

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Karin Pungas

**TERVISETURISMITOODETE ARENDAMINE  
SPAAHOTELLIDES VÄRSKA  
KUURORTRAVIKESKUSE NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Inna Bentsalo, MA

Pärnu 2020

Soovitan suunata kaitsmisele

Inna Bentsalo

/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.

Karin Pungas

/digiallkirjastatud/

## SISUKORD

|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Sissejuhatus .....                                                                  | 4  |
| 1. Terviseturism ja terviseturismitoodete arendamine spaahotellides .....           | 7  |
| 1.1. Terviseturismi mõisted ja käsitlused .....                                     | 7  |
| 1.2. Terviseturismi globaalne mõju ja arengusuundumused .....                       | 11 |
| 1.3. Terviseturismitoodete arendamine spaahotellides.....                           | 15 |
| 2. Terviseturismitoodete arendamine Värskas kuurortravikeskuses .....               | 18 |
| 2.1. Terviseturismi hetkeolukord Eestis ja ülevaade Värskas Kuurortravikeskusest .. | 18 |
| 2.2. Uuringu kirjeldus, meetod ja korraldus .....                                   | 21 |
| 2.3. Uuringu analüüs .....                                                          | 24 |
| 2.4. Järeldused ja ettepanekud .....                                                | 35 |
| Kokkuvõte .....                                                                     | 42 |
| Viidatud allikad .....                                                              | 45 |
| Lisad .....                                                                         | 49 |
| Lisa 1. Värskas Kuurortravikeskuses pakutavad terviseturismiteenused .....          | 50 |
| Lisa 2. Ankeetküsitlus .....                                                        | 51 |
| Summary .....                                                                       | 59 |

## SISSEJUHATUS

Terviseturism on üks kiiremini arenevaid turismisektoreid maailmas (Hall, 2011, lk 5). 2018. aastal hinnati terviseturismi väärtuseks ligikaudu 17 miljonit USA dollarit ning aastaks 2024 prognoositakse selle väärtuseks üle 27 miljoni USA dollari. (Mordor Intelligence, n.d.) Terviseturism võimaldab inimestel tarbida terviseturismiteenuseid kiiremini, odavamalt, ilma regulatsioonide ning ühiskondliku hukkamõistuta (Ormond, 2011). Terviseturism on stabiilne ja hooajalisust vähendav turismiliik, kuna terviseturismitoodete tarbimist ei mõjuta kliima. Seega jätkub terviseturismisektori tegevus ka konkreetse sihtkoha hooajavälisel ajal ning elavdab sihtkoha majandust. (Fink, 2018)

Oma ressursside tõttu peetakse turismimajandust üheks reaalsematest pikaajalise väljavaatega majandussektoriks. Lisaks aitab turismimajandus elustada ka maapiirkondi, luues sinna töökohti ning vajalikke ressursse, et arendada kohalikku elu. (Filip, Mateoc-Sirb & Csoz, 2019, lk 153) 2017. aastal oli kõikide terviseturismirajatiste hulgas ainuüksi spaasid üle 149 000 (Global Wellness Institute, 2018, lk 12). See tähendab, et ajaga üha enam nõudlikumaks ja teadlikumaks muutunud turistil on suur valik terviseturismi sihtkohti ning viimastel on järjest rohkem vaja pingutada, et püsida konkurentsis. Seetõttu on oluline tunda oma kliente ning arendada vastavalt neile oma pakutavaid tooteid ja teenuseid. Sellest tulenevalt ja eelnevat arvesse võttes, on antud töö probleemküsimuseks: millised võimalused on terviseturismitoodete arendamiseks spaahotellides? Antud töös leitakse probleemküsimusele lahendusi Värskas Kuurortravikeskuse näitel ning terviseturismitoodet käsitletakse kui terviklikku toodet, mille hulka kuuluvad nii terviseturismiteenused (protseduurid jms) kui ka majutus, toitlustus ning vaba aja veetmise võimalused.

Kuna Eesti turismimajandus on hooaegadest väga sõltuv (Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium, 2013) ning kliimasoojenemine vähendab omakorda

hooaegade stabiilsust (Thomson, 2009, lk 391), on nende mõju vähendamiseks heaks võimaluseks arendada terviseturismimajandust. Ka Turismiarengukavas (Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium, 2013) on kõikide sihtturgude huvisfääris nimetatud terviseturismiarendus. Terviseturismiasutuseks on paljude hulgas ravispaad, nagu seda on ka Värskas Kuurortravikeskus Setomaal. Kuna Värskas Kuurortravikeskus jääb eemale suurematest linnadest ja asub turistide mõistes tavapärastest sihtkohtadest kaugel, lisaks on sellel ka vananenud sanatooriumi kuivand, on tarvis arendada sealseid spaateenuseid, et Kuurortravikeskus oleks atraktiivne terviseturistidele.

Vastavalt turismialasele tagasisidel põhinevale veebilehele Tripadvisor.com, on 15% tagasisidet andnud külalistest hinnanud Värskas Veekeskuse (osa Värskas sanatooriumist) keskmise vääriliseks, 21% aga väga heaks. Suurepäraseks on hinnanud 63% külastajateks. Siiski tuuakse sagedasti välja uuenduste vajalikkust ja veekeskuse ruumi vähesust. Venemaalt pärit kliendid leiavad, et asukoht on soodne, kuna asub piiri ääres, mis on aga teistele turistidele keerukas, kuna asub suurematest linnadest kaugel. (Tripadvisor, *n.d.*)

Lõputöö eesmärk on tuginedes teoreetilistele seisukohtadele ja uuringu tulemustele, esitada Värskas Kuurortravikeskusele ettepanekud terviseturismitoodete arendamiseks. Eesmärgi täitmiseks sõnastatakse järgnev uurimisküsimus: „Millised on külastajate ootused ja vajadused terviseturismitoodetele Värskas Kuurortravikeskuses?“

Lähtudes uurimisprobleemist, töö eesmärgist ja uurimisküsimusest on püstitatud järgmised uurimisülesanded:

- 1) Anda ülevaade terviseturismist ja terviseturismitoodete arendamisest, tuginedes erinevate autorite teoreetilistele käsitlustele;
- 2) koostada ja läbi viia kvantitatiivne uuring küsitluse meetodil, et selgitada välja külastajate ootused ja vajadused terviseturismitoodetele Värskas Kuurortravikeskuses;
- 3) analüüsida uuringu tulemusi;
- 4) teha järeldusi ja lähtuvalt uuringust esitada ettepanekuid Värskas Kuurortravikeskusele terviseturismitoodete arendamiseks.

Töö koosneb kahest osast, millest esimeses selgitatakse terviseturismiga seonduvaid mõisteid ja käsitlusi, terviseturismi globaalset mõju ja arengusuundumusi ning antakse

ülevaade terviseturismitoodete arendamisest spaahotellides. Teoreetilise tagapõhja koostamisel kasutati erinevate erialaspetsialistide ja -organisatsioonide ingliskeelseid teadusartikleid, raamatuid ja dokumente. Autoritest on muu hulgas esindatud ÜRO Maailma Terviseturismiorganisatsioon, Hall, Smith, Puczkó, Dimitrovski, Todorovic, Tang, Baltaretu, Ormond jpt. Informatsiooni leidmiseks kasutati erinevaid andmebaase nagu EBSCO, ScienceDirect ja Emerald Insight.

Töö teine osa keskendub terviseturismitoodete arendamisele Värskas Kuurortravikeskuses. Selles osas antakse ülevaade terviseturismi hetkeolukorrast Eestis ja tutvustatakse Värskas Kuurortravikeskust. Seejärel kirjeldatakse läbi viidud uuringu meetodit ja korraldust ning analüüsitakse uuringu tulemusi. Viimasena tehakse järeldused ja esitatakse ettepanekud Värskas Kuurortravikeskusele terviseturismitoodete arendamiseks.

# **1. TERVISETURISM JA TERVISETURISMITOODETE ARENDAMINE SPAAHOTELLIDES**

## **1.1. Terviseturismi mõisted ja käsitlused**

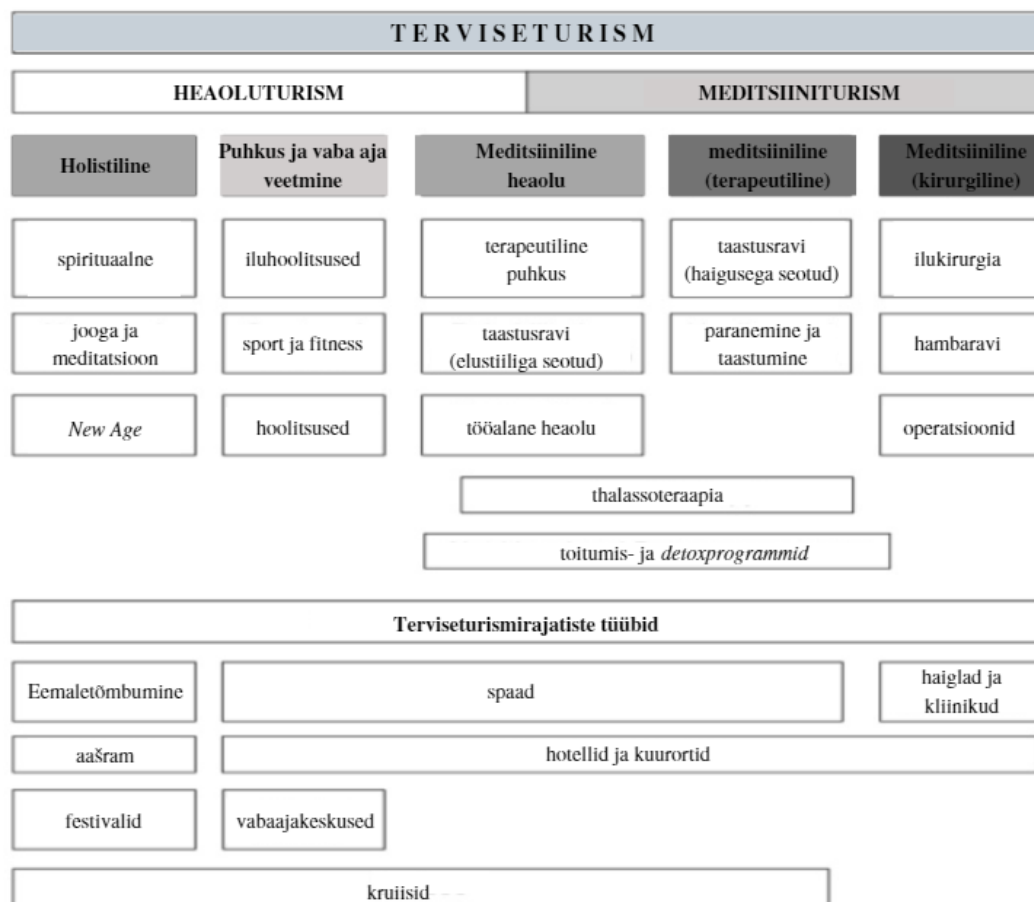
Terviseturism on üks kiiremini arenevaid turismiliike maailmas (Hall, 2011). Inimesed keskenduvad üha enam oma vaimsele ja füüsilisele tervisele ning paljuski on seotud üha kiirenev elutempo ning stress. Terviseturism levib üha laiemalt, kuna transpordivõimalused arenevad ning ka poliitilisus ei piira inimeste liikumist. Järgnevalt selgitatakse erinevaid terviseturismiga seotud definitsioone ning teoreetilisi käsitlusi.

Maailma Turismiorganisatsiooni järgi on terviseturismi eesmärk parandada füüsilist, vaimset ja/või spirituaalset tervist. Terviseturism on katusmõiste ning see jagatakse laiemalt kaheks tüübiks: heaolu- ning meditsiiniliseks turismiks. (World Tourism Organization and European Travel Commission, 2018, lk 9) Ridderstaat, Singh & DeMicco (2019, lk 271) käsitlevad oma uurimuses terviseturismi samuti katusmõistena, kuna see on kõige arusaadavam eraldamine.

Heaoluturism on laiem piiritlemata mõiste, mis hõlmab endast füüsilisi, vaimseid, emotsionaalseid, intellektuaalseid ja spirituaalseid aspekte. Heaoluturist reisib nii probleemide ennetamiseks kui ka nende lahendamiseks, elustiili muutmiseks, lõõgastumiseks ja tervendamiseks. Siiski on oluline, et tegemist on füüsiliselt terve inimesega. (World Tourism Organization and European Travel Commission, 2018, lk 10) Mainili, Eijgelaari, Klijsi, Nawjini & Peetersi (2017, lk 15) defineeringu kohaselt on heaoluturism inimeste reisimine kodust kaugemale, et ennetada ja säilitada isiklikku tervist ja heaolu, lisaks otsitakse ka unikaalset ja autentset kohalikku kogemust ja teraapiat, mis ei ole kodukohas saadaval.

Meditšiinilise turismi puhul määratlevad Maailma Turismiorganisatsioon ja Euroopa Reisikomisjon (2018, lk 10) teenuseid rangemalt. Protseduuride mõjud peavad olema teaduslikult tõestatud. Meditsiinituristi hõlmavad tegevused on diagnoos, ravimine, ennetamine ja rehabilitatsioon. Raviturismi defineeritakse ka kui fenomeni, mille käigus inimesed reisivad koduriigist teise riiki meditsiinilise ravi saamise eesmärgil (Mainil *et al.*, 2017, lk 15).

Terviseturismi liigitamine meditsiiniliseks ja heaoluturismiks võib olla põhinev sellel, et tervis oma olemuselt ei piirdu tänapäeval enam füüsilise dimensiooniga, vaid ulatub kaugemale. (Aydin & Karamehmet, 2017, lk 16-17) Ka Smith ja Puczkó (2009, lk 6-7) on jaganud terviseturismi heaolu- ja meditsiiniliseks turismiks (vt joonis 1). Nad on välja toonud viimaste alaliigid ning näiteid pakutavatest teenustest, samuti ka kohad, kus neid teenuseid tarbida saab. Teenuste pakkumise koht on enamikel juhtudel see, mis terviseturiste seob.



**Joonis 1.** Terviseturismi ja -rajatiste liigitus. Allikas: Smith & Puczkó, 2009, lk 7

Heaoluturismi hõlmab seega holistiline lähenemine, vaba aja veetmine ja puhkus. Holistilise lähenemise puhul keskendutakse spirituaalsusele läbi jooga ja meditatsiooni ning sinna kuulub ka *New Age* tegevused (Smith & Puczkó, 2009, lk 7). *New Age* tegevused on esoteerilised (näiteks muusikateraapia, akupunktuur, selgeltnägemine) ning neid ei saa teaduslikult tõestada. (*Ibid*, lk 50) Eelolevalt jooniselt on näha, et vaba aja veetmise ja puhkuse osadeks on näiteks sport ja *fitness* ning erinevad turgutavad protseduurid.

Lähtudes eelolevast joonisest on meditsiiniline heaolu alaliik, mis on osaliselt nii heaolukui ka meditsiinilise turismi alla käiv mõiste. Seda iseloomustavad ravipuhkused, elustiiliga seotud taastusravi ja tööheaolu. Meditsiiniturism puudutab nii terapeutilist kui ka kirurgilist meditsiini ning on kõige selgemalt piiritletud. Terapeutilise meditsiini osadeks on taastusravi, aga ka protseduuridest taastumine ja paranemine. Kirurgilise meditsiini hulka kuulub ilukirurgia, hambaravi ja operatsioonid. Seega võib näiteks meditsiiniturist olla inimene, kes küll kodumaal käib operatsioonil, kuid sõidab taastuma välismaale või vastupidi. (*Ibid*, lk 7)

Vastavalt joonis 1, on kirurgiline meditsiin kõige fikseerituma asukohaga, kuna see nõuab palju tehnoloogiat. Seetõttu saab kirurgilist meditsiini terviseturismi osana tarbida ainult haiglates ja kliinikutes. Viimased võivad olla aga olla spaakomplekside osad. Holistilisel lähenemisel on asukoht piiramata ning võib liikuda: näiteks tõmbutakse kogukonnast eemale, siirdutakse aasrami ja osaletakse festivalidel. (*Ibid*, lk 7)

Vaba aja veetmine ja puhkus, meditsiinile heaolu ning terapeutiline meditsiin on enamasti kättesaadavad spaades (vt joonis 1). Spaad on sarnaselt kliinikutega ravituristide jaoks olemas hotellides ja kuurortides. Vaba aega ja puhkust saab tarbida ka vabaajakeskustes. Nii holistilise, puhkuse, meditsiinilise heaolu kui ka terapeutilise heaolu turist saab soovitud teenust tarbida näiteks kruiisidel. Seega võib öelda, et kuigi terviseturistitüübid on erinevad, on need siiski omavahel seotud ja erinevate eesmärkidega turistid saavad oma soovitud teenuseid ühes kohas tarbida. (*Ibid*, lk 7)

Selles, et terviseturismi eesmärk on parandada tervislikku seisundit, sh nii füüsilist kui ka vaimset, nõustuvad paljud autorid. Erinevalt eelnevatest tuuakse välja terviseturismi alaliikideks hoopis meditsiiniline (ehk ravi-), heaolu-, taastusravi-, spaaturism, mille

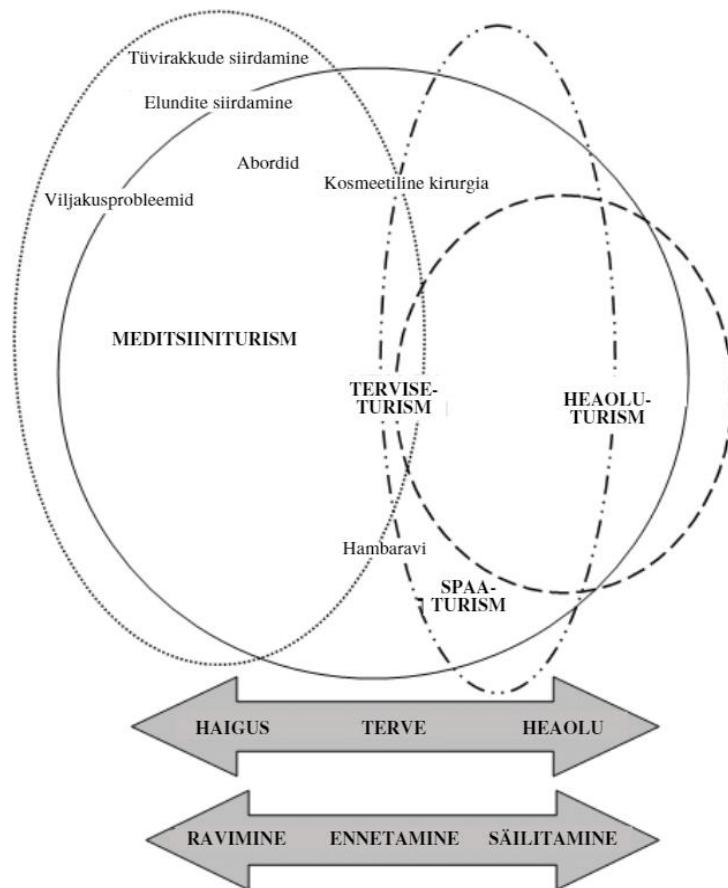
osadeks on thalasso- ja hüdroteraapia, aga ka spordi- ja fitnessreisid. (Baltaretu & Mihaescu, 2016, lk 130-131) Michael Hall (2011, lk 6) on toonud välja terviseturismi definitsiooni, mille järgi on terviseturism tööstusühiskonna kommertslik nähtus, mis hõlmab nii isikut, kes reisib kodusest keskkonnast vähemalt 24 tunniks eemale, et parandada või säilitada tervislikku seisundit, kui ka selliseid teenuseid pakkuvaid rajatisi ning sihtkohti.

