



TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

INSENERITEADUSKOND

Kuussaare kolledž

MESINDUSTURISMI TOOTE ARENDAMISE VÕIMALUSED EESTIS ELAMUSLOOME ASPEKTIDEST LÄHTUVALT

Lõputöö

Üliõpilane: Merike Treimann

Juhendaja: Jana Raadik Cottrell, PhD

Õppekava: Ettevõtlus ja elamusmajandus

Deklareerin, et olen koostanud lõputöö iseseisvalt ja olen viidanud kõikidele töö koostamisel kasutatud teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele, ning ei ole esitanud sama tööd varasemalt ainepunktide saamiseks. Töö pikkuseks on 20935 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Merike Treimann 18.05.2023

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 193230SDVR

Üliõpilase e-posti aadress: treimann@hotmail.ee

Juhendaja: Jana Raadik Cottrell, PhD

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaasjuhendaja:

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees: Jana Raadik Cottrell, PhD

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

ANNOTATSIOON

Käesoleva uuringu põhjuseks on asjaolu, et vaatamata väga rikkalikule loodusmaastikule, ökosüsteemile ja mesindusega seotud kultuuripärandile on Eesti potentsiaal mesindusturismi arendamiseks suuresti kasutamata ning majandustulu sellest turismisektorist saamata. Mesindusturism kui jätkusuutlik turismi valdkond on uudne lähenemine turismisektoris, kus mesindust ja mesindussaaduseid vaadeldakse turismiobjektina.

Autor annab töös ülevaate teoreetilistest elamusloome aspektidest mis suurendavad elamustoodete/teenuste tarbimist. Lisaks tutvustatakse töös apiteraapiat ja mesindusturismi arenguid mujal maailmas ning kaardistatakse Eestis tegutsevad mesindusturismi pakkuvad ettevõtted.

Käesoleva lõputöö eesmärk on uurida võimalusi mesindusturismi arenduseks Eestis, tuginedes Sloveenia mesindusturismi kontseptsioonile. Kvalitatiivse uuringumeetodi intervjuu analüüsi tulemused aitavad välja selgitada kohalike mesinike huvi pakkumaks mesindusturismi oma senise tegevuse laiendusena ning toob välja võimalikud lahendused apiturismi arendamiseks Eestis.

Kvantitatiivsel uuringumeetodil valminud ankeetküsimustik keskendub Eesti elanikkonna turismisihtkoha tarbimisharjumuste uurimisele ja mesindusturismi teenuste/toodete teadlikkusele. Uuringu tulemuste analüüs andis ülevaate inimeste valmisolekust mesindusturismi arendavaid kohti külastada ning saadud andmete baasil pakub autor välja ideepaketi mesindusturismi toodetest, mida Eestis kasutada.

Võtmesõnad: Mesindusturism, apiteraapia, elamuskogemus, säästev turism, elamusmajandus, väärtuspakkumine, autentsus, pärandkultuur

SISUKORD

ANNOTATSIOON	3
TABELITE LOETELU	6
JOONISTE LOETELU	7
SISSEJUHATUS	8
1. ÜLEVAADE ELAMUSLOOME TEOREETILISTEST KÄSITLUSTEST JA VARASEMATEST UURINGUTEST	12
1.1. Elamusmajanduse kontseptsioon	12
1.2. Elamusväärtus/-kogemuse disain	14
1.3. Säästev maaturism	20
1.4. Väärtuspakkumine koostöö partneritele	21
1.5. Vaimse pärandi roll turismis.....	23
1.6. Mesindusturism	24
1.6.1. Sloveenia mesindusturismi kontseptsioon.....	25
1.6.2. Mesindusturismi hea tava näited Sloveenias	28
2. MESINDUSTURISMI ARENDUSVÕIMALUSI EESTIS	31
2.1. Uurimismetoodika ja uuringu valimi moodustamine	31
2.2. Uuringu tulemused	32
2.2.1. Eesti mesinduse hetkeseis.....	32
2.2.2. Küsitluse tulemused.....	33
2.3. Intervjuu tulemused	43
2.3.1. Mesinike kogemused	43
2.3.2. Eesti mesindusturismi sihtkoha tugevused	45
2.3.3 Tulevikuvaade mesindusturismi arendamisel Eestis	46
2.3.4. Mesindusturismi arendamise võimalused.....	47
2.3.5. Takistused mesindusturismi arendamisel	48
2.3.6. Mesinike huvi mesindusturismiteenust arendada	49
2.3.7. Toetusmeetmeid turismiteenuse arendamiseks	49
Järeldused teostatud empiirilise uuring kohta	58
3.1. Pakutavad mesindusturismi teenused/tooted	60
Ettepanekud	62
Kokkuvõte	63
SUMMARY	66

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU.....	69
Lisad.....	83
Lisa 1. Uuringu intervjuu.....	83
Lisa 2 Uuringu intervjuu.....	85
Lisa 3 Ankeetküsimustik	88
Lisa 3 Struktuur	95
Lisa 4 Korez-Vide jätkusuutlikkuse mudel – loometurism	96
Lisa 5. Maslow'i (1987). Motivatsiooni mudel, Mcleod, 2007 täiendatud 2022	97
Lisa 6. Lihtlitsents	98

TABELITE LOETELU

Tabel 1. Valimi demograafiline profiil (N=77)

Tabel 2. Olulised väärtused/aspektid külastusmotivatsiooniks turismisihtkoha valikul

Tabel 3. Maaturismi tarbimissagedus

Tabel 4. Turismisihtkohale lisandväärtust andvad võimalused

Tabel 5. Teadmised, kogemused alusharidusõppes

Tabel 6. Mesindusturismiteenuse elamuskogemust mõjutavad aspektid

JOONISTE LOETELU

Joonis 1. Teenuste tarbimine turismisihtkohas (% valimist)

Joonis 2. Külastaja valik -ostes tooteid, -tarbite mesindusteenust, apiteraapiat

Joonis 3. Külastaja valik -tarbides mesindusteenust, apiteraapiat -ostate tooteid kaasa

SISSEJUHATUS

Maailmas pööratakse üha enam tähelepanu teadlike valikute tegemisele loodusressursside ja keskkonna säästmiseks. Käesoleva uuringu põhjuseks on asjaolu, et vaatamata väga rikkalikule loodusmaastikule, ökosüsteemile ja mesindusega seotud -kultuuripärandile on Eesti potentsiaal mesindusturismi arendamiseks suuresti kasutamata ning majandustulu sellest turismisektorist saamata. Tänapäeval on meeturg ja mesilaste kasvatamise huvi otseses sõltuvuses inimeste teadlikkusest ja majanduskeskkonnast. Tervislik ja mitmekesine toitumistava on mõjutanud tarbijate vajadusi kasutama looduslikke magusaineid (Osterman et al., 2021).

Jätkusuutlik ja hästi juhitud turism mängib olulist rolli maailma väärtuslike ökosüsteemide säilitamise ja kaitsmise edendamisel. Neid eeliseid on veelgi tõestanud COVID-19 kriisist tulenev turismi seiskumine, Venemaa-Ukraina sõda ning inflatsioonist tingitud väljakutsed. Expedia Group Media Solutioni 2022 aasta uuringud näitavad, et soov reisida jätkab kasvutrendi. Inimesed tahavad kaotatud aega tasa teha ja näevad reisimistes eelkõige oma füüsilise ja vaimse heaolu osana (Feltz, 2023). Elamusmajanduse tingimustes otsivad külastajad interaktiivseid, meelelahutuslikke, harivaid ja autentseid kogemusi, mille läbivaks märksõnaks võiks olla teadlikkus. Huvi kohaliku piirkonna väärtuste, traditsioonide, kommete ja elustiili vastu annaks tulevikuvaates kohalikul tasandil teenusepakujatele sissetuleku ja looks vajalikke töökohti, mis aitaks hoida ja edendada elu kogukonnas ning tasakaalustada regionaalarengut Eesti maapiirkondades. Kasvav keskkonnateadlikkus paneb inimesi muret tundma, millise ökoloogilise jalajälje tema reisimine jätab, milline on turismiettevõtte suhtumine keskkonda ja loodusesse, kui vastutustundlikud ja säästvad on tema poolt pakutavad turismielamused (vee- ja energiakulu, prügi-, jäätmete teke ja nende sorteerimine) (Suna, 2020).

Turistide poolt soodsalt tajutud ettevõtete sotsiaalse vastutuse algatused annaksid ettevõttele positiivse kuvandi ja tagaksid ostujärgse käitumise (Jeon et al., 2020; Su & Swanson, 2019). Üha enam inimesi otsib sisukamaid ja kohusetundlikumaid kogemusi, mille nimel ollakse valmis ise osalema jätkusuutlikke valikute leidmisel või olemasolevate lahenduse parendamisel kogukondade hüvanguks turismisihtkohas. (Fan, 2023). Eelkõige dikteerivad uuendusliku lähenemise reisielamuste loomisele uued sotsiaalsed suundumused - vaimsus, aktiivne elu, uued teadmised ja harmoonilised suhted keskkonnaga. Ainulaadse värske lähenemisena jätkusuutlikkusele esindab mesindusturism reisimises uut dimensiooni, kus mesindus kui eluviis oma teadmiste, oskuste ja kogemustega, kutsub avastama erakordset ja samas loomulikku (Arih & Korošec, 2015). Eesmärk

on kaitsta mesindust kui traditsioonilist käsitööd ja seda loovat ökosüsteemi läbi alternatiivturismimudeli, keskendudes elamusliku turismi programmeerimisele samas kaasates turiste osalema tegevustes, õppima traditsioonilist ametit, mille juured ulatuvad muinasaega (Torres-Valdés, et al., 2020). Mesindusturism edendab sotsiaalset vastutust, luues elamusi, mis soodustavad vastastikust mõistmist, sotsiaalset integratsiooni ja haridust - aitavad kaasa elukvaliteedi parandamisele. Mee ja mesindussaaduste baasil on võimalik luua erilisi lisaväärtust loovaid tegevusi, nagu toitumis-, tervishoiu- ja kosmeetikatoodete väljatöötamist ning täiendavalt pakkuda loominguilisi kogemusi mesindusturismi, apiteraapia teenustes (Arih & Korošec, 2015).

Mesindusturismi arenduse eelduseks on elujõuline mesindus, mis on selle turismiharu peamine ressursibaas. Viimastel aastakümnetel on huvi mesilaste pidamise vastu oluliselt suurenenud - mesinike ringi on lisandunud uue põlvkonna esindajaid (Riis, 2021) – kokku on Eestis üle kahe tuhande mesinikku (PRIA - Põllumajanduse Registrate ja Informatsiooni Amet, 2021). Arvestades Eesti suhteliselt puhtana säilinud looduskeskkonda, mesilate pidamise traditsiooni ja omapärasest hajaasustusest, on mesindusturismi arenguks eeldused olemas, mis omakorda annaks mesinikele majandusliku väljavaate mee tootmise kõrvalt oma tegevusvaldkonda laiendada. Töö autori seisukohta toetab Eesti mesinduse 2019-2030 arengukava üks eesmärkidest - mesinduse kui keskkonnanahoidliku ja jätkusuutliku tegevuse teadvustamine (ühiskonnale, mesinikele), mesinduse kui professionaalse, teaduspõhise tegevusvaldkonna arendamine (mesindus kui keskkonnasõbralik harrastus, elustiil või ettevõtlus, tegevus mis aitab tagada looduse tasakaalu ja mitmekesisuse ning inimühiskonna toimimise). Meedias välja antud artiklite sari ja Mesinike liidu poolt korraldatavad mesiniku algkursused ning õppepäevad tutvustavad mesindusturismi ja apiteraapia mitmekülgeid võimalusi.

PRIA (Põllumajanduse Registrate ja Informatsiooni Amet) 2022. aasta lõpu seisuga on Eestis registreeritud 52 131 mesilasperet ja 2911 mesinikku, kes püüavad oma tegevusega säilitada bioloogilist mitmekesisust ja hoiavad elus mesindustava. Samas on Eesti looduslike taimekoosluste meekorje potentsiaal teadlaste hinnangul vähemalt 150 000 või enamgi mesilasperet (Grigороva et al., 2016; Mesindusprogramm 2020-2022).

Autor käsitleb oma uurimustöös mesindusturismi kui jätkusuutlikku turismi valdkonna võimalust turismiteenusena, mis kasutab mesindust ja mesindussaaduseid turismiobjektina. Käesoleva lõpu-

töö eesmärk on uurida võimalusi mesindusturismi arenduseks Eestis, tuginedes Sloveenia mesindusturismi kontseptsioonile. Uurimustöö tulemused aitavad välja selgitada kohalike mesinike huvi pakkumaks mesindusturismi oma senise tegevuse laiendusena. Lõputöö eesmärgi saavutamiseks püstitatakse peamine uurimusküsimus - Millised on mesindusturismi arendamisvõimalused Eestis elamusloome teoreetilistest aspektidest lähtuvalt?

Lähtuvalt töö eesmärgist ja püstitatud uurimusküsimusest on töö autor koostanud järgmised uurimusülesanded:

anda teoreetiline ülevaade elamusloome aspektidest, mis suurendavad elamustoote/teenuse tarbimist;

anda ülevaade apiteraapiast ja mesindusturismist mujal maailmas;

uurida, milline on Eesti elanikkonna teadlikkus mesindusturismist ja valmisolek mesilasturismi arendavaid kohti külastada;

uurida, milline on mesinike huvi mesindusturismi arendamiseks Eestis.

Autor kasutab uurimustöös nii kvalitatiivset kui ka kvantitatiivset uurimismeetodit. Eesti mesindusturismi jätkusuutlikkuse hindamisel kasutab lõputöö autor PRIA (Põllumajanduse Registrate ja Informatsiooni Amet) loomaregistri andmeid, Euroopa Liidu ja Eesti Mesinike Liidu poolt tellitavaid uurimusandmeid. Intervjuud viiakse läbi nii mesinike kui ka mesinikest ettevõtjate ja mesindusliidu juhatuse esimehega. Kvantitatiivse meetodina viiakse teenuse potentsiaalsete tarbijate hulgas läbi ankeetküsimustik. Küsimustiku eesmärgiks on välja selgitada tarbija teadlikkus ja huvi mesindusturismi toote/teenuse, sh apiteraapia vastu ja lisaks millised elamusloome aspektid ja/või muud tegurid suurendavad elamustoote/teenuse tarbimist.

Käesolev lõputöö koosneb kolmest põhiosast. Esimese osas tutvustatakse uurimusala temaatikat ja tuuakse välja lähteülesanded. Käsitletakse tarbijakogemuse teoreetilisi aluseid, uurides kogemuse määratlusi, (elamus-) kogemusmajanduse kontseptsioone (sh Sloveenia mesindusturismi kontseptsiooni) ja disainipraktika positiivseid näiteid, mis rõhutavad emotsiooni ja elamuse sub-

jektiiivset väärtust ja jätkusuutlikkuse aspekte. Lisaks võrdleb autor teostatud mesindusturismi juhtumiuuringuid ja varasemate uuringute tulemuste baasil tutvustab selle turismisektori hea tava näiteid. Lõputöö teises, metodoloogilises osas kirjeldatakse uuringu protsessi, Eesti mesinduse hetkeseisu, tulemuste analüüsi ja kaardistatakse Eesti turismisektoris tegutsevad apiteraapia ja mesindusturismi ettevõtted ja nende poolt pakutavad teenused/tooted. Lisaks hõlmab empiirilise uuringu tulemusi ja järeldusi võrdluses töös eelnevalt kirjeldatud teoreetiliste alustega ja analüüsib, mida mesindus elamustoodete/-teenuste hea tava näidetest saaks Eesti kontekstis kasutada.

1. ÜLEVAADE ELAMUSLOOME TEOREETILISTEST KÄSITLUSTEST JA VARASEMATEST UURINGUTEST

Selleks, et paremini mõista elamusväärtust loovaid erinevaid tegureid ja analüüsida hilisemate uurimustulemuste põhjal elamusloome aspekte, mida külastajad enim hindavad, töötas autor läbi ja analüüsis erinevaid varasemaid teadusteooriaid ja uurimusi. Analüüsis keskendus küsimusele, mil määral elamuste kontseptsiooni põhimõtete rakendamine aitab kaasa kliendi elamusloomele ja suurendab tema elamustaju. Lisaks uuriti kuidas seda teadmist elamusväärtuse kujundajad (disainerid) praktilises töös kasutavad ja mil viisil on seda praktikas rakendatud mesilasturismi kontekstis.

1.1. Elamusmajanduse kontseptsioon

Kaasahaaravate kogemuste lavastamine algab kogemustele suunatud mõtteviisi omaksvõtmisest ja klientide heaolu kujundamine nõuab nende aktiivset kaasamist. (Pohlmeyer ja Desmet, 2017). Turismi kontekstis on kliendi kaasatus sõltuv, mil määral turistid on huvitatud pakutavatest tegevusest ja nende afektiivsetest reaktsioonidest, mis sellest tegevusest tulenevad. Turistide kaasamist saab kontseptualiseerida kolmest vaatenurgast – külgetõmbe, eneseväljenduse ja elustiili kesksusest (Funk et al., 2004). Tarbijakäitumist käsitlevas kirjanduses eristasid Pine ja Gilmore (1999) elamusmajanduse kontseptsiooni (elamuse/kogemus) kahte mõõdet: passiivne osalemine - klient ei mõjuta antud sündmust (nt kontserdikülastajad, kes kogevad sündmust vaatlejate või kuulajadena); aktiivne osalemine - klient mõjutab isiklikult sündmust, mis annab kogemuse (mesindustalu, -keskuse külastus ja tegevustes osalemine). Teine mõõde kirjeldab seost - kliendi ühendus sündmusega: „neeldumine“ (*Absorb*) – inimese tähelepanu hõivamine mõttetöö teel; immersioon (*Immerse*) – saades füüsiliselt (või virtuaalselt) kogemuse enda osaks. Dimensioonide sidumine määratleb kogemuse neli valdkonda:

1. Meelelahutuslik – meelte kaudu kogetud nauding (nt mesilaste elu jälgimine vaatlustarust, suminat kuulates või vibratsiooniteraapia mesilasmajas – passiivne neeldumine);

2. Hariv/õpetlik – osaleja on aktiivselt kaasatud tegevusse, millel on õptlik nüanss (nt mesin-
dusturismis tutvustatakse mesindustraditsiooni, mesindussaaduseid, mesindusega seotud
õpetlikke mängu ning apiteraapia võimalusi ja nende mõjusid. Rõhutakse ökoloogilise ha-
riduse ja keskkonnakäitumise olulisusele toonitades tervise tähtsust ja vajadust ressursse
kaitsta – aktiivne neeldumine) ;
3. Eskapistlik – „põgenemis“ kogemuse külalised on aktiivselt kaasatud osalejatena (nt ins-
pireerivad matkad loodusesse, mesiniku riietuses tegevused mesilastaru juures, vahaküün-
laid meisterdades või mee baasil toidu/joogi valmistamine koos degusteerimisega, "põne-
vad põgenemised" – aktiivne immersioon);
4. Esteetiline – klient sukeldub sündmusesse, jättes keskkonna (kuid mitte iseenda) sisuliselt
puutumata (nt maalitud tarupaneelide nautijad vabaõhumuuseumis või looduses, mesin-
dusmuuseumi, ravimtaimede aia külastused – passiivne immersioon). Esteetiliste elamuste
osavõtjad tahavad lihtsalt olla ja kogeda läbi meelte.

Jõulised kogemused tekivad nelja elamusdimensiooni kui ühtse terviku sidususest ja mõjutavad klienti rohkem aega veetma ettevõttes kogemusi nautides. Stiimulid, millega klienti mõjutatakse võivad olla autentsed või kunstlikud, kuid iga indiviidi sees tekkinud kogemus on autentne (Pine ja Gilmore, 1999).

Kliendikogemuse disain on eelkõige suunatud puutepunktidele, millal ja mis kujul klient sihtko-
haga (personali, teiste ja kohalike inimestega) suhtleb, mida ta kogeb, tajub ja tunneb. Elamustee-
konna kontseptsioon hõlmab endas kogu protsessi - alates klienditeekonna esmakontaktist (info-
matsioonist, kuidas teenuseni jõutakse), saadud kogemusi teenusprotsessis (teenuse/toote, koha-
peal veedetud aja eest) ning milline emotsioon jääb peale teenuse kasutamist. Selleks, et klient
jõuaks teatud teenuseni tuleb erinevaid sensoorseid stiimuleid ja sümboleid kasutades luua teenu-
sest kujutluspilt, mis puudutab potentsiaalse kliendi emotsionaalset tasandit. (Le et al., 2019). Gen-
tile et al. (2007) väidavad, et kliendikogemusel on kuus mõõdet – sensoorne mõõde- teenust ko-
getakse nägemise, kuulmise, puudutuse, maitse ja lõhna kaudu, et stimuleerida kliendi rahulolu
või esteetilisest naudingut; emotsionaalne mõõde - tajud ning erinevad tunded emotsionaalse sideme
loomiseks; kognitiivne mõõde – loogiline - näitab, kuidas kogemust kognitiivselt tajutakse; prag-
maatiline mõõde- mil määral on kogemus kasulik ja praktiline; elustiili mõõde – väärtushinnangu-
tega kattuvad kogemused; suhtel põhinev mõõde – tuleneb kliendi sotsiaalsest staatusest ja suhe-

test teiste inimestega. Gentile et al. (2007) uuringu tulemused näitasid, kuidas kliendid kogu protsessi stiimuleid tõlgendavad ja neile tähendust annavad. Nende komponentidega on võimalik luua eesmärgipärane keskkond, mis võimaldab kliendil saada eesmärgistatud kogemuse. Seega tuleb kliendikogemusele keskenduva väärtuspakkumise väljatöötamisel hoolikalt kaaluda võimalikke koostoimeid läbi erinevate meelte. Kognitiivse kogemuse disain kasutab teadmisi inimese kognitiivsest tajust, saadud informatsiooni mentaalsest töötlemisest, modelleerimisest ja mälust, kasutades tehisintellekti tehnoloogia arendusi ja teisi nutilahendusi teenuse osutamise kohas (Peña-Bickley 2019). Marto et al. (2020) artikkel „Multisensory Augmented Reality in Cultural Heritage: Impact of Different Stimuli on Presence, Enjoyment, Knowledge and Value of the Experience“ uurib erinevate sensorsete tingimuste mõju kasutaja kohalolutundele, naudingutele, teadmistele kultuuripaiga kohta ja saadud kogemuse väärtusele. Uuringu käigus hindasid kokku 60 juhuslikku külastajat, kes jaotati kindlaksmääratud tingimuste vahel, viit erinevat multisensorset tingimust elamuse kujunemisel: visuaalne; visuaalne + heli; visuaalne + lõhn; visuaalne + heli + lõhn ja tavapärane külastus ilma lisatud stiimuliteta. Tulemused näitasid, et stiimulite lisamine parandas naudingut ja teadmiste skoori, aga ei mõjutanud kogemuste skooride väärtust. Jõuti järeldusele, et igal stiimulil on uuritud muutujatele erinev mõju, näidates, et selle kasutamine peaks sõltuma soovitava elamuse eesmärgist: lõhna tuleks kasutada reaalsuse ja ruumilise kohalolu eelistamiseks, samas heli tuleks kasutada kaasamise eesmärgil (Marto et al., 2020).

1.2. Elamusväärtus/-kogemuse disain

Inimese emotsioonid on terviklik kogemus, mis hõlmab paljusid käitumuslikke, psühholoogilisi ja füsioloogilisi aspekte (Yoon et al., 2020). Kliendid soovivad kogemusi, mis võivad pakkuda naudingut, teadmisi, normist kõrvalekaldumist, seiklust ja ilu, kuid elamusmajandust juhib rohkem kui vaid soov selliste meeldejäävate elamuslike aspektide järele. Olulisemaks on näiteks enesemuutus läbi arengu, et saavutada oma füüsiline, vaimne või emotsionaalne heaolu. Treeningrutiinid, nõustamistunnid, õppekursused ja palverännakud on tegelikult vahendid millegi ihaldusväärsema ja väärtuslikuma esilekutsumiseks kui otsene kogemus ise (Pine & Gilmore, 2019). Iga kogemus tuleneb lavastatud sündmuse ja indiviidi eelneva meeleseisundi ja olemise vahelisest koostoimest. Inimesed ihkavad kogemusi nende transformatiivse väärtuse pärast, mis muudab midagi ja jääb neile pikamaks ajaks. Emotsioonide tähtsust turistide kogemuste kujundamisel ja turismi-kohtumiste kujundamisel on alles hiljuti enam teadvustatud ja seda uuritakse teoreetiliste ja empiiriliste uuringute ja uudsete uurimusmeetoditega (Cohen ja Cohen, 2019; Hosany et al., 2020).

Volo (2020) oma uurimustöös „The experience of emotion: Directions for tourism design“ tutvustab psühholoogide maailmavaateid: eksistentsialismi (emotsioonid kui bioloogiliselt seotud) ja konstruktsionismi (emotsioonid kui konstrueeritud käitumisviisid), mis on turismikirjanduse positsioneerimise aluseks. Volo (2020) arutleb kriitiliselt hiljutisi turismialaseid teoreetilisi ja empiirilisi uuringuid ja tuginedes nii konsensuslikele kui ka vastuolulistele seisukohtadele esitab oma uuringus viis põhimõtet emotsioonidele orienteeritud turismidisaini jaoks:

- Disain emotsioonide avaruse ja sügavuse suurendamiseks – suuta arvesse võtta turistide emotsionaalset mitmekesisust, tunnistada kombineeritud emotsioonide olemasolu. Tugev suund rahuldamiseks puuetega turistide ja nende hooldajate emotsionaalseid vajadusi, mis viitab selgelt mõningatele senistele lünkadele turismielamuse kujundamisel.
- Hinnake uuesti kõigi kohtumiste (ka turunduslikke) kontekstide rolli - emotsioonide toimimise kontekst on asjakohane ja negatiivsed emotsioonid võivad lõpuks avaldada inimestele kasulikke tulemusi; kohtumised, mida iseloomustab empaatiline tundlikkus, pakuvad võimalusi erinevate suhete piiride ümbertõlgendamiseks. Seega peaksid huvirühmad puhkusejärgse tagasiside kujundamisel arvestama emotsioonide ümbermõtestamise võimalustega.
- Materiaalse ja mittemateriaalse keskkonna koosmõju loomine emotsionaalseteks kogemusteks - turistide kaasatus. Emotsioonid muutuvad puhkuse ajal paratamatult sisemistel põhjustel, väliste stiimulite mõjul ja suhtlemisel teistega (teiste turistide, elanike või muude huvirühmadega). Seega tuleks turismi keskkondade kujundamisel tähelepanu pöörata emotsionaalse modulatsiooni võimaluste (nt uudsuse, üllatuslikkuse) loomisele. Lisaks tuleks arvestada kollektiivsete emotsioonide rolli, kuna emotsioonide jagamine on enamiku kogemuste keskmes; puhkuse-eelsed ja -järgsed kohtumised aitavad, näiteks suhtlus sotsiaalmeedias, kujundada ja ümber tõlgendada turismikogemusi ja nendega seotud emotsioone. Arvestades veebis saadaolevat suurt teksti, fotode ja videote jagamist, võib metaandmete analüüsi potentsiaali ärakasutamine jagatud emotsioonide uurimiseks olla kasulik turismiplaneerijatele oma keskkonna paremaks kujundamiseks. Deng ja Li (2018) järeldasid, et soodsaid hoiakuid saab tuvastada turistide külastuse ajal tehtud fotode kaudu. Fotod annavad turistidele võimaluse väljendada nii soodsat kui ka ebasoodsat suhtumist objekti.

