

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Jana Paumets

Holistiline turism ja selle teenuste arendamise võimalused Eestis

Lõputöö

Juhendaja: Kai Tomasberg

Pärnu 2022

Soovitan suunata kaitsmisele

Kai Tomasberg

/digiallkirjastatud/

Kaitsmisele lubatud

TÜ Pärnu kolledži programmijuht programmijuhhi nimi

/digiallkirjastatud/

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

Jana Paumets

/digiallkirjastatud/

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Holistilise turismi teoreetilised käsitlused.....	6
1.1. Holistilise turismi tähendus	6
1.2. Holistilise turisti profiil ja tema motivatsioon.....	13
2. Eesti holistilise turismi arenguvõimaluste uuring	18
2.1. Eesti holistiliste teenuste kaardistamine.....	18
2.2. Eesti holistiliste teenuste pakujate uuring	22
2.3. Uuringust tulenevad järeldused ja ettepanekud.....	32
Kokkuvõte	36
Kasutatud kirjandus.....	38
Summary	41

SISSEJUHATUS

Käesolev lõputöö keskendub holistilise turismi teoreetilistele käsitlustele ning võimalustele holistilise turismi ja selle teenuste arendamiseks Eestis.

Heaolumajanduse (*wellness industry*) tähtsus on viimastel aastatel ülemaailmselt kasvanud. Heaolumajanduse ettevõtete turuväärtus on jõudnud 580 miljardi euroni ja see on pidevalt kasvamas. Paljud hotellid, lennujaamad ja muud ettevõtted on mõistnud heaolu tähtsust ning seega pakutakse heaoluteenuseid nii külalistele kui ka oma töötajatele. (...) Kuna tervislik elustiil on inimestele üha olulisem, siis pakutakse erinevates turusektorites järjest rohkem selliseid tooteid, mis kõnetavad terviseteadlikke tarbijad. (Bunghez, 2020, lk 7)

Ka Covid-19 pandeemia on kaasa toonud tervist mõjutavatele teguritele suurema tähelepanu osutamise. Bunghez (2020, lk 7) ütleb, et pandeemia on inimestele andnud tõuke tervislikuma elustiili valikute suunas. Eneseisolatsiooni ja Covid-19 pandeemiaga kaasnev suurenenud stress ja ärevus on pannud osa inimesi pöörama suuremat tähelepanu enesele ja oma heaolule läbi meditatsiooni, pilatase ja tervislike eluviiside (Stankov et al. 2020, lk 706)

Yeung et al. (2021, lk 13) leiab, et meditsiinisüsteem peab senisest enam tähelepanu pöörama tervikliku elustiili (*holistic lifestyle*) käsitlusele, mis hõlmab endas tervislike eluviiside edendamist kui ka tervislikku elukeskkonda, et tulla toime vananeva elanikkonna ja sellega kaasneva survega tervishoiusektorile. Mitmed uurijad pakuvad, et holistiline turism on üks perspektiivsematest heaoluturismi vormidest, mille osakaal kasvab 50% kiiremini võrreldes teiste turismivormidega (Rocha et al., 2016, lk 1).

Lõputöö temaatika on aktuaalne, kuna inimeste reisimotiivid ja eelistused on pidevas muutumises. Aina enam otsitakse nii igapäevases elus kui ka reisisid lisaks keha turgutamisele ka teenuseid, mis on suunatud hingele ja meelele ning enesearengule. See on tingitud inimeste peamisest soovist keskenduda "Mina" ja heaolul, põgenedes rutiinist,

eemalduda mõneks ajaks ning leida seeläbi oma sisemine “Mina”. (Rocha et al, 2016, lk 1) Kuigi ilmselt ka Eestis on tõusnud heaolu-, spirituaalsete- ja holistiliste teenuste pakkujate arv, on üldiselt vähe uuritud holistilise turismi hetkeolukorda. (Rocha et al., 2016, lk 1) Probleemist tulenevalt seatakse probleemküsimuseks: millised võimalused on holistilise turismiteenuse arendamiseks?

Lõputöö eesmärgiks on tuginedes teoreetilistele allikatele ja lõputöö uuringu tulemustele, teha teenusepakkujatele ettepanekuid holistiliste turismiteenuste arendamiseks Eestis.

Sellest tulenevalt seati lõputöö uurimisküsimuseks: Millised võimalused on holistiliste turismiteenuste arendamiseks Eestis?

Lõputöö eesmärgi saavutamiseks on seatud järgmised uurimisülesanded:

- anda ülevaade holistilise turismi teoreetilisest käsitlusest;
- kirjeldada teooriale tuginedes holistilise turisti profiili ning tema motivatsiooni;
- kirjeldada teooriale tuginedes holistilise teenuse arendamise võimalusi läbi turisti profiili;
- ette valmistada ja läbi viia holistiliste teenuste pakkujate uuring;
- kaardistada Eesti holistiliste teenuste pakkujaid;
- analüüsida uuringu tulemusi;
- teha järeldused ja ettepanekud holistiliste turismiteenuste arendamiseks Eesti siseturismis.

Lõputöö teoreetiline osa koosneb sissejuhatusest, kahest peatükist, kokkuvõttest ning kasutatud allikate loetelust. Esimeses peatükis antakse ülevaade holistilise turismi teoreetilisest käsitlusest, selle turismivormiga seonduvatest teenustest, seostest teiste turismivormidega ning holistilise turisti profiilist. Lõputöö teine peatükk hõlmab autori poolt kaardistatud Eesti holistiliste teenuste pakkujaid ja nende hulgas läbi viidud uuringu tulemusi ning esitatakse teoorial ja uuringu tulemustel põhinevad ettepanekud holistiliste turismitoodete arendamiseks Eestis.

Uurimisülesannete lahendamiseks toetuti erinevatele teoreetilistele allikatele, milleks põhilised on autorite H.L. Dunn aastast 1959, kes andis esimeste seas ülevaate holistilisele turismile, G.Rocha (2016), M.Smith (2015) ja C.Kelly (2006) teadusartiklid.

1. HOLISTILISE TURISMI TEOREETILISED KÄSITLUSED

1.1. Holistilise turismi tähendus

Käesoleva lõputöö esimene peatükk annab ülevaate holistilise turismi käsitlusest, selle seosest teiste sarnaste turismivormidega ja pakutavatest holistilistest teenustest. Seejärel antakse ülevaade holistilise turisti profiilist ja tema motivatsioonist ning selgitatakse välja, kuidas sellele toetudes on võimalik teenust arendada.

Eesti Keele Instituudi sõnaveebi (2021) kohaselt tähendab „holistiline” terviklikkuse ja/või kooskõla olulisemaks pidamist kui üksikosi või nende summat; samuti inimese tervikuna võtmist. (Holistiline tähendus, 2021)

Tänapäeval otsivad turistid uusi elukogemusi, mitte lihtsalt kokkupuudet kultuuri, inimeste, maastike ja/või teiste kohtadega. Nad on keskendunud enese transformatsioonile ning otsivad võimalust saamaks osa spirituaalsest kogemusest. Turism on spirituaalne teekond ja teekonnad võivad olla spirituaalse turismi viisid. Nii et vaimsuse mõõde on osa uutest turismi vormidest nagu heaolu turism (*wellness tourism*) või holistiline turism (*holistic tourism*). Viimastel aastakümnetel on holistilise turismi nõudlus tõusnud, sest paljud turistid otsivad teistlaadi kogemusi, uskudes, et need toovad nende ellu tasakaalu. See kasv on tingitud pealmiselt inimlikust soovist keskenduda iseendale ja enese heaolule. Holistilise suuna turistid esindavad uut spirituaalse turismikogemuste segmenti, kus otsitakse terviklikku harmooniat keha, vaimu ja meele vahel. Mõned teadlased määratlevad seda uut suunda kui kõrgetasemelist heaolu (*high-level wellbeing*) turismitoodet. (Rocha et al., 2016, lk 1)

Kõrgtasemeline heaolu on integreeritud toimimisviis, mis on orienteeritud inimese potentsiaali maksimaliseerimiseks keskkonnas, kus isik toimetab. Antud määratlus ei tähenda, et on olemas optimaalne heaolu tase, samuti ei piirne heaolu inimese erinevate kehaosade toimimisega – lihased, süda, närvisüsteem jne, vaid hõlmab kogu indiviidi, sh tema isiksust. Seega kõrgtasemeline heaolu on progress indiviidi kõrgeima potentsiaali saavutamiseks nii keha, vaimu kui ka meele tasandil. (Dunn, 1959, lk 448-449)

Kõrgtasemeline heaolu kontseptsiooni aluseks on inimese olemus. Inimese loomuses on viis peamist tegurit, mis vajavad tähelepanu:

- isiku totaalsus;
- isiku unikaalsus,
- isiku käsutuses oleva energia käsitlemine;
- isiku sise- ja välismaailm, milles ta elab;
- isiku eneseintegratsioon ja energia kasutamine.

Helge tuleviku rada, meditsiini ja rahvatervise tarbeks, seisneb suurelt huvide ümbersuunamisest ja energia taseme tõstmisest, kergitades selliselt inimeste üleüldist heaolu taset. See nõuab objektiivset täpsustust, mida kõrgtasemeline heaolu tegelikkuses tähendab indiviididele, peredele ja sotsiaalsetele struktuuridele. (Dunn, 1959, lk 448)

Smith ja Kelly (2006, lk 16) leiavad, et holistilise lähenemise kasv on ilmselt seotud mitme teguriga. Kaasaegses ühiskonnas muutuvad kogukonnad üha killustunumaks, samas igatsus ja nostalgia ühtse kogukonna järele pole kadunud ning selle igatsusega võib seletada erinevate holistiliste ja vaimsete keskuste eesmärki luua oma kogukondi. Samuti soovivad paljud inimesed stressirohkel eluetapil tegeleda elu mõtte otsimisega, mistõttu on holistiliste teraapiate ja ka alternatiivravide järele nõudlus kasvanud, kuna need soodustavad eneseteadlikkust, enese mõistmist ja vahel tervenemist rohkem, kui tavameditsiin. Kolmandaks leiavad Smith ja Kelly, et postmodernistlik linn ehk teisisõnu metropol jätab inimesed ilma spirituaalsetest paikadest ning kohtadest, kus elu mõtestada, mistõttu on levinud soov minna rahulikumatesse, looduslikesse piirkondadesse ning turism on üks viis selle soovi täitmiseks. (Smith ja Kelly, 2006, lk 16)

Ülemaailmne Heaolu Instituut (*The Global Wellness Institute*) defineerib heaolu, kui tervist tervikult läbi aktiivsete tegevuste, elustiili ja valikute. Selle määratlusel tuuakse

välja kaks olulist aspekti. Esiteks, heaolu ei ole passiivne ega staatiline seisund, vaid pigem aktiivne püüdlus, mis seotud kavatsuste, valikute ja tegudega. Teiseks, heaolu on seotud inimese tervikliku tervisega, mis hõlmab lisaks füüsilisele tervisele vaimset, emotsionaalset, spirituaalset, sotsiaalset ja keskkonnast tulenevat tervist. (Yeung ja Johnston, 2021, lk 1)

Smith ja Kelly (2006, lk 16) sõnul on eksistentsiaalsete kogemuste otsimine muutunud suureks äriks, aga holistilise turismi suurust on raske täpselt mõõta, kuna holistiline sektor kattub tervise-, spaa- ja iluteenuste pakkujatega. Alljärgnevas tabelis (Tabel 1) on esitatud Smith ja Kelly (2006, lk 16) pakutud määratlused holistilise turismi eristamiseks teistest turismivormidest. Need ei ole lõplikud, kuid pakuvad kasulikku raamistikku ja tervikliku ülevaate holistilise turismi uurimisel. (Smith ja Kelly, 2006, lk 16)

Tabel 1. Holistilise turismi ja teiste turismivormide erisused.