Kuna terviseturismi alaliigid kattuvad paljuski ning neid on raske määratleda, jagatakse terviseturism peamiselt kaheks suuremaks alaliigiks. Nii on terviseturismi osadeks heaolu- ja raviturism. Sarnaselt eelpool mainitud Smithi ja Puzckó (2009) ideedele, leitakse, et spaad võivad toimida iseseisvalt ja luua spaaturismi, kuid võivad asutusena ühendada kõik terviseturismi alaliigid ning pakkuda ka heaolu- ning meditsiiniteenuseid. (Dimitrovski & Todorovic, 2015, lk 259-260) Ka Hall (2011, lk 6) tõi välja just spaade tähtsuse heaolu- ning raviturismi kõrval. Siiski ei leia paljud spaaturistid seost spaade ja tervise vahel ning peavad spaades käimist pigem puhkusevormiks, kui tervise edendamiseks ja säilitamiseks (Dimitrovski & Todorovic, 2015, lk 260)

Spaaturismi on eraldiseisvana välja toonud ka teised autorid. Näiteks Milenković ja Petrović (2018, lk 514) käsitlevad spaaturismi meditsiinilisest ja heaoluturismist eraldi, kuid nendivad, et selle olemus kattub osaliselt heaoluturismiga. Spaaturismi nähakse mittemeditsiiniliste ja meditsiiniliste aspektide ühendamisenä ja keskteena meditsiinilise ja heaoluturismi vahel. (Mainil *et al.*, 2017, lk 17)

Michael Hall (2011, lk 7) toob välja, et terviseturismi osad on üksteisega väga seotud. Jooniselt 2 on näha, et meditsiiniturism on just ravimise eesmärgiga ning haigustega seotud, samas kui heaoluturismiteenused on suunatud heaolule ning selle säilitamisele.

Spaaturism on aga pigem heaolu kui teadusliku meditsiini poole hoiduv sektor. Siiski hõlmab ka spaaturism meditsiini, kuna pakutavad protseduurid aitavad ennetada erinevate haiguste teket. Spaad võivad olla asukohaks meditsiinilistele protseduuridele. (Hall, 2011, lk 7) Mainil *et al.* (2017, lk 15) kinnitab eelnevat, kuna spaaturism on tema arvates lõõgastumine, paranemine ja keha kaunimaks muutmine, kasutades ennetamiseks heaoluprotseduure ning ravimiseks meditsiinivõtteid.



**Joonis 2.** Terviseturismi valdkondade ja eesmärkide seotus. Allikas: Hall, 2011, lk 8

Olenemata teoreetiliste käsitluste ja definitsioonide paljususest, on enam esilekerkivateks märksõnadeks heaolu- ja raviturism. Sealjuures on oluline roll ka spaadel, kuna spaad on ühendavad asutused nii heaolu- kui ka meditsiiniturismi jaoks. Terviseturismiteenuseid kasutatakse olenevalt terviseturismiliigist haiguste ravimiseks, nende ennetamiseks ja tervisliku seisundi säilitamiseks. Heaolu- ja meditsiiniturismiteenused võivad olla üksteisega tihedalt seotud, kuid on siiski erineva eesmärgiga. Käesolev peatükk andis ülevaate terviseturismi teoreetilistest käsitlustest. Kuna terviseturism areneb kiiresti, on oluline teadvustada sellega kaasnevaid aspekte. Järgnevalt tutvustatakse terviseturismi positiivseid ja negatiivseid mõjusid ning tulevikusuundumusi.

## 1.2. Terviseturismi globaalne mõju ja arengusuundumused

Terviseturismi lai levik mõjutab paljuski majandust ning keskkonda, aga ka inimeste igapäeva elu ning võimalusi. Kui sihtkoha majanduse osaks on terviseturism, on oluline,

et teadvustataks, milline on hetkeolukord ning mis trendid ja suundumused on tulevikus tõenäolised. Järgnevalt kirjeldatakse terviseturismi positiivseid ja negatiivseid mõjusid ning arengusuundumusi.

Terviseturism levib laialt ja kiiresti ning sellel on erinevad põhjused. Tervise eest hoolitsemine muutub järjest enam turistide prioriteediks (Horwarth – Hotel, Tourism and Leisure, 2016, lk 3). Hall (2011, lk 7) toob üheks potentsiaalseks põhjuseks raviteenuste ühildamise puhkuse ja eksootilise asukohaga. Seega on näiteks inimeste motivatsiooniks reisida meeldivasse sihtkohta, et kompenseerida ebameeldiv protseduur.

Terviseturistide sihtkohad arenevad kahel põhjusel. Tõmbefaktorina arendatakse neid, et pakkuda maailma tipptasemel teenuseid vastavates rajatistes. (Ormond, 2011, lk 148) Tipptasemel teenuste kvaliteedi arendamine on üks positiivseid terviseturismi mõjusid, tänu millele saavad ka sihtkoha kohalikud elanikud kvaliteetsemaid ja innovaatilisemaid terviseturismiteenuseid tarbida (Snyder, Crooks, Turner & Johnston, 2013, lk 7).

Tõukefaktorina on terviseturistide motivatsiooniks kodukoha tervishoiusüsteemi suutmatus rahuldada oma tarbijate vajadusi. Selles tulenevalt on mitmeid põhjuseid, miks terviseturistid eelistavad tarbida terviseturismiteenuseid välismaal. Esimene põhjus on teenuste kallis hind kodumaal. Teine põhjus reisimiseks on pikad järjekorrad terviseturismiteenuste tarbimisel. Kolmandaks reisitakse, kuna kodumaal võivad olla regulatsioonid, mistõttu ei viida protseduure selles asukohas läbi (näiteks abort, eutanaasia). Neljandaks põhjuseks on potentsiaalsete terviseturistide kodumaal kultuurilise sensitiivsuse puudumine ehk teisisõnu ei ole ühiskond selliseks teenuseks valmis või mõistab seda hukka (näiteks soovahetusoperatsioonid). (Ormond, 2011, lk 145-151) Terviseturism toob kahtlemata endaga kaasa palju positiivseid aspekte, hõlmates kiiremat abi odavama hinnaga ja teenuste paremat kättesaadavust.

Siiski kaasnevad sellega mitmed negatiivsed mõjud ning eetilised probleemid. Terviseturismimajanduse asjalistel on ärilised eesmärgid. Eraettevõtete poolt pakutavad terviseturismiteenused võivad aga muutuda kohaliku elaniku jaoks kättesaamatuks turistide liigse koguse ja liiga kalli hinna tõttu. Olukord on kriitiline, kui sihtkohas pakutakse terviseteenuseid ainult eraettevõtetelt, mistõttu tekibki selline olukord. (Adams, Snyder, Crooks & Johnston, 2017, lk 395) Erasektori ülekaal tervishoiu

teenustes võib tõsta tervishoiuteenuste hindu ka riiklikes haiglates, mis muudab taaskord kohaliku elaniku jaoks selle kättesaamatuks. (Snyder, Crooks, Johnston & Kingsbury, 2013, lk 235)

Terviseturismi alaliigi meditsiiniturismiga kaasnevad peamiselt meditsiinilist laadi probleemid. Näiteks suureneb biorisk, turistid levitavad uusi patogeene, tekivad resistentsed bakterid, puuduliku hügieeni tõttu levivad B- ja C-hepatiit. (Hall, 2011, lk 9) Bioriski suurenemist kinnitab ka asjaolu, et terviseturismi tõttu on globaalselt levinud mitmed nakkushaigused (Snyder, Crooks, Johnston & Kingsbury, 2013, lk 235)

Eetilistest probleemidest tõusevad enam esile abordi- ja viljakusega seotud reisipõhjused. Samuti on negatiivse tähelepanu all eutanaasiaturism. Elundikaubandus on üks ebameeldivamaid kaasnevaid mõjusid terviseturismimajanduses. (Hall, 2011, lk 9) Elundikaubanduse ja vähese teadlikkusega võib nii elundidoonori kui ka patsiendi tervis saada fataalseid kahjustusi. (Fatima, Fatima Qadir, Moin, & Bilal Pasha, 2018, lk 899)

Jätkusuutlikkus on turismimajanduse üks olulisemaid märksõnu. Maailma Turismiorganisatsioon ja Euroopa Reisikomisjon (2018, lk 13) rõhutavad, et keskkonna säästlikkus ja vastutustundlikkus on kerkinud väga oluliseks võtmeteguriks terviseturismis. Jätkusuutlik lähenemine on fundamentaalne, sest ainult nii saab terviseturismiga seotud tööstus areneda ning kohalikele kogukondadele maksimeerida terviseturismist tulenevat kasu. Ka Howart – Hotel, Leisure & Hotel (2015, lk 14) tähtsustab jätkusuutlikkust ja vastutustundlikkust positiivse trendina, mis on juba reaalsus ning ilma milleta ei saa turismimajandus toimida.

Terviseturism aitab majandada nendel sihtkohtadel, keda mõjutab tugevalt hooajalisus. Enamasti ei ole terviseturismiteenuste jaoks tarvis tipphooaega. (World Tourism Organization and European Travel Commission, 2018, lk 7) Lisaks on terviseturismi puhul positiivne ka asukoha vähene tähtsus, kuna selliseid rajatisi saab asutada ka väljaspool suuremaid linnasid ja populaarsemaid sihtkohti. Terviseturismiasutused on sageli linnast väljas ning maapiirkondades. (World Tourism Organization and European Travel Commission, 2018, lk 14)

Terviseturismi soosib üheks suuremaks tõusvaks trendiks olev turistiliik, nõ *silver hair tourists* ehk hallipäised turistid, kes oma olemuselt on vananeva populatsiooni esimene näide turismimajanduses. Kui 1950. aastal oli maailma populatsiooni hulgas 8% üle 60-aastaseid inimesi, siis aastaks 2050 arvatakse selle numbri ligikaudset kolmekordistumist. Vastavalt rahvastiku vananemisele, muutub ka vanemaealiste osakaal turismimajanduses ning loob tarbijaid terviseturismile. (Horwarth – Hotel, Tourism and Leisure, 2015, lk 2) Ka Chen, Liu & Chang (2013, lk 122-124) leiavad, et terviseturismitoodete arendamisel on oluline suunata arendustöö vanemaealiste turistide eelistuste uurimisele.

Järjest enam kasutatakse mõistet *wellness* ehk heaolu. Kuigi erinevad kultuurid otsivad erinevaid väljundeid, on heaolu kõikide mõistes üks: õppida vajalikke aspekte balansseerima ning säilitama seda balansseeritud olekut. Heaolu mõiste tähtsamakas muutumist näitab ka organisatsiooni Global Spa Summit nime muutmist Global Spa and Wellness Summitiks. (Smith & Puczkó, 2014, lk 204) Ka UNWTO (2019 lk 5) viitab tervisliku turismi, sealhulgas heaolu populariseerimisele. Heaolu on järjest enam muutumas elustiiliks, mida hinnatakse nii koduses kui töökeskkonnas (Global Wellness Institute, *n.d.*).

Ka tuleviku terviseturism on heaoluga tihedalt seotud. 2014. aasta seisuga mindi 80 000 spaaga üle maailma inimestele lähemale ja peaaegu kõigi eelistustele oli vastav asutus, seega tähendab edaspidine terviseturism personaalsemat lähenemist kui iial varem. (Ellis, viidatud Smith & Puczkó, 2014, lk 237-241 vahendusel) 2017. aastal oli spaasid ligikaudu 149 000 (Global Wellness Insitute, 2018, lk 12), seega peaaegu kahekordne kasv kolme aastaga. See kinnitab eelpool toodud väidet ja selgitab klientide vajadust personaalse teenuse järele.

Tulevikuproгноoside järgi üks kaalukamaid turistiliike, *silver hair tourist* ehk üle 65-aastased turistid, on eelkõige huvitatud terviseturismist ning ka nende vajadused ja ootused põhinevad personaalsusele ja heaolule (Horwarth – Hotel, Tourism and Leisure, 2015, lk 3). Sealjuures nähakse, et positiivse trendina spaatraditsioonide jagamist järgnevatel põlvvedega (Joppe, 2010, lk 123).

Kuigi terviseturism avab tarbijatele palju võimalusi, võivad sellega kaasneda ka erinevad ohud ning negatiivsed mõjud. Väga palju sõltub teadlikust tarbijast ning teadlikust

teenusepakkujust, kelle koostöös saab negatiivseid mõjusid vähendada. Tulevikusuundumustes tõuseb tugevalt esile just heaolu, personaalsus ja jätkusuutlikkus. Inimeste väärtushinnangud hakkavad tasahaaval muutuma ning keskenduma terviseturismiteenuseid tarbides iseenda ning oma pere heaolule. Terviseturismi mõjud ja trendid on olulised arendamaks kvaliteetseid terviseturismitooteid.

### **1.3. Terviseturismitoodete arendamine spaahotellides**

Üha tihenevas konkurentsisis on järjest enam vaja ettevõtetel pingutada, et potentsiaalsetele klientidele mitte märkamatuks jääda. Seetõttu on vaja ka terviseturismimajanduses piisavalt tooteid arendada. Järgnevalt tutvustatakse erinevaid lähenemisi terviseturismitoodete arendamisel spaahotellides.

Tang (2014, lk 2-6) leiab, et toodete arendamisel on oluline mõista klientide ootusi ja vajadusi. Lisaks soovitatakse kasutada tootearenduseks kliendikeskset lähenemist. Tema arvates on üheks võimaluseks kasutada klientide segmenteerimist, et mõista nende erinevusi, vajadusi, ootusi ja eelistusi. Soovitatakse luua uusi tooteid ja täiustada olemasolevaid, olles sealjuures atraktiivne nii olemasolevatele kui ka potentsiaalsetele klientidele. Terviseturismitoodete arendamiseks peaksid spaaettevõtted hoolikalt läbi mõtlema toodete tarbimise protsessi. Väga oluline on sealjuures teenindusprotseduuride standardiseerimine ja kogu personalile koolituste tagamine. (Kucukusta & Guillet, 2016, lk 242) Ka Torres ja Kline (2013, lk 642) leiavad, et kliendi rahulolu tagavad hästi koostatud teenindusstandardid.

Spaatoodete üheks arendamise võimaluseks on kasutada QFD (*Quality Function Deployment*) mudelit. Selle mudeli aluseks on VOC (*Voice of Customer*) ehk klientide vajadused teenuste ja toodete arendamisel, et tagada kliendi rahulolu (Chien & Su, 2003, lk 346). Teisisõnu on oluline, et kogu ettevõtte töötaks koos, et tagada kliendile täpselt see teenus, mida ta soovib (Das & Mukherjee, 2008, lk 4).

QFD mudeli töötas välja Yoji Akao 1966. aastal. See võeti algselt kasutusele ettevõtte Mitsubishi Heavy Industries Limited aastal 1972. Jaapanis (Cheng, Tsai, & Lin, 2016, lk 1123) Olles loodud ja kasutatud tootmisprotsessidel uute toodete disainimiseks, on QFD

laialdaselt kasutatav ka teenusmajanduses klientide ootuste ja vajaduste rahuldamiseks (Das & Mukherjee, 2008, lk 4).

QFD mudel hõlmab nelja erinevat maatriksit: toote planeerimise maatriks või nn kvaliteedi maja, toote juurutamise maatriks, protsessi planeerimise maatriks ja tootmise planeerimise maatriks. Kõige laialdasemalt kasutatav maatriks, mida kasutatakse ka teenuste arendamisel, on just esimene, nn kvaliteedi maja (HOQ). (Das & Mukherjee, 2008, lk 4) HOQ maatriks koosneb järgnevateks etappideks (Lee & Chen, 2009, lk 1671):

- 1) klientide vajaduste välja selgitamine (*WHATs*),
- 2) disaininõuete koostamine (*HOWs*)
- 3) planeerimise maatriks ehk uuritava toote võrdlemine konkureerivate toodetega,
- 4) kliendi vajaduste ja disaininõuete vastastikune seos,
- 5) disaininõude korrelatsioon,
- 6) tegevuskava koostamine.

Kui eelnevas peatükis selgus, et üks kõige suuremaid tulevikutrende on nn *silver hair tourists* ehk üle 65-aastased kliendid (Horwarth – Hotel, Tourism & Leisure, 2015, lk 3), siis Joppe (2010, lk 117) kinnitab samuti, et terviseturismi alaliik heaoluturism on rahvastiku vananemise tõttu populaarsemaks muutunud teatud põlvkondades. Nende põlvkondade eesmärk on vananeda, säilitades oma elukvaliteeti ja ennetades haigusi. Erinevad uuringud viitavad, et enamik ravispaasid külastavad inimesed on praegu keskikka (vanuses 45-59) kuuluvad inimesed. Just nendele praegustele klientidele soovitatakse keskenduda ka tulevikus, kui nad on nn *silver hair tourists*. (Marcekova, Simockova & Sebova, 2016, lk 110)

Eelnevale tuginedes võib öelda, et tähtis on tunda oma klienti ja tema harjumusi. Kucukusta & Guillet (2016, lk 254-255) selgitasid, et valdavas enamuses soovivad ravispaade külastajad neid asutusi külastada partneri, sõprade või sugulastega. Seega võib öelda, et spaade külastamine ei ole pelgalt tervisega tegelemine, vaid ka sotsiaalne tegevus.