- Sissepoole ja väljapoole vaatav disain - sidusrühmade, juhtide, töötajate ja kõigi kogemuse pakkumisega seotud osalejate, kohalike elanike individuaalseid ja kollektiivseid emotsioone tihti eiratakse, kuid need mõjutavad turiste. Turismi kujundamisel tuleks kaaluda töötajate ja juhtkonna emotsionaalset koolitust. Disainerite emotsionaalne sisetreening võib muuta nende võimet moduleerida teiste emotsioone ja süvendada nende mõistmist, nõustudes sellega, et turismikeskkonnas kannavad üksikisikud oma tavapäraseid mugavusi ja ebamugavusi, emotsionaalset kergust või koormat alati endaga kaasas. Koostööprotsessid emotsioonide lahti harutamisel kohalike elanike tasandil võivad olla kasulikud ka sihtkoha arenduspoliitika jaoks. Lisaks peaks turismiplaneerijatele selge olema kahe analüüsitaseme asjakohasus; Turismikohtumised – kohtumine teisega – ja turismikogemus – oma kogemus – on elamuste kujundamisel olulised, kuid tulemused võivad “emotsioonikogemuse” tõlgendamise tõttu olla väga erinevad.
- Jätke tähelepanuta eelpakendatud emotsioonid ja kutsuge esile individuaalseid emotsionaalseid tulemusi. Eelkõige on piiratud arvul uuringuid, mis annavad tõendeid turismi visuaalsete stiimulite ja vallandatud emotsioonide vahelise seose kohta (Moyle, Moyle, Bec ja Scott, 2019). Sellest lähtuvalt turismiturundajad peaksid uurima võimalusi koostööks visuaalsete tehnikate ja analüüsides ekspertidega. Reklaamijad, sotsiaalmeedia eksperdid, kunstnikud ja imagoinsenerid, kes on kindlasti juba pikka aega teadlikud visuaalsetest võimalustest kutsumaks reaktsioone stiimulitele, võiksid olla kaasatud turismidisainis nii era- kui avalikul tasandil. On oluline arvestada emotsioonide mitmekesisusega ja võtta omaks emotsionaalsete tulemuste mitmekesisus erinevatele stiimulitele.

Erinevate tööde viidete põhjalik uurimine näitab vaid pealiskaudset ja sageli oportunistlikku põhidistsipliini jälgimist, kusjuures hiljutised arengud jäetakse sageli tähelepanuta, tuginedes ainult sageli viidatud autoritele (Volo, 2020). Seda teadmist arvestades püüab antud töö autor käsitleda viimase kaheksa aasta uurimustöid ja tänapäeval aktuaalseid kontseptsioone varasemast ajast.

Tarbijakäitumist kirjeldades on viimastel aastatel inimeste soov olla kursis pakutavate teenuste taustaga ning osta vaid seda, millesse usuvad ja mille väärtusi jagavad (Lieser, 2021). Raha kulutamine kogemustele, mittemateriaalsele omandile, pakub pikemat õnnetunnet ja rahulolu (Carter ja Gilovich, 2010; Li, Hao, Yoon 2020). Samal ajal kui kogemuste üle mõtisklemine suurendab tänulikkust ja suuremeelsust (Walker et al., 2016) – kõik need tegevused avaldavad positiivset mõju kogu ühiskonnale laiemalt (Li, Hao, Yoon, 2020). Emotsioonide subjektiivse iseloomu tõttu leidsid teadlased, et emotsioonidele keskendunud disain nõuab kasutajakeskseid ja osaluspõhiseid

disainitehnikaid, et tagada soovitud kasutajate emotsionaalsete kogemuste ja nendega seotud vajaduste õige mõistmine, mis võimaldaks disaineritel ette kujutada, kuidas kasutajad disainilahendustele emotsionaalselt reageerivad. Positiivse kasutajakogemuse disaini valdkonnas uuritakse positiivseid emotsioone ja kogemusi (õnne, subjektiivset heaolu, armastust), mis viitavad positiivsele psühholoogiale (Baños et al., 2017 ; Diefenbach, 2018). Õnnelikud inimesed on sotsiaalsemad, altruistlikumad, aktiivsemad, loovamad, leidlikumad, avatumad ja konstruktiivsemad ning nende konfliktide lahendamiseoskused on paremad. Nimetatud isikuomadused ongi jõud, mis aitab toime tulla kõigi maailma (keskkonna-, kultuuri- ja sotsiaalsete-) väljakutsetega (Desmet, Hassenzahl, 2012). On palju tõendeid, mis näitavad, et positiivsed emotsioonid mängivad tajumisel, mõtetel, käitumisel ja seeläbi ka heaolu paranemisel otsustavat rolli (Tugade et al., 2014). Lisaks innustavad positiivsed emotsioonid õppima luues õpiprotsessist naudingut (Salk, 2022). Järjest rohkem on disainiuuringutes rõhku pandud positiivsete emotsioonide ainulaadsetele funktsioonidele inimese ja arvuti interaktsioonis (Calvo ja Peters, 2014). Positiivne disain kasutab interaktsioonidisaini põhialuseid alati heaoluga seoses ja on üks väheseid kasutajakogemuse mudeleid, mis sisaldab moraalselt seisukohta (nt teise osapoolle kahju ja/või valu tekitamisest saadud nauding ei ole aktsepteeritav). Disainikavatsuste sõnastamisel saab aluseks võtta positiivse disaini raamistiku igat vaatenurka: naudingut (nt meelelahutustoode/teenus); vooruste uurimist (nt tooted, mille eesmärk on motiveerida sotsiaalset suhtlemist); isiklikku tähtsust (nt käitumise kujundamise muutust) (Desmet ja Pohlmeier, 2013). Siiski pooldavad Pohlmeier ja Desmet (2017) integratsiooni kõigist kolmest tegurist, et stimuleerida naudingut ja elu eesmärgi tasakaalu ning seeläbi saavutada inimese heaolu. Samas kui turismiteenuste disainis keskendutakse liialt väikese hulga positiivsete emotsioonide esilekutsumisele ja nende sageduse suurendamisele, võib kasutajate suhtumine tehnoloogiasse aja jooksul peagi kaduda (Pohlmeier & Desmet, 2017; Yoon et al., 2020). Kasutajad harjuvad kiiresti pakutava naudinguga, leiavad, et see on igapäevane ja kaotavad huvi uuesti kohta külastada. Lisaks tuleb jälgida külastavate turismigruppide erinevusi, mis viitab sellele, et erinevad kliendirühmad nõuavad ka erinevat lähenemist (Bohnet ja Konold, 2015). Kui teenus/toode suudab pakkuda positiivseid emotsionaalseid kogemusi kogu kasutustsükli jooksul, võib tootesuhe omada suuremat ja pikaajalisemat majanduslikku mõju. Positiivne kasutajakogemuse disain rõhutab individuaalse subjektiivse heaolu parandamist (Wu et al., 2021). Kui inimene jääb kogetuga rahule, on ta õnnelikum ning annab ka teenusele positiivse hinnangu. Seetõttu positiivse kasutajakogemuse disaini "positiivsus" viitab positiivsele emotsioonile, mis teatud määral vallandub kogemuse protsessis. Kasutajakogemuse „negatiivsest positiivseks” viitab positiivsele transformatsioonile - väljendudes muutumises probleemipõhisest disainist võimalusepõhiseks. Probleemipõhine disaini ülesanne on vähendada ja lahendada negatiivseid tegureid, mis võivad olla negatiivse

kogemuse põhjuseks. Tulemusena toimub üleminek negatiivsest seisust neutraalsesse olekusse. Võimalustest juhitud meetod keskendub olemasolevate võimaluste toetamisele ja uute loomisele, et realiseerida muutus neutraalsest seisundist positiivsesse olekusse (Desmet ja Pohlmeier, 2013). Positiivse kogemuse kujundamine peaks algama kasutaja „positiivse kogemuse” loost, sest lugu võib lisaks disainiprobleemidele anda ka väärtuslikku teavet disainivõimaluste kohta; näiteks positiivse praktika lõuend Positive Practice Canvas – disainitööriist, mis aitab disaineritel süstemaatiliselt koguda (kvalitatiivset meetodit kasutades) nüansirikkaid arusaamu igapäevastest "positiivse kogemuse" lugudest ja kujundada neist positiivsed võimalused (Klapperich et al., 2018). Füüsilised kogemused (teekond keskkonnas - liikumine, emotsioonid – meeleolu) peaksid looma ettekujutuse teenusepakkuja jutustatavast loost, mis panevad inimesi kogemusse sisse elama ning hiljem neid kogemusi jagama. Kasutajamugavus ja innovaatiline disain on eelkõige teenusepakkuja vastutus ja seeläbi on võimalik tõsta kliendi kogemuse elamuslikkust (DeLeon 2018). Kogemuspõhine keskkond soodustab klientide sisemist motivatsiooni ja innustab vabatahtlikku ja aktiivset osalemist, mis omakorda põhjustab väärtuse loomise suurenemist. Kaasatud kogemus loob kliendi elustiilile väärtust ja viib selleni, et nad külastavad keskkonda veel, sageli koos teiste inimestega ja pikendavad oma viibimise aega, kuna mäletavad (kliendi rahulolu tõttu tekkinud) positiivseid mälestusi. (An ja Han, 2020).

Oluline on avastada naudingut pakkuvad igapäevategevused ning kaardistada positiivsed kasutajakogemused, mis annavad tulevikuvaates uusi võimalusi positiivsete kogemuste loomiseks. Välja on pakutud disaini heaolu maatriks, milles on nii positiivset psühholoogiat, positiivse disaini erinevaid funktsioone kuni PERMA mudeli viie heaolu põhielemendini välja (Seligman, 2011). PERMA mudelit on kasutatud paljudes akadeemilistes uuringutes, mis on näidanud olulisi positiivseid seoseid iga PERMA komponendi (füüsilise tervise, elujõulisuse, rahulolu ja pühendumuse) vahel (Kern et al., 2014; Seligman, 2018; Donaldson et. al., 2020; Farmer ja Cotter, 2021).

Abraham Maslow (1962) kirjeldas esimesena "heaolu" eneseteostusega, mis on justkui PERMA mudeli eelvaade visandades õnneliku indiviidi ja heaoluteooria (Wellbeing Theory - WBT) tunnused. Maslow (1962) teooria keskendub arvamusele, et inimeste käitumist motiveerivad tema vajadused ja nende rahuldamise aste: 1) füsioloogilised vajadused (physiological needs) – vee-, toidu-, une- ja seksuaalvajadus, 2) turvalisusvajadus (safety needs) – vajadus kaitstuse, stabiilsuse järgi, 3) armastus- ja kuuluvusvajadus (love and belongingness needs) – vajadus kuuluda mingisse enda jaoks olulisse rühma ja tunda, et temast hoolitakse, 4) tunnustusvajadus (esteem needs) – vajadus teiste poolt väljendatava tunnustuse järele 5) eneseteostusvajadus – isikliku potentsiaali

realiseerimine, eneseteostus, isikliku kasvu ja tippkogemuste otsimine. Hierarhia kõrgemate astmeteni jõudmiseks peavad kõik alamad vajadused olema rahuldatud. Kahjuks segab edusamme sageli ebaõnnestumine madalama taseme vajaduste rahuldamiseks. Maslow' püramiid arvestab keskmise inimese soovidega ega kehti nende inimeste puhul, kes kõrgemate vajaduste saavutamiseks jätavad mõne astme vahele. Lisaks püramiidi tipule on viiendaks lisandunud (Lisa 5) kognitiivsed vajadused – teadmised ja mõistmine, uudishimu, uurimine, vajadus tähenduse järele, 6) esteetilised vajadused - ilu, tasakaalu, vormi jms hindamine ja otsimine, 7) eneseteostusvajadused – isikliku potentsiaali realiseerimine, eneseteostus, isikliku kasvu ja tippkogemuste otsimine (Maslow, 1987), 8) kõrgeim tase – transtsendentaalsed vajadused (inimest motiveerivad väärtused, mis ületavad isikliku mina; tähistab inimliku kogemuse ja tunnetuse varal vahetult mitte hõlmatavat ja tunnetatavat reaalsust) (McLeod, S., 2007, värskendatud 2022). Üks viis mõtestada tegureid, mis panustavad vaimse heaolu kujunemisse on kasutada PERMA mudelit. Selle teooria kohaselt koosneb inimese vaimne heaolu viiest elemendist, mis on sisemiselt motiveerivad ja panustavad rahulolu kujunemisse: positiivne emotsioon (positive emotion) – vaimse heaolu peamine näitaja, nt rahu, tänulikkus, rõõm, lootus, uhkus, nauding, uudishimu, armastus, inspiratsioon. Oluline on olla hetkes, integreerida positiivseid emotsioone igapäevaellu ja tulevikuvisioni; kaasamine, kaasahaaratus tegevusest, hetkest või olukorrast (engagement), unustades kõik enda ümber ja kogeda kulgemist (Csikszentmihalyi ja LeFevre, 1989). Kaasahaaratus eeldab häirivate tegurite ja muude segajate kõrvaldamist ja täielikku keskendumist, nt looduses viibimine, põnevad tegevused; väljakutse ja oskuste/jõu täiuslik kombinatsioon; positiivsed (kvaliteetsed) suhted (relationships) – inimesed on oma olemuselt sotsiaalsed ja vajavad healuks usaldusväärseid ja turvalisi suhteid, mille saavutamine nõuab teatavaid omapoolseid pingutusi. Kognitiivse languse ennetamisel mängib sotsiaalne keskkond kriitilist rolli; tähenduslikkus (meaning) – tuleneb suuremast eesmärgist kui vaid enesekesksus ja inimese heaolu suureneb oluliselt, kui ta tunneb, et tema tegevus on vajalik laiemalt. Tähendustunne juhindub isiklikest väärtustest; saavutus, pädevus (accomplishment) – enesemotivatsiooni tulemus, vajadus õnnestuda, olla haaratud tegevusest, tunnetada selle olulisust ja tulemusena võib kogeda suurt heaolutunnet. Lisaks võib õnn hõlmata muid valdkondi, nagu optimism, füüsiline aktiivsus, uni (Madeson, 2017).

1.3. Säästev maaturism

Säästva ökoturismi arenguks on vaja saavutada õige kombinatsioon majanduslikust õitsengust, ökoloogilisest kaitsest ja sotsiaalsetest hüvedest, mis eeldab peamiste sihtgruppide (valitsuse, turismiettevõtete ja turistide) huvide koordineerimist. Ainult vastastikku koordineeritud sidusrühmad mõjutavad oluliselt nii vastuvõetavaid otsuseid kui ka rahulolu ennast ning käivitavad uusi säästva ökoturismi ja keskkonnakaitseüsteemiga seotud majandusarengu suundi (stiile) (Ramos ja Prideaux, 2014). ÜRO säästva arengu tegevuskava 2030. aastaks nõuab kõigi maailma riikide poolt seitsmeteistkümne säästva arengu eesmärgi elluviimist vastavalt nende võimekusele.

Teematurismi arendamine nõuab murrangulisi uuendusi turismisektoris, turismiteenuste kvaliteedi olulisust ja säästvaid arenguid, mis toetavad otseselt ülemaailmse säästva arengu eesmärke SDG (Sustainable Development Goals): toetada jätkusuutlikku, kaasavat ja säästvat majandusarengut ning tagada kõikidele inimestele inimväärne töö; ehitada vastupidav taristu, toetada kaasavat ja säästvat industrialiseerimist ning innovatsiooni; tagada säästev tarbimine ja tootmine; võtta kiiresti meetmeid kliimamuutuste ja nende mõjuga võitlemiseks (Tuomi, et al., 2020). ÜRO säästva arengu tegevuskava programm toetab säästva turismi edasiarendamist, juhtides tähelepanu vajadusele jälgida loodusvarade kasutamist ning julgustada püüdlusi säilitada ja luua töökohti kohalike kogukondade liikmetele, edendades samal ajal kohalikku kultuuri, teenuseid/tooteid ja säästvat ressursside kasutamist, et maksimeerida majanduslikku kasu (Movono ja Hughes, 2020). Seega on kogukonnaliikmete toetus muutunud üheks säästva turismi edu võtmeteguriks kõigis valdkondades, sealhulgas maapiirkondades (Xiao, et al., 2018). Sotsiaalne innovatsioon võib mängida olulist rolli jätkusuutliku turismi võimaldamisel COVID-19 järgsel ajastul (Gupta, et al., 2020), kuna pandeemia mõjutab eeldatavasti massiturismi langust ja kiirendab nõudlust individuaalsete reiside ja säästva turismi võimaluste järele (Higgins-Desbiolles, 2020).

Maaturismi kujunemise motiveerivate põhjuste vahel on põhjus-tagajärg seos: maapiirkonna asukoht, majanduslik olukord ja madalad infrastruktuurikulud mõjutavad nõudlust ja pakkumist (Šuligoj, 2020). Maaturismi osaks on ka põllumajandusturism ehk agroturism, mis hõlmab ka meesindusturismi. Esiplaanile on kerkinud sotsiaalse kontakti otsimine kohalikega ning külastajaid ei rahulda enam kohalike kultuuride nähtavalt lavastatud ja kunstlik esitus (Romagosa, 2020). Suurenenud on vajadus pakkuda ohutut ja kvaliteetset toitu ning luua maitseelamusi kohalikest eripäradest lähtuvalt ja kooskõlas praeguste trendidega. Edukad maapiirkonna väikeettevõtted on sotsiaalset kapitali suurendavate sidemete kaudu loonud partnerlussuhteid ning saanud oluliseks

keskkonnaks säästva- ja puhketurismi arendamisel. (Cunha, et al., 2020). Sotsiaalse ettevõtluse arendamine turismis pakub võimalusi noortele maapiirkondadesse jäämiseks ja oma teadmisi ja ideid kogukonna edasisesse arengusse panustada (Roblek, et al., 2021). Siiski tuleb märkida, et kogukonnaturismi sotsiaalne orientatsioon ja sissepoole suunatud perspektiiv võivad takistada kohalike ressursside tõhusat kohandamist turu vajadustega, takistades seega kogukonnapõhise maa- turismi jätkusuutlikku kasvu (Komppula, 2014). Osa uuringuid rõhutavad vajadust töötada välja sotsiaalse kontakti kontseptsioonid, et mõista turistide ja kohalike vahelisi suhteid ning töötada välja lähenemisviise, mis aitavad arendada austust kohaliku kogukonna ja kultuuri vastu ja säilitada positiivseid suhteid turistide ja kohalike vahel (Richards, 2020). On välja töötatud süsteemne vastupidavuse lähenemisviis (koostöö, läbipaistvus, vastastikkus ja tõhus suhtlus sihtrühmade vahel, et suurendada nende osalejate arvu, kes on seotud jõupingutustega säästva lähenemisviisi säilitamiseks ja arendamiseks sihtkohale (Cheng ja Edwards, 2019). Viimaste aastate jätkusuutliku turismi uuringute temaatika keskendub ärimudeli muutustele, kliimamuutustega seotud protsesside ja nutitehnoloogiate kasutuselevõtmisele, kultuuripärandi tähtsusele (säästva turismi mõistes), maaelu arengule. Oluliseks peetakse veel rohelisi investeringuid, jätkusuutlikke standardeid ja aruandlust (Roblek, et al., 2021). Eesti säästva arengu eesmärged on kirjeldatud riiklikus strateegias Säästev Eesti 21 nelja aspekti kaudu: ökoloogiline-, maailmavaateline-, sotsiaalne- ja majanduslik aspekt (Säästev Eesti 21).

1.4. Väärtuspakkumine koostöö partneritele

Austav suhtumine elusasse tähendab, et liikmed hoolitsevad oma kogukonna eest igal tasandil. Ümbruse tajumisel võime jälgida ja tunnetada teisi ning märgata igaühe annete isikupära. Taoline mitmekesisuse väärtustamine rikkusena võimaldab koostööd ja jagamist, nii on üksikult ja ühiselt töötades võimalik luua uut elutoetavamalt kultuuri (Tuisk ja Eensalu, 2021). Igaühe osaluse tagamiseks visiooni loomisel võib kasutada erinevaid tehnikaid, nt visiooniring, unistamisring, vastamine küsimusele „miks?“ (Sinek, 2018). Nii tekib ühine visioon, kus väärtustatakse mitmekesisust jätkusuutlikes kogukondades, et ühiselt unistusi ellu viia ja tõsta piirkonna atraktiivsust turismi sihtkohana. Ühendades jõud on tervel kogukonnal suurem võimalus ennast ja oma tooteid või teenuseid pakkuda, saades majanduslikku tulu. Küllastajatele tähendab see suuremat valikuvõimalust ja nad võivad pikendada oma puhkuseaega sihtkohas.

Autentsuse mõiste turismis keskendub turistide tajutavatele elamustele kultuuripärandi kogemisel. Elamuse autentsus on subjektiivne ja sõltub iga indiviidi taustast (Cohen, 2007). Autentset kogemust on defineeritud kui indiviidi tundlikkust, mis on seotud teadmiste ja tunnetega konkreetse objekti või sündmuse kohta, mis põhineb traditsioonilisel kultuuril või kohalikel tavadel. Autentsust on määratletud kui uut tarbija tundlikkust, mis hõlmab arusaama sellest, mil määral on teened või tooted ehtsad (Kim et al. 2020). Autentsuse vaatenurgast peetakse turismisihtkohta mineviku sümboliks, erinevate ajastute ning eluviisi indikaatoriks ja autentsuse kontseptsioon eeldab kohaliku traditsiooni säilitamist. (Nguyen ja Cheung, 2015). Zhang et al. (2019) uurimustöö tulemused näitavad, et turistide poolt tajutud väärtused ja kaasatus mõjutavad oluliselt autentsuse ja kaasatusekogemuse vahelist seost. Samas viitavad Xiang et al. (2017) sellele, et käitumuslik, kognitiivne ja emotsionaalne kaasatus on motivatsiooni tulemus. Seega naudivad kliendid ostukogemust ja osalevad selles aktiivselt, kui sisemine motivatsioon mõjutab positiivselt klientide kaasamist. Lin ja Hsu (2022) leidsid, et turistide autentsed kogemused võivad suurendada nende seotust kohaga ja avaldada otsest või kaudset positiivset mõju kultuuriturismi sihtkoha säästva arengu toetamisele. Autentsusest on saanud klientide jaoks oluline kriteerium klientide ostuotsuste tegemisel.

Klientide autentsusetaju haldamine on ettevõtete jaoks muutumas peamiseks konkurentsieeliseks kuna üksikisikud hindavad autentsust või ebaautentsust oma varasemate teadmiste ja kogemuste põhjal (Gilmore ja Pine, 2007). Wang, Huang ja Kim (2015) pakuvad välja raamistikku autentsuse ja terviklikkuse integreerimiseks, mis on UNESCO maailmapärandi põhiprintsiip. Seetõttu on mõistetav, et turismiuuringud nõuavad sageli nii objektiivse kui ka konstruktiivse lähenemise kasutamist. Kontseptuaalsel raamistikul on praktiline mõju pärandturismi planeerimisel ja arendamisel. Xu et al. (2022) uurimustöö „Exploring cultural tourist towns: Does authenticity matter“ tulemused näitasid, et turistide autentne kogemus ja turismis osalemine avaldavad positiivset mõju kohaidentiteedile ning tekitavad lojaalsust. Autentsus ja kultuuripärand on tihedalt seotud mõisted.

1.5. Vaimse pärandi roll turismis

Valk et al., (2021) oma uurimustöös „Päranditurism Eestis: Potentsiaal ja arenguvõimalused“ näitavad võimalusi piirkonna turismi sidumiseks läbi ajaloo- ja kultuuripärandi, lugude, ning päranditurismi koostööks. Kohapärimus on lai valdkond, mis hõlmab muistendeid, legende, mälestusi ja kombekirjeldusi. Kohapärimus lugude loomiseks leiab rikkalikult ainet rahvaluulekogudest, samuti mäluasutustest, kes säilitavad materiaalsed pärandid, ajaloolisi esemeid (mesindustarvikuid), pärandtäheendusega loodusobjekte ja visuaalselt tajutavaid tähenduslikke maastikuelemente. Vaimne kultuuripärand ehk elav pärand on põlvest põlve edasi antud teadmised, oskused, kombed ja tavad, mis on kogukondadele omased ja olulised ka praegusel ajal. Mesindus on inimajaloo iidse kultuuripärandi osa. Mesilaste osatähtsust ökosüsteemis ei saa alahinnata. Mesilased on ainsad putukad, kes toodavad inimestele toitu, samuti toorainena ja ravimitena kasutatavaid aineid. Looduslikes ökosüsteemides on see putukas oluline tolmeldaja, aidates seega kaasa taimede bioloogilise mitmekesisuse säilimisele, samas kui tolmeldamine agroökosüsteemides võib soodustada põllukultuuride tootmist. Lisaks on mesilased peamised keskkonnareostuse bioindikaatorid ja võivad anda väärtuslikku teavet inimtegevuse mõju kohta, võimaldades rakendada meetmeid inimeste ja ökosüsteemide terviseriskide maandamiseks (Papa, et al., 2022). Kõige varasem teadaolev mesindus on kujutatud kivist Egiptuse bareljeefil, mis pärineb umbes 2400 eKr. (Crane, 2015). Egiptuses asuv Rekhmire'i hauamaal (umbes 1450 e.m.a) kujutab sarnast stseeni: põlvitanud mesinik eemaldab kärjed horisontaalsete tarude virna tagant, samal ajal kui suitsu kasutati mesilaste tõrjumiseks nende kärgede eest lennuava poole. Teised mehed tegelevad mee kandmisega ühest anumast teise. Lisaks on kujutatud sülemite püüdmist ja tarusid vertikaalses asendis kuldsõrmustel (Tombe dei Nobili matmispaiga leiud Kreetal), mis pärinevad umbes 1400 e.m.a. (Harissis ja Harissis, 2009). Haudadest leitud kultuuriesemete järgi tuvastati Lõuna-Uuralis mesinduse algusekselles piirkonnas umbes 5–6 sajand e.m.a. Kohalikud soome-ugri hõimud pidasid mesilasi puutüveõõnsustes 15 meetri kõrgusel kaitseks karude eest (Ilyasov, et al., 2015). Hiljem, 9. sajandi alguses e.m.a, avastati Iisraelis Tel Rehovis ulatuslik mesila sadade õlgedest ja savist silindriliste tarudega. Samuti on leitud tõendeid mee, mesilaste ja mesilasvaha olemasolust tarudes. Tarude lähedal asuvad mitmed kultusesemed ja viljakusejumalanna altar tähistasid Iisraeli kultustavade tähtsust ja suhet mesilaste, mee ja mesilasvahaga (Hatjina, et al., 2018).

Mesindusega tegeldi Eestis juba muinasajal ja mesindus on osa meie kultuuripärandist. Algselt otsiti metsas puuõõnes elunevaid mesilasperesid ja võeti neilt meesaak - peeti meejahti. Hiljem arenes sellest metsmesindus: mesilasperesid peeti kasvavate puude õõnsustes. Tarupuudest on

juttu ka Läti Henriku kroonikas aastal 1212. XVI sajandil hakkas Eestis metsmesindus vähenema seoses põllumajanduse arenguga ja metsade maha raiumisega. Esimesed tarud (pakktarud) valmistati puupakkudest ja need paigutati kodu lähedale puude otsa. Kodumesinduse ajajärk algas XVIII sajandil, kui tarud toodi majade lähedale ja need paigutati maapinnale. Seega saab Eesti mesinik, kui pärandioskuste tundja ja edasikandja, läbi turismimudeli külastajatele tutvustada kultuuripärandit kaasates neid mesinikurüüd kandes ametit praktiseerima (Pihlik, 2008).

Samuti on Eesti toit osa nii materiaalsest kui ka vaimsest kultuuripärandist. Eesti rahvustoit kui pärandinähtus võib kasutust leida mesindusturismi gastronoomilistes katsetustes magusaine asendamisega mee ja meesaadustega. Eesti kui päranditurismi sihtriigi tuntuse tõstmiseks võib kasutada piirkonnale eriomast kultuuriruumi. Vaimne kultuuripärand kannab kogukondade identiteeti ja on seepärast oluline kultuurilise mitmekesisuse väljendaja. Näiteks on Võrumaa suitsusauna traditsioon kantud UNESCO vaimse kultuuripärandi nimistusse. Saunatraditsioonid ulatuvad kaugesse minevikku ja on tänapäevalgi Eesti kultuuri lahutamatu osa. Saun on ravib haigusi ja annab tervist, nõiad ja maa-arstid ravisid tõbesid sageli saunas. Nii võivad apiteraapia heaolu tooted/teenused (nt meemasaažid, ravimtaimede-meemaskid) leida koha Eesti sauna rituaalides. Komme otsida tervisehädadele abi taimedest on säilinud järjepideva tavana – teadmisi taimedroogide toimest antakse edasi nii suust suhu kui ka meedia ja trükiste vahendusel. Mesinduses mõjutab oluliselt meesaaki nektari- (ravim- ja korjetaimede) lähedus mesilale, nii suurendatakse põllumajandusmaastikus nektarit ja õietolmu pakkuvate õistaimede hulka ja mitmekesisust (Põllumajandus.ee).