<p>Holistiline turism</p> <p>Turism, mis pakub külastajatele mitmekülgseid tegevusi/ tervendamise võimalusi, mille eesmärk on arendada, säilitada ja parandada keha-, meele- ja vaimutasandit. Holistiline turism hõlmab kõige laiemat kaasamisulatust: alates spaa nädalavahetustest massaažiprotseduuridega kuni kuupikkuste jooga-retriitidega Lõuna- ja Lõuna-Kagu Aasias.</p>
<p>Spirituaalne turism</p> <p>Turism, mis keskendunud spirituaalsele indiviidile. Siin võib, aga ei pruugi olla religioosset seost, kuid tõenäoliselt hõlmab see Ida religioonidest (nt. budism, hinduim) tuletatud rituaale, tseremooniaid ja traditsioone.</p>
<p>Joogaturism</p> <p>Turism, mis keskendub keha, vaimu ja meele vahelisele ühendumisele. Tehnikate hulka kuuluvad füüsiliste asanade praktikad, meditatsioon ja hingamistehnikad, tugevdamiseks keha, rahustamiseks meelt ning loomaks teed valgustumiseni.</p>

Spaaturism

Turism, mis keskendub keha lõõgastumisele või selle tervendamisele veepõhiseid protseduure rakendades nagu näiteks basseinid, aurusaunad ja leilisaunad. Rõhk läheb eelkõige lõõgastumisele, tervise- ja iluprotseduuridele ning keskkond selleks on tavaliselt luksuslik, mis kajastub hindades.

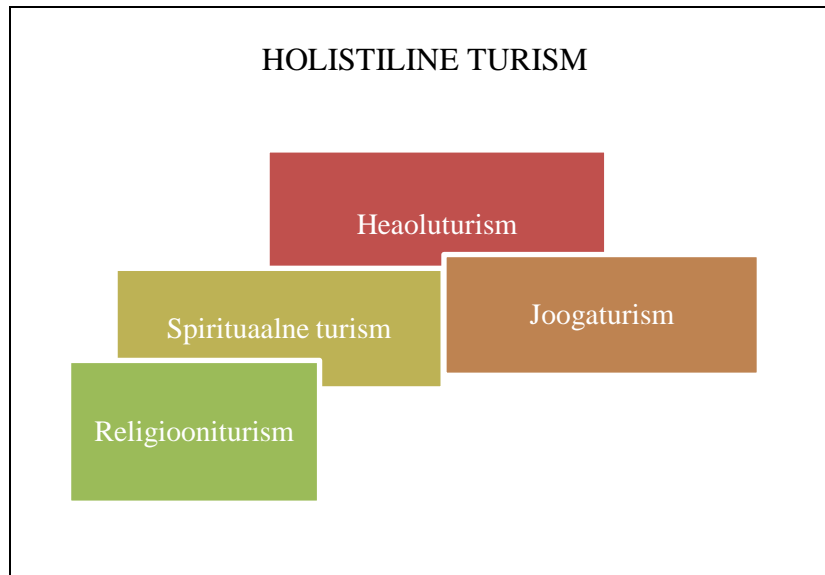
Religiooniturism ehk usuturism

Turism, mille peamine eesmärk on edendada ja toetada religiooside arusaamisi ja valgustumist. Enamik turiste on tihedalt seotud mingi kindla religiooniga ja otsivad aktiivselt religiooside kogemusi, mille üheks komponendiks võib olla ka tähendurikas asukoht, paik või monument.

Allikas: Smith ja Kelly, 2006, lk 17

Kuna inimesed kalduvad keskenduma endast ühe aspekti ravimisele, siis on mõnikord keeruline integreerida keha, vaimu, ja meele tasandi teenuseid üheks teenuseks. Heaolurismi definitsioon peaks olema suunatud nendele pakkujatele, kes käsitlevad enda teenuses ainult ühte või mõnda nimetatud tasandeist ning holistilise turismi definitsioon peaks hõlmama neid teenusepakkujaid, kes integreerivad oma teenusesse kõik eelnevalt mainitud tasandid. (Bushell ja Sheldon, 2009, lk 73)

Piirid holistilise turismi ja teiste turismivormidega vahel, mis on suunatud keha, vaimu ja meele toetamisele, on kohati raskesti eristatavad, sest pakutavad teenused on tihti kattuvad. (Smith ja Kelly, 2006, lk 18)



Joonis 1. Holistilise turismi tahkude omavaheline seos. Allikas: Smith ja Kelly, 2006, lk 18

Spaaturism on Smith ja Kelly uuringust (2006) välja jäetud, väljaarvatud juhtudel, kui seda pakutakse holistilise turismitoote/teenuse osana, põhjusel, et antud suund keskendub füüsilise seisundi tervendamisele ja täiustamisele, loomata ühendumist meele- ja vaimutasandiga. Selles nähakse suurt kasvuturgu, mida on keerukas mõõdistada, kuna enamik suurhotelle pakub spaa pakette. (Smith ja Kelly, 2006, lk18)

Holistilises käsitluses on turismikogemuse peamine eesmärk saavutada tasakaal keha, vaimu ja meele tasandil. Selleks, et teadmised ja heaolu oleksid kohandatud vastavalt indiviidi vajadustele, pakub holistiline turism tegevuste kogumit, ühendades vaimse arengu teraapiate ja tervendamismeetoditega, mis kaasavad keha, vaimu ja meele tasandi. Holistilise kogemuse saamiseks otsivad turistid emotsionaalset ja tunnetuslikku naudingut, füüsilist arengut, eneseteadlikkuse kasvu. Tasakaal keha, vaimu ja meele vahel ongi see võti neile, kes otsivad holistilist kogemust. (Bushell ja Sheldon, 2009, lk 73)

Holistiliste teenuste hulka kuuluvad grupiviisilised tegevused nagu näiteks jooga, Tai Chi, pilates, välitegevused (kõndimine, jalgrattasõit, ratsutamine), tantsimine, muusika, kunst ja meditatsioon, aga ka passiivsemad ja individuaalsed kogemused nagu näiteks massaaž (Tai, Rootsi, India), refleksoloogia, reiki, tervendavad teraapiad, kogemusnõustamine, shiatsu või aroomiteraapia. Loetletud tegevused viitavad, et

holistiline turism kannab endas nii lõõgastust kui ka aktiivset teekonda suureneva eneseteadvuse suunas. Tegevuste tasakaalustatud valik loob holistilise ehk tervikliku kogemuse. (Bushell ja Sheldon, 2009, lk 73)

Erinevaid holistilisi teenuseid võib jaotada kategooriatesse vastavalt nende eesmärgile või loomule. Täpsem ülevaade kategooriatest koos tegevustega antakse alljärgnevas tabelis.

Tabel 2. Holistiliste teraapiate kategooriad

<ul style="list-style-type: none">• Terapeutiline (nt. spaad, talassoteraapia, massaaž, shiatsu, aroomiteraapia, nõelravi, osteopaatia, kiropraktika, vesiravi, kinesioloogia);• Tervendamine (nt. reiki, refleksoloogia, kristallteraapia, astroloogia, taro);• Mõtisklev (nt. meditatsioon, palvetamine, visualiseerimine);• Aktiivne (nt. jooga, pilaates, tai chi, Alexander tehnika);• Loominguline (nt. maalimine, kirjutamine, etendamine, tants, muusika, värviteraapia);• Valgustumine (nt. palverännak, pühapaigad, müstilised maastikud);• Interaktiivne (nt. vabatahtlikuna osalemine, kogukonnas kaasatus, osalemine rituaalidel või festivalidel);• Isiklik areng (nt. nõustamine, stressi juhtimine, edutreener, NLP, EFT, Hoffmani protsess);• Meditsiiniline (nt. ajurveeda, taimneravi, homöopaatia, Hiina meditsiin).
--

Allikas: Smith, 2015, lk 18

Ehkki mitmeid tabelis (Tabel 2) toodud praktikaid võib nimetada alternatiivraviks, mis edendavad indiviidi heaolu mittetraditsiooniliste meetodite ja tegevuste abil, siis Smith ja Kelly sõnul (2015, lk 18) on paljud tuhandeid aastaid vanad praktikad tänapäeval arstide poolt tunnustatud tõhusateks ning täiendavateks ravimeetoditeks näiteks stressi leevendamise ja hea tervise edendamise puhul. (Smith ja Kelly, 2015, lk 18)

Mõisted „alternatiivravi“ või „täiendravi“ (*complementary treatment*) viitavad paljudele ravimeetoditele, mis edendavad heaolu mittetraditsiooniliste meetodite abil. Mõned teraapiad on tuhandeid aastaid vanad ning pärinevad väljastpoolt läänemaailma. Paljud meetmed on tunnustatud tänapäeva arstide poolt tõhusateks ravimeetoditeks, mis täiendavad tavapärast praktikat – stressi leevendamine ja hea tervise edendamine – samas ka kus mõned on tervikmeetmed, hõlmates diagnoosi ja ravi. (Smith ja Kelly, 2015, lk 18)

Tabel 3. Alternatiiv- ja täiendravi

<ul style="list-style-type: none"> • Nõelravi • Alexandri tehnika • Aroomiteraapia • Astroloogia • Autogeenne treening • Ajurveeda meditsiin • Kiropraktika • Hiina meditsiin • Värviteraapia • Kristalliteraapia • Tantsu ja muusika teraapia • Taimsed ravimid • Homöopaatia • Vesiravi • Kinesioloogia 	<ul style="list-style-type: none"> • Massaž* • Osteopaatia • Isiklik areng* (nõustamine, edutreener (life-coach), NLP: neurolongvistiline programmeerimine, EFT:emotsioonide vabastamise tehnika jpm.) • Pilates* • Polaarsuse teraapia • Refleksoloogia* • Reiki* • Shiatsu* • Taro • Tai Chi • Jooga* • (Hatha/Silvanda/Bikram/Ashtanga)
--	--

(* tähistab enim levinud ravi/tegevusi holistilisel puhkusel)

Allikas: Smith ja Kelly, 2015, lk 18

Tervikliku heaolu saavutamiseks peab inimene edendama vaimset tervist paralleelselt füüsilise tervisega. Näiteks kõik jooga stiilid, asanad, meditatsioonid ja harjutused tugevdavad primaarset hingamismehhanismi ja aitavad kontrollida vererõhku, stabiliseerida veresuhkrut ning parendavad vaimset tervist. Esmatasandi tervishoid (*PHC – Primary health care*) on rahvusvaheliselt tunnustanud primaarse hingamismehhanismi teaduspõhisust vaimse tervise ja heaolu parandamisel. (Ghiya, 2019, lk 232-233)

Holistilise turismi käsitlemist kokkuvõtvalt selgitades tuleb eelkõige välja tuua, et tegemist on turismivormiga, mis hõlmab endas keha, vaimu ja meele tasandite suunatud tegevusi.

Nende tegevuste ja teenuste käigus käsitletakse inimest ja keha, keha kui üht tervikut, mis terveneb, areneb ning muutub. Mitmekesised holistilised lähenemisviisid ja teenused toetavad antud turismivormi kiiret kasvu, kuna sortimendist on teenused leitavad erinevatele sihtrühmadele.

Tänapäeval otsivad turistid uusi ja vaimsust puudutavaid elukogemusi, mis ei piirdu ainult uute kultuuride, seltskondade ja maastike tundma õppimisega. Viimastel kümnenditel on holistilise turismi nõudlus tõusnud. Usutakse, et kogetud holistilised teenused toovad nende ellu tasakaalu, mille läbi saab paremini keskenduda ideendale ja enese heaolule.

1.2. Holistilise turisti profiil ja tema motivatsioon

Teises alapeatükis antakse ülevaade, milline on holistilise turisti profiil, tuues välja tema motivatsioon, vajadused ning võimalikud eelistused, mille toel on võimalik holistilist turismiteenust arendada.

