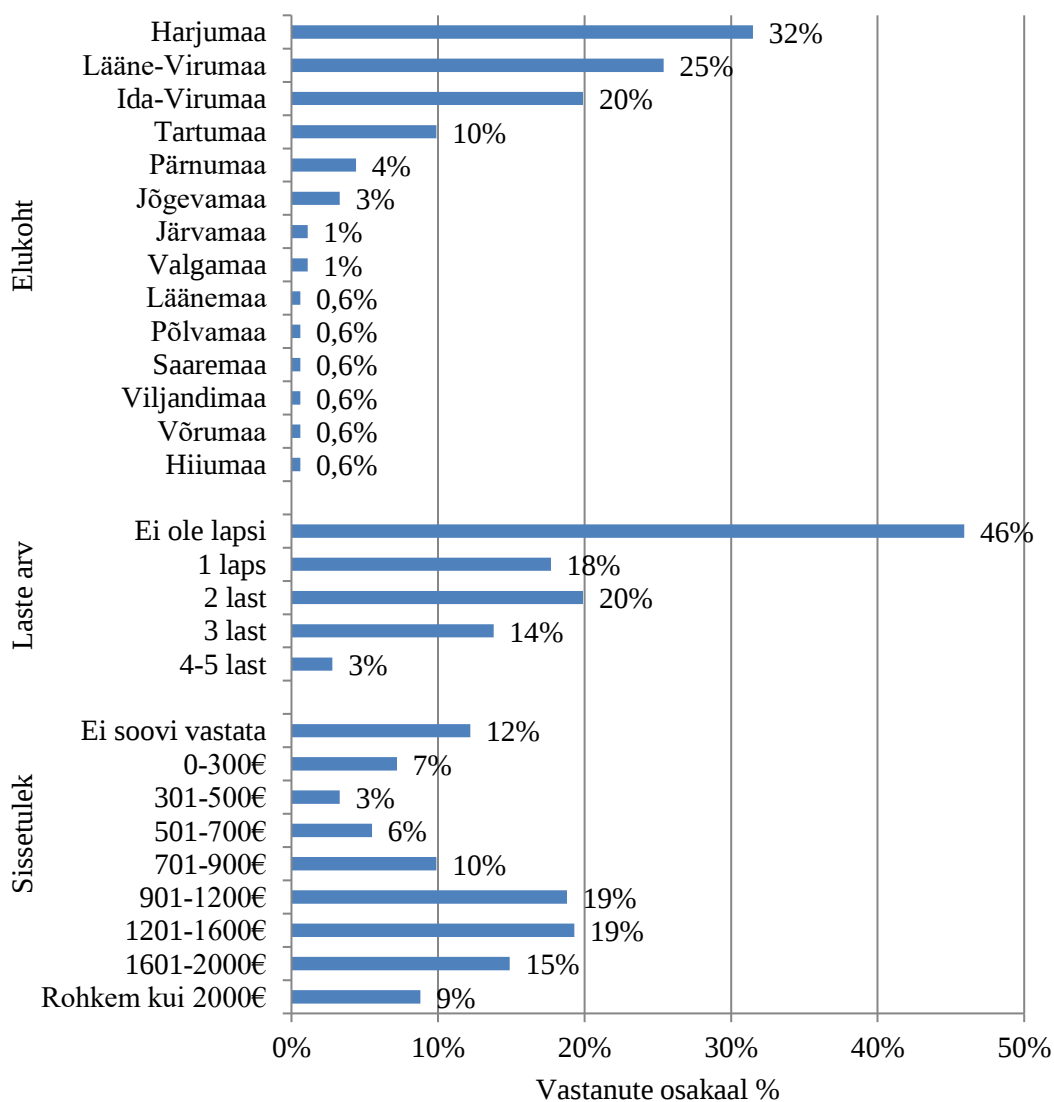
Ankeedile vastas 181 inimest, kellest enamuse (vt joonis 3) moodustasid naised (72,9%) ning meeste osakaal oli 27,1%. 178 inimest 181st nõustusid vanusega seotud küsimusele vastama. Kõige rohkem (24%) vastajaid olid vanuses 18-26 eluaastat. Vanuserühma 43-50 kuulus 21% vastanutest, 27-34 19%, 35-42 19% ja 51-58 12%. 6% inimestest kuulus vanuserühma 58+. Seega võib väita, et vanuse suurenedes vähenes ka vastajate arv.



Joonis 3. Uuringus osalenute sooline ja vanuseline jaotus (n=181)

Kõige rohkem (32%) vastajaid elas Harjumaal (vt joonis 4). Järgnesid Lääne-Virumaa (25%), Ida-Virumaa (20%), Tartumaa (10%), Pärnumaa (4%) ja Jõgevamaa (3%). Enamusel (46%) vastanutest ei olnud lapsi. 18% inimestest oli üks laps ja 20% oli kaks

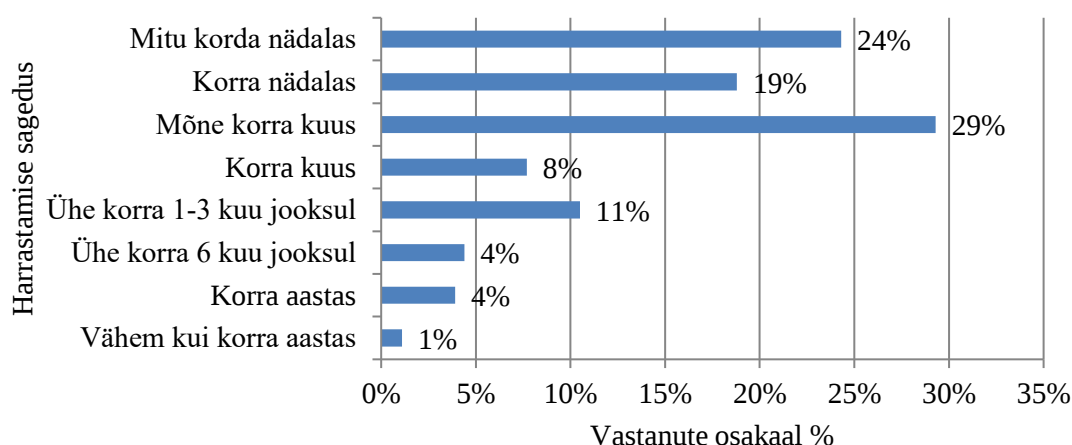
last. Küsitlusele vastanutest enamusel (38,1%) jäi kuu brutosissetulek vahemikku 901-1600€. 24% vastajatest teenis kuus rohkem kui 1600€ ja 26% teenis 900€ või vähem. 12% inimestest ei soovinud oma sissetuleku suurust avaldada. Selgus, et antud küsimustikule vastanud inimesed, kes olid nõus oma sissetuleku suuruse avaldama, teenisid peamiselt 901-2000€ kuus.



Joonis 4. Uuringus osalenute jaotus päritolu, laste arvu ja kuu brutosissetuleku lõikes (n=181)

Küsimustiku esimene osa uuris inimeste käitumist rekreatiivsete teenuste tarbimisel. Esimese küsimusega sooviti välja selgitada, kui sageli vastajad rekreatiivseid tegevusi

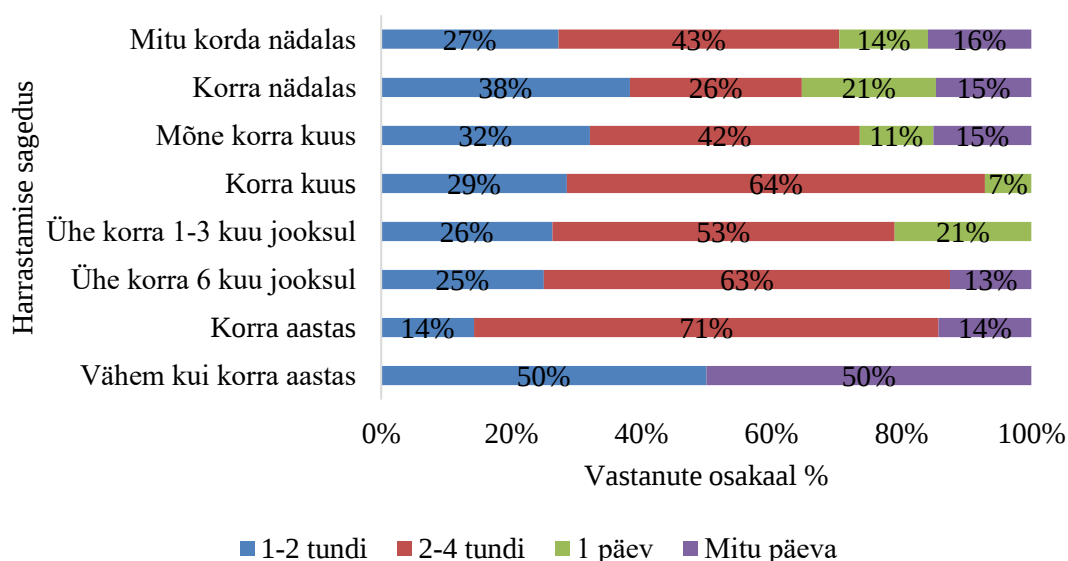
harrastavad (vt joonis 5). Kõige suurem hulk (29,3%) vastanutest harrastas rekreatiivseid tegevusi mõne korra kuus. 24,3% inimestest tegi seda mitu korda nädalas ja korra nädalas harrastas rekreatiivseid tegevusi 18,8% vastanutest. Harrastamise sageduse vähenedes langes ka vastajate osakaal. Mehed harrastasid rekreatiivseid tegevusi sagedamini kui naised. Vanuste lõikes suuri erinevusi ei esinenud. Laste arvu suurenedes harrastati aktiivseid tegevusi harvem. Peamiselt tegelesid rekreatiivsete tegevustega korra 6 kuu jooksul või veel harvemini inimesed, kellel oli kolm last.



Joonis 5. Uuringus osalenute rekreatiivsete tegevuste harrastamise sagedus (n=181)

Järgnevalt uuriti, kui kaua võiks rekreatiivne tegevus kesta. Enamus vastajatest (43,6%) eelistas, et rekreatiivse tegevuse kestuseks oleks 2-4 tundi. 30,4% inimestest soovis, et tegevus kestaks 1-2 tundi. Vastajaid, kes soovisid, et rekreatiivne tegevus kestaks ühe päeva oli 13,3% ning veidi vähem ehk 12,7% inimestest soovisid, et see kestaks mitu päeva. Naiste ja meeste vahel suuri erinevusi ei esinenud.

Hoolimata rekreatiivsete tegevuste harrastamise sagedusest eelistasid vastajad pigem lühema kestusega tegevusi (vt joonis 6). Vanuste lõikes ilmnisid erinevused tegevuse kestuses. Nooremad inimesed eelistasid lühema ja vanemad pikema kestusega tegevusi. Selgus, et inimesed, kellel on lapsed, harrastavad rekreatiivseid tegevusi sagedamini kui ilma lasteta vastajad. Üldiselt aga laste olemasolu suuri erinevusi ei põhjustanud.



Joonis 6. Uuringus osalenute rekreatiivsete tegevuste harrastamise sagedus tegevuste eelistatava kestuse lõikes (n=181)

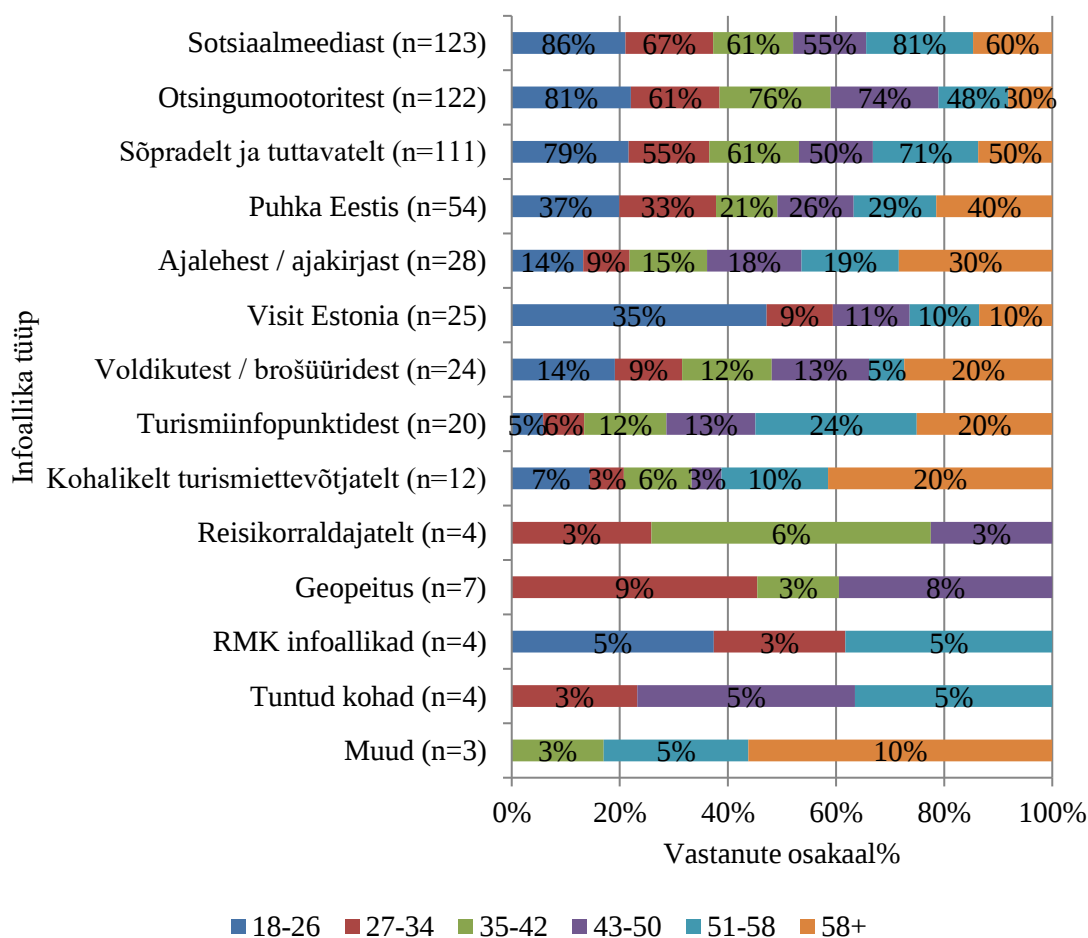
Kogutud andmeid analüüsid selgus, et näiteks Valgemaal, Saaremaal ja Põlvamaal elavad vastanud harrastasid rekreatiivseid tegevusi sageli ning eelistasid nendega tegeleda pikemalt. Kuna vastajate arv, kes nimetatud piirkondades elasid, oli väike, siis põhjalikke järeldusi antud tulemuste põhjal teha ei saa. Harjumaal elavad inimesed harrastasid rekreatiivseid tegevusi sageli ning eelistasid nendega tegeleda lühemalt. Lääne- ja Ida-Virumaal oli võrreldes Harjumaaga rohkem vastajaid, kes harrastasid rekreatiivseid tegevusi harvemini.