Sloveenia kultuuriministeerium koostas Sloveenia mesinduse vaimse pärandi üksuse nominatsiooni kandmiseks UNESCO inimkonna vaimse kultuuripärandi esindusnimekirja. Nominent demonstreerib mesindusturismi rikkust, selle pikka ajalugu ja traditsioonilisi väljendusi, aga ka põlvest põlve edasi antud oskuste, teadmiste ja heade tavade leviku (Media Centre, 31.03.2021).

1.6. Mesindusturism

Pantoja et al., (2017) defineerivad mesindusturismi kui giidiga reise mesilatesse, kus turistid saavad aktiivse osalejana kogeda mesindust läbi erinevate tegevuste ning maitsta erinevaid meetooteid. Teise definitsiooni järgi viitab mesindusturism looduskeskkondades viibimise ajal

tegevuste tervikule, eriti mis tulenevad mesilaskultuuri teadlikkusega tegutsevate inimeste rännakust loodusesse - keskkonda, kus mesilasi leidub (Suna 2018).

Turismis on esiplaanile tõusmas sotsiaal-kognitiivse ärksameelsuse (*mindfulness*) praktika, mis juhib tähelepanu inimeksistenti tähtsusele ja lahenduste otsimisele kaasaegse elu probleemide lahendamiseks kogemuste põhjal. Turismiarengu poliitikakujundajatelt (nii riiklikul kui ka kohalikul tasandil, kasumi- ja mittetulundussektoris ning avalikus halduses) oodatakse turismisektori arendamise edasist suunamist pikaajalise jätkusuutlikkuse suunas ning kaastundlikuma linna- ja maaturismi arendamisel (Pearce, 2020). Mesindusturism on tänapäeva maailmas kiiresti kasvavaid turismiliike, ühendades säästva mesinduse, ajaloopärandi ja terviseturismi traditsiooni, alternatiivmeditsiini ja mesiniku jätkusuutliku tulutoova tegevusega (Aliyeva, 2019; Wos, 2014). Lisaks mõjutab see turismiliik positiivselt regionaalarengut ja annab riikide mesinikele lisatulu, kus luuakse keskkonnakaitsealane teadlikkus (Suna, 2020). Järgnev alapeatükk käsitleb näitena Sloveenia mesindusturismi kontseptsiooni, mis võiks olla eeskujuks ka Eestis mesindusturismi kontseptsiooni väljatöötamisel.

1.6.1. Sloveenia mesindusturismi kontseptsioon

Mesindusturismi kontseptsiooni tutvustati esmakordselt 2013. aastal ApiRoutes'i Sloveenia Mesinike Ühingu brändiprojektina (Gandhy et al., 2019).

Šuligoj (2020) uurimistö "Origins and development of apitherapy and apitourism" tutvustab apiturismi arengut Sloveenias, kus on fookuses turismi uued strateegilised suuniseid, mida juba integreeritakse Sloveenia keskkonda. Mesindusturism on seotud traditsioonidega, on jätkusuutlik ja vastutustundlik. Sloveenia on suurepärane näide ja juhtumiuuring terviseiga seotud toote arendamise kohta, mis on läbinud kõik arendusfaasid. Teadmised kasvavad ajas ja kanduvad üle põlvkondade ning tekib pikaajaline põhjuse tagajärje seos – mesindus – apiteraapia – mesindusturism, mis olemuslikult sõltub looduslikest mesindustingimustest, mesinike teadmistest ja oskustest. Kui tooted ja teenused on laialdaselt kättesaadavad on nende mõjud tajutavad laiemal sotsiaalsel skaalal - rahvatervises. Seega saab mesindusturismi vaadelda kui äritegevuse ühe vormina. Apiteraapia on teadlaste poolt väheuuritud valdkond, kuigi toetub kaasaegsetele teaduslikele avastustele mee ja meesaaduste kohta ning esivanemate teadmistele ja kogemustele. Laialdasemad uuringuid toovad kaasa apiteraapia ja apiterapeutide seadusliku ja professionaalse seadustamise, mis on praegu Sloveenia üks kitsaskohti. Mesindusturismi tuleks samuti asjakohaselt reguleerida, pidades silmas ohutuse aspekti.

Sloveenia apiturismi edendajate ja teenusepakkujate ambitsioonid on kokku võetud järgmistes eesmärkides:

- Traditsioonide harmoonias hoidmine loodusega;
- Hariduse andmine ja uute dimensioonide loomine ning turismialased kogemused;
- Teadlikkuse tõstmine mesilaste tähtsusest inimkonnale (hõlmab loodustoodete edendamist ja looduslike ravimeid);
- Rohelise majanduse arendamine koos keskkonnasäästliku, sotsiaalselt ja majanduslikult jätkusuutliku turismiga;
- Turismitoodete loomist, mis põhinevad looduslikel eelistel, innovatsioonil ja kõrgel lisandväärtusel;
- Sloveenia kui ainulaadse loodus- ja kultuuripärandiga sihtkoha edendamine, külalislahked inimesed ja rikas mesindus (Arih, Korošec, 2015).

Apiturismi hariduslik funktsioon - Mesindusturismi ehk apiturismi põhieesmärk on tõsta teadlikkust mesilaste tähtsusest inimkonna jaoks. Tutvustatakse mesindustegevusi, mesindussaaduseid, mesindusega seotud mänge ning apiteraapia võimalusi ja nende mõjusid (Arih ja Korošec 2015). Eelkõige rõhutakse ökoloogilise hariduse ja keskkonnakäitumise olulisusele, toonitades tervise tähtsust ja vajadust ressursse kaitsta (Woś ja Bień 2013). Kui inimesed oma reise ajal loodusega ühenduse loovad, võib see panna nad loodust rohkem hindama ja selle kaitsmisse panustama.

Apiturismi reisifunktsioon - ApiRoutes kaubamärgi alla on koondunud kaks partnerit era- ja avalikust sektorist Sloveenias, kes loovad erinevaid mesindusturismi projekte teenuseid/tooteid ühendamiseks rohelised sihtkohad mesinduse ja reisimisega (Arih & Korošec, 2015; Drame, 2018). Tootevalikus on inspireerivad reisirahvused, mesindusreisid nii Sloveenia kui ka teiste riikide mesilatesse ning vastavalt küllastajate soovidele on kohandatud eriprogramme. Korraldatakse ekskursioone teadlastele, mesindusühingutele ja mesindushuvilistele. Lisaks pakutakse partnersuhteid igakülgselt teenuste, alates transfeeri ja majutuse korraldamisest kuni giidiga ekskursioonide, seminaride ja koolitusürituste korraldamiseni (ApiRoutes).

Esitletud kontseptsiooni on kasutanud Saksamaa, Poola, Ukraina, Hispaania, Leedu ja Tšehhi oma apiturismi teenuse/toote arendamisel (Shiffler, 2014). Poolas pakuvad vabaõhu-mesindusmuuseumi kõrval mesindusturismiteenuseid mesindusfarmid, näiteks Sadecki Bartnik talu Strozye linnas, millel on nii riiklik kui ka rahvusvaheline tunnustus. Mesindustalus on

eksponeeritud üle saja erineva mesilasnäituse ja külastajatele pakutakse meest valmistatud roogasid. "Malopolska Miodowa Kraina" on mesindusturismi teekond, mis asub Poolas Malopolskas. Teekond läbib põllumajandustalude mesindustegevusi, kus turistidele pakutakse võimalust mesindusturismi raames osaleda mesindusõppes ja maitsta mett (Woś & Bień, 2013).

Apiturismi tervislik funktsioon - Mesindussaaduste raviomadustest on teada juba aastatuhandeid. Apiteraapia on komplementaarse ja alternatiivse meditsiini meetod, mida kasutatakse teatud haiguste raviks ja inimeste tervisliku heaolu parandamiseks. Mesindusturismi looduslike ravimeetodeid - taruõhu-inhalatsiooni teraapiat, api-joogat, api-spaad, meemassaaži, aroomiteraapiat ja mesilasvaha-termoteraapiat, mesilaste heli ja taruheli kuulamist, kosmeetilisi maske, apiteraapia rakendusi koos mesindussaadusega (mee, mesilasemürgi, taruvaigu -propolise, mesilaspiima, õietolmu, vahaga) võib käsitleda terviseturismi raames alternatiivmeditsiini valdkonnana, seetõttu aitab apiteraapia kaasa mesindusturismis osalevate turistide tervisele ja heaolule (Cesur, 2021; Korez-Vide, 2013). Samuti rõhutatakse tervislikku eluviisi koos meesaaduste kasutamisega nii toidus, kosmeetikas kui ka meditsiinis (Woś ja Bień 2013). Sloveenia Mesinike Ühenduse algatusena pakuti lasteaedades ja algkoolides hommikusöögiks mett. Aastate jooksul on "mee hommikusöögi" projekt arenenud Sloveenias toidupäevaks, mis propageerib kohapeal toodetud toitu ja hommikusöögi söömise eeliseid. Seda tähistatakse igal novembrikuu kolmandal reedel (Media Centre, 2020). Mitmed teadlased on hinnanud taruvaigu positiivset mõju COVID-19 patsientidel eriti ohtlike kaasuvate haiguste, sealhulgas hingamisteede haiguste, hüpertensiooni, diabeedi ja vähi ravis. Lisaks on nende looduslike toodete kasulikkus immuunsüsteemile märkimisväärne ja paljud neist on seotud antikehade tootmise indutseerimisega, immuunrakkude küpsemisega ning kaasasündinud ja adaptiivsete immuunvastuste stimuleerimisega. Kuna senini puuduvad spetsiifilised SARS-CoV-2 vastased viirusevastased ravimid, võib apiteraapia pakkuda lootust mõningate COVID-19-ga seotud riskide leevendamiseks (Lima, et al., 2020). Sloveenia meditsiinieksperdid on väga ettevaatlikud ja pooldavad, et apiterapeudi staatust saaksid omandada ainult arst ja tervendaja pärast eksperthinnangut ja Sloveenia meditsiinikoja väljastatud erilitsentsi omajad (Borko & Turk, 2016). Kopala et al., (2019) küsitlesid 517 vastajat uurimaks nende teadlikkust mesindussaaduste kohta, nagu mesilaspiim, õietolm, mesilasemürk, ja taruõhu-inhalatsiooni teraapia. Üksikisikute hulgas taruõhu sissehingamine osutus teiste mesindussaadustega võrreldes kõige vähem tuntud ravivahendiks, mida kasutavad ainult 9,7% vastanutest. Pärast mesindussaaduste raviomaduste tundmaõppimist, üle 35% vastanutest olid valmis kasutama nõgestõvega inhalatsiooniteraapiat, millele järgnesid mesilaspiim, mesilaste õietolm ja mesilaspiimatooted (Pantoja et al., 2017).

Apiturismi sotsiaalne funktsioon - Apiturism on uus turismitoode turistidele, viies kokku põllumajandus- ja loomakasvatusektori, mobiliseerides inimesi, kohalikke elanikke ja turiste, kes on kaasatud nendesse sektoritesse. Turistid, kes saavad kasu mesinike teadmistest ning kogemustest ja mesinduspärandist, loovad seega sotsiaalsed suhted kohaliku kogukonnaga (Woś 2014). Mesindusturismi sotsiaalne aspekt edendab maaelu tõhusust agroturismi ja ökoturismi pakkumiste mitmekesistamiseks.

Apiturismi elamuslik funktsioon - Apiturismis praktiseeritakse käelisi tegevusi töötubades, kus valmistatakse esemeid mesilasvahast, võetakse mett ja maalitakse tarupaneele ja valmistatakse looduslikke mee baasil kosmeetikatooteid, vaha, kogutakse õietolmu, taruvaiku ja mesilaspiima. Osalejad kaasatakse gastronoomilistele avastustele (valmistatakse mee baasil küpsetisi, mõdu, likööri ja vahu jooki) töötubades ning mesilaspere salaellu ja mee tootmise vaatlusprotsessi (Cesur, 2021). Elamuslik õue-õpperuum annab võimaluse mesiniku varustust kandes praktiseerida mesiniku ametit. Kaasloome kogemus on mesindusturismi oluline aspekt. Korez-Vide'i (2013) säästev loometurismi mudel (Lisa 4) kinnitab, et loovus on jätkusuutlikkuse ja konkurentsivõime saavutamisel oluline vahend, pakkudes turistidele enesearenguvõimalusi ja koosloomise kogemusi. Jätkusuutliku loometurismi mudel näitab, kuidas leida sobiv tasakaal majanduslike, sotsiaalsete ja keskkonna aspektide vahel loometurismi arendamiseks.

1.6.2. Mesindusturismi hea tava näited Sloveenias

Kooskõlas tervislike keskkonnasõbralike suundumustega, mis soosivad säästvat arengut, demonstreerib Sloveenia mesindusturism riigi loodusrikkuse ja kultuuripärandi muutumist terviklikuks autentseks reisikogemuseks ning ka kõige perspektiivsemaks majandustegevuseks. Seda vaatenurka illustreerivad mitmed hea tava näited:

- Mesindusturismi toote-/ teenusepakkujad on sertifitseeritud (arvestatakse mitmeid mesinduse ja apiteraapiaga seotud kriteeriume) (Drame, 2018);
- Arenenud turundusstrateegia, mis edastab jagatud väärtusi ning kogemusi eesmärgiga luua emotsionaalset sidet kaubamärgi ja tarbija vahel (rahvusvaheliselt tunnustatud kaubamärkide loomine, sihtkoha maine tõuseb);
- Toetus investeeringute näol mesindusturismi arendusele Sloveenia arendusagentuuri SPIRIT, Sloveenia Turismiameti, riigi põllumajandus- ja keskkonnaministeeriumi ning välisministeeriumi poolt. Sloveenia tähtsust selles sektoris kinnitab veelgi tema globaalne

roll apiturismi koordinaatorina Apimondias – Rahvusvahelises Mesinike Assotsiatsioonide Föderatsioonis (Arih, Korošec, 2015).

Sloveenia mesindusturismi headeks näideteks on ka mitmed tähtsündmused, mis aitavad kaasa piirkondlikule arengule.

Tähtsündmused:

- Erinevate tarusüsteemide ja biodünaamilisele mesindusele keskendunud mesindustehnika tutvustamine;
- Õietolmu, mesilaspiima ja taruvaigu tootmise esitluste korraldamine;
- Mesindusmuuseumide (mesilakunst, traditsioonilise mesindusvarustuse kogud) ja arhitektuuriliselt ainulaadsete Sloveenia mesilamajade külastamine;
- Mesinduskoolitusprogrammide, seminaride, ümarlaua vestluste läbiviimine;
- Mesilasse viivatel teedel jalutamine;
- Meemassaaži ja termoteraapia pakkumine;
- Arhitektuurilise vaatamisväärsuse pakkumine - mesinduskeskus (mesinike peakontor) – innovatsiooni keskpunkt, kus arendatakse uusi tooteid ja rakendatakse uusimaid apiteraapia meetodeid ja tegutsevad Sloveenia Mesinike Assotsiatsiooni riiklikud nõuandjad ja klienditugi. Majas on labor, erialaraamatukogu, mesindusvarustust ja -tooteid müüv kauplus, ajakirja „Slovenski Čebelar“ kontorid, suur saal ja restoran. Kompleksi kuuluvad veel kolm ainulaadset Carniola stiilis mesilamaja, nektari- ja ravimtaimede istandus (Arih, Korošec, 2015) ning mesinduse õpperada. Külastajate turvaliseks liikumiseks on mesilates väljatöötatud erilised tarud, mis võimaldavad jälgida mesilasi putukaid häirimata.

Kasvav nõudlus loodusliku elu ja loodussaaduste järele on mesindusturismi võimalus - tutvustada oma maa mesinduse ajalugu, looduslikku ilu, traditsioone ja kultuurilist pärandit (Topal et al., 2021). Mesindusturismi kontseptsioonist on kujunenud rohemajanduse oluline komponent. Innovatsiooni ja kõrge lisaväärtuse alusel võimendavad sellised turismitooted muid konkurentsieeliseid. Mesindusturismi eeskuju Sloveenias juhib tähelepanu loodusvarade ja kultuuripärandi säilitamise tähtsusele. Sellistel toodetel on võimekus luua kaasahaaravaid elamusi neile, kes soovivad olla osa tegelikust loost, selle asemel, et neile lihtsalt brändi lugu müüa. ApiRoutes näitab, et on vaja selget visiooni, ideid ja väljaõpet, uuenduslikke tooteid ja kaubamärki, teadmisi määratletud turu kohta ja väga motiveeritud ning täielikult kaasatud

partnereid. Eduka mesindusturismi arengu kindel alus põhineb mesinike vahelise koostöö loomisel, ühenduste, turismipakkujate, kohalike kogukondade, ametiasutuste ja riigi vahel, samuti toodete/teenuste arendamisele, positsioneerimisele ja turundusele suunatud partnerluste kaudu. Mesindusturism võimaldab mesinike positsiooni nišis suurendada ja kindlustada koht turismiturul. Oma hariva rolliga toob selline turism välja parimad sihtkohad ja teenused, parimad inimeste seas, parimad nende tajudes ja tegevustes ning see muudab kogu selle teadlikkuse ja teadmised oluliseks väärtuseks, mida koju kaasa võtta, jagada ja mille järgi elada (Arih & Korošec, 2015).

Sloveenia Mesinike Liidu algatusel ja ÜRO Peaassambleel 20. detsembril 2017. aastal vastuvõetud otsusega tähistatakse ülemaailmset mesinduspäeva 20. mail - kaasaegse mesinduse tunnustatud teerajaja Anton Janša mälestuseks (Šuligo, 2020). Sloveenia põllumajandus- ja keskkonnaministeeriumi investeeringud mesindusressurssi on võimaldanud luua uusi töökohti selles sektoris ja ellu viia ettevõtlikke ideid sümbioosis mesindusega. Lisaväärtust loovatel tegevustel on olnud eristatav lähenemine seoses mee kasutamisega toitumis-, tervishoiu- ja kosmeetikatoodete väljatöötamisel ning täiendavate mesindusturimi- ja apiteraapia teenuste pakkumisel. Uute ettevõtmiste loomine mesinduses aitab kaasa Sloveenia maaelu elujõulisuse ja nähtavuse tagamisele majanduses. Läbi nende ettevõtmiste on sloveenlastel kõrge teadlikkus mesinduse tähtsusest maaelu arengule, inimeste tervisele ja keskkonnale. (Arih & Korošec, 2015).

2. MESINDUSTURISMI ARENDUSVÕIMALUSI EESTIS

Antud peatükis tutvustatakse lõputöö empiirilise osa metoodikat ja antakse ülevaade teostatud uuringu tulemustest

2.1. Uurimismetoodika ja uuringu valimi moodustamine

Käesolevas lõputöös on empiirilise uuringuna kasutatud kombineeritud uurimusmeetodit: kvalitatiivset (intervjuud) ja kvantitatiivset uuringumeetodit (ankeetküsitlust) ning sisuanalüüsi, kasutades andmeallikatena PRIA loomaregistri andmeid, meediaväljaandeid, EL ja EML poolt tellitavaid uurimusandmeid. Lisaks kaardistas autor Eesti mesindusturismi teenuseid/tooteid, mesindus- ja apiteraapia protseduure pakkuvad ettevõtted ning uuris sisu, visuaalseid materjale (fotod, videod) nende kodulehel ja vaatles salvestusi (video puhul). Kvalitatiivse uurimuse eesmärk oli saada terviklikku empiirilist andmestikku, mis hõlmaks kvalitatiivseid ja detaile iseloomustavaid seiku. Uurimusmaterjalist tehti järeldused ilma statistilisi vahendeid kasutamata. Kvalitatiivuuringu andmekogumise meetodina kasutati tekstianalüüsi (tegevused, meediaväljaanded, veebileheküljed, kirjalikud intervjuud, visuaalsed materjalid - fotod ja videod, mesindusturismi ja apiteraapia teenust pakutavate ettevõtete kodulehed); personaalintervjuud.

Intervjuu viidi läbi 504 liikmelise Eesti Mesinike Liidu juhatuse esimehega, kogunud väike mesiniku ja tootjamesinikuga. Valdonna teoreetilistele seisukohtadele tuginedes valmistas autor ette intervjuu küsimused (Lisa 1). Intervjuud toimusid ajavahemikul 11-22. aprill 2023. aastal. Eelnevalt intervjuueeritavatega kooskõlastades vestlus salvestati kasutades telefonirakendust. Peale intervjuu läbiviimist saadud informatsioon dokumenteeriti ja hiljem transkribeeriti. Intervjuu materjal oli detailiderohke ja informatiivne, kus keskenduti konkreetsele teemale: fookusgrupi (mesinike) huvitatusle apiteraapia ja mesindusturismi vastu. Erinevate ekspertarvamuste saamiseks kohandati intervjuu küsimustik mesindusturismi ettevõttele (Lisa 2). Mesindusturismi teenust pakuvate ettevõtete mesinikest juhtidega toimusid telefoniintervjuud, intervjuueeritavate soovil 19. aprillil ja 21. aprillil, 2023. aastal. Intervjuu dokumenteerimisel kasutati koodsõnu ning analüüsiks muudeti intervjuu tekstiks.

Kvantitatiivset uurimisviisi küsitluse näol kasutati uurimustöös püstitatud küsimusele vastuse leidmiseks tarbijate nõudluse seisukohalt. Küsitlusuuringu üldkogumi moodustasid töö autori ja tema perekonnaliikmete vähemalt 18-aastased *Facebook*'i sõprade hulka kuuluvad Eesti inimesed (N=1217). Valimi moodustasid *Facebook*'i sõprade hulka kuuluvad inimesed, kes küsitlusele vastasid. Ankeetküsimustik (Lisa 3) oli mõtteliselt jaotatud viieks osaks. Esimese osa eesmärk on välja selgitada, millised aspektid/tegurid mõjutavad vastajat turismisihtkoha otsingul. Teine osa uurib vastaja harjumusi turismisihtkohta külastada ja millised on tema teiste toodete/teenuste tarbimisharjumised. Kolmas osa uurib kui teadlik on vastaja mesindusturismi teenustest/toodetest ja apiteraapiast, millised on tema kogemused. Neljandas osas selgitab autor välja, milline on vastaja mesindusturismi teenuse/toote ja apiteraapia tarbimise valmidus ning püüab teada saada lastevanema seisukohad, kui alushariduse raamõppekava sisaldaks mesindusega seotud kogemustegevusi, mis aitaks kaasa tuleviku mesindusturismi tarbijaskonna kasvule. Viendas uuringu osas koguti vastaja demograafilisi andmeid. Küsimustikus oli kaksteist sisulist küsimust. Ankeetküsimustikus kasutati kinniseid, poollahtiseid ja mitme vastusevariandiga küsimusi, väidete puhul kasutati viiepunktilist *Likert*'i skaalat. Küsimustik oli vastamiseks avatud 10. aprillist kuni 24. aprillini 2023 Google Forms keskkonnas.

2.2. Uuringu tulemused

Järgnevalt esitab töö autor ülevaate Eesti mesinduse hetkeseisust ja avab Mesindusprogrammi sisu.

2.2.1. Eesti mesinduse hetkeseis

Eesti Konjunktuuriinstituudi uuringust selgub, et mesindusorganisatsioonid on Eestis mitmesuguseid, mesinikud on koondunud nii professionaalsetesse ühendustesse kui ka pikaaegsete traditsioonidega piirkondlikesse aianduse ja mesinduse seltsidesse. Mesindusorganisatsioonid levitavad mesindusalast informatsiooni, korraldavad koolitusi, annavad välja infolehti ning esindavad mesinikke riiklike institutsioonidega suheldes. Suuremad üleriigilised organisatsioonid on Eesti Mesinike Liit (504 liiget), kes esindab mesindust ja mesinikke üldiselt ja Eesti Kutseliste Mesinike Ühing (63 liiget), kes edendab mesindust eelkõige kui elukutset (Pulver. 2022). PRIA registris olevate mesilate ja mesilasperede arv on jõudsalt kasvanud, kuid kümnendik alla 10 mesilasperega hobimesinikest ei ole enda mesilat registris

arvele võtnud. Uuringus tõdeti, et 75% Eesti mesindussektori probleemiks on mesinike kõrge keskmine vanus, mis läheneb 60 eluaasta piirile. Marje Riis, kes on kogenud mesinik ja koolitaja, on märkinud viimasel aastakümnel mesilaste pidamise vastu huvi olulist suurenemist. Ühtlasi märgib ta mesindussektoris põlvkondade vahetust. Selleks, et tagada Eesti mesinduse järjepidevus ja vajalik meetootmise tase, tuleb sektorisse tuua uusi mesinikke: kutselisi-, hobimesinikke kui ka mesindusega alustajaid. Eesti mesinduse 2019-2030. aastate arengukava üheks eesmärgiks on mesinduse kui keskkonnahoidliku ja jätkusuutliku tegevuse teadvustamine. Mesindust tuleb vaadelda kui teaduspõhist tegevusvaldkonda. Tuleb teadvustada ühistegevuse vajalikkust. Oluline on organiseerunud ühenduste koostöö ja piirkondlike mesindusühistute loomiseks vajaliku teabe ja nõustamise pakkumine suuremate mesindusorganisatsioonide poolt. Üheks ambitsiooniks on tõsta 2030. aastaks mesindusorganisatsioonide liikmelisust 70%ni Eesti mesinike (PRIA) koguarvust. Põllumajandusloomade registri andmetel peeti 31. oktoobri 2022. aasta seisuga Eestis 2911 mesiniku poolt 5471 mesilas kokku 52 131 mesilasperet. Samas on Eesti looduslike taimekoosluste meekorje potentsiaal teadlaste hinnangul vähemalt 150 000 või enamgi mesilasperet (Mesindusprogramm 2020-2022).

2021. aastal avaldas rahvusvaheline tööühm (Osterman, et al., 2021) ajakirjas Agriculture, Ecosystems & Environment kogu maailma hõlmava uurimuse majandatavate mesilaste seisundist. Hea uudisena saab nentida ajas meemesilaste perede arvu suurenemist, kuid seda varjutab samade perede suur suremus. Perede suremus toob kaasa lisa kulutusi ja märgatava meesaagi languse. Siit joonistub välja mesinike huvipuudus töötada ilma kasumita. Alates 2019. aastast on avatud mesilasperede toetusemeede, mis võimaldab mesinikele rahalist tuge ja tagab tegevusharu arengu. Mesinikud võivad hukkunud mesilasperedest tingitud kahjude hüvitamist taotleda e-PRIA kaudu. Kõik mesilaspere toetuste taotlejad peavad olema kantud PRIA põllumajandustoetuste ja põllumassiivide registrisse ning on kohustatud mesilasperede arvust teatama. Näiteks esitas 2022. aasta lõpu andmetel „TARU“ taotluse 2001 mesinikku ja toetust taotleti kokku 39 230 mesilasperele ja toetuse ühikumääraks kujunes 20, 47 eurot mesilaspere kohta.

2.2.2. Küsitluse tulemused

Antud alapeatükis esitatakse ülevaade küsitluse tulemustest. Kokku laekus uuringu ajaperioodil 77 täidetud ankeeti. Vastajate demograafiline profiil on esitatud tabelis 1.

Tabel 1. Valimi demograafiline profiil (N=77)

Sugu	Arv	%	Vanusevahemik	Arv	%
Naine	64	83,1%	18-29	10	13,0%
Mees	13	16,9%	30-49	41	53,2%
Kokku	77	100%	50-69	26	33,8%
			Kokku	77	100%
Tööhõive	Arv	%	Elukoht	Arv	%
Täiskoormusega töötaja	42	54,5%	Linn	53	69%
Osalise koormusega töötaja	9	11,7%	Asula	7	9%
Ettevõtja	9	11,7%	Küla	12	16%
Üliõpilane	9	11,7%	Maakoht	4	5%
Kodune, pensionär, lapsehoolduspuhkus	8	10,4%	Muu	1	1%
Kokku	77	100%	Kokku	77	100%

83% vastajatest olid naised ning 17% mehed. Kõige suurema osa vastajatest (31%) moodustasid 30 kuni 39-aastased vastajad, 40 kuni 49-aastased moodustasid vastanutest 22%, 60 kuni 69-aastased 21%, 50 kuni 59-aastased 13% ning 18 kuni 29-aastased moodustasid 13% vastanutest. 69% vastanutest märkisid elukohaks linna, 16% elasid külas, 9% asulas ning 5% vastanutest olid elukohaks märkinud maakoha.