Spirituaalset- või holistilist turisti on ilmselt raske eristada kultuurturistist, seda eriti reisikorraldajatel, kes püüavad antud segmendile jälile saada. Tuleb märkida, et paljud kaasaegsed vaimse ja holistilise suunaga puhkused ei keskendu tavaelust põgenemisele, vaid julgustavad osalejaid jõudma tõelise minani ning leidma lahendusi ebakõladele eneses. Sellise puhkuse valijad on tõenäoliselt pigem uute kogemuste otsijad, kui seikleja hoiakuga. (Smith, 2015, lk 104)

Holistiline turism ilmselt pakub valgustumise võimalust, olles midagi enam, kui põgenemistee. Holistilised turistid ihaldavad pigem enese täiustamist ning seega oma probleemidega silmitsi seista, samas kui teised turistid tunnevad suurt kergendust probleemide eest „põgenedes”. Holistilised turistid on enam huvitatud „tõelise mina“ leidmisest. Arvestades turismi ja igapäeva elu erinevust, ei ole üllatav, et aina enam turiste kasutab reisimist oma koduse elu parandamise eesmärgil, mitte sellest põgenemiseks. (Smith & Kelly, 2006, lk 17)

Rocha (2016) kirjeldab oma uuringus holistilist turisti, tema motivatsiooni, mina-pilti ja rahulolu holistilise teenuse tarbimisel. Motivatsiooni defineeritakse kui psühholoogilisi vajadusi ja soove, mis hõlmavad sisemisi jõude, mis käivitavad, suunavad ja kohandavad

indiviidi käitumist ja tegusid. (...) Motivatsiooni analüüs aitab mõista, miks inimesed otsustavad midagi teha, mis kestvusega ning millise pühendumusega nad seda teevad ning sellel on tugev mõju tarbijate käitumisviisidele. Turistid reisivad nende vajadustest lähtuvalt, eeldusel saavutada isiklik rahulolu. (...) On teada, et tarbijate mina-pildil on suur mõju tema käitumisviisil ja valikute tegemisel, kuna loodud „toote ja kasutaja“ pilt on seotud tarbija enesekontseptsiooniga, luues seeläbi subjektiivset kogemust. Põhirõhk on konkreetse toote imidžil, mis mõjutab tarbijat valiku tegemisel. (Sirgy et al., 1997, lk 290) Varasemad uuringud viitavad sellele, et tarbijate mina-pildi ja toote imidži vahel eksisteerib harmoonia ning kuvand, mida nad toote tarbimisega endast loovad, on oluline tegur esialgse otsuse tegemisel ja pikaajalise lojaalsuse kujunemisel. (...) Teisisõnu annavad tarbijad tootele, kaubamärgile või sihtkohale teatud tähenduse ning seda soetades tunnevad, et kannavad seda tähendust ise ka. (Sparks et al., 2010, lk 1178)

Järgnevas tabelis (Tabel 4) on välja pakutud viise, kuidas liigitada mass-, kultuuri- ja spirituaal/holistilisi turiste. Rõhk on pandud profiilidele ja motivatsioonile. Kuigi antud liigitamised on selgelt kasulikud turusegmentide tuvastamiseks ja tarbijate käitumisemustrite välja toomisel, peaksid reisikorraldajad suhtuma sellesse ettevaatlikkusega. (Smith, 2015, lk 105)

Tabel 4. Tüüpilise spirituaal- ja holistilise turisti profiil ja motivatsioon ning nende erinevused massi-ja kultuurituristist

Massiturist (rannaturist)	Kultuuriturist	Spirituaal- või holistilineturist
Otsib väljapääsu igapäeva elust	Otsib kultuurilist või harivat kogemust	Otsib isiklikku kasvamist või valgustumist
Eelistab organiseeritud ja juhendatud tegevusi	Eelistab iseseisvalt reisimist ja tegevusi	Eelistab iseseisvust, isiklikku ruumi ja vabadust
Tõenäoliselt on hedonistliku hoiakuga	Tõenäoliselt on eetilise ja tundliku hoiakuga	Tõenäoliselt osaleb individuaalselt või kollektiivselt religioossetel või spirituaalsetel sündmustel

Eelistab etteaimatavaid kogemusi, mis meenutavad kodu	Naudib ebaharilikke kogemusi traditsioonilistes kohtades	Naudib lihtsaid või loomulikke kogemusi, mis on harmoonias loodusega
Omab vähest või olematut huvi autentsete kohaliku kogemuse vastu	Otsib “objektiivset” autentsust kohalikus keskkonnas	Otsib “eksistentsiaalset” autentsust
Omab vähest huvi kohalikega suhtlemiseks	Aktiivselt otsib võimalusi kohalikega suhtlemiseks	Võib liituda kohalikega traditsioonilistel rituaalidel

Allikas: Smith, 2015, lk 105

Rocha (2016) toob välja enda tehtud uuringu põhjal, et holistilise turismi peamised motiivid on soov põgeneda, saavutada tasakaal ja heaolu. (...) Holistilise turisti motivatsioon on seotud lõõgastumise ja ka tavaelust põgenemise motivatsiooniga, tervise ja keha arendamise motivatsiooniga, tervikliku ja küllusliku mina-pildiga, rahuloluga elukvaliteedi ja heaolu osas ning lõpuks rahulolu holistilise sihtkoha osas. (...) Uuringus selgus, et holistilise turismi valijatele olid olulised holistiliste toodete ostuhinna ja kvaliteedi suhe ning toote mõju turisti mina-pildile. Samuti selgus, et holistilised turistid olid kõige rohkem rahul töötajate lahkuse, abivalmiduse ning holistilise turismitootega, kuna see parandab indiviidi elukvaliteeti ja on hea inimese tervisele. Turistid olid rahulolevad ka holistiliste sihtkohtadega, öeldes üldistatult, et nad armastavad neid sihtkohti külastada. (Rocha et al., 2016, lk 2)

Tänaseks päevaks on Covid-19 kriis jätnud jälje suuremal või väiksemal erinevatel turgudel. Nii ka turismiteenuste osutamisel ning toodete arendamisel ei ole enam võimalik arvestamata jätta kriisiga seonduvate nõuete, prognooside ja inimeste käitumismustrite ja motiivide muutustega. (Stankov et al., 2020, lk 703) Määratledes turistide peamised motivatsioonid holistilisel turimisuunal, on võimalik paremini paika panna turundusstrateegiat, et tabada paremini seda konkreetset turusegmenti ja luua eripäralt vastavaid strateegiaid ning parendada nende rakendamist. (Rocha, 2016, lk 4) Pandeemiajärgne turismisektor võiks saada kasu teadlikumatest tarbijatest, kes on teadlikud oma käitumisest ja ostuharjumustest ning kes ei ole huvitatud turundatud nõuete-õnnetundest. Selle tõttu võiks teadlikust tarbijast lähtuvad turismiteenuse pakkujad

valida pigem lähenemisviisi, mille kohaselt puhkus on elu mitmekesisuse väljendus, mis hõlmab aktiivset osalemist, sotsiaalselt ja keskkonnateadlikult reisimist. (Stankov et al., 2020, lk 707)

Bushell ja Sheldon toovad oma raamatus välja, et turistid on võibolla piiratud enda ootuste tegemisel terviseturismi suunal, kas teadmiste puudumise (võimalik, et nad ei ole kunagi tegelenud või kuulnud teatud tegevustest näiteks Tai Chi või NLP) või on nad skeptilised näiliselt esoteerilise ning alternatiivse olemusega tegevuse ja selle „New Age“ tähenduse suhtes või on nad mures sotsiaalse häbimärgistuse ees (stressi teemaliste nõustamiste või psühholoogiliste eneseabi töötubade puhul). (Bushell ja Sheldon, 2009, lk 82) Eesti Keele Instituudi sõnaveebi (2021) kohaselt tähendab „new age“ traditsioonilise lääne kultuuri suhtes alternatiivne, spiritismi, müstikat, meditatsiooni ja muud viljelev maailmavaade, kultuur ja elulaad. (New Age tähendus, 2021)

Kliendi rahulolu peetakse „äri filosoofiaks“, mis asetab kliendi selle keskpunkti. Luues klientidele väärtusi, ennetades ja hallates nende ootusi ning näidates võimekust ja vastutustundlikkust rahuldamiseks nende vajadusi. (Radojevic et al., 2015, lk 13) Turismisektoris on kliendi rahulolu väga oluline. See võrdluse tulem turisti loodud sihtkoha imidži, kaubamärgi ja toote kohta ning reaalselt kogetu vahel. Rahulolu põhineb kulutatud summa ja kasu suhtel, mida nad oma ostu korral saavad. (Zeithaml, 1988, lk 2)

Kokkuvõtvalt saab öelda, et holistiline turismikogemuse pealmine eesmärk on luua kliendis tasakaal ja harmoonia keha, vaimu ja meele tasandil. Holistiliste teenuste kogemiseks otsivad turistid vaimseid, füüsilisi ja tunnetuslikki tegevusi, mille käigus saab rahuldatud nende vajadus sisemise kasvu, meelerahu loomise ja argipäevast põgenemise järgi.

Vananev elanikkond ning maailmas toimuv nagu näiteks Covid-19 pandeemia, on andnud ühiskonnas tõuke tervislike eluviiside ja tervisliku keskkonna edendamiseks. On uuritud, et holistilise turismi osakaal teiste heaolu turismivormidega võrreldes kasvab märkimisväärselt kiiremini. See annab jõulise vajaduse holistiliste teenuste järgi, mis oleksid vastavuses kliendi ootustega.

Holistilise turisti motivatsiooni, „mina-pildi“ ning rahulolu mõistmine holistilise teenuse korral on oluline. Need kolm lähtepunkti on olulised holistilise teenuse arendamisel, kuna nende põhjal kujuneb inimesel teenuse valik.

2. EESTI HOLISTILISE TURISMI ARENGUVÕIMALUSTE UURING

2.1. Eesti holistiliste teenuste kaardistamine

Käesolev peatükk lähtub teesist, et Eestis on olemas piisaval hulgal teenusepakkujaid erinevatest holistilise teraapia kategooriatest ja nende ilmselt teenuste kättesaadavus Eesti siseturistile on hea, kuid varasemalt ei ole neid teenuseid ja teenusepakkujaid võrreldud holistilise teraapia kategooriate teoreetilise käsitlusega. Esimeses peatükis andis autor ülevaate holistiliste teenuste teooriast kirjanduse ja teadusartiklite pinnalt. Teise peatüki eesmärgiks on näidata ja välja tuua, et Eestis leidub teenuseid ja teenusepakkujaid, kes langevad nendesse kategooriatesse, kuid keda ei ole selliselt varasemalt liigitatud.

Sellest lähtuvalt kaardistas autor esimeses alapeatükis Eestis pakutavad teenused ja neid pakuvad ettevõtted holistilise teraapia kategooriatena, tuginedes Melani Smithi poolt paika pandud määratlustele, mis on välja toodud eelmise peatüki tabelis (Tabel 2).

Teises alapeatükis tutvustatakse uuringu meetodeid ning analüüsitakse uuringu tulemusi. Uuringu tulemustele tuginedes annab autor omapoolsed ettepanekud holistilise turismiteenuste arendamiseks Eesti siseturismis.

Autor toob iga kategooria näite kohta ühe täpsustuse, kasutades selleks interneti otsingumootorit. Töö autor piirdus ühe näite esitamisega, kuna olenevalt kategooriast, võib selle teenuse pakujaid Eestis olla väga palju. Eesmärgiks oli näitlikustada, et konkreetsest teenusest huvitatud inimesel on võimalus interneti otsingumootorit kasutades leida endale sobiva teenuse põhjal vajalik kontakt.

I kategooria – terapeutiline.

- Spaa: Estonia Medical Spa & Hotel, Pärnu;
- Talassoteraapia: Fra Mare Thalasso SPA, Haapsalu;

- Massaaž: Holistika Keskus, Jõhvi;
- Shiatsu: Massaaž ja Shiatsu OÜ, Jõhvi;
- Aroomiteraapia: Sternum OÜ, Tallinn;
- Nõelravi: Armal OÜ, Tallinn;
- Osteopaatia: Osteopaatia Akadeemia, Tallinn;
- Kiropraktika: Rainer Kägo Kiropraktikakliinik, Tallinn;
- Vesiravi: Dorpat Tervis OÜ, Tartu;
- Kinesioloogia: Viigi Viil, Kogu Eesti.