Torres ja Kline (2013, lk 656) viitavad, et terviseturistid soovivad terviklikku toodet, sestap on oluline, et toitlustus ja majutus oleks meelt lahutav, seotud kohalike traditsioonidega ning aitaks luua sotsiaalseid sidemeid. Tootearenduses peaks lähtuma ka

elementaarsetest vajadustest, sh toitlustusest. Kuna terviseturismitoote puhul on tegemist tervikliku lahendusega, on oluline, et toitlustus on klientidele sobiv. Seetõttu soovitatakse menüü hoida mitmekesisena ning pakkuda küllastajatele toitude valikut. (Langviniene & Sekliuckiene, 2009, lk 78) Kucukusta ja Guillet (2016, lk 242) konstateerivad, et spaakliendid eelistavad tervislikku ja tasakaalustatud toitu.

Terviklikkusele viitab ka see, et praegune ühiskond kaldub nii vaimsele kui ka füüsilisele stressile, mistõttu turistid ühendavad puhkuse kasulikkusega ja tarbivad terviseturismiteenuseid. Sealjuures oodatakse nii puhkust kui ka kasulikkust ühest kohast. Reeglina on selliseks sihtkohas spaad. (Bogan, Roanghes-Mureanu, Teodorescu & Varvaruc, 2014, lk 49)

Seega terviseturismitoodete arendamine spaahotellides põhineb ettevõtte klientide tundmisel. On tähtis teadvustada, millised ootused, vajadused ja harjumused neil on. Vastavalt sellele saab kliendid segmenteerida ning koostada täpselt neile sobivad terviseturismitooted. Kogu eelneva teoreetilise tagapõhja abil on koostatud järgnev peatükk terviseturismitoodete arendamiseks Värskas Kuurortravikeskuses.

## **2. TERVISETURISMITOODETE ARENDAMINE VÄRSKA KUURORTRAVIKESKUSES**

### **2.1. Terviseturismi hetkeolukord Eestis ja ülevaade Värskas Kuurortravikeskusest**

Terviseturismi algus Eestis ulatub paari sajandi tagusesse aega, kui nii Kesk- kui ka Ida Euroopa ja Venemaa turistid hakkasid külastama siinseid kuurorte. Populaarsemateks kohtadeks siis oli Narva-Jõesuu, Haapsalu, Kuressaare ja Pärnu, mis on tähtsad terviseturismi sihtkohad ka tänapäeval. Ka Eestis on näha suunitlust *wellness* mõiste tähtsustumisele, kui 2008. aastal loodud kvaliteedisüsteem ravispaahotellidele muutis 2012. aastal nime ja on nüüd suunatud heaoluspaadele ja -keskustele. (Smith, 2015, lk 360).

Eesti kohalikud ressursid on põhjused, mis Eesti on lähiriikides tuntud terviseturismi sihtkoht. Nimelt on siinne muda, mineraal- ja merevesi, turvas, traditsioonilised saunad, puhas toit, värske õhk ja metsad just need, mida terviseturistid soovivad leida. (Smith, 2015, lk 361)

Smithi (2015, lk 359) sõnul on Eestit külastavad potentsiaalsed terviseturistid uuringute järgi:

1. soomlased,
2. venelased,
3. rootslased,
4. lätlased,
5. eestlased.

Soomest pärit üle 60-aastaste turistide eesmärk on tarbida ravi- ja heaoluturismiteenuseid, samas kui lõõgastuse eesmärgiga külastavad Eestit samast riigist ka pered (vanemad üle

35-aastased). Venelased vanuses 35+ aastat seavad eesmärgiks ravi-, heaolu- ja spaaturismi ning samast rahvusest pered käivad Eestis puhkamas ja lõõgastumas. Rootsi terviseturistid reisivad Eestisse lõõgastumiseks ja heaoluteenuste tarbimiseks. Lätlased kasutavad ära lähedust ning veedavad Eestis aega nädalavahetuste perereisidel. Eesti siseturistidest populaarsemad on paarid ja pered igas vanuses puhkamiseks ja vaba aja veetmiseks. (Smith, 2015, lk 361).

Kuna Eesti on väga hooajaline turismipiirkond, on just terviseturism hea võimalus vähendada hooegade mõju turismimajandusele. Võib öelda, et terviseturismi toetavad tugevad traditsioonid ja ressursside rohkus, kuid terviseturismi teenuseid on vaja arendada nii, et leida turiste ka väljastpoolt Eestit.

Üheks terviseturismi esindajaks on Eesti Spaaliit, kuhu kuuluvad 15 Eesti spaad. Eesti Spaaliidu liikmed on (Eesti Spaaliit, s.a.):

- Estonia Medical Spa & Hotell,
- Estonia Resort Hotel & Spa,
- Fra Mare Thalasso Spa,
- Hestia Hotel Laulasmaa Spa,
- Kalev Spa Hotell & Veekeskus,
- Kubija hotell-loodusspaa,
- Lavendel Spa Hotell,
- Lossispaa Wagenküll
- Pühajärve Spa & Puhkekeskus,
- Spaahotell Laine,
- Tervis ravispaahotell,
- Tervise Paradiis Spaa-hotell ja Veekeskus,
- Toila Spa Hotell,
- Värska Kuurortravikeskus,
- Viiking Spa Hotel.

Värska Kuurortravikeskus on üks viieteistkümnest Spaaliidu liikmest. See asub Eesti kaguosas Setomaal ning on suurematest turismisihtkohtadest asukohalt kaugemal.

Laiemalt Värskas sanatooriumina tuntud asutus alustas tegevust 1980. aastal, kuid tänapäeval töötav veekeskus on ehitatud alles 2007. aastal. (Eesti Spaaliit, s.a)

Värskas Kuurortravikeskus koosneb sanatooriumist ja veekeskusest, mõlemas on ka hotellitoad. Veekeskuses asub veepark (eraldatud basseinid sportimiseks), jõusaal, kohvik ja seminariruum. Sanatooriumi majas asub lisaks hotellile ka toitlustus-, vabaaja- ja balneoteraapia- ning rehabilitatsioonikeskus. Ravikeskuses pakutakse erinevaid terviseturismiteenuseid (vt lisa 1). Nii on pakutavate teenuste seas erinevad massaažid, teraapiad, ravid, spetsialistide vastuvõttud jpm. (Värskas Kuurortravikeskus, s.a)

Värskas Kuurortravikeskus on maailmas ainulaadne protseduuridel kasutatava magevee ravimuda poolest, mida hangitakse kohalikust järvest, mille kaldal kuurortravikeskus asub. Lisaks kasutab Värskas Kuurortravikeskus Eestis ainsana looduslikku mineraalvett, mille vannides saab veekeskuses kümmelda ning millega lahjendatakse ka mageveemuda. (Eesti Spaaliit, s.a) Sealjuures on see kõige soolasema kohaliku vee ning ravimuda segu Euroopas ainulaadne, kuna sellist kooslust pakutakse ainult Värskas Kuurortravikeskuses. (Värskas Kuurortravikeskus, s.a.)

Värskas Kuurortravikeskuse müügiosakonnajuhi Marilin Martini sõnul on asutuses alates 2016. aastast palju arenguks panustatud. Asutus on alates 2016. aastast viinud läbi uuendusi seoses ravila, kontoriruumide, vastuvõtuala ning toitlustusala renoveerimisega. Lisaks ehitati juurde täiesti uusi tube, mis löid juurde 20 uut voodikohta. Samuti pöörati tähelepanu liikumisraskustega inimeste ligipääsetavusele kuurortravikeskuses. Alates 2020. aasta veebruarist on 2/3 sanatooriumi korpuse hotellitubadest suletud renoveerimistöödeks. (e-kiri, 23.04.2020) Seega võib öelda, et kuni selle aastani on peamiselt keskendutud ühiskasutatavate alade renoveerimisele.

Kodulehelt leitav informatsioon viitab aktiivsele vaba aja veetmise võimalustele Värskas Kuurortravikeskuses ning traditsioonide tutvustamisele. Näiteks korraldatakse seal iganädalaseid tantsuõhtuid. Samuti pakutakse restoranis ja kohvikus kohalikke ning pikkade traditsioonidega toitusid.

Vestlusest Värskas Kuurortravikeskuse müügiosakonnajuhi Marilin Martiniga selgus, et Värskas Kuurortravikeskuse ümbruses on mitmeid matkaradasid. Üks neist, 1,1 kilomeetri

pikkune rada, asub Värskas Kuurortravikeskuse territooriumil ning on asutuse hallata. Selle vältel on võimalik lugeda tahvlitelt fakte ja ajalugu Värskas kohta. Ümbruses on aga veel mitmeid terviseradasid ning Pikalombi matkaradadel saab valida 3,8 ja 9,1 kilomeetri pikkuse distantide vahel ning Õrsava matkarada on 5 kilomeetri pikkune. (e-kiri, 23.04.2020)

Ka Eesti siseselt on terviseturismipakkujate hulgas tihe konkurents. Värskas Kuurortravikeskus kuulub Eesti Spaaliitu, mille kaudu on koostöö tegemine teiste asutuste ning teeninduskvaliteedi tõstmine soodustatud. Värskas eeliseks on looduslik keskkond, ainulaadne ressurss muda- ja mineraalvannide näol, lisaks tutvustatakse aktiivselt kohalikku ajalugu ja toidutraditsioone. Samuti loodud võimalused tervisespordiks Hiljutise uuendusena on läbiviidud Kuurortravikeskuse ühisalade renoveerimine. Terviseturismi hetkeolukord Eestis ja Värskas Kuurortravikeskuse ülevaade on oluline uuringu ning esitatavate ettepanekute jaoks.

## **2.2. Uuringu kirjeldus, meetod ja korraldus**

Võttes aluseks esitatud uurimisküsimuse „Millised on külastajate ootused ja vajadused terviseturismitoodetele Värskas Kuurortravikeskuses?“ ja QFD mudeli põhiselt esimese osa ehk klientide vajaduste välja selgitamise, siis seati uuringu eesmärgiks välja selgitada klientide ootused ja vajadused terviseturismitoodetele Värskas Kuurortravikeskuses.

Lõputöös kasutatav kvantitatiivne uuringumeetod on küsitlus, mille tööriistaks on ankeet. Ankeetküsitlus on andmekogumismeetod, kus küsitletav vastab kindlatele küsimustele enda käitumiste, hoiakute, uskumuste ja emotsioonide kohta (Mrug, 2012, lk 1474). Ankeetküsitluse eelisteks on valimi anonüümsus, odavus, andmete suur kogus ja lühike kestusperiood (Research Methodology, *n.d.*). Kuna lõputöö koostamisel on oluline, et suur kogus küsitletavaid vastaks lühikese aja jooksul, on ankeetküsitlus hea võimalus ettevõtte klientide ootuste ja vajaduste selgitamiseks.

Ankeetküsitlus (vt lisa 2) koosneb 23 küsimusest, mis on jagatud nelja osasse, et selgitada välja QFD (*Quality Function Deployment*) mudeli *voice of customer* ehk kliendihääle alusel klientide ootused ja vajadused (Chien & Su, 2003). Esimene küsimus selgitab välja, kas respondent on külastanud Värskas Kuurortravikeskust. Kui ei ole, sulgub ankeet

automaatselt. Kui respondent vastab küsimusele jaatavalt, saab ta küsimustikuga siirduda edasi. Nii kindlustatakse, et valim koosneb ainult Värskas Kuurortravikeskust külastanud või hetkel külastatava respondentidega.

Esimene osa, mis koosneb neljast küsimusest (küsimused 2-5), annab ülevaate respondendi demograafilistest andmetest (Dimitrovski & Todorović, 2015; Smith & Puzckó, 2014). Teine osa (küsimused 6-15) keskendub küsitletava harjumustele, mis on seotud ravispaahotellide külastamise eelistustega, külastusperioodidega, terviseturismitoodete maksumusega ja nimetatud toodete kohta informatsiooni kogumisega (Dimitrovski & Todorović, 2015; Horwarth – Hotel, Tourism and Leisure, 2016; World Tourism Organization and European Travel Commission, 2018; Kucukusta & Guillet, 2016; Hall, 2011). Kolmas osa (küsimus 16) palub kliendil hinnata terviseturismitooteid- ja teenuseid, mida respondent mõistab terviseturismitoote all Smith & Puzckó, 2014). Neljas osa (küsimused 17-23) keskendub Värskas Kuurortravikeskuses pakutavate teenuste ja toodete ning toitlustuse eelistuste hindamiseks. Lisaks palutakse respondendil iseloomustada iseennast turistina. Neljanda osa küsimused on koostatud teoreetikute (Torres & Kline, 2013; Langviene & Sekliuckiene, 2009), Värskas Kuurortravikeskuse kodulehe ja müügikonna koosoleku põhjal.

Ankeedis esitatakse peamiselt valikvastustega suletud küsimusi. Värskas Kuurortravikeskuse külastuskogemuse olemasolu (jah/ei), respondendi sugu (mees/naine), toiduvaliku suuruse ning hinna suhte selgitamiseks ja Värskas Kuurortravikeskuse külastuse soovitamise hinnangu (jah/ei) selgitamiseks kasutatakse binaarskaalat. (Olsen, 2012, lk 137) Ülejäänud ankeet on koostatud mitme vastusevariandiga küsimustest ja Likerti 4-palli skaalale põhinevatest hinnangut paluvatest küsimustest. Respondent saab valida viie vastusevariandi vahel, milles 1 tähendab „ei nõustu üldse“ või „ei ole üldse oluline“ ja 4 „täiesti nõus“ või „väga oluline“. Lisaks on viies variant „ei oska öelda“. (Jamieson, 2012, lk 603-604)

Lõputöös analüüsitakse ankeetküsitlusega kogutud andmeid kirjeldava statistikaga. Kuna kirjeldav statistika on laialt kasutatav nii televisioonis kui ka ajakirjanduses, on selle positiivseks omaduseks lihtsus ja üheselt mõistetavus. Kirjeldav statistika on aluseks paljudele teistele analüüsimeetoditele. Valitud andmeanalüüsimeetodi tööriistadeks on teiste hulgas mood, mediaan, standardhälve jne. (Brown, 2010, lk 354)

Vestlusest Värskas Kuurortravikeskuse müügiosakonna juhi Marilin Martiniga selgus, et aastane ööbinud küllastajate hulk Värskas on ligikaudu 24 000 inimest. Üldkogumiks olid kõik Värskas Kuurortravikeskuse olemasolevad kliendid. Uuringu läbiviimisel kasutati ettekavatsetud valimit, mille käigus kaasas autor konkreetse tunnusega küsitletavad sõltuvalt uuringu eesmärgist (Battaglia, 2011, lk 646) Valimi peamiseks kriteeriumiks oli, et respondent peab olema külastanud või vastamise ajal külastamas Värskas Kuurortravikeskust.

Vestlusest Marilin Martiniga selgus ka fakt, et Värskas Kuurortravikeskuse suurem osa kliente on vanemaealised (vanuses 60+) inimesed. Ettevõttel on olemas kliendiandmebaas, kuhu kuuluvad ettevõttelt soodustusi soovivad kliendid, kes on jaganud oma meiliaadressi. Kuna enamik kliente on pigem vanemaealised, võib meiliteel läbiviidav uuring ebaõnnestuda vähese arvutikasutuse oskuse tõttu. Seetõttu planeeriti lisaks meili teel edastatavale küsitlusele paigutada ankeetküsitlused ka tubadesse. Ankeedi levitamiseks lisasid autor ja Värskas Kuurortravikeskus küsitluse ka oma sotsiaalmeediakanalitesse.

Testuuring on väikese valimiga uuring, mille eesmärk on testida uuringu läbiviidavust, sh küsimustest aru saamist, andmete töötlemise protsessi jne (Rutherford-Hemming, 2018, lk 1254). Käesoleva uuringu testuuring viidi läbi 10 osalejaga 5. märtsil 2020. Testuuring osutus edukaks ja põhjuuringu läbiviimisega alustati 10. märtsil. Andmekogumise lõpp-tähtaeg oli 23. märts 2020, millele järgneval nädalal analüüsiti saadud tulemusi.

Kuna uuring sattus ajale, mil koroonaviirus kuulutati pandeemiaks, viidi uuring peamiselt läbi internetiküsitlusena. Kuna ka Värskas Kuurortravikeskus pidi sulgema riikliku eriolukorra tõttu, koguti paberkandjatel tubadesse paigutatud ankeete minimaalselt. Värskas Kuurortravikeskus edastas küsitluse ligikaudu 1800 kliendibaasis olevale kliendile ning lisaks jagati küsitluse ankeeti ka asutuse ning autori sotsiaalmeediakanalitel.

Kogutud andmed töödeldi tabelitöötlusprogrammis Microsoft Excel. Andmed analüüsiti 23.-29. märtsil 2020. Andmeanalüüsiks kasutati eelmainitud kirjeldavat statistikat ning tulemuste ilmetamiseks loodi autori poolt erinevad diagrammid ja joonised.

## 2.3. Uuringu analüüs

Uuring viidi läbi 10. märtsist 23. märtsini 2020 nii paberkandjal kui veebis levitatava eestikeelse küsimustiku abil. Algselt planeeriti küsitluse edastamist kliendiandmebaasis olevatele klientidele meili teel ja Värska Kuurortravikeskuse hotellitubadesse paberkandjal küsitluse paigutamist. Koroonaviiruse leviku tõttu Vabariigi Valitsuse poolt kehtestatud eriolukorras suleti alates 14. märtsist 2020 ka spaad (Vabariigi Valitsus, 2020). Seetõttu jäid uuringust välja paberkujul täidetavad ankeedid ning uuringus osalevad inimesed leiti kliendiandmebaasi ning sotsiaalmeedia kanalite kaudu.

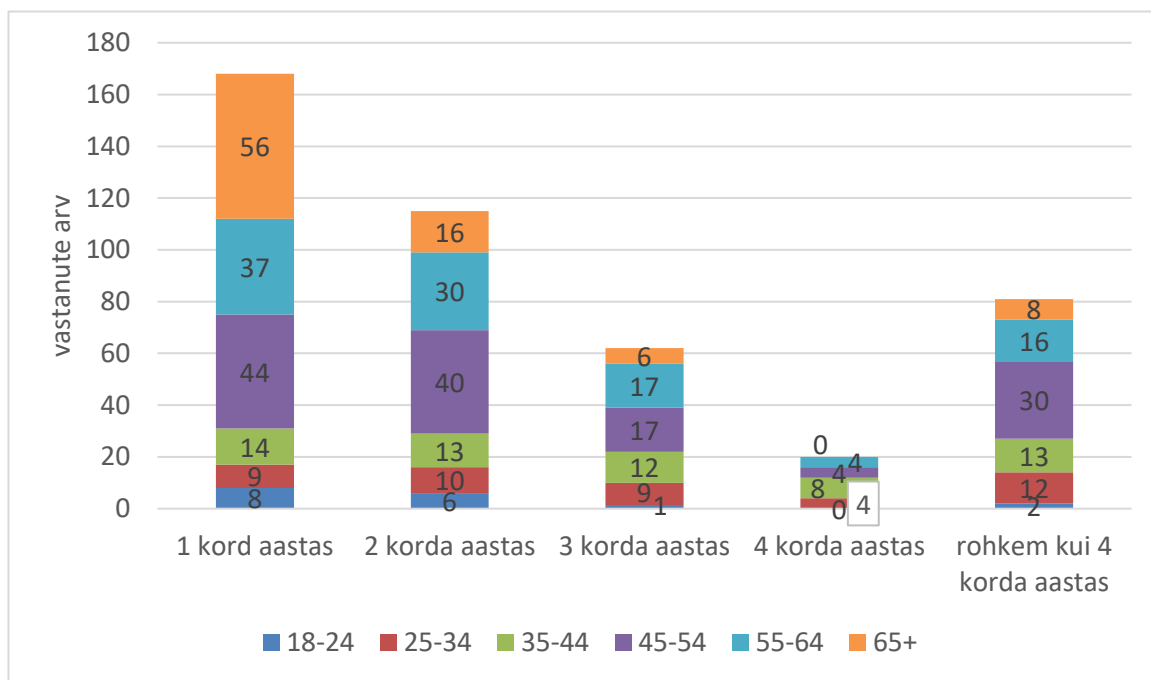
Küsitlusperioodi alguses saatis Värska Kuurortravikeskus ankeetküsitluse ligikaudu 1800 kliendibaasis olevale kliendile. Ankeeti jagati ka Värska Kuurortravi keskuse ja lõputöö autori Facebooki lehel. Kokku täitsid ankeedi 540 respondenti, kellest 80 (15%) vastasid ankeedi esimesele küsimusele „Kas olete varem Värska Kuurortravikeskust külastanud“ eitavalt ning nende jaoks küsitlus sulgus. Seega kindlustati, et ülejäänud, jaatavalt vastanud 460 (85%) analüüsitavat, kuulusid korrektselt valimisse. Uuringu eesmärgiks seati 24 000 inimesega üldkogumi juures vähemalt 378 ankeeti koguda ning see eesmärk täideti, kogudes 460 vastajat.

Ankeedi esimesed küsimused uurisid küsitletavate demograafilisi andmeid. Vastanutest 78% olid naised ning 22% mehed. Kõige enam domineerisid vastajate hulgas vanusegrupid 45-54 (30%), 55-64 (23%) ja 65+ (20%). Järjest nooremate vanusegruppidega vähenes ka külastajate arv. 35-44-aastaseid vastanuid oli 13%, 25-34-aastaseid 10% ja 18-24-aastaseid 4%. Ligikaudu pooled (49%) vastanutest olid abielus. Peaaegu võrdselt jaotusid vabaabielus (27%) ja vallalised/lahutatud/lehestunud (25%) respondendid. Seega võib öelda, et enamasti külastavad Värska Kuurortravikeskust üle 45-aastased abielu-/kooselupaarid.

Kõige enam vastajaid oli pärit Tartumaalt (29%) ja Harjumaalt (19%). Järgnesid Põlvamaa (10%), Võrumaa (9%) ja Viljandimaa (7%). Valgamaalasi osales küsitluses 5%, Pärnu- ja Jõgevamaalasi võrdselt 4%. Eelnevatest veidi vähem oli pärit Raplamaalt (4%), Lääne-Virumaalt (3%) ja Järvamaalt (2%). 2% ja vähem vastajaid olid Ida-Virumaal, Läänemaal, Hiiumaal ja Saaremaal. Neli respondenti olid pärit ka Soomest.

Seega uuringu kohaselt külastavad Värskas Kuurortravikeskust peamiselt Tartumaalt, Harjumaaalt, Põlvamaalt ja Võrumaalt pärit inimesed.

Uuringu teine osa keskendus spaakülastuse harjumustele. Järgnevalt esitatakse uuringutulemused, mis kirjeldavad vanusegruppide harjumusi spaahotellide külastamisel aasta jooksul (vt joonis 3). Kõige meelsamini külastavad Värskas Kuurortravikeskuse kliendid spaahotelle ühel korral aastas (37%), kelle hulgas domineerisid 65+ vanuses vastajad. 25% külastajatest külastab spaahotelle 2 korda aastas, kellest kõige rohkem oli 45-54-aastaseid inimesi. Populaarsuselt kolmandal kohal 18% olid respondendid, kes külastavad spaahotelle rohkem kui neli korda aastas. Ka siinkohal domineeris vanusegrupp 45-54. 14% respondentidest külastavad kõnealuseid terviseturismiasutusi 3 korda aastas (enam 45-54- ning 55-64-aastaseid) ning 4% teevad seda 4 korda aastas, kellest kõige rohkem oli 35-44-aastaseid inimesi.

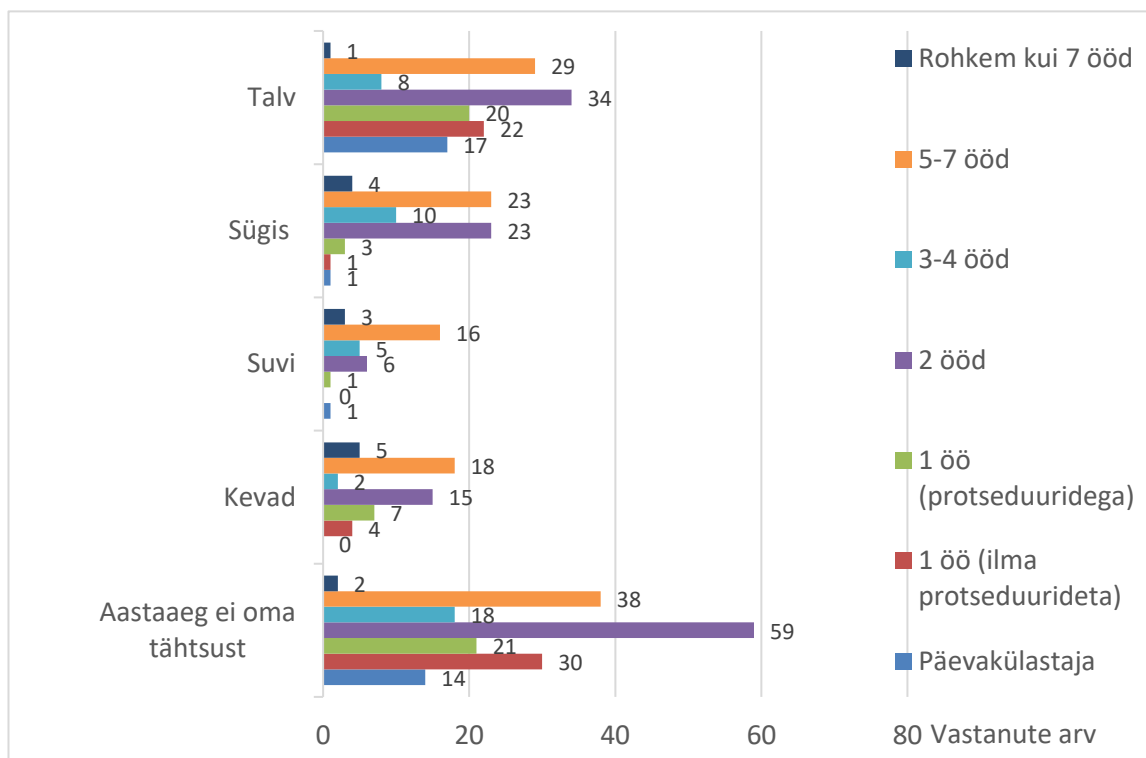


**Joonis 3.** Värskas Kuurortravikeskuse klientide külastuskordade arv aastas vanusegrupiti.

Värskas Kuurortravikeskuse 40% klientidele ei ole spaahotellide külastamiseks aastaalgul oluline. 29% eelistab seda teha pigem talvel. Nendele järgnesid sügisel (14%), kevadel (11%) ja väga väiksel määral suvel (7%) spaahotelle külastada eelistavad vastajad.

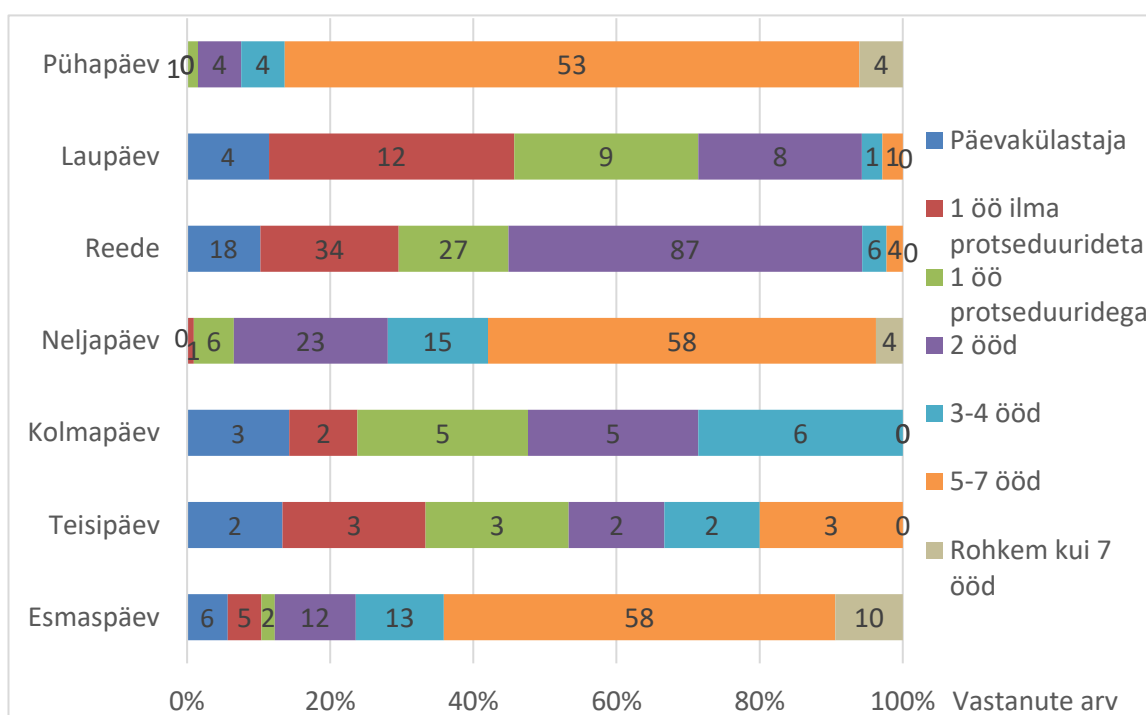
Rohkem kui poolte vastajate eelistatud terviseturismipuhkuse pikkuseks oli kas 2 või 5-7 ööd, vastavalt 30% ja 27%. Ligikaudu veerand kogu vastanutest viibib terviseturismipuhkusel maksimaalselt ühe öö. Kuna sel juhul on tegemist lühikese puhkusega, anti vastajate valik, kas selle vältel tarbitakse ka asutuses pakutavaid protseduure või mitte. 12% kogu vastanutest on üheöökülastajad, kes piirduvad toahinnas sisalduva veekeskuse- ning jõusaali kasutusega. 11% kogu respondentidest on aga üheöökülastajad, kes tarbivad aga lisaks ka erinevaid terviseprotseduure. 3-4 öise puhkuse valisid 9% respondentidest ning 7% ei soovi ööbida ja on seega päevaküllastajad. Kõige ebapopulaarsemaks osutus terviseturismipuhkus pikkusega rohkem kui 7 ööd, mille valisid 3% respondentidest.

Võrreldes vastanute valikuid aastaegade ning puhkuse pikkuse eelistuses (vt joonis 4), selgus, et klientidele, kellele ravispaa külastamiseks ei ole aastaeg oluline või teevad seda talvel, oli kõige rohkem neid, kelle puhkus kestab tavaliselt 2 ööd. Nendele järgnesid 5-7-öölise puhkusega respondendid. Võrdselt veedetakse 2 või 5-7 ööd ravispaas sügiseti. Suvel ja kevadel domineerivad aga pikemad puhkused ning kõige rohkem eelistatakse ravispaas viibida 5-7 ööd.



**Joonis 4.** Värskas Kuurortravikeskuse klientide aastaaja ja puhkuse pikkuse eelistuse seos.

Üle kolmandiku (38%) respondentidest eelistab terviseturismipuhkust alustada reedel (vt joonis 5). Sealjuures domineerisid just kahe ja ühe öö pikkused külastused. Pühapäeval ja esmaspäeval ja neljapäeval alustavad terviseturismipuhkust vastavalt 14%, 23% ja 9% vastanutest ning nende eelistuseks oli enamasti ööbida 5-7 ööd. Alguspäevadena järgnevad laupäev (8%), kolmapäev (4,6%) ja teisipäev (3%). Seega nädalavahetuse kliendid saavad reeglina reedel. Pikemat puhkus planeerivad kliendid, aga esmaspäeval, neljapäeval või pühapäeval.



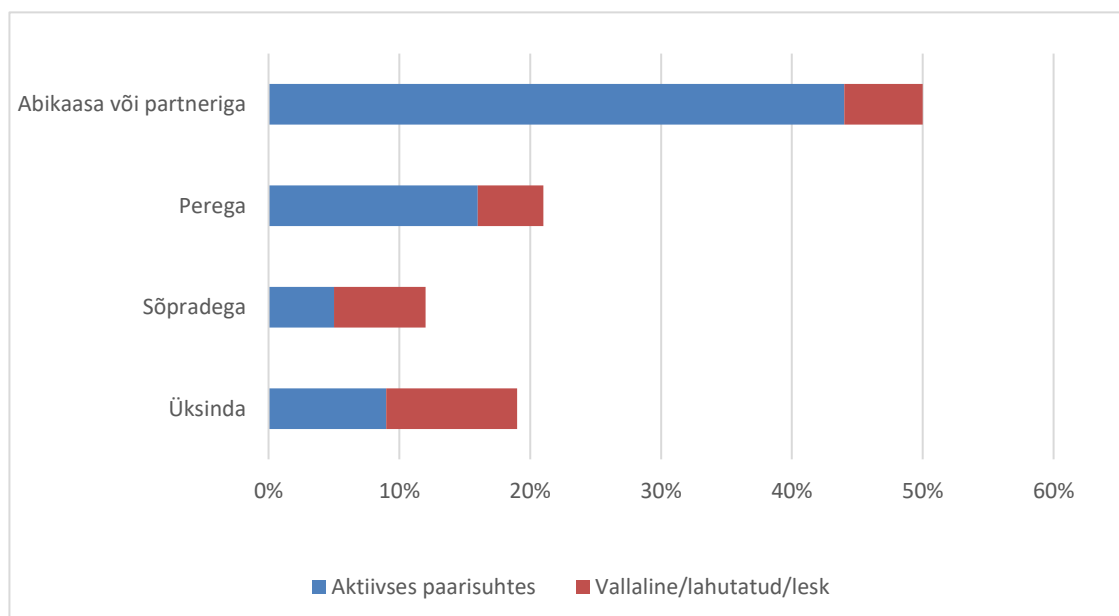
**Joonis 5.** Värskä Kuurortravikeskuse klientide terviseturismipuhkuse alguspäev ning puhkuse kestus.

Külastuse pikkus muutis vähesel määral ka hinnaelistust. Kogu vastanutest valdav enamus (63%) on valmis kulutama ühe inimese kohta päevas kuni 50 eurot. Ligikaudu kolmandik (30%) aga 51-100€ päevas. Uuringu käigus selgus, et kõige populaarsema valiku ehk 2 öö pikkuse terviseturismi puhkuse korral on 66% vastanutest valmis kulutama kuni 50 eurot päevas ühe inimese kohta. Järjestuselt teine ehk 5-7 öise puhkuse korral olid 70% vastajatest valmis kulutama kuni 50 eurot päevas. Kui 2-öise puhkusega olid mõned respondendid valmis kulutama kuni 200 eurot päevas, siis pikema puhkuse

korral piirdusid ülejäänud 30% külastanut kuni 100-eurose väljaminekuga päevas. Seega mida pikem on puhkuse periood, seda odavamad hinda soovivad kliendid.

69% Värskas Kuurortravikeskust külastavatest respondentidest ei leia, et Värskas kaugus suurematest linnadest oleks takistus, st neile ei ole ravispaa kaugus oluline. Peaaegu võrdselt eelistati kuni kahe tunni sõitu (14%) ning kuni tunniajast sõitu (13%). 4% vastanuid käib ainult kodu lähedal asuvates ravispaaades. Ülekaalukalt reisivat Värskas Kuurortravikeskusesse isikliku autoga (77%) ning 17% kliente jõuab Värskasse bussiga. Väiksel määral kasutatakse sõbra või tuttava transpordivahendit ja rongiliiklust.

Järgnevalt on vaatlusel külastajate seltskonna eelistus ravispaa külastamisel ning nende suhtestaatus (vt joonis 6). Ligi pooled (47%) vastanutest külastavad spaahotelle abikaasa või partneriga ja peaaegu veerand (24%) koos perega, seega üle 2/3 klientidest on aktiivses paarisuhtes. 18% viibivad spaahotellides üksinda. Kõige vähem (11%) külastatakse selliseid asutusi sõpradega. Üle poole üksinda ja sõpradega külastajatest, vastavalt 54% ja 60% nimetatutest, on vallalised, lehestunud või lahutatud inimesed. Seega ei ole sõpradega või üksinda ravispaa külastavad inimesed valdavalt aktiivses paarisuhtes.