Uurides, millistest infokanalitest otsiti teavet rekreatiivsete teenuste ja tegevuste kohta, oli vastajal võimalik märkida kõik sobivad variandid (n=541). Kõige rohkem otsiti informatsiooni sotsiaalmeediakanalitest (nt Facebook). Seda varianti kasutas 22,7% vastajatest. Järgnevas loetelus on välja toodud ülejäänud infoallikad ja nende kasutamine protsentuaalselt: 22,6% otsingumootorid, 20,5% sõbrad ja tuttavad, 10% Puhka Eestis veebileht, 5,2% ajalehed ja ajakirjad, 4,6% Visit Estonia veebileht, 4,4% voldikud ja brošüürid, 3,7% turismiinfopunktid, 2,2% kohalikud turismiettevõtjad.

Autori poolt välja pakutud variantidest märgiti kõige vähem sobivaks vastus „reisikorraldajalt“, mida valis 0,7% inimestest. Lisaks oli võimalik vastajatel kasutada varianti „muu“, kuhu tuli ise märkida kasutatav infokanal. Kõige rohkem pakkusid

küsitletavad vastusevarianti „Geopeitus“, mida tegi 1,1% vastajatest. Üksikud vastajad pakkusid variante nagu „veebileht Loodusega koos“, „Regio kaart“, „RMK äpp“, „Keskkonnaameti koduleht“, „raadio“ ja „ei otsigi“.

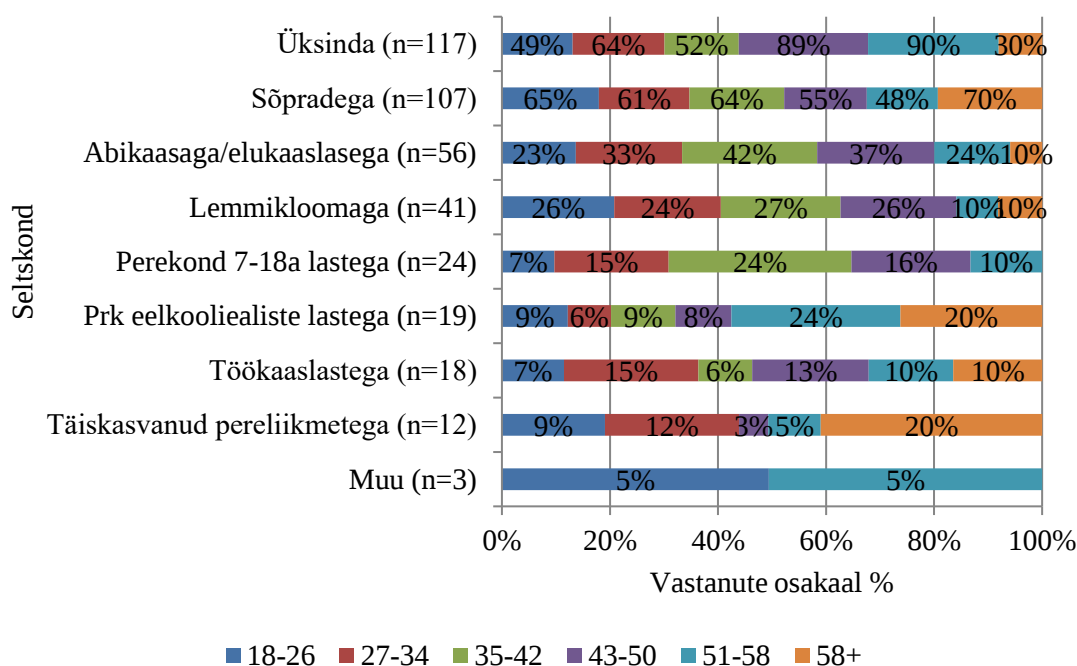
Selgus, et vastajate sugu, elukoht ja laste arv ei mõjutanud infoallikate kasutamist. Nii mehed kui ka naised olenemata elukohast ja laste arvust otsisid informatsiooni kõige rohkem otsingumootoritest. Sellele järgnesid sotsiaalmeedia ning sõbrad ja tuttavad. Vanuseliselt esinesid samuti vaid väikesed erinevused (vt joonis 7). Kõik vanusegrupid kasutasid informatsiooni otsimiseks eelnevalt mainitud kolme allikat. Üle viiekümneaastaste inimeste seas otsingumootori kasutamine veidi vähenes, kuid jäi siiski populaarsema kolme kanali hulka. Veidi tõusis üle viiekümneaastaste seas paberkandjal infoallikate kasutamine. Nendeks on näiteks ajalehed, ajakirjad, brošüürid ja voldikud.



Joonis 7. Infoallikad, mida uuringus osalenud kasutasid vanuste lõikes

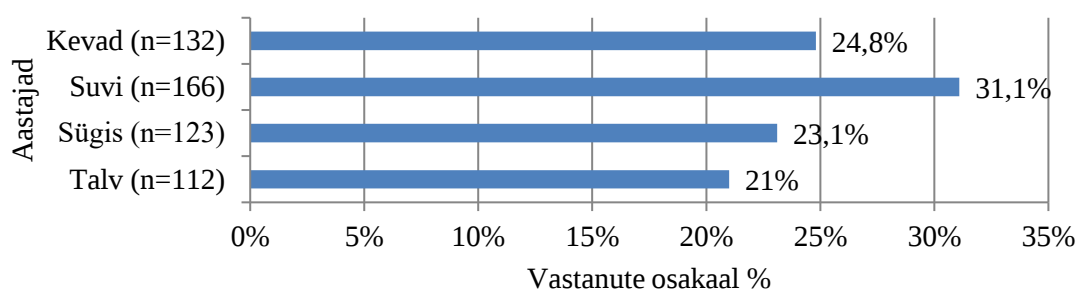
Vastajatel tuli märkida, kellega koos rekreatiivseid tegevusi harrastatakse. Küsimuse juures oli võimalik valida kõik sobivad vastusevariandid, mida valiti kokku 391. Kõige suurem osa (24,8%) vastanutest eelistasid harrastada aktiivseid tegevusi koos sõpradega. 22% valimist tegid seda koos abikaasa või elukaaslasega. Suhteliselt suur hulk inimesi (16,6%) harrastasid rekreatiivseid tegevusi üksinda. 21% vastanutest eelistasid harrastada rekreatiivseid tegevusi perekonnaga, kuhu kuuluvad lapsed. 7,2% harrastasid rekreatiivseid tegevusi koos lemmikloomaga ning 5,4% tegid seda koos töökaaslastega.

Selgus, et küsitlusele vastanud mehed harrastasid rekreatiivseid tegevusi peamiselt (84%) üksinda. Naiste seas osutus kõige populaarsemaks vastuseks (61%) sõpradega. Kolm kõige levinumat vastust (sõpradega, üksinda, abikaasa või elukaaslasega) jäid aga soost hoolimata samaks. Vanuste lõikes esinesid vastuste seas veidi suuremad erisused (vt joonis 8). Näiteks viiekümneaastaste seas tõusis märgatavalt vastajate arv, kes eelistasid rekreatiivseid tegevusi harrastada koos perekonnaga (34%), kuhu kuuluvad lapsed. Samas langes nende seas vastanute osakaal, kes teevad seda koos lemmikloomaga.



Joonis 8. Seltskond, kellega koos uuringus osalenud rekreatiivseid tegevusi harrastavad vanuste lõikes (n=397)

Järgnevalt sooviti teada saada, millised on külastajate eelistused rekreatiivsete tegevuste harrastamiseks aastaegade lõikes. Sarnaselt eelnevale küsimusele oli vastajatel võimalik valida kõik sobivad vastusevariandid. Erinevaid valikuid tehti kokku 533 korda. 31,1% vastanutest eelistasid harrastada rekreatiivseid tegevusi suvel (vt joonis 9). See oli ühtlasi kõige populaarsem vastus. Järgnes kevad ning veidi vähem inimesi soovis harrastada rekreatiivseid tegevusi sügisel. Kõige vähem tegeletakse aktiivsete tegevustega talvel.

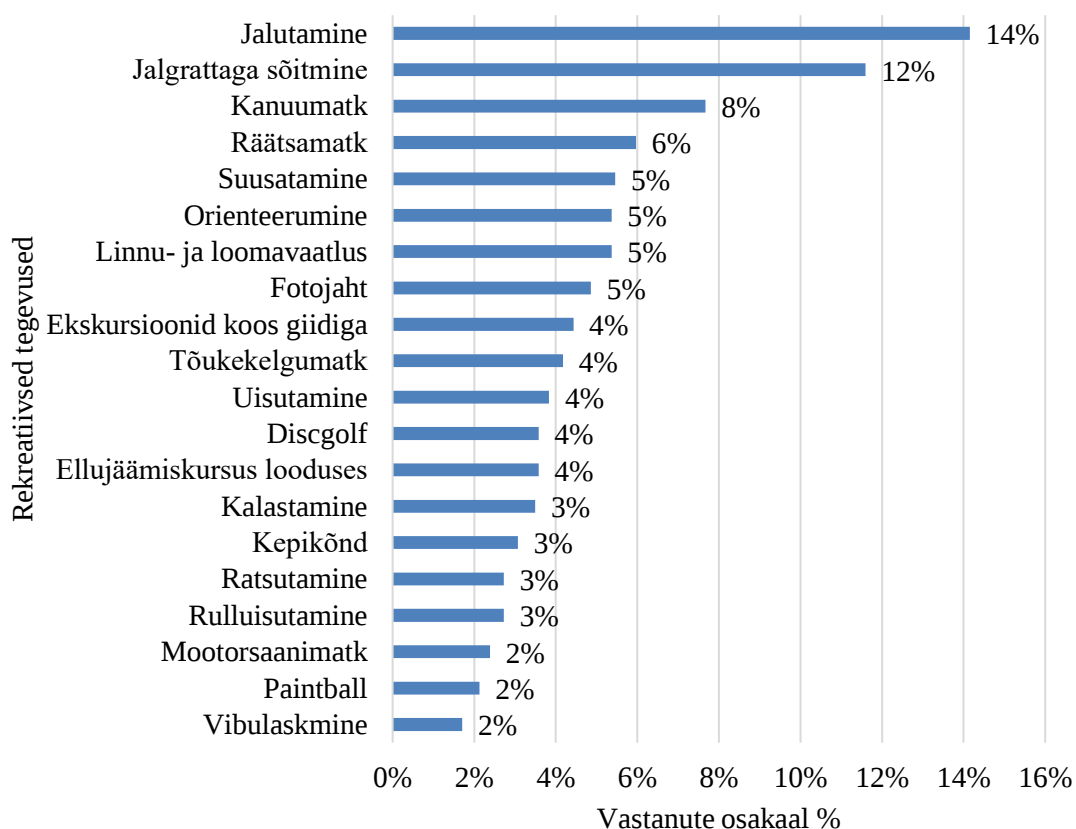


Joonis 9. Uuringus osalenute eelistused rekreatiivsete teenuste tarbimisel aastaegade lõikes (n=533)

Sugude lõikes suuri erisusi ei esinenud ning meeste ja naiste eelistused aastaegade osas olid suhteliselt sarnased. Rekreatiivseid tegevusi harrastati peamiselt suvel. Ainsa erinevusena võib välja tuua selle, et mehed harrastasid aktiivseid tegevusi võrdsel hulgal nii kevadel kui ka sügisel. Seevastu naised eelistasid rekreatiivsete tegevustega tegeleda rohkem kevadel kui sügisel. Vanuste lõikes selgus, et kõik vanusegrupid peale 58+ aastaste inimeste, harrastasid aktiivseid tegevusi kõige rohkem suvel. Kõige eakamas vanuserühmas on välja kujunenud teistsugused eelistused – nemad harrastasid rekreatiivseid tegevusi kõige rohkem kevadel. Üle poole (54%) vastajatest tegeles aktiivsete tegevustega aastaringselt. Ainult ühel aastaajal tegi seda 22% vastajatest, kellest enamus tegelesid rekreatiivsete tegevustega ainult suvel. Suvist aastaaga eelistasid 18-26 ja 35-42 aastased inimesed. Selgus, et vanuse suurenedes kasvas ka inimeste arv, kes harrastasid tegevusi aastaringselt.

Autor soovis välja selgitada, milliste rekreatiivsete tegevustega vastajad soovivad tegeleda või juba tegelevad. Inimesed said märkida kõik sobivad vastusevariandid (1173). Kõige populaarsemateks osutusid igapäevased vabas õhus harrastatavad

tegevused nagu jalutamine (14%) ja jalgrattaga sõitmine (12%) (vt joonis 10). Samas soovisid paljud vastajatest harrastada ka ekstreemsemaid tegevusi, milleks olid kanuu- (8%) ja räätsamatk (6%). 10% kõikidest vastustest moodustasid aeganõudvad tegevused nagu linnu- ja loomavaatlus ning fotojaht. Vähepopulaarseks osutusid adrenaliinirohket elamust pakkuvad tegevused nagu mootorsaanimatk ja paintball. Jooniselt 10 on välja jäetud vastusevariandid, mis kogusid alla kümne vastanu. Nendeks variantideks olid: geopeitus, jooksmine, SUP-laua matk, korilus, jalgsimatk, taimede vaatlus ja uurimine, kelgutamine, mõlasurf, retked matkaradadel, koeraga jalutamine, ujumine, jahipidamine, telkimine ja mäesuusatamine.