II kategooria – tervenemine

- Reiki: Reiki kool, Tallinn, Tartu, Pärnu;
- Refleksoloogia: FIE Liina Raska, Harjumaa;
- Kristalliteraapia: Gaia Teraapiatuba OÜ, Tallinn;
- Astroloogia: MTÜ Eesti Astroloogia Liit, Kogu Eesti;
- Taro: IIKA Eesti OÜ/IIKA keskus, Tallinn.

III kategooria – mõtisklev

- Meditatsioon: Eesti Meditatsiooni Kool OÜ, Tallinn;
- Palvetamine: kõik Eesti kirikute kogudus
- Visualiseerimine: Peaasjad MTÜ, Kogu eesti.

IV kategooria – aktiivne

- Jooga: Infra Jooga OÜ, Tallinn;
- Pilaates: Stúdio Tasapitasakaal, Tallinn;
- Tai Chi: Rein Siimu Taiji Kool, Tallinn;
- Alexander tehnika: Karin Brown, Rae küla.

V kategooria – loominguline

- Maalimine: Heaolu Keskus OÜ, Tallinn;
- Kirjutamine: Biblionaut OÜ, Tallinn;
- Etendamine: Valga Kultuuri -ja Huvialakeskus, Valga;
- Tants: Adila heaolu- ja puhkekeskus, Raplamaa, Pihali küla;
- Muusika: Tom Valsberg väelaulud, kogu Eesti;
- Värviteraapia: Vspa Valgusteraapia ruum, Tartu.

VI kategooria – valgustumine

- Palverännak: Piritalt Vana-Vastseliina palverännutee;
- Pühapaigad: Siniallikas, Viljandi maakond;
- Müstilised maastikud: Rummu karjäär, Harju maakond;

VII kategooria – interaktiivne

- Vabatahtlikuna osalemine: Varjupaikade MTÜ, kogu Eesti;
- Kogukonnas kaasatus: Dharamsaal – Rajamaa Sangatipäevad ashramis, Raasiku vald;
- Osalemine rituaalidel: Kuu Elina teetseremoonia, Tallinn;
- Festivalid: Intsikurmu festival, Põlva.

VIII kategooria – isiklik areng

- Nõustamine: Airi Karro, Tartu;
- Stressi juhtimine: EMI EWT Ida-Lääne Koolituse AS, Tallinn;
- Edutreener: Ettevõtlik Mõte koolituskeskus, Tartu;
- NLP: MTÜ Eesti NLP Instituut, Pärnu;
- EFT: Kaia-Kaire Hunt, Tallinn;
- Hoffmani protsess - Autori andmeil puudub.

IX kategooria – meditsiiniline

- Ajurveeda: Kaja Keil Praktiline Ajurveeda, Tallinn;
- Taimeravi: Tervise Kodu OÜ, Tallinn;
- Homöopaatia: OÜ Väike Uba, Tallinn;
- Hiina meditsiin: Hiina Meditsiini Keskus Tervise Alkeemia, Tallinn.

Holistiliste teenuste pakkujate kaardistamise protsessi käigus ilmnis, et suuremas mahus tulevad interneti otsingumootorit kasutades esimestena välja Harjumaa teenusepakkujad. Võib oletada, et Tallinnas ja Harjumaal on antud valdkonna teenusepakkujaid rohkem. Autori hinnangul tuleneb see sellest, et sealne rahvastiku arv ning sellest tulenevalt ka potentsiaalsete klientide arv on suurem kui mujal Eestis. Autor peab vajalikuks välja tuua asjaolu, et kõik teenusepakkujad pole enda kodulehte ja teisi infokanaleid piisavalt seadistanud, et nende leitavus interneti otsingumootorit kasutades oleks parem.

Kaardistamise tarbeks õnnestus autoril leida näiteid kõikidele Melani Smithi poolt välja toodud holistilise teraapia kategooriatele ühe erandiga. Otsingumootor ei andnud vastet ühelegi Hoffmani protsessi teenusepakkujale Eestis. Võimalik, et teadusartiklite tõlkes on kaduma läinud Hoffmani protsessi tähendus. Hoffmani protsess (*The Hoffman Quardrinity Process*) on loodud Bob Hoffman poolt 1967 aastal. See on nädala pikkune eemal olemise ja isikliku sisemise kasvamise retriit, mis aitab osalejatel tuvastada negatiivseid käitumisviise, meeleolusid ja mõtteviise, mis tulevad isiku alateadvusest ning lapsepõlve kogetu põhjal. (The Hoffman Quardrinity Process, 2022) Kuigi teistes riikides osutatakse selle nimelist teenust, siis Eestis paraku sellist ei leidu. Sarnane nimi, kuid teine teraapia vorm, on Wim Hof meetod, mida leidub Eestis. Tuleb tõdeda, et sarnase nime korral ei ole teraapiatel mingit seost. Wim Hof Meetod on lihtne, kuid võimas vahend toetamiseks ja tugevdamaks oma füüsilist, emotsionaalset ja vaimset tervist. Kui kimbutavad erinevad terviseprobleemid, keskendumine on kadunud ja stress käib kõrgelt üle pea, siis hingamise, karastamise ja meeletraininguga võid võtta oma elu jälle enda kätte. Meetodi seob ühtseks tervikuks kolm alustala: hingamisharjutused, külmatreening, meeletraining/pühendumine. Praktiseerides võib kogeda erinevaid kasutegureid sh. tugevam immuunsüsteem, parem keskendumine, emotsionaalne tasakaal, sügavam uni, parem sportlik võimekus ja kiirem taastumine. (Mis on Wim Hof meetod, 2022)

Kaardistamise käigus saadud info põhjal on autor jõudnud järeldusele, et Eestis on enim levinud holistilistest teenustest terapeutilise, meditsiinilise ja isikliku arengu kategooria teenused. Antud järeldus tugineb otsitud info monitoorimisele ja kaardistamisele. Autor leiab, et kliendi jaoks on oluline teenusepakkuja leitavus selliselt, et see oleks kliendi jaoks võimalikult lihtne. Eestis ei ole keskseid andmebaase, kust oleks võimalik saada ülevaadet teenusepakkujate osas valdkonniti, seega antud järeldused tuginevad autori enda uurimustööle, kus autor asetas ennast kliendi olukorda ja kasutas teenusepakkujate otsimiseks Google otsingumootorit, mis on Eestis populaarseim otsingumootor. (Search Engine Market Share Estonia)

2.2. Eesti holistiliste teenuste pakkujate uuring

Kuigi Eestis on tõusnud nõudlus erinevate meelerahu- ja vaimsete praktika ning terviklike eluviiside õpetuste järele, mida näitab kasvav teenuste pakkujate arv, siis holistilise turismi hetkeolukorda Eestis on vähe uuritud. Antud peatükk keskendub holistiliste teenuste osutajate uuringule. Eesmärgiks oli leida vastus küsimusele: mis võimalused on holistilise truismiteenuse arendamiseks?

Üldkogumiks holistilise turismi hetkeolukorra välja selgitamisel on selle valdkonna teenuse pakkujad Eestis, kes on seotud keha-meele ja vaimu siduvate sündmuste korraldamisega. Uuringus saadud tulemused võimaldavad Eesti siseturismi rikastamist holistiliste teenuste poolest ning tõsta olemasolevate teenuste kvaliteeti.

Uuringu läbiviimiseks valiti kvalitatiivne uurimismeetod, mille protsess põhineb eristatavatel teoreetilistel uurimismeetodite traditsioonidel, mis uurivad sotsiaalset või inimese põhist probleemi. Selle käigus uuringu läbiviija loob tervikliku pildi, analüüsides sõnu annab allikatelt saadud info põhjal detailse ülevaate ja viib uuringu läbi loomulikus keskkonnas. (Khan, 2014, lk 225) Poolstruktureeritud intervjuu meetodit on eelistatud kasutama mitmesugustes sotsiaalsete liikumiste uuringutes. Sellised intervjuerimise strateegiad on olnud eriti kasulikud nõrgalt organiseeritud, lühiajaliste või vähesel määral dokumenteeritud sotsiaalsete liikumiste uurimisel ja uuringutes, mis uurivad küsimusi, mille kohta on raske andmeid koguda struktureeritud küsimustike, vaatluste ja dokumenteerivate analüüsides kaudu. Selliselt saab uuringu läbiviija laiema ja mitmekesisema juurdepääsu sotsiaalsete liikumiste osaliste motivatsioonidele ja perspektiividele võrreldes dokumenteeritud allikates leitavale. (Klandermans ja Staggenborg, 2002, lk 93) Uuringu meetodi peamine vahend on intervjuu. Intervjuusid viiakse läbi näost näkku kohtumisel, kirjalikul teel ning videosilla vahendusel. Kui lugeda erinevate autorite poolt kirjutatud töid, kes on kasutanud intervjuerimist kui uurimismeetodit, tuleb välja, et andmeid saadakse vahel rohkemgi kui tööks vaja läheb. Tuleb kindlasti paika panna kava, millele intervjuu läbiviija tugineb. (Thylstrup B., 2016) Selle tõttu pidas autor vajalikuks teha pilootintervjuu, et hiljem parendusi sisse viia.

Intervjuuküsimuste ettevalmistamisel toetuti lõputöö teoreetilistele allikatele, milleks põhilised on autorite H.L. Dunn, G.Rocha, M.Smith ja C.Kelly teadusartiklid ning on esitatud alljärgnevas tabelis.

Tabel 5. Empiirilise uuringu eelkodeerimine: teemad ja intervjuuküsimused

Teoriale tuginevad teemad	Intervjuuküsimused
Holistilise turism <i>Allikas: Smith & Kelly, 2006;</i>	1. Mida tähendab Teie jaoks holistiline turism?
Holistiline turismisteenus <i>Allikas: Smith & Kelly, 2006;</i>	2. Mis teeb Teie teenuse holistiliseks teenuseks? 3. Mida peate teenuse pakkumisel oluliseks? 4. Millest lähtute oma teenuse loomisel? 5. Mida vajate oma teenuse täiustamiseks keha-meele-vaimu tasandil?
Holistilise turisti üldine profiil, tema motivatsioon ja vajadused <i>Allikas: Dann, 1977; Smith, 2015; Rocha, 2016; Sparks et al., 2010;</i>	6. Mis on Teie arust inimeste motivatsioon ja põhjus, miks kasutatakse Teie teenust? 7. Kui tihti uurite enda klientide vajadusi ja küsinud enda teenustele tagasisidet?
Holistiliste teenuste arendamine läbi kliendi profiili. <i>Allikas: Rocha, 2016; Bushell ja Sheldon, 2009.</i>	8. Kuidas turundate ennast? 9. Millist ülevaadet omate teistest holistilise teenuse pakkujatest? 10. Kellega teete koostööd? Mida koostöö tegemisel oluliseks peate? Mis takistab koostöö tegemist? 11. Millisel moel on võimalik Teie hinnangul pakkuda Eestis holistilist turismiteenust? Kas ka välis turistidele? 12. Mis takistused on holistilise turismi teenuse arendamiseks?

Pilootintervjuu viidi läbi 1.03.2022. Seejärel viidi sisse parendused ning tehti individuaalintervjuud perioodil 3.03.2022–20.03.2022. Pärast seda töödeldi andmeid. Andmetöötlusmeetodiks oli sisuanalüüs, mis kujutab endast intellektuaalset protsessi, mille käigus kategoriseeritakse kvalitatiivne tekstiline andmestik kategooriateks selleks, et tuua välja ning tunda ära mustreid ja suhteid muutujate või teemadel vahel (Julien, 2008). Sisuanalüüs toimus 21.03.2022-1.04.2022.