**Joonis 6.** Värskas Kuurortravikeskuse külastaja seltskonna eelistus ravispaa külastamisel ja nende suhtestaatus.

Ülekaalukalt saadakse ravispaahotellide kohta informatsiooni ravispaa kodulehelt ning seda kinnitasid 81% vastanutest. Ligikaudu pooled (44%) hangivad vajalikku teavet sotsiaalmeediast. Enam-vähem võrdselt jagunevad sõpradelt ja tuttavatelt (27%) ning meili teel (27%) saadud informatsioon. Ajalehe kaudu saab teavitatud 13%, telereklaamiga 6% ja raadioreklaamiga 2% küsitletutest. Vastusevariandi „Muu“ valinud respondendid tõid enam välja Hotelliveeb.ee kasutamise.

Lähtuvalt oma eelistatud turunduskanalite valikust, paluti hinnata, millisel osal päeva lõikes (hommik, lõuna, õhtu) kasutatakse neid reeglina kõige rohkem. 39% vastanutest kasutab neid kanaleid terve päeva vältel. Täpselt kolmandik kliente aga pigem õhtul ning 18% ei oska öelda. Hommikuti kasutab valitud kanaleid 8% ning lõunal 3% vastajaid.

Sotsiaalmeediakanalite kasutamise aja tuvastamiseks kontrolliti moodi kõigi sotsiaalmeedia ära märkinute ajalisest eelistusest. Kõige enam kasutatakse sotsiaalmeediakanaleid terve päeva vältel. Tele- ja raadioreklaami tarbitakse kõige populaarsemalt samuti terve päeva vältel. Nii keskmise kui ka mediaani järgi tarbitakse tele- ja raadioreklaami aga hommikusel perioodil.

Vastajatel paluti hinnata väiteid, mida nemad peavad terviseturismitooteks ehk saadi teada nende hoiakud terviseturismitoodetele. Vastajad said esitatud väiteid hinnata viie valikuvariandiga, mida sümboliseeriti järgnevalt:

- „Ei nõustu üldse“ – 1,
- „Pigem ei nõustu“ – 2,
- „Pigem nõus“ – 3,
- „Täiesti nõus“ – 4,
- „Ei oska öelda“ – 5.

Tulemuste kohaselt (vt tabel 1) kinnitasid ümardatud keskmine ja mood üksteist ning andsid kõikidele esitatud terviseturismi olemuse hoiakutele sama hinnangu. Kuna standardhälve oli suurem sportimise, tervisliku toitumise, kaalu vähendamise ja välimuse noorendamise vastuste puhul, võib öelda, et inimesed olid nende valikute juures rohkem eriarvamusel.

**Tabel 1.** Värskas Kuurortravikeskuse klientide hoiakud terviseturismiteenustele.

|                                           | Mood | Keskmine | Standardhälve |
|-------------------------------------------|------|----------|---------------|
| Haiguste ennetamine                       | 4    | 3,5      | 0,7           |
| Haiguste ravimine                         | 3    | 3,2      | 0,8           |
| Tervisliku seisundi säilitamine           | 4    | 3,7      | 0,6           |
| Vaimse tervise parendamine/säilitamine    | 4    | 3,7      | 0,6           |
| Füüsilise tervise parendamine/säilitamine | 4    | 3,6      | 0,6           |
| Stressi leevendamine                      | 4    | 3,8      | 0,5           |
| Puhkamine                                 | 4    | 3,8      | 0,4           |
| Hellitavate hoolduste kogemine            | 4    | 3,6      | 0,7           |
| Raviprotseduuride kogemine                | 4    | 3,6      | 0,7           |
| Välimuse noorendamine                     | 3    | 3,2      | 1,1           |
| Kaaluvähendamine                          | 3    | 2,9      | 1,2           |
| Tervislik toitumine                       | 3    | 3,2      | 1,0           |
| Sportimine                                | 3    | 3,1      | 0,9           |
| Lähedastega aja veetmine                  | 4    | 3,6      | 0,8           |

Vastanud olid täiesti nõus, et terviseturismiteenuste tarbimiseks võib lugeda haiguste ennetamise, tervisliku seisundi säilitamise, vaimse ja füüsilise tervise parendamine ja säilitamine, stressi leevendamise, puhkamise, hellitavate hoolduste ja raviprotseduuride kogemise ning lähedastega aja veetmise.

Pigem nõus oldi selles, et terviseturismiteenuseks on ka haiguste ravimine spaahotellis, välimuse noorendamine, kaalu vähendamine, tervislik toitumine ja sportimine. Sealjuures on oluline, et nendest neljal variandil oli standardhälve teistest suurem, mis tähendab, et vastajad ei olnud niivõrd ühel meelel, kui teiste vastuste puhul. Seega võib öelda, et kõikide valikute juures on positiivne tendents ning Värskas Kuurortravikeskuse kliendid peavad kõiki valikuna antud variante terviseturismiteenusteks.

59% vastanutest oli külastanud Värskas Kuurortravikeskust alla aasta tagasi ning 31% tegid seda 1-3 aastat tagasi. Üle kolme aasta tagasi külastas Kuurortravikeskust 10% respondentidest. Võttes arvesse, et asutuses on palju panustatud teatud ühiskasutavate alade ning teeninduse kvaliteedi tõstmiseks ligikaudu viimase kolme aasta jooksul, võib öelda, et küsitlusest saadud tagasiside on piisavalt ajakohane.

Küsitluses paluti hinnata Värskas Kuurortravikeskuses pakutavate terviseturismiteenuste kvaliteeti. Valikuvariandid sümboliseeriti järgnevalt: „Halb“ – 1, „Pigem halb“ – 2, „Pigem hea“ – 3, „Väga hea“ – 4, „Ei ole teenust tarbinud“ – 5.

Valdavalt osutus selle küsimuse juures probleemiks, et suur hulk vastajad ei olnud enamikke teenuseid tarbinud. Seetõttu tuuakse välja järgnevalt tabel 2 teises veerus välja mood koondvastustest ( $M_0$ ). Tabeli 3. veerg näitab konkreetset teenust tarbinud vastajate arvu ja 4.-6. veerg sümboliseerib moodi ( $M_1$ ), keskmist ja standardhälvet, kui vastustest on välja arvatud variant „Ei ole teenust tarbinud“.

**Tabel 2.** Värskas Kuurortravikeskuse klientide rahulolu asutuses pakutavate teenustega

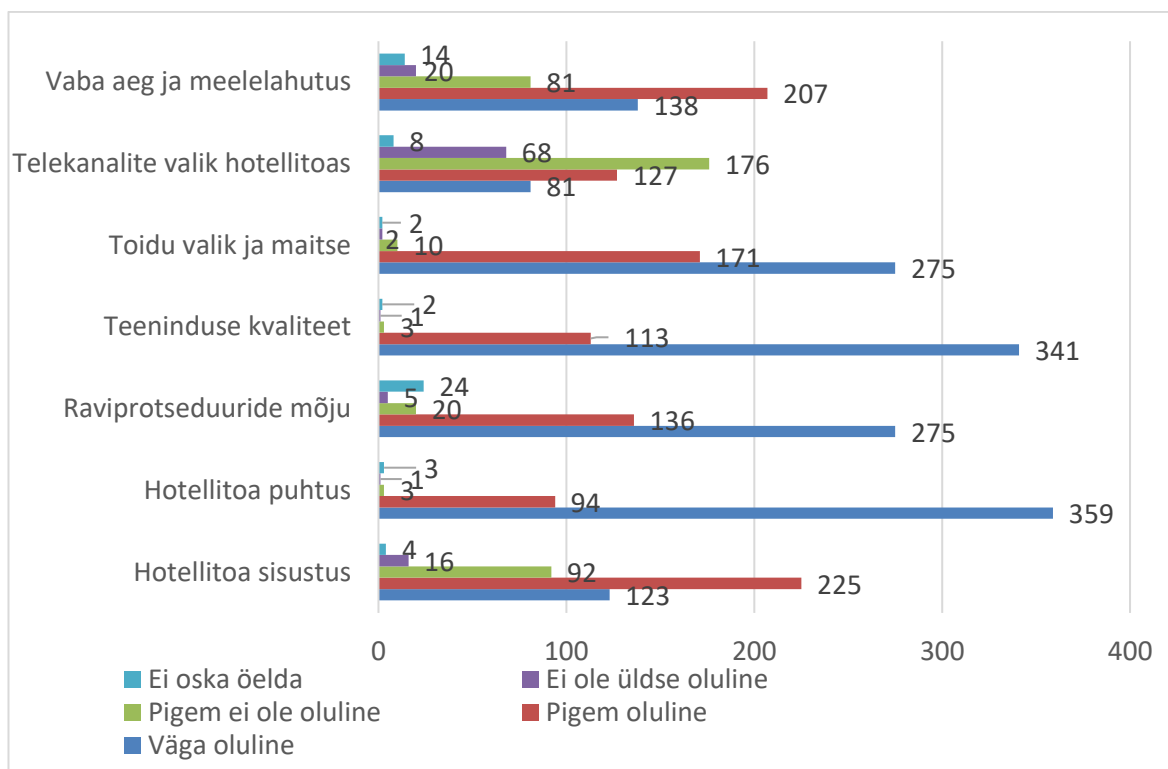
| Teenus                             | $M_0$ | Teenuste<br>tarbijate<br>arv | $M_1$ | Keskmine | Standardhälve |
|------------------------------------|-------|------------------------------|-------|----------|---------------|
| Arsti või terapeudi konsultatsioon | 5     | 259                          | 4     | 3,5      | 0,6           |
| Füsioterapeudi vastuvõtt           | 5     | 200                          | 4     | 3,6      | 0,6           |
| Psühholoogi vastuvõtt              | 5     | 118                          | 3     | 3,3      | 0,6           |
| Iluteenused                        | 5     | 154                          | 3     | 3,4      | 0,5           |
| Sotsiaalne rehabilitatsioon        | 5     | 127                          | 3     | 3,4      | 0,6           |
| Töölane rehabilitatsioon           | 5     | 121                          | 3     | 3,3      | 0,6           |
| Raviprotseduuride valik            | 4     | 362                          | 4     | 3,5      | 0,6           |
| Vee- ja saunakeskuse kasutamine    | 4     | 441                          | 4     | 3,6      | 0,6           |
| Jõusaali kasutamine                | 5     | 203                          | 3     | 3,3      | 0,7           |
| Mineraalveevann                    | 4     | 386                          | 4     | 3,7      | 0,6           |
| Ravimuda üldvann                   | 4     | 281                          | 4     | 3,7      | 0,6           |
| Individuaalne liikumisravi         | 5     | 155                          | 4     | 3,4      | 0,7           |
| Grupitreeninguna liikumisravi      | 5     | 156                          | 4     | 3,4      | 0,7           |
| Hommikuvõimlemine                  | 5     | 164                          | 4     | 3,4      | 0,7           |
| Soojaravid                         | 5     | 257                          | 4     | 3,6      | 0,6           |
| Elektriravi                        | 5     | 157                          | 4     | 3,5      | 0,6           |
| Laserravi                          | 5     | 104                          | 4     | 3,4      | 0,7           |
| Magnetravi                         | 5     | 142                          | 4     | 3,4      | 0,8           |
| Lokaalne massaaž                   | 5     | 258                          | 4     | 3,6      | 0,6           |
| Üldmassaaž                         | 4     | 313                          | 4     | 3,7      | 0,6           |

Eelneva tabeli teisest veerust on näha, et ainsad teenused, mille hinnang saadi ilma viienda variandi eemaldamiseta, olid raviprotseduuride valik, vee- ja saunakeskus, mineraalvann, ravimuda üldvann ja üldmassaaž. Seega võib öelda, et need on ka ühed populaarsemad terviseturismiteenused Värskas Kuurortravikeskuses. Nende teenuste kvaliteet hinnati väga heaks.

Kui vastusevariantidest välistati variant „Ei ole teenust tarbinud“, oli võimalik teada saada teenust tarbinute hinnang teenuste kvaliteedi kohta. Lisaks eelnevalt välja toodud teenustele oli „Väga heaks“ hinnatud seega arsti või terapeudi konsultatsioon, füsioterapeudi vastuvõtt, individuaalne liikumisravi, gruppitreeninguna liikumisravi, hommikuvõimlemine, soojaravid, elektriravi, magnetravi ja lokaalne massaaž. „Pigem hea“ hinnangu said teenused psühholoogi vastuvõtt, iluteenused, sotsiaalne ja tööalane rehabilitatsioon, jõusaali kasutamine. Seega võib järeldada, et kõigi tarbitud teenuste kvaliteediga ollakse rahul.

Valdavalt sooviti toitlustust lisaks hommikusöögile ka lõunal ja õhtul (70%). Sellist valikut eelistasid peamiselt 5-7 ja 2 ööd ööbivad kliendid. 22% vastanutest eelistas aga lisaks ainult õhtusööki ja 5% ainult lõunasööki. Toitlustamise kohta ei osanud arvamust öelda 3% ja toitlustamist ei soovinud kindlasti 1% vastajatest. Sealjuures on oluline, et 60% respondentidest olid nõus tagasihoidlikuma toiduvalikuga, kui ravipaketi hind on soodsam. 40% aga olid nõus maksma paketi eest rohkem, kui toiduvalik on mitmekesisem.

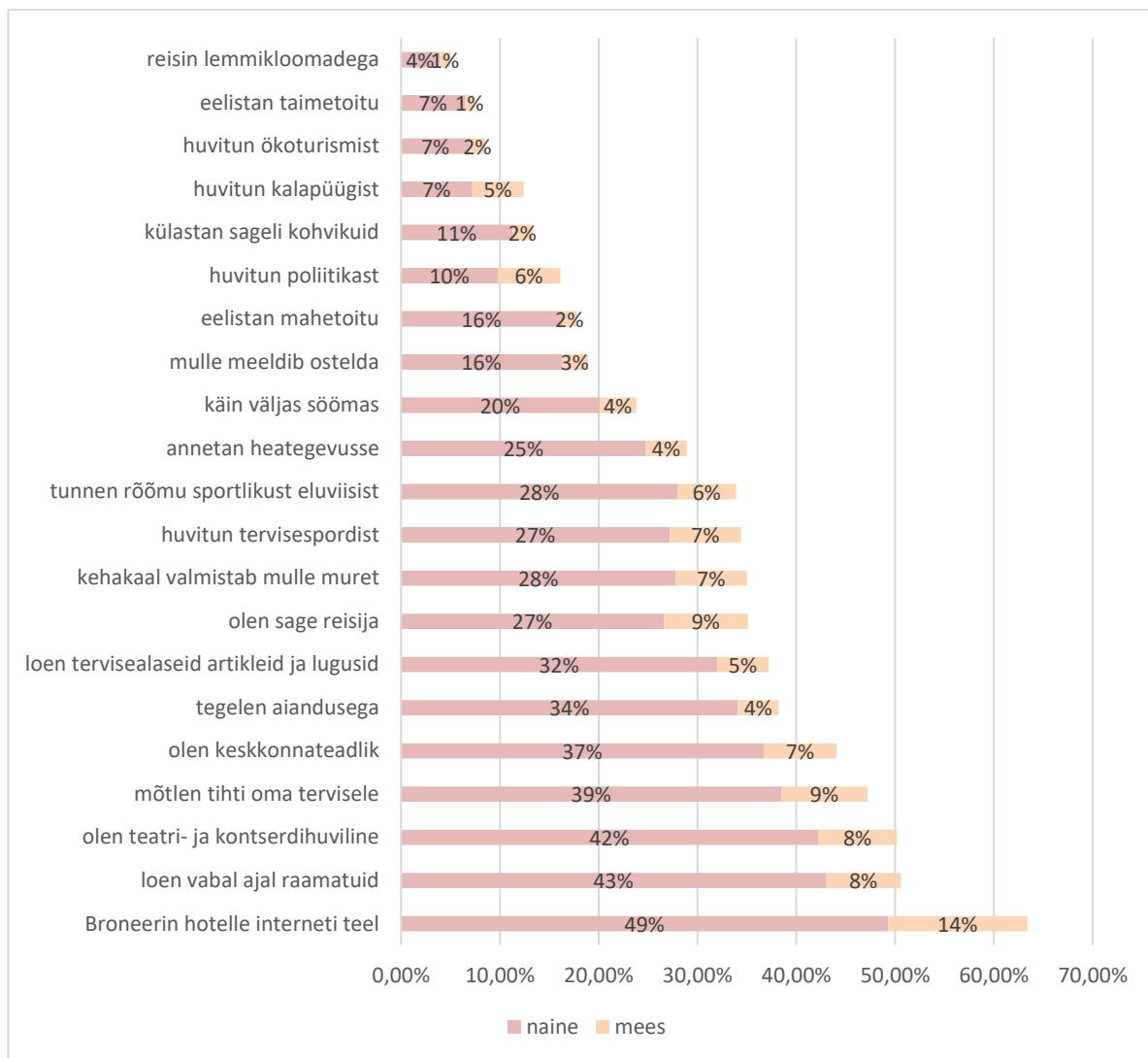
Respondentidel paluti hinnata, millised aspektid on spaahotelli puhul neile olulised (vt joonis 7). Küsitlusest selgus, et väga oluliseks peeti hotellitoa puhtust, raviprotseduuride mõju, teeninduse kvaliteet, toidu valik ja maitse. Pigem oluliseks hinnati valdavalt hotellitoa sisustust ning vaba aja sisustamist ja meelelahutust. Telekanalite valik hotellitoas oli enamikele klientidele pigem mitteoluline.



**Joonis 7.** Värskas Kuurortravikeskuses klientide eelistused spaahotelli valimisel.

Vastanutele anti valik erinevaid väiteid ning paluti märkida vastused, mis nende käitumisharjumuste ja põhimõtetega sobivad (vt joonis 8). Kõige populaarsemaks osutus fraas „broneerin hotelle interneti teel“, mille valis 64%. Ligikaudu pooled respondentidest loevad vabal ajal raamatuid, peavad ennast teatri- ja kontserdihuviliseks ja mõtlevad tihti oma tervisele ja keskkonnateadlikuks. Ligikaudu kolmandik klientidest tunnevad rõõmu sportlikust eluviisist ja tervisespordist, on mures oma kehakaalu pärast, on sagedad reisijad, loevad tervisealaseid artikleid ja lugusid ning tegelevad aiandusega. Ligikaudu veerand vastanutest käivad väljas söömas.

Vähesemal määral oldi huvitatud ostlemisest, mahetoidust ja poliitikast. Eriti sageli ei külastata kohvikuid ega huvituta kalapüügist. Väga vähesed vastajad huvitusid ökoturismist, eelistasid taimetoitu ja reisisid lemmikloomadega. Seega valdavalt ei iseloomusta need tegevused Värskas Kuurortravikeskuse klienti.



**Joonis 8.** Värskas Kuurortravikeskuse klientide valitud väited enese iseloomustamiseks.

Eelolevalt jooniselt 8 on näha, et naissoost inimesed domineerisid kõikide iseloomustuste juures. Enam esile tõusid meessoost isikud väidete „huvitun poliitikast“ ja „huvitun kalapüügist“. Võttes arvesse, et uuringus osalevate meeste osakaal oli 22%, võib öelda, et ka väite „broneerin hotelle interneti teel“ väite juures, oli meeste osakaal suur.

Ankeedi viimane küsimus palus respondentidel anda oma seisukoht, kas nad soovitaksid sõpradel ja tuttavatel külastada Värskas Kuurortravikeskust. Uuringu tulemusena selgus, et 440 inimest vastas jaatavalt. See tähendab, et 4% külastajatest ei olnud rahul Värskas Kuurortravikeskuse külastusega.

Kõige enam mainiti põhjendustes positiivsete aspektidena vaikust, rahu ja looduslikku keskkonda. Samuti kiideti väga kvaliteetset teenindust ning toodi välja Eestis ainulaadsed muda- ja mineraalveevannid. Lisaks eelnevale oldi rahul ka toitlustuse kvaliteediga ja raviprotseduuride valikuga ning kvaliteediga. Kaks vastanut soovitasid küll Värskas Kuurortravikeskust oma sõpradele ja tuttavatele, kuid seda pigem üle 45-aastastele ilma lasteta inimestele.

Kuigi negatiivse hinnangu andsid 4% vastanutest, toodi välja mõned rahuolematuse põhjused. Esiteks toodi välja veekeskuse uuenduste vajalikkust. Samuti sooviti tulevikus soojendusega välibasseini ning suuremat saunade valikut. Lisaks mainiti palju hotellitubade renoveerimist. Mitmed kliendid leidsid, et veekeskuse ja toitlustuse asumine teises hoones oli ebamugav. Üheks negatiivseks aspektiks oli ka kaugus ning keerukus jõuda sihtkohta ilma autota.

## **2.4. Järeldused ja ettepanekud**

Tuginedes eelnevale teooriale ja läbiviidud uuringule, esitab töö autor järgnevalt järeldused ja soovitused Värskas Kuurortravikeskuse terviseturismitoodete arendamiseks.

Uuringu käigus koguti 460 Värskas Kuurortravikeskust külastanud vastajat, kellest 359 oli nais- ja 101 meessoost. Tulemuste põhjal selgus, et peamiselt külastavad Värskas Kuurortravikeskust alates 45-aastased aktiivses paarisuhtes olevad inimesed. Ka Värskas Kuurortravikeskusele positiivse hinnangu andnud kliendid tõid välja, et soovitaksid Värskas Kuurortravikeskust pigem 45-aastastele ja vanematele inimestele. Värskas Kuurortravikeskuse kliendid on peamiselt pärit Tartu-, Harju-, Põlva- ja Võrumaalt. Seega kinnitatakse Marcekova, Simockova & Sebova (2016, lk 110) väidet, et valdav enamik ravispaasid külastavad inimesed on keskeas (vanuses 45-59). Kuna suur hulk külastajaid olid ka vanemad, siis Värskas on juba populaarseks muutumas nn *silver hair tourists* ehk üle 65-aastased kliendid (Horwarth – Hotel, Tourism and Leisure, 2015, lk 2).

Vastavalt uuringu tulemustele leiti, et kõige enam külastatakse ravispaasid üks kord aastas ning peamiselt vastasid nii vanusegrupis 65+ respondendid. 45-54-aastased kliendid külastavad ravispaasid kas 2 või rohkem kui 4 korda aastas. Seega kinnitatakse

Horwarthi - Hotel, Tourism & Leisure (2016, lk 2-4) väidet, et järjest enam soovitakse oma tervise eest hoolitseda. Seega, kuigi peamiselt külastavad Värskas Kuurortravikeskuse kliendid ravispaad ühel korral aastas, siis autor teeb ettepaneku luua aastas mitu korda ravispaad külastavatele inimestele lojaalsusprogrammi. Näiteks alates teisest külastuskorrast kaasneb toitlustuse või majutuse soodustus. Nii premeeritakse olemasolevaid aastas mitu korda külastavaid kliente ning motiveeritakse ka teisi kliente rohkem just Värskas Kuurortravikeskust külastama.

Peaaegu pooltele külastajatele ei oma Värskas Kuurortravikeskuse külastamiseks aasta-aeg tähtsust ning peaaegu kolmandik külastab asutust talvel. Kõige vähem valiti külastusperioodiks suveaega, mis on Eesti turismimajanduse tippaeg. Seega kinnitatakse ka Maailma Turismiorganisatsiooni (2018) väidet, et terviseturism on hooajalisust vähendav turismiliik.

Peamiselt ööbitakse Värskas Kuurortravikeskuses kas 2 või 5-7 ööd. Lühemaid puhkuseid alustatakse reedel. 5-7 öist puhkust alustatakse pühapäeval, esmaspäeval või neljapäeval. Uuringu tulemustest lähtuvalt saab väita, et mida pikem on puhkus, seda odavamalt hinda kliendid soovivad. Valdavalt võib öelda, et soovitatav kulutuste suurus on kuni 50 eurot inimese kohta päevas. Lühema puhkuse korral võib see hind küündida ka kuni 100 euroni inimese kohta päevas.

Üle poole klientidest eelistas väiksema hinnaga ravipakette, kui toiduvalik on tagasihoidlikum. Alla poole klientidest on aga nõus maksma ravipaketi eest rohkem, kui toitlustuse valik on mitmekesisem. Ning kuigi 2- ja 5-7 ööd ööbivad kliendid soovisid lisaks hommikusöögile ka lõuna- ja õhtusööki, on erineva ajavahemiku vältel viibivatel klientidel erinevad eelistused. Sellest lähtuvalt teeb autor ettepaneku muuta toitlustus paketisiseselt valikuliseks. Näiteks klient saab broneerimisel valida, millist toitlustusvalikut soovib, lisada toidukordi juurde või neid vähendada. Üks võimalus klientide soovidega arvestada on ka näiteks toitlustusala kaheks jagamine – üks pool tagasihoidlikuma valikuga klientide jaoks ning teine mitmekesisema ning kallima eelistuse jaoks. Toitlustusvalik tuleks eelnevalt broneerida ja tasuda, et arvestada toidu valmistamisel kogustega.

Uuringu tulemustest selgus, et klientide jaoks on väga oluline toidu kvaliteet ja maitse. Siinkohal kinnitatakse nii Kucukusta ja Guillet (2106, lk 242), Langvinienne ja Sekliuckiene (2009, lk 78) kui ka Torres ja Kline (2013, lk 656) väiteid. Värskas Kuurortravikeskus pöörab palju tähelepanu kohaliku toidu tutvustamisele, pakkudes iga päev üht kohalike traditsioonidega rooga. Kuigi toidualast kriitikat uuringu tulemustes ei esinenud, esitab autor ettepaneku menüü muutmisel korraldada töötajatega ühine toidu degusteerimine, kus kõik töötajad saavad avaldada arvamust. Sellisel juhul on töötajad kursis, millist toitu nende ettevõtte pakub ning ka köök pingutab kvaliteedi nimel rohkem.

Peaaegu kolmveerand klientidest ei ole heidutatud Värskas Kuurortravikeskuse kaugusest suurematest linnadest, kuid seda seetõttu, et väga suur osa kliente reisib ravispaadesse isikliku autoga. Alla veerandi inimestest kasutab selle jaoks ka bussi ning vastanute tagasisidest toodi välja samuti bussiliikluse edendamine. Seega leidis kinnitust ka Maailma Turismiorganisatsiooni ja Euroopa Reisikomisjoni (2018) väide, et terviseturismiga on võimalik edendada ka väiksemaid asulaid, luues nendes kohtades terviseturismiasutusi.

Vastavalt Värskas Kuurortravikeskuse kodulehel olevale informatsioonile selgub, et tagatud on mõningad võimalused bussiga Tartust ja Tallinnast Värskasse ning kaks korda päevas rongiga Tartust Oravale jõudmiseks, samuti on võimalus tellida transfeer Oravalt kuurortravikeskusesse. Seega teiste kohtadega otsene ühistranspordivõimalus puudub ning kohale jõudmine on pigem keerukas. Sellest tulenevalt soovib autor teha erinevate kohalike omavalitsuste ning seltsidega koostööd ning koguda suuremaid grupe, et ka kliendid, kes ei oma autot, saaksid ühise bussiga ravispaasse reisida. Nii säästetakse ka loodust, vähendades autoliiklusest tulenevat heitgaaside paiskamist.

Valdav enamik külastajaid on aktiivses paarisuhtes ning külastavad ravispaasid koos kaaslase või perega. See ühtib Kucukusta ja Guillet (2016, lk 254-255) uuringuga, kus leiti, et ravispaasid külastatakse partneriga või perega. Kuna hetkel ei ole ravi- ja lõõgastuspakettide valikus otseselt paaridele suunatud paketti, teeb autor ettepaneku luua romantikapakett, mis sisaldaks ravi- või lõõgastusprotseduure, kuid looks romantilise õhkkonna puhkusel viibivale kooselupaarile. Romantikapaketi pikkuseks võiks vastavalt uuringu tulemustele olla 2 ööd. Kõnealuse toote toitlustusvalik võiks olla valikuline ning vastavalt viimasele muutuks ka hind. Romantikapaketi võiks olla valik

duaalprotseduuridena läbi viidavaid protseduure, mille hulgast klient saaks valida 2-3 protseduuri, mida koos kaaslasega nautida (näiteks duaalmassaaž, soojaravi, hoolitsused ja teraapiad või kümblemine mineraal- või mudavannis).

Paaridele on võimalus luua romantikapaketi osana orienteerumine, mille käigus lahendatakse ülesandeid, mis arendavad ning nõ värskendavad ka pikaaegseid suhteid. Selline matk sisustab külastajate aega, paneb neid aktiivselt värskes õhus liikuma ja toob igapäeva elust ning nutimaailmast kaugemale. Lisaks soovitatakse teha koostööd teiste kohalike ettevõtjatega ning paketti täiustada lisatasu eest ka kuurortravikeskuse väliste tegevustega, näiteks päikeseloojangu laevareisiga Lämmijärvel või talvisel hooajal hobureesõiduga.

Eelnevale tuginedes on romantikapaketi näol tegemist lühikese puhkuseperioodiga ning küsitlusest selgus, et valdav enamik soovis tasuda kuni 50 eurot inimese kohta päevas. Seega võib inimese kohta olla tasu ligikaudu 50 eurot päevas, st romantikapaketi maksumus kahele inimesele on ligikaudu 200€, olenevalt toitlustuse valikust.

Inimesed, kes külastavad ravispaasid üksi või sõpradega, ei ole enamasti aktiivses paarisuhtes. Siinkohal saab tugineda Kucukusta ja Guillet (2016, lk 254-255) uuringule, kus leiti, et ravispaasid ei külastata ainult tervise pärast, vaid see on muutunud sotsiaalseks tegevuseks. Ka Torres ja Kline (2013, lk 656) leiavad, et ravispaa külastajad otsivad sotsiaalseid sidemeid. Autor esitab ettepaneku korraldada just üksinda reisivatele inimestele temaatilised tutvumisõhtud, mis ei ole romantilise alatooniga, kuid aitavad leida inimestel uusi tutvusi, kasvõi koos veekeskuse külastamiseks. Selleks võib olla näiteks ühine veinidegusteerimine, tantsuõhtud, kus vahetatakse paarilisi, lauamängude õhtud jms.

Värskas Kuurortravikeskuse kliendid hangivad ravispaa kohta informatsiooni valdavalt ravispaa kodulehelt ning sotsiaalmeediast. Sotsiaalmeediakanaleid tarbitakse peamiselt terve päeva vältel. Kuna Värskas Kuurortravikeskuse koduleht ja Facebooki leht on ühendatud, soovitab autor viia läbi just Facebook platvormil erinevaid sotsiaalmeedia tegevusi, et jälgijaskonda suurendada. Tele- ja raadioreklaam on paslik suunata hommikusele perioodile. Kuna turundustegevus on peale tootearendust järgmine etapp ja

eraldi teema, siis antud töös seda ei käsitleta. Autor soovib läbi viia hilisemad täpsemad uuringud ning vastavalt tulemustele meetmed kasutusele võtta.

Uuringu tulemused kinnitavad teoreetikuid (World Tourism Organization and European Travel Commission, 2018; Smith & Puczkó, 2009; Smith & Puczkó, 2014; Hall, 2011), kuna respondendid nõustuvad üksmeelselt, et terviseturism hõlmab endast füüsilist, vaimset ja spirituaalset tervist. Vastustest saab järeldada, et respondendid, pidasid terviseturismiks nii heaolu- kui ka meditsiinilisi teenuseid. Lisaks kinnitati eelolevate autorite väidet, et terviseturismi kasutatakse nii terviseprobleemide ennetamiseks kui ka nende ravimiseks.

Uuringu tulemustest saab järeldada, et Värskas Kuurortravikeskuses pakutavatel terviseturismiteenused on kvaliteetsed. Kucukusta ja Guillet (2016, lk 242) ning Torres ja Kline (2013, lk 642) leiavad, et parima kvaliteedi tagavad teenindusstandardid ja pidevad koolitused. Kuna terviseturismimajandus ja pakutavad protseduurid on pidevas muutumises ning innovaatilised, teeb autor ettepaneku korraldada uuringu töötajate seas ning kaasata töötajaid uute raviprotseduuride ja -meetodite valikusse toomiseks. Lisaks tuleks tagada pidev koolitamine nii eri- kui ka teenindusalaselt, et kvaliteeditaset veelgi paremaks muuta.

Asutuse kliendid hindavad ravispaahotelli puhul puhtust, raviprotseduuride mõju, teeninduse kvaliteeti, valikut, hotellitoa sisustust ja vaba aja sisustamist. Vähesed inimesed, kes andsid Värskas Kuurortravikeskusele negatiivse hinnangu, tõid välja just renoveerimise vajalikkust ning teenuste tarbimiseks hoonete vahetamist. Sellest tulenevalt soovib autor renoveerida hotellitubasid, laiendada ja mitmekesistada veekeskust ning ühendada Kuurortravikeskuse hooned nõ tunnelitega, et kliendid ei peaks hoone muutmiseks jahedamal ajal riietuma ning ilmastiku tõttu ebameeldivust tundma.

Et tagada jätkuv kvaliteet seoses ravispaahotelli puhtusega, teeb autor ettepaneku luua puhastusteenindajatele boonussüsteem, mille kontrollorganiteks on kaastöötajad ning ka kliendid, kes saavad puhtusele tagasisidet anda. Et sellist süsteemi luua, on asjakohased teoreetikute (Kucukusta & Guillet, 2017, lk 242; Torres & Kline, 2013, lk 642) põhimõtted, et toimiva ja kvaliteetse töö tagavad teenindusstandardid ning koolitused. Seetõttu on tarvis puhastusteenindajatele välja töötada selged nõuded ja tööjuhised.

Kõikide nimetatud kriteeriumite täitmine ja klientide/kaastöötajate hea tagasiside tagab töötajale preemia.

Vastanutele anti valik iseloomustusi ning valitud väidete järgi broneerivad Värskas Kuurortravikeskuse kliendid hotelle interneti teel, loevad raamatuid ja tervisalaseid artikleid, mõtlevad tihti tervisele, peavad ennast teatri- ja kontserdihuviliseks ja on keskkonnateadlikud. Lisaks sellele tuntakse rõõmu sportlikust eluviisist ja tervisespordist, ollakse mures oma kehakaalu pärast ja tegeletakse aiandusega.

Tuginedes eelnevale, teeb autor ettepaneku luua klientidele lugemisnurgaks koos raamaturiiuliga. Riiulilt leitavad raamatud võiksid olla tervise- ja kultuurialased. Lugemismaterjalid võiksid kajastada ka pakutavaid terviseprotseduure, sh kohaliku väärtusena muda ja selle mõju tutvustamine, et tõsta teadlikkust ning tekitada klientides huvi teenuste vastu. Selleks võib koostööd teha ka kohaliku raamatukoguga. Sellisel juhul on võimalik raamatute valikut teatud perioodi järel vahetada.

Kuna palju tuntakse huvi ka spordi vastu, teeb autor ettepaneku kestva tegevusena korraldada olemasolevaid matkaradasid ning muuta neid vastavalt vanema põlvkonna eripäradele kasutajasõbralikumaks paigaldades raja äärde puhkepingid. Matkaradade puhul on oluline ka varieeruv pikkus, kuna klientuuri hulgas on ka vanemaid inimesi, kes pikemaid distantse füüsiliselt läbida ei jõua, kuid soovivad looduses viibida.

Autor teeb ettepaneku korraldada Värskas Kuurortravikeskuse mitmest etapist koosnevaid spordiüritusi ja premeerida kliente kõikide etappide läbimisel. Näiteks igal aastaajal üks ühine matk Lämmijärve ümbruses, mille kõikide etappide läbimisel kingitakse näiteks tasuta protseduur. Sellisel juhul tuuakse rohkem tervisesportlaseid piirkonda ja tooks igal aastaajal tagasi teatud klientuuri. Vastavalt külastajate huvidele, saaks korraldada ka tervisealaseid vestlusõhtuid ja loenguid ning müüa neid 2- või 5-7-öise paketi osadena.

Kuna tulevikutrendid viitavad tööalasele tervise hoidmisele (Global Wellness Institute, *n.d.*), teeb autor ettepaneku koostada ettevõtete jaoks eraldi pakett, mille käigus ettevõtte võiksid tuua oma töötajad kas koolitusteks, seminarideks või lihtsalt tunnustuseks (suvepäevad, jõulupäevad) Värskas Kuurortravikeskusesse. Pakett sisaldaks seminariruumikasutust, majutust, toidlust, veekeskuse kasutust ning igal päeval ühte

terviseprotseduuri. Paketi pikkus võiks olla varieeruv ning vastavalt ettevõtte enda soovidele. See on hea võimalus ühildada tööalane tervishoid, pakkudes töötajatele lõõgastust, tuua vaheldust nende igapäeva tööle keskkonna vahetusega ning arendada meeskonnatööd.

## KOKKUVÕTE

Terviseturism, mis laiemalt jaotatakse heaolu- ja meditsiiniturismiks, on üks kiiremini arenevaid turismiliike. Terviseturism tähendab oma olemuselt reisimist, mille käigus säilitatakse või parendatakse tervist. Üha enam pööratakse tähelepanu peale füüsilise tervise ka inimese vaimsele poolele ning tegeletakse tervislike probleemide ennetamisega. Terviseturismi tulevikutrendidena nähakse vananeva inimkonna kasvu tõttu vanemaealisi turiste, üha personaalsemat teenuste pakkumist, heaolu laienemist elustiilile ning jätkusuutlikkust. Terviseturistide motivatsioon ei ole ainult vaimse ja füüsilise tervise parandamine vaid ka elamuse kogemine ning sotsiaalsete sidemete loomine, veetes aega endale lähedaste inimestega.

Kuna terviseturismimajanduses on tihe konkurents ning teenusepakkujaid on väga palju, on vajalik pidev terviseturismitoodete arendamine. Klientide ees laiub suur valik ning konkurentide seast silma paistmiseks peab lisaks teeninduse kvaliteedile ka leiduma midagi enamat. Seetõttu on oluline, et ettevõtted tunneksid oma kliente ning nende ootusi ja vajadusi.

Terviseturismi võib laiemalt jagada kaheks: heaolu- ning meditsiiniliseks ehk raviturismiks. Nende kõrval on oluline aga ka spaaturism, mis on ühenduskohaks eelnevalt nimetatutele. Üha suurenevas konkurentsisis ja järjest enam heaolule keskenduvast ühiskonnast on oluline teada oma klientide ootusi ja vajadusi ning vastavalt arendada terviseturismitooteid. Töö käigus leiti vastus uurimusküsimusele ja vastavalt sellele täideti töö eesmärk: autor esitas ettepanekud terviseturismitoodete arendamiseks Värskas Kuurortravikeskusele.

Kuna küsitlus oli veebipõhine, leidis vastajaid üle Eesti. Vastanutest 359 olid naised ja 101 mehed. Respondentidest domineerisid Tartu-, Harju-, Võru- ja Põlvamaalt pärit 45-54-aastased aktiivses paarisuhtes inimesed, kes reeglina külastavad spaahotelle partneri või perega. Nende jaoks ei ole tähtis spaahotelli kaugus suurematest linnadest, kuna

tavaliselt reisitakse sinna isikliku autoga, ning üldjuhul ei ole ka aastaaeg spaahotelli külastamiseks oluline. Suvist turismitippaega eelistatakse spaahotellide külastamiseks kõige vähem.

Värskas Kuurortravikeskuses külastajad broneerivad hotelle interneti teel, on raamatu-, teatri- ja kontserdihuvilised. Väga tihti mõeldakse oma tervise, huvitatakse tervisespordist ja tuntakse rõõmu sportlikust eluviisist. Paljud tegelevad ka aiandusega ning on keskkonnateadlikud. Terviseturistidena mõeldakse tihti oma tervisele ning loetakse sellealaseid artikleid ja lugusid.

Värskas Kuurortravikeskuses kliendid külastavad spaahotelle meelsamini ühel ja kahel korral aastas. Peamiselt soovitakse ööbida kas 2 või 5-7 ööd. Lühemaid puhkuseid alustatakse tavaliselt reedeti ning pikemaid esmaspäeval, neljapäeval või pühapäeval. Värskas Kuurortravikeskuses kliendid soovivad reeglina terviseturismitootele kulutada kuni 50 eurot päevas inimese kohta. Mida pikem puhkus, seda väiksemaks muutus päevane kulutus. Ehk 2-öise puhkuse eest ollakse nõus rohkem kui 50 eurot maksma.

Värskas Kuurortravikeskuses külastajad peavad terviseturismitoodeks nii vaimse kui ka füüsilise tervise ja haiguste ennetamist, ravimist ja säilitamist. Terviseturism on nende jaoks ka lähedastega aja veetmine, stressi leevendamine, puhkamine, tervislik toitumine, sportimine, kaalu vähendamine ja välimuse noorendamine. Lisaks eelnevale on Värskas Kuurortravikeskuses külastajad arvamusel, et ka hellitavate hoolduste ja raviprotseduuride kogemine on terviseturismi osaks. Kõiki Värskas Kuurortravikeskuses pakutavaid terviseturismiteenuseid hinnati kvaliteetseteks.

Värskas Kuurortravikeskuses kliendid valivad spaahotelle nii hotellitoa sisustuse, puhtuse, raviprotseduuride mõju, teeninduse kvaliteedi, vaba aja ja meelelahutus võimalus ning toidu valiku ja maitse järgi. Kuigi valdavalt soovivad Värskas Kuurortravikeskuses külastajad toitlustusega terviklahendust, mis hõlmab lisaks hommikusöögile ja lõuna- ja õhtusööki, siis toitlustuse mitmekesisust soovisid kliendid ise valida. Värskas Kuurortravikeskuses pakutavaid terviseturismitooteid hinnati kvaliteetseks, kuna peaaegu kõik vastanud soovitsid asutust ka sõpradele.

Tuginedes uuringu tulemustele ja teooriale, koostati ettepanekud olemasolevate ning uute terviseturismitoodete arendamiseks. Autor soovitas luua kaheõise romantikapaketi nädalavahetusteks maksumusega kuni 50 eurot öö, mille käigus kaasatakse ka teisi kohalikke ettevõtjaid, et luua lisaväärtust. Samuti tegi autor ettepaneku koostada pakett ettevõtetele, kes soovivad oma töötajaid väärtustada ning pakkuda tööalast heaolu.

Toitlustuse rikkalikkus ja hind võiks olla valikuline vastavalt tellija soovile, kuna külastajatele on oluline personaalsus. Esitati ettepanek ka lojaalsusprogrammi loomiseks korduvkülastajatele, et väärtustada neid kliente, kes külastavad Värskas Kuurortravikeskust mitmel aasta. Et pakkuda parimat teenindust, soovitas autor korraldada küsitlusi töötajate seas. Lisaks sellele soovitati ka puhastusteenindajatele luua teenindusstandardid ja boonusprogramm, tõstmaks veelgi teeninduse taset ja motiveerimaks töötajaid.

Lõputöö autor tegi ettepaneku teha koostööd erinevate seltside ja omavalitsustega, kogumaks suuremaid ühiseid gruppe ravispaahotelli külastamiseks, et vältida transpordiprobleemi. Samuti soovitati renoveerida hotellitubasid ning veekeskust. Et külastajatel on mitmekülgsed huvid, tegi autor ettepaneku koostada mitmest etapist koosnevaid matkasid, luua külastajatele lugemisnurk, korraldada loenguid ja seminare, tutvumisõhtuid ja kontserte. Lisaks soovitati korrastada ja vanemaealistele muuta kasutajasõbralikumaks olemasolevat matkarada.

Lõputöö eesmärk esitada Värskas Kuurortravikeskusele lähtuvalt külastajate ootustest ja vajadustest ettepanekud terviseturismitoodete arendamiseks täideti autori poolt. Töö alguses püstitatud uurimisülesanded said täidetud, lõputöös on antud ülevaade terviseturismi ja terviseturismitoodete arendamise teoreetilistest käsitlustest, viidi läbi uuring, analüüsiti selle tulemusi ning tehti ka järeldused ning ettepanekud Värskas Kuurortravikeskuse terviseturismitoodete arendamiseks. Antud töö peaks huvi pakkuma kõigile terviseturismi asjalistele, eriti sarnase tegevusalaga ettevõtetele, kellel on vajadus terviseturismitooteid arendada. Kuna terviseturismitoodete arendamisest pelgalt ei piisa, siis järgnev uuring peaks uurima, kuidas potentsiaalsete klientideni jõuda. Seega järgnev uuring peaks keskenduma turunduskanalite kasutamisele. Töö autor on tänulik juhendaja Inna Bentsalole ning Värskas Kuurortravikeskusele igakülgse abi eest ning töö valmimise kaasa aitamisele.

## VIIDATUD ALLIKAD

- Adams, K., Snyder, J., Crooks, V. A., & Johnston, R. (2017). Developing an informational tool for ethical engagement in medical tourism. *Philosophy, Ethics and Humanities in Medicine*, 12(1), 1–13. doi: 10.1186/s13010-017-0045-9
- Aydin, G., & Karamehmet, B. (2017). Factors affecting health tourism and international health-care facility choice. *International Journal of Pharmaceutial and Healthcare Marketing*, 11(1), 16–36. doi: 10.1108/IJPHM-05-2015-0018
- Baltaretu, A., & Mihaescu, C. (2016). General Considerations Regarding Health Tourism. *Quality-Access to Success Journal*, 17(3), 125–134.
- Battaglia, M. P. (2011). Purposive Sample. In P. J Lavrakas (Ed.), *Encyclopedia of Survey Research Methods* (pp. 645–647).  
<https://dx.doi.org/10.4135/9781412963947>
- Bogan, E., Roanghes-Mureanu, A-M., Teodorescu, C., & Varvaruc, D. (2014). Quality of Tourism Services Provided to Spa Consumers. Case Study: the Valcea Sub-Carpathians. *Quality – Access to Success* 140,(15), 38–51.
- Brown, B. L. (2010). Descriptive Statistics. In N. J. Salkind (Ed.), *Encyclopedia of Research Design* (pp. 353–359). <https://dx.doi.org/10.4135/9781412961288>
- Chen, K-H., Liu, H-H., & Chang, F-H. (2013). Essential customer service factors and the segmentation of older visitors within wellness tourism based on hot springs hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 122–132.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.05.013>
- Cheng, C.-C., Tsai, M.-C., & Lin, C.-L. (2016). Quality education service: put your feet in their shoes. *Current Issues in Tourism* 19(11), 1120–1135.  
doi:10.1080/13683500.2013.839633
- Chien, T.-K., & Su, C.-T. (2003). Using the QFD concept to resolve customer satisfaction strategy decisions. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 20(3), 345–359.

- Das, D., & Mukherjee, K. (2008). A QFD Approach to Addressing the Impacts of Tourism Development. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 8(3), 1–38. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15280080802080128>
- Dimitrovski, D., & Todorović, A. (2015). Clustering wellness tourists in spa environment. *Tourism Management Perspectives*, 16, 259–265.
- Eesti Spaaliit. (s.a.a). Spaad. Loetud aadressil <https://www.estonianspas.eu/et/spa/estonia-medical-spa-hotell/>
- Eesti Spaaliit. (s.a.b). Värskä Kuurortravikeskus. Loetud aadressil <https://www.estonianspas.eu/et/spa/varska-sanatoorium-veekeskus-3/>
- Fatima, H., Fatima Qadir, T., Moin, A., & Bilal Pasha, S. (2018). Pakistan: a transplant tourism resort? *Journal of Public Health*, 40(4), 899. doi: 10.1093/pubmed/fox157
- Fink, R. (2018). Health Tourism in the EU: Facts and Figures. Retrieved from <https://pro.regiondo.com/health-tourism-eu/>
- Global Wellness Institute. (2018). *Global Wellness Economy Monitor*. Retrieved from [https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2019/04/GWIWellnessEconomyMonitor2018\\_042019.pdf](https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2019/04/GWIWellnessEconomyMonitor2018_042019.pdf)
- Global Wellness Institute. (n.d.). What is wellness lifestyle real estate & communities. Retrieved from <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/what-is-wellness-lifestyle-real-estate-communities/>
- Hall, C. M. (2011). Health and medical tourism: a kill or cure for global public health? *Tourism Review*, 66(1/2), 4–15. doi: 10.1108/16605371111127198
- Horwarth – Hotel, Tourism and Leisure. (2015). *Tourism Megatrends. 10 things you need to know about the future of Tourism*. Retrieved from <http://corporate.cms-horwarthhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2015/12/Tourism-Mega-Trends4.pdf>
- Jamieson, S. (2012). Likert Scale In S. Boslaugh (Ed). *Encyclopedia of Epidemiology* (pp 603–604). <https://dx.doi.org/10.4135/9781412953948>
- Joppe, M. (2010). One Country's Transformation to Spa Destination: The Case of Canada. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17, 117–126. doi: <http://dx.doi.org/10.1375/jhtm.17.1.117>

- Kucukusta, D., & Guillet, B. D. (2016). Lifestyle Segmentation of Spa Users: A Study of Inbound Travelers to Hong Kong. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(3), 239–258. doi: 10.1080/10941665.2015.1025087
- Langvinienė, N., & Sekliuckienė, J. (2009). Factors of Influence on Successful Development of Lithuanian Resort Wellness SPA Services. *Social Sciences (1392-0758)*, 66(4), 72–81.
- Lee, Y.-C., & Chen, J.-K. (2009). A new service development integrated model. *The Service Industries Journal*, 29(12), 1669–1686. doi: 10.1080/02642060902793573
- Mainil, T., Eijgelaar, E., Klijs, J., Nawijn, J. & Peeters, P. (2017). *Research for TRAN committee – health tourism in the EU: A general investigation*. Retrieved from [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/601985/IPOL\\_STU\(2017\)601985\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/601985/IPOL_STU(2017)601985_EN.pdf)
- Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium. (2013). *Eesti riiklik turismiarenduskava*. Loetud aadressil <https://www.riigiteataja.ee/akti/isa/3191/1201/3015/lisa.pdf>
- Marcekova, R., Simockova, I., & Sebova, L. (2016). Health tourism in the context of active ageing of Slovak population. *Economic Annals-XXI*, 156(1-2), 109–111. doi: 10.21003/ea.V156-0025
- Filip, A. M., Mateoc-Sirb, N., & Csosz, I. (2019). Arguments Supporting the Need for Tourism Development. *Agricultural Management / Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol*, 21(3), 150–157.
- Milenković, M. J., & Petrović, N. (2018). Big Data - the impact on health tourism and sustainability. *Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia: International Scientific Conference held in Serbia 31 May- 2 June, 2018*, (pp 513–530). Vrnjačka Banja: University of Kragujevac.
- Mordor Intelligence. (n.d.). Medical Tourism Market – Growth, Trends and Forecast (2020–2025). Retrieved from <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/medical-tourism-market>
- Mrug, S. (2012). Survey. In N. J. Salkind (Ed.), *Encyclopedia of Research Design* (pp 1473–1476). <https://dx.doi.org/10.4135/9781412961288>
- Olsen, W. (2012). *Data Collection: Key Debates*. <http://dx.doi.org.ezproxy.utlib.ee/10.4135/9781473914230>

- Ormond, M. (2011). Medical tourism, medical exile: Responding to the crossborder pursuit of healthcare in Malaysia. In C. Minka & T. Oaks (Eds.) *Real Tourism: Practice, Care and Politics in Contemporary Travel* (pp 143–161). London: Routledge. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/230874190\\_Medical\\_tourism\\_medical\\_exile\\_Responding\\_to\\_the\\_cross-border\\_pursuit\\_of\\_healthcare\\_in\\_Malaysia](https://www.researchgate.net/publication/230874190_Medical_tourism_medical_exile_Responding_to_the_cross-border_pursuit_of_healthcare_in_Malaysia)
- Research Methodology. (n.d.). Survey Method. Retrieved from [https://research-methodology.net/research-methods/survey-method/#\\_ftn1](https://research-methodology.net/research-methods/survey-method/#_ftn1)
- Ridderstaat, J., Singh, D., & DeMicco, F. (2019). The Impact of major tourist markets on health tourism spending in the United States. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 270–280. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X17304304?via%3Dihub>
- Rutherford-Hemming, T. (2018). Pilot Studies. In B. B. Frey (Ed.), *The SAGE Encyclopedia of Educational Research, Measurement, and Evaluation* (pp 1254). doi: 10.4135/9781506326139.n518
- Snyder, J., Crooks, V., Johnston, R., & Kingsbury, P. (2013). Beyond Sun, Sand, and Stitches: Assigning Responsibility for the Harms of Medical Tourism. *Bioethics*, 27(5), 233–242. doi: 10.1111/j.1467-8519.2011.01942.x
- Snyder, J., Crooks, V. A., Turner, L., & Johnston, R. (2013). Understanding the impacts of medical tourism on health human Resources in Barbados: a prospective, Qualitative study of stakeholder perceptions. *International Journal of Equity in Health*, 12(1), 2–12. doi: 10.1186/1475-9276-12-2
- Smith, M. K. (n.d.). Baltic Health Tourism. Report. Retrieved from <http://wellnesseducation.pc.ut.ee/wp-content/uploads/2016/05/Baltic-Health-Tourism-Report.pdf>
- Smith, M. K., & Puczkó, L. (2009). *Health and wellness tourism*. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Smith, M. K., & Puczkó, L. (2014). *Health, Tourism and Hospitality. Second edition*. New York: Routledge.

- Tang, T.-W. (2014). Becoming an ambidextrous hotel: The role of customer orientation. *International Journal of Hospitality Management*, 39, 1–10.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.01.008>
- Thomson, D. J. (2009). Shifts in Season. *Nature*, 457, 391–392. Retrieved from  
<https://climatechange.lta.org/wp-content/uploads/cct/2015/02/Shifts-in-season.pdf>
- Torres, E. N., & Kline, S. (2013). From customer satisfaction to customer delight: Creating a new standard of service for the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(5), 642–659. doi: 10.1108/IJCHM-Dec-2011-0228
- Tripadvisor. (n.d.) Varska Spa Water Park. Retrieved from  
[https://www.tripadvisor.com/Attraction\\_Review-g3205337-d3533529-Reviews-Varska\\_Spa\\_Water\\_Park-Varska\\_Polva\\_County.html](https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g3205337-d3533529-Reviews-Varska_Spa_Water_Park-Varska_Polva_County.html)
- Vabariigi Valitsus. (2020, 14. märts). Eriolukorra täiendavad piirangud saartele ja vaba aja veetmisele. Loetud aadressil <https://www.valitsus.ee/et/uudised/eriolukorra-taiendavad-piirangud-saartele-ja-vaba-aja-veetmisele>
- World Tourism Organization and European Travel Commission. (2018). *Exploring Health Tourism – Executive Summary*. Madrid: UNWTO. Retrieved from:  
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420308>
- World Tourism Organization. (2019). International Tourism Highlights. Retrieved from  
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>

## Lisa 1.Värskas Kuurortravikeskuses pakutavad terviseturismiteenused

| Sanatoorium              |                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Balneoteraapia           | Ravimuda üldvann<br>Looduslik mineraalveevann<br>Pärlivann loodusliku mineraalveega<br>Pärlivann loodusliku mandliõliga, naturaalse männiokkaõliga või eukalüptiga                                                                               |
| Massaažid                | Klassikaline käsimassaaž<br>Tai jalamassaaž/käemassaaž<br>Aroomimassaaž<br>India pea- ja näomassaaž<br>Meemassaaž<br>Veealune duššmassaaž<br>Veealune vaakummassaaž<br>Laavakivimassaaž<br>Massaaž vesivoodil, massaažitoolis või massaaživoodil |
| Soojaravid               | Lokaalne turbaravi<br>Savisoojendus<br>Fango mudaparaafiin<br>Paraafiin kätele või jalgadele                                                                                                                                                     |
| Liikumisravid            | Ringtreening gruppis<br>Ravivõimlemine gruppis<br>Vesivõimlemine gruppis                                                                                                                                                                         |
| Teenused                 | Tervishoiutöötaja või terapeudi konsultatsioon<br>Füsioterapeudi vastuvõtt<br>Psühholoogi vastuvõtt<br>Luutiheduse mõõtmine<br>Elektriravi<br>Laserravi<br>Magnetravi                                                                            |
| Hoolitsused ja teraapiad | Parafango salendav tselluliidihoolitsus<br>Parafango sügavniisutav seljahoolitsus<br>Orly heaoluhoolitsus kätele või jalgadele<br>Vibroakustiline teraapia<br>Muusikateraapia<br>Soolakamber                                                     |
| Rehabilitatsioon         | Sotsiaalne rehabilitatsioon<br>Töölane rehabilitatsioon                                                                                                                                                                                          |
| Juuksur                  |                                                                                                                                                                                                                                                  |

## **Lisa 2. Ankeetküsitlus**

### **Terviseturismitoodete arendamine spaahotellides**

Värskas Kuurortravikeskus soovib arendada terviseturismitooteid vastavalt Teie ootustele ja vajadustele. Vastates sellele küsimustikule aitate täiustada olemasolevaid ning luua uusi terviseturismitooteid, mis vastavad paremini Teie ootustele ja vajadustele.

Küsimustik on anonüümne ja tulemused esitatakse üldistatud kujul. Vastamiseks märkige palun sobiv variant või mitu varianti.

Kui uuringuga seoses tekib küsimusi, võtke julgelt ühendus Karin Pungasega meiliaadressil [pungas.karin@gmail.com](mailto:pungas.karin@gmail.com). Küsitlus on avatud 23. märtsini 2020.

Täname vastuste eest ja kohtumiseni Värskas

Värskas Kuurortravikeskus

**1. Kas olete varem külastanud Värskas Kuurortravikeskust?**

- ☐ Jah
- ☐ Ei

**2. Teie sugu:**

- ☐ Mees
- ☐ Naine

**3. Perekonnanais:**

- ☐ Vallaline/lahutatud/lesk
- ☐ Vabaabielus
- ☐ Abielus

**4. Vanuseklass:**

- ☐ 18-24
- ☐ 25-34
- ☐ 35-44

☐ 45-54

☐ 55-64

☐ 65+

**5. Palun märkige oma elukoht:**

☐ Ida-Virumaa

☐ Lääne-Virumaa

☐ Harjumaa

☐ Läänemaa

☐ Hiiumaa

☐ Saaremaa

☐ Raplamaa

☐ Järvamaa

☐ Jõgevamaa

☐ Pärnumaa

☐ Viljandimaa

☐ Tartumaa

☐ Valgamaa

☐ Põlvamaa

☐ Võrumaa

☐ Kui elate välismaal, palun täpsustage \_\_\_\_\_

**6. Kui sageli külastate spaahotelle? Valige üks.**

☐ 1 kord aastas

☐ 2 korda aastas

☐ 3 korda aastas

☐ 4 korda aastas

☐ Rohkem kui 4 korda aastas

☐ Ei külasta spaahotelle

**7. Millisel aastaajal külastate meelsamini spaahotelle? Valige üks.**

☐ Talv

☐ Kevad

- ☐ Suvi
- ☐ Sügis
- ☐ Aastaaeg ei oma tähtsust

**8. Mil määral mõjutab ravispaa kaugus kodust ravispaa valimist? Valige üks.**

- ☐ Vahemaa ei ole oluline
- ☐ Eelistan kuni tunniajast sõitu
- ☐ Eelistan kuni kahetunnist sõitu
- ☐ Käin ainult kodu lähedal asuvates ravispaades

**9. Millist transpordivahendit eelistate Värskas Kuurortravikeskusesse reisimisel. Valige üks.**

- ☐ Isiklik auto
- ☐ Rong
- ☐ Buss
- ☐ Sõbra või tuttava transpordivahend
- ☐ Muu: \_\_\_\_\_

**10. Kui pikk on tavaliselt Teie terviseturismi puhkuse kestus? Valige üks.**

- ☐ Eelistan olla päevakülastaja
- ☐ 1 öö (ilma protseduurideta)
- ☐ 1 öö (protseduuridega)
- ☐ 2 ööd
- ☐ 3-4 ööd
- ☐ 5-7 ööd
- ☐ Rohkem kui 7 ööd

**11. Mis on teie arvates sobilik hind terviseturismi puhkuse eest inimese kohta päevas? Valige üks.**

- ☐ Kuni 50€
- ☐ 51-100€
- ☐ 101-150€
- ☐ 151-200€
- ☐ Muu \_\_\_\_\_

**12. Mis päeval võiks Teie terviseturismi puhkus alata? Valige üks.**

- ☐ Esmaspäeval
- ☐ Teisipäeval
- ☐ Kolmapäeval
- ☐ Neljapäeval
- ☐ Reedel
- ☐ Laupäeval
- ☐ Pühapäeval

**13. Kellega koos tavaliselt ravispaad külastate? Valige üks.**

- ☐ Üksinda
- ☐ Abikaasaga/partneriga
- ☐ Sõpradega
- ☐ Perega

**14. Kust saate informatsiooni ravispaahotellide kohta? Võite valida mitu varianti:**

- ☐ Ravispaal kodulehelt
- ☐ Meili teel
- ☐ Sotsiaalmeediast
- ☐ Sõpradelt või tuttavatelt
- ☐ Ajalehe reklaamist
- ☐ Telereklaamist
- ☐ Raadioreklaamist
- ☐ Muu \_\_\_\_\_

**15. Lähtuvalt eelmisest küsimusest, millisel päeva osal kasutate enam eelvalitud kanaleid? Valige üks.**

- ☐ Kogu päeva vältel
- ☐ Hommikul
- ☐ Lõunal
- ☐ Õhtul
- ☐ Ei oska öelda

**16. Palun hinnake, mida tähendab Teie jaoks terviseturismitoodete tarbimine ravispaahotellis. Andke palun hinnang igale reale.**

|                                           | Täiesti nõus | Pigem nõus | Pigem ei nõust | Ei nõust üldse | Ei oska öelda |
|-------------------------------------------|--------------|------------|----------------|----------------|---------------|
| Haiguste ennetamine                       |              |            |                |                |               |
| Haiguste ravimine                         |              |            |                |                |               |
| Tervisliku seisundi säilitamine           |              |            |                |                |               |
| Vaimse tervise parandamine/säilitamine    |              |            |                |                |               |
| Füüsilise tervise parandamine/säilitamine |              |            |                |                |               |
| Stressi leevendamine                      |              |            |                |                |               |
| Puhkamine                                 |              |            |                |                |               |
| Hellitavate hoolduste kogemine            |              |            |                |                |               |
| Raviprotseduuride kogemine                |              |            |                |                |               |
| Välimuse noorendamine                     |              |            |                |                |               |
| Kaalu vähendamine                         |              |            |                |                |               |
| Tervislik toitumine                       |              |            |                |                |               |
| Sportimine                                |              |            |                |                |               |
| Lähedastega aja veetmine                  |              |            |                |                |               |

**17. Millal külastasite viimati Värskas Kuurortravikeskust?**

- ☐ Alla aasta tagasi
- ☐ 1-3 aastat tagasi
- ☐ Üle 3 aasta tagasi
- ☐ Küllastan esimest korda

**18. Hinnake palun, kuivõrd rahul olete järgnevate Värskas Kuurortravikeskuses pakutavate teenuste kvaliteetiga. Palun andke hinnang igale reale.**

|                                    | Väga hea | Pigem hea | Pigem halb | Halb | Ei ole teenust tarbinud |
|------------------------------------|----------|-----------|------------|------|-------------------------|
| Arsti või terapeudi konsultatsioon |          |           |            |      |                         |
| Füsioterapeudi konsultatsioon      |          |           |            |      |                         |
| Psühholoogi vastuvõtt              |          |           |            |      |                         |
| Iluteenused                        |          |           |            |      |                         |
| Sotsiaalne rehabilitatsioon        |          |           |            |      |                         |
| Töölane rehabilitatsioon           |          |           |            |      |                         |
| Raviprotseduuride valik            |          |           |            |      |                         |
| Vee- ja saunakeskuse kasutamine    |          |           |            |      |                         |
| Jõusaali kasutamine                |          |           |            |      |                         |
| Mineraalveevann                    |          |           |            |      |                         |
| Ravimuda üldvann                   |          |           |            |      |                         |
| Individuaalne liikumisravi         |          |           |            |      |                         |
| Grupitreeningu liikumisravi        |          |           |            |      |                         |
| Hommikuvõimlemine                  |          |           |            |      |                         |
| Soojaravid                         |          |           |            |      |                         |

|                  |  |  |  |  |  |
|------------------|--|--|--|--|--|
| Elektriravi      |  |  |  |  |  |
| Laserravi        |  |  |  |  |  |
| Magnetravi       |  |  |  |  |  |
| Lokaalne massaaž |  |  |  |  |  |
| Üldmassaaž       |  |  |  |  |  |

**19. Mitu korda soovite lisaks hommikusöögile toitlustamist Värskas Kuurortravikeskuses viibimise ajal? Valige üks.**

- ☐ Lõunasöök
- ☐ Õhtusöök
- ☐ Lõuna- ja õhtusöök
- ☐ Ei soovi toitlustamist
- ☐ Ei oska öelda

**20. Palun hinnake oma ravispaa külastuse toitlustuse eelistusi. Valige üks.**

- ☐ Olen nõus tagasihoidlikuma toiduvalikuga soodsama paketi hinna korral.
- ☐ Olen nõus ravipaketi eest maksma rohkem mitmekesisema toiduvaliku korral.

**21. Palun andke hinnang, kui olulised on ravispaa valimisel Teie jaoks järgnevad aspektid.**

|                                | Väga oluline | Pigem oluline | Pigem ei ole oluline | Ei ole üldse oluline | Ei oska öelda |
|--------------------------------|--------------|---------------|----------------------|----------------------|---------------|
| Hotellitoa sisustus            |              |               |                      |                      |               |
| Hotellitoa puhtus              |              |               |                      |                      |               |
| Raviprotseduuride mõju         |              |               |                      |                      |               |
| Teeninduse kvaliteet           |              |               |                      |                      |               |
| Toidu valik ja maitse          |              |               |                      |                      |               |
| Telekanalite valik hotellitoas |              |               |                      |                      |               |
| Vaba aeg ja meelelahutus       |              |               |                      |                      |               |

**22. Palun iseloomustage iseennast. Võite valida mitu varianti.**

- ☐ Olen sage reisija
- ☐ Broneerin hotelle interneti teel
- ☐ Kehakaal valmistab mulle muret
- ☐ Küllastan sageli kohvikuid
- ☐ Olen teatri- ja kontserdihuviline
- ☐ Loen tervisealaseid artikleid ja lugusid
- ☐ Huvitun tervisespordist
- ☐ Tunnen rõõmu sportlikust eluviisist
- ☐ Huvitun ökoturismist
- ☐ Eelistan taimetoitu
- ☐ Tegelen aiandusega
- ☐ Huvitun kalapüügist
- ☐ Mõtlen tihti oma tervisele
- ☐ Käin väljas söömas
- ☐ Eelistan mahetoitu
- ☐ Reisin lemmikloomadega
- ☐ Huvitun poliitikast
- ☐ Loen vabal ajal raamatuid
- ☐ Olen keskkonnateadlik
- ☐ Mulle meeldib ostelda
- ☐ Annetan heategevusse

**23. Kas soovitaksite Värskas Kuurortravikeskuse külastamist sõpradele ja tuttavatele? Palun lisage põhjendus.**

- ☐ Jah

Põhjendus: \_\_\_\_\_

- ☐ Ei

Põhjendus: \_\_\_\_\_

**Aitäh Teie panuse eest!**

## SUMMARY

### DEVELOPING HEALTH TOURISM PRODUCTS IN SPA HOTELS BASED ON VÄRSKA KUURORTTRAVIKESKUS

Karin Pungas

Health tourism is one of the fastest growing sectors of tourism (Hall, 2011, lk 5). In 2018 the worth of health tourism market was about 17 million USD, but in 2024 it is estimated to grow over 27 million USD. (Mordor Intelligence, n.d). Health tourism is stable and not affected by weather and seasons (Fink, 2018). That is why health tourism has one of the longer lasting perspectives in economy. Furthermore, health tourism helps to develop rural areas by creating more jobs etc. (Filip, Mateoc-Sirb & Csosz, 2019, lk 153) In 2017 there were over 149 000 spas in health facilities. Health tourist is more conscious and health tourism organizations have to make efforts to remain competitive. Therefore, it is important to get to know the clients and develop products and services according to them.

The problem question of this research is: what the options to develop health tourism products are in spa hotels. The aim of this final paper is to present recommendations to Värška Kuurortravikeskus for developing health tourism products, based on scientific sources and the results of the survey carried out in the institution. The research question of this paper is: what the expectations and needs of the customers of Värška Kuurortravikeskus are?

Health tourism is an umbrella concept and it is divided to wellness and medical tourism. (World Tourism Organization and European Travel Commission, 2018; Ridderstaat, Singh & DeMicco, 2019, pp 271; Smith & Puczkó, 2009, pp 6-7) This kind of distribution might be accurate, because the concept of health is not limited only to the physical dimension, it includes much more. (Aydin & Karamahmet, 2017, pp 16-17)

Wellness tourism includes physical, mental, emotional, intellectual and spiritual aspects. The aim of wellness tourism is to prevent and heal health problems, to change lifestyle and to relax by travelling farther from home (Worlds Tourism Organization and European Travel Commission, 2018, pp 10; Mainili, Eijgelaar, Klijas, Nawijn & Peeters, 2017, pp 15)

On the other hand, medical tourism is defined as a phenomenon during which people travel to a foreign country to improve health (Mainil, Eijgelaar, Klijs, Nawijn & Peeters, 2017 pp 15). The concept of medical tourism is more strict and scientific than wellness tourism. The activities in medical tourism are, for example, diagnosing, curing, preventing and rehabilitation. (World Tourism Organization and European Travel Commission, 2018, pp 10)

Spa tourism is more related to wellness tourism, but it is considered a connection of both medical and wellness tourism (Dimitrovski & Todorovic, 2015, pp 259-260; Hall, 2011, pp 6; Milenković & Petrović, 2018, pp 514; Mainil, Eijgelaar, Klijs, Nawijn & Peeters, 2017, pp 17) Since there are so many spas in the world, it is important to develop wholesome health tourism products according to potential client's expectations and needs, as well as the trends and impacts of health tourism.

According to Horwarth – Hotel, Tourism and Leisure (2015, lk 2) the most popular tourists in the future are the so-called silver hair tourists. They, as well as other tourists, seek personal and professional wholesome products (Smith & Puczkó, 2014, pp 237-241, Horwarth – Hotel, Tourism and Leisure, 2015, pp 3). In addition, wellness is becoming more popular amongst health tourists, as it has become a lifestyle, which even includes working wellness. In conclusion, it is important to know the customer's expectations and need and develop health tourism products according to them.

The method of research was a survey and the instrument was a questionnaire, which consisted of 23 questions, based on the theoretical approaches studied. A non-probability sample was compiled and the criteria was that the respondent had to have visited Värskä Kuurortravikeskus. The statistical data analysis was used to analyse the data from the survey. The survey was conducted 10.03.2020—23.03.2020. 460 filled-in questionnaires were collected. There were 359 female and 101 male respondents. According to the

survey, the typical client of Värskä Kuurortravikeskus is a 45-54 year old married person from Tartu, Harju, Võru or Põlva County, who visits spa hotels with a partner or a family. They do not mind the spa hotel being far from bigger towns, because they travel by personal car. The season is not important for visiting spa hotels, but they do not like to visit these kind of facilities in summer.

The survey revealed that most of the clients wish to spend either 2 or 5 nights in the spa hotel. The optimal price per night was approximately 50 euros. The longer the health tourism vacation, the lower price was preferred. Two-day vacations were preferred to start on Friday, longer vacations on Monday, Sunday or Thursday. The respondents are interested in health, sports, gardening, reading and environment. The survey revealed that the respondents like wholesome products. Also, they like to choose whether they pay more and have richer choices of food or less and more modest ones. All of Värskä Kuurortravikeskus' health tourism services were evaluated as high quality services. Almost every one of the respondents would recommend the spa hotel to a friend.

The author of this final paper recommends offering two-night romance packages for weekends, which cost approximately 50 euros per night and include relaxing procedures and outdoor activities. The author recommends putting together a package to organizations who can take their workers to another environment for their wellness. It is also recommended to develop a loyalty program to clients who visit Värskä Kuurortravikeskus more than once a year. The author recommends creating an additional choice for catering. To remain high service quality, the author recommends creating service standards and a bonus program for workers. It is also recommended to organise different hikes, create a reading corner, arrange lectures, seminars and concerts.

The aim of this final paper was to present recommendations to Värskä Kuurortravikeskus for developing health tourism products. The aim was accomplished. The final paper consists of a review of scientific health tourism theories, a research conducted in Värskä Kuurortravikeskus and an analysis of the results. Conclusions were made and recommendations for developing health tourism products were presented. The author of this final paper is thankful for Värskä Kuurortravikeskus and the supervisor Inna Bentsalo for helping to create this paper.

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

Mina,

Karin Pungas,

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

„Terviseturismitoodete arendamine spaahotellides Värskas Kuurortravikeskuse näitel“,

mille juhendaja on Inna Bentsalo,

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.

*Karin Pungas*  
**20.05.2020**