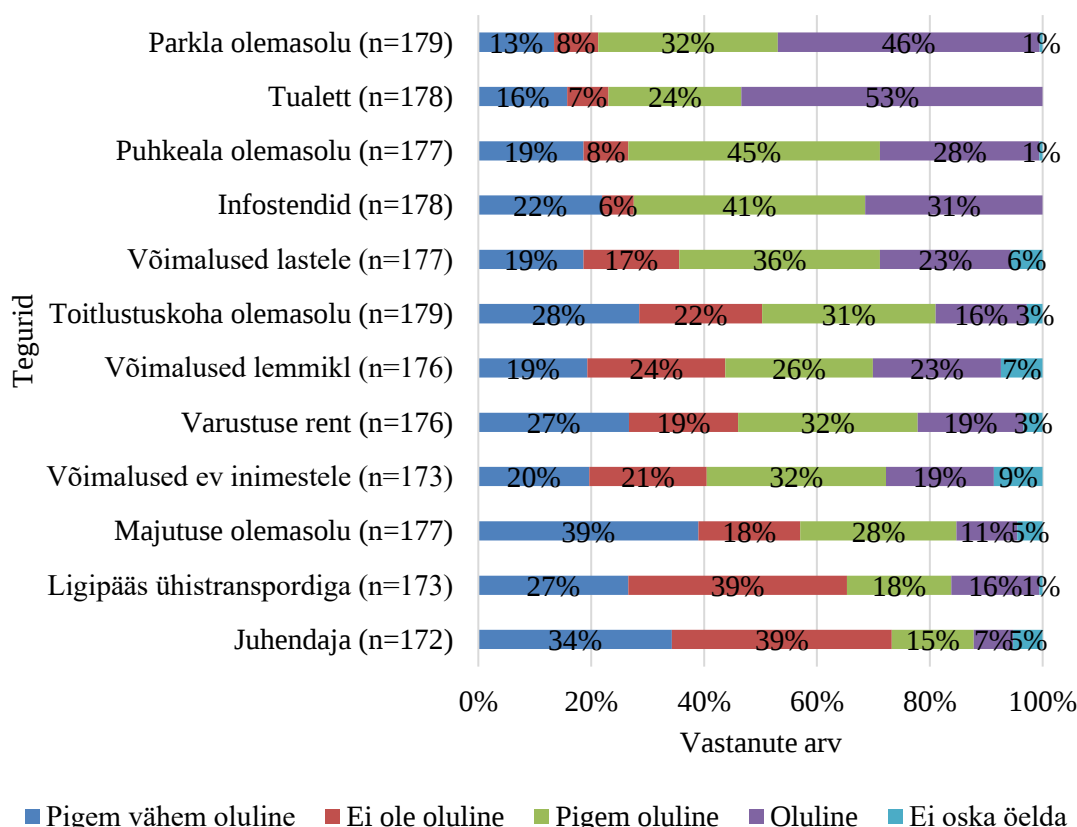


Joonis 10. Uuringus osalenute rekreatiivsete tegevuste eelistused (n=1173)

Rekreatiivsete tegevuste eelistustes sooliselt suuri erinevusi ei esinenud. Nii mehed kui ka naised tegelesid või soovisid tegeleda enim jalutamise, jalgrattaga sõitmise ja kanuumatkaga. Olenemata palgavahemikust või vanuserühmast, jäid kõige populaarsemad vastusevariandid samaks. Vanuses 58+ kanuumatka populaarsus

vähenes ning selle asemel sooviti tegeleda pigem orienteerumise ja fotojahiga. Lisaks tõusis vanemas eas inimeste seas kepikõnni ning linnu- ja loomavaatluse populaarsus märgatavalt. Räätsamatkade populaarsus oli vanuste lõikes stabiilne, kuid näiteks suusatamine oli vähem populaarsem vanemate seas. Laste olemasolu ja nende arv tulemustes olulisi erinevusi kaasa ei toonud.

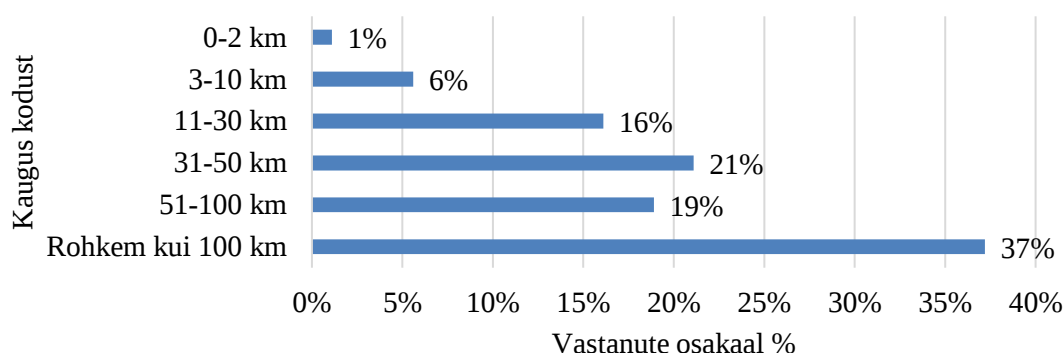
Vastajad hindasid erinevate tegurite olulisust rekreatiivsete teenuste kasutamisel (vt joonis 11). Tegureid oli kokku 12 ning neid oli võimalik hinnata viie erineva vastusevariandiga. Nendeks olid: „oluline“, „pigem oluline“, „pigem vähem oluline“, „ei ole oluline“ ja „ei oska öelda“. Kõige olulisemaks oli vastajate jaoks parkla olemasolu, mida pidas vajalikuks või pigem vajalikuks 78% vastajatest. Sellele järgnes tualeti olemasolu, mida märkis vajalikuks või pigem vajalikuks 77% inimestest. 73% vastanutest pidas oluliseks puhkeala ja 72% infostendi olemasolu. 59% inimestest pidas oluliseks ka lastele suunatud võimaluste olemasolu.



Joonis 11. Uuringus osalenute hinnang erinevate tegurite olulisusele rekreatiivsete teenuste tarbimisel

Ebaolulisemaks või pigem vähem oluliseks pidasid vastajad juhendaja olemasolu (73%) ja ligipääsetavust ühistranspordiga (66%). 57% vastajatest pidas pigem ebaoluliseks ka majutusvõimaluse olemasolu. Lisaks paluti hinnata, kui olulised on vastaja jaoks võimalused erivajadustega inimestele, tegevuste harrastamine lemmikloomaga, varustuse rent ja toitlustuskoha olemasolu. Selgus, et antud nelja teguri puhul jagunesid vastused peaaegu võrdselt olulise ja ebaolulise vahel.

Esimese osa eelviimases küsimuses pidid vastajad märkima, kui kaugele on nad valmis oma kodust rekreatiivsete teenuste tarbimiseks sõitma (vt joonis 12). Selgus, üle poole (56,1%) vastanutest oli valmis sõitma 50-100 km või isegi rohkem. 11-50 km oli valmis sõitma 37,2% vastajatest ning ülejäänud soovisid rekreatiivseid teenuseid tarbida kodu ümbruses. Vanus mõjutas inimeste valmidust sõita kodust kaugemale. Kõige vähem olid valmis rekreatiivsete teenuste tarbimiseks kodust kaugele minema 27-34 aastased ja 51-58 aastased. Seevastu 58+ vanuses inimestest oli 40% valmis sõitma rekreatiivsete teenuste tarbimiseks rohkem kui 100 km.



Joonis 12. Uuringus osalenute valmisolek sõita rekreatiivsete teenuste tarbimiseks kodust kaugemale (n=181)

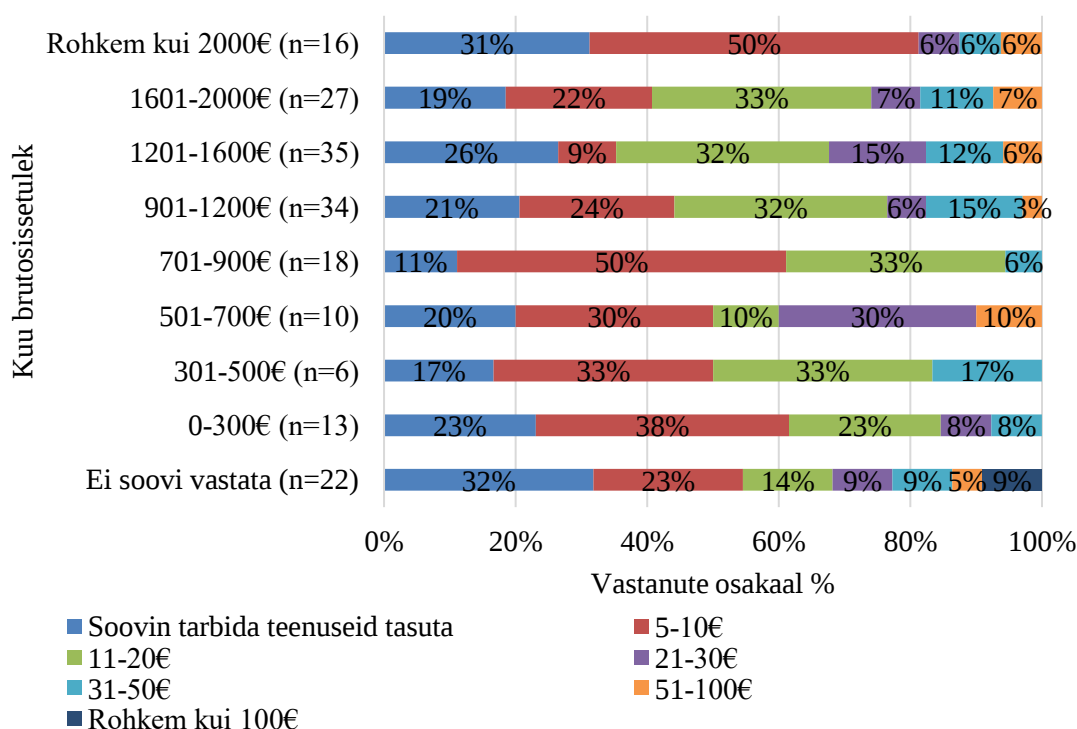
40% vastajatest, kes olid valmis rekreatiivsete teenuste tarbimiseks sõitma rohkem kui 100 km kaugusele, elasid Harjumaal. Lääne-Virumaa elanikud olid samuti valmis aktiivsete tegevuste harrastamiseks kodust kaugemale (51-100 km) sõitma. Suur küsitlusele vastajate arv oli ka Ida-Virumaal ning sealsed inimesed eelistasid teenuseid tarbida kodule lähemal ning olid valmis selleks sõitma peamiselt 3-30 km.

Laste arv mõjutas oluliselt distantssi, kui kaugele olid inimesed nõus rekreatiivsete tegevuste harrastamiseks sõitma. Laste arvu kasvades vähenes ka inimeste valmisolek minna kodust kaugemale. Eelistati pigem lühemat (0-10 km) või keskmist vahemaad (11-50 km). Tegevuse kestus ei mõjutanud inimeste valmisolekut sõita, kuid vastajad, kes olid valmis minema rekreatiivsete teenuste tarbimiseks rohkem kui 100 km eelistasid ka pikema kestusega (üks kuni mitu päeva) tegevusi.

Inimeste seas, kes olid valmis sõitma rekreatiivsete teenuste tarbimiseks 11 km ja rohkem, suuri erinevusi tegevuste eelistustes ei esine. Kolmeks kõige populaarsemaks tegevuseks olid jalutamine, jalgrattaga sõitmine ja kanuumatk. Vastanute seas, kes eelistavad tarbida teenuseid enda koduümbruses, kanuumatka osakaal vähenes ning eelistati pigem tegevusi, mida oli võimalik harrastada enda lähiümbruses. Nendeks tegevusteks olid: jalutamine, kepikõnd, jalgrattaga sõitmine, orienteerumine, rulluisutamine, ekskursioonid koos giidiga, uisutamine ja fotojaht.

Joonisel 13 on kujutatud vastanute kuu brutosissetulek ja valmidus tasuda rekreatiivsete teenuste eest. Selgus, et kõik vastajad eelistasid tasuta või soodsama hinnaga rekreatiivseid teenuseid. Peamiselt oldi valmis tegevuste eest tasuma 5-20€ inimese kohta. Kõrgema sissetulekuga vastajad olid siiski nõus kulutama teenuste tarbimisele rohkem kui need, kelle sissetulek oli madalam. Antud erinevus oli siiski väike ning põhjalikke järeldusi selle põhjal teha ei saa.

Selgus, et inimesed, kes olid valmis rekreatiivsete teenuste eest rohkem tasuma, harrastasid neid peamiselt üksinda või koos sõpradega. Vastajad, kes tarbisid rekreatiivseid teenuseid koos abikaasa või elukaaslasega, olid valmis tasuma peamiselt 21-30€ inimese kohta. Vähem olid nõus tasuma harrastajad, kes tegid seda koos lastega. Teenuseid sooviti tarbida peamiselt tasuta või tasuda kuni 10€ inimese kohta.



Joonis 13. Uuringus osalenute rekreatiivsete teenuste eest tasumise valmidus kuu brutosissetulekute lõikes (n=181)

Küsimustiku esimese osa viimaseks küsimuseks oli, kas vastaja on Alutaguse rahvusparki külastanud või planeerib seda teha tulevikus. Üle poolte vastanutest oli piirkonda juba külastanud. 44,2% ei olnud seda veel teinud, kuid planeerisid seda teha tulevikus ning 5% ei soovinud Alutaguse rahvusparki ka tulevikus külastada. 71% piirkonda külastanud inimestest olid naised ja 29% mehed. 40% naistest ja 37% meestest ei olnud lapsi. Kõige rohkem (29%) naisi oli vanuses 43-50 eluaastat ja kõige rohkem (22%) mehi vanuses 51-58 eluaastat. Olenemata soost ja vanusest elas kõige rohkem vastajaid Harjumaal ja Ida-Virumaal. Seega võib väita, et Alutaguse rahvusparki külastanud inimene oli naisterahvas, kes oli vanuses 43-50 eluaastat ja kellel ei olnud lapsi. Ta elas Harjumaal või Ida-Virumaal.

Küsimustiku teine osa keskendus Alutaguse rahvuspargist saadud külastuskogemusele ning sellele oli võimalik vastata ainult Alutaguse rahvusparki külastanud inimestel, keda oli kokku 92. Küsitluse tulemusel selgus, et kõige suurem osa (36) Alutaguse rahvusparki külastanud inimestest oli seda teinud rohkem kui 5 korda. 3-5 korda oli

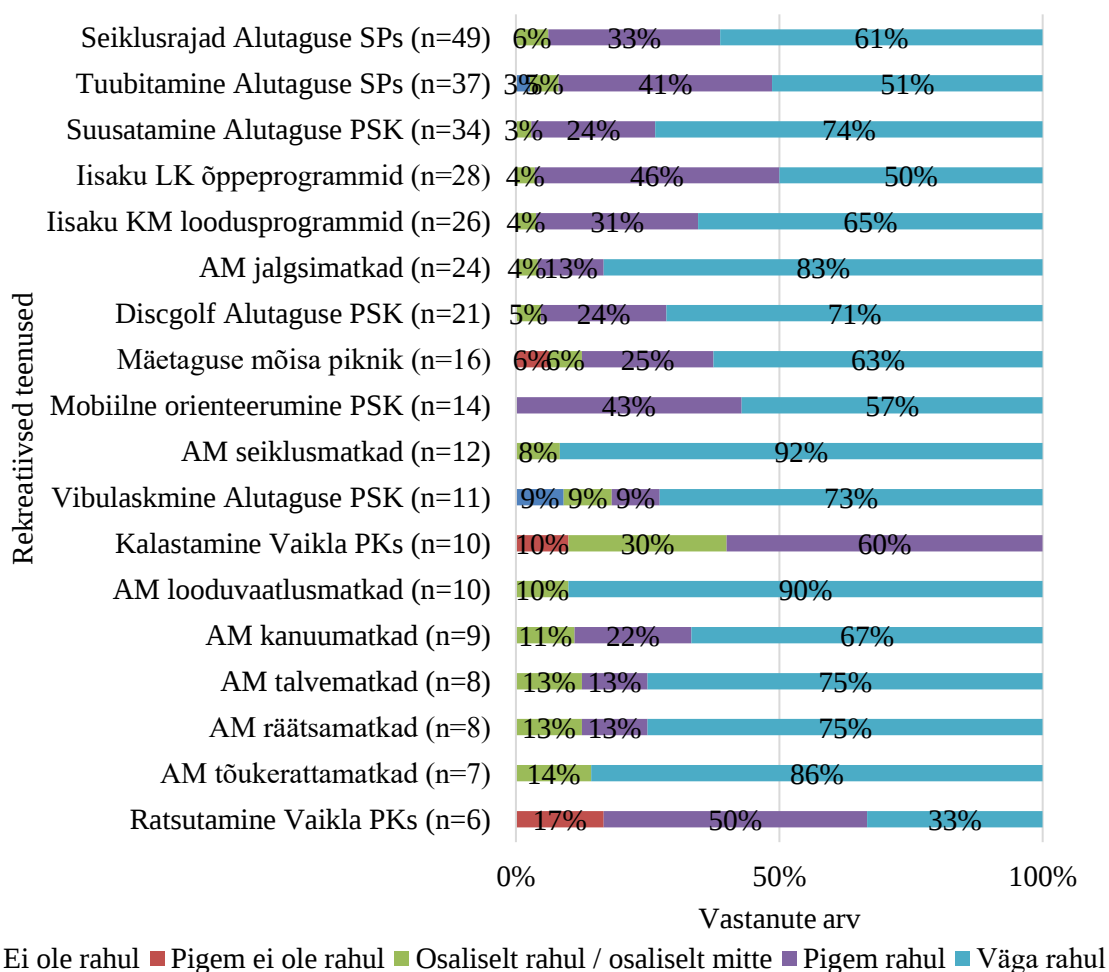
rahvusparki külastanud 23 ja 2 korda 20 vastanut. Ühe korra oli Alutaguse rahvusparki külastanud 13 inimest.