Käesolevas lõputöö tarbeks viidi läbi uuring, mis hõlmas holistiliste teenuste pakkujate intervjuueerimist. Eesmärgiks oli leida vastus küsimusele: millised võimalused on

holistilise turismiteenuse arendamiseks? Vastuse leidmiseks koostas töö autor 12 avatud küsimust ning viis läbi intervjuu kaheksa holistilise teenuse pakkujaga. Autor valis sihipärase valimi näol intervjuueeritavad, kuna tema hinnangul on osutajate teenus holistilist käsitlust hõlmav, sobitub lõputöö eesmärgiga ja annab ülevaate holistiliste teenuste laialdasest kasutusvõimalustest.

Uuringu läbiviimiseks jaotas autor küsimused nelja kategooriasse: holistiline turism, holistiline turismiteenus, holistilise turisti profiil ning holistilise arendamine läbi turisti profiili.

Uuringu käigus küsiti vastajatelt sisulisi küsimusi, mis puudutasid nende isiklikku arusaama holistilisest turismist ja teenusest, uuriti nende klientide ja nende endi vajadusi ja motivatsiooni teenuse kasutamisel ja loomisel ning arendamise võimalusi puudutavaid küsimusi. Lõputöö teoreetilises osas tõlgendati holistilise turismiteenusena sellist teenust, mis puudutab keha-meele-vaimu tasandit. Uuringu esimese küsimuse eesmärgiks oli välja selgitada, mida tähendab intervjuueeritavate jaoks holistiline turism. (Smith ja Kelly, 2006) Küsimused 2-5 selgitasid välja, kas vastajad peavad enda pakutavaid teenuseid holistilisteks ning millest lähtutakse teenuse loomisel. (Smith ja Kelly, 2015) Küsimused 6-7 selgitasid välja, milline on intervjuueeritavate teenuse pakkujate klientide profiil, nende motivatsioon ja vajadused ning kuidas pakkujad küsivad tagasisidet oma teenustele. (Smith, 2015; Dann, 1977; Rocha, 2016; Spark et al., 2010) Küsimused 8-12 selgitasid välja, kuidas vastajad turundavad enda teenuseid, kellega tehakse koostööd ning mis võimalusi ja takistusi näevad holistilise turismiteenuse arendamisel Eestis. (Rocha, 2016; Bushell ja Sheldon, 2009)

Pilootuuringu jaoks võttis autor 01.03.2022 ühendust isikuga, kellega 8.03.2022 viidi läbi videokõne Zoom Video Communications keskkonnas, vastavalt vastaja soovile. Kuna pilootintervjuu osutus pooleteise tunni pikkuseks, otsustas autor edaspidistes intervjuudes esitada täpsustavaid ja suunavaid küsimusi, mis juhiksid vestlust kiiremini järgmise küsimuseni. Autor viis kokku läbi kaheksa intervjuud, millest kuus tehti videosilla vahendusel ning kaks kirjalikult. Autor salvestas intervjuu vestlused vastajate loal nutitelefonil helisalvestiga ja märkis vastused ning muu vajaliku info üles Microsoft Wordi, seejärel koostas transkriptsioonid ja viis läbi deduktiivse kodeerimise. Intervjuud viidi läbi vahemikus 08.03-31.03.2022. Zoomis toimunud intervjuud kestsid keskmiselt

1 tund ja 30 minutit. Autoril ei õnnestunud püsida planeeritud ajagraafikus, kuna paljud intervjuueeritavad olid väga hõivatud. Seetõttu tuli uuringu läbiviimisel leida täiendavalt uusi holistiliste teenuste pakkujaid, keda küsitleda. Kaks intervjuueeritavat loobusid uuringust osa võtmast, kuna ei soovinud enda teenust teisiti nimetada ja siduda seda mingil moel turismivaldkonnaga. Seega intervjuueeritavateks osutusid:

- Pamela Maran – kirjanik, Hatha joogaõpetaja;
- Kristel Paimla – Kundalini joogaõpetaja, lastejoogaõpetaja ning koolitaja;
- Kertu Chaffraix – Kundalini joogaõpetaja, lastejoogaõpetaja, matkajuht, metskümbelse teenuse pakkuja
- Tiit Trofimov – kirjanik, Hatha-tantra joogaõpetaja, väereiside korraldaja;
- Kersti Ojasalu – MTÜ Kärkla Nukuteater eestvedaja, lastejoogaõpetaja;
- Sandra Ruudu – fotograaf;
- Kerstin Jakobson – sünnitoetaja, imetamispõustaja;
- Marika Blossfeldt – holistiline toitumisterapeut, joogaõpetaja, turismitalu pidaja.

Intervjuu küsimuste koostamisel tugines töö autor allikatele, mis on välja toodud tabelis 5 ning kajastatud teooriat käsitlevas peatükis. Igale teemale leidis autor levinumad märksõnad, mida kasutas intervjuude kodeerimisel ning need on kajastatud tabelis 5. Holistiliste teenuse pakkujate intervjuude analüüs annab ülevaate, millega arvestavad teenuse pakkujad teenuse loomisel, kuidas teenust turundatakse, mis on klientide motivatsioon ja vajadused ning milliseid võimalusi nähakse holistilise turismiteenuse arendamisel Eestis. Tsitaatide esitamisel kasutatakse järgnevaid koode: A1, A2, A3, jne. Intervjuu küsimustele vastajaid oli kaheksa.

Tabel 6. Empiirilise uuringu kategooriad ja koodid

Eelkodeerimine teooria baasil	Intervjuu tulemuste põhjal loodud koodid
I teema – holistiline turism	<ul style="list-style-type: none"> • Reis, kus sihtkoht ei oma tähtsust; • Reis inimese sisemaailma;

	<ul style="list-style-type: none"> • Reisi tegevused puudutavad keha, meelt ja hinge; • Teadlik vali
II teema – holistiline turismiteenus	<ul style="list-style-type: none"> • Heaolu pakkumine keha-, meele ja vaimu tasandil; • Tasakaalus olev teenus; • Kvaliteet;
III teema – holistilise teenuse kasutaja profiil, motivatsioon, vajadused ning tagasiside	<ul style="list-style-type: none"> • Kliendi soov tuua enda ellu muudatusi; • Argipäeva tegemistest pausi võtmine; • Teadlik soov tarbida kvaliteetset teenust; • Klientide arvu kasv;
IV teema - Holistiliste teenuste arendamine läbi kliendi profiili	<ul style="list-style-type: none"> • Turundus läbi sotsiaalmeedia ning kodulehe; • Koostöö soov pühendunud ja ettevõtlike partneritega; • Suur potentsiaal; • Kaunis loodus, kvaliteetne toit ja puhas õhk.

I teema – holistiline turism. Uurides intervjueeritavatel, mida tähendab holistiline turism, ilmnes ühtne arusaam, et sihtkoht ei ole antud turismivormi korral pealmine eesmärk, vaid inimene reisib sihtkohast olenemata eelkõige enda sisemaailma. Toodi välja, et keskkond ja asukoht, kuhu reisitakse omab küll tähtsust, kuid kui inimene soovib kogeda midagi keha, meele ja hinge tasandil, siis valiku tegemisel lähtutakse pigem teistest nüanssidest nagu näiteks sündmuse korraldaja, pakutavad praktikad, tagasiside.

Minu arust on see reis inimese sisemaailma, kus eesmärgiks pole avastada uusi sihtkohti või vaatamisväärsusi, vaid märgata selle reisi jooksul eelkõige ennast, mõista enda olemust või siis leida hoopiski uusi vaatepunkte. /.../ Ilmselt holistiline turism kannab endas täiesti teisi väärtusi, vähem materiaalseid. (A7)

Intervjueeritavad mainisid korduvalt, et holistiline turism on seotud teadlike valikutega, kus otsuseid ei tehta emotsiooni pealt, vaid kaalutletult ja läbimõeldult.

Inimene ei vaata lennupileti hinna järgi sihtkohta, vaid teab päris täpselt, mida ta soovib kogeda, seejärel otsib vastavalt soovile koolituse või programmi ning juba siis kaalub, kas sihtkohta jõudmine on kulukas või mitte. /.../ Arvan, et see pole see turismivorm, kus emotsiooni pealt ostetakse lennupiletid ja siis vaadatakse, mida seal maal teha annab. Teadlikud valikud. Teadlikud käigud. (A6)

II teema – holistiline turismiteenus. Uurides, mida intervjueeritavate arvates hõlmab holistiline turismiteenus, selgus, et seitse vastajat näevad seda, kui terviklikku lähenemist pakkuvat teenust, mis tegeleb inimese keha, vaimu, kui ka meelega ning üks ei osanud seda teenust täpselt sõnastada. Toodi välja, et keha tasandile ei pea lähenema ainult läbi füüsiliste praktikate, vaid ka läbi kohalolu tunnetamise ja aeglase teel olemise. Kaheksast vastanust seitse pidas enda pakutavat teenust holistiliseks teenuseks ning üks ei osanud enda teenust holistiliseks nimetada. Autor märkas, et osa intervjueeritavaid ei osanud enda teenust nimetada turismiteenuseks, kuna ei olnud tõdenud fakti, et inimesed suunduvad just nende teenuse tõttu enda tavapärasest elukeskkonnast välja ning viibivad kauem kui 24 tundi seal, tarbides lisaks veel teisigi sealse asukoha teenuseid.

Holistiline turismiteenus pakub külalisele kehalist, vaimset ja hingelist heaolu ning enda teenust pean kindlasti holistiliseks. /.../ Ja tõesti, kui laiemalt mõelda, siis on minu teenus ka turismiteenus, sest inimene tuleb seda minu juurde tarbima ning teel siia ilmselt külastab teisigi kohti. Väga huvitav! (A7)

Küsites intervjueeritavatelt, mida nad peavad teenuse pakkumisel oluliseks ning millest lähtuvad oma teenuse loomisel, siis kaks vastajat pidas oluliseks individuaalsust ja personaalset lähenemist, kus teenuse saaja on tähelepanu keskpunktis ning kogu teenus lähtub tema soovist. Viis vastajat pidasid teenuse pakkumisel oluliseks pakutavat kvaliteeti, et pakutud teenus vastaks lubadustele, kuna seeläbi on kliendi kogemus positiivne ja turvaliselt kogetud. Üks vastaja tõi välja, et hindab seda, kui teenuse pakkumisel jäetakse võimalus spontaansusele. Kõik vastanud lähtusid enda teenuste pakkumisel eelnevalt kirjeldatud punktidest ehk see, mida peeti teenuse pakkumisel oluliseks, kajastus vastajate endi pakutavates teenustes. Kolm vastajat tõi lisaks välja, et arvestavad kindlasti teenuse pakkumisel omapoolseid kulutusi, et teenuse pakkumine oleks majanduslikult kasumlik ning seeläbi on võimalus endal kosuda, lõõgastuda, vajadusel juurde õppida ning terveneda. Üks vastaja tõi, et lähtub tasakaalu põhimõttest andmise ja saamise vahel ning see ka materiaalselt poolt arvestav tasakaal. Kaks vastajat pidasid oluliseks oma teenuse loomisel looduse rütme, sellega kooskõlas keskkonna säästlikku tegutsemist. Neli intervjueeritavat mainisid holistilise teenuse juures olulise osana toitlustust, mis võiks olla taimne ja mahe.

Pakutaval teenusel hindan, et teenus oleks kvaliteetne ehk teenuse osutaja on pädev seda pakkuma. Täna sel päeval on minu hinnangul Eestis päris palju spirituaalse teenuse pakkujaid, kes on teoorias tugevad, kuid praktikas ning elustiililt on nad hoopiski midagi muud ning nende pakutavat teraapiat ei saa pidada kvaliteetseks. Samuti pean oluliseks, et teenus leiaks aset heas ja puhtas keskkonnas, kus kindlasti toitlustus on läbi mõeldud, kohalik ning taimne. (A3)

Autori hinnangul pidasid intervjueritavad mingil määral oluliseks asjaolu, et enne enda teenuse pakkumist läbiti selleks vajalikud koolitused ja õpingud, saavutati valdkonnas pädevus ja praktiseeriti eelnevalt ning alles siis jõuti teenuse pakkuja rolli.