Tarbijate jaoks olulisi väärtusi külastusmotivatsiooniks, mis on määrava tähtsusega turismisihtkoha valikul mõõdeti etteantud väidetega kasutades Likert tüüpi 5-punkti skaalat. Saadud tulemused on esitatud tabelis 2 ja näitavad, et kohalike elanike külalislahkus, kohalikud autentsed tajud, kohalik kultuuripärand ja soov kogeda piirkondlikku elu olid vastajaile olulised väärtused.

Tabel 2. Olulised väärtused/aspektid külastusmotivatsiooniks turismisihtkoha valikul

Väärtused	Arv	Keskmine	Std
Jätkusuutlikus turismisektoris osalemine	77	3,79	0,98
Kohalikud, autentsete tajudega tooted/teenused	77	4,31	0,85
Kohalik kultuuripärand	77	4,21	0,77
Väljakutset pakkuvad kogemused	77	3,66	0,87
Hariduspõhised kogemused	77	3,56	0,94
Käelised oskused	77	3,36	0,96
Soov kogeda piirkonnategelikku elu	77	4,21	0,83
Kohalike elanike külalislahkus	77	4,35	0,60
Teie panus „maailma“ paremaks muuta	77	3,58	0,98
Hügieen	77	4,43	0,66
Füüsiline mugavus	77	4,00	0,93
Teadmine, mis Teid ees ootab	77	3,91	1,02
Abiteenusena majutus	77	3,87	1,03
Abiteenusena transport sihtkohta	77	3,16	1,23
Abiteenusena toitlustus	77	3,99	0,87

Väiteid mõõdeti 5- punkti skaalal: 1- Ebaoluline, 2-Vähe oluline, 3-Ei oluline ega ebaoluline, 4-Oluline, 5-Väga oluline

Tabelis 2. väga oluliste väärtustena hinnati vastajate poolt kohalike elanike külalislahkust (keskmine 4,35 ja madalaim standardhälve 0,60). Järgnesid kohalikud autentsete tajud (keskmine 4,31 ja standardhälve 0,85) ja võrdse (keskmise 4,21) tulemusega kohalik kultuuripärand (standardhälve 0,77) ning soov kogeda piirkondlikku elu (standardhälve 0,83). Kõige madalamalt hinnati käelisi oskusi (keskmine 3,36 ja standardhälve 0,96). Muude oluliste teguritena mõõdeti ka sihtkohas pakutavaid teenuseid ja nende kvaliteeti, nagu hügieen või abiteenused tarnspordi ja majutuse osas. Oluliseks on turismi sihtkoha juures hügieen (keskmine 4,43 ja standardhälve 0,66). Järgneb füüsiline mugavus (keskmine 4,0 ja standardhälve 0,93). Madalamalt hinnatud väärtus oli abiteenusena transport (keskmine 3,16 ja kõrgeim standardhälve 1,23).

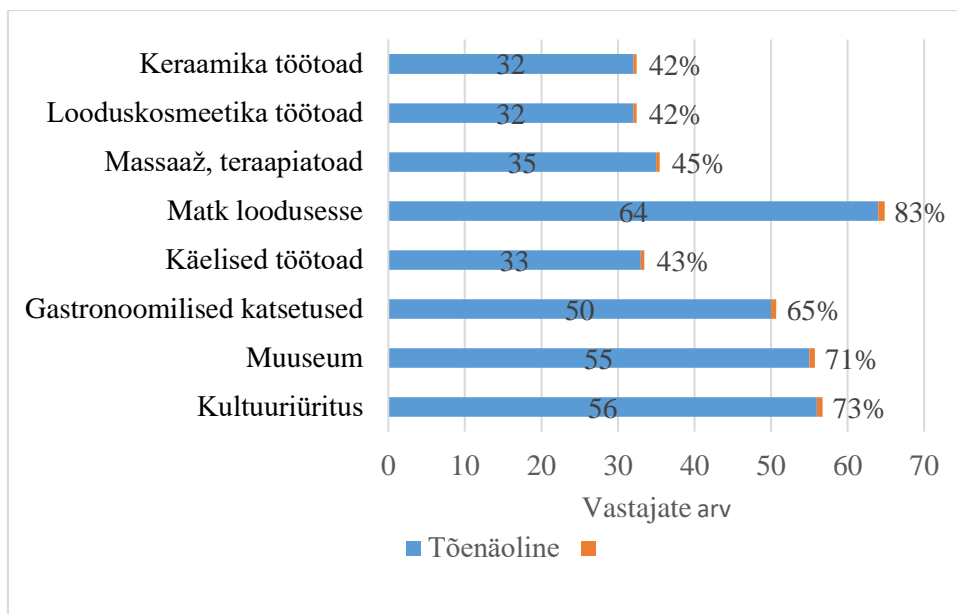
Vastajatelt küsiti ka maaturismi tarbimissageduse kohta. Vastajatel paluti etteantud võimalustest valida üks sobivaim. Tulemused on ära toodud tabelis 3.

Tabel 3. Maaturismi tarbimissagedus

Sagedus	N	Mehed	Naised	%
3-5 korda aastas	8	1	7	10%
1-2 korda aastas	29	5	24	38%
Harvem kui 1 kord aastas	18	5	13	23%
Harvem kui 2 korda aastas	13	1	12	17%
Ei külasta üldse	9	1	8	12%
Kokku	77	13	64	100%

Kõige tavapärasem külastatavuse sagedus on 1 kuni 2 korda aastas. Selliselt vastas 29 inimest (38%) ja nendest 16 inimest olid vanusevahemikus 30-49 aastased (21%). Harvem kui 1 kord aastas vastasid 18 inimest (23%), harvem kui 2 korda aastas oli 13 inimese (17%) valik. 3 kuni 5 korda aastas külastasid 8 (10%) ja üldse ei külastanud 9 vastajat (12%).

Joonis 1 esitab tulemused küsimuse osas, millega sooviti teada teenuste tarbimise ja tegevustest osaluse ning kohtade külastatavuse tõenäosust sihtkohas. Vastustest selgub, et tõenäoliselt läheb loodusmatkale 83% (n=64) vastajatest, kultuuriüritust külastab 73% (n=56), muuseumi 71% (n=55) ja gastronoomilistest katsetustest võtab osa 65% (n=50) vastanutest. Massaaži ja teraapiat tarbib 45% (n=35), käelistest töötubadest võtab osa 43% (n=33) ning osaluse tõenäosuse võrdse tulemuse said keraamika ja looduskosmeetika töötoad 42% (n=32).



Joonis 1. Teenuste tarbimine turismisihtkohas (% valimist)

Täienduseks eelmisele küsimusele uuriti, millised võimalused avaldavad enim huvi andes turismisihtkohale lisandväärtust.

Tabel 4. Turismisihtkohale lisandväärtust andvad võimalused

Lisandväärtus		Keskmine	Std
Looduskaunid kohad	77	4,66	0,48
Mugavustega spaapuhkus	77	3,43	1,01
Veekogu lähedus	77	3,95	1,00
Füüsilised tegevused	77	3,49	0,95
Tervise seminarid	77	2,82	1,12
Jooga, meditatsioon	77	2,77	1,01
Heaolu-, raviprotseduurid	77	3,30	1,12
Teadlikkuse (<i>mindfulness</i>) praktikad	77	2,75	1,08

Väiteid mõõdeti 5- punkti skaalal: 1- Ebaoluline, 2-Vähe oluline, 3-Ei oluline ega ebaoluline, 4-Oluline, 5-Väga oluline

Tabelis 4 on kõigi vastajate esimene valik looduskaunid kohad, mida hinnati kõige olulisemaks lisandväärtuseks sihtkohale (keskmine 4,66 ja madalaim standardhälve 0,48). Veekogu lähedust hinnati vastajate poolt järgmise sihtkohale lisandväärtust andva võimalusena (keskmine 3,95 ja

standardhälve 1,00). Kõige väiksemat huvi vastajate hulgas märgiti teadlikkuse (*mindfulness*) praktikal (keskmine 2,75 ja standardhälve 1,08). Jooga, meditatsioonide vastu oli samuti vähene huvi (keskmine 2,77 ja standardhälve 1,01), nii ka tervise seminaride vastu (keskmine 2,82 ja standardhälve 1,12). Selline tulem näitab nende kolme teema vastu väiksemat huvi ning suurest standardhälve näidust võib arvata, et vastajate vastused on enamasti üldisest keskmisest kaugel. Füüsilised tegevused (keskmine 3,49 ja standardhälve 0,95), mugavustega spaapuhkus (keskmine 3,43 ja standardhälve 1,01) ja heaolu- ja raviprotseduurid (keskmine 3,30 ja standardhälve 1,12) olid inimeste hinnangul keskmiselt hinnatud sihtkohale väärtust lisavaks võimalusteks. Ka siin võib standardhälve suurus näidata vastajate suurt lahknemist keskmisest, st vastuolulisi arvamusi.

Eesti elanikkonna teadlikkus mesindusturismist/apiteraapiast - Mesindusturismist vastas teadvat vaid 1% (n=1) vastanutest, kes vastas jaatavalt ja märkis apiteraapia kogemust ja meetoodete tarbimist. Valdav osa inimesi 99% (n=76) vastas eitavalt, nad ei teadnud mesindusturismist ja apiteraapiast midagi. Üks vastanutest mainis, et külastab korrapäraselt mesilast, et tuttavalt mesinikult oma tarbeks mett osta. Autori arvates on kaheldav, kas mee ostmine näitab reaalselt mesindusturismi teadlikkust, so üks toode, mida inimesed tarbivad magusaine asendajana ja heaolu eesmärgil.

Täiendav küsimus oli suunatud lapsevanematele, et välja selgitada nende seisukohad, kui alushariduse raamõppekava sisaldaks mesindusega seotud kogemustegevusi ja tutvustaks mesilaste tähtsust (tabel 5). Nendel, kel puudub lapsevanema kogemus, palus autor situatsiooni ette kujutada.

Lapsevanemad ja lapsevanema rolli osatäitjad näitasid vastustes, kui olulised (tabel 5) loetletud väärtused on nende laste alushariduse tutvustava temaatika sisse viimisel.

Tabel 5. Teadmised, kogemused alusharidusõppes

Väärtused	Arv	Keskmine	Std
Keskkonnateadlikkusest	77	4,56	0,70
Mesindusest, mesilaste tähtsusest	77	4,23	0,83
Pärandkultuurist	77	4,31	0,71
Vanadest traditsioonidest	77	4,32	0,79
Mesinike tegemistest	77	3,79	1,02
Mesila töötubadest	77	3,57	1,06
Looduskaitsest	77	4,52	0,60

Väiteid mõõdeti 5- punkti skaalal: 1- Ebaoluline, 2-Vähe oluline, 3-Ei oluline ega ebaoluline, 4-Oluline, 5-Väga oluline

Tabel 5 järgi hinnati kõige kõrgemalt keskkonnateadlikkust (keskmine 4,56 ja standardhälve 0,70) kogu vastajate arvust, järgnesid teadmised looduskaitsest (keskmine 4,52 ja madalaim standardhälve 0,60) ja teadmised vanadest traditsioonidest (keskmine 4,32 ja standardhälve 0,79). Pärandkultuurist teadmisi hinnati vastajate poolt (keskmine 4,31 ja standardhälve 0,71), teadmistega mesindusest ja mesilaste tähtsusest (keskmine 4,23 ja standardhälve 0,79) vastajate poolt. Huvi mesinike tegevuste kohta hinnati lastevanemate poolt (keskmine 3,79 ja standardhälve 1,02). Mesila töötubadest osalemisest hinnati vastajate poolt (keskmine 3,57 ja standardhälve 1,06). Kahel viimasel näitajal on standardhälve küllaltki suur, mis näitab et vastajate vastused on enamasti üldisest keskmisest kaugel. Autori arvates näitavad vastused nende endi väärtushinnanguid.

Vastajatel paluti hinnata ka mil määral mõjutavad allpool nimetatud aspektid külastaja mesindusturismiteenuse elamuskogemust (tabel 6) ja kui vastajal puudus kogemus, siis paluti olukorda ette kujutada.

Tabel 6. Mesindusturismiteenuse elamuskogemust mõjutavad aspektid

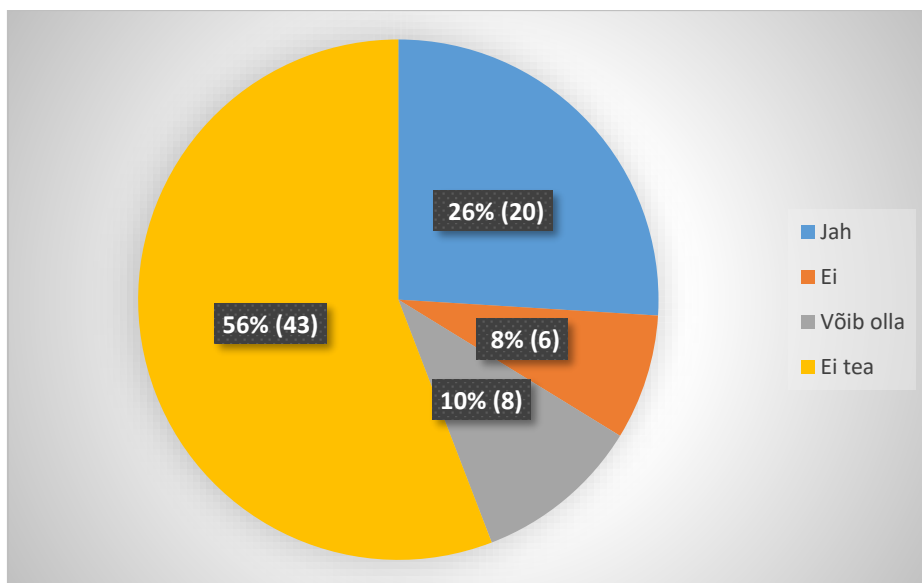
Teenus	Arv	Keskmine	Std
Turvalisus	77	4,46	0,64
Puhas loodus	77	4,64	0,51
Autentsus	77	4,17	0,85
Teenuse lihtsus	77	4,08	0,77
Teenuse unikaalsus	77	3,81	0,87
Kaasamine töötubades	77	3,45	1,08
Osalemine mesinike töös	77	3,17	1,12
Gastronoomilised üllatused	77	3,73	1,08
Ööbimine mesilasmajas	77	3,30	1,21
Saun meemassaažiga	77	3,68	1,13
Heaolu ja tervendavad raviteenused	77	3,79	0,95

Väiteid mõõdeti 5- punkti skaalal: 1- Ebaoluline, 2-Vähe oluline, 3-Ei oluline ega ebaoluline, 4-Oluline, 5-Väga oluline

Tabelis 6 esitatud andmete põhjal on näha, et kõige olulisemalt mõjutab mesindusturismiteenuse elamuskogemust puhas loodus (keskmine 4,64 ja madalaim standardhälve 0,51) ja turvalisus (keskmine 4,46 ja standardhälve 0,64). Järgmised mõjurid olid autentsus (keskmine 4,17 ja standardhälve 0,85), teenuse lihtsus (keskmine 4,08 ja standardhälve 0,77) ja teenuse unikaalsus (keskmine 3,81 ja standardhälve 0,87). Kõige vähem mõjutavad mesindusturismiteenuse elamuskogemust osalemine mesinike töös (keskmine 3,17 ja standardhälve 1,12) ja ööbimine mesilasmajas (keskmine 3,30 ja standardhälve 1,21). Keskpärase tulemuse elamuskogemuse mõjutamisel andis heaolu ja tervendavad raviteenused (keskmine 3,79 ja standardhälve 0,95) ja saun meemassaažiga (keskmine 3,68 ja standardhälve 1,13).

Eesti elanikkonna valmisolek mesilasturismi arendavaid kohti külastada - Küsimusele „Kui lähete mett või meesaaduseid ostma, kas tarbiksite mesindusturismi teenuseid ja apiteraapiat?“ vastati pigem kõhklevalt.

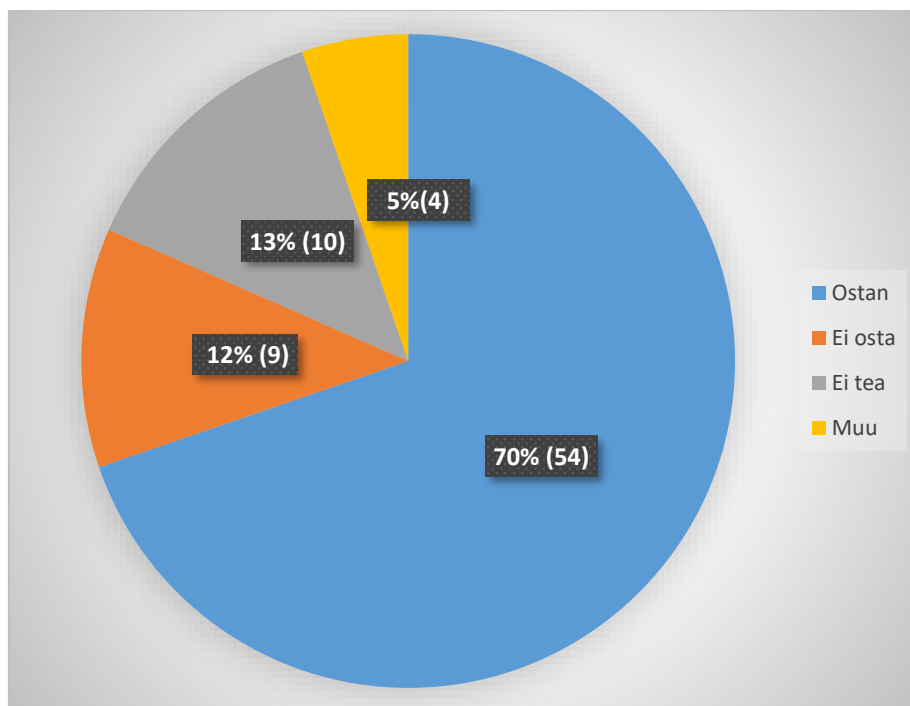
Joonis 2 näitab selgelt inimeste vähest teadmatust mesindusteenuste vastu. Kui inimene läheb mett või meesaaduseid ostma, siis ainult 26% vastanutest (n=20) ostaks teenust, 8% inimestest (n=6) vastas „ei osta“, 10% (n=8) „ei tea“ ja 56% (n=43) „muu“. Autori järeldab, et sektori „muu“ tähendus viitab inimeste mesindusturismi mitteteadlikkusele.



Joonis 2. Külastaja valik -ostes tooteid, -tarbite mesindusteenust, apiteraapiat

Küsimusele „Kas ostate mesindusturismiteenust tarbides/või mesilat külastades mett või meesaaduseid koju kaasa?“ vastati suures osas jaatavalt.

Kui vastaja mesilat külastab, siis 70% neist (n=54) ostavad tooteid kaasa. Joonis 3 annab veel infot, et 12% vastajatest (n=9) vastasid „ei osta“ ja 13% inimest (n=10) „ei tea“ ning 5% inimestest (n=4) vastas „muu“.



Joonis 3. Külastaja valik -tarbides mesindusteenust, apiteraapiat -ostate tooteid kaasa

Lisaks oli ankeetküsimustiku viimaseks reaks võimalus anda vabas vormis tagasiside autorile. Tagasisidena toodi eelkõige välja vähest teadlikkust mesindusturismist, apiteraapiast ja meetoodetest üldiselt ning avaldati soovi sellest rohkem teada saada.

„Teemat tuleb rohkem tutvustada. Soovin jõudu!“

„Võimalus teha, kogeda aastaringselt, et ei oleks ainult suvehooaeg.“

„Tekkis kohe huvi mesilastega koos magamisest, nähtud kunagi televiisorist ja siis juba tundus põnev“.

„Teadlikkus meetoodetest võiks kõigil suurem olla.“

„Apiteraapiast võiks rohkem teada saada (on pealiskaudsed teadmised.“

Üks vastaja märkis ära ka turismitalude teenuste väga kõrge hinnataseme, mis pärsib soovi neid külastada.

„Kõike tahaks proovida muidugi mis turismitaludel on pakkuda, kuid paraku on nii et sealsed teenused/tooted on kallid (hind on muidugi absoluutselt õigustatud, kuid ei saa ise lihtsalt lubada endale neid kulutusi). See on peamine põhjus, mis hoiab mind tagasi neid rohkem külastamast.“

2.3. Intervjuu tulemused

Järgevalt tutvustab autor intervjuu tulemusi.

Intervjueeritavate hulgas on nii staažikaid mesinike Mait, Sander ja Jüri kui ka mesindurismi toodet pakkuvat ettevõtjat Janne ja Ulvi. Mait ja Sander on kasvatanud oma hobist mesinduse väiketootmise ning tootja mesinik Jüri on alustanud mesindusturismialast tegevust. Janne on mesinikuametist välja arendanud autori hinnangul kõige lähedasema mesindusturismi kontseptsiooniga ettevõtte, mis pakub teenuseid ja tooteid aastaringselt. Ulvi on talu perenaine ja arendanud rohkem mesindussaaduste ja looduslike taimekoosluste baasil käsitöö kosmeetikatooteid ning korraldab koolitusi ja retki mesilasse.

2.3.1. Mesinike kogemused

Antud lõigus käsitleb autor intervjueeritavate mesindusturismi elamuskogemusi, mida nad meeeldi ja entusiastlikult jagasid. Autor järeldab, et kogemused, mida mäletatakse aastaid hiljem ja antakse edasi niivõrd emotsionaalsel tasandil, on olnud ehedad ja pakkunud küllastajatele elamusväärtust. Mait jagas oma mesindusturismi aastatepikkuseid kogemusi. Esimest korda puutus ta kokku apiturismiga vähem kui kolmkümmend aastat tagasi Lääne-Virumaal kasutades teenusena meemassaaži protseduuri “...see muutus väga huvitavaks“. Ta kirjeldas väga intusiastlikult ja detailselt mee protseduuride kulgu intervjuu käigus.

Raini elamuskogemus räägib pigem võimalusest, kuidas Eesti paljudele inimestele mesindust tutvustada Rootsi näitel “...osalise klaasseinaga korpustarud toodi bussipeatuste ootepaviljonidesse, kus mesilased lendasid kedagi häirimata paviljoni tagaseina kaudu välja. Ootepaviljoni siseseinal olid teabeplatid mesindusest, mesilate elukorraldusest. Taru käis lahti ja uudistajad said bussi oodates jälgida mesilaste toimetamisi. See meeldis inimestele ja tarusid ei rikutud“.

20. mai on ÜRO poolt kinnitatud Ülemaailne Mesilaste päev, mida on Eesti tähistanud juba mitmendat aastat. „Sel aastal on sihtrühmaks eelkõige lasteaialapsed“.

Neli mesinikku viiest on küastanud Apimondia (Rahvusvaheline Mesinike Ühengute Liit) kongressi raames mesindusretki mesilatesse ja looduskaunitesse kohtadesse. „Reeglipäraselt on kongressid üle kahe aasta ja erinevates maades“. MTÜ Alustame Algusest on alates 1995. aastast regulaarselt Eesti professionaalsetele ja hobimesinikele korraldanud õppereise ja mesindusfestivalide ning -konverentside külastusi ning sellised projektid on osaliselt rahastatud. Reisidelt võetakse tavaliselt kaasa mesindusteraapiaks vajalikke tarvikuid, uusi

mesindussaaduseid ja mesindusalaseid uuendusi. Autorile jäi arusaam, et mesinikud on huvitatud tarbima mesindusturismi teenuseid ja tooteid ning üle võtma kõik innovaatilised lahendused mesindusvallas, kuid ei ole soovi seda teadmist edasi anda läbi teenusearenduse oma mesilas. Kõik mesinikud rõhutasid korduvalt mesindusturismi nii tervislikku kui hariduslikku aspekti. Mesindussaaduseid on teaduspõhiselt uuritud ja nende ravitoimest on teadusartikleid avaldatud. Nii on propalis ja mesilasemürk tavameditsiinis kasutatav tooraine. „*Tooted, mida tehakse erinevatest mesilassaadustest, peaksid mingit toimet avaldama, mingit probleemi inimesel lahendama*“ (Mait). Lisaks on eestlased mett kasutanud saunas käies, ikka peale määrimiseks „...*tegelikult üsna rahvalik viis, kuidas natuke ka apiteraapia võtteid tarvitada oma kodus.*“ Saunatraditsioonid ulatuvad kaugesse minevikku ja on tänaselgi päeval Eesti kultuuri lahutamatu osa. Nii võivad apiteraapia heaolu tooted/teenused (nt meemasaažid, ravimtaimede-meemaskid) leida koha Eestis levinud eri tüüpi saunarituaalides, mis on osa mesindusteraapia protseduurist. Kõigil intervjuueeritavatel oli jagada ühine kogemus: korraldatakse elamusretki oma mesilasse nii lasteaias- kui ka algklassilastele tutvustamiseks mesiniku ametit ja mesilaste tähtsust. Lisaks käivad mesinikud lasteaedades ja koolides, vaatlustaru kaasas ning tutvustavad mesindus- ja keskkonnakaitsetemaatikat. Janel on selleks tarbeks kolmeosaline koolitusprogramm välja töötatud, mis koosneb kahest teoreetilisest osast ja praktikast peremesilas. Praktilises tegevustes kaasatakse lapsi mesiniku toimetamistesse ja töötubadesse, kus valmistatakse vahaküünlaid ja väikeseid meeneid. „*Lapsed on vahetud ja osalevad tegevustes siira rõõmuga*“. Pealegi annab see kogemuse ja teadmisi: „...*mee konkurss, kus lapsed maitsevad lisanditega või erinevate korjemaade mett. Lastel tekib oskus märgata erinevust: mesi on lihtsalt magus või meel on ka erinevad maitsevõimalused olemas*“ (Jüri). Propageerimaks magusaine asendamist mee ja meesaadustega on Sloveenial loodud algatus: „*Novembri kolmandal reedel pakutakse koolides ja lasteaedades „mesist hommikusööki. Mesinikud toovad mett, mida saab pudru või saia peale panna. Lapsed joonistavad pilte*“ (Mait). Sloveenia kooli õppekavas on mesindus sees, „*teatud hulk tunde annab ülevaate mesindust, mesilase tähtsusest, veel toimuvad õppekäigid mesilatesse*“ (Sander). Selline lähenemine kasvatab inimesi juba noorest peast aru saama ja mõistma loodust läbi mesilaste – mesilane kui looduse üks osa – ja tekib teatud mõistmine mesindust. Autori arvates on sellel hariduslikul aspektil ka laiem tähendus - kasvatada keskkonnateadlik ja looduskaitsev põlvkond. Samuti on Eestis lasteaiast lastele korraldatud harivaid retki loodusesse: „*Mesinik viis kõigepealt õpilased niitudele, metsadesse, et tuvastada taimi ja mesilasi nende peal. Küsib, mida nad sealt saavad? Milline on kõige parem korjetaim? Milliseid taimi ja putukaid veel näete? See on õpilaste jaoks – elust enesest bioloogia tunni jätk*“ (Mait).

Nii mitmed Eesti mesinikud on oma õuele mesilasmaja soetanud, kus pereliikmed ja sõbrad „...mesilasperede mikrokliimas lõõgastuvad ehk nagu lihtsamalt öeldakse - mesilaste peal magavad“ (Janne). „... mitmesugused mõjurid: mõnus õhk, taru lõhn, seal õietolmu lõhn, mee aurutamise, nektari, lõhn“ (Sander) või puhkavad mesilaste mikrovibratsiooniteraapias. „Teadlased ütlevad, mõju meile on rahustava toimega“ (Mait). Erinevate sensoorsete tingimuste mõju on uuritud kasutaja kohalolutundele, naudingutele, teadmistele ning tulemused näitasid, et stiimulite lisamine (visuaalne, heli, lõhn) parandab naudingut ja teadmiste skoori saadud kogemuse väärtusele. Igal stiimulil on erinev mõju elamusele, näiteks lõhna tuleks kasutada reaalsuse ja ruumilise kohalolu eelistamiseks ja heli -kaasamise eesmärgil. Autor jagab mesilasteraapia multisensorset kogemust kõrgelt, kuna külastades Avatud talude päevade raames mesilat, sai ka tema osa mesilasteraapiast.