48% Alutaguse rahvusparki külastanud meestest ja 35% naistest oli seda teinud rohkem kui viis korda. 7% meestest ja 17% naistest oli rahvusparki külastanud ühe korra. Olenemata vanusest ja sissetulekust oli kõige rohkem neid inimesi, kes olid piirkonda külastanud kolm või rohkem korda ning kõige vähem neid, kes olid seda teinud ühe korra. Vastaja elukoht mõjutas külastuskordade arvu. Lääne- ja Ida-Virumaal elavad inimesed olid rahvusparki külastanud peamiselt kolm või rohkem korda. Harjumaal elavad inimesed olid seda teinud üks või kaks korda. Olenemata laste olemasolust ja nende arvust olid vastajad rahvusparki külastanud peamiselt kolm või rohkem korda.

Seejärel paluti hinnata Alutaguse rahvuspargis pakutavaid rekreatiivseid tegevusi. Vastaja pidi valima, kas ta oli teenusega „väga rahul“, „pigem rahul“, „osaliselt rahul/osaliselt mitte“, „pigem ei olnud rahul“, „ei olnud üldse rahul“ või „ei ole kasutanud“. Hindamiseks oli välja pakutud 18 erinevat tegevust. Selgus, et 33 vastajat 92st ei olnud kasutanud mitte ühtegi Alutaguse rahvuspargis pakutavat teenust.

Kõige rohkem oli külastatud seiklusrada Alutaguse Seikluspargis, mida oli teinud 49 inimest. Tuubitamist samas ettevõttes oli harrastanud 37 vastajat. Alutaguse Puhke- ja Spordikeskuses oli suusatanud 34 inimest ja 31 oli osalenud Iisaku Looduskeskuse poolt pakutavates õppeprogrammides. Kõige vähem ehk 6 inimest olid harrastanud ratsutamist Vaikla Puhkekeskuses.

Enim (100%) jäädi rahule mobiilse orienteerumisega (vt joonis 14). Kõik teenust kasutanud inimesed hindasid kvaliteeti heaks või pigem heaks. Suusatamisega Alutaguse Puhke- ja Spordikeskuses jäi rahule 97% teenuse kasutajatest ja Iisaku Looduskeskuse õppeprogrammidega 96%. Kõige vähem oldi rahul kalastamisega Vaikla Puhkekeskuses (60%). Selgus, et peaaegu kõikide Alutaguse rahvuspargis pakutavate teenuste kvaliteet oli hea. Kui jätta välja kalastamine Vaikla Puhkekeskuses, siis jäi vähemalt 82% või rohkem kasutajatest tarbitud teenusega rahule.



Joonis 14. Alutaguse rahvuspargis pakutavaid teenuseid kasutanud inimeste rahulolu pakutavate teenustega

Autor palus külastajatel hinnata kümne palli skaalal, kui tõenäoliselt soovitaksid nad oma sõpradele ja tuttavatele rekreatiivsete tegevuste harrastamiseks Alutaguse rahvusparki. Number üks tähistas, et nad ei soovita Alutaguse rahvusparki oma sõpradele ja tuttavatele ning number kümme, et soovitavad. 53 inimest osutusid NPS soovitusindeksi alusel soovitajateks. Passiivseteks osutus 25 vastajat ja rahulolematuteks 14.

Soovitajateks olid peamiselt naised, kellel ei olnud lapsi ning kes olid Alutaguse rahvusparki külastanud rohkem kui viis korda. Nende kuu sissetulekuks oli 1201-1600€ ning nad olid rekreatiivsete teenuste eest valmis tasuma peamiselt 5-10€ inimese kohta. Mittesovitajateks olid võrdselt nii mehed kui ka naised, kellel ei olnud lapsi ning kes

olid rahvusparki külastanud kas ühe, kaks või rohkem kui viis korda. Nende kuu sissetulekuks oli samuti 1601-2000€ ning nad soovisid rekreatiivseid teenuseid tarbida tasuta.

Autor analüüsis külastuskordade ja hinnangu vahelist seost. Selle tulemusel selgus, et inimesed, kes olid Alutaguse rahvusparki rohkem külastanud, soovitasid seda tõenäolisemalt ka oma sõpradele ja tuttavatele. Küsimustiku abil ei uuritud külastajate üldist rahulolu Alutaguse rahvuspargiga, vaid ainult seal pakutavate rekreatiivsete teenustega. Inimesi, kes ei olnud nendega rahul, oli minimaalselt. Uuringu tulemusel ei ilmnunud seost soovitamise ja rekreatiivsete teenustega rahulolu vahel. See tähendab, et inimesed, kes ei soovitanud teistele Alutaguse rahvusparki, ei olnud pakutavate tegevustega vähem rahul kui need, kes soovitasid.

Viimaseks küsimuseks oli, mis põhjustel küsitletavad soovivad või ei soovita külastada Alutaguse rahvusparki. See oli avatud vastusega küsimus ning sellele vastamine ei olnud kohustuslik. Antud küsimusele vastas 57 inimest. Ainsa põhjusena, miks mitte soovitada teistel Alutaguse rahvusparki külastada toodi välja halb ligipääs, kuid kommentaarile rohkem täpsustusi ei lisatud. Enim (29 inimest) toodi positiivse aspektina välja puutumata ja kaunist looduskeskkonda. Üks vastaja tõi välja eristumise teistest Eesti rahvusparkidest ning väiksema külastajate arvu, mis võimaldab suuremat privaatsust. Lisaks mainiti rekreatiivsete teenuste suurt valikut ning mitmed vastajad said tänu küsimustikule parema ülevaate Alutaguse rahvuspargis pakutavatest võimalustest. Seega võib väita, et antud uuring oli rahvuspargi turundusvahendiks.

Üksikutes kommentaarides toodi välja piirkonna turvalisus, eripärane ajalugu, Agusalu kriivad, huvitavad rajad, meeldivad giidid, sood, veekogud, erinevad looma- ja linnuliigid, Puhatu raba ja vahelduv maastik. Lisaks soovitas üks vastajatest oma sõpradel ja tuttaval Alutaguse rahvusparki külastada selleks, et elavdada kohalikku ettevõtlust. Lisaks analüüsis autor, kas kaugemal elavad inimesed on pigem soovitajad või mitte. Valituks osutusid kolm maakonda, mis asuvad Alutaguse rahvuspargist kaugemal ning kus oli suurem vastajate arv. Nendeks olid Harjumaa, Tartumaa ja Pärnumaa. Selgus, et 79% sealsetest vastajatest soovitasid Alutaguse rahvusparki oma sõpradele ja tuttavatele.

2.3. Järeldused ja ettepanekud

Töö autor selgitas välja rekreatiivsete turismitoodete hetkeolukorra Alutaguse rahvuspargis, millest temal ja Keskkonnaametil puudus uuringu protsessi algusjärgus põhjalik ülevaade. Järgnevas osas esitatakse uuringu tulemustele ja teoorias kajastatule tuginedes järeldused ja ettepanekud rekreatiivsete turismitoodete arendamiseks Alutaguse rahvuspargis nii kohalikele ettevõtjatele, Riigimetsa Majandamise Keskusele, Keskkonnaametile kui ka kohalikule omavalitsusele. Lähtuvalt topeltteemandi mudelist on tegemist arendamise faasiga, mille käigus luuakse lahendusi (Design Council, 2015, lk 7).

Autor koostas uuringu tulemustele tuginedes rekreatiivseid teenuseid tarbiva inimese ja Alutaguse rahvuspargi külastaja profiili (vt tabel 2). Esimese loomisel arvestati vaid nende inimeste vastuseid, kes harrastasid aktiivseid tegevusi vähemalt korra kuus või sagedamini. Külastaja profiili loomisel lähtuti kõigi Alutaguse rahvusparki külastanud inimeste vastustest. Sihtrühmade võrdlemine aitas hinnata, kas piirkonnas pakutavad teenused rahuldavad praeguste külastajate vajadusi ning milliseid teenuseid peaks veel arendada, et saada suuremat kasu trendist, milleks on loodusturism ja rekreatiivsete teenuste nõudluse kasv, mis suurendab omakorda looduskaitsealade populaarsust turismisihtkohtadena (Matilainen & Lähdesmäki, 2014, lk 70).

Tabel 2. Eestis rekreatiivsete tegevuste harrastaja ja Alutaguse rahvuspargi külastaja profiil

Tunnus	Eestis rekreatiivsete tegevuste harrastaja profiil	Alutaguse rahvuspargi külastaja profiil
Sugu	Naine	Naine
Vanus	18-26	43-50
Elukoht	Harjumaa	Harjumaa või Ida-Virumaa
Laste olemasolu	Ei ole	Ei ole
Kuu brutosissetulek	1201-1600€	1201-1600€
Rekreatiivsete tegevuste harrastamise sagedus	Mõne korra kuus	Mitu korda nädalas
Rekreatiivse tegevuse kestus	2-4h	2-4h
Rekreatiivsete teenuste eest tasumise valmidus	Tasuta või kuni 10€ inimese kohta	5-10€ inimese kohta

Tunnus	Eestis rekreatiivsete tegevuste harrastaja profiil	Alutaguse rahvuspargi külastaja profiil
Valmisolek sõita rekreatiivsete teenuste tarbimiseks	Rohkem kui 100 km	Rohkem kui 100 km
Peamised rekreatiivsed tegevused, mida harrastab	Jalutamine ja jalgrattaga sõitmine	Jalutamine ja jalgrattaga sõitmine
Kellega koos rekreatiivseid tegevusi harrastab	Sõpradega ja abikaasa või elukaaslasega	Sõpradega ja abikaasa või elukaaslasega

Rekreatiivseid tegevusi harrastavad inimesed ja Alutaguse rahvuspargi külastajad eelistavad harrastada igapäevasemaid tegevusi. Samas on nad valmis tasuma teenuste eest kuni 10€ inimese kohta ning tegevuse kestuseks peaks olema 2-4h. Lisaks ei ole neil lapsi ning teenuseid tarbitakse peamiselt koos seltskonnaga. Seetõttu leiab autor, et Alutaguse rahvuspargis pakutakse piisavalt suurel hulgal sihtrühmade vajadustele vastavaid teenuseid.

Samas toob ta välja veel võimalusi, mis võivad külastajatele huvi pakkuda ning mis vastavad seatud kriteeriumitele. Nendeks on võrkpalli-, korvpalli- ja tenniseväljakud, petank, väljõusaal, (interaktiivsel) ronimisseinal ronimine ja põgenemistuba looduses (nt põgenemiskoobas). Kuna rekreatiivsete tegevuste harrastaja on veidi noorem kui Alutaguse rahvuspargi külastaja, siis eelistavad nemad rohkem füüsilist koormust ja ekstreemsemaid elamusi pakkuvaid tegevusi. Seetõttu soovib autor lisaks eelnevalt mainitud teenustele arendada piirkonnas geopeitust ja SUP-laua matkasid, mida töid vastajad välja ka ankeeti täites.

Selleks, et Alutaguse rahvuspargis eelmises lõigus mainitud tegevusi ja ka teisi rekreatiivseid teenuseid arendada, tuleb hinnata piirkonna tugevusi, nõrkuseid, võimalusi ja ohtusid rekreatiivsete teenuste arendamisel. Selleks koostas autor SWOT analüüsi (vt tabel 3). Antud meetod on lihtsasti kasutatav ja pakub esialgset ülevaadet olukorrast ning võimaldab kindlaks määrata probleemid, mille lahendamiseks tuleb tegelema hakata. (Rocha & Caldeira-Pires, 2019, lk 1063-1064) Nõrkused ja tugevused on välja toodud tuginedes Alutaguse rahvuspargis pakutavate võimaluste ülevaatele ja ankeedi selle osa tulemustele, mis puudutas piirkonnast saadud külastuskogemust. Võimalused ja ohud tuginevad teooriale ja ankeedi esimesest osast selgunud teabele.

Tabel 3. Alutaguse rahvusparki SWOT analüüs

TUGEVUSED	NÕRKUSED
- eristumine teistest Eesti rahvusparkidest (Eesti suurim okasmetsade ja soode ala); - väiksem külastajate arv, mis võimaldab suuremat privaatsust; - mitmekesine rekreatiivsete teenuste valik; - suur korduvkülastajate arv; - avalike matkaradade olemasolu, mis võimaldavad külastajatel piirkonnas tasuta aega veeta; - avaliku sektori asutused, mis pakuvad keskkonnaharidust.	- kaugus Tallinnast; - külastajatel on keeruline leida informatsiooni piirkonnas pakutavate teenuste kohta (seda ei ole koondatud ühte kohta); - suur külastajate hulk, kes ei tarbi tasulisi teenuseid; - suur majutu- ja toitlustusteenust pakuvate ettevõtete arv, kes ei paku külastajatele lisateenuseid (nt rekreatiivsed tegevused).
VÕIMALUSED	OHUD
- loodusturismi ja rahvusparkide kui sihtkohtade populaarsuse pidev kasv; - külastajate jaoks on muutunud oluliseks piirkonna säästev areng; - paljud külastajad soovivad rekreatiivseid tegevusi harrastada ka madalhooajal (aastaringelt); - Harjumaal ja Lääne-Virumaal elavad inimesed on valmis rekreatiivsete teenuste tarbimiseks sõitma kodust rohkem kui 50 km kaugusele; - vanemad inimesed eelistavad pikema kestusega tegevusi; - suur majutu- ja toitlustusteenust pakuvate ettevõtete arv; - loodushariduse tähtsuse kasv ja selle propageerimine RMK ja Keskkonnaameti poolt.	- tihe konkurents teiste Eesti rahvusparkidega; - piirkond asub rahvusparki ala ja seetõttu kehtivad seal teatud piirangud; - hooajalisus, mis ei ole atraktiivne uutele ettevõtjatele; - loodusturismi areng võib kaasa tuua keskkonnavalitsuse, majanduslikke ja sotsiaalseid probleeme. Näiteks õhu- ja mürasaaste, sektori madal palgatase ja suur hooajaliste töökohtade arv ning konfliktid kohalike ja turistide vahel.