Enda teenuse loomisel lähtun kindlasti enda võimekusest ja enesemotivatsioonist. Enda teenuse osutamisel arvestan pööripäevadega ning nende traditsioonide, kombestike ja tavadega. /.../ Teenus on üles ehitatud kundalini jooga põhimõtetele ning praktilise poole pealt hindan ringmajandust. Osa varustusest saab laenutatud ning ei pea vajalikuks kõige soetamist. (A2)

Autor püüdis välja selgitada, mida teenuse pakkujad vajavad enda teenuse täiustamiseks või täiendamiseks, et kliendi keha, meel ja vaim oleksid nende teenuse läbi toetatud võrdväärselt. Üks vastaja tõdes, et eelkõige vajab ta ise elu kogemist, et saaks teistele millalgi tulevikus täiuslikku tasakaalu pakkuda ning teine pidas oluliseks spirituaalse ehk vaimse poole olulisuse tõstmist, kuna tunneb, et tema kliendid otsivad just seda poolt. Kaks intervjueritavat arvasid, et nende kolme tasandi täiustamiseks ei vaja nad midagi, kõik on olemas ning tasakaalus. Toodi välja, et Kundalini jooga kannab endas tasakaalu, olles justkui kolme jalaga taburett. Neli vastajat arvasid, et kõik on pidevas muutumises ning tihtipeale oleneb tasakaal keha-meele- ja vaimutasandil hetkest ning seltskonnast, selle tõttu ei osatud konkreetselt midagi vajaminevat, mis täiustaks nende teenust, välja tuua.

Kundalini on tasakaal ning tasakaalus, seega on ka minu teenus tasakaal ja tasakaalus. Asanad, pranajamad ning krijad loovad nendel kolmel tasandil tasakaalu. Ei saa teha rännakuid ainult mõtte meelega või tegelda ainult vaimu poolega. Kui aga mõtet edasi arendada, siis et minu teenus jõuaks enamateni, vajan tehniliste oskuste ning turundamise poole täiendamist. (A1)

III teema – holistilise turisti profiil. Autor uuris, mida peavad intervjueeritavad enda klientide motivatsiooniks ja põhjuseks holistiliste teenuste tarbimisel. Samuti soovis autor välja selgitada kas klientidelt küsitakse tagasisidet ning millises vormis seda tehakse. Kõik vastajad tõdesid, et inimesed valivad nende teenuse selle tõttu, et soovivad enda ellu muutust ning seda mitte selle tõttu, et isik on näiteks vaimselt või füüsiliselt halvas kohas, vaid pigem tunnetavad nad sisimas, et on aeg enda ellu värskus muutuse näol tuua. Toodi välja, et vaatamata sellele, et klient soovib enda ellu muutusi, ei ravi, tervenda ega muuda kliendi elu teenuse pakkuja. Selleks peab olema kliendi isiklik soov ning tahe, kuna tõdeti, et tihtipeale on muutuste ellu toomine ebamugav, sest see toob inimese mugavustsoonist välja ning nõuab kohanemiseks uute harjumuste ja käitumismustrite kasutusele võtmist. Mainiti, et tihtipeale soovib klient muudatusi enda ellu tuua läbi juhendatud praktikate, kuna see tundub turvaline ja usaldusväärne.

Inimene valib minu teenuse enda ellu, erinevatel põhjustel. Tihtipeale on selleks teadlikkuse kasvamine, kus ta tunneb, et mingid protsessid elus vajavad rohkem tähelepanu ning toetust. Mõni valib minu teenuse eelneva kehva kogemuse tõttu, kuid siiski neid on pigem vähe. Paljud jõuavad minuni tuttava soovitusel, et igapäevased toimetused sujuksid lodusamalt ning mugavamalt. (A5)

Kaks intervjueeritavat arvasid, et klient valib teenuse teiste poolt loodud maine ja tagasiside põhjal, kuna kvaliteetset teenust hinnatakse ning sellisel juhul ei valita hinna põhjal teenuse pakkujat. Toodi välja, et klientide seas on nii püsikliente, kui ka pidevalt saabuvald uusi inimesi, kes alles avastavad holistilisi teenuseid ning otsivad omale sobivat vaimset praktikat. Arvati, et uued kliendid tulevad kohapeale teenust saama põhjusel, et mõista praktikate tähendust paremini, kuna internetis leviv info jääb arusaamatuks.

Inimene valib minu teenuse erilise atmosfääri tõttu. Siin on piisavalt ruumi, valgust, loodust, avarust, vaikust, rahu ja värsket õhku. Inimesed tulevad siia, et ennast maandada, pingetest vabaneda ja enda juuri leida. Inimesed tunnevad ennast siin vabalt ning on avatud uutele kogemustele. Maitsev ja täisväärtuslik toit annab puhast energiat ja tõstab heaolutunnet. Massaažid ja sauna külastused pakuvad kehale lõõgastust. (A8)

Vastanutest viis kinnitasid, et klientide seas on meeste osakaal aastatega tõusnud. Täpsustavale autori küsimusele, et mis soosib meeste seas tõusutrendi, arvati, et seda võib tugevalt mõjutada ametlikel infokanalitel teave liikumine vaimse tervise olulisuse osas ja populaarsust koguvad ülemaailmsed trendid tervislike elustiilide suunal. Toodi välja, et mehi julgustab pakujate teenust kasutama selge ja põhjalik info ning spetsiaalselt loodud sündmused meestele. Kolm vastanut kinnitab, et nende teenuseid kasutavad suuremas osas keskealised naised, aga seda puhtalt selle tõttu, et teenus ongi disainitud/loodud naistele ning teise oletusena toodi välja, et pakutav teenuse pole meeste nõ esmatarbe kaup.

Muidugi on see julgustav, kui nähakse kuskil meedias infot vaimse tervise kohta. Nohust, tervisest ja näiteks vähihaigustest ju räägitakse meedias, miks mitte rääkida rohkem vaimsest tervisest, sellega kaasnevatest probleemidest ning mis lahendusi selleks on. (A5)

Autor soovis teada saada, kas ning kui tihti küsivad teenuse osutajad tagasisidet enda teenusele ning kaks intervjueeritavat vastasid, et teevad seda kuni kaks korda aastas. Üks vastanutest teeb seda üldiselt ainult väliskliendi puhul, et mõista nende ootusi ja rahulolu paremini. Kaks teenuse pakujate tõdesid, et tegelikkuses soovivad tagasisidet küsida, kuid mingil määral hindavad seda liialt suure lisatööna. Vestlustes tuli välja, et siiski kunagi on tagasisidet enda klientidelt küsitud, kuid praegusel hetkel hindavad seda mitte vajalikuks. Mõni kinnitas, et inimese rahulolu või rahulolematuse ilmneb teenuse saamise käigus või selle lõppedes. Tagasiside saamiseks on saadetu klientidele email küsimustega rahulolu osas ja parandus ettepanekute

IV teema – holistiliste toodete arendamine. Auto uuris intervjueeritavatelt, kuidas nad enda teenuseid turundavad. Neli intervjueeritavat vastas, et nende puhul toimib kõige enam suust suhu turundus ning selle juures kaks tõdesid, et lisaks suust suhu levivale infole lisaturundust ei tehti. Kolm vastanut kinnitasid, et nende puhul aitab turundamisel kaasa raamatute ja artiklite kirjutamine ning samuti postitused sotsiaalmeedias, kuna inimesed soovivad lugeda isiklike kogemusi ja seiku teiste elust. Üks intervjueeritav vastas, et levitab uudiseid oma tegemistest kinnistes või väikestes gruppides.

Viimaste küsimustena uuris autor kas Eestis on võimalik pakkuda holistilisi turismiteenuseid ning mis takistused võivad ilmned nende pakkumisel. Üks vastanutest arvas, et pigem mitte, kuna inimesed eelistava soojemat kliimat, kuid samas mõtiskledes tões, et võibolla saaks Eesti kliima miinused pöörata müügiargumendiks. Seitse vastajat kinnitasid ühiselt, et Eesti on üks parimaid paiku holistilise turismiteenuse pakkumiseks. Eesti loodus, puhtus ning teenusepakkujate pädevas antud vallas soosib tugevalt holistiliste teenuste arendamist nii siseturistile, kui ka välisturistile. Takistustena toodi välja kõrged hinnad, tihe konkurents, turunduse alahindamist ning pakkujate poolne kehv kommunikatsioon, mis loob eksitavaid ja isegi valearusaamasid holistilistest teenustest. Intervjueeritav kinnitas, et on tagasisidet saanud olukordadele, kus inimene pole teenuse soetamisega edasi läinud, kuna kajastatud vähene info jätab õhku küsimusi ja tekitab segadust.

Eestis on kindlasti võimalik pakkuda holistilist turismiteenust ning tundub, et seda pakutaksegi aina rohkem ja meie ühiskond on selleks aina enam valmis. Välisturist ei ole isiklikult prioriteediks, kuid ilmselt mingi hetk kaalun seda. Takistusena võib ilmselt pidada kõrgeid hindu, kuna meie ühiskond peab holistilist teenust veidi mugavusteenuseks ning ilmselt piiratud oludes ei valita seda esmajärjekorras. /.../ Konkurents ja infomüra on muidugi suur ning inimene ei tunne lihtsalt ära, mis siis lõpuks on tema teenus. (A2)

Autor soovis teada, mis takistused on koostöö tegemisel ning mida peetakse koostöö juures oluliseks. Kuus intervjueeritavat vastasid, et teevad koostööd. Koostööd tehakse teiste teenuste pakkujatega, kellega maailmavaated kattuvad. Nendeks olid erinevate valdkondade tegijad, näiteks joogaõpetajad, Tai Chi õpetajad, sünnitoetajad, matkajuhid, massöörid, toitlustajad ja ruumi rentnikud. Üks vastaja kinnitas, et tema ei tee koostööd, kuid sisimas väga sooviks kellegagi koos oma teenust arendada, kuid siiani ei ole leidnud õiget mõttekaaslast. Antud koostöö takistusena leidis ta, et tema poolt pakutav teenus on nii konkreetne ja mitte laialivalgus, et püsivat koostöö võimalust ongi raskem leida. Üks vastaja vastas, et koostööd takistab egoism ning teine tõi välja, et vahepeal jääb koostöö katki teise partneri kõrge hinna tõttu. Koostöö tegemisel hinnatakse partneri usaldusväarsust, eluviisi, pühendumust, ettevõtlikust.

Koostööd teen meeleldi nendega, kes teevad südamega asja, on pühendunud sellele teele ja elavad seda elu. Koostööpartner peab olema ettevõtlik, kuid rahale mitte orienteeritud. Kõik tuleb orgaaniliselt. Ning kui inimene on minimaalse kohusetundlikkusega, siis see on argumendiks koostööd mitte teha. Kett on täpselt nii tugev, kui on selle nõrgim lüli. (A1)

Autor uuris, kas vastajad omavad ülevaadet holistiliste teenuste pakkujatest ning selgus, et kolm neist ei oma ülevaadet teistest pakkujatest. Viis vastajat tõdesid, et omavad ülevaadet, kuna see info tuleb nendeni nii sotsiaalmeedia kaudu, kui ka nende enda huvist lähtuvalt uudistavad nad teisi pakkujaid ning see motiveerib neid oma valdkonnas edasi õppima ning kasvama. Toodi välja, et koostöö ja konkurents on üldiselt edasiviiv faktor.

Kokkuvõtvalt tõdeb autor, et intervjueeritavatel oli ühine ja selge arusaam nii holistilisest turismist, kui ka selle teenustest ning pikema vestluse käigus leiti, et Eestis on häid võimalusi holistilise turismiteenuse pakkumiseks. Pigem ollakse ühisel meelel, et soovi ja tegutsemistahte korral on Eesti ja sinne ühiskond valmis antud teenuste arendamiseks ja tarbimiseks. Autori hinnangul on intervjueeritavad avatud koostöödeks nii oma ala teiste tegijatega kui ka lisateenuste pakkujatega, mis on üheks teenuse arendamise võimalustest, tõstes selliselt oma teenuse kvaliteeti.

2.3. Uuringust tulenevad järeldused ja ettepanekud

Käesolevas peatükis teeb autor järeldused läbiviidud uuringu tulemustest ning annab omapoolsed soovitused holistilise turismi ja teenuste arendamiseks Eestis.

Autor leiab, et holistilist turismiteenust võib pidada Eestis uueks nišitooteks. Uuringus selgus, et Eestil, kui turismisihtkohal on kohalike seas suur potentsiaal holistilise turismiteenuse arendamiseks. Siin on puhas ja puutumata loodus, kohalik ja mahe tooraine ning teenuse osutajate poolne arendamise tahe. Autor tugineb holistilise turisti motivatsiooni, mina-pildi ja rahulolu uuringule (Rocha et al, 2016), milles selgus, et holistilise turisti motivatsiooni ja rahulolu mõjutab teenuse maine. Sellest tulenevalt teeb autor omapoolse ettepaneku holistiliste teenusepakkujate koostöö arendamise suunal. Autori hinnangul tagab tugev ning ühtne koostöö klientidele laialdasemaid ja kvaliteetsemaid valikuvõimalusi. Ühiselt loodav holistiliste teenuste maine ning väärtus

motiveerib klienti seda kasutama. Koostöö võimekuse laiendamiseks ning pakkujate kokku toomiseks teeb autor ettepaneku luua Eesti Holistiline Turismiklaster, kuhu kuuluvad holistilist maailmavaadet jagavad ning holistilisi teenuseid pakuvad ettevõtjad ja arenduskeskused. Näitena toob autor Hiiumaa Turismiklasti, mille alla koondatud Hiiumaa turismiasjalised teevad koostööd ühiste eesmärkide saavutamiseks. (Hiiumaa Turismiklaster, 2022) Autor leiab, et antud väljund teeb Eesti kui holistilise turismisihtkoha paremini nähtavaks ja atraktiivsemaks nii sise- kui ka välituristile. Loodav klaster toetab rahvastiku tervise arengukavas välja toodut, et tervisega seotud eesmärkide saavutamisel on oluline avaliku, kolmanda ja erasektori (sealhulgas tööandjate) koostöö, mis hõlmaks eri valdkondi nii riigi kui ka kohalikul tasandil ning kaasaks kogukondi. (Rahvastiku Tervise Arengukava, 2020, lk 5) Toetudes autori läbi viidud uuringule, mille raames uuringu mõned asjaosalised ei osanud või ei soovinud ennast holistilise turismiteenuse pakkujana näha, arvab autor, et koostööd aitab edendada teenusepakkujate paindlikkus oma teenuse nimetamise osas, leides, et koostööks on mõneti vajalik kasutada ühine ja siduv nimi. Antud kontekstist lähtudes ja tuues kokku erinevast valdkonnast teenusepakkujaid nagu näiteks majutus-, toitlustus-, fotograafia- ja joogaõpetaja teenus, saab kokkuvõtvalt neile anda holistilise turismiteenuse nime, kui kombineeritud teenus täidab oma eesmärgi keha, meele ja vaimu tasandil. Koostöö arendamise vajadus tuli välja uuringus, kus intervjueeritavad kinnitasid juba olemasolevat ja toimivat koostööd, kuid osutasid, et koostöö on edasi viiv faktor. Sellest juhindudes saab koostööna kokku toodud teenuseid arendada toimumiskohtade raames. Näiteks tuues teraapiate kategooria teenused (Tabel 2) veelgi rohkem looduse keskele – rabad, pankrannikud, looduskaitsealad, allikad, mõisapargid jpt. Eesti puutumata ja kauni loodusressursi olulisus toodi välja intervjuude käigus. Looduses pop-up teenuse osutamise - liikuv kontseptsioon teenuste osutamisel, kus teenust ei osutata ainult kindlates rendiruumides, võimaldab kaasata erinevaid sihtrühmi Eesti eri paikadest või tuua seeläbi inimene loodusele lähemale.

Uuringus selgus, et intervjueeritavad peavad oluliseks enda teenuse osutamisel kohaliku, mahe- või taimetoidu olemasolu. Sellele toetudes teeb autor ettepaneku holistiliste teenuste puhul nagu näiteks retriitide, matkade, koolitused, kus pakutakse toitlustus, kasutada Eesti toidu kvaliteedi märgiseid – Eestis kasvatatud, Euroopa Liidu mahepõllundus, Eesti ökomärk. (Kvaliteedimärgid, 2022) Antud teostus aitaks luua

teenusele väärrika maine, andes sellega mõista teenuse osutaja väärtushinnanguid, laiendada klientide seas teadlikkust antud väärtuste osas ning suurendad koostööd kohalike teenuse pakkujatega toitlustuse vallas.

Tugines 2015 aastal M. Smith loodud uuringule, kus toodi välja, et holistilise turisti motivatsioon ei ole pelgalt soov põgeneda argipäevast, vaid tuua uusi teadmisi ja arengut enda tavaellu. Sellest lähtuvalt uuris autor intervjueeritavalt, kes on nende klient.

Holistilist turismi on käsitletud mitmes uuringus ning üksmeelselt on välja toodud, et see hõlmab keha, meele ja vaimu tasandit. Seega võib oletada, et inimene, kes soovib kasutada holistilist turismiteenust, eeldab, et teenus tugineb samal põhimõttel ning pakub tegevust või arengut keha, meele ja vaimu tasandil. Antud asjaolu, et holistiline teenus hõlmab keha, meele ja vaimu tasandit, kinnitasid uuringus osalenud intervjueeritavad. Rocha et al.(2016) uuring kinnitab, selleks, et teenust arendada, on vaja tunda õppida seda kasutavat klienti. Analüüsisid olukorda, toob autor välja, et intervjueeritavate kinnitusel tuntakse enda kliendi profiili ning toetatakse teenuse käigus saadavale tagasisidele. Kuna holistiline valdkond on üpris laialt mõistetav ja teenuse pakkujad tõid välja, et aja jooksul nende klientuuris on toimunud muutusi näiteks suurenenud meeste hulga näol, siis autori poolne ettepanek teenuste parendamiseks ning kliendi paremaks mõistmiseks, on luua konstruktiivne tagasiside vorm. See annab selgema ülevaate kliendi ootustest ning loob võimaluse anda ettepanekuid teenuste täiustamiseks või mõtteid selle arendamiseks. Sellisel juhul tajuvad teenuse pakkujad muutusi trendides kiiremini ning on võimelised paremini ja aegsasti kohanema nendega. Autor arvab, et teenuse käigus antav tagasiside võib vajada aega, et esmane emotsioon lahtuks, inimene naaseks argipäevaste toimetuste juurde ning siis on selgemini näha, kas saadud teenus vastas ootustele ning tekitas rahulolu. Näiteks nädal pärast teenuse saamist, saab klient emaili tagasiside päringuga. Siinkohal teeb autor lisaks ettepaneku, teenuse pakkujate klientuure muutumisele tuginedes, luua rohkem sihtrühmale suunatud teenuseid, mis võivad autori hinnangul tuua kokku inimesi, kes sihtrühma määratlemata sündmuse või teenuse korral võib-olla ei julge osa võtta. Autor toob selle tarbeks mõned näited: küpses vanuses naiste retriit; meditatiivne joogalaager rasedatele; forest bathing for Erasmus students; aroomiteraapia meestele.

Autori läbiviidud uuringus selgus asjaolu, et holistiliste teenuste osas jääb klientidel vahepeal valearusaam või hoopiski ei valita teenust vähese ja ebaselge info korral. Sellest tulenevalt teeb autor ettepaneku holistiliste teenuse pakkujatele ja sündmuste korraldajatele kajastada enda infokanalites rohkem teaduspõhist informatsiooni, mis puudutab konkreetselt pakutavat valdkonda. Autor leiab, et kvaliteetse informatsiooni olemasolul saab klient paremini orienteeruda teenuste väärtustes ja vajalikkuses. Toetudes siinkohal Rocha et al.(2016) uuringule, mis tõi välja, et kliendi valikuid mõjutab teenuse maine ja väärtus, mida teaduspõhine info aitab autori hinnangul paremini luua ja esile tõsta. Inimesel on lihtsam selgust luua, millele huvi pakkuv teenus suunatud on ning mis on selle kasuliku mõjud. Lähtudes siinkohal Bushell ja Sheldon välja toodust, et turist on võibolla piiratud enda ootuste tegemisel terviseturismi suunal, kas teadmiste puudumise või on nad skeptilised näiliselt esoteerilise ning alternatiivse olemusega tegevuse tähenduses (2009, lk 82), leiab autor, et teaduspõhine info aitab holistilise teenuse korral valikuvõimaluse piire laiendada ja ümber lükata valearusaamasid. Jättes sealjuures alles teenuse kirjeldamisel pakkuja enda maailmavaade, sügava sisemaailma tunnetus ja spirituaalsus, säilib pakutava teenuse üldpilt.

Täiendades välja toodud ettepanekuid konstruktiivse tagasiside loomise ja teaduspõhise info kajastamise osas tõdeb autor, et tegemist on mingil määral ettepanekutena teenuste arendamise parendamise protsesside näol, kuid peab neid olulisteks holistiliste teenuste arendamise osana.

Kokkuvõtvalt saab öelda, et uuringu järelduste tegemisel tehtud ettepanekud on autori hinnangul teostatavad. Võimalik, et eelnevalt välja käidud ettepanekud holistiliste teenuste arendamiseks hoogu juurde saaksid ning areneksid edasi, on mõistlik teha teenuste pakkujatele ettepanek keskkonna loomiseks, millest saaks alguse ühtset väärtust ning mainet kandev ettevõtmine.

KOKKUVÕTE

Käesolevas lõputöös keskenduti holistilise turismi teoreetilistele käsitlustele ning võimalustele holistilise turismi ja selle teenuste arendamiseks Eestis.

Esimeses peatükis koostati ülevaade holistilise turismi teoreetilisest käsitlusest ning selgitati välja, kes on holistiline turist. Selgus, et üheks oluliseks määratluseks on keha, meele ja hinge tasandi tasakaal. Kirjeldamaks holistilist turisti, võib välja tuua tema reisile minemise motiivi, milleks on soov sisemiselt kasvada.

Lõputöö teine peatükk keskendus läbiviidud uuringule ning selle toetuseks tehtud Eesti holistiliste teenusepakkujate kaardistamisele, mille tulemusel selgus, et Eestis pakutakse enamus Melani Smithi poolt välja toodud holistilise teraapia kategooriatele vastavaid teenuseid ühe erandiga, kuna üks teenus polnud leitav.

Uuringu läbiviimise meetodiks oli kvalitatiivne uurimisviis. Intervjuu poolstruktureeritud meetod andis vestlustele paindlikkust ning loovust. Uuringus tuli välja, et holistilisel turismil ja sellega seonduvatel teenusetel on Eestis suur potentsiaal ning kuigi tegemist on üpris uue turismivormiga, siis Eesti ühiskond on aina enam valmis holistilisteks teenusteks. Holistiline turism on seni veel Eestis vähe tuntud ning selle teenuseid pole esindatud ühtse nime all. Kuna selle vastu on huvi, mida näitab piisav hulk teenuse pakkujaid. Holistilise turismi oluliseim lüli, lisaks inimesele endale, on holistiline teenus, mille maine ning väärtuse põhjal teeb turist valiku, et põgeneda argipäeva toimetustest, saavutada tasakaal ja heaolu.