Reeglina toimuvad mesila külastused mai lõpust kuni oktoobrini. Selle turismiharu hooajalisus mõjutab suuresti teenusepakkujate sissetulekuallikaid kevadest suve lõpuni, kuid üks ettevõtte Eestis on leidnud väljundi: „Apiteraapia on aastaringne teenus mesilasmürgiga ja teiste mesindustoodetega“ (Janne). Autor uuris ettevõtte veebilehti (sotsiaalmeediat) ning luges lisaks kodulehel esitletud teaduspõhist informatsiooni teraapia, toodete kohta. Autori hinnangul on teabeallikas usaldusväärne ja tekitas huvi teenust proovima. Apiterapeut/loodusterapeut alustab protseduure konsultatsiooniga ja mesilasmürgi talumise bioproovidega, kus määratakse kliendi mürgitaluvuse piir ja alles siis selgub, milline meetod kliendile sobib. Lisaks apiteraapiale pakutakse ka aastaringselt koolitusteenust käsitöö kosmeetikatoodete vahaküünalde ja meenete valmistamise töötubades ning Janne ise jagab oma oskusi ja teadmisi kootöölepingu raames kursusest osalejale. Janne on oma kogemusi ka mesinike liidus jagamas käinud. „Toimetab ka Tallinnas. Rohkem ma selliseid ettevõtteid ei tea, kes sellise kontseptsiooniga oleks üles ehitatud“ (Mait).

2.3.2. Eesti mesindusturismi sihtkoha tugevused

Eesti mesinduse (mesinike) tugevusteks nimetati:

Hästi välja arendatud mesilad - mesindushoonetega, kus saab eksponeerida tooteid, inventari ja muid tarbeid, kaasata turiste või huvilisi käelistele või mõttetegevustele, vaadata demonstratsioonitarusid ja tutvuda korjetaimedega ja kõike seda saab teha ohutustehnikat silmas pidades. „Näiteks Türi lähedal on oma mesinduskeskus, kus müüakse inventari; on välja ehitatud nõupidamisruum; mesilastarud paiknevad lähedal“ (Mait).

Mesinduse arendamist soosivaks faktoriks on inimeste soov otsida loodusega kontakti, ning hinnatakse kõrgelt puhast looduskeskkonda. „*Hindavad tervist ja tervislikke eluviise ning näitavad apiteraapia ja mesindustoodete vastu kasvavat huvi*“ (Janne). „*Mesila külustus on inimeste jaoks seiklus ja väljakutse.*“ (Sander). „*Inimesed tulevad oma juurte juurde tagasi*“ (Jüri). Täheendab füüsiline keskkond on loodud, mis on osa jutustavast loost, kuid tõdeti, et puudub tahe ja vaba aeg. Põhjuseid on veel mitmeid: mesindusega tegeldakse hobikorras oma põhitöö kõrvalt; viie lapse emal olid juba vanaema kohustused; ollakse tegusad mitmes ettevõtmistes; osaletakse lektorina või praktika juhendajana koolitusprogrammis. Siin tajus autor vastuolu ja erinevaid arvamusi: „*Kõik on võimalik tuleb lihtsalt alustada väikeste sammudena*“ (Janne). „*Pigem puudub tahe ja motivatsioon oma tegevust laiendada*“ (Jüri). Hinnatakse puhast loodust ja käiakse matkamas, kuid kardetakse mesilasi: „*Hirmust nõelata saamise vastu kardavad inimesed mesilaste läheduses olla ja alateadlikult see võib mõjutada elamust.*“ (Janne). Selgitustöö, külastajate informeerimine, teadlikkuse tõstmine on üks võimalus kliente rahustada ja julgustada teenuseid katsetama. „... *selgitustöö, minu kogemusel, kannab tavaliselt vilja*“ (Janne).

2.3.3 Tulevikuvaade mesindusturismi arendamisel Eestis

Mesindusturismi sihtkoha võimalustena nimetati Eesti rikkalikku loodusmaastikku, mis annaks lisandväärtust mesindusturismi arendavatele kohtadele. Ühildatakse inimeste soov matkata ja viibida looduskeskkonnas mesindustegevustega, nt retked putukatemaailma, tunne kodumaa korje- ja ravimtaimi. Samas pakub mesinike tegevustes osalemine väljakutseid nii mitmetele inimestele, kuna ikkagi kardetakse nõelata saamist. Mesinikelt küsides selgus, et mesindusturismi toote arendamise osas on erinevate sihtgruppide vahel eriarvamused. Ettevõtjad reageerisid optimistlikult, autori arvates räägivad nad oma kogemusest. „*Vähehaaval arendama, kujundama sellest mingit tegevust, aga et atraktiivne - see oleks natuke liiga kõrgelt hinnatud, selleks peaks olema hästi arendatud valdkond, mida praegu, võib olla tulevikus*“ (Mait). „*Eestil on siin muidki loodusväärtusi, linnuvaatlusi ja mida kõike, milles mõttes ta on turismimaaks kujunenud juba*“ (Sander). „*Mine tea, võib olla kunagi ka mesindusturism, apiturism kujuneb*“ (Jüri). „*Tuleks alustada väikesest võimalusest ja laiendada tegevusi*“ (Ulvi). „*Eestil on potentsiaal saada atraktiivseks mesindusturismi sihtkohaks – kõigepealt on vaja head pealehakkamist ja pühendumist töösse*“ (Janne).

Ühisel arvamusel oldi just keskuselaadsete arengute osas, mis eeldab mesiniku pühendumist tegevusse ja vaba aja olemasolu. Samas hinnati veel oskust suhelda: „*kes oleks ja sooviks olla hea mesindust tutvustav lektor ja esineja*“ (Mait). „*Tulevikuvaates võib sellest areneda üks*

majandustegevuskülgi, nii öelda ärimoment – pakkuda teenust mesindusturismi näol“ (Jüri). Samas tõdeti mesiniku või teenusepakkuja üldisi teadmisi nii mesindusvaldkonnast, mesindusajaloost kui ka teadusuuringutest. Inimene kes tutvustab mesindust peab omama kompetentsi, et olla usutav ja ka usaldav. Sellisel moel on võimalik küllastajate arvu suurendada. „Mesinik peaks olema küllalt tark, et rääkida sellest, mille poolest mesi on kasulik ja millised on tema omadused ja osata seda tarkust siis edasi anda“ (Mait). „ Mesiniku poolt tegelikkusele vastavad nõuanded alati asjakohased (Ulvi).

2.3.4. Mesindusturismi arendamise võimalused

Mesinike liitude kaudu on võimalik osaleda nii koolitustel (apiteraapia ja mesindussaaduste teaduspõhiseid uuringutega seoses) kui ka saada ekspertnõuandeid. Aastaid on mesinike nõustanud tuntud kardioloog Enn, kes on avaldanud kirjutisi mesindussaaduste raviomadustest ja apiteraapiast. „Mesinikud said temalt juhiseid, mida oma klientidele jagada. Mesinik peaks alati teadma, mida räägib, alati tõtt“ (Sander). Intervjueeritavad olid teadlikud nii apiteraapiast kui ka mesindussaaduste kasutamisest tervise hüvanguks. Inimestele tuleb tutvustada nende heaolu ja tervise parendamise võimalusi apiteraapia ja mesindussaaduste kaudu, sest need teadmised on antud põlvest põlve edasi ja tuhandeid aastaid järgi proovitud ja tõestatud, st täielikult tõendus põhine ning toimeained mesindussaadustes on 100% raviomadustega.

Mitmed intervjueeritavad mainisid võimalusena oma mesila või mett tutvustava loo jutustamist. Ilus lugu võib olla atraktiivne müügiargument. Autor külastas mesinduteenust pakkuvate ettevõtete kodulehti ja tões, et kõigil oli oma lugu, mida jutustati. Aineist oli võetud pärimuslugusest, muistenditest, ajaloost ja oli ka väljamõeldud legende. Autori hinnangul on lool väärtus, mis seostub koha, pakutava toote ja teenusega ning jutustajal jääb vaid lugu täiendada. „Legend, kunagi turul oli kaks müüjat kõrvuti mett müünud ja ühel müüjal läks mesi päris hästi, aga teisel mitte. Pärinud siis teine oma letinaabrilt aru, milles tema müügiõie seiseb. See mesi on kogutud ja vurritatud kuuvarjutuse aegu – so erilise toimega, „kuuvarjutuse foon“ - see annab meele erilise lisandväärtuse ja kõik tahavad seda kuuvarjutuse mett osta“ (Mait). „Selliseid müügiargumente võib ju vahel heas mõttes välja mõelda, aga muidugi valetada ei tohi kunagi kliendile“ (Jüri).

Mesinikel ja mesindushuvilistel on jätkuvalt võimalus taotleda projektipõhiseid õppereise Alustame Algusest MTÜ kaudu, kellele 17.12.2021 on omistatud Erasmuse akrediteering täiskasvanuhariduse valdkonnas - perioodiks 01.02.2022-31.12.2027 – Euroopa Liidu programm ERASMUS +, Euroopa Solidaarsuskorpuse Agentuur, Haridus- ja Noorteamet „Rikastab elu,

avardab silmaringi“. Samas arutleb autor, et nendelt reisidelt on mesinikud juba 1995. aastast värvikaid mesindusteenuse kogemusi ammutanud ja selle aja jooksul pole kellelgi olnud soovi sarnase tegevusega alustada Eestis.

Ohutust silmas pidades on mesinikel on võimalik külastajate turvariietust projekti raames KOVst taotleda, mis annab jällegi võimaluse mesinikel külastajagruppe oma mesilas vastu võtta.

Mesinikel on võimalus osaleda „Avatud Talude Päevadel“, mida otseselt ei toetata, küll aga reklaamitakse. Igal suvel on registreerunud osalejaks kümne mesindustalu ringis ja kuna seda riiklikult propageeritakse, siis võib öelda, et ka see on kaudne toetus nähtavaks tegemiseks.

Eesti Mesindus Liit on aegajalt turismiorganisatsioonide soovil korraldanud reise Eesti mesilatesse. *„Turistideks on enamasti Poola mesinikest koosnevad grupp, kuigi sellised nähtused ei ole laialt levinud ega ole ka väga hästi organiseeritud. Aga tulevikuvaates võiks see olla üks apiturismi laienev, arenev võimalus“* (Mait). Autori arvates on algatus loodud, mida tasuks edasi arendada.

2.3.5. Takistused mesindusturismi arendamisel

Mesinike sõnul on inimeste vähene teadlikkus mesindust ja sellega seotud tegevustest, mesindusteraapiast ja apiteraapiast mesindusturismi arendamisel suureks takistuseks. Autori arvates ei jõua teatud väljaanded suuremale avalikkusele kättesaadavaks vaid liiguvad rohkem mesindusliidu inimeste ringis. *„...paljud inimesed tihtipeale hirmust nõelata saamise vastu kardavad mesilaste läheduses olla“* (Ulvi) *„Inimeste teadmised mesilaturismist ja apiteraapias on napid“* (Janne). Sanderi arvates mesinikud ei taju esimese hooga majandustegevust arendades, mis võiksid olla need lisavõimalused. *„Esimesena nähakse meetootmist ja selle müümist“* (Jüri). *„Jäädakse mesindussaaduste juurde. Aga turismi osa juurde mõelda, et tuua huvilised enda mesilasse või mesinduse juurde, selleni võib olla ei jõuta“* (Mait). Enamik mesinike pidas nende nõrkuseks vähest suhtlemisoskust või lihtsalt puudub soov suhelda. *„Eestlaslikult me tahaks pigem nohisedes omaette olla ja see võib olla üks probleem“* (Mait). *„Hea suhtleja peab olema, kes kavatseb apiturismi edendada, klientuuriga või huvilistega tuleb suhelda“* (Janne). *„Perspektiivi ei tunnetata, suhtlemise osas pole ka piisavalt neid omadusi välja arendatud“* (Mait). *„Parem olla omaette, müüa oma mett nii palju kui see õnnestub“* (Sander).

Mesinik ja mesinduse nõustaja Janne avaldas 2022. aasta veebruaris Saaremaal toimunud apiteraapia kallakuga mesinike koolitus materjalid, kus tõdeti, et Eesti põlisel, metsa- ja nõiarahval on iidne mesindussaaduste kasutamise oskus veidi rooste läinud. Põlvkondade järjepidevad teadmised on katkenud. Ajapikku on see oskus asendunud allopaatilise (sünteesilistel ainetel,

keemial põhinev) meditsiiniga ning loodusravi, taimed ja mesindussaadused on tänasel päeval liigitatud alternatiivmeditsiini alla ning seda tarkust medõdedele ega arstitudengeile enam ei loeta ega õpetata. Kuulus Eesti – Läti juurtega doktor, Helju Vilomaine¹, kes oli palju aastaid ülemaailmse APIMONDIA pea-apiterapeut, leidis et just allopaatiline meditsiin on alternatiiv ja sageli liiga lühikest aega uuritud ning enamasti inimeste peal alles katsetamisel. Kuid apiteraapia, mesindussaaduste kasutamine tervise hüvanguks, on tuhandeid aastaid järgi proovitud ja tõestatud (täielikult tõenduspõhine) ja kõik toimeained mesindussaadustes on 100% raviomadustega. Lisaks tunti muret, et apiteraapia protseduurid ja mesindussaadustega ravi ei ole seadusega reglementeeritud. „*Probleem, et selline tegevus peaks olema teatud kombel ametliku meditsiini poolt hinnatav ja lubatav*“ (Mait). „*Peaks olema teatud ettevalmistus nendel inimestel, et pakkuda teenust*“ (Janne). Maidu sõnul eeldab iga apiteraapia protseduuri läbiviimine kindlat tehnikat, oskust ja kogemust, mida omakorda õpitakse kogenud spetsialistilt. „*Apiteraapiaõpingud, praktikad, teadmisi ja kogemusi tuleb täiendada läbi pideva õppeprotsessi*“ (Jüri). Autori märkus - Sloveenias on mesindusturismi toote- ja teenusepakkujad sertifitseeritud, arvestades mitmeid mesinduse ja apiteraapiaga seotud kriteeriume.

2.3.6. Mesinike huvi mesindusturismiteenust arendada

Enamus intervjueeritavatest tõdes, et Eesti mesinikel on huvi nii teiste riikide mesindustegevuste kui ka Eesti mesinduse vastu. Nii on professionaalsed kui hobimesinikud regulaarselt käinud õppereisidel, mesindusfestivalidel ja mesinduskonverentsidel. Külastatud on erinevaid riike, seal hulgas Eesti, Soome, Rootsi, Norra, Läti, Leedu, Taani, Saksamaa, Austria, Poola, Šveits, Tšehhi, Ukraina, Sloveenia, Portugal, Iirimaa, Valgevene, Hispaania, Ungari, Horvaatia ja Venemaa. „*Mesinikud on uudishimulikud, mida teised mesinikud teevad*“ (Jüri). „*Meil on tavapärane olnud see, et erinevate riikide mesinike grupid käivad teistes riikides külastamas sealseid mesilaid, nii et seda liiki turismi ikka on. Me tihti võtame vastu Leedu, Põhja-Läti ja Soome gruppe. Viime neid oma parimatesse mesilatesse, eks seegi ole omal kombel apiturism*“ (Mait). „*Mesinikud ise tunnevad apiteraapia vastu huvi*“ (Ulvi).

2.3.7. Toetusmeetmeid turismiteenuse arendamiseks

Mesindusprogrammi sisu uurides, leidis autor, et Eestil on algatus loodud populariseerimaks mett, mesilasi ja mesindust läbi regulaarsete turundustegevuste, sealjuures eraldi keskendudes noortele,

¹ Helju Vilomaine- õppinud kardioloog, 10 aastat töötanud südamearstina (Metsallik, 2018)

kes kujundavad mesindustoodete tuleviku tarbimist. Välja on arendatud programmid lasteaialastele ja kooliõpilastele populariseerimaks mett, mesilasi ja mesindust (mesila külastus, esitlus, faktilehed, interaktiivsed vahendid vms) 2020. aastaks. „*Tänaseks päevaks on meedias avaldatud artiklisari mesinduse mitmekülgsedest võimalustest apiteraapia, mesindusturismi, vaha kasutamise teemadel. Koostöös toitumisteadlastega välja töötatud ettepanekud mee kasutamiseks kooli- ja lasteaia toitudes magusaine aseainena.*“ (Mait).

Autor uuris täiendavaid võimalusi toetusmeetmete kohta:

- Põllumajandustootjate ja toiduainetööstuste konkurentsivõime tõstmiseks rakendatakse investeringutoetusi tulemuslikkuse parandamiseks, töötlemise toetusi mikro- ja väikeettevõtjatele, väikeste põllumajandusettevõtete toetust ning eraldi investeringutoetusi ka suurettevõtete arengule kaasas aitamiseks. Mesinikud väitsid, et kui mesinikul on tahe, siis leiab investeringute võimalusi, kuidas oma ideed väljast poolt toetatult Eesti riigi või Euroopa Liidu poolt ellu viia. „*Seda tavaliselt tootjamesinikud saavad, näiteks Kullamaal üks mesinik ehitas välja mesinduskeskuse*“ (Mait). Mesindussektori arengu toetamiseks rakendatakse mesindusprogrammi ning mesilasperede toetust.;
- Põllumajandusliku turukorraldusmeetmena rakendatakse koolikavade toetust, toetatakse nõuandeteenuse toimimist ning tehakse järelevalvet turukorralduse üle. Vajalik on noorte huvi tõstmine põlvkondade vahetuse soodustamisega - tuua noori põllumajandussektoris (mesindusse). Olulisemad teenused tegevuse elluviimisel on põlvkondade vahetuse poliitika kujundamine, mida rakendatakse PRIA teenuste kaudu (toetuse väljamaksmine);
- Noorte põllumajandustootjate osakaalu suurendamiseks ja põlvkondade vahetuse toetamiseks rakendatakse noore alustava põllumajandustootja toetust ning noore põllumajandustootja otsetoetust;
- Selleks et tagada Eesti mesindustootjate (põllumajandustootjate) sissetulekute stabiilsuse tagamiseks rakendatakse erinevaid toetusmeetmeid (sh maksuerisusi; EL otsetoetused);
- PRIA teenuste kaudu rakendatakse toetuste väljamakseid ühistegevuse ja koostöö arendamiseks, et tugevdada põllumajandustootjate positsiooni turul (Riigieelarve seletuskiri, 2023). Euroopa Liidu ühenduse algatusprogrammi Leader eesmärk on edendada kohalikku

elu maapiirkonnas läbi kohaliku tasandi koostöö, aidates luua kohalikel partnerlustel põhinevaid maaelu arengu strateegiaid. Programmi alus on kohalik lähenemine, mis võimaldab paremini ära kasutada maapiirkonna sisemisi arenguvõimalusi.

Leader-tüüpi lähenemise printsiibid on järgmised:

- Piirkonnapõhine lähenemine – poliitika rakendamisel võetakse aluseks kohalik tasand, mis võimaldab piirkonna potentsiaali äratundmist ja peamiste kitsaskohtade kindlakstegemist.
- Altpoolt tulev algatus – kohalikud osalejad otsustavad strateegia väljatöötamise ja seavad kohaliku piirkonna prioriteetid.
- Avaliku ja erasektori partnerlus – kohalikud tegevusrühmad liidavad avaliku ja erasektori ning määratlevad ja rakendavad kohalikku arengustrateegiat.
- Uuendusmeelsuse soosimine – kohalikke tegevusgrupe julgustatakse toetama tegevusi, mis otsiksid uuenduslikke lähenemisi maapiirkondade arendamisel ja probleemide lahendamisel.
- Integreeritud ja mitut valdkonda hõlmav lähenemine – soositakse strateegiaid, mis toetavad kohalikku arengut terviklikult ning seovad erinevad sektorid omavahel.
- Võrgustikutöö soosimine – eesmärk on vahetada saavutusi, kogemusi ja oskusteavet probleemide lahendamisel nii kohalike tegevusgruppide vahel, riigi sees, riikide vahel kui ka üleeuroopalisel tasandil.
- Koostöö edendamine – ühisprojektide korraldamine koos teises piirkonnas, liikmesriigis või isegi kolmandas riigis asuva Leader-rühmaga või sarnast lähenemist rakendava rühmaga.

Maaelus tegutsevaid sihtrühmi hõlmav lähenemine aitab muu hulgas kaitsta kohalikku loodus- ja kultuuripärandit, tõsta keskkonnateadlikkust ning investeerida ja edendada kohalikke tooteid, turismi ning taastuvaid loodusvarasid. Eesti Maaelu Arengukava Leader meetme projekti „Romantiline Rannatee“ abil kujundatakse piirkonnale ühine identiteet, mille kaudu on kogu piirkonda tõhusam turundada. „**Aeglased hetked mesilakülastusel**“ Tormikadaka talu on „Romantilise Rannatee“ üks sihtkohti (Romantiline rannatee).

Eesti Mesinike Liidul (EML) mesindusturismi alaseid partner/koostöösuhteid Eestis või rahvusvahelisel tasandil

„Seda koostöö mõtet ei ole veel üles kaevatud“ (Mait). Sander teadis rääkida, et Sloveenia Mesinike Liidu esimees on ka Apimondia asepresident ja sageli nad pakuvad välja ideid koostööks arendada mesindusturismi, kuid Eestis pole sellele kutsele veel reageeritud. „Sealt tuleb selliseid mõtteid ja algatusi ja vahetevahel ka kutseid, et teeme koos, aga üldiselt on see praegu veel väga arengu järgus“ (Mait).

Eesti Mesinduskeskus

Mait: „Sellised suurprojektid algavad peale entusiastlikest eestvedajatest, vahel piisab ühest, enamasti on neid natuke rohkem vaja. Kui tekib entusiastide grupp, kes seda hakkaksid vedama, mitte niivõrd majandusprojektiks kuivõrd selliseks meeldivaks ja innustavaks ühiskondlikuks tegevuseks“. Kuigi seda ei teata millal see teoks võiks saada. „Need üksikud väiksed tegevused selles suunas aitavad kaasa. (Jüri). Autorile tundus, et kõik toetaksid sellise suure mesinduskeskuse loomist, sest taline keskus aitaks kaasa rahvalike tervistavate tegevuste propageerimisele.

Küllastajate tagasiside

Enamasti väljendatakse oma vaimustust kohapeal. „Põhjamaalased ja eestlased on ju tagasihoidlikud midagi otse ka ütleva, kui kiitma peaks“ (Janne). „Lapsed tulevad joonised käes, et vaadake, nii tore oli, lapsevanemad kiidavad. Seda küll, lapsed on vahetumad“ (Sander).

Olulist, mida sooviksite minuga jagada või millele tähelepanu suunata

„Kogu see mesindus on imepärane maailm ja see hoiab meid looduse lähedal, annab meile mõnusat olemist, enesega rahulolu saavutatust, et me oleme sellise toreda, super organismiga koostöös nagu mesilaspere on ja teistpidi saame mett, tervist, saame nõela“ (Mait).

„Tegelikult tõepoolest see mesilasmürgi või muude nende produktide toodete mõju on organismile üldtugevdav“ (Janne). „Kaasnev heaolu...“ (Ulvi). „Mesindusega tuleb alustada teadlikult ja väikeste sammudega.“ (Sander). „Mesinduse inventar on kallis ja mesilaspere hinnad samuti. Muidu juhtub ikka nii, et noored alustajad ostavad kohe viis taru, paljundavad ühe suvega topelt, teise suvega vee, loodetakse kohe kasumlikult tootma hakata, kuid kolme, nelja aasta pärast loobutakse, kuna algaja mesiniku kulud on tunduvalt suuremad kui raha sisse tuleb. Mesiniku amet on eelkõige eluviis“ (Mait).

Metsamoor: „*Võrumaa naiseltsid on jõudnud arusaamani, et arenguvõimelise ja elamisväärse külaühiskonna ülesehitamiseks on vaja täita neli tingimust, mis täiendavad ja soodustavad üksteist. Korraldada koolitusi (kursuseid, õppepäevi, kindlasti õppereisid) inimestele, kes seni on elanud ainult põllumajandussaaduste müügist, nende silmaringi laiendades. Korraldada ühisüritusi, et süvendada ühistegemistel õlg - õla- ja vastutustunnet. Luua tingimused küla- ja taludevahelise koostöö ergutamiseks. Arendada välja oma küla kuvand ühisürituste, -ettevõtmiste kaudu, luua oma küla omapära ja kõiki tingimusi arvestav koostöövõrk. Kui külas alustab ettevõtet tubli inimene, võib ta enda ümber koondada teisigi "samutimõtlejaid". Nii tekibki omamoodi seltsing, kes tegutseb ühiseid eesmärke silmas pidades, ühendades seltsielu, ettevõtluse ja hobi.“*

Valmidus koostööks näiteks turismisektoriga või teiste majandusharu/ organisatsiooniga

EML sõnul ei ole sellist plaani veel arutatud. „*so lihtsalt perspektiiv ühe võimalusena*“ (Mait).

Koostööpartnerlus

Kaardistades mesindusturismi teenuseid/tooteid ja apiteraapiat pakuvad ettevõtted, keskendus autor ühe aspektina ettevõtete tegevustele partnerpakkumiste vaates. Koostööpartnerlus mängib olulist rolli kliendikogemuse ja sihtkoha külalislahkuse kujundamisel. Autor toob välja juba toimivad partnerlus-koostöö kontseptsioonid:

Honey Wolf OÜ apiteraapia ja loodusravi keskus asub Kohtla-Järvel ja Tallinnas, ning peremesila Sondas. Tegemist on omafinantseeringuga ülesehitatud ettevõttega ja tegev alates 2014. aastast. Apiteraapia keskuses pakutakse loodusravi, apiteraapiat ja mesilasteraapia protseduuri. Korraldatakse individuaalsed-, grupi- ja pereekskursioone peremesilasse, mille käigus saab külastada mesilasmaja, tutvuda mesilaspere eluga ja mesinduse ajalooa. Samas tutvustatakse mesilasteraapiat (taru õhu sissehingamine -inhalatsioon-, „*mesilasmajas mesilastarude peal magamine- kõige populaarsemad teenused*“ apiteraapiat ja hirudoterapiat (kaani-) protseduure, näidatakse kohapeal valmistatavaid orgaanilisi käsitöö kosmeetikatooteid, mida saab proovida ning ettevõttes valmistatud meetooteid degusteerida. Pakutavate teenuste hulgas on veel keha puhastus meekoorimise ja mähkimisega. Lisaks on avatud meistriklass lastele ja täiskasvanutele, kus valmistatakse vaha- küünlaid ja seepe. Kohapeal tegutseb suveniiri- ja käsitööpood, kus pakutakse mesindussaaduseid, looduslikku Eesti käsitöökosmeetikat ja kinkekompakte. Mesinikele müüakse mesilasperesid, mesilasemasid, mesilaste paviljone ja meemajanduse inventari. Lisaks pakutakse tolmeldamise teenust põllumajandusettevõtetele ja aiaomanikele. Ettevõtte on tihedas kontaktis Eesti Mesinike Liiduga ja mesinduse ning apiteraapia alal tegutsevate teadlaste -, spetsialistide - ja ekspertidega.

„*Oleme taotlenud „Leader programmi raames toetust ja KOVst kuid ei saanud positiivset kinnitust.*“ Ettevõtte osaleb regulaarselt mesindusalastel konverentsidel, seminaridel ja näitustel nii Eestis kui ka mujal maailmas. Ettevõtte koduleht sisaldab teavet protseduuride, toodete kohta ning võimaldab osta tooteid e-poest ja teha *online*-broneeringuid. Kajastatud on teaduslikke lähenemisi protseduuride tervislikele aspektidele. Ettevõttel on mitmeid partnersuhteid. Lisaks on ettevõtte juhil koolitus-koostöö Alar Krautmani Terviseakadeemia ja Põlistarkuste ja Rahvaravi Kooliga, „... õpetan mesilasnäoelravi, Hirudoteraapiat (ehk kaaniravi), siseelundite kõhumassaaži, loodusravi, vaakummassaaži, gua-sha massaaži, mee massaaži, piimanäärmete ravimassaaži ehk rindade massaaži, löök-dünaamilist massaaži, Fohow bioenergeetilist hiina meditsiini taastavat massaaži juba kolmandat aastat.“

Värtemäe talu Metsamoori mesila asub Metsamoori Perepargis Võrumaal, Antsla vallas, koondades Kaika kandi külade ettevõtlikke talusid. Värtemäe on mesindusturismi talu, kus käib rohkesti külalisi pensionäridest koolilasteni. Lisaks mesinduse ajaloole tutvustab Mati Urbanik koolilastele ühiselulisi putukaid, nagu kimalasi ja sipelgaid, isegi herilasi. Värtemäe talus on väike meemuuseum ja klaasseinaga demonstratsioonitaru. Mesilaste elu ja mesindust tutvustavaid elamusretki (erinevad paketid pannakse kokku tellija soovidest lähtuvalt) viiakse läbi mai keskpaigast kuni oktoobrini. Kevadeti käib talus iga päev õpilasekursioone. Lisaks pakutakse elamusretki Veetka Metsamoori Kodus, korraldatakse Metsamoori suvelaagreid ja terviseleenguid (küllakutsena) ning koolitus.

Värtemäe lugu: „Ennevanasti läinud üle praeguse Värtemäe talu maade Poola-Rootsi piir. Kuna tollal olnud siinkandis suured läbipääsmatud põlismetsad ja piirkonda läbis ainult üks tee, siis ehitati siia suured väravad. Väravad olnud nii suured ja massiivsed olnud, et nende kinni ja lahti tegemiseks oli mitut tugevat meest vaja läinud. Väravapoolte liikumisest tekkinud kolinat oli kuulda Vana-Antsla mõisassegi. Rahvasuu räägib ka, et kesk-öösiti istunud sellel väraval Kurat ja kõlgutanud hoogsalt jalgu, nii et värav kääksus hingetarretavalt. Teine kurat saanud kadedaks ja ehitanud endale ka värava - Karsi mäe otsa. Nüüd istunud Kuradid kahekesi öösiti oma väravatel ja kiiksutanud-kääksutanud neid üksteise võidu.“

Giidiga tuur- Kohaturundusprojekt „Romantiline Rannatee“ ühendab endas kõiki Pärnu Lahe Partnerluskogu tegevuspiirkonna omavalitsustes tegutsevaid ettevõtjaid, seltse, MTÜ-sid, kohaliku toidu pakkujaid ja kohalikke vaatamisväärsusi, kes soovivad olla külastajatele avatud. **Tormikadaka talu**, Kastna küla, Pärnumaa. „Tule koge aeglaseid hetki“ mesilakülastusel: antakse ülevaade mesilaste ja mesiniku tööst; uuritakse mesilaste elu demonstratsioonitarus ning läbi saab

teha mõne mesiniku töövõtte. Tuur sisaldab mee degusteerimist ning teadmist, kuidas mesindus seostub aeglase hetkedega. Turvalisust silmaspidades tagatakse vajalik kaitseriietus ja töövahendid. Mesilakülastus sobib nii lastega peredele kui sõpruskondadele. Soovi korral saab kaasa osta ka kohalikke meetooteid. Eesti Maaelu Arengukava Leader meetme projekti Romantiline Rannatee abil kujundatakse piirkonnale ühine identiteet, mille kaudu on kogu piirkonda tõhusam turundada.

Olustvere mõisa apiteraapia majake (koostöö mesinikuga)

Olustvere mõisa pakutavad teenused: konverentsid, seminarid; peoteenindus, erinevad teenuste pakettid ja gruppide toitlustus. Külastajad saavad osa klaasi-, keraamika- villa ja käsitöö-, leiva-, mee- ja sepikoja tegevustest, ratsutada ning kalessiga sõita. Meekojas saab vaadata slide mesilaste elust, klaastarus mesilasi jälgida, degusteerida mett, valmistada vahaküünlaid ning tutvuda mesindussaadustega, mesilastaru ja -tarvikutega. Apiteraapia majas kestab seanss minimaalselt 30 minutit ja maksimaalselt üks öö.

Sama kontseptsiooniga mesilamaja asub ka Anija mõisa pargis, kuid elu seal sees veel ei ole.

Polgu Talu Apiteraapia- ja Koolituskeskus.

Ärinimega ettevõtte Eneken OÜ tegutseb 2010. aastast Polgu mesilastalus ja toodab taimeteed, looduslikust toorainest erinevaid looduslikke käsitöö salve, kreeme kehaõli-koorijaid ja huulevõideid, millele on lisatud ürte, mett ja mesindussaaduseid igas vanuses sihtgrupile ja teenustena on plaanis pakkuda sauna kasutamist, meemassaaži ning lõõgastusseansse mesilas (mesilaste sumina kuulamine, mesilaste tegevuse jälgimine, mesilaõhu sissehingamine ning ööbimisvõimalust. Ettevõtte teine suund „Mesilase ja inimese vaheline sümbioos“ koolituste läbiviimine 5-20 inimesele ja käsitöö kehahooldustoodete õpituba (Polgu talu). *Leader programmi raames taotleti tegevustoe- tust „Kasvuhoone päikesekuivatatud aedviljadele“ – toetust ei saanud - kuna rahasumma oli väiksem kui toetuseäär, siis lisati taluperemehe „Puutöötoa tarbeks vajaminevad materjalid“ – liiga laialivalgav temaatika – ei saanud positiivset vastust. KOVst (Kohalik Omavalitsus) taotleti “Elamus kogemus Tõllakuuris“ (külmmajutus, heintel magamine, pärimustoidu valmistamise ja vikatiga niitmise koolitus ning mesilaga seotud tegevused) – ei saanud toetust.*

Kullamaa Mesikuma mesila Meemaja – Tootja mesinik

Emesi OÜ asub Jürihansu, Ubasalu küla, Lääne-Nigula vald Lääne maakond. Juhatuse liige Andres Tamla on Mesinike liidu juhatuse liige ning üks kahest kõrgeima taseme mesinduskonsulendist

Eestis. Teenustena pakutakse: elamusööbimist kuni neljale inimesele Jüri-Hansu talu meemajas mesilasteraapia toas, kuhu on kohandatud kööginurk ja duširuum; koolitusi mesindustegevustest ja -kogemustest avaras õpperuumis; mesindust tutvustavat ringkäiku mesitarude juurde, kus külastajad kannavad kaitseülikonda. Lisaks pakutakse maitseelamusi – naturaalse, kreemja mee ja erinevate lisanditega (kummel, kanarbik, vaarikas, tatar sidrunhein ja vetikas, karusmari, peet ja mustasõstar) mee degusteerimist. Tootevalikus on veel vitamiinirikas, mineraalsooladega ja kõrge toiteväärtusega toidulisand - suur ehk mesilaste leiba. „*See on vitamiinipomm, mida võib pudrule lisada või niisama sisse võtta. Kui õietolm koosneb teadlaste arvates 240 komponendist, siis suiras on neid veelgi enam.*” Meemaja teraapiatoas on kaks laia lavatsit, mida saab ka pehmedada madratsiga.“ Nende all paiknevad kohe mesilasperede pesaruumid, kus elab oma igapäevaelu paarsada tuhat mesilast. Lavatsid on kaetud laudadega ja tihenda võrguga, nii et mesilased ei pääse tuppa, küll aga saab osa mesindusteraapia protseduurist – tarulõhna inhaleerimine ja taruhäälte kuulamine –,mediteerimine“ Teraapiatoas näeb mesilasi kärjel askeldamas — selleks on kahelt poolt klaasiga kaetud vaatlustaru, mis paikneb teraapiatoa ja WC-vahelises seinas. Mesikuma kodulehelt saab e-poe vahendusel osta mett ja meesaaduseid, mesilasperesid ja mesilasema ja mesindusalast nõuande teenust. (41,45 eurot/tund). Nõuannet saab alates sellest, kuidas valida mesilasse inventari, kuni selleni välja, kuidas kirjutada mesindusalseid projekte (PRIA-le või Töötukassale). Tamla teeb koostööd Maaelu Edendamise Sihtasutusega (MES) ning MESi hinnakirja järgi on nõustamisteenuse hind 41.45 eurot/tund. Soovi korral saab taotleda MESist nõuandetoetust, mis katab kuni 90% nõustamisteenuse hinnast. Nõuandetoetuse saamise tingimused: toetust on võimalik saada mesindusega tegeleva füüsilisel isikul või eraõiguslikul juriidilisel isikul, kelle omandis on või kes kasutab muul õiguslikul alusel vähemalt 0,3 ha maatulundusmaad ning kelle mesila on registreeritud PRIA põllumajandustoetuste ja põllumassiivide registris. Ettevõtte on saanud PRIA toetusi: MAK (maakondlik arenduskeskus) meede 4.1. Põllumajandusettevõtete tulemuslikkuse parandamise investeeringutoetus (2014-2020) - Mesila lao rekonstrueerimine ja mesilasvahast kärjepõhja ostmise; – Objekti või tegevuse lühikirjeldus, eesmärgid ja oodatavad tulemused. Mesila laoruumi korrastamine. Eesmärk ettevõtte tulemuslikkuse parandamine, majandustegevuse edendamine. Oodatav tulemus – paremad töötingimused, mesilasperede arvu suurendamine; MAK meede 6.3. Väikeste põllumajandusettevõtete arendamise toetus. Ehitamine (rekonstrueerimine): põllumajanduslik ehitist [investeering] – mesila hoone rekonstrueerimine; Ostmise: materiaalne vara sh bioloogiline vara [investeering] – kaanetise sulatuskast, mesindusinventar, puhur; – Objekti või tegevuse lühikirjeldus, eesmärgid ja oodatavad tulemused. Hoone välisseinte soojustamine, akende vahetus, siseruumi rekonstrueerimise tööd. Eesmärk hoone kasutusea pikendamine, tagada hoone ja selle üksikute ruumide põhilised kasutusomadused. Oodatav tulemus – paremad

töötingimused, hoone efektiivsem kasutus; MAK meede 19.2. Kohaliku tegevusgrupi toetus ja LEADER-projektitoetus. Hoone katusekatte vahetamine ja teraapiatua ehitamine – objekti või tegevuse lühikirjeldus, eesmärgid ja oodatavad tulemused. Hoone katusekatte materjali vahetamine ja teraapiatua ehitamine. Eesmärk hoone kasutusea pikendamine, tagada hoone põhilised kasutusomadused. Oodatav tulemus – paremad töötingimused, hoone efektiivsem kasutus; MAK meede 4.1. Põllumajandusettevõtete tulemuslikkuse parandamise investeeringutoetus (2014-2020). Mesindusinventari ostmine. logo-mak-2014-2020-h-col-eu-text – objekti või tegevuse lühikirjeldus, eesmärgid ja oodatavad tulemused. Mesinduseks vajaliku inventari soetamine. Eesmärk ettevõtte tulemuslikkuse parandamine, majandustegevuse edendamine. Oodatav tulemus – paremad töötingimused, mesilasperede arvu suurendamine; MAK meede 19.2. Kohaliku tegevusgrupi toetus ja LEADER-projektitoetus. Mesila inventari ostmine – objekti või tegevuse lühikirjeldus, eesmärgid ja oodatavad tulemused. Mesindusinventari soetamine (tarukomplektide, paarumistarude, õietolmu kogurite, kuivatus- ja tuulamiseadmete ostmine). Eesmärk ettevõtte tegevuste mitmekesistamine. Oodatav tulemus – ettevõtte plaanib hakata kasvatama mesilasemasid müügiks. Projekti realiseerimisel suureneb õietolmu kogumismaht.

JÄRELDUSED TEOSTATUD EMPIIRILISE UURING KOHTA

Toetudes empiirilise uuringu osas ilmnenud tulemustele järeldeb autor, et mesindusturismi vastu on Eesti elanikkonnal huvi olemas kui antud valdkonnast rohkem informatsiooni leiduks. Mesinike liidu esindaja nentis kahjuks mesinike vähest motiveeritust enda tegevusvaldkonda laiendada mesindusturismi näol. Siin selgus vastuolu nõudluse pakkumuse vahel.

Eestis on ettevõtlike mesinike poolt loodud väikesed keskused, kus on võimalik läbi viia õppe- või muid elamusi loovaid tegevusi. Ühest küljest on füüsiline keskkond loodud, mis peaks külastajatele andma ettekujutuse teenusepakkuja jutustatavast loost, sest lood on need, mis panevad inimesi kogemusse sisse elama ning hiljem neid kogemusi jagama. Mesinikud kasutavad oma toodetele lisandväärtuse andmise eesmärgil lugusid, mille ainest on võetud nii kodukoha pärimuslugudest, mesindusajaloost või on mesinik ise legendi väljamõelnud.

Mesinike ja mesindushuviliste tähtsündmuste, festivalide ja kongresside raames on korraldatud turismireise juba ligi kolmkümmend aastat. Soov tarbida mesindusturismi tooteid ja apiteraapiat on mesinike hulgas suur ja reisidelt tuuakse kaasa nii uusi mesindussaaduseid, -inventari kui ka teisi heaolutooteid. Tavaliselt on reisimotivatsiooniks uudishimu mesinike toimetuste vastu, kaunis looduskeskkond ja mesindusturismialased arengud. Mesinike huvi piirdub isikliku tarbimisega ning ambitsioon suuremat äritegevust viljeleda kahjuks puudub.

Eesti mesindusturismi arendamise SWOT-analüüs näitab, et võimalusi toetusmeetmete kaudu turismiteenuse arendusteks on, kuid kahel uuringus osalenud ettevõttel ei õnnestunud (Leader-projekti ega KOV kaudu) toetust saada. Uuringus osalejatest on toetuse saajad tootjamesinikud ja kogukonna partnerkoostöö algatajad. Autori arvates võib põhjuseid olla mitmeid: alates mittepääsivast dokumentatsioonist kuni toetuse andja hinnanguni välja.

EML`u üheks suurimaks eesmärgiks on tuua mesindusse noori inimesi, tutvustades mesindust juba lasteaialastele. Ainuke kool, kes mesiniku tasemeõpet annab, on Olustvere Teenindus- ja Maamajanduskool. Mesinduse kursuseid korraldavad nii piirkonna mesindusseltsid kui ka mesindusliit. Selleks, et noori mesindushuvilisi peale kasvaks, tuleks üle vaadata kitsaskohad kust noori sellesse maailma kaasata. Mesinike vanus on Eestis pigem kõrge ning algajad mesinikud, kes entusiastlikult mesindusse sisenevad, loobuvad peale kolme-nelja aastast katsetamist. Põhjuseid võib olla mitmeid, kuid antud valdkond ei ole „ratsa rikkaks“ ettevõtlikus ning paljud loobuvad just seetõttu,

kuna kasumlikkuseni jõudmine võib võtta aastaid, samas sõltub kasumi saamine (meetootmine) suuresti loodustingimustest ning põllumajanduses kasutatavatest taimemürkide kooslusest.

Selleks, et meetoodete pakkumisele lisaks arendada välja mesindusturismitoode, eeldab mesinikult väga head suhtlemisoskust. Mesiniku vahetust kontaktist külastajatega, mil viisil ta lugu edasi annab ja kuidas kuulajaid sütitab, sõltub, millise elamuskogemuse saab klient ja millist emotsiooni ta edasi jagab. Mesila külastaja sihtgrupid on lasteaiast alates kuni eakateni välja, mis eeldab peale suhtlemisoskuse veel erinevaid lähenemisviise. Eelkõige nõuab see mesinikult nii teenuse pakkuja kogemusi kui teadmist mesindusturismi toote arendamise võimalustest. Siin joonistub välja suur murekoht - mesinike vähene suhtlemisoskus ja teadmatust klienditeekonna disainist. Lisaks on mesiniku hea tava tutvustada mesindust ja mesilase tähtsusest laiemale Eesti elanikkonnale kuna inimestel on hirm nõelata saamise ees suur ja vähene teadlikkus mesindust ja mesindustootest, mis omakorda pärsib soovi mesilat külastada.

Mesindusturism ja apiteraapia on Eestis arendamise faasis reguleerimata valdkond, mis vajab mingil moel seadustamist. Erilist tähelepanu tuleb juhtida ohutusele, siinkohal võiks järgida Sloveenis mesindusturismi eeskujuga, kes on mesindusturismi teenuse pakkujad sertifitseerinud.

Uuringu tulemused näitasid, millised toimivad koostööpartnerlusmudelid on juba Eestis loodud. Võimalused on nii tootjamesinikul, kes meetootmise ja mesindussaaduste müügi kõrvalt pakub elamusmajutust mesilasmajas kui ka ettevõtte, kes on aastate jooksul välja arendanud nüüdseks, autori hinnangul Eestis kõige laiemale toote ja teenuste valikuga mesindusturismi kontseptsioonile vastava ettevõtte mudeli. Lisaks on kaasatud ettevõtlikke mesinikke ühistesse turismiteenuste pakkuvasse projektidesse Ühisettevõtmiste kaudu on välja arendatud Võrumaa Kaika kandi talude ja Pärnumaa piirkonna kuvand, koha omapära arvestav koostöövõrgustik, kuhu on kaasatud ka kohalik mesinik. Uuringu käigus leidis autor vaid ühe koostööpartneri turismiettevõtte Olustvere mõisa näol, kellel on mesilasmaja mõisa territooriumil ja koostöö mesinikuga. Mesinike liit näeb mesindusturismi arendamise võimalusena Eestis pigem algatust MTÜ ühiskonna tööna, millest ajapikku tulevikuvaates võib kujuneda mesinikele äritegevust laiendav ettevõtmine.

Uuringu käigus selgus, et põlisrahvaste tarkust ei anta edasi meditsiinitudengitele – õppekavas ei ole selle valdkonna loenguid kuigi apiteraapiat ja mesindussaaduseid tarvitati ravi eesmärgil juba ennemuistsel ajal.

Apimondias (Rahvusvaheline Mesinike ühingute liidust on tulnud ideid ja ülekutseid koostööks mesindusturismi edendamiseks teistes riikides, kuid Eestis hetkel veel sellele ei ole reageerinud.

3.1. Pakutavad mesindusturismi teenused/tooted

Uurimustöö tulemuste põhjal, toetudes Sloveenia mesindusturismi hea tava kogemustele ja Eestis tegutsevate ettevõtete pakutavate teenuste valikule, pakub autor välja mesindusturismi teenused, mis sobiksid kasutada Eesti turul:

- Mesindusteraapia heaolu tooted/teenused (nt meemasaažid, ravimtaimede-meemaskid) leiaksid koha Eesti sauna rituaalides - „meesaun“;
- Meejaht noortele, täiskasvatele;
- Tarumängud õpilastele, lasteaialastele -hariduslik aspekt;
- Mesinädalad - kõigile paaridele, nii vastabiellunutele kuni „kuldpulma“- ealiste;
- Meetoidud (gastronoomilised katsetused);
- Loodusmatkad meetaimede juurde;
- Mesindus- ja apiteraapia protseduuride tutvustamine heaolu ja tervise parendamise eesmärgil;
- Mesinduse ajalooliste tarvikute näitused: erinevad tarutüübid, demonstratsioonitarud, pakk-tarud, tarupuud; paviljonid seest klaasseintega jms. on võimalik pakkuda erinevale sihtrühmale;
- Mesindusturismi raames korraldatavad tähtsündmused: meepeod ning meefestivalid kaasates apiterapeute, käsitöölisi ja taimetarku jt -näiteks 20. mail -Ülemaailmsel Mesilase Päeval;
- Ülemaailmsel Mesilase Päeval -üleskutse toitusettevõtetele valmistada „gastronoomiline üllatus“ mesindussaaduseid kasutades ja degusteerijate tagasiside alusel, kuulutada -aasta meetoidu võitja.
- Tervise-heaolupäevad mesindus-, apiteraapiaga. Eestis on ammustest aegadest otsitud tervisehädadele abi taimedest ja see on säilinud järjepideva tavana – teadmisi taimedroogide toimest koos mesindussaadustega;

- Linnade mõnedes bussipeatuste ootepaviljonidesse (parkide ja roheala lähedal paigaldada demonstratsioonitarud. Bussi ooteaeg sujub „ajatajuta“. Paviljoni siseseintele on lugemiseks atraktiivsed teavituspildid ja visuaalid mesilase organiseeritud eluvormist ja mesiniku eluviist, mis aitaksid laiemale elanikkonnale mesindusvaldkonda tuttavamaks teha;
- Mesilasmajad mesindusteraapia protseduuride jaoks

ETTEPANEKUD

Eelkõige näeb autor, et turismimaastikul kajastataks mesindusturismi ja apiteraapiat tema õige nimega, mitte lihtsalt üks maaturismi alternatiivharu. Sel moel on võimalik turistide teavitada konkreetsetest võimalustest maaturismi sektoris. Korduvalt kuulnud „mesindusturismi“ nimi jääb meelde, äratab uudishimu ja mõjutab tarbija käitumist.

Mesinikule või koostööpartnerlus projektist osavõtjatele/ mesindusturismi teenuse pakkujale tasub eelnevalt koguda turistide positiivsete elamuskogemuste näiteid turismisektorist ja kohendada neid vastavalt oma teenustele. Alati tasub küsida ekspertarvamust ja professionaalset nõu näiteks toetusprojektide koostamisel või klienditeekonna disainimisel. Tulemusena luuakse kogemuspõhine keskkond, mis motiveerib külastajaid sisemiselt ja innustab aktiivset osalemist, mis omakorda loob elamusväärtust.

Turismisektori pakkumistes pöörata rohkem tähelepanu kombineeritud kogemustele, et laiendada pakutava toote/teenuse valikut. Puudu on koostööst, mis seoks mesinike/ mesindusorganisatsioone teiste turismisektori osadega ja võimaldaks osutada meeldejäävaid elamuskogemusi. Vajalikud on mesindusturismi ja apiteraapiat tutvustavad turundusmaterjalid, et meelitada potentsiaalseid külastajaid mesindusturismiteenuseid/tooteid tarbima. Avaldada kirjutisi teadusuuringutest ja edastada selle sisu laiemale inimrühmale arusaadavas keeles ja talle kättesaadavas kohas.

Lastevanemate küsitluse vastustest tulenevalt jätkata lastele mesindust tutvustavat kogemusõpet juba aluhariduse tasemel, eemärgiga kasvatada keskkonnateadlikku, loodusest lugupidavat põlvkonda. Sihtgruppi laiendamiseks võiks kogemusõppesse kaasata nii koolilapsi kui ka noorukeid.

Soovitused meditsiini õppeasutuste koolitus-, haridusõppejuhtidele taastada loengud põlisrahvaste tarkustest tudengitele, toetudes teaduspõhiste uuringutele mesindusteraapiast ja mesindus- saaduste raviomadustest ning nende toimest inimese tervisele.

Julgustada särasilmseid tegusaid inimesi, olenemata vanusest, tulema välja oma pööraste ideedega leidmaks mõttekaaslasi, kellega koos luua kodukandi kuvand, et anda võimalus ühiste jõududega arendada oma tegevusvaldkondi ja seega tõsta turismisihtkoha atraktiivsust.

KOKKUVÕTE

Maailmas pööratakse üha enam tähelepanu teadlike valikute tegemisele loodusressursside ja keskkonna säästmiseks. Käesolev uurimustöö on saanud sisendi asjaolust, et vaatamata väga rikkalikule loodusmaastikule, ökosüsteemile ja mesindusega seotud kultuuripärandile on Eesti potentsiaal mesindusturismi arendamiseks suuresti kasutamata ning majandustulu sellest turismisektorist saamata. Tänapäeval on meeturg ja mesilaste kasvatamise huvi otseses sõltuvuses inimeste teadlikkusest ja majanduskeskkonnast. Tervislik ja mitmekesine toitumistava on mõjutanud tarbijate vajadusi kasutama looduslikke magusaineid.

Jätkusuutlik ja hästi juhitud turism mängib olulist rolli maailma väärtuslike ökosüsteemide säilitamise ja kaitsmise edendamisel. Neid eeliseid on veelgi tõestanud COVID-19 kriisist tulenev turismi seiskumine, Venemaa-Ukraina sõda ning inflatsioonist tingitud väljakutsed.

Autor käsitles oma uurimustöös mesindusturismi kui jätkusuutlikku turismi valdkonna võimalust turismiteenusena, mis kasutab mesindust ja mesindussaaduseid turismiobjektina, keskenduses elamusloomele ja kaasates turiste osalema tegevustes. Antud lõputöö eesmärk oli uurida võimalusi mesindusturismi arendamiseks Eestis, tuginedes Sloveenia mesindusturismi kontseptsioonile. Eesmärgi saavutamiseks püstitati peamine uurimusküsimus:

Millised on mesindusturismi arendamisvõimalused Eestis elamusloome teoreetilistest aspektidest lähtuvalt?

Uurimustöö tulemiks oli teoreetilise osa käsitus elamusloome kontseptsioonist, uurides kogemuse määratlusi ja disainipraktika positiivseid näiteid, mis rõhutavad emotsiooni ja elamuse subjektiivset väärtust ja jätkusuutlikkuse aspekte. Töö annab ülevaate mesindusturismi toodetest mujal maailmas ning Sloveenia apiturismi hea tava näidetest. Lõputöö teises, metodoloogilises osas kirjeldatakse uuringu protsessi, Eesti mesinduse hetkeseisu, tulemuste analüüsi ning kaardistatakse Eesti turismisektoris tegutsevad mesindusturismi ettevõtted. Lisaks hõlmab lõputöö viimane osa empiirilise uuringu tulemusi ja järeldusi võrdluses töös eelnevalt kirjeldatud teoreetiliste alustega ja analüüsib, mida mesindus elamustoodete/-teenuste hea tava näidetest saaks Eesti kontekstis kasutada.

Lõputöö valmis kombineeritud uurimismeetodil. Kvalitatiivse uuringu meetodil koguti andmeid andmebaasidest ja intervjuudega, hõlmates töös käsitlemist leidnud mesinikest huvigruppe. Intervjuu viidi läbi 11-22. aprillini 2023 ning kokku intervjueriti 5 inimest. Kvantitatiivse uuringumeetodina viidi teenuse potentsiaalsete tarbijate hulgas läbi ankeetküsimustik 19-23. aprillini 2023, mille eesmärgiks oli välja selgitada tarbija teadlikkus ja huvi mesindusturismi vastu ning millised elamusloome aspektid ja/või muud tegurid suurendavad elamustoote/teenuse tarbimist.

Uurimistöö analüüsist lähtuvalt saab järeldada:

- Eesti elanikkonna teadlikkus mesindusturismist on väike, kuid huvi mesindusturismi kohti külastada on olemas;
- Mesinike vähene motiveeritus laiendada enda tegevusvaldkonda mesindusturismi näol;
- Mesinike huvitatus mesindusturismiteenuseid tarbida piirdub isikliku kogemusega ning ambitsioon suuremat äritegevust viljeleda puudub;
- Mesindusturismiteenuse arendamiseks on võimalik taotleda toetusi (PRIA, EL, KOV) toetusmeetmete kaudu, kuid mitte kõik ei ole oma taotlusele positiivset vastust saanud;
- Mesinike keskmine vanus on ligi 60 aastat. Algajate mesinike seas on loobujaid ning oodatud järelkasvu ei tule. Eesmärgiks on tuua mesindusse noori inimesi;
- Meetodete pakkumisele lisaks arendada välja mesindusturismitoode - eeldab mesinikult väga head suhtlemisoskust ja erinevate sihtgruppidele lähenemisviiside tundmist;
- Eesti on mesindusturism ja apiteraapia reguleerimata valdkond. Erilist tähelepanu tuleb suunata ohutusele. Mesindusteenust arendades tuleb mõelda teenuse pakkujate seadustamisele, järgides Sloveenia eeskujut, kus mesindusteenuse pakkujad on sertifitseeritud;
- Eestis tegutsemise võimalused toimivad mesindusteenust pakkuvate ettevõtete näitel: tootjamesinik, pereettevõtte, mesindustalu, kohalikud partnerkoostöö algatusprojekid, turismiettevõtte (mõisa) koostöö mesinikuga;

- põlisrahvaste tarkust ei anta edasi meditsiinitudengitele – õppekavas ei ole selle valdkonna loenguid, kuigi apiteraapiat ja mesindussaaduseid tarvitati ravi eesmärgil juba ennemuistisel ajal;

Uurimustööst lähtuvalt tehtud ettepanekud:

- Mesindusturismi teenuse pakkujad peaksid koguma turistide positiivsete elamuskogemuste näiteid ja kohandama neid vastavalt oma teenustele. Ekspertarvamuse küsimine näiteks toetusprojektide koostamisel või klienditeekonna disainimisel;
- Turismisektori pakumistes tuleks rohkem tähelepanu pöörata kombineeritud elamuskogemustele, et laiendada pakutavate teenuste valikut;
- Vajalikud on mesindusturismi ja apiteraapiat tutvustavad turundusmaterjalid, et meelitada potentsiaalseid külastajaid mesindusturismitooteid tarbima. Avaldada kirjutisi teadusuuringutest ja edastada selle sisu laiemale inimrühmale arusaadavas keeles ja talle kättesaadavas kohas;
- Lastevanemate küsitluse vastustest tulenevalt jätkata lastele mesindust tutvustavat kogemusõpet juba alushariduse tasemel, eesmärgiga kasvatada keskkonnateadlik, loodusest lugu pidav põlvkond. Sihtgruppi laiendamiseks võiks kogemusõppesse kaasata nii koolilapsi kui ka noorukeid;
- Taastada meditsiiniõppeasutustes loengud põlisrahvaste tarkustest, toetudes teaduspõhistele uuringutele mesindusteraapiast ja mesindussaaduste raviomadustest ning nende toimemest inimese tervisele;
- Julgustada särasilmseid tegusaid inimesi, olenemata vanusest, tulema välja oma pööraste ideedega leidmaks mõttekaaslasi, kellega arendada välja oma kodukandi kuvand ühisürituste, -ettevõtmiste kaudu, et luua kõiki osapooli arvestav koostöövõrgustik;

SUMMARY

OPPORTUNITIES OF APIARY TOURISM PRODUCT/SERVICE DEVELOPMENT IN ESTONIA FROM EXPERIENCE MANAGEMENT ASPECTS

Merike Treimann

There is an increasing focus worldwide on making conscious choices to sustain natural resources and the environment. The current research has been inspired by the fact that despite having a rich natural landscape, ecosystem, and cultural heritage related to beekeeping, Estonia's potential for developing apitourism remains largely untapped and economic revenue from this tourist sector is nonexistent. Today, the interest in honey market and beekeeping is directly dependent on people's awareness and the economic environment. Healthy and diverse dietary practices have influenced consumers' need towards using natural sweeteners.

Sustainable and well-managed tourism plays a significant role in the preservation and promotion of valuable ecosystems worldwide. It is further supported by the tourism standstill caused by COVID-19 crisis, the Russia-Ukraine war, and challenges arising from inflation.

In this research, the author studies apitourism as tourist services within sustainable tourism, using beekeeping and bee products as tourism attractions with focus on creating experiences and involving tourists in activities. The goal of the research was to study opportunities for apitourism in Estonia proceeding from the Slovenian apitourism concept.

The main question posed in the research was:

What are the possibilities for developing apitourism in Estonia based on the theoretical aspects of experience creation?

The research resulted in the theoretical discussion of the concept of experience creation, exploring definitions of experience and positive examples of design practice that emphasize the subjective value of emotions and experiences, as well as sustainability aspects. The work provides an overview of apitourism products around the world and good practices of apitourism in Slovenia. The second, methodological section describes the research process, the current state of beekeeping in Estonia, the analysis of the results, and maps out the apitourism companies operating in the Estonian tourism sector. Additionally, the final part of the thesis includes the empirical research results

and conclusions compared to the previously described theoretical foundations, analyzing how apiculture good practice examples of experience products/services can be applied in Estonia.

The thesis was completed using a combined research method. As a qualitative research method, data was collected from databases and interviews, involving interest groups of beekeepers addressed in the study. The interviews were conducted from 11-22 April 2023, and a total of 5 individuals were interviewed. By quantitative research method, a questionnaire survey was conducted among potential consumers of the service from April 19 to April 23rd, 2023, with the aim of determining consumer awareness and interest in apitourism, and identifying the aspects of experience creation and/or other factors that increase the consumption of experience products/services.

The conclusions drawn from the analysis of the research are as follows:

- Awareness of Estonian population about apitourism is low, but there is an interest in visiting apitourism sites.
- Beekeepers show little motivation in expanding their activities through apitourism.
- Beekeepers' interest in consuming apitourism services is limited to personal experiences, and there is a lack of ambition to engage in larger-scale business activities.
- Funding for the development of apitourism services is available through support measures from institutions such as the Rural Development Foundation (PRIA), the European Union (EU), and local municipalities (KOV), but not all applications have received positive responses.
- The average age of beekeepers is around 60 years. Among novice beekeepers, there are dropouts, and expected successors are not forthcoming. The goal is to attract young people to beekeeping.
- In addition to offering products, it is necessary to develop apitourism products, which requires excellent communication skills and knowledge regarding approaches to different target groups from beekeepers.
- Apitourism and apitherapy are unregulated in Estonia. Special attention should be given to safety. When developing apitourism services, it is necessary to consider legalisation of

service providers, following the example of Slovenia, where apitourism service providers have been certified.

- The enterprises offering apitourism services operating in Estonia are as follows: commercial beekeeper, family business, beekeeping farm, local partnership initiatives, collaboration between tourism companies and beekeepers.
- Indigenous wisdom is not passed on to medical students - the curriculum does not include lectures on this field, although apitherapy and the use of bee products for medicinal purposes have been practiced since ancient times.

Based on the research, the following suggestions are made:

- Apitourism service providers should collect examples of positive tourist experiences and adapt them to their own services. They should seek expert opinions, for example, when preparing support applications or designing customer journeys.
- Tourism sector should pay more attention to combined experience services to expand the range of services provided.
- Marketing materials introducing apitourism and apitherapy are needed to attract potential visitors to consume apitourism products. Scientific research should be published in understandable language and made accessible to wider audience.
- Parents' responses to the survey are in favour to continue providing experiential education on beekeeping to children starting from preschool, with the aim of raising an environmentally aware and nature-respecting generation. To expand the target group, experiential learning should involve both schoolchildren and teenagers.
- Restore lectures on indigenous wisdom in medical educational institutions, relying on evidence-based research on apitherapy and the medicinal properties of bee products and their effects on human health.
- Encourage enthusiastic and active individuals, regardless of age, to come up with their innovative ideas and find like-minded people to develop their local image through joint events and initiatives, creating a collaborative network that considers the interests of all parties.

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

Aliyeva, Z. N., Baiburiyev, R. M., Lorant, D. D., Shagyrbay, A. S., Kaliaskarova, Z. K. (2019). Problems and Prospects of Development of Apitourism in Kazakhstan. *Bulletin of National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan*, 6(382), 45-53. <https://doi.org/10.32014/2019.2518-1467.144>

An, M.A., & Han, S.-L. (2020). Effects of experiential motivation and customer engagement on customer value creation: Analysis of psychological process in the experience-based retail environment. *Journal of Business Research*, 120, 389-397. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.044>

ApiRoutes, <https://www.authentic-routes.com/> (Loetud 02.2023).

Arengukava. *Eesti Kutseliste Mesinike Ühinguportaal* https://mesinikud.ee/artiklid/2019_007_Arengukava.pdf 26.01.2019 (Loetud 01.12.2021)

Arih, I. K., & Korošec, T. A. (2015). Api-tourism: transforming Slovenia's apicultural traditions into a unique travel experience. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 193, 963-974. <https://doi.org/10.2495/SDP150811>

Baños R. M., Carrillo A., Etchemendy E., Botella C. (2017). Positive technologies for understanding and promoting positive emotions. *The Spanish Journal of Psychology*. 20 (E50). <https://doi.org/10.1017/sjp.2017.42>

Bohnet, I. C., & Konold, W. (2015). New approaches to support implementation of nature conservation, landscape management and cultural landscape development: Experiences from Germany's southwest. *Sustainability Science*, 10, 245–255. <https://doi.org/10.1007/s11625-015-0290-z>

Borko, E., & Turk, Z. (2016). Zdravstvo in zdravilstvo. *Revija ISIS: Glasilo Zdravniške Zbornice Slovenije*, 7, 15–18. https://www.zdravniskazbornica.si/docs/default-source/ISIS/2016/isis-07-16.pdf?sfvrsn=6c4f2436_0

Calvo R. A., & Peters D. (2014). Positive Computing: Technology for Wellbeing and Human Potential. *The MIT Press*. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9764.001.0001>

Carter T. J. , & Gilovich, T. (2010). The Relative Relativity of Material and Experiential Purchases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(1), 146-159. <https://doi.org/10.1037/a0017145>

Cesur, E., (2021). A Creative Approach in Creative Tourism: Apitourism., Vilian Krystev, Sabriye Celik Uğuz, Recep Efe, Erol Kapluhan (Eds). *Tourism Studies and social sciences*. St. Kliment Ohridski University Press, Sofia75-91.

Cheng, M., , & Edwards, D. A. (2019). Comparative automated content analysis approach on the review of the sharing economy discourse in tourism and hospitality. *Current Issues in Tourism*, 22, 35-49. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1361908>

Cohen, E., (2007). Authenticity' in Tourism Studies: Après la Lutte. *Tourism Recreation Research*, 32(2), 75-82. <https://doi.org/10.1080/02508281.2007.11081279>

Cohen, S. A., Cohen, E., 2017. New directions in the sociology of tourism, *Current Issues in Tourism*, 22(2), 153-172. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1347151>

Crane, E. (2015). Recent research on the world history of beekeeping. IBRA Autumn Conference 2.10.1999 (174-186) <https://doi.org/10.1080/0005772X.1999.11099453>

Csikszentmihalyi, M., LeFevre, J. (1989) Optimal experience in work and leisure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5), 815–822. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.56.5.815>

Cunha, C.; Kastenholz, E.; Carneiro, M. J., (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 215–226. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.007>

DeLeon, R. 2018 10 principles of physical experience design. *Medium*. <https://medium.com/capitalonedesign/10-principles-of-physical-experience-design-711bef279bf2> (Loetud 12.02.2022)

Deng, N., Li, X. R., (2018). Feeling a destination through the “right” photos: A machine learning model for DMOs’ photo selection. *Tourism Management*, 65, 267-278 <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.010>

Desmet P., Hassenzahl M. (2012). Towards happiness: Possibility-Driven Design. Human-Computer Interaction: *The Agency Perspective* (25). Springer(Eds): Zacarias, Marielba and de Oliveira, José Valente Project: design for subjective wellbeing. https://doi.org/10.1007/978-3-642-25691-2_1

Desmet, P. M. A. & Pohlmeier, A. E. (2013). Positive design: an introduction to design for subjective well-being. *International Journal of Design*, 7(3), 5-19. : <https://www.researchgate.net/publication/261873470>

Diefenbach S. (2018). The potential and challenges of digital well-being interventions: positive technology research and design in light of the bitter-sweet ambivalence of change. *Frontiers in Psychoogy, Human-Media Interaction*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00331>

Donaldson S. I., Heshmati S., Lee J. Y., Donaldson S. I. (2020). Examining building blocks of well-being beyond PERMA and self-report bias. *The Journal Positive Psychology*, 16(6) 811–818. <https://doi.org/10.1080/17439760.2020.1818813>

Drame, I. (2018). Slovenia: Green. Active. Healthy : Follow the Bees. *Slovenian tourist board*, <https://www.slovenia.info/uploads/publikacije/cebele/follow-the-bees-en.pdf> (Loetud 31.01.2023)

Fan, R. Social Medias' s Rising Influence on the Travel Industry. *Expedia Group*. <https://advertising.expedia.com/blog/travel-trends/social-media-rising-influence/> (Loetud 03.03.2023)

Farmer N., Cotter E. W. (2021). Well-being and cooking behavior: using the positive emotion, engagement, relationships, meaning, and accomplishment (PERMA) model as a theoretical framework. *Frontiers in Psychology, Theoretical and Philosophical Psychology*, Volume 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.560578>

Feltz, A. Destination marketing trends for 2023. *Expedia Group*. <https://advertising.expedia.com/blog/destination-marketing/destination-marketing-trends-2023/> (Loetud 03.03. 2023).

Funk, D. C., Ridinger, L. L., Moorman, A. M. (2004). Exploring Origins of Involvement: Understanding the Relationship Between Consumer Motives and Involvement with Professional Sport Teams, *Leisure Sciences, An Interdisciplinary Journal*, 26(1), 35-61. <https://doi.org/10.1080/01490400490272440>

Gândara, J. M., Mendes, J., Moital, M., Ribiero, F. N. S., Souza, I. J., Goulart, L. A. (2012). Planificación estratégica de un circuito turístico histórico-cultural experiencial: Itabuna - Bahia, Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(1), 225-248. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180721630013.pdf>

Gentile, C., Spiller, N., Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer. *European Management Journal*, 25(5), 395-410. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2007.08.005>

Grigorova, Z., Timareva, S., Shopova, I. (2016) Resources for Apitourism in Bulgaria. *The Journal of Economic Development, Environment and People*, 5(2), 79-89. <https://doi.org/10.26458/jedep.v5i2.495>

Harissis, H. V. , Harissis, A. V.(2009). Apiculture in the prehistoric Aegean : Minoan and Mycenaean symbols revisited. *Oxford : British Archaeological Reports*.

Hatjina, F.; Mavrofridis, G.; Jones, R. (2017) Beekeeping in the Mediterranean from Antiquity to the Present; Division of Apiculture Hellenic Agricultural Organization Demeter: Nea Moudania, Greece. *Presentations of the International symposium of beekeeping in the mediterranean Syros*, https://www.apiservices.biz/documents/articles-en/beekeeping_in_mediterranean.pdf

Higgins-Desbiolles, F. (2020). The war over tourism: Challenges to sustainable tourism in the tourism academy after COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism* 29(4), 551–569. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1803334>

Honey Wolf OÜ. <https://www.honeywolf.ee/et/>

Hosany, S., Martin, D., Woodside, A. G. 2020, Emotions in tourism: Theoretical designs, measurements, analytics, and interpretations. *Journal of Travel Research*, 60(7), 1-17. <https://doi.org/10.1177/0047287520937079>

Iiyasov, R. A., Kosarev, M. N., Neal, A., Yumaguzhin, F.G. (2015). Burzyan Wild-Hive Honeybee *A.M. mellifera* in South Ural. *Bee World* ,92(1), 7-11, <https://doi.org/10.1080/0005772X.2015.1047634>

Jeon, M. M., Lee, S., & Jeong, M. (2020). Perceived corporate social responsibility and customers' behaviors in the ridesharing service industry. *International Journal of Hospitality Management*, 84. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102341>

Karjus, I. (1999). *Kaika Arendus- ja Ideekeskus*. <https://epl.delfi.ee/artikkel/50774131/kuidas-sina-kulale-nii-kula-sinule> (Loetud 22.03.2023)

Kern, M., Waters, L., Alder, A., & White, M. (2014). Assessing employee wellbeing in schools using a multifaceted approach: Associations with physical health, life satisfaction and professional thriving. *Psychology*, 5(6), 500–513. <http://dx.doi.org/10.4236/psych.2014.56060>

Kikas, E., & Toomela, A. (2015). Õppimine ja õpetamine kolmandas kooliastmes. Üldpädevused ja nende arendamine. Eesti Ülikoolide Kirjastus OÜ <http://hdl.handle.net/10062/45422>

Kim, M. J., Lee, C.-K., Jung, T. (2020). Exploring Consumer Behavior in Virtual Reality Tourism Using an Extended Stimulus -Organism -Response Model. *Journal of Travel Research*, 59(1), 69-89. <https://doi.org/10.1177/0047287518818915>

Klapperich H., Laschke M., Hassenzahl M. (2018). The positive practice canvas: gathering inspiration for wellbeing-driven design, in *Proceedings of the 10th Nordic Conference on Human-Computer Interaction*, 74–81. <https://doi.org/10.1145/3240167.3240209>.

Komppula, R. (2014). The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination—A case study. *Tourism Management*, 40, 361–371. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.007>

Koolitused ja õppereisid. *MTÜ Alustame Algusest*. <https://mesilaspere.com/oppereisid>

Kopala, E., Balcerak, M., Kuźnicka, E. (2019). Survey of consumer preferences on the bee product market. Part 1. *Honey. Annals of Warsaw University Life Sciences. SGGW Animal Science*, 58(2), 153–158. <https://doi.org/10.22630/AAS.2019.58.2.16>

Korez-Vide, R. (2013). Promoting sustainability of tourism by creative tourism development : how far is Slovenia? *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 6(1), 77-102. <http://dx.doi.org/10.12959/issn.1855-0541.IIASS-2013-no1-art05>

Leader. *Maaeluministeerium*. <https://www.agri.ee/maaelu-pollumajandus-toiduturg/maaelu-maettevotlus-maakasutus/leader> (Loetud 24. aprill, 2023)

Le, D., Scott, N., Lohmann, G. (2019). Applying experiential marketing in selling tourism dreams. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(2), 220-235. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1526158>

Legorburu, G. & McColl D. A special live stream event presenting: Storyscaping, Stop creating ads, start creating worlds. Books & Books (2014, Juuli). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=9YOpE41lDqw>

Li, S., Hao, Y. and Yoon, J. (2020). PurPal: An Interactive Box That up-Regulates Positive Emotions in Consumption Behaviors. *The ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*. <https://doi.org/10.1145/3334480.3382955>

Lieser, S. (2021). Sustainability as a core of your brand identity. 2021 turismkonverents: Kriis on võimalus ettekanne (Vaadatud 2021)

Lima, W., Cesar, M. B. J., Nizer, W. C. (2020). Bee products as a source of promising therapeutic and chemoprophylaxis strategies against COVID-19 (SARS-CoV-2). *Phytotherapy Research*, 35(1). <http://doi.org/10.1002/ptr.6872>

Lin, Y. H., Hsu, Y.-L. (2022). Authentic Experiences and Support for Sustainable Development: Applications at Two Cultural Tourism Destinations in Taiwan. *Leisure Sciences, An Interdisciplinary Journal*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/01490400.2022.2061655>

Madeson, M. (2017). Seligman's PERMA + model explained: a theory of wellbeing. *Positive Psychology*. <https://positivepsychology.com/perma-model/#comment-list>

Marto, A., Melo, M., Goncalves, A., (2020). Multisensory Augmented Reality in Cultural Heritage: Impact of Different Stimuli on Presence, Enjoyment, Knowledge and Value of the Experience. *IEEE Access*, 8 193744-193756. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.3032379>

Maslow, A. (1962). *Toward a psychology of being*. Princeton: Van Nostrand Company.

McLeod, S. A. (2007, updated 2022) Maslow's Hierarchy of Needs. *Simply Psychology*
<https://www.simplypsychology.org/maslow.html>

Media Centre (2020). <https://www.slovenia.info/en/press-centre/news-of-the-tourism-press-agency/14463-slovenian-food-day-and-10th-traditional-slovenian-breakfast>

Mesikuma. www.mesikuma.ee (Loetud 18.03.2023)

Mesindusprogramm 2020-2022. Liikmesriigi mesindussektori tootmis- ja turustamisstruktuuri uuring. Maaeluministeerium. https://mesindusprogramm.eu/wp-content/uploads/2020/06/Mesindusprogramm-2020_2022.pdf (Loetud 14.04.2023).

Metsallik, E. (2018). <https://mesindusprogramm.eu/wp-content/uploads/2020/04/Eha-Metsallik-Mahemesindus-21.10.18-Kadva.pdf> (Loetud 20.04.2023)

Metsallik, E. (2022). <https://mesilaspere.com/oppereisid> (Loetud 20.04.2023)

Metsamoori Perepark. <https://www.metsamoor.ee/metsamoor/var2.html>

Movono, A., Hughes, E. (2020). Tourism partnerships: Localizing the SDG agenda in Fiji. *Journal Sustainable Tourism*, 30, 1–15. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1811291>

Nguyen, T. H. H., Cheung, C. (2015). Toward an Understanding of Tourists' Authentic Heritage Experiences: Evidence from Hong Kong. *Journal of travel & tourism marketing*, 33 (7), 999-1010. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1075460>

Osterman, J., Aizen, M. A., Biesmeijer, J., Bosch, J., Howlett, B. G., Inouye, D. W., Jung, C., Martins, D. J., Medel, R., Pauw, A., Seymour, C. L., Paxton, R. J. (2021). Global trends in the

number and diversity of managed pollinator species. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 322. <https://doi.org/10.1016/j.agee.2021.107653>

Olustvere mõis. <https://www.olustveremois.ee/1-turismiinfo.html> (Loetud 01. märts, 2023)

Pantoja G., Gómez M., Contreras C., Grimau L., Monte-negro G. (2017). Determination of Suitable zones for apitourism using multi-criteria evaluation in geographic Information systems: A case study in the O'Higgins region, Chile. *International Journal of Agriculture and Natural Resources*, 44(2), 139–153. <https://doi.org/10.7764/rcia.v44i2.1712>

Papa, G., Maier, R., Durazzo, A., Lucarini, M., Karabagias, J. K., Plutino, M., Bianchetto, E., Aromolo, R., Pignatti, G., Ambrogio, A., Pellecchia, M., Negri, I. (2022). The Honey Bee *Apis mellifera*: An Insect at the Interface between Human and Ecosystem Health. *Biology*, 11(2), 233. <https://doi.org/10.3390/biology11020233>

Pearce, P. L. Tourists' perception of time: Directions for design. *Annals of Tourism Research*, 83, 102932. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102932>

Peña-Bickley, J. (2019). Designing intelligent brands with Ai for the cognitive era of business. <https://joannapenabickley.com/cognitive-experience-design-is-the-practice-of-using-artificial-intelligence-ai-technologies-to-reduce-the-human-mental-effort-required-to-complete-a-task>. Loetud 15.02.2023

Pihlik, P. (2008). Mesinduse ajalugu ja tänapäev. *Maaleht* <https://maaleht.delfi.ee/artikkel/23955879/mesinduse-ajalugu-ja-tanapaev>. (Loetud 04.04.2023)

Pine, J. & Gilmore, J. (2019). Welcome to the Experience Economy. *The Experience Economy, With a New Preface by the Authors : Competing for Customer Time, Attention, and Money*. Harvard Business Review Press.

Pohlmeyer, A. E. & Desmet, P. M. A. (2017). From good to the greater good. In J. Chapman (ed.) *The Routledge handbook of sustainable product design*. London: Routledge, 469-486. <https://doi.org/10.4324/9781315693309>

Polgu talu. <https://polgutalu.weebly.com/> (loetud 02.04.2023)

PRIA Mesilaspere toetus 2022. *PRIA*. https://www.pria.ee/toetused/TARU_2022.

Pulver, B., Mattheus, Ü., Josing, M., Hansa, A. (2022). Eesti mesindussektori struktuur. *Eesti Konjunktuuriinstituut*, <https://mesindusprogramm.eu/wp-content/uploads/2022/03/Eesti-mesindussektori-struktuur-2021.pdf> (loetud 12.02.2023).

Põllumajandus. Äripäev. <https://www.pollumajandus.ee/uudised/2019/05/02/millise-seemnese-guga-rajada-mesilaste-korjeala>

Ramos, A. M., Prideaux, B. (2014). Indigenous ecotourism in the Mayan rainforest of Palenque: empowerment issues in sustainable development. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(3), 461-479. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.828730>

Ratia G. Personal Communication, 12. December 2013, President, Apimondia, International Federation of Beekeepers' Associations.

Riigieelarve seletuskiri 2023. *Rahandusministeerium*. <file:///C:/Users/merike/Downloads/2023.%20aasta%20riigieelarve%20seaduse%20eel%20C3%B5u%20seletuskiri.pdf> (loetud 14.04.2023).

Riis, M. (2021). *Mesiniku aabits*. Tallinna Raamatutrükikoda.

Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 102922. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>

Rickly, J. R., McCabe, S. (2017). Authenticity for Tourism Design and Experience. Daniel R. Fesenmaier, Zheng Xiang (Eds), Springer Cham. *Design Science in Tourism*, 55-68, <https://doi.org/10.1007/978-3-319-42773-7>

Roblek, V., Drpić, D., Meško, M., Milojica, V. (2021). Evolution of Sustainable Tourism Concepts. *Journal Sustainability*, 13(22), 12829. <https://doi.org/10.3390/su132212829>

Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22, 690–694. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763447>

Romantiline rannatee. Pärnu Lahe Partnerluskogu. <https://rannatee.ee/meist/>

Rosenfeld, M. (2020). <https://mesindusprogramm.eu/wp-content/uploads/2020/04/Marianne-Rosenfeld-Mesinduskogemused-08.09.18-Karksi-Nuia.pdf>

Salk, A., (2022). Positiivsed emotsioonid innustavad õppima. *EL ametlik veebisait*. <https://epale.ec.europa.eu/et/blog/positiivsed-emotsioonid-innustavad-oppima> (Loetud 20.02.2023)

Seligman, M. E. P. (2011). Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-Being. New York, NY: Simon & Schuster.

Seligman M. (2018). PERMA and the building blocks of well-being. *The Journal of Positive Psychology*, 13(4):1-3. <https://doi.org/10.1080/17439760.2018.1437466>

Säästev Eesti 21. Eesti säästva arengu riiklik strateegia. *Keskkonnaministeerium*. <https://www.riigikantselei.ee/valitsuse-too-planeerimine-ja-korraldamine/valitsuse-too-toetamine/saastev-areng> (Loetud 17.04.2023)

Shiffler K. (2014). Api-Tourism as Added-Value: The Case of La Ruta de la Miel in Chile. *Norwegian University of Life Sciences Faculty of Veterinary Medicine and Biosciences Department of Plant Sciences (IPV)*.

Su, L., & Swanson, S. R. (2019). Perceived corporate social responsibility's impact on the well-being and supportive green behaviors of hotel employees: The mediating role of the employee-corporate relationship. *Tourism Management*, 72, 437–450. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.01.009>

Suna, B. (2020). An Exploratory Journey to the Use of Beekeeping in Tourism. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31, 19-30. <https://doi.org/10.17123/atad.713558>.

Suna, B. (2018). Significance and situation of Api tourism in Turkey. *Uludağ Arıcılık Dergisi*, 18 (1), 42-51. <https://doi.org/10.31467/uluaricilik.427589>

Suna, B. (2020) Suna B. (2020). An Exploratory Journey to the Use Beekeeping Tourism. *Turizmde Arıcılığın Kullanımına Keşifsel Bir Yolculuk*. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31 (1), 19-3. <https://doi.org/10.17123/atad.71355>

Šuligoj, M. (2020). Origins and development of apitherapy and apitourism. *Journal of Apicultural Research*, 60(3), 369-374. <https://doi.org/10.1080/00218839.2021.1874178>

Zhang, S. N., Li, Y. O., Liu, C. H., Ruan, W. Q. (2019). How does authenticity enhance flow experience through perceived value and involvement: the moderating roles of innovation and cultural identity. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(6), 710-728. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1625846>

Topal, E., Adamchuk, L., Negri, I., Kösoğlu K. et al. (2021). Traces of Honeybees, Api-Tourism and Beekeeping: From Past to Present. *Product Development for Sustainable Tourism*, 13(21). <https://doi.org/10.3390/su132111659>

Torres-Valdés, R.-M., Riquelme-Quiñonero, M.-T. et al. Bee tourism as an alternative tourism experience. An agile action research case study of the Camperola Tours Honey Route. *Revista de Ocio y Turismo ROTUR*, 14(2), 105-123. <https://doi.org/10.17979/rotur.2020.14.2.6539>

Tugade M. M., Shiota M. N., Kirby L. D. (Eds.) (2014). *Handbook of Positive Emotions*. New York, NY: Guilford Publishing.