Alutaguse rahvusparki ühe võimalusena on välja toodud loodusturismi ja rahvusparkide kui sihtkohtade populaarsuse pidev kasv. Selle põhjuseks on suurenenud nõudlus rekreatiivsete teenuste järele. Rahvastiku kasv, demograafilised muutused ja kõrgemad sissetulekud on muutnud inimeste puhkusevajadust. (Willibald, van Strien, Blanco & Gret-Regamey, 2019, lk 1) Uuringu tulemusel selgus, et vastajad eelistasid lühema kestusega (1-4h) rekreatiivseid tegevusi ning peaaegu pooled vastajatest soovisid neid harrastada ühe või mitu korda nädalas. Teenuste eest oldi enamasti valmis tasuma kuni 20€ inimese kohta. Lastega pered soovisid harrastada tegevusi tasuta või olid valmis maksma kuni 10€ inimese kohta.

Alutaguse rahvuspargis pakutakse mitmeid teenuseid, mis lähtuvad eelmises lõigus välja toodud sihtrühmade soovidest ja vajadustest. Nendeks tegevusteks on näiteks tuubitamine, vibulaskmine, kettagolf, mobiilne orienteerumine, ratsutamine, kalastamine jne. Kuna rekreatiivsete tegevuste eesmärgiks on inimeste lõbustamine ning need peavad sisaldama teatud füüsilist koormust ning toimuma looduskeskonnas (Highfill ja Franks, 2019, lk 2), siis leiab autor, et Alutaguse rahvuspargis tegutsevad ettevõtted pakuvad piisaval hulgal sihtgrupi soovidele ja rekreatiivsete teenuste definitsioonile vastavaid tegevusi.

Samas võib rekreatiivsete tegevuste arendamine Alutaguse rahvuspargis põhjustada ka ohtusid. Nende seas on välja toodud sotsiaalsed probleemid, mida võib põhjustada loodusturismi areng. Samas suurendavad aktiivsed tegevused inimeste sotsiaalset ühtekuuluvust (Suáreze, Bartoni, Cimburova, Ruschi, Gómez-Baggethuni & Onaindia (2020, lk 133-134) ning seda väidet kinnitasid ka läbi viidud uuringu tulemused. Selgus, et vastajad harrastasid rekreatiivseid tegevusi kõige rohkem koos sõpradega. Samas oli suur hulk inimesi, kes tarbisid rekreatiivseid teenuseid üksinda (16,6%). Alutaguse rahvuspargis pakutavate teenuste ülevaatele tuginedes võib väita, et piirkonnas leidub tegevusi nii nendele, kes soovivad neid harrastada koos seltskonnaga, kui ka inimestele, kes teevad seda üksinda. Mitmeid individuaalseid tegevusi (nt ratsutamine, kalastamine, seiklusrajad, tuubitamine, vibulaskmine, suusatamine, kettagolf, orienteerumine) on võimalik teha ka koos seltskonnaga, mis suurendab valikuvõimalusi veelgi.

Eelnevalt mainitud tegevused ei osutunud siiski uuringus osalejate seas eriti populaarseteks. Seda saab järeldada ankeedi kuuenda küsimuse tulemuste põhjal, mille abil selgitati välja, milliste rekreatiivsete tegevustega vastajad tegelevad või sooviksid tegeleda. Selgus, et inimesed soovisid harrastada pigem igapäevasemaid tegevusi nagu jalutamine ja jalgrattaga sõitmine. Seda on oma uuringus välja toonud ka Sisneros-Kidd, Monz, Hausner, Schmidt ja Clark (2019, lk 1262). Sarnane tulemus oli ka 2018. aastal Itaalias Natura 2000 kaitsealadel läbi viidud külastaja uuringul, mille tulemusel selgus, et peamisteks kaitsealadel harrastatavateks rekreatiivseteks tegevusteks olid matkamine, toidu ja veini degusteerimine ning jalgrattaga sõitmine (Schirpke, Scolozzi, Da Re, Masiero, Pellegrino ja Marino, 2018, lk 43).

Viimaste rentimise võimalust pakub Alutaguse rahvuspargis Alutaguse Puhke- ja Spordikeskus, kuid puuduvad rajad, mida oleks võimalik nendega läbida. Seetõttu tuleks märkida kaardile ja vajaduse korral ka füüsiliselt loodusesse marsruudid, mille planeerimisel tuleb arvestada vahemaade pikkusi nii, et neid oleks võimalik läbida ilma mootorita sõiduvahendiga. Seda töid oma uuringus välja ka Tyrväinen, Uusitalo, Silvennoinen ja Hasu (2014, lk 2-3), sest see aitab vähendada turismi tekitatavat kahju looduskeskkonnale. Kuigi enamus radu ei oleks vaja füüsiliselt loodusesse märkida, tuleks soise ala rohkuse tõttu osade marsruutide või lõikudega seda siiski teha. Tegevuse eesmärgiks oleks võimaldada külastajatele mugav ligipääs (nt laudtee) piirkonnale. Enamus radade mitte märkimine võimaldaks marsruute lihtsasti muuta ja uusi luua.

Raja läbimiseks vajaliku kaardi saaksid külastajad internetist või RMK Kauksi Looduskeskusest paberkandjal ning selle abiga peaksid inimesed liikuma ühest punktist teise. Seda oleks võimalik teha nii üksinda kui ka koos kaaslastega ja see oleks tasuta, sest enamus vastajaid eelistasid pigem tasuta või soodsama hinnaga rekreatiivseid tegevusi. Alutaguse rahvuspargis pakutavate teenuste ülevaadet koostades autor tasuta harrastatavaid tegevusi välja ei toonud, kuna tegu ei ole kohalike ettevõtjate poolt pakutavate teenustega. Samas on RMK loonud piirkonda matkarajad, mida on võimalik külastada kõigil soovijatel ning mis loovad võimaluse tasuta rekreatiivsete tegevuste harrastamiseks.

Loodavate radade planeerimise ja teostamise eest võiks samuti vastutada RMK. Ülesanne peaks kuuluma nende vastutusalasse, kuna antud organisatsioonil on põhjalik ülevaade piirkonna looduskaunitest kohtadest, mis aitab muuta kogemuse külastaja jaoks huvitavaks ja vaheldusrikkaks. Neil on olemas ka vajalikud teadmised riigis kehtivatest seadustest ja õigusaktidest, millega tuleb radade loomisel arvestada, et vältida kahju tekitamist erinevatele osapooltele (nt maaomanikud ja kohalik omavalitsus).

Lisaks on RMKl põhjalik ülevaade piirkonnas asuvatest parklatest, tualettidest, puhkealadest ja infostendidest, mille olulisust tõi välja rohkem kui 70% vastajatest. Tegemist on materiaalse turismitoodete komponentidega, millega tuleb radade

loomisel arvestada. Lisaks on olulised ka mittemateriaalsed tegurid ehk erinevad teenused. (Koutoulas, 2015, lk 4-6) Kuna kogu radade loomise protsess peaks olema lihtne, kiire, soodne ja keskkonda hoidev, siis ei nõuaks see vastajate poolt oluliseks märgitud tegurite ehitamist. RMK peaks planeerimisel arvestama olemasolevate parklate, tualettide, puhkealade ja infostendide asukohtadega ning kujundama marsruudid nii, et need mööduksid antud punktidest.

Parklate olemasolu on eriti oluline kaugemal elavatele inimestele, kes külastavad piirkonda isikliku sõiduautoga. Kuna enamus vastajaid olid rekreatiivsete tegevuste harrastamiseks valmis sõitma rohkem kui 100 km ning Alutaguse rahvusparki peamisteks sihtrühmadeks elukoha mõistes on Harjumaal ning Lääne- ja Ida-Virumaal elavad inimesed, siis võib järeldada, et vajadus parklate järele on suur.

Kuigi turismitoodete tarbimiseks isiklikku sõiduautot kasutavate inimeste suur hulk mõjub negatiivselt ümbritsevale looduskeskkonnale (õhu- ja mürasaaste) (Leung, Spencely, Hvenegaard, Buckley & Groves, 2018, lk 22-25), võimaldab sektor parandada piirkonna majanduslikke tingimusi ning pakkuda kohalikele elanikele otsest sissetulekut ja tagada tööhõive (Salerno, Viviano, Manfredi, Caroli, Thakuri & Tartari 2013, lk 116). Seetõttu soovitab autor rekreatiivseid teenuseid pakkuvatel ettevõtetel propageerida ühistranspordi kasutamist ning muuta see külastajate jaoks võimalikult mugavaks. Organisatsioonide kodulehtedele ja sotsiaalmeediakanalitesse tuleks lisada juhend, kuidas oleks külastajal võimalik suurematest linnadest (nt Tallinn) liikuda Alutaguse rahvusparki ühistransporti kasutades. Lisaks peaksid ettevõtted looma inimestele võimaluse liikuda piirkonnas õhu- ja mürasaastet mitte tekitava transpordivahendiga (nt jalg- ja tõukerataste rentimise võimalus).

Lisaks looduskeskkonnale võib turism mõjutada negatiivselt ka majandust. Matilainen ja Lähdesmäki (2014, lk 71) on väitnud, et turism on hooajaline majandussektor ning hooajalistest töökohtadest on tingitud ka selle negatiivne majanduslik mõju (Leung, Spencely, Hvenegaard, Buckley & Groves, 2018, lk 22-25). Läbi viidud uuringu tulemusel selgus, et üle poole ehk 54% käesolevale küsitlusele vastanutest harrastasid rekreatiivseid tegevusi aastaringselt. Vanuse tõustes aktiivseid tegevusi aastaringselt harrastavate inimeste osakaal suurenes. Seetõttu tuleks kohalikel ettevõtjatel teenuseid

arendades keskenduda keskealistele ja vanematele inimestele ning suurendada aastaringselt pakutavate tegevuste valikut. Võrreldes nooremate vastajatega suurenes eelnevalt mainitud vanusegruppide seas huvi fotojahi vastu, mida on võimalik harrastada igal aastaajal. Keskealiste inimeste soovidele ja vajadustele vastavad veel jalutamine, ekskursioonid koos giidiga, orienteerumine, räätsamatk, ellujäämiskursused looduses, kepikõnd jne. Vanemad inimesed soovisid harrastada peaaegu samasuguseid tegevusi nagu keskealised, kuid nende seas vähenes ellujäämiskursuse populaarsus ning suurenes linnu- ja loomavaatlusega tegelevate inimeste arv.

Suhtelist suur hulk (15,5%) oli vastajaid, kes harrastasid rekreatiivseid tegevusi ainult suvel. Nendeks olid peamiselt nooremad inimesed vanuses 18-26 eluaastat. Populaarsed olid igapäevasemad tegevused nagu jalutamine ja jalgrattaga sõitmine. Lisaks sooviti tegeleda orienteerumise, kanuu- ja räätsamatkade, fotojahi ja kettagolfiga. Kõiki eelnevalt mainitud tegevusi on võimalik suvisel perioodil harrastada ning mitmed kattuvad nende inimeste eelistustega, kes tarbisid rekreatiivseid teenuseid aastaringselt.

Kuna on teada, et suvisel perioodil suureneb kasutajate arv, siis oleks kohalikel ettevõtetel võimalik tõsta selleks ajaks külastajate vastuvõtmise võimet. Näiteks palgata lisapersonali ja suurendada gruppide arvu, et hoida kvaliteeti ühtlasena. Lisaks aastaringselt harrastatavate tegevuste valiku suurendamisele oleks üheks võimaluseks kombineerida erinevaid teenuseid nii, et tekiks võimalus pakkuda külastajale meelelahutust aastaringselt. Kuna keskealistest vastajatest peaaegu pooled soovisid osaleda räätsa- ja kanuumatkadel, siis oleks võimalik ettevõttel antud teenuseid kombineerida. Suvel oleks võimalik pakkuda kanuumatkasid, mis olid populaarsed ka nooremate vastajate seas, kellest suur osa harrastasid rekreatiivseid tegevusi ainult suvel. Talvisel perioodil oleks klientidel võimalik osaleda räätsamatkadel. Lisaks saaks omavahel kombineerida näiteks jalgrattaga sõitmist ja kepikõndi.

Eelnevas lõigus on välja toodud lühema kestusega tegevused. Enamus vastajatest eelistasidki tarbida lühema kestusega rekreatiivseid teenuseid, kuid inimesed, kes olid nõus sõitma kodust rohkem kui 100 km kaugusele, soovisid harrastada pikema kestusega tegevusi. Seetõttu soovitab autor luua kohalikel ettevõtjatel pakette, mis võimaldaks kombineerida juba olemasolevaid tooteid ja teenuseid uutega ning seeläbi

mitmekesisitada turismitoodetest saadavaid kogemusi (Benur ja Bramwell, 2015, lk 217). Lisaks säästaksid need inimeste aega külastuse planeerimiselt ning pakuks võimaluse veeta piirkonnas pikemalt aega. Paketid võimaldaksid müüa külastajatele suuremal hulgal teenuseid, mis tooksid seeläbi kohalikele ettevõtjatele suuremat majanduslikku kasu.

Autor koostas näidisenä paketi „Nädalavahetus Alutagusel“, mis sisaldab majutust ja aktiivseid tegevusi reedest pühapäevani (vt lisa 4). Lisaks soovitatakse klientidele kohalikke toitlustusasutusi, kus on võimalik vastavalt soovile einestada. Võimalus ise süüa valmistada vähendab paketi hinda. Paketis ei ole välja toodud selle maksumust, vaid on antud ülevaade, milline võiks olla selle ülesehitus. Samas on arvestatud uuringu tulemustega, kust selgus, et enamus vastajatest oli valmis rekreatiivsete tegevuste eest tasuma kuni 20€ inimese kohta.

Pakettide väljatöötamiseks on oluline ettevõtete vaheline koostöö ja rистturundus. Mitmetel Alutaguse rahvuspargis rekreatiivseid teenuseid pakkuvatel ettevõtetel puudub majutus- ja toitlustusvõimalus. See on olemas Alutaguse Puhke- ja Spordikeskuses, Hotellis Suvi, Niinsaare Puhkekeskuses ja Vaikla Puhkekeskuses. Seevastu mitmed majutusasutused pakuvad väikest valikut rekreatiivseid teenuseid. Kui külastajatel ei ole sihtkohas piisavalt meelelahutust, millega oma vaba aega sisustada, siis lüheneb ka nende külastuse kestus. Majutus- ja toitlustusettevõtete ning rekreatiivseid teenuseid pakkuvate organisatsioonide koostöös on võimalik pikendada külastajate sihtkohas viibimist ja seeläbi teenida rohkem tulu.