Sissejuhatuses püstitatud uurimisküsimusele sai autor vastuse ning leiab, et ettepanekud holistiliste teenuste arendamise suunal on asjakohased ning teostatavad. Ettepanekuna esitatud koostöö arendamine teenuste pakkujate vahel tagab klientidele laialdasemaid ja kvaliteetsemaid valikuvõimalusi. Koondudes ühise nime alla Eesti Holistiline Turismiklaster luuakse teenustele ühtne ja väärikas maine. Maine kujundamisel ning väärtuste rõhutamiseks on autori ettepanekul paslik kasutada Eesti toidu kvaliteedi

märgiseid. Ettepanekuna esitati konstruktiivse tagasiside koostamise loomist, mis on oluline kliendi profiili paremaks mõistmiseks, kuna selle käigus selginevad isikute motiivid ning soovid. Sellele tuginedes on võimalik teenust edukamalt arendada. Uuringus selgus, et teenuse pakujate juurde jõuab aina rohkem uusi kliente, kes tulevad esmakordselt proovima holistilisi teenuseid. Selle põhjal leidis autor, et teenusi tasub arendada vastavalt sihtrühmale, mis julgustaks sellisel moel rohkem inimesi tundmatuid ja uusi teenuseid proovima.

Lõputöö olulisemaks tulemuseks peab autor teadmist, et holistiline turism omab head arengu potentsiaali Eesti siseturistide ja ka välituristide seas, mis tagab vastavate teenuste arendamise vajadus.

Lõputöö puudujääkideks peab autor ainult ühe uurimismeetodi kasutamist intervjuerimiste näol, kuna selle käigus ei saanud põhjalikumat ülevaadet holistilise turisti profiilist. Ettepanekuna edaspidisteks uuringuteks soovitab autor uurida lähemalt Eesti holistilise turisti, mis annaks tema hinnangul paremad võimalused holistiliste teenuste/toodete arendamiseks ja disainimiseks.

Käesolev töö võiks pakkuda huvi nii erasektoris tegutsevatele ettevõtjatele, kes pakub holistilisi teenuseid, kui ka turismiorganisatsioonidele, et saada ülevaadet holistilisest turismist ja mõtteid oma teenuste arendamiseks.

Autor tänab lõputöö valmimises kaasa aidanud lõputöö juhendajat Kai Tomasbergi ning intervjuu küsimustele vastajaid.

KASUTATUD KIRJANDUS

- Bunghez, L. C. (2020). *The Emerging Trend of Niche Tourism: Impact Analysis* . Bukarest: Journal of Marketing Research and Case Studies. doi:10.5171/2021.134710
- Bushell, R., & Sheldon, P. J. (2009). *WELLNESS AND TOURISM Mind, Body, Spirit, Place*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Dunn, H. L. (1959). *High-Level Wellness for Man and Society*. Am J Public Health Nations Health. doi:10.2105/ajph.49.6.786
- Dunn, H. L. (1959). What High-Level Wellness Means. *Canadian Journal of Public Health / Revue Canadienne de Santé Publique*, 447-457. doi:193.40.12.10
- Eesti Keele Instituut. (kuupäev puudub).
- Eesti Keele Instituut . (2. jaanuar 2022. a.). *Holistiline tähendus*. Allikas: Eesti Keele Instituudi keeleportaal: <https://sonaveeb.ee/search/unif/dlall/dsall/holistiline/1>
- Eesti Keele Instituut. (2022). *New Age tähendus*. Allikas: Sõnaveeb: <https://sonaveeb.ee/search/unif/dlall/dsall/new%20age/1>
- Ghiya, G. D. (2019). Promoting Spiritual Health and Holistic Wellness. *Journal of Health Management* , 230-233. doi:10.1177/0972063419835104
- Hiiumaa Arnduskeskus. (2022). *Hiiumaa Turismiklaster*. Allikas: Hiiumaaarenduskeskus: <https://hiiumaaarenduskeskus.kovtp.ee/turismiklaster>
- Instituut, T. A. (2020). *RAHVASTIKU TERVISE ARENGUKAVA 2020-2030*. Allikas: Sotsiaalministeerium: https://www.sm.ee/sites/default/files/content-editors/Tervishoid/rta_05.05.pdf

- Khan, S. N. (2014). *Qualitative Research Method: Grounded Theory*. International Journal of Business and Management. doi:10.5539/ijbm.v9n11p224
- Klandermans, B., & Staggennborg, S. (2002). *Methods of social movement research*. London: University of Minnesota Press. Allikas: <https://books.google.ee/books?id=ExVgY9i53B4C&lpg=PP1&hl=et&pg=PR9#v=onepage&q&f=false>
- Maaeluministeerium. (9. märts 2022. a.). *Kvaliteedimärgid*. Allikas: Maaeluministeerium: <https://www.agri.ee/et/eesmargid-tegevused/pollumajandus-ja-toiduturg/kvaliteedimargid>
- Meister, M. (2022). *Mis on Wim Hof meetod?* Allikas: MadisMeister: <https://www.madismeister.com/>
- Radojevic, T., Stanistic, N., & Stanic, N. (2015). *Ensuring positive feedback: Factors that influence customer satisfaction in the contemporary hospitality industry*. Tourism Management. Allikas: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2015.04.002>
- Rocha, G., Seabra, C., Silva, C., & Abrantes, J. L. (2016). *Holistic Tourism: Motivations, Self-Image and Satisfaction*. Viseu: Journal of Tourism Research & Hospitality. doi:10.4172/2324-8807.S2-004
- Sirgy, J. M., Grewal, D., Mangleburg, T. F., Park, J.-o., Chon, K.-S., Claiborne, C. B., . . . Berkman, H. (1997). *Assessing the predictive validity of two methods of measuring self-image congruence*. Journal of the Academy of Marketing Science . Allikas: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1177/0092070397253004.pdf>
- Smith, M. (2015). Holistic Holidays: Tourism And The Reconciliation of Body, Mind and Spirit. *Tourism Recreation Research*, 103-108. doi:10.1080/02508281.2003.11081392
- Smith, M., & Kelly, C. (2006). Holistic Tourism: Journeys of the Self? *Tourism Recreation Research*, 15-24. doi: 10.1080/02508281.2006.11081243

- Sparks, B., Bradley, G., & Jennings, G. (2010). *Consumer value and self-image congruency at different stages of timeshare ownership*. Gold Coast: Tourism, Sport and Service Innovation Research Centre. doi:10.1016/j.tourman.2010.10.009
- Stankov, U., Filimonau, V., & Vujičić, M. D. (2020). A mindful shift: an opportunity for mindfulness-driven tourism in a post-pandemic world. *Tourism Geographies - An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 703-712. doi:10.1080/14616688.2020.1768432
- Statcounter Global Stats. (2022). *Search Engine Market Share Estonia*. Allikas: Statcounter: <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/estonia>
- Zeithaml, V. A. (1988). *Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence*. American Marketing Association and Sage Publications. Allikas: <https://www.jstor.org/stable/1251446>
- The Hoffman Quadrinity Process*. (2022). Allikas: Hoffmaninstitute: <https://www.hoffmaninstitute.org/the-process/>
- Thylstrup, B., Simonsen, S., Nemery, C., Simonsen, E., Noll, F. J., Myatt, W. M., & Hesse, M. (2016). *Assessment of personality-related levels of functioning: a pilot study of clinical assessment of the DSM-5 level of personality functioning based on a semi-structured interview*. Aarhus: BMC Psychiatry. doi:10.1186/s12888-016-1011-6
- Yeung, O., Johnston, K., & Callender, T. (2021). *The Global Wellness Economy: Looking Beyond COVID*. Miami: Global Wellness Institute. Allikas: https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2021/11/GWI-WE-Monitor-2021_final-digital.pdf

SUMMARY

HOLISTIC TOURISM AND THE OPPORTUNITIES OF DEVELOPING HOLISTIC TOURISM SERVICES IN ESTONIA

Jana Paumets

This thesis aims to give an overview of the theoretical approaches of holistic tourism and make suggestions about the opportunities for developing holistic tourism in Estonia based on research among service providers related to holistic services.

The topic of the thesis is relevant as the tourism industry has gone through a transformation due to the covid-19 pandemic which led to changes in the motives of what people look for in a vacation. In addition to invigorating the body, services aimed at the soul, mind, and self-development are increasingly sought for both in everyday life and while traveling. Holistic tourism has seen growth during the last decades as people are looking to focus more on themselves and individual needs have become more important. The desire to connect to the inner self has led to tourism becoming more of a means to escape everyday life and connect to oneself on a deeper level.

The research done for this thesis on the wellness, spiritual and holistic service providers in Estonia has shown growth in the field but the current state of holistic services among domestic tourism has not been widely analyzed. The problem that is being solved in the theses is to answer the question: what are the opportunities to develop holistic services in Estonia?

The thesis is divided into two main parts. The first part will give an overview of the theoretical approaches to holistic services based on literature and scientific papers. The second focuses on the research done among holistic service providers in Estonia and will

give the author's suggestions about what are the opportunities to develop holistic tourism in Estonia.

In order to solve the questions the thesis is raising regarding the development of holistic services in Estonia, the following tasks will be taken:

1. Give an overview of the theoretical approaches to holistic services
2. Based on the theoretical approach, describe the profile and motivation of a holistic tourist
3. Based on the theoretical approach, describe the opportunities of developing holistic services through the profile of the holistic tourist
4. Prepare and conduct research among holistic service providers
5. Map the holistic service providers in Estonia based on theoretical categories
6. Analyze the outcome of the research
7. Make conclusions and suggestions to develop holistic tourism services in Estonian domestic tourism

In this thesis, holistic tourism is not seen as a form of tourism that aims to escape everyday life. Instead, its purpose is to provide opportunities and a safe surrounding for a person to develop, heal and find a balance between body, mind, and spirit. The outcome should be to return from the trip with the tools and knowledge to use these holistic practices and find inner peace also in their everyday life.

To find the answer, the author interviewed eight people involved with holistic service – Hatha and Kundlainsi yoga teachers, writers, Kärđla Puppet Theatre leader, photographer, Doula, forest bathing provider and holistic nutritionist.

The research was conducted by qualitative research method. The author used a semi-structured interview to find the answer because this method helps to collect a wide range of data and is one of the most common data collection methods in social sciences. The pilot interview was conducted on March 1, 2022. Then, improvements were introduced, and the other participants were interviewed from March 3 to March 20, 2022. This was followed by data processing.

During the interviews, the service providers using holistic methods in their work, saw holistic tourism as a journey to the inner self where the destination itself is not important. They described holistic tourism services as being aimed at the body, mind, and soul as a whole. The quality of the services and the competence of the service provider were said to be important. The interviews showed that the client profile among the service providers questioned has changed over time – for instance, the number of male clients has increased which could be due to the fact that the public attention to mental wellbeing has increased and become more science-based. The motive for turning to a holistic service provider comes from the positive feedback of other clients and the good reputation of these services. Although among those interviewed, asking for feedback from the clients was not seen as that important. All the service providers taking part in the research saw Estonia as a great place for holistic tourism and thought that cooperation and competition are good for further improving the field.

Based on the outcome of the research the author has made a suggestion to bring the holistic service providers together and form Estonian Holistic Tourism Cluster which aim would be to develop the standards for the holistic services and ensure the reputation of the service providers to bring the holistic tourism closer to the clients and help promote it in Estonia. It would also make the cooperation between different service providers easier. Secondly, the author suggested creating a standard feedback form for all holistic service providers to use in order to get more constructive feedback which would help the further development of the services. As a third suggestion, the author sees that service providers should aim at providing more science-based information about their services to clients to create more trust among clients.

This thesis could be of interest to both private and public sector entrepreneurs providing holistic services as well as to tourist organizations to get an overview of holistic tourism to improve their own services and offerings.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Jana Paumets,

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

Holistilise turismi ja selle teenute arendamise võimalused Eestis,

mille juhendaja on Kai Tomasberg,

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 4.0, 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.

Jana Paumets

20.05.2022