Tuomi, A., Tussyadiah, I., Ling, E. C., Miller, G., Lee, G., (2020) x = (tourism_work) y = (sdg8) while y = true: automate(x). *Annals of Tourism Research*, 84. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102978>

Metsamoori Perepark. Turismiweb. <https://www.turismiweb.ee/et/company/metsamoori-perepark/4835/>. (Loetud 12.04.2023)

Turu-uuringute AS (2018). Eesti elanike keskkonnateadlikkuse uuring. <https://www.digar.ee/viewer/et/nlib-digar:380037/326984/page/48> (loetud 02. märts. 2023).

- Valk, H., Kriiska, A., Matsin, A., Oras, J., Ormisson-Lahe, A., Pae, T., Rahi-Tamm, A., Rimmel, M-A. (2021). Päranditurism Eestis: potentsiaal ja arenguvõimalused. *Tartu Ülikooli ajaloo ja arheoloogia instituut*. <http://dx.doi.org/10.23673/re-276>
- Viiron, K., (2007). Metsamoor õpetab leidma enda jaoks abi loodusest. <https://epl.delfi.ee/artikkel/51102522/metsamoor-opetab-leidma-enda-jaoks-abi-loodusest>
- Volo, S., (2020). The experience of emotion: Directions for tourism design. *Annals of Tourism Research*, 86. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103097>
- Walker, J., Kumar, A. and Gilovich, T. (2016). Cultivating gratitude and giving through experiential consumption, *Emotion*, 16(8), 1126-1136. <https://doi.org/10.1037/emo0000242>
- Wang, Y., Huang, S., Kim, A. K. (2015). Toward a framework integrating authenticity and integrity in heritage tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(10), 1468-1481. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1047375>
- Woś B. (2014). Api-tourism in Europe. *Journal of Environmental and Tourism Analyses*, 2(1), 66-74.
- Woś B. and Bień W. (2013). Apiturystyka Jako Forma Turystyki Zrównoważonej, *Zeszyty Naukowe Turystyka. Rekreacja*, 1(11), 66-67. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0005.3532>
- Wu C. M., Tian X. M., He M. F. (2021). Positive experience design strategies to improve subjective well-being. *Packaging Engineering* 14 139–147. <https://doi.org/10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.14.016>
- Xiang, P., Aǧbuǧa, B., Liu, J., McBride R. E. (2017). Relatedness Need Satisfaction, Intrinsic Motivation, and Engagement in Secondary School Physical Education. *Journal of Teaching in Physical Education*, 36 (3), 340-352. <https://doi.org/10.1123/jtpe.2017-0034>
- Xiao, W., Mills, J., Guidi, G., Rodríguez-González, P., Barsanti, S.G., González-Aguilera, D., (2018) Geoinformatics for the conservation and promotion of cultural heritage in support of the UN Sustainable Development Goals. *ISPRS Journal Photogramm. Remote Sens.* 142, 389–406. <https://doi.org/10.1016/j.isprsjprs.2018.01.001>

Xu, X. E., Le, T. H., Kwek, A., Wang, Y., (2022). Exploring cultural tourist towns: Does authenticity matter? *Tourism Management Perspectives*, vol 41, 100935, <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100935>

Yoon J., Pohlmeier A. E., Desmet P. M., Kim C. (2020). Designing for positive emotions: issues and emerging research directions. *Des. J.* 24 pages 167–187. 10.1080/14606925.2020.1845434 [CrossRef] <https://doi.org/10.1080/14606925.2020.1845434> [Google Scholar]

Lisad

Lisa 1. Uuringu intervjuu

Tere, olen TTÜ Kuressaare Kolledži ettevõtluse ja elamusmajanduse üliõpilane, Merike Treimann. Soovin teid kutsuda osalema lõputöö raames läbiviidavas uuringus. Intervjuu ja selle hilisem analüüs on üks osa uuringust, mille peamine eesmärk on saada ülevaade mesindusturismi arendamise võimalustest Eestis elamusmajanduse aspektidest lähtuvalt, ettevõtete koostööst selles vallas ning mesinike huvitatus oma tegevust laiendada.

Intervjuu kestab orienteeruvalt 45 minutit. Kus oleks Teile kõige sobivam koht ja aeg, millal intervjuud läbi viia?

Aitäh, et nõustusite intervjuus osalema. Teie anonüümsus tagatakse, kui te seda soovite. Loodetavasti Teile sobib kui ma seda intervjuud salvestan. See aitab mul paremini meie vestlust analüüsida. Lisaks salvestamisele teen mõningaid märkmeid. Juhul kui te ei soovi, et ma intervjuud salvestan, teen ainult märkmeid ning vabandan juba ette kui pean paluma teil vastuseid korrata ja meie vestlus seetõttu pisut venib.

Juhin teie tähelepanu sellele, et ei ole õigeid ega valesid vastuseid minu küsimustele. Minu soov on teada saada teie isiklike mõtteid. Kui mõned küsimused on Teile jaoks ebamugavad, siis võite jätta nendele vastamata.

*****[Lülitan diktofoni sisse]*****

Intervjuu küsimused (mesinikele Jüri ja EML juhatuse esimehele)

Intervjueeritavateks olid staažikad mesinikud Mait, Sander ja Jüri. Mait ja Sander on kasvatanud oma hobist mesinduse väiketootmise ning omavad kauaaegseid mesindusalaseid kogemusi. Tootja mesinik Jüri on peale mee ja mesindussaaduste müügi alustanud mesindusturismialast tegevust.

1. Milline on olnud Teie senine kogemus mesilaturismi ja apiteraapiaga? Kui on, jagaksite oma mesindusturismi teenuste/toodete kogemust?
2. Milliseid kogemusi tasub teie arvates teistega jagada?
3. Mis on Teie arvates Eesti mesindusturismi sihtkoha tugevused, nõrkused?
4. Milliseid võimalusi Teie näete mesilaturismi/apiteraapia arendamiseks Eestis? On Teil omapoolseid mõtteid mesilaturismi edendamiseks?
5. Milliseid toetusmeetmeid on rakendatud mesilaturismi arendamiseks ja mida on plaanis veel teha?
6. Kui suur on huvi apiturismi või apiteraapia tegevusvaldkonna vastu mesinike hulgas ja kas on tegutsevad ettevõtteid selles sektoris?
7. Kas Teie Eesti Mesinike Liidul (EML) on mesindusturismi alaseid partner/ koostöösuhteid Eestis või rahvusvahelisel tasandil? Kas Teil on valmidus koostööks näiteks turismisektoriga või teiste majandusharu/ organisatsiooniga?
8. Kas Eestil on potentsiaal saada atraktiivseks mesindusturismi sihtkohaks?
9. Kui reaalne projekt on Eesti Mesinduskeskus?

10. Millised on Eesti mesindusettevõtte sihtgrupid, -rühmad?
11. Milliseid kanaleid kasutades saate külastajatelt tagasisidet? Kas tagasisidest on tulnud ka mingeid mõtteid, mida/kuidas muuta?
12. Kas on veel midagi olulist, mida sooviksite minuga jagada või millele tähelepanu suunata?

Suur aitäh, et nõustusite minuga täna intervjuud läbi viima.

Lisa 2 Uuringu intervjuu

Tere, olen TTÜ Kuressaare Kolledži ettevõtluse ja elamusmajanduse üliõpilane, Merike Treimann. Soovin teid kutsuda osalema lõputöö raames läbiviidavas uuringus. Intervjuu ja selle hilisem analüüs on üks osa uuringust, mille peamine eesmärk on saada ülevaade mesindusturismi arendamise võimalustest Eestis elamusmajanduse aspektidest lähtuvalt, ettevõtete koostööst selles vallas ning mesinike huvitatus oma tegevust laiendada.

Intervjuu kestab orienteeruvalt 45 minutit. Kus oleks Teile kõige sobivam koht ja aeg, millal intervjuud läbi viia?

Aitäh, et nõustusite intervjuus osalema. Teie anonüümsus tagatakse, kui te seda soovite. Loodetavasti Teile sobib kui ma seda intervjuud salvestan. See aitab mul paremini meie vestlust analüü-

sida. Lisaks salvestamisele teen mõningaid märkmeid. Juhul kui te ei soovi, et ma intervjuud salvestan, teen ainult märkmeid ning vabandan juba ette kui pean paluma teil vastuseid korrata ja meie vestlus seetõttu pisut venib.

Juhin teie tähelepanu sellele, et ei ole õigeid ega valesid vastuseid minu küsimustele. Minu soov on teada saada teie isiklike mõtteid. Kui mõned küsimused on Teie jaoks ebamugavad, siis võite jätta nendele vastamata.

*****[Lülitan diktofoni sisse]*****

Suur aitäh, et nõustusite minuga täna intervjuud läbi viima.

Intervjuu küsimused (mesindusturismi ettevõttele)

X- Honey Wolf OÜ juht Janne, kes on mesinikuametist välja arendanud autori hinnangul kõige lähedasema mesindusturismi kontseptsiooniga ettevõtte, mis pakub teenuseid ja tooteid aastaring- selt, korraldab retki mesilasse ja koolitab järelkasvu apiteraapia vallas.

Y- Polgu Talu Apiteraapia- ja Koolituskeskus taluperenaine Ulvi, kes tegeleb rohkem mesindus- saaduste ja looduslike taimekoosluste baasil käsitöö kosmeetikatoodete müügiga ja vähesel määral ka korraldab koolitusi. Hetkel ei ole ekskursioone korraldanud.

1. Milline on olnud Teie senine kogemus mesilaturismi ja apiteraapiaga? Kui on, jagaksite oma mesindusturismi teenuste/toodete kogemust?
2. Milliseid kogemusi tasub teie arvates teistega jagada?
3. Mis on Teie arvates Eesti mesindusturismi sihtkoha tugevused?...nõrkused?
4. Milliseid võimalusi Teie näete mesilaturismi/apiteraapia arendamiseks Eestis? On Teil omapoolseid mõtteid mesilaturismi edendamiseks?
5. Milliseid toetusmeetmeid olete kasutanud mesilaturismi arendamisel?
6. Milline on Teie/ ettevõtte tulevikuvaade mesindusturismi toote/teenuse arendamiseks?
7. Kas Teie (organisatsioonil) on mesindusturismi alaseid partner/ koostöösuhteid Eestis või rahvusvahelisel tasandil? Kas Teil on valmidus koostööks näiteks turismisektoriga või teise ma- jandusharu/ organisatsiooniga?
8. Kas Eestil on potentsiaal saada atraktiivseks mesindusturismi sihtkohaks?
9. Millised on Eesti mesindusettevõtte (mesindusturismi ettevõtte) sihtgrupid, -rühmad?
10. Milliseid mesindusturismi tooteid/teenuseid planeerite juurde arendada?
11. Milliseid kanaleid kasutate külastajatelt tagasisidet? Kas tagasisidest on tulnud ka mingeid mõtteid, mida/kuidas muuta?
12. Kas on veel midagi olulist, mida sooviksite minuga jagada või millele tähelepanu suunata?

Suur aitäh, et nõustusite minuga täna intervjuud läbi viima.

Lisa 3 Ankeetküsimustik

Lugupeetav uuringus osaleja,

Olen Tallinna Tehnikaülikooli Kuressaare Kolledži tudeng, kes teeb oma lõputööd teemal „Mesindusturismi toote/teenuse arendamise võimalused Eestis elamusloome aspektidest lähtuvalt ja mesinike huvitatus oma tegevust laiendada“.

Lõputöö ühe osana viin läbi uuringu saamaks ülevaadet soovidest ja mõtetest mesindusturismi toodete/teenuste vastu ja huvitatus mesindusturismi sihtkohta külastada.

Uuringus osalemine ei too Teile kaasa mingeid teadaolevaid riske. Vastavalt Tallinna Tehnikaülikooli poolt teostatavate uurimustööde eetikale on Teie osavõtt selles uuringus vabatahtlik ja konfidentsiaalne. Andmed, mida kogun uurimustöö käigus, esitan summeerituna ühtses andmebaasis.

Instruktsioonid küsimustele vastamiseks on antud igas küsitluses. Ei ole õigeid ega valesid vastuseid. Sobiv vastus on Teie isiklik seisukoht vastavalt igale küsimusele. Teie nime ei seostata Teie vastustega. Kõik küsitlusankeedid hävitan peale andmete kogumist.

Kui Teil tekib küsimusi seoses selle uurimustööga, siis vastan nendele meeleldi. Selle uurimustöö kontaktisikuks on Merike Treimann, kelle e-maili aadress on ära toodud allpool.

Täna Teid väga Teie abi eest!

Lugupidamisega,

Merike Treimann

Uuringu läbiviija

Kuressaare Kolledž

metrei@taltech.ee

1. Kui tihti Te külastate maaturismi sihtkohti? (**valige üks sobivaim vastusevariant**)

- Harvem kui 2 kord aastas
- Harvem kui 1 kord aastas
- 1 kuni 2 korda aastas
- 3 kuni 5 kordas aastas
- Rohkem kui 5 korda aastas
- Ei külastanud üldse

2. Mis on Teile oluline turismisihtkoha motivatsiooni otsingul? (**Märkige üks number iga põhjuse juures**)

	Täiesti ebaoluline		Ei ole oluline ega Väga oluline		
	1	2	3	4	5
Kohalike elanike kaasatus	1	2	3	4	5
...abivalmidus	1	2	3	4	5
...sotsiaalsus	1	2	3	4	5

...külalislahkus	1	2	3	4	5
Kohalikud, autentsete taju- dega tooted/teenused	1	2	3	4	5
Väljakutset pakkuvad koge- mused	1	2	3	4	5
Soov kogeda piirkonna te- gelikku elu	1	2	3	4	5
Abiteenusena majutus	1	2	3	4	5
...transport sihtkohta	1	2	3	4	5
...toitlustus	1	2	3	4	5
Teadmine, mis Teid ees ootab	1	2	3	4	5
Füüsiline mugavus	1	2	3	4	5
Hügieen	1	2	3	4	5
Hariduspõhised kogemused	1	2	3	4	5
Käelised oskused	1	2	3	4	5
Teie panus „maailma“ pare- maks muuta	1	2	3	4	5
Kohalik kultuuripärand	1	2	3	4	5
Jätkusuutlikus turismisekto- ris osalemine	1	2	3	4	5

3. Kui suur tõenäosus on külastades turismisihtkohta, osalete....(*Märkige üks number iga tee-
nuse juurde*)

	Täiesti ebaoluline	Vähe olu- line	Ei ole olu- line ega ebaoluline	Oluline	Väga olu- line
Kultuuriüritus	1	2	3	4	5
Muuseum	1	2	3	4	5
Gastronoomilised katsetused	1	2	3	4	5
Puu töötoad	1	2	3	4	5

Maalimine	1	2	3	4	5
Käelised töötoad	1	2	3	4	5
Matk loodusesse	1	2	3	4	5
Massaaž, teraapiatoad	1	2	3	4	5
Looduskosmeetika, hooldusvahendite töötoad	1	2	3	4	5
Keraamika töötoad	1	2	3	4	5

4. Mis teeks Teie jaoks turismi sihtkoha huvitavaks? (*Märkige üks number iga teenuse juurde*)

	Täiesti ebaoluline	Vähe oluline	Ei ole oluline ega ebaoluline	Oluline	Väga oluline
Looduskaunid kohad	1	2	3	4	5
Mugavustega spaapuhkus	1	2	3	4	5
Veekogu lähedus	1	2	3	4	5
Füüsilised tegevused (sport)	1	2	3	4	5
Tervise seminarid	1	2	3	4	5
Jooga, meditatsioon	1	2	3	4	5
Heaolu- Raviprotseduurid	1	2	3	4	5
Teadlikkuse (mindfulness) praktikad	1	2	3	4	5

5. Kas Te olete tarbinud mesindusturismiteenuseid/-tooteid, apiteraapiat?

Jah olen, (millised teenused/tooted)

- Jah olen, (apiteraapiat)

(teenused) _____

- Ei ole (*järgmine küsimus 8*)

6. Mille poolest erineb Teie mesila reisikogemus varasematest reisidest teistesse turismi sihtkohadesse?

7. Kas Te jagaksite oma kogemusi valitud teenuste kohta, mida mäletate pärast mesindusturismi sihtkohast naasmist ja milliseid kogemusi tasub Teie arvates sõpradega jagada?

8. Mil määral mõjutavad allpool nimetatud aspektid külastaja mesindusturismiteenuse elamuskoogemust. Ja kui vastajal puudus kogemus, siis paluti olukorda ette kujutada

(Märkige üks number iga põhjuse juures)

	Täiesti		Ei ole oluline		
	ebaoluline	Vähe oluline	line	Oluline	Väga oluline
Turvalisus	1	2	3	4	5
Puhas loodus	1	2	3	4	5
Autentsus	1	2	3	4	5
Teenuse lihtsus	1	2	3	4	5
Teenuse unikaalsus	1	2	3	4	5
Aktiivne kaasamine töötubades	1	2	3	4	5
Osalemine mesinike töös	1	2	3	4	5
Gastronoomilised üllatused (meebaasi)	1	2	3	4	5

Õõbimine mesi- lasmajas	1	2	3	4	5
Saun mee massaa- žiga	1	2	3	4	5
Heaolu ja terven- davad raviteenu- sed	1	2	3	4	5

9. Lapsevanemana või kui oleksite lapsevanem, kui oluline on, et Teie laps/lapsed saavad tead-
mised/kogemused juba lasteaias? (*Märkige üks number iga põhjuse juures*)

	Täiesti		Ei ole oluline		
	ebaoluline	Vähe oluline	line	Oluline	Väga oluline
Keskkonnateadlikkusest	1	2	3	4	5
Mesindusest, mesilaste tähtsusest	1	2	3	4	5
Pärandkultuurist	1	2	3	4	5
Vanadest traditsiooni- dest	1	2	3	4	5
Mesinike tegemistest	1	2	3	4	5
Mesila töötubadest	1	2	3	4	5
Looduskaitsest	1	2	3	4	5

10. Kas ostate mesindusturismiteenust tarbides või mesilat külastades mett või meesaaduseid
koju kaasa?

- Ostan
- Ei osta
- Ei tea

○ Muu _____

11. Kui lähete mett või meesaaduseid ostma, kas tarbiksite mesindusturismi teenuseid (apiteraapiat)?

○ Jah

○ Ei

○ Võib-olla

○ Ei tea _____

12. Lisa mõtteid või soove mesindusturismi ja apiteraapiaga seoses, mida sooviksite minuga jagada.

Lõpetuseks soovime Teilt küsida mõned isiklikumad küsimused. Kõik antud vastused jäävad konfidentsiaalseteks ja neid ei seota Teie isikuga.

13. Teie sugu?

○ Naine

○ Mees

14. Teie vanus? (**täisaastates**)

Olen ____ aastat vana.

15. Teie elukoht? (**valige üks vastusevariant**)

○ Linn

○ Asula

○ Küla

○ Maakoht

○ Muu (palun täpsustage)

16. Teie tööhõive hetkel? (valige üks vastusevariant)

○ Täiskoormusega töötaja

- Osalise koormusega töötaja
- Ettevõtja
- (Üli)õpilane
- Kodune, pensionär, lapsehoolduspuhkusel
- Muu (palun täpsustage)_____

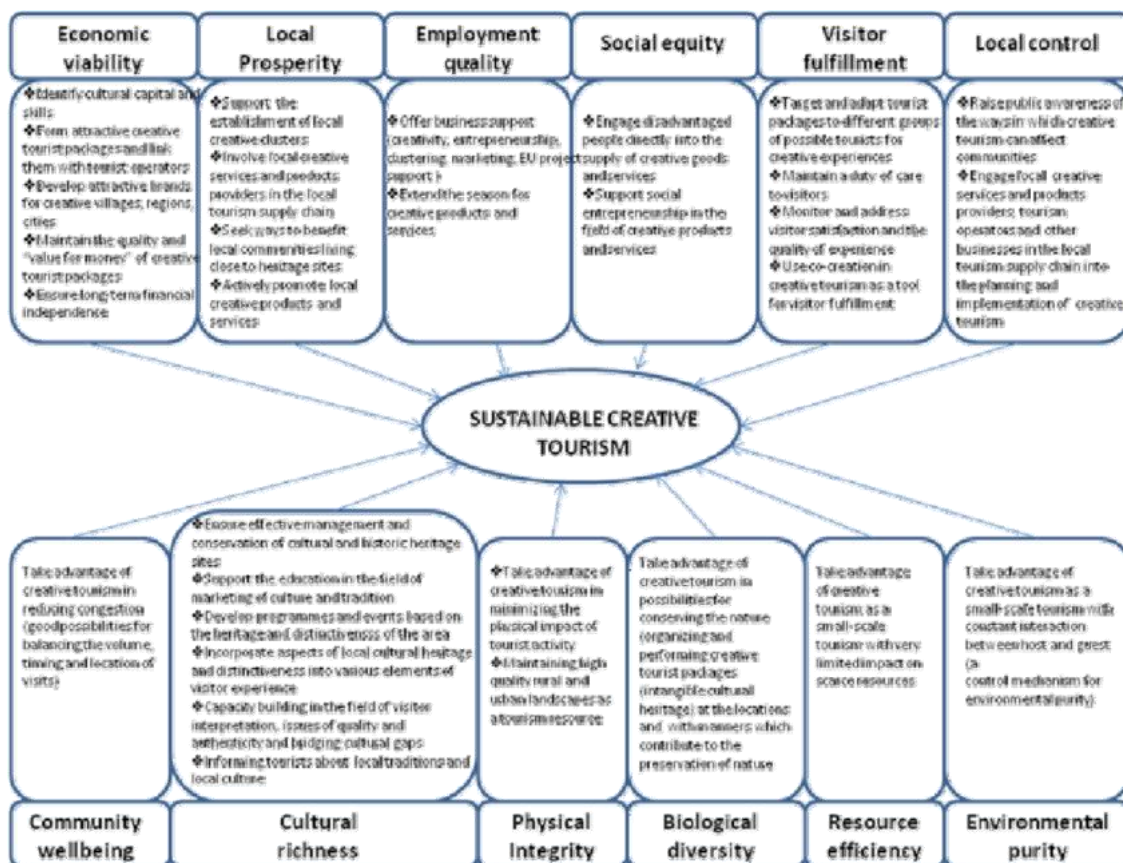
Täna vastamast!

Lisa 3 Struktuur

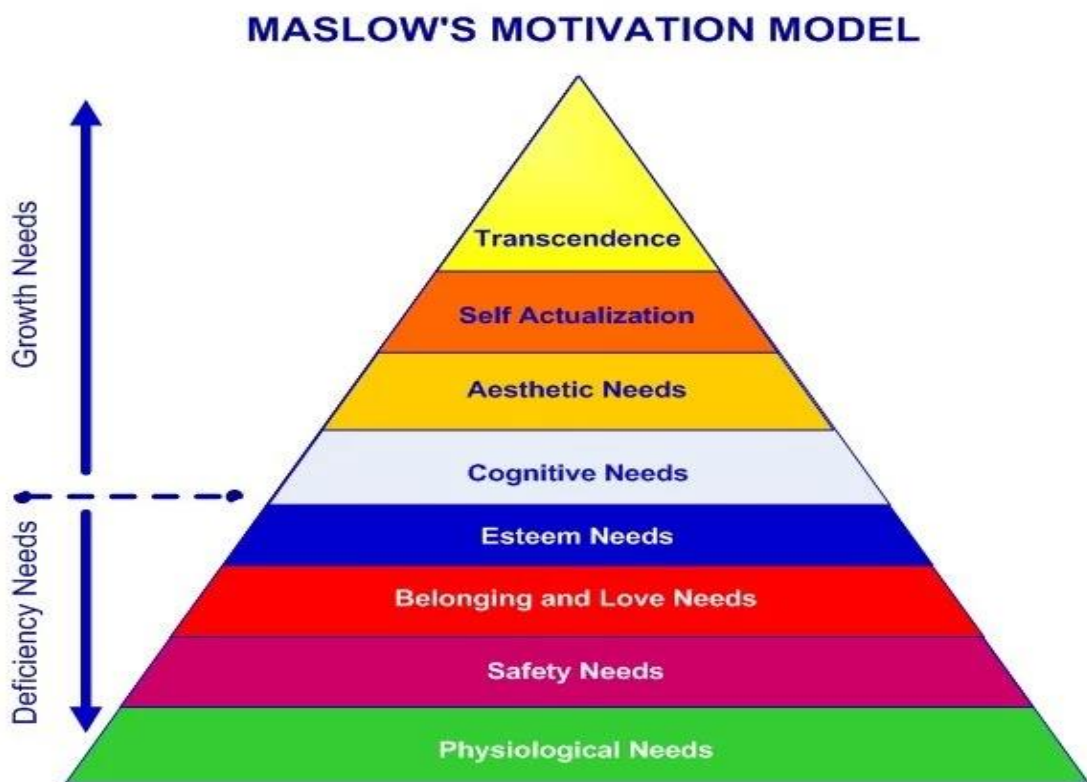
Mõiste	Definitsioon	Operatsionaliseerimine
1.Sihtrühm	Pakutava teenuse/toote potentsiaalsete tarbijad ja turu hetkeolukord	1.Sihtgrupi profiil <ul style="list-style-type: none"> • Demograafilised tunnused • Sihtrühma soovid 2.Hetkepakkumise tarbijad turul
2.Api- ja mesilaturismiteenus/ toode A.Apiteraapia	Maa-, öko-, seiklus- ja muud turismi valdkonna ebatavaline alternatiiv turismiteenusele. <i>Apis mellifera</i> tähendab ladina keeles: <i>apis</i> – mesilane, <i>meli</i> – mesi, <i>ferre</i> – kannan, kogun A. Tavameditsiini osaravitaakse mesindussaadustega	1.Ressursibaas <ul style="list-style-type: none"> • Inimressurss- mesinik/teenuse/toote pakkuja • Mesindus 2.Teenused/tooted 3.Eesti mesinduse kompetentsikeskus (tuleviku uurimisteema)
3.Elamusväärtus	Elamusteenusest saadav emotsioon ja füüsiline kogemus, mis annab konkurentsieelise ja tagab kliendi rahulolu ja võimaluse kordusostuks	1.Emotsionaalne ja füüsiline kaasatus <ul style="list-style-type: none"> • Tarbija ootused 2.Tervise aspekt 3.Positiivne/ negatiivne elamus

4.Koostöö	Koordineeritud jõupingutus ühise eesmärgi saavutamiseks	1.Partnerid - ettevõtted ja meesinikud 2.Mesindusliidud, -seltsid
5.Konkurents	Sarnast teenust/toodet pakuvad ettevõtted	1.Teenuse/toote pakkujad Eestis 2. Sloveenia
Abiteenused	Põhiteenust toetavad teenused	1.Transport 2.Toitlustamine 3.Majutus

Lisa 4 Korez-Vide jätkusuutlikkuse mudel – loometurism



Lisa 5. Maslow'i (1987). Motivatsiooni mudel, Mcleod, 2007 täiendatud 2022



Lisa 6. Lihtlitsents

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks²

Mina, Merike Treimann

Annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

Mesindusturismi toote arendamise võimalused Eestis elamusloome aspektidest lähtuvalt

mille juhendaja on Jana Raadik Cottrell

reprodutseerimiseks lõputöö säilitamise ja elektroonse avaldamise eesmärgil, sh Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogusse lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tallinna Tehnikaülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogu kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

² Lihtlitsents ei kehti juurdepääsupiirangu kehtivuse ajal vastavalt üliõpilase taotlusele lõputööle juurdepääsupiirangu kehtestamiseks, mis on allkirjastatud teaduskonna dekaani poolt, välja arvatud ülikooli õigus lõputööd reprodutseerida üksnes säilitamise eesmärgil. Kui lõputöö on loonud kaks või enam isikut oma ühise loomingu tegevusega ning lõputöö kaas- või ühisautor(id) ei ole andnud lõputööd kaitsvale üliõpilasele kindlaksmääratud tähtajaks nõusolekut lõputöö reprodutseerimiseks ja avalikustamiseks vastavalt lihtlitsentsi punktidele 1.1. ja 1.2, siis lihtlitsents nimetatud tähtaja jooksul ei kehti.

Olen teadlik, et käesoleva lihtlitsentsi punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest ning muudest õigusaktidest tulenevaid õigusi.

18. mai 2023