Selgus, et mitmed vastajad said tänu ankeetküsitlusele parema ülevaate Alutaguse rahvuspargis pakutavatest võimalustest, sest ühte kohta oli koondatud kogu teenusevaliku ülevaade. Uuringus osalenud inimesed otsisid informatsiooni kõige rohkem sotsiaalmeediast. Selleks, et külastajal oleks võimalik saada mugavalt ülevaade kõigist Alutaguse rahvuspargis pakutavatest rekreatiivsetest teenustest ja teenusepakkujatest, tuleks luua ühtne sotsiaalmeedia (nt Facebooki) leht, sest tegu on uuringus osalenud inimeste jaoks kõige populaarsema informatsiooni otsimise kanaliga.

Seal oleks võimalik kajastada ka majutus- ja toitlustusettevõtjaid, kelle olemasolu oli peaaegu pooltele vastanutest oluline. See muudaks külastaja jaoks informatsiooni hankimise kiireks ja lihtsaks. Lisaks looks võimaluse olla teadlik uutest teenustest ja teenusepakkujatest. Lehe loomise ja haldamisega võiks tegeleda Alutaguse vallas töötav ametnik, kelle töökohustuste hulka kuulub valla veebilehe haldamine. Kuna Alutaguse vallal puudub Facebooki kasutaja, siis ei hakkaks erinevad lehed omavahel konkureerima. Teiseks võimaluseks oleks kajastada kohalike turismiettevõtete tegevusi Alutaguse rahvuspargi Facebooki lehel, mille haldamisega tegeleb Keskkonnaamet.

Uuringu ankeeti koostades märkas autor, et teenuseid pakkuvatel ettevõtetel on üldiselt olemas kodulehed ja Facebooki lehed, mis on kena visuaaliga ning mida on mugav kasutada. Lehed on aga otsingumootoritest keeruliselt leitavad ning kasutades märksõnadena näiteks tegevused Alutaguse rahvuspargis, ilmub esimesel lehel viide vaid Iisaku looduskeskusele. Selleks, et ettevõtjad oleksid klientide jaoks paremini leitavad, tuleks tegeleda nende turundamisega, sest uuringu tulemusel selgus, et otsingumootorid olid ühed populaarsemad informatsiooni otsimise kanalid. Lisaks oleks veebilehtedel ja sotsiaalmeedia kanalites võimalik läbi viia kampaaniaid, koguda teavet klientide kohta, täiustada klienditeenindust ja kasutada veebipõhiseid broneerimissüsteeme.

Selleks, et kohalikud ettevõtted klientide jaoks nähtavamaks muuta, oleks üheks võimaluseks liituda Ida-Viru Turismiklastiga, mille eesmärgiks on turundada Ida-Virumaad turismi sihtkohana ja seeläbi suurendada piirkonna külastatavust ja turismitulu. Organisatsioonis tegeletakse aktiivselt ühisturundusega. Lisaks on võimalik viia ettevõtet tutvustavad materjalid Jõhvi Turismiinfokeskusesse, mis pakub turismialast nõu piirkonna külastajatele. (Ida-Viru Ettevõtluskeskus, s.a.) Mainitud võimalused oleks lahenduseks neile, kellel puuduvad piisavad oskused ja ressursid iseseisvalt ettevõtte turundamisega tegeleda. Ida-Viru Ettevõtluskeskus pakub võimalusi ka neile ettevõtjatele, kes soovivad ennast ja oma ettevõtet turunduse valdkonnas iseseisvalt arendada. Organisatsioon korraldab ettevõtjatele erinevaid infopäevi ja koolitusi, mis võimaldavad ettevõtte turundamiseks vajalikke oskuseid omandada ja täiendada.

Eakamate inimeste seas suurenes ajalehtede ja ajakirjade olulisus infokanalina ning seetõttu peaksid kohalikud ettevõtjad turundama antud sihtgrupile suunatud teenuseid ka nendes kanalites. Uuringu tulemusel selgus, et eakamad inimesed soovisid tegeleda näiteks jalutamise, jalgrattaga sõitmise, räätsamatka, orienteerumise, fotojahi, kepikõnni ning linnu- ja loomavaatlusega. Selleks, et vähendada reklaamile kulutatavat summat ning äratada inimestes suuremat huvi, soovitab autor antud sihtgrupile suunatud teenuseid pakkuvatel ettevõtetel ennast ühiselt ajalehtedes ja ajakirjades turundada. Lisaks rahaliste vahendite kokkuhoiule võimaldab see pakkuda kliendile suuremal hulgal rekreatiivseid teenuseid, mis mõjub atraktiivsemalt ning äratav temas suuremat huvi.

Kõige rohkem Alutaguse rahvusparki külastanud üle 50aastastest inimestest elas Ida-Virumaal ja Harjumaal. Seetõttu oleks sobivaks väljaandeks näiteks Alutaguse valla leht, mis tutvustaks piirkonnas pakutavaid teenuseid kohalikule elanikule. Kuna uuringu käigus küsitleti vaid eesti keelt kõnelevaid inimesi, siis oleks teiseks Ida-Virumaal ilmuvaks eestikeelseks ajaleheks Põhjarannik. Harjumaal ilmub maakonnaleht Harju Elu, mis on loetuim kohalik ajaleht piirkonnas. Ajakiri 60+ on suunatud elukogenud inimestele ning selle lugejaskond ulatub üle terve Eesti, kaasaarvatud Harjumaale ja Ida-Virumaale. Olenemata ajakirja nimest, on selle lugejaskonnaks ka alla kuuekümnepaastased inimesed.

Uuringu raames selgus, et vastajate jaoks on oluline tualettide, puhkealade, parklate ja infostendide olemasolu rekreatiivsete teenuste tarbimisel. Uuringu käigus ei uuritud eelnevalt mainitud tegurite olemasolu ja hetkeolukorda Alutaguse rahvusparkis asuvatel avalikel matkaradadel. Seetõttu tuleks järgnevalt uurida külastajate rahulolu Alutaguse rahvusparkis asuvate avalike matkaradadega.

KOKKUVÕTE

Lõputöös otsiti võimalusi rekreatiivsete turismitoodete arendamiseks Alutaguse rahvusparkis. Atraktiivsed turismitooted suurendavad piirkonna külastatavust ning loovad võimaluse eristuda teistest Eesti rahvusparkidest. Külastajate arvu kasv loob uusi võimalusi nii kohalikele ettevõtetele kui ka kogukonnale ning toob piirkonda rohkem tulu.

Loodusturismi populaarsus tõuseb pidevalt ning see aitab elavdada maapiirkondade majandust ja luua uusi töökohti. Samas on loodusturismil ka negatiivseid külgi. See võib kahjustada ümbritsevat looduskeskkonda, põhjustada konflikte kohalike elanike ja külastajate vahel ning tõsta pakutavate teenuste hinnataset. Selleks, et negatiivset mõju vähendada ja ära hoida, on oluline keskenduda sihtkoha säästvale arengule. Olemasolevate ressursside säilitamiseks on loodud rahvusparkid, mille eesmärgiks on kaitsta looduslikke ja kultuurilisi ressursse.

Rekreatiivsed teenused on üheks osaks terviklikust külastuskogemusest. Need pakuvad külastajatele meelelahutust ning parandavad vaimset ja füüsilist tervist. Aktiivsed tegevused on üheks turismitoote osaks. Toode koosneb kõikidest elementidest, mida turist reisil tarbib. Komponendid on nii materiaalsed kui ka mittemateriaalsed ehk erinevad teenused. Külastajatele kvaliteetsete toodete ja teenuste pakkumiseks tuleb tegeleda nende arendamisega ning selleks on loodud erinevaid tööriistu. Üheks mudeliks on topeltteemant, mis koosneb neljast osast ja mis on üheks kõige laialdasemalt kasutatavamaks teenusedisaini tööriistaks. SWOT analüüs pakub esialgset ülevaadet olukorrast ning võimaldab kindlaks määrata probleemid, mille lahendamisega tuleb tegeleda.

Selleks, et selgitada välja Alutaguse rahvusparkis pakutavate rekreatiivsete turismitoodete arendamisvõimalusi, kaardistati sihtkohas pakutavate rekreatiivsete

võimaluste hetkeolukord ning viidi kaitseala külastajate ja potentsiaalsete külastajate seas läbi uuring. Selle läbiviimiseks kasutati küsitlusmeetodit ning andmeid koguti elektroonilise ankeedi abil. Ankeet koosnes 19st küsimusest, mis tuginesid läbitöötatud teooriale. Küsimustiku koostamisel võeti aluseks Alberto Trobia küsimustiku moodustamise tehniline mudel. Andmete kogumine ja analüüsimine toimus perioodil 02.03.2020-22.03.2020. Andmete analüüsimiseks kasutati statistilist ja sisuanalüüsi. Uuringus osales 181 inimest, kellest 92 olid Alutaguse rahvusparki külastanud.

Uuringu tulemusel selgus, et enamus vastajatest harrastasid rekreatiivseid tegevusi sageli, kuid eelistasid lühema kestusega ja soodsama hinnaga teenuseid. Olenemata vastaja soost või vanusest sooviti tegeleda peamiselt igapäevasemate tegevustega, milleks olid jalutamine ja jalgrattaga sõitmine. Neid harrastati koos sõpradega, abikaasa või elukaaslasega ning üksinda. Informatsiooni rekreatiivsete tegevuste kohta otsiti sotsiaalmeediast, otsingumootoritest ning sõpradelt ja tuttavatelt. Kõige olulisemateks teguriteks rekreatiivsete teenuste tarbimisel peeti parklate, tualettide, puhkealade ja infostendide olemasolu.

Veidi üle poole kõigist vastajatest olid Alutaguse rahvusparki külastanud. Nendest enamus olid seda teinud rohkem kui ühe korra. Lisaks hinnati rahvuspargis pakutavaid rekreatiivseid teenuseid, mida oli kokku 18. Selgus, et 33 vastajat ei olnud kasutanud mitte ühtegi teenust. Kõige rohkem olid külastajad kasutanud seiklusradu Alutaguse Seikluspargis ja kõige vähem harrastati ratsutamist Vaikla Puhkekeskuses. Inimesed, kes olid pakutavaid teenuseid kasutanud, hindasid peaaegu kõikide nende kvaliteeti heaks. Kõige vähem olid kasutajad rahul kalastamisega Vaikla Puhkekeskuses. Kõik kasutajad jäid rahule mobiilse orienteerumisega Alutaguse Puhke- ja Spordikeskuses. Lisaks selgus, et 53 inimest 92st soovitasid Alutaguse rahvusparki oma sõpradele ja tuttavatele.

Tuginedes teooriale ja uuringu tulemustele esitas autor kohalikele ettevõtjatele, Riigimetsa Majandamise Keskusele, Keskkonnaametile ja kohalikule omavalitsusele ettepanekud rekreatiivsete turismitoodete arendamiseks Alutaguse rahvuspargis. Piirkonnas tuleks suurendada lühema kestusega ja soodsama hinnaga rekreatiivsete tegevuste (nt jalgrattaga sõitmine, räätsa- ja kanuumatkad) valikut. Lisaks soovib suur

hulk inimesi harrastada rekreatiivseid tegevusi (nt fotojaht, kepikõnd, ekskursioonid koos giidiga jne) aastaringselt. Neid soovivad harrastada peamiselt keskealised ja vanemad inimesed ning seetõttu tuleks teenuste arendamisel arvestada nende soovide ja vajadustega. Kuna suur osa inimestest tegeleb aktiivsete tegevustega üksinda, siis tuleks tähelepanu pöörata individuaalselt harrastatavate tegevuste arendamisele (nt jalutamine, jalgrattaga sõitmine, kettagolf, seiklusrajad) ja nende valiku suurendamisele. Üheks võimaluseks oleks luua piirkonda rajad, mis ei oleks füüsiliselt loodusesse märgitud, kuid mida oleks võimalik läbida kaardi abiga.

Selleks, et pakkuda külastajatele mugavat külastuselamust, tuleks arendada pakette. Inimesed, kes on valmis sõitma kodust kaugemale, eelistavad pikema kestusega rekreatiivseid tegevusi ning soovivad tarbida ka majutus- ja toitlustusteenust. Seetõttu on oluline ettevõtetevaheline koostöö, kuna terviklik pakett peab koosnema mitmetest teenustest ning Alutaguse rahvusparkis pakuvad neid erinevad ettevõtted. Selleks, et klientidel oleks parem ülevaade piirkonnas pakutavatest võimalustest, tuleks luua sotsiaalmeedia leht, mis koondaks kõik piirkonna ettevõtted ja tutvustaks nende teenuseid. Autor soovitas ettevõtetel liituda Ida-Viru Turismiklastriga ja osaleda Ida-Viru Ettevõtluskeskuse poolt pakutavatel koolitustel. Lisaks tuleks eakamatele inimestele suunatud teenuseid turundada aktiivsemalt ajalehtedes ja ajakirjades.

Tuginedes teoreetilistele allikatele ja uuringu tulemustele said püstitatud ülesanded ning eesmärk täidetud. Koostatud järeldused ja ettepanekud on kasulikud kohalikele ettevõtjatele, Riigimetsa Majandamise Keskusele, Keskkonnaametile ja kohalikule omavalitsusele rekreatiivsete turismitoodete arendamiseks Alutaguse rahvusparkis. Lisaks võivad uuringu tulemused anda vajalikku informatsiooni teistele Eesti rahvusparkidele ja ettevõtetele, kes pakuvad või planeerivad pakkuda oma tooteid või teenuseid kaitsealadel. Järgnevalt soovitab autor uurida külastajate rahulolu piirkonnas asuvate avalike matkaradadega, sest uuringu tulemusel selgus, et inimeste jaoks oli oluline tualettide, puhkealade, parklate ja infostendide olemasolu rekreatiivsete teenuste tarbimisel. Lõpetuseks soovib autor tänada uuringus osalenud inimesi ning juhendajat.

VIIDATUD ALLIKAD

- Andres, L. (2012). Survey Formats. In *Designing & Doing Survey Research* (pp. 45-59). <https://dx-doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.4135/9781526402202.n4>
- Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213-224. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.005>
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Caglayan, I., Yesil, A., Cieszewski, C., Gül, F. K., & Kabak, Ö. (2020). Mapping of recreation suitability in the Belgrad Forest Stands. *Applied Geography*, 116, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2020.102153>
- Csirmaz, E., & Pető, K. (2015). International Trends in Recreational and Wellness Tourism. *Procedia Economics and Finance*, 32, 755-762. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01458-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01458-6)
- Design Council. (2015). Design methods for developing services – and introduction to service design and a selection of service design tools. Retrieved from <https://urlzs.com/YdRx>
- Dodds, R., Graci, S. R., & Holmes, M. (2009). Does the tourist care? A comparison of tourists in Koh Phi Phi, Thailand and Gili Trawangan, Indonesia. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 207-222. doi:10.1080/09669580903215162
- Eger, L., & Micik, M. (2017). Customer-oriented communication in retail and Net Promoter Score. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 142-149. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.12.009>
- Haegeli, P., & Pröbstl-Haider, U. (2016). Research on personal risk in outdoor recreation and nature-based tourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 13, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2016.02.001>

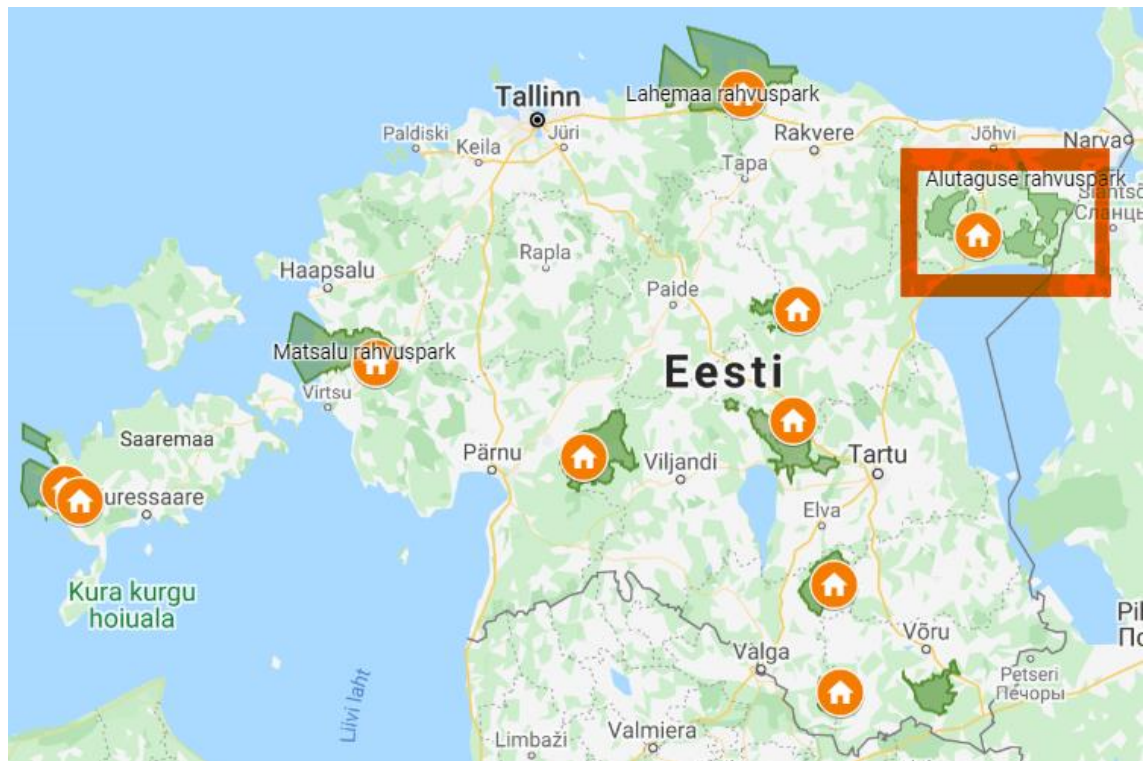
- Highfill, T., & Franks, C. (2019). Measuring the U.S. outdoor recreation economy, 2012–2016. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 27, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2019.100233>
- Ida-Viru Ettevõtluskeskus. (s.a.). Turismiklaster. Loetud aadressil <https://ivek.ee/programmid/turismiklaster/>
- International Union for Conservation of Nature. (n.d.). Category II: National Park. Retrieved from <https://www.iucn.org/theme/protected-areas/about/protected-areas-categories/category-ii-national-park>
- Keskkonnaamet. (s.a.). Alutaguse rahvuspark. Loetud aadressil <https://www.kaitsealad.ee/est/alutaguse-rahvuspark>
- Keskkonnaministeerium. (2018). Eestis on tänasest uus rahvuspark – Alutaguse rahvuspark. Loetud aadressil <https://www.envir.ee/et/uudised/eestis-tanasest-uus-rahvuspark-alutaguse-rahvuspark>
- Komossa, F., Wartmann, F. M., Kienast, F., & Verburg, P. H. (2020). Comparing outdoor recreation preferences in peri-urban landscapes using different data gathering methods. *Landscape and Urban Planning*, 199, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2020.103796>
- Komppula, R. (2001). New product development in tourism companies – case studies on nature-based activity operators. *10th Nordic Tourism Research Symposium, Finland, 18-20 October 2001* (pp. 1-20). Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.461.8918&rep=rep1&type=pdf>
- Koutoulas, D. (2015). Understanding the Tourism Product. *Interim symposium of the Research Committee on International Tourism (RC 50) of the International Sociological Association (ISA) on the topic: “UNDERSTANDING TOURISM - THEORETICAL ADVANCES”*. doi: 10.13140/RG.2.1.2250.4806
- Lavrakas, P. J. (2008). *Encyclopedia of Survey Research Methods*. <https://dx.doi.org/10.4135/9781412963947>
- Leung, Y. F., Spenceley, A., Hvenegaard, G., Buckley, R., & Groves, C. (2018). *Tourism and visitor management in protected areas: guidelines for sustainability*. Switzerland: IUCN. <https://doi.org/10.2305/IUCN.CH.2018.PAG.27.en>

- Lewis-Beck, M. S., Bryman, A. & Liao, T. F. (2004). Purposive Sampling. In *The SAGE Encyclopedia of Social Science Research Methods* (pp. 884-885). <https://dx-doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.4135/9781412950589.n774>
- Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. (2013). *Eesti riiklik turismiarenduskava 2014-2020*. Loetud aadressil <https://www.riigiteataja.ee/aktiis/3191/1201/3015/lisa.pdf#>
- Margaryan, L., & Fredman, P. (2017). Bridging outdoor recreation and nature-based tourism in a commercial context: Insights from the Swedish service providers. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 84-92. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2017.01.003>
- Mathison, S. (2005). Content Analysis. In *Encyclopedia of Evaluation*. <https://dx-doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.4135/9781412950558.n107>
- Matilainen, A., & Lähdesmäki, M. (2014). Nature-based tourism in private forests: Stakeholder management balancing the interests of entrepreneurs and forest owners?. *Journal of Rural Studies*, 35(7), 70-79. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2014.04.007>
- Namugenyi, C., Nimmagadda, S. L., & Reiners, T. (2019). Design of a SWOT Analysis Model and its Evaluation in Diverse Digital Business Ecosystem Contexts. *Procedia Computer Science*, 159, 1145-1154. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.283>
- Puhakka, R., & Saarinen, J. (2013). New Role of Tourism in National Park Planning in Finland. *The Journal of Environment & Development*, 22(4), 411-434. doi: 10.1177/1070496513502966
- Puhka Eestis. (s.a.). Rahvuspargid ja looduskeskused. Loetud aadressil <https://www.puhkaeestis.ee/et/erilised-elamused/aktiivne-puhkus-ja-seiklus/rahvuspargid-ja-kaitsealad>
- Puhka Eestis. (s.a.). Turismi programm 2021-2024. Loetud aadressil <https://www.puhkaeestis.ee/et/turismiprofessionaalile/turismi-suur-plaan-kuni-2024/hea-eesti-turismi-edendaja>
- Reisenbuk, K. (2018). Eesti sai Alutagusele uue rahvuspargi. Postimees. Loetud aadressil <https://heureka.postimees.ee/6461219/eesti-sai-alutagusele-uue-rahvuspargi>

- Riigimetsa Majandamise Keskus. (s.a.). Külastajaseire RMK-s. Loetud aadressil https://kaitsealad.ee/sites/default/files/Vilsandi%20rahvuspark/Materjalid%2C%20e-sitlused/K%C3%BClastajaseire%20RMKs_%20Vilsandi.pdf
- Rocha, M. S. R., & Caldeira-Pires, A. (2019). Environmental product declaration promotion in Brazil: SWOT analysis and strategies. *Journal of Cleaner Production*, 235, 1061-1072. doi: 10.1016/j.jclepro.2019.06.266
- Ruel, E., Wagner III, W. E., & Gillespie, B. J. (2016). Introduction to Survey Research. In *The Practice of Survey Research: Theory and Applications* (pp. 2-10). <https://dx-doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.4135/9781483391700.n1>
- Salerno, F., Viviano, G., Manfredi, E. C., Caroli, P., Thakuri, S., & Tartari, G. (2013). Multiple Carrying Capacities from a management-oriented perspective to operationalize sustainable tourism in protected areas. *Journal of Environmental Management*, 128, 116-125. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2013.04.043>
- Sausser, B., Monz, C., Dorsch, T. E., & Smith, J. W. (2019). The formation of state offices of outdoor recreation and an analysis of their ability to partner with federal land management agencies. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 27, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2019.100232>
- Schirpke, U., Scolozzi, R., Da Re, R., Masiero, M., Pellegrino, D., & Marino, D. (2018). Recreational ecosystem services in protected areas: A survey of visitors to Natura 2000 sites in Italy. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 21, 39-50. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2018.01.003>
- Shafiee, S., Hasanzadeh, A., Rajabzadeh Ghatari, A., & Jahanyan, S. Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 31, 287-300. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.06.002>
- Sinclair, M., Mayer, M., Woltering, M., & Ghermandi, A. (2020). Using social media to estimate visitor provenance and patterns of recreation in Germany's national parks. *Journal of Environmental Management*, 263, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2020.110418>
- Sisneros-Kidd, A. M., Monz, C., Hausner, V., Schmidt, J., & Clark, D. (2019). Nature-based tourism, resource dependence, and resilience of Arctic communities: framing complex issues in a changing environment. *Journal of Sustainable Tourism*, 8, 1259-1276. doi: 10.1080/09669582.2019.1612905

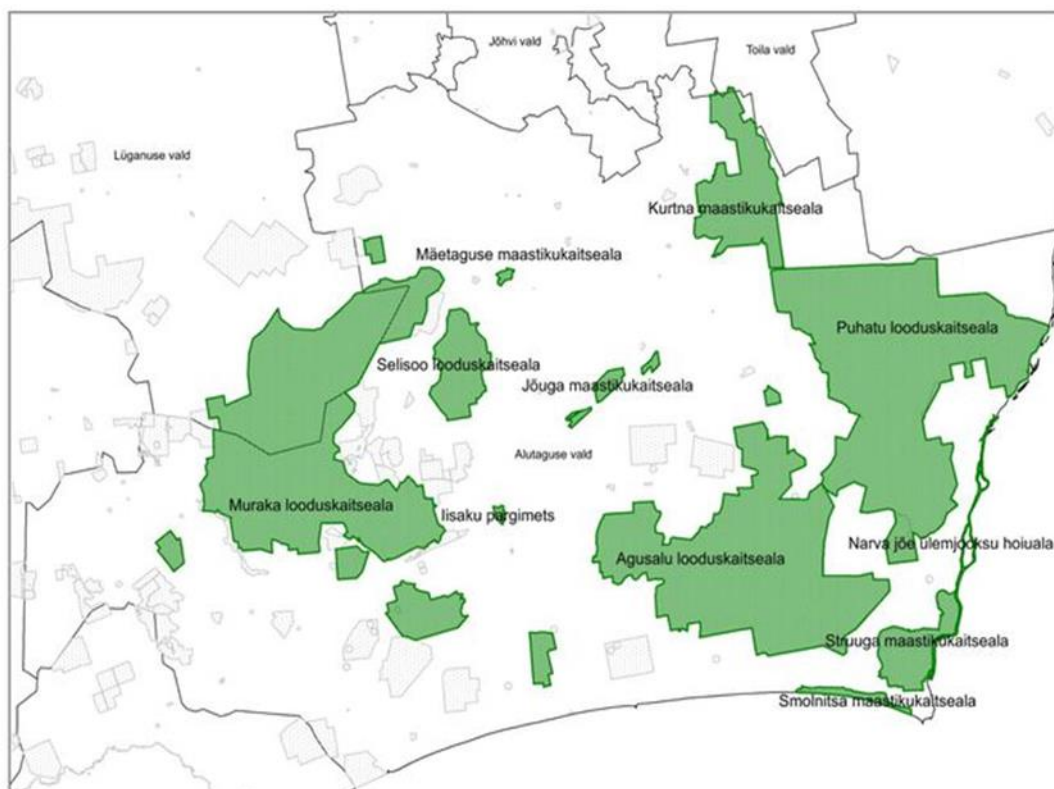
- Smith, A. (2016). Exercise is recreation not medicine. *Journal of Sport and Health Science*, 5(2), 129-134. <https://doi.org/10.1016/j.jsbs.2016.03.002>
- Statistikaamet. (2020). Keskmise brutokuupalk. Loetud aadressil <https://www.stat.ee/stat-keskmise-brutokuupalk>
- Suárez, M., Barton, D. N., Cimburova, Z., Rusch, G. M., Gómez-Baggethun, E., & Onaindia, M. (2020). Environmental justice and outdoor recreation opportunities: A spatially explicit assessment in Oslo metropolitan area, Norway. *Environmental Science & Policy*, 108, 133-143. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2020.03.014>
- Tyrväinen, L., Uusitalo, M., Silvennoinen, H., & Hasu, E. (2014). Towards sustainable growth in nature-based tourism destinations: Clients' views of land use options in Finnish Lapland. *Landscape and Urban Planning*, 122, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2013.10.003>
- Wang, H., & Liou, S. (2018). Empathy: Its Proximate and Ultimate Bases in Advancing Technology. *2018 International Conference on Orange Technologies (ICOT) held in Nusa Dua, Indonesia, 1-4 October 2018*. doi: 10.1109/ICOT.2018.8705889
- Willibald, F., van Strien, M. J., Blanco, V., & Gret-Regamey, A. (2019). Predicting outdoor recreation demand on a national scale – The case of Switzerland. *Applied Geography*, 113, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2019.102111>
- Xu, J. B. (2010). Perceptions of tourism products. *Tourism Management*, 31(5), 607-610. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.011>
- Yüksel, I., & Dağdeviren, M. (2007). Using the analytic network process (ANP) in a SWOT analysis – A case study for a textile firm. *Information Sciences*, 177(16), 3354-3382. <https://doi.org/10.1016/j.ins.2007.01.001>

Lisa 1. Alutaguse rahvuspargi paiknemine Eesti kaardil



Allikas: Keskkonnaamet, s.a.

Lisa 2. Alutaguse rahvuspargi kaart



Allikas: Reisenbuk, 2018

Lisa 3. Uuringu ankeet

Lugupeetud Alutaguse rahvuspargi külastaja/potentsiaalne külastaja

Palun teil osaleda uuringus, mille eesmärk on arendada Alutaguse rahvuspargis külastaja soovidest ja vajadustest lähtuvaid rekreatiivseid turismitooteid. Küsimustik on anonüümne ja koosneb 19 küsimusest. Uuringu tulemusi kasutatakse üldistatud kujul lõputöös „Rekreatiivsete turismitoodete arendamine kaitsealadel Alutaguse rahvuspargi näitel“.

Küsimuste korral palun võtke minuga ühendust telefoni või meili teel.

Eva Linda Roost

Tartu Ülikooli Pärnu kolledž

E-post: roost.evalinda@gmail.com

Tel: +372 5303 2470

MÕISTED JA JUHISED

Rekreatiivsed teenused – kõiki inimese lõbustamiseks mõeldud vaba aja tegevused, mis hõlmavad endas teatud füüsilist koormust ning mis toimuvad looduskeskkonnas. Teenused võivad olla nii tasulised kui ka tasuta. Näiteks matkamine, telkimine, kalastamine jne.

Valikvastustega küsimuste korral valige palun üks vastusevariant, kui küsimuse juures pole märgitud teisiti.

1. Kui sageli harrastate rekreatiivseid tegevusi?

- | | |
|----------------------|-----------------------------|
| • Mitu korda nädalas | • Ühe korra 1-3 kuu jooksul |
| • Korra nädalas | • Ühe korra 6 kuu jooksul |
| • Mõne korra kuus | • Korra aastas |
| • Korra kuus | • Vähem kui korra aastas |

Lisa 3 järg

2. Kust otsite informatsiooni rekreatiivsete teenuste ja tegevuste kohta? (märkige kõik sobivad vastused)

- Internetist
- Sotsiaalmeediast (nt Facebook)
- Sõpradelt ja tuttavatelt
- Turismiinfopunktidest
- Ajalehest / ajakirjast
- Puhka Eestis
- Visitestonia.com
- Reisikorraldajatelt

3. Kellega koos harrastate rekreatiivseid tegevusi looduses? (märkige kõik sobivad vastused)

- Perekonnaga, kuhu kuuluvad eelkooliealised lapsed
- Perekonnaga, kuhu kuuluvad 7-18 aastased lapsed
- Abikaasaga/elukaaslasega
- Muu (palun täpsustage).....
- Töökaaslastega
- Sõpradega
- Lemmikloomaga
- Üksinda

4. Millisel aastaajal eelistate looduses rekreatiivsete tegevustega tegeleda? (märkige kõik sobivad vastused)

- Kevad
- Suvi
- Sügis
- Talv

5. Kui kaua võiks rekreatiivne tegevus kesta?

- 1-2 tundi
- 2-4 tundi
- 1 päev
- Mitu päeva

6. Milliste rekreatiivsete tegevustega tegelete või soovite tegeleda? (märkige kõik sobivad vastused)

- Jalutamine
- Kepikõnd
- Suusatamine
- Jalgrattaga sõitmine
- Orienteerumine
- Ekskursioonid koos giidiga

Lisa 3 järg

- Rulluisutamine
- Uisutamine
- Linnu- ja loomavaatlus
- Paintball
- Räätsamatk
- Tõukekelgumatk
- Vibulaskmine
- Muu (palun täpsustage).....
- Kalastamine
- Mootorsaanimatk
- Kanuumatk
- Ratsutamine
- Fotojaht
- Discgolf
- Ellujäämiskursus looduses

7. Andke hinnang järgnevate tegurite olulisusele rekreatiivsete teenuste ja tegevuste kasutamisel. (märkige rist sobivasse lahtrisse)

Tegurid	Oluline	Pigem oluline	Pigem vähem oluline	Ei ole oluline	Ei oska öelda
Parkla olemasolu					
Ligipääs ühistranspordiga					
Puhkealade olemasolu					
Tualett					
Infostendid					
Juhendaja					
Võimalused lastele					
Võimalused erivajadustega inimestele					
Võimalus harrastada tegevust lemmikloomaga					
Varustuse rent					
Toitluskoha olemasolu					
Majutusvõimalus					

Lisa 3 järg

8. Kui kaugele olete valmis oma kodust sõitma, et rekreatiivseid teenuseid tarbida?

- 0-2 km
- 2-10 km
- 10-30 km
- 30-50 km
- 50-100 km
- Rohkem kui 100 km

9. Kui palju olete valmis rekreatiivsete teenuste eest tasuma? (hind ühe inimese kohta)

- Soovin tarbida teenuseid tasuta
- 5-10€
- 11-20€
- 21-30€
- 31-50€
- 51-100€
- Rohkem kui 100€

10. Kas te olete Alutaguse rahvusparki külastanud või planeerite seda teha tulevikus?

- Olen Alutaguse rahvusparki külastanud
- Planeerin Alutaguse rahvusparki külastada tulevikus
- Ma ei planeeri ka tulevikus Alutaguse rahvusparki külastada

*** KÜSIMUSTELE VASTAKE JUHUL, KUI OLETE ALUTAGUSE RAHVUSPARKI KÜLASTANUD**

11. Mitu korda olete Alutaguse rahvusparki külastanud?*

- 1 korra
- 2 korda
- 3-5 korda
- Rohkem kui 5 korda

Lisa 3 järg

12. Palun hinnake järgnevaid Alutaguse rahvusparkis pakutavaid rekreatiivseid tegevusi.*

Tegevus	Ei ole kasutanud	Väga rahul	Pigem rahul	Osaliselt rahul / osaliselt mitte	Pigem ei ole rahul	Ei ole rahul
Ratsutamine Vaikla Puhkekeskuses						
Kalastamine Vaikla Puhkekeskuses						
Mäetaguse mõisa poolt pakutav piknik Selisoo rabas						
Seiklusrajad Alutaguse Seikluspargis						
Tuubitamine Alutaguse Seikluspargis						
Vibulaskmine Alutaguse Puhke- ja Spordikeskuses						
Suusatamine Alutaguse Puhke- ja Spordikeskuses						
Discgolf Alutaguse Puhke- ja Spordikeskuses						
Mobiilne orienteerumine Alutaguse Puhke- ja Spordikeskuses						
Alutaguse Matkaklubi jalgsimatkad						
Alutaguse Matkaklubi räätsamatkad						

Lisa 3 järg

Tegevus	Ei ole kasutanud	Väga rahul	Pigem rahul	Osaliselt rahul / osaliselt mitte	Pigem ei ole rahul	Ei ole rahul
Alutaguse Matkaklubi seiklusmatkad						
Alutaguse Matkaklubi kanuumatkad						
Alutaguse Matkaklubi tõukerattamatkad						
Alutaguse Matkaklubi looduvaatlus- ja korilusmatkad						
Alutaguse Matkaklubi talvematkad						
Iisaku Looduskeskuse õppeprogrammid						
Iisaku Kihelkonna Muuseumi loodusprogrammid						

13. Kui tõenäoliselt soovitaksite oma sõpradele/tuttavatele rekreatiivsete tegevuste harrastamiseks Alutaguse rahvusparki?*(märkige rist sobivasse lahtrisse)

1 (Ei soovita)	2	3	4	5	6	7	8	9	10 (Soovitan)

14. Miks te soovitate / ei soovita teistel Alutaguse rahvusparki külastada?*

.....

Lisa 3 järg

15. Sugu

- Naine
- Mees

16. Vanus

.....

17. Millises maakonnas te elate?

- | | | | |
|---------------|------------|------------|---------------|
| • Harjumaa | • Järvamaa | • Põlvamaa | • Tartumaa |
| • Hiiumaa | • Läänemaa | • Pärnumaa | • Valgamaa |
| • Ida-Virumaa | • Lääne- | • Raplamaa | • Viljandimaa |
| • Jõgevamaa | Virumaa | • Saaremaa | • Võrumaa |

18. Kas teil on lapsi?

- | | | |
|----------|----------|---------------------|
| • Ei ole | • 2 last | • 4-5 last |
| • 1 laps | • 3 last | • Rohkem kui 5 last |

19. Kui suur on teie kuu bruto sissetulek?

- 0-300€
- 301-500€
- 501-700€
- 701-900€
- 901-1200€
- 1201-1600€
- 1601-2000€
- Rohkem kui 2000€
- Ei soovi vastata

Lisa 4. Näidispakett „Nädalavahetus Alutagusel“

Reedel on inimestel enamasti tööpäev ja seetõttu sellele päevale rekreatiivseid tegevusi planeeritud ei ole. Kliendid saavad alates kella 15.00 ennast sisse seada Vaikla Puhkekeskusesse, kus ööbitakse kuni pühapäevani. Puhkekeskuses on soovi korral võimalik ratsutada ja kala püüda. Seal on olemas ka supluskoht ja võimalus piljardit mängida. Süüa on klientidel võimalik valmistada nii ise kui ka osta kompleksi kuuluvast kohvikust. Kuna enamus inimesi külastas Alutaguse rahvusparki isikliku sõiduautoga, siis ei sisalda pakett transporti ning ettevõtete vahel tuleb liikuda isikliku sõiduautoga või mõne teise liikumisvahendiga.

Suvisel perioodil (01.06-31.08) on laupäeviti võimalik külastada Iisaku Kihelkonna Muuseumi. Seejärel suundutakse Alutaguse seiklusparki, kus on 5 erineva raskusastmega rada, mille seast saab igaüks valida endale sobiva. Lisaks on seal võimalik kogeda trossisõitu üle järve ning tuubitada suvisel rajal. Alutaguse Puhke- ja Spordikeskuses on olemas kohvik, kus on võimalik endale sobival ajal einestada. Peale aktiivseid tegevusi suundutakse tagasi majutuskohhta. Õhtul on võimalik einestada Mäetaguse mõisahotelli restoranis Rosen või valmistada endale õhtusöök puhkemaja köögis. Pühapäeval tuleb enne kella 12.00 Vaikla Puhkekeskusest lahkuda. Seejärel on võimalik osaleda Alutaguse Matkaklubi poolt korraldatud matkal. Valikus on jalgsi-, räätsa-, seiklus-, kanuu-, tõukeratta-, loodusvaatlus- ja talvematkad. Sobiv matk valitakse välja paketti broneerides. Peale matka on võimalik einestada Alutaguse Puhke- ja Spordikeskuse kohvikus või suunduda otse koju.

SUMMARY

DEVELOPING RECREATIONAL TOURISM SERVICES IN PROTECTED AREAS BASED ON THE EXAMPLE OF ALUTAGUSE NATIONAL PARK

Eva Linda Roost

Customers demand for nature related experiences and activities is growing. As a result of this, demand for nature tourism and recreational activities is increasing and popularity of national park is increasing. So the nature tourism is one of the fastest growing tourism sectors in the world. Additionally, nature tourism has significant impact on the economy of rural areas as the income usually stays in the region. Protected areas support offering of recreational services which is important as people are increasingly looking to find the connection with nature to offset the stress cause by high tempo of everyday life. Hence, the importance of recreational activities has increased.

One of the destinations with potential to offer customers nature related experiences and recreational activities is Alutaguse national park. It was established in 2018. Total area of national park is 43 568 ha and it was established on basis of 11 protected areas. Creation of national park helped to make the area into one systematical natural and heritage culture complex. As it is a new national park, there have been no attempts to develop it as a whole. Demands and goals have changed with the creation of the national park.

Current thesis focused on the recreational services and opportunities to develop those services as currently Alutaguse national park lacks this kind of services. Based on that, following problem question was formed: “What are the possibilities to develop recreational tourism services in national parks?”. The aim of the thesis was to present local entrepreneurs State Forest Management Service, Republic Of Estonia Environmental Board and local municipalities suggestions to improve and develop

recreational tourism services in Alutaguse national park. Research questions of the thesis were : “What is the behaviour of visitors in consuming recreational tourism services?” and “How do visitors rate the recreational services offered in Alutaguse national park?”.

Nature tourism also has negative effects. It might harm the surrounding natural environment, cause conflicts between local residents and visitors and it could increase price levels of offered services. National parks are created to sustain existing resources and one part of holistic visiting experience are recreational services which offer entertainment and increase both mental and physical health of visitors. Additionally, active services are one part of tourism product which includes all the elements that visitor is consuming during the visit. In order to offer high quality goods and services, development of those is necessary. There are multiple tools for this. One of the models used is called double-diamond. SWOT analysis offers general overview of the situation and to identify issues which need to be addressed.

In order to find development opportunities for recreational services offered in Alutaguse national park the current situation in the destination area was mapped and questionnaire was conducted among visitors and potential visitors. Method for that was an electronic survey and data was collected through electronical questionnaire. It comprised of 19 questions that were based on theoretical framework. Alberto Trobia technical model for creating questionnaire was used as foundation. Collection and analysis of the data took place in period of 02.03.2020-22.03.2020. Statistical and content analysis were used in the process. Total of 181 people took part in the survey out of them 92 had visited Alutaguse national park.

Study concluded that most of the people who answered undertake recreational activities often but prefer activities that take shorter time and are available for lower price. With no differentiation between the sex of respondents the preference is to undertake common activities such as walking and biking. Those activities are undertaken with friends, spouses or life partners and also alone. Information about various activities are looked up from social media, search engines and from friends and acquaintances. Most important factors for consuming recreational activities were existence of parking space, toilets, resting areas and information displays.

Slightly over half of the respondents had visited Alutaguse national park. Most of respondents had visited it more than once. In questionnaire respondents rated 18 different re creative activities. From all respondents 33 had not tried any of the services offered. Respondents who had used the services evaluated the quality of all of them to be high. Additionally, it was concluded that 53 out of 92 respondents would suggest Alutaguse national park to their friends and acquaintances.

Based on theory and results of the survey, author presented the suggestions for developing recreational services in Alutaguse national park. Offerings for shorter duration and lower cost activities such as biking, canoeing and snowshoe hikes should be increased. Additionally, large share of visitors would prefer to undertake recreational activities such as photo hunt, power walking, guided tours etc all year round. As large share of visitors undertake activities alone, emphasis should be put on developing and diversifying offerings that are orientated for individual consumption such as walking, biking, disc golf and adventure parks. One possible idea would be to create tracks that are not physically marked into nature but which could be followed with guidance of maps.

In order to offer visitors convenient visiting experience package of activities and solutions should be created. People who are willing to travel further from home prefer activities with longer duration and are interested in catering and accommodation services. As the holistic bundle should include number of various services, co-operation between various enterprises offering the services is essential. Furthermore, to offer better overview of possibilities and activities in the region to clients, a social media page including information about all the relevant information should be created. Author of the thesis suggested entrepreneurs to join Ida-Virumaa Tourism Cluster and to actively participate in Ida-Virumaa Entrepreneurship center lectures.

Based on the theoretical framework and results of the survey the set goals and aims were achieved. As a next step author advises to study visitors satisfaction with the hiking tracks in the area, because as was concluded from the results of the survey - existence of toilets, resting areas, parking lots and informational boards was important factor in being satisfied with recreational services offered.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Eva Linda Roost,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose – Rekreatiivsete turismitoodete arendamine kaitsealadel Alutaguse rahvusparki näitel, mille juhendaja on Tatjana Koor, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Eva Linda Roost

20.05.2020