



TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

INSENERITEADUSKOND

Kuessaare kolledž

Karl Teresk

RÕSNA PUHKEKESKUSE TEENUSTE ARENDAMINE

Lõputöö

Õppekava „Ettevõtlus ja elamusmajandus“

Juhendaja: Riia Nelis

Kuessaare 2022

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 7956 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Karl Teresk

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 193205SDVR

Üliõpilase e-posti aadress: karl.teresk13@gmail.com

Juhendaja: Riia Nelis

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE	4
SISSEJUHATUS	5
1. TURISM JA MAATURISM	7
1.1 Turism.....	7
1.2. Maaturism ja maaturismiettevõtlus	8
1.3. Kliendigruppide segmenteerimine.....	14
2. RÕSNA PUHKEKESKUSE TEENUSTE ARENDAMINE	16
2.1. Ülevaade Rõсна Puhkekeskusest.....	16
2.2. Rõсна Puhkekeskuse peamised konkurendid	18
2.3. Klientide rahulolu-uuringu eesmärk, meetodika ja uuringutulemuste analüüs.....	21
2.4. Uuringutulemuste üldistused ja ettepanekud teenuste arendamiseks	29
KOKKUVÕTE.....	36
SUMMARY	38
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU	40
LISAD	44
Lisa 1. Kliendi tagasiside küsimustik.....	44
Lisa 2. Intervjuu omanikuga.....	48
Lisa 3. Suur maja	50
Lisa 4. Väike maja	51
Lisa 5. Kämpingud	52
Lisa 6. Grillkoda.....	53
Lisa 7. Suitsusaun.....	54
Lisa 8. Konnamaja.....	55
Lisa 9. Savimäe maja.....	56
Lisa 10. Hall maja.....	57
Lisa 11. Rõсна Puhkekeskus	58
Lisa 4. Lihtlitsents	59

LÜHIKOKKUVÕTE

Käesoleva lõputöö teemaks on „Rõsna Puhkekeskuse teenuste arendamine“. Kuna turismivaldkonnas on konkurents tihe, soovib autor uurida, kuidas saaks muuta puhkekeskust konkurentsivõimelisemaks läbi uute/arendatud teenuste ja kas oleks võimalik vähendada ka sesoonsust.

Lõputöö eesmärgiks on analüüsida klientide rahulolu puhkekeskuse praeguste teenustega ja saada tagasisidet teenuste lisamise ja arendamise kohta ning teha neile tuginedes ettepanekuid teenuste arendamiseks.

Eesmärgi saavutamiseks püstitati järgmised ülesanded: saada ülevaade maaturismi olemusest, maaturismiettevõtluse spetsiifikast, innovatsioonist maaturismis, ning küllastajate segmenteerimisest; tutvuda Rõsna Puhkekeskuse ja selle peamiste konkurentidega, viia läbi küsitlus puhkekeskuse ja seal pakutavate teenuste kohta ning jõuda analüüsitulemuste kaudu järelduste ja ettepanekuteni.

Töö empiirilises osas on kasutatud kvantitatiivset uurimismeetodit, viies läbi ankeetküsitluse.

Küsitlustulemuste analüüsi põhjal saab öelda, et Rõsna Puhkekeskust külastanud kliendid on pakutavate teenustega rahul. Ligi 90% vastanute arvates on teenuste hind ja kvaliteet hästi kooskõlas. Kliendid on pigem huvitatud planeeritavatest uutest teenustest. Küsitluses osalenud küllastajad tegid teenuste ja uuenduste kohta mitmeid omapoolseid ettepanekuid. Samuti saab järeldada, et hooajalisust on võimalik vähendada, aga mitte täielikult kaotada.

Võtmesõnad: maaturism, maaturismiettevõtlus, teenuste arendamine, hooajalisus

SISSEJUHATUS

Turism on Eestis pidevalt arenev valdkond, sest inimeste soovid ja vajadused muutuvad. Ikka veel avastatakse Eestis uusi ja ilusaid paiku ning õpitakse tundma Eesti piirkondade kultuurilisi erinevusi. Mitmekesised maastikud ja loodus pakuvad erinevaid võimalusi: järve- ja mereäärsed alad sobivad aerulauaga sõitmiseks, ujumiseks, lohesurfamiseks ja paljudeks muudeks tegevusteks. Kuppelmaastiku alad seevastu pakuvad põnevaid pinnavorme, tihedaid metsi ja huvitavamaid matkavõimalusi.

Turism on COVID-19 pandeemiast tingitud piirangute tõttu viimaste aastate jooksul märgatavalt kahanenud. Toetudes statistikaameti andmetele, vähenes ööbimisega sisereiside arv Eestis turismi tippajal juulis võrreldes 2019. aastaga 2020. aastal 39% ja 2021. aastal 35%. Ööbimisega välisreiside osas oli langus veel suurem – 66-67%. (Eesti Statistikaamet, tabel Eesti elanike ööbimisega välis- ja sisereisid, 2008-2021). 2022. aasta suvega vähenes siseturistide arv eelmise aastaga võrreldes 16% (Eesti Statistikaamet, tabel Eestis majutatud turistid, 2019-2022).

Kuna Eestis on turism hooajaline, koondudes peamiselt 3-4 suvekuule, on konkurents väga tihe. Suvekuudel keskendub inimeste huvi loodusele, rannas viibimisele, ujumisele, grillimisele ja telkimisele. Selliseid teenuseid võimaldab enamik maamajutust pakkuvaid asutusi. Et vältida olukorda, kus turismiteenuseid pakkuvad ettevõtted on kõik sarnased, tuleb liikuda kaasa uute ja innovatiivsete trendidega, kus iga ettevõtte pakub midagi teistest erinevat.

Käesolev lõputöö on koostatud teemal „Rõсна Puhkekeskuse teenuste arendamine”. Teema valik on tingitud asjaolust, et Setomaal asuva Rõсна Puhkekeskuse potentsiaali ja võimalusi ei ole seni täielikult ära kasutatud. Puhkekeskuse üheks probleemiks on mugavate ööbimiskohtade vähesus, samuti puudub suurte ürituste korraldamiseks piisav siseruum. Teiseks murekohaks on hooajaline kasutus, mis tähendab, et sügisest kevadeni keskus kliente eriti ei majuta. Lõputöö autor soovis puhkekeskuse klientidelt tagasisidet, saamaks teada, milliseid teenuseid on kasutatud, mis on olnud meeldiv ning milliseid muutusi ja uuendusi oodatakse.

Lõputöö põhieesmärgiks on teha kliendiuuringu põhjal ettepanekuid selliste teenuste edasiarendamiseks, mis aitaksid suurendada klientide arvu ja pikendada turismihooaega.

Töö teema on turismisektoris, eriti maaturismis, aktuaalne, sest konkurents on tihe. Selleks, et ettevõtet saadaks edu, on vaja keskenduda kliendi vajadustele ning teenuste ja toodete edasiarendamisele. Setomaa omapärane maastik, keel ja kultuur on turistide tähelepanu püüdvaks magnetiks. Paraku toimub enamik kultuurisündmusi ja üritusi seal just suveperioodil. Samuti mõjutab Eesti siseturismi põhjamaadele iseloomulik kliima. Kõik nimetatud aspektid tekitavad hooajalise klientuuri. Siinkohal leiabki autor, et hooajalisuse mõju vähendamiseks tuleks Rõsna Puhkekeskuses pakutavaid teenuseid juurde lisada ja edasi arendada. See aitaks muuta majutusasutust hooajalisusest vähem sõltuvaks ja tõsta ettevõtte külastatavust.

Lõputöö eesmärgiks on analüüsida Rõsna Puhkekeskuse teenuseid ning teha kliendiuuringu põhjal ettepanekuid teenuste lisamiseks/edasiarendamiseks, mis aitaksid suurendada klientide arvu ja pikendada turismihooaega. Eesmärgi saavutamiseks püstitas autor järgnevad ülesanded:

- Tutvuda teemakohaste teoreetiliste allikatega;
- Viia läbi kvantitatiivne uuring klientide seas, et koguda tagasisidet ja arvamusi seniste ja uute teenuste arendamise kohta;
- Koostada uuringutulemuste analüüs;
- Pakkuda lahendusi teenuste arendamiseks nii teoreetiliste allikate kui läbiviidud uuringu põhjal.

Uurimismeetodina kasutas töö autor kvantitatiivset uurimismeetodit, mille käigus viidi läbi Rõsna Puhkekeskuse klientide rahulolu uuring. 14 küsimusest koosnev ankeet saadeti laiali erinevatele inimestele, kes olid varem majutusasutust külastanud. Uuringu küsimustiku koostamisel kasutati *Google forms* keskkonda.

Lõputöö koosneb kahest peatükist. Esimene peatükk sisaldab turisminduse ja maaturismiga seotud teemade teoreetilist käsitlust. Teises peatükis keskendub autor Rõsna Puhkekeskuse praegustele teenustele ja sihtrühmadele, kirjeldab uuringu läbiviimist, analüüsib uuringutulemusi ja teeb ettepanekuid majutuskeskuses pakutavate teenuste edasiarendamiseks.

1. TURISM JA MAATURISM

Lõputöö esimeses peatükis kirjeldab autor maaturismi, maaturismiettevõtluse olemust ja spetsiifikat ning külastajate segmenteerimist. Teoreetilise osa koostamisel on kasutatud teadusartikleid, raamatuid, dissertatsioone ja lõputöid.

1.1 Turism

Tänapäeval on turism ühiskonna lahutamatu osa. Turism kui mõiste tähendab organiseeritud tervikreisimist, mis saab alguse selle planeerimisega, sisaldab kohalejõudmist, sihtpunktis viibimist ja kohapeal aja sisustamist. Mõistena tähendab „turist“ isikut, kes veedab tavapärasest elukohast ajutiselt vähemalt 24 tundi eemal, kuid turist ei ole isik, kes käib igapäevaselt välismaal töö ja teenib seal elatist. Seoses transpordivahendite kiire arenguga 20. sajandi teises pooles tähistab „turism“ kui termin lisaks matkamisele ja muudele aktiivsetele sportlikele vabaajategevustele üha enam mugavat liikumist vaatamisväärsuste juurde lennuki, laeva, bussi või muude vahenditega. (Siimon, 1996, lk 11-13) Maailma Turismiorganisatsioon (UNWTO) on turismi jaotanud kolme rühma: siseturism (*domestic tourism*), väliturism/väljaminev turism (*outbound tourism*) ja sissetulev turism (*inbound tourism*) (UNWTO Glossary of Tourism Terms, 2022).

Turismil on oluline osa maailmamajanduses: see mõjutab majandusega seotud tulusid; loob juurde töökohti; suurendab sidusust läbi kultuuri ja aitab arendada infrastruktuuri. 2019. aastal moodustas turism maailmas tervikuna 4% ja Euroopas 4,3% sisemajanduse koguproduktist (The Economic Contribution...2021, 13-14). Tänu turismile luuakse töökohti ka teistes tegevusvaldkondades, näiteks põllumajanduses, transpordis, kommunikatsiooni-, haridus- ja tervishoiusektoris. Turistid soovivad kogeda sihtkoha kultuuri, erinevaid traditsioone ja ka gastronoomiat. Selline tegevus on tulus kohalikule majandusele, näiteks kohalikele restoranidele, kaubanduskeskustele, kauplustele ja muuseumidele. Tänu turismile luuakse juurde uusi sõiduteid või korrastatakse endisi, rajatakse moodsaid ehitisi. Turismimajandust mõjutavad ka erinevad näitused, kultuurilised sündmused ja üritused. (Yehia, 2019)

Eesti turismis on olulisel kohal erinevad kontserdid ja etendused. Näiteks toimuvad väikeses Setomaa külas Treski küünis kontserdid, kuhu muusikasõbrad sõidavad kohale igast Eestimaa osast, aga ka väljastpoolt Eestit. Kasu ei saa ainult Treski küün, vaid ka kohalikud kohvikud, majutusasutused, muuseumid ja muud teenuseasutused. Turistid naudivad kohalikku kultuuri ja ostavad kohalikke tooteid. Nii välis- kui ka siseturistid aitavad kaasa riigi mitmekesistamisele ja kultuurilisele rikastumisele. Kui turismiteenust pakutakse nii, et see vastab külastaja ootustele ja see toimib ideaalilähedaselt, kutsub see inimesi jääma reisisitud kohta võimalikult kauaks ja neid sinna ka tagasi tulema. (Yoon, Uysal, 2005, lk. 53-56; Oppermann, 2000, lk. 78-84) Tänu globaliseeruvale, avatud maailmale, reisivad ja suhtlevad inimesed üha rohkem ning saavad tundma õppida teisi kultuure. Väga palju toetab turismi infotehnoloogia areng. See võimaldab inimestel saada informatsiooni erinevate reisisihtkohtade kohta ja tänu e-turundusele on ka lihtsam leida ning broneerida majutust. Turisminduse tulevikku mõjutab ühiskondlike väärtushinnangute muutumine. Aina rohkem hakatakse väärtustama loodust, tervislikumaid eluviise, kogemusi ja enesearengut. Tänu sellele panustatakse raha ka rohkem reisimisele. (Todd, 2001, lk. 3-17; Olsen, 2001, lk. 206-215)

1.2. Maaturism ja maaturismiettevõtlus

Maaturism on väikesemahuline turismiliik, mis toetub piirkondlikule kultuurile ja sealsele elustiilile. Maailma Turismiorganisatsioon (UNWTO) definitsiooni järgi on maaturism turismiliik, mille puhul külastuselamus on seotud looduses toimuvate tegevuste, põllumajanduse, maaelu- ja kultuuri, kalastamise ning maal asuvate vaatamisväärsuste külastamisega. Maaturismitegevused toimuvad väljaspool linna – hõredalt asustatud maapiirkondades, kus domineerivad põllumajandus ja metsandus ning maaelule traditsiooniliselt omane sotsiaalne struktuur ja elulaad. Maamajutust kirjeldatakse kui ajutist elukohta maakeskkonnas. (World Tourism Organization. Rural tourism) Ülemaailmses perspektiivis loetakse maapiirkonnaks selliseid paiku, kus elanike arv jääb alla 10 000, Eestis aga alla 4000 elaniku (Mald, 1998; Bramwell, Lane, 1993; OECD, viidatud Hillep *et al.*, 2012).

Autor toob alljärgnevalt välja mõningaid maaturismile omaseid tunnuseid (Hall *et al.*, 2016, lk. 4-7):

- Teenuseid pakutakse ja tegevused toimuvad maapiirkondades;
- Ollakse vahetus kontakt looduse ja kohaliku kultuuripärandiga;
- Põhineb väikeettevõtlusel;
- Asumid ja ehitised on suhteliselt väikesemahulised võrreldes linnaga;
- Toetub traditsioonidele, on seotud kohalike elanike ja kogukonnaga;
- On kohalikule kogukonnale kasulik ja loob talle kestvaid hüvesid;
- Tegevus võib olla seotud ka põllumajanduse, suveniiritööstuse vms - hõlmatud on erinevad majanduse, looduse- ja keskkonna, paikkonna ajaloo/kultuuriga seotud tegevused.

Erika Bardone (2013, lk 15-16) on oma doktoritöös välja toonud, et tänapäeval on maaelu muutunud eripalgeliseks ja mitmekesiseks, pakkudes mitmesuguseid turismiatraktsioone ja vabaajategevusi. Ta viitab Edensori, Pine'i ja Gilmore'i ning Morgani, Scotti ja teiste töödele, öeldes, et talud on mitmekesistanud oma sissetulekuallikaid, aga ka teised maettevõtjad otsivad hea turuväljavaatega kinnisvara, millel on oma „lugu“, seos traditsioonide, rituaalide või muu taolisega. Toimub traditsioonilise maaelu n-ö kaubastamine. Elamusmajanduses nähakse elamusi kui uusi kaup/teenuseid ja turismiturunduses peaks pöörama erilist tähelepanu elamusteenuste disainimisele ja elamuse disainile. Ka maaturismi ei ole tänapäeval seetõttu lihtne üheselt defineerida, sest see on koos maaeluga pidevas muutumises. Varasemalt domineerinud talumajutusele on lisandunud mitmeid elamusteenuseid. Maaturism kui selline moodustab vihmavarju, mille alla kuuluvad erinevad turismi alaliigid, näiteks ökoturism, agriturism, loodusturism, seiklusturism, pärandturism, toiduturism jne. Tiina Ardel (2015, lk 27) toob välja, et Eesti peamiseks maaturismi ressursiks on neli aastaaega, bioloogiline mitmekesisus, puhtus ja hea geograafiline asukoht. Samuti mängib suurt rolli kultuuriline ning ajalooline taust – erinevad ehitised, maatööd, omanäoline käsitöö, rahvakultuuritraditsioonid ning erinevad suhtlemistavad ja keelemurded.

Põllumajandusministeeriumi tellimusel 2009. aastal läbi viidud uuring „Turismiettevõtjad maapiirkonnas“ näitas, et tookord moodustas Eesti turismimajanduses suure osa just maaturism. Selgus, et maaturismi majutus moodustas ligi 66% kogu majutusärist. Maaturism tugineb maapiirkondade ressurssidele ja tugevatele külgedele, milleks on loodus, privaatsus, omanäolisus,

personaalne tähelepanu, vaikus ja ehedus. (Uuring: maaturism on suurem osa Eesti turismiärist, 2010) Sama kinnitab ka Skandinaaviamaade uuring, kus on peamiste maaturismi väärtustena mainitud loodust, maastikke ja värsket õhku. Maapuhkust samastatakse uuringus rahuliku, aeglase elutempo ja füüsilise/vaimse tervise heaoluga. (Hjalager *et al.*, 2018)

Richard Sharpley ja Adrian Vass (2006) uurisid turismi kui kõrvaltegevust Põhja-Inglismaa taludes ning tõid välja mitmeid väljakutseid, millega tuleb talus turismiteenuste pakkumisel arvestada: asukoha atraktiivsus, lisainvesteeringute vajadus, turundusoskused, teenuste kvaliteedi tagamine. Autorite läbi viidud uuringust ilmnes, et turismiga tegelema hakanud talude puhul oli edu saavutamisel määrava tähtsusega koostöö teiste sama piirkonna turismiettevõtjatega.

Maaturismi mõju maapiirkondadele võib olla väga kasulik, tuues endaga kaasa kohaliku ettevõtluse elavnemise, eksporditulude suurenemise, investeeringud maapiirkondadesse, infrastruktuuri arengu, elukvaliteedi paranemise, uued töökohad ja/või lisisissetuleku teenimise võimalused, uued kontaktid, looduse ja kultuuripärandi taasavastamise ja –väärtustamise. (Hall *et al.*, 2016), (Simpson, 2008; Kivi, 2011; Rebane, 1999; Ardel, 2004, viidatud Hillep *et al.*, 2012)

Maaturismil on suur mõju maapiirkondadele. Maaturism võimaldab luua juurde uusi töökohti, aitab jätkata tööd juba toimivatel ettevõtetel ja toetab kohalikku omavalitsust. Tänu maaturismile ehitatakse piirkondadesse juurde muuseume, söögikohti ja muid elukvaliteeti ning infrastruktuuri parandavaid rajatisi. Samuti aitab maaturism ka säilitada ja taaselustada käsitööd, traditsioone ning pärimuskultuuri. Maaturism väärtustab loodushoidu ja ehitiste säilitamist, toetab uute äriühingute loomist, aitab muuta kogukonda mitmekesisemaks, suurendada kohaliku käsitöö müüki. Samuti aitab eelnimetatud turismiliik tõsta maaelanikkonna elatustaset. Maaturismil on ka negatiivseid külgi, mille tulemusena võib tekkida ülerahvastatus, avalike teenuste liigne survestamine ning nendest tulenevad ebasoodsad arengud. (Nulty, 2004; Irshad, 2010; Okech *et al.*, 2012, viidatud Ayazlar, Ayazlar 2015)

Maaturismiettevõtlus tegeleb majutus-, toitlustus- ja puhketegevuste pakkumisega maal. Kui minevikus oli domineeriv maaettevõtja talunik, siis tänapäeval on maaettevõtlus palju mitmekülgsem. Maaettevõtja oskab tuua kasu oma kodupiirkonnale, müües teenuseid ja kaupu, kasutades ära geograafilisi, füüsilisi ja topograafilisi võimalusi. (Bardone, 2013)

Nagu ettevõtluses üldse, tuleb ka maaturismiettevõtjal oma teenuseid pidevalt arendada ja uuendada. Ettevõtte peab olema piisavalt innovaatiline, kuna see aitab rahuldada tarbijate muutuvaid vajadusi ajas ja püsida konkurentsivõimeline ka teiste turismiettevõtete seas. (Goranczewski, Puciato 2010; Nuskiewicz, Roman 2013, viidatud Brelik, 2017)

Mõne aasta eest Taanis, Saksamaal, Rootsis ja Norras läbi viidud uuring (Hjalager *et al.*, 2018), mis hõlmas kokku 2000 inimest, keskendus innovatsioonipuudujääkidele maaturismis, selgitamaks välja, kui suur on erinevus praegu pakutava teenuse kvaliteedi ja potentsiaalse tulevase kliendi poolt eeldatava teenuse kvaliteedi ja ootuste vahel. Innovatsiooni üheks käivitajaks on nõudmine uuenduste järele, mistõttu on oluline, et ettevõtted küsiks klientidelt, mida uus toode või teenus peaks neile andma. Selgus, et tõenäoline tulevane maaturismi klient on praegusest tunduvalt nõudlikum, tal on kõrgemad ootused kogeda huvitavaid elamusi. Kui praegune klient on pigem konservatiivne ja eelistab matku looduses ning kohalike laatade ja näituste külastamist, siis tulevane küllastaja on rohkem huvitatud vabatahtlikust tööst, koolitus- ja õppetegevustest ning kultuuriga seotud pakkumistest. Küllastaja on valmis kulutama maal raha lisaks majutusele ja toidule ka käsitööle, kunstile, vanavarale – turismiettevõtja peaks sellega arvestama ja kombineerima uudseid teenuseid atraktiivsete kaubapakkumistega. Uuringu tulemused viitasid ka sellele, et maaturismiettevõtjatel ja -asjalistel napib teadmisi, kuidas uuendada teenuseid ja oma tegevust laiemalt. Kasuks tuleb senisest tihedam omavaheline koostöö ja võrgustumine.

Skandinaavia maaturismi uuringus on välja toodud Parasuramani, Zeithamli ja Berry (Parasuraman *et al.*, 1988, viidatud Hjalager *et al.*, 2018) kohandatud SERVQUAL teenindussektori kvaliteedimudel, mis toob välja viis innovatsioonilünka. Portfelli puudujääk – ressursside, varade, vajaduste ja valitud trajektoori ebapiisav koordineerimine. Teise puudujäägina käsitletakse vanamoodsal mõtlemisel põhinevat vastuseisu uuendustele. Kolmanda puudujäägina tuuakse välja teadmislünk, ehk ettevõtjad ei kasuta ära arenguvõimalusi, pääsemaks laiemale turule ega koostöövõrgustikesse. Viimaseks puudujäägiks on oskamatus kasutada olemasolevaid ressursse ettevõtte arendamiseks (ettevõtte ei oska hinnata oma varade potentsiaali turismi arendamises). (Hjalager *et al.*, 2018)

Nagu eelnevalt juba öeldud, turismindusega tegutsevatel ettevõtetel on olulised mitte ainult pakutavad teenused, vaid ka tooted (Januszewska 2008, viidatud Brelik 2017). Skandinaavia

maaturismi uurimuses osutati Reiceheli, Lowengartti ja Milmani uuringule, mis näitas, et paljud maaturismi pakkujad ei paranda oma teenuste ja toodete kvaliteeti. Uuenduste puudumine võib vähendada konkurentsivõimet ja tuua kaasa potentsiaalsete külaliste väljavoolu. (Reichel *et al.*, 2000, viidatud Hjalager *et al.*, 2018) Ettevõtte personal peab tegutsema kliendikeskselt ja võimaldama alati head kvaliteeti ning kvaliteetsset kliendisuhtlust.

Väikeettevõtjal peavad olema teadmised-oskused raamatupidamisest, planeerimisest, teenuste loomisest ja arendamisest, turundusest ja muust, sest sageli peavad maaturismiettevõtjad täitma kõiki ülesandeid ise. Firma edukaks toimimiseks peaksid maaturismifirmaga seotud isikutel olema mitmekesised professionaalsed oskused, mis paljudel mikroettevõtte omanikel tegelikult siiski puuduvad. Maaturismiettevõtluses tuleb arvestada sellega, et ettevõtted on enamasti väikesed, mistõttu on piiratud ka ivensteerimisvõimalused ja personali palkamine. (Hall *et al.*, 2016, lk. 6-7)

Paljud maaturismi ettevõtted on mikroettevõtted ja perefirmad. Andreas Kallmuenzeri uuring näitas, et sellistes perefirmades käivitab innovatsiooni ning stimuleerib kasvu neli peamist tegurit: sisemisteks käivitajateks on ettevõtlik perekond ja töötajad ning välisteks turistid/kliendid ja piirkonnas asuvad konkureerivad firmad. (Kallmuenzer, 2018)

Maaturismi ettevõtjad peavad toime tulema mitmete väljakutsetega. Kõiki maaturismi ettevõtteid puudutab hooajalisus kuude või aastaaegade lõikes, olenevalt sellest, milliseid teenuseid ja kus piirkonnas pakutakse. Hooajad jaotuvad turismis järgmiselt: madalhooaeg (november, detsember, jaanuar, veebruar), keskhoodaeg (oktoober, märts, aprill, mai) ja kõrghoodaeg, mis algab juunis ning lõpeb septembris. Mõned sihtkohad on suutnud tekitada endale kaks kõrghoodaega, kasutades ära oma eeliseid nii suvisteks kui ka talvisteks tegevusteks. Hooajalisusest mitte sõltuvad sihtkohad asuvad tavaliselt stabiilse kliimaga paikades, kus ilmastik ja temperatuur püsivad aasta läbi samad. (Corluka, Mikinac, Milenovska, 2016, viidatud Corluka, 2018)

Eestis nagu ka teistes põhjamaades on maaturismis tipphoodaeg suvel juunist augusti lõpuni. Välja arvatud Lõuna-Eesti ja mõned alad Põhja-Eestis, kus pakutakse ka suusapuhkusi. Selline hooajalisus on ettevõtetele kulukas, majanduslikust seisukohast lähtuvalt oleks ka turismiettevõtte puhul ideaalne, kui külastajad jaguneksid aasta kõikide kuude peale enam-vähem võrdselt. Tegelikult saab aktiivselt teenuseid pakkuda ja sissetulekut teenida 3-6 kuud aastas, kuid kulutusi

tuleb kanda aastaringsest. Selle tõttu on paljudel maaturismi ettevõtjatel ka muu tegevus või töökoht. Tuleb tunnistada, et vähesed sihtkohad ja ettevõtted on suutnud hooaega edukalt pikendada või seda lausa aastaringseks muuta. Turismis tuleb lisaks muudele teguritele hooaja pikendamiseks tehtavate muudatuste kavandamisel arvestada ka nõudmist ja pakkumist turul. (Butler, 2014)

Lisaks hooajalisusest tingitud väljakutsetele võivad olla probleemiks ka suured töøjõukulud ja maaelu ning põllumajandusliku tootmise iseärasused (Hjalager *et al.*, 2018). Maaturismi toimimisel on oluline tegur maapiirkondade infrastruktuuri arendamine, mis hõlmab transporti, sõiduteede korrasolu, vee, toidu ja muude eluks vajalike asjade olemasolu (Bramwel, 1994; Gao, Huang, Huang, 2009; Fang, 2020, viidatud Kataya, 2021).

Maaturism on tihedalt seotud pere ja koduga. Tavapäraselt on maaturismiettevõtte majutust ja muid teenuseid pakkuv väike pereettevõtte, mille tegevus toimub kodus või selle lähedal. Pereettevõttele on omane omandistruktuur, mis annab neile pikaajalise orientatsiooni, mida tavalistel ettevõtetel ei ole. Nicolas Kachaneri, George Stalki ja Alain Blochi (Kachaner *et al.*, 2012) uuringus võrreldi omavahel pereettevõtete ja mitte-pereettevõtete toimimist. Uuringu tulemuseks saadi, et headel majanduslikel aegadel ei teeni pereettevõtted sama palju raha kui hajutatud omandistruktuuriga ettevõtted, aga majanduslanguse ajal on pereettevõtted konkurentidega võrreldes paremas seisus.

Töö ja kodu põimimise juures on mitmeid positiivseid külgi, näiteks osaline infrastruktuuri ja rahaliste ressursside olemasolu. Sellistel ettevõtetel on boonuseks ka perega koos veedetud aeg. Ent pereettevõtetel on ka miinuseid: majanduslikud riskid, tasakaalu leidmine töö/ettevõtluse ja isikliku elu vahel, ületöötamine, stress, suhted naabritega, peresisesed pinged jm. Pereettevõtte juhid püüavad saavutada nii häid majandustulemusi kui ka hoida häid peresuhteid. (Kallmuenzer, 2018)

Sarnased seisukohad tulevad välja ka Cornelli Ülikooli ekspertide kirjutatud veebiartiklis. Pereettevõtte võib pakkuda väga häid kogemusi, kuigi vahel võib kogemus olla ka ebameeldiv. Hästi toimiv pereettevõtte võib kesta aastakümneid ja ühendada paljusid generatsioone. Pereettevõttes ja mitte-pereettevõttes töötamise suurim vahe on sealsete rollide läbirääkimine ja osakaal. Pereettevõttes on raske eristada võimu, raha ja suhetega seotud teemasid, kuna kõigil on kanda oluline ülesanne. (*The Risks and Reward of a Family Business*)

1.3. Kliendigruppide segmenteerimine

Philip Kotler (Kotler *et al.*, 2019a) rõhutab, et on väga oluline mõista klientide vajadusi ja soove. Vajadused võivad olla sarnased, aga soovid väga individuaalsed. Kui kliendi soove on täidetud, jagab ta oma häid kogemusi teistega. Rahuldamatud kliendid võivad järgmisel korral pöörduda konkurendi poole ja rääkida teistele oma halvast kogemusest. Klientide segmenteerimine võimaldab eelist konkurentide ees ja kliendi vajadustest lähtumist (Matzler, 2004, viidatud Pesonen 2012).

Segmenteerimise olulisus turismis tuleneb teenuse või sihtkoha iseärasustest ja nõudlusest. Kuna kõik sihtkohad on erinevad, peavad ettevõtjad olema teadlikud, milline on nende klientuur, et pakkuda vastavalt vajadusele õigeid teenuselahendusi. (McKercher, 1995; Tribe 1997, viidatud Buhalis 2000) Turu segmenteerimine aitab ettevõtetel leida oma sihtgrupp (Cooper, 2009, viidatud Pesonen 2017). Sihtgrupp tähendab kliente, kellel on sarnased soovid ja vajadused (Cooper, 2009; Keller, 2006 viidatud Pesonen 2017). Komppula ja Pesoneni (2005, viidatud Pesonen 2012), Komppula ja Laukkaneni (2009, viidatud Pesonen 2012) ning Cai ja Li (2009, viidatud Pesonen 2012, 2017) uurimused näitavad, et erinevate riikide matuuristidel on sarnased huvid, mis on seotud kultuuri, vabaõhutegevuste ja rahuliku õhkkonna ning meelerahuga. (Pesonen, 2012)

Philip Kotler (2019b) on kirjeldanud nelja erinevat klientide grupeerimise viisi. Geograafiline segmenteerimine, kus keskendutakse erinevate riikide, rahvuste ja isegi regioonide iseärasustele, et kaardistada, mida erinevates kohtades elavad inimesed eelistavad. Teise grupeerimise liigina on käsitletud demograafilist segmenteerimist, kus moodustatakse tururühmad vanuse, perekonna suuruse, hariduse, rassi, sissetulekute, ühiskonnaklassi jm. individuaalsete näitajate alusel. Selliste andmetega on võimalik leida kliendigruppide soovid ja vajadused ning samuti koguda andmeid turu suuruse hindamiseks. Kolmandana toodi välja psühhograafiline segmenteerimine, mille aluseks on individuaalsed elustiilid- AIO (*activities, interests, opinions*) ehk tegevused, huvid ja arvamused. Sellise segmenteerimise juures jagatakse kliendid väärtushinnangute, isikuomaduste ja elustiili alusel rühmadesse, see aitab mõista klientide väärtusi ja eelistusi. Psühhograafiline segmenteerimine on üks kõige levinumaid turismiklientide segmenteerimise viise, mis tugineb eelistele, motivatsioonile/motivaatoritele ja eelistustele (Dolnicar, 2006). Neljanda segmenteerimise tüübina tutvustati Kotleri raamatus käitumuslikku segmenteerimist, kus luuakse grupid vastavalt kliendi suhtumisele, teadmistele, kasutamisharjumustele ja reageerimisele toote

või teenuse osas (Kotler *et al.*, 2019b). Pesoneni (2012) artiklis on mainitud ka 1968. aastal Russell Haley tutvustatud kasusegmenteerimist, mis põhineb toodete ja teenuste kasul tarbijale.

Eesti maaturismi klientide segmenteerimisel võib toetuda Soomes läbi viidud turistide segmenteerimise uuringule, kus maaturismi kliendisegmentide leidmiseks kasutati klasteranalüüsi, mille tulemusena leiti neli segmenti. Esimene segment on „Sotsiaalsed reisijad“, kes on huvitatud uutest inimestest, koostööst võõrustajatega ja teenindusprotsessidesse kaasamisest, samuti nad hindavad romantikat rohkem kui teised segmendid. Teise segmendi moodustavad „Healureisijad“, kes otsivad puhkust, värskust, mugavust ja lõõgastumist. Kolmas segment on „Kodukohta reisijad“, kellele on oluline nende esivanemate päritolu-piirkondadesse reisimine. Viimase segmendina on mainitud „Perekonnareisijaid“, kes hindavad lõbusat ajaveetmist, mälestuste loomist ja uute sihtkohtade avastamist koos perega. „Sotsiaalsete reisijate“ jaoks on olulisemad ühistranspordi olemasolu, sotsialiseerumine, ajalugu/kultuur, käsitöö ja organiseeritud reisiprogrammid. „Healureisijad“ erinevad eelnimetatud tüübist, hinnates rohkem rahu ja loodust. „Kodukohta reisijad“ väärtustavad eelkõige iseteenindust ja koduseid lõõgastumisvõimalusi, näiteks saunas käimist. „Perekonnareisijad“ väärtustavad eelkõige sihtkoha ohutust. Neile on olulised ka kaunid maastikud/vaatamisväärsused, päeva-reisid, kohalikud festivalid ja keskkonnasõbralikud majutusettevõtted. Uuringu tulemusena selgus, et kõige rohkem armastavad aktiivset puhkust „Sotsiaalsed reisijad“ ja passiivset puhkust „Healureisijad“. Kõige suurem segment olid „Sotsiaalsed reisijad“, moodustades peaaegu 30% vastanutest ja kõige väiksema osa moodustasid „Kodukohta reisijad“. Hoolimata erinevustest, on segmentidel sarnased reisipõhjused. Sihtkoha valimisel on neil kõigil läbivaks jooneks iga-päevasest elust välja saamine, aja veetmine rahustavas ja värskendavas keskkonnas. (Pesonen, 2012)

2. RÕSNA PUHKEKESKUSE TEENUSTE ARENDAMINE

2.1. Ülevaade Rõsna Puhkekeskusest

Rõsna küla asub Setomaal Värskla lahe kaldal maalilise Lämmijärve naabruses. Setomaal on turism ettevõtluse väga oluline osa. 2013. aastal turismivaldkonna eestvedajate vahel läbi viidud uuringust selgus, et Setomaa tuntus on Eesti elanike seas tõusnud. Samuti on paranenud teeninduskvaliteet, lisatud on uusi teenuseid, välja on arendatud ühtne ja eesmärgistatud turundustegevus. Setomaa on suutnud turismi valdkonnas ära kasutada oma erilist pärandkultuuri. Setomaa põhilised arengueeldused on loodus, pärimus, traditsioonid, kohabränd ja piiriäärne paiknemine. Peamised probleemid on seotud hooajalisusega, samuti koolitatud töötajate, kesise võõrkeeleoskuse ja turismi infrastruktuuri puudumisega ning napi turundusega. Seejuures on viimaste aastate jooksul toitlustuse ja majutusega tegelevate ettevõtete arv jäänud samaks – 16 ettevõtet 2020. aastal (Setomaa valla arengukava 2021-2030).

Töö autor intervjueris Rõsna Puhkekeskuse asutajat ja omanikku Andres Tereskit. Saadud informatsioonist koostas töö autor ülevaate puhkekeskuse loomise ajaloost.

Rõsna puhkekoha loomine jääb juba 14 aasta tagusesse ajalukku, kui väikeettevõtja Andres Teresk hakkas sealsele soisele alale maja ehitama. Kõik sai alguse soovist luua kodukohta midagi lähedast ja kallist. Nii asuski Andres rajama oma vanemate elukohast kõigest kilomeetri kaugusele 3,4-hektarilist järve. Järve ja selle ümbrusega tehtud tööde eesmärk esialgu oli luua sinna vähikasvandus. Kaevamistöodega alustati 2006. aasta lõpus ja need kestsid kokku umbes 2,5 aastat. Töö sisaldas lisaks kaevamisele ka ümbritseva maa täitmist üleskaevatud pinnasega.

Rõsna majutusasutuse rajamine algas 2008. aasta kevadel pinnasetöödega, mis kestsid kokku kolm kuud. Kohe jätkusid tööd “suure maja” ehitamisega. Maja sai valmis sama aasta talveks. Järgneva 6 aasta vältel rajati juurde veel 10 hoonet. Kõige viimasena valmis 2015. aasta suvel Mikitamäele tehiskõrve äärde Savimäe maja. Esialgu ei olnud Savimägi planeeritud puhkekeskuse osana, vaid elumajana. 2019. aastal lisandus Savimägi Rõsna Puhkekeskuse kompleksi. Praeguse seisuga

koosneb kompleks Suurest majast, Hallist majast, Väiksest majast, Konnamajast, Savimäe majast, viiest kämpingust, grillkojast, neljast tavaaunast ja kahest suitsusaunast.

Rõsna Puhkekeskus kannab ettevõtteregestris nime Turist OÜ. Nimi pärineb 1983. aastal Röpina bussijaamas tegutsenud Põlva Tarbijate Kooperatiivide Liidu einelaualt "Turist", kus pakuti reisijatele pirukaid ja kohvi. Einelaud „Turist” lõpetas tegevuse 1990. aastate alguses. Paarkümmend aastat hiljem avati samas kohas publi „Turist”, mis tekitas Röpina väikelinnas nostalgilisi mälestusi. Pubi toidumenüü oli suunatud laiale kliendigrupile. Samuti korraldati uues pubis kontserte, kus käisid esinemas nii kohalikud kui ka kogu Eestis tuntud muusikud. Pubi „Turist” tegi koostööd Rõsna Puhkekeskusega, pakkudes klientidele toitlustust ja pubis esinejatele ka puhkekeskuses majutust. Hetkel kannab endine „Turist” nime „Provintsi kohvik”. Pubi kuulub endiselt Turist OÜ-le, aga äripind on praegu antud rendile. Turist OÜ ja Rõsna Puhkekeskuse omanikering ja haldus on sama.

Puhkekeskus avati 11 aastat tagasi. Eesmärgiks oli luua majutus, kus oleks võimalik korraldada firmadele suvepäevi, laagreid, sünnipäevapidusid ja muid seltskondlikke üritusi. Asutuses on loodud võimalused kõigi nimetatud ürituste jaoks. Seal on suurel hulgal magamiskohti, mitu sauna, võrkpalliplats, suur rannaala, sadamakoht, veetranspordivahendid, discgolfi mängimise võimalus ning avar maa-ala. Samuti on olemas vihmaste õhtute jaoks suvel grillkoda, kus saab teha lõket ilmaoludest sõltumata. Saab korraldada ka peresiseseid kogunemisi ja puhkusi. Sihtrühmaks on nii eraisikud kui ka asutused. Kuna klientidena on oodatud kõik, siis pakub Rõsna Puhkekeskus erinevaid võimalusi. Majutusruumi on suvel kokku 60 inimesele ja talvel ligikaudu 30 inimesele.

Lisaks on klientidel soovi korral võimalik kasutada mitut vesiratast ja aerupaate. Rõsna Puhkekeskus võimaldab rentida järvel sõiduks mootoriga alust ehk praami. Järv võimaldab klientidele kalapüüki ja tänu sadamakohale saab kaasa võtta ka isikliku paadi. Puhkekeskusesse pääseb ainult isikliku transporti kasutades, kuna lähedale ükski ühissõiduk ei sõida.

Rõsna kompleksi kuuluvad majad on arhitektuurilt üksteisega sarnased. Suur maja, Väike maja ja Hall maja asuvad üksteise lähedal ja ehitamisel on kasutatud peamiselt palke, mis annab neile erilisel looduslähedase välimuse.

Savimäe maja on kivihoone, mis asub Rõsna põhikompleksist 6 kilomeetri kaugusel Usinita külas. Lähim ühistranspordivõimalus on Ilumetsa rongijaam, mis asub hoonest 11 kilomeetri kaugusel. Lisaks on võimalik sõita bussiga Mikitamäele, mis asub majutusest 1,5 kilomeetri kaugusel. Kõige mugavam on külastada puhkekeskust isikliku sõiduvahendiga.

Savimäe maja on eriline selle poolest, et võimaldab klientidele täielikku privaatsust. Eraldatuse tagab maja ümbritsev ligikaudu 50-hektariline maa-ala. Suureks eeliseks on ka otse maja ees asuv 3,5 hektari suurune tehiskärv. Maja ümbruses on võimalik matkata ja ka kalastada. Maastik koosneb seal soodest, metsadest, ojadest, mäest ja järve ulatuvast poolsaarest. Puhkemaja sobib ideaalselt inimestele, kes soovivad täielikku rahu ja eraldatust. Majas on kokku 8 majutuskohta. Seetõttu sobib selline majutus ennekõike peredele või väiksematele seltskondadele. Savimäe koosseisu kuuluvad ka kaks sauna: elektrisaun ja umbes 90 aastat vana suitsusaun.

Praegu töötab puhkekeskus ainult suvel, ehkki klientide soovil on külalisi võimalik vastu võtta aasta ringi. Seni on klientuur sügisest kevadeni tunduvalt väiksem kui suvel. Üheks suureks mõjutajaks on talviste magamisruumide ja tegevusvõimaluste vähesus. Teine suur probleem on see, et pererahvas elab Rõsnast eemal, Põhja-Eestis. Pikk vahemaa ei võimalda täismahus tööajaga pühendumist klientidele ja puhkekeskuse arendamisele. Kolmanda probleemina saab tuua välja abikäte puuduse. Sellisel tegevusalal on tööd palju ja kui suvel käib palju kliente, siis on üsna keeruline teha tööd mitmel rindel korraga.

Praegu ei kasuta Rõsna Puhkekeskus ära kõiki oma võimalusi. Aasta ringi toimimine on keeruline, kuna palgalisi töötajaid hetkel ei ole. Tegemist on pereettevõttega ja suurema osa ajast tegeleb sellega perekond. Varem olid olemas ka abilised, kes käisid kliente vastu võtmas ja hoidsid koha korras.

2.2. Rõsna Puhkekeskuse peamised konkurendid

Selles alapeatükis toob autor välja suuruselt võrreldavaid ja sarnaseid võimalusi pakkuvad puhkemajad/ -talud ja -keskused, mis asuvad samuti Setomaal/Võrumaal. Majutusasutused on välja valitud koostöös puhkekeskuse omanikuga, kes märkis ära peamised konkurendid. Rõsna Puhkekeskuse läheduses asub veel erinevaid majutusasutusi, näiteks Värskas sanatoorium, Räpina hotell ja Värskas külalistemaja, kuid nende tegevusala ei ole täiesti sama ja nad ei konkureeri Rõsna

Puhkekeskusega samade väärtuste eest. Autor lisab konkureerivate majutusasutuse järele lühikirjelduse pakutavatest teenustest ja võimalustest.

- **Päikseranna Puhkemaja** on Võrumaal Kõvera külas asuv majutusasutus. Hooneid on seal ainult üks ning on võimalik majutada 8 inimest. Pakutakse ka telkimispaiku, mida on kokku 20. Kompleksi kuuluvad parkimiskohad, saun, grill ja lõkkeplats ning olemas on ka supluskoht. Majutuse lisateenustena on välja toodud haagissuvila elektritoide ja veevarustus. Majutuse läheduses asuvad ka mitmed vaatamisväärsused. Näiteks asuvad 20 kilomeetri raadiuses Piusa koopad, Väraska sanatooriumi veekeskus, Meenikunno raba ja Seto talumuuseum. Keskus sobib väiksematele seltskondadele. Paikneb umbes 40 km kaugusel Rõсна Puhkekeskusest. (Puhka Eestis. Päikseranna puhkemaja)
- **Setomaa Turismitalo** kujutab endast seto stiilis külalistemaju, mis asuvad Võrumaal, Kalatsova külas. Külmal ajal võimaldab majutus voodikohti 43 inimesele. Suveperioodil on magamiskohti umbes 73. Majutuseks on kolm erinevat hoonet. Kompleksi kuuluvad ka suitsusaun ja tavaline saun. Majutusasutuses saab korraldada pulmi, seminare ja koolitusi ning ka erinevaid üritusi, näiteks pidusid ja kontserte. Klientidele on võimaldatud ka tasuta erinevaid sportimisvõimalusi: vastavalt ilmale tennis, võrkpall, petank, koroon, uisutamine. Lapsed saavad kasutada mängumaad. Keskuses on võimalik ka tiigis ujumas käia. Keskus sobib hästi nii suurematele kui väiksematele seltskondadele. Paikneb umbes 40 km kaugusel Rõсна Puhkekeskusest. (Setu talu, Võsa Nulk)
- **Piusa Ürgoru Puhkekeskus** asub Võrumaal Väiko-Härma külas. Keskus suudab majutada kuni 77 inimest puhkemajas, aidas ja kämpingutes. Puhkekeskus võimaldab klientidel korraldada seminare ja koolitusi, suvepäevi ning muid üritusi. Nende jaoks on asutusel olemas spetsiaalsed ruumid. Kompleksi kuuluvad ka suitsusaun ja soome saun. Väga huvitava teenusena saab kohapeal püüda forelli. Asutusel on telkimisala ja kohapealne toitlustamine. Puhkekeskus sobib hästi suuremate seltskondade majutamiseks. Kaugus Rõсна Puhkekeskusest umbes 40 kilomeetrit. (Piusa Ürgoru puhkekeskus)
- **Tabina Puhkemaja** asub Võrumaal, Tabina külas järve ääres. Kokku suudab asutus majutada 10 inimest. Kompleksi kuuluvad puhkemaja ja saunamaja. Teenustena pakutakse grillimist, sauna kasutust, hommikusööki ja lõkke tegemist, samuti paadisõitu, ujumist, loomade ja lindude vaatlemist. Puhkemaja sobib hästi väiksematele seltskondadele. Kaugus Rõсна Puhkekeskusest umbes 40 kilomeetrit. (Tabina puhkemaja)
- **Kirsi Talo Kodumajutus** asub Setomaal, Meremäe külas. Puhkemaja disain ja sisustus on tihedalt seotud seto rahvakultuuriga. 20 kilomeetri raadiuses asuvad vaatamisväärsused,

näiteks Vastseliina linnuse varemed ja Piusa koopad. Kohapeal pakutakse jalgrataste laenutust, discgolfi mängimise võimalust, kümblustünni ja suitusauna kasutamise võimalust. Keskuse läheduses asub ka Meremäe järv. Väga isikupäraseks muudab selle koha kohalikust toorainest valmistatud Setomaa rahvatoitude tellimise võimalus. Kirsi Talo suudab kokku majutada 14 inimest. Puhkemaja sobib väga hästi väiksematele seltskondadele. Kaugus Rõсна Puhkekeskusest umbes 40 kilomeetrit. (Kirsitalo.Kirsi Talo Kodumajutus)

Tabelis 1 on töö autor andnud ülevaate Setomaa vallas Rõсна Puhkekeskusega konkureerivatest turismitaludest, nende põhilistest teenustest, majutuskohtade arvust, tegevusperioodist ja konkurentsieelistest.

Konkurentsivõime hindamiseks võrdles töö autor teiste sarnaste ettevõtete teenuseid ja tegutsemisperioode. Kõikidel võrdluses osalenud majutusasutustel on sarnased võimalused, st saunad, grillimis- ja majutusvõimalused. Ainus konkurentidest, kes ei tööta aasta ringi, on Tabina Puhkemaja.

Kõige suuremateks konkurentideks hindab autor Setomaa Turismitalo ja Piusa Ürgoru Puhkemaja. Võrreldes teiste majutusasutustega, on neil kahel majutusruumi kõige rohkem. Nende põhilised eelised on toitlustuse pakkumine ja aastaringne tegutsemisperiood. Kõige vähem pakuvad konkurentsi Pääkserranna puhkemaja ja Tabina puhkemaja, neil on kõige vähem magamiskohti ja selle tõttu ka piiratumad võimalused suuremate sündmuste jaoks.

Rõсна Puhkekeskus on tabelis välja toodud puhkekeskustega võrreldes konkurentsivõimeline. Rõсна Puhkekeskus pakub majutust kuni 60 inimesele erinevate suurustega majades; kalastust; praami, paadi ja vesiratta kasutamist; saunu; grillimisvõimalust; discgolfi mängimist ja samuti on võimalik sisse osta Matkajuht OÜ (ettevõtte, kes pakub erinevaid matkamisega seotud teenuseid) pakutavaid tegevusi. Rõсна Puhkekeskuse peamised miinused on hooajalisus ja toitlustusvõimaluse puudumine. Peaaegu kõigile eelnimetatud asutustele on halb ligipääsetavus ühistranspordiga, ainult Tabina Puhkemaja juurde saab ühistranspordiga.

Tabel 1. Rõsna Puhkekeskuse konkurentide võrdlus

Puhkemaja või keskus	Teenused	Majutuskohtade arv	Tegutsemisperiod	Konkurentsi-eelised
Päikseranna puhkemaja	Majutus, saun, grill	8	Aastaringne	Aastaringne tegutsemine, wifi
Setomaa Turismitalo	Majutus, toitlustus, erinevad üritused	73	Aastaringne	Aastaringne tegutsemine, toitlustus, wifi
Piusa Ürgoru Puhkemaja	Majutus, toitlustus, saunad, forellipüük	77	Aastaringne	Aastaringne tegutsemine, toitlustus, forellipüük, wifi
Tabina Puhkemaja	Majutus, toitlustus, grill, lõkke tegemise võimalus, paadisõit	10	Hooajaline	Toitlustus, ühistranspordiga ligipääsetav
Kirsi Talo Kodumajutus	Majutus, saun/kümblustünn, jalgrattalaenutus, discgolfirada	14	Aastaringne	Aastaringne tegutsemine, jalgrattalaenutus, kümblustünn, wifi
Rõsna Puhkekeskus	Majutus, saunad, vesiratas/ paat, praami rent, grillkoda	60	Hooajaline	Vesiratta/ paadi tasuta kasutus, erinevad majutushooned

Allikas: autori koostatud puhkekeskuste veebilehtede andmete põhjal

2.3. Klientide rahulolu-uuringu eesmärk, meetodika ja uuringutulemuste analüüs

Selles alapeatükis analüüsib töö autor klientide rahulolu Rõsna Puhkekeskusega. Klientide arvamuste saamiseks kasutas autor kvantitatiivset uurimismeetodit ja viis läbi küsitluse, et koguda klientide arvamusi ja saada ülevaade kliendirahulolust. Varem ei ole Rõsna Puhkekeskuse kohta läbi viidud ühtegi klientide rahulolu-uuringut.

Koostatud küsimustiku eesmärgiks oli välja selgitada, kuidas on kliendid rahule jäänud puhkekeskuse teenuste ja kvaliteediga kogu keskuse toimimisaja vältel. Samuti oli eesmärk koguda klientidelt arvamusi keskuse edasise arenguplaani ja -suuna kohta. Autor koostas

kliendirahulolu küsimustiku “Google Forms” platvormil. Ankeet koosnes 14 küsimusest, mille vastused andsid informatiivset tagasisidet klientide rahulolu ning ootuste kohta ning sisaldas ka küsimusi, mis on seotud puhkekeskuse edasiste arenguplaanidega. Uuring viidi läbi 2022. aasta märtsis. Küsimustikule vastamiseks oli antud aega 09.03-15.03.2022. Ankeet saadeti elektrooniliselt Facebooki kaudu 48 inimesele. Autor on seisukohal, et Facebooki kaudu küsitluse saatmine on kõige otstarbekam, sest suurem osa inimestest kasutab suhtlusportaali iga päev. Valik, kellele küsimustik saata, tehti juhuvalimi teel, kasutades ettevõttesisest kliendiandmebaasi. Küsimustikule vastas 28 inimest. Vastajatel tuli vastata kaht liiki küsimustele: valikvastustega ja avatud küsimused. Valikvastustega küsimuste puhul oli võimalik ära märkida ka mitu vastusevarianti, vajadusel said vastajad juurde lisada isikliku kommentaari. Avatud küsimuste puhul pidi vastaja kirjutama enda arvamuse. Töös kasutatud küsimustik on toodud Lisas 1.

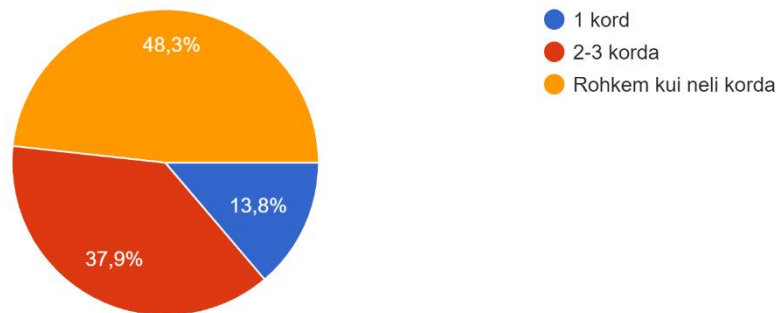
Allpool kajastab autor olulisemaid uurimistulemusi, illustreerides neid diagrammide ja graafikutega. Analüüsi eesmärgiks on välja selgitada klientide enim kasutatud teenused, olulisemad vajadused ja saada kliendipoolseid ettepanekuid keskuse ja selle teenuste edasiarendamise kohta. Küsitluses osalenud esindasid erinevaid vanusegrupe. Kokku osales küsitluses 28 inimest vanuses 18 kuni 69 aastat. Vastajate keskmine vanus oli 31,5 aastat.

Vastusest selgus, et kõik vastanud on puhkekeskuses viibinud. Sealjuures oli suur osa vastanutest külastanud puhkekeskust korduvalt: 50% isegi rohkem kui 4 korda, peaaegu 38% 2-3 korda. 14% vastanutest oli kasutanud puhkekeskust ühe korra. Saadud andmeid kajastab allolev joonis (vt joonist 1).

Järgmisena uuris töö autor klientide külastuse eesmärke, et välja selgitada, miks Rõsna Puhkekeskust peamiselt külastatakse. Küsimuses olid etteantud vastused (puhkus, perekondlik kogunemine, pulmad, suvepäevad, sünnipäev, laager) ja „muu“ (vastaja sai ise kirjutada kommentaari).

Kas olete külastanud Rõsna puhkekeskust?

29 vastust



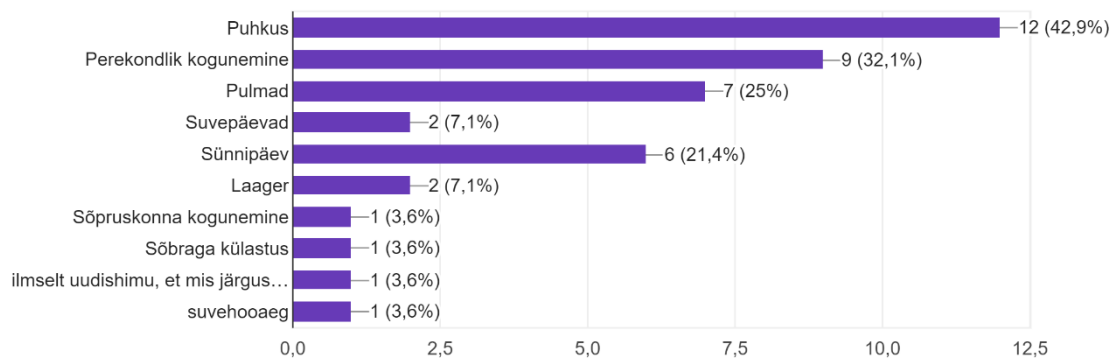
Joonis 1. Uuringus osalenud klientide jagunemine külastuskordade arvu järgi

Allikas: Autori koostatud

Vastustest selgus, et 42,9% vastanutest käib Rõsna puhkamas (viibimine väljaspool tavaelu rutiini). 32,1% on olnud seal perekondlikul kogunemisel, 25% pulmas ja 21,4% sünnipäeval. Klientide endi nimetatud vastustes (muu) olid külastamise põhjusteks suvehooaeg, ajaveetmine sõbraga, sõpruskonna kogunemine ja uudishimu puhkekeskuse ehitamisjärgu vastu. Tulemused on kajastatud alltoodud diagrammil (Joonis 2).

Mis oli Teie külastuse eesmärk?

28 vastust



Joonis 2. Kliendi külastuse eesmärk

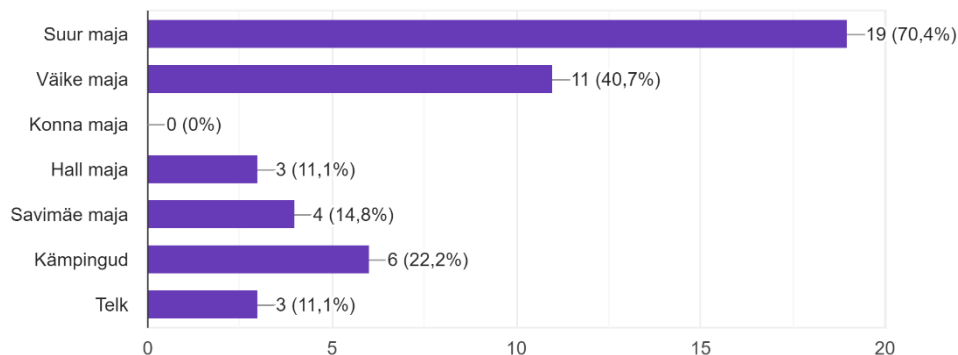
Allikas: Autori koostatud

Järgnevalt analüüsis töö autor, milliseid majutusvõimalusi kliendid kõige sagedamini kasutasid. Kõige rohkem leidis kasutust Suur maja, mille osakaal moodustas 70,4% vastustest. Teise kõige

sagedamini kasutatud hoonena mainiti Väikest maja (40,7%). Kämpinguid oli kasutanud 22,2% vastanutest. Kõige ebapopulaarsem oli Konnamaja, mida ei olnud kasutanud ükski vastanu.

Kas kasutasite majutust, kui jah siis millist?

27 vastust



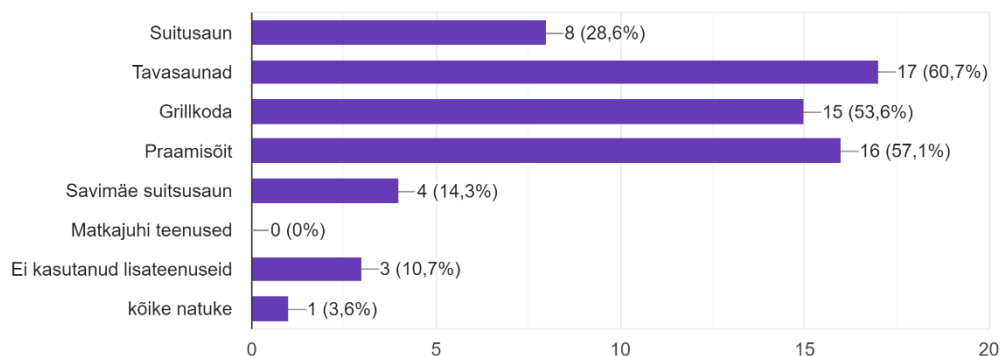
Joonis 3: Puhkekeskuse majutusvõimaluste kasutamine klientide poolt

Allikas: Autori koostatud

Autor soovis teada, milliseid lisateenuseid on kliendid enim kasutanud. Vastajatele olid ette antud valikvastused (suitsusaun, tavaaunad, grillkoda, praamisõit, Savimäe suitsusaun, Matkajuht OÜ teenused, ei kasutanud lisateenuseid) ja vastus "muu" (vastaja sai lisada oma variandi). Selgus, et kõige rohkem on kasutatud tavaaunu, mida mainis kokku 17 inimest. Teine enim kasutust leidnud lisateenus on praamisõit, mille oli valinud 16 inimest. Populaarsuselt kolmas oli grillkoda 15 häälega ja neljas Rõsnas asuv suitsusaun 8 häälega. Üks vastaja oli lisanud omapoolse vastuse (muu), et oli kasutanud kõiki lisateenuseid. Tulemused on kajastatud Joonisel 4.

Milliseid lisateenuseid Te kasutasite?

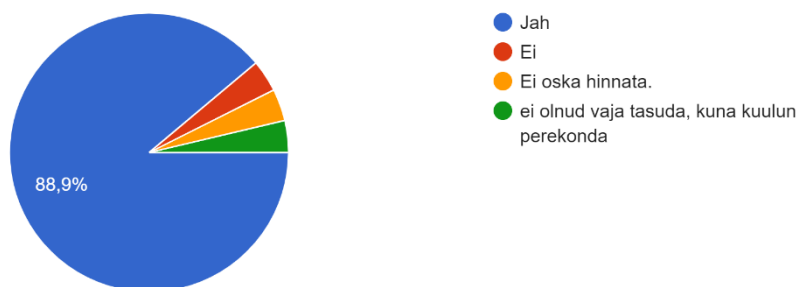
28 vastust



Joonis 4: Klientide poolt kasutatud lisateenused.
Allikas: Autori koostatud.

Küsitluse tulemusena selgus, et Rõsnas pakutavate teenuste kvaliteedi ja hinnaga ollakse rahul: 88,9% vastanutest väitsid, et hinna ja kvaliteedi suhe on õiglane. 3,7% vastas eitavalt ning 3,7% vastanutest ei osanud hinna ja kvaliteedi suhet hinnata (muu). Ainsas täpsustavas kommentaaris oli vastatud, et külastus oli tasuta, kuna tegemist oli perekonnaliikmega.

Kas hinna ja kvaliteedi suhe oli õiglane?
27 vastust



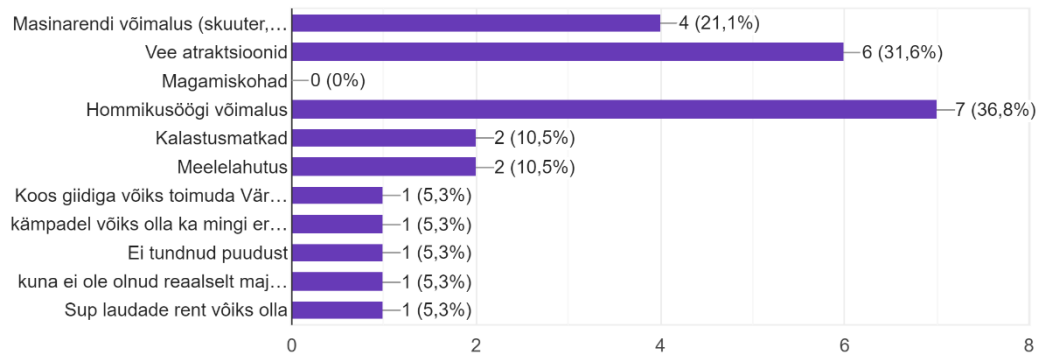
Joonis 5: Klientide rahulolu hinna ja kvaliteedi suhtega
Allikas: Autor

Järgnevalt sooviti teada, kas kliendid puutusid kokku ka mõne ebameeldivusega. Vastuseid tuli kokku 11 ja need kõik olid positiivsed. Vastati lühidalt, et ebameeldivusi ei olnud ja kõik oli suurepärane.

Samuti uuriti, kas kliendid tundsid puhkekeskuses millestki puudust või märkasid mingisuguseid puuduseid. Vastajatele olid ette antud valikvastused (masinarendi võimalus skooter/ATV, veeatraktsioonid, magamiskohad, hommikusöögi võimalus, kalastusmatkad, meelelahutus) ja vastus "muu". Klientide meelest oli suurimaks miinuseks hommikusöögi puudumine. Teisena mainiti veeatraktsioonide puudumist. Sooviti teenustena juurde saada skootrite ja muude masinate rendi võimalust, kalastusmatku ja veel muidki meelelahutuslikke tegevusi. Klientide omapoolsete ettepanekutena (muu) pakuti välja ATV-safari Värskas giidi juhendamisel ja SUP-laudade rendi võimalus. Lisaks oli ära märgitud (muu), et kämpingutel võiks olla ka eraldi söögivalmistamise nurk. Üks vastajatest oli kommenteerinud, et ei tundnud millestki puudust. Üllatavalt ei vastanud ükski klient, et oleks tundnud puudust magamiskohtadest. Tulemused on kajastatud allpool diagrammis (vt joonist nr 6).

Millest tundsitate puudust?

19 vastust



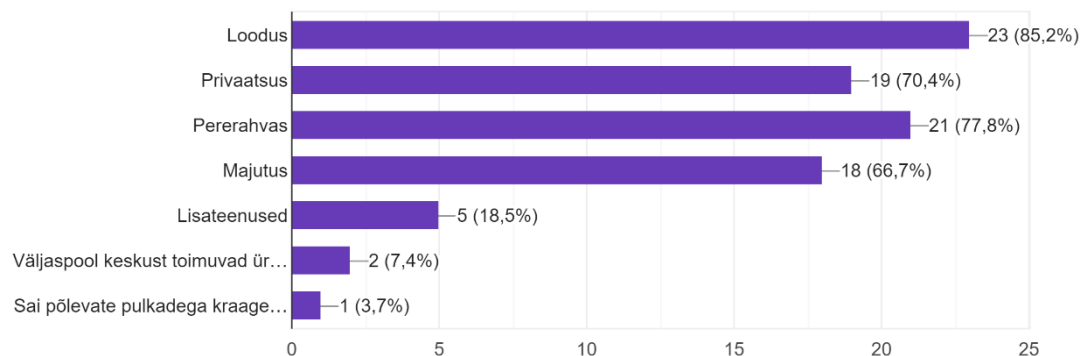
Joonis 6: Klientide soovid puudevate teenuste osas

Allikas: Autor

Autor soovis ka teada, millega kliendid kõige rohkem rahul olid (mis klientidele kõige rohkem meeldis). Küsimuses olid antud valikvastused (loodus, privaatsus, pererahvas, majutus, lisateenused, väljaspool keskust toimuvad üritused) ja "muu". Küsimusele vastajaid oli 27. Enim äramärkimist ja rahulolu pälvis Setomaale iseloomulik kaunis loodus, mis sai endale (23 vastajat). Järgmised populaarsemad vastused nimetasid pererahvast (21 häält), privaatsust (19 häält) ja majutust (18 häält). Üks vastaja oli lisanud omapoolse (muu) ebavajaliku kommentaari. Analüüsi diagramm on välja toodud allpool (vt joonist nr 7).

Mis meeldis kõige rohkem?

27 vastust



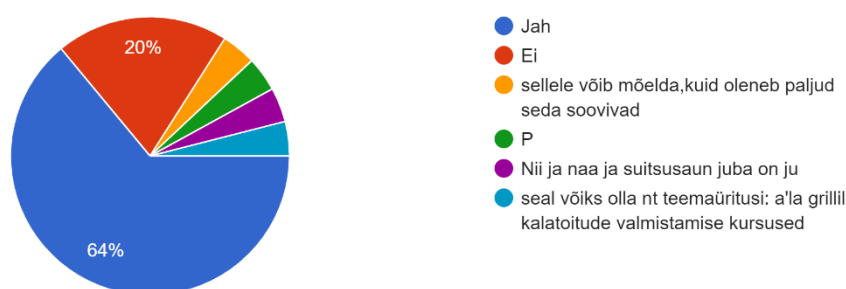
Joonis 7: Mis meeldis klientidele puhkekeskuses kõige rohkem

Allikas: Autor

Järgnevalt uuris autor klientidelt, kas puhkekeskust tuleks rohkem siduda kohaliku Setomaa kultuuriga. Antud küsimuses oli võimaldatud kolm valikuvarianti (jah/ei/muu koos lisaselgituse võimalusega). 64% vastanutest arvas, et keskust ja selle tegevusi võiks rohkem siduda kohaliku kultuuriga, 20% arvas, et see ei ole vajalik, ja ülejäänud vastasid "muu". Kolm vastanut lisasid omapoolse kommentaari. Üks vastanu pakkus välja, et oleks sobilik korraldada mõningaid teemakoolitusi. Vastusel "P" pole tähendust, seega ei saa autor sellest vastusest midagi järeldada. Analüüsi tulemused on toodud allpool diagrammis (vt joonist nr 8).

Kas puhkekeskust võiks rohkem siduda ka kohaliku Setomaa kultuuriga?

25 vastust



Joonis 8: Puhkekeskuse tihedam sidumine Setomaa kultuuriga

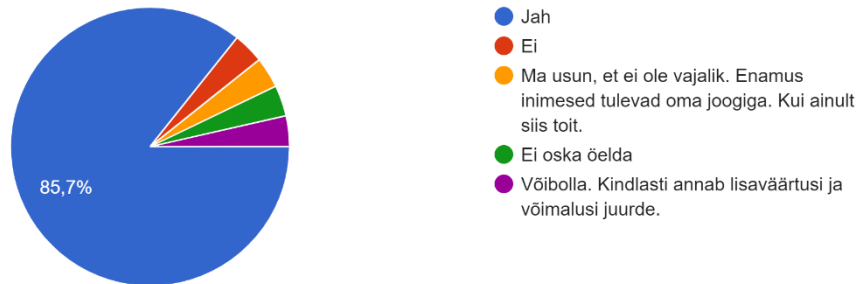
Allikas: Autor

Kõigil vastanutel, kes nõustusid, et Rõsna Puhkekeskust peaks siduma rohkem kohaliku kultuuriga, paluti täpsustada, kuidas ja mida võiks selle jaoks teha. Vastajatele ei antud ette vastuste variante, nad said väljendada isiklikke arvamusi. Pakuti välja huvitavaid ideid: majutuskohat võiks teha rohkem koostööd kohalike ürituste korraldajatega, et pakkuda üritusteks asukohti ja tutvustada kohalike inimeste käsitööd. Kliendid soovitasid korraldada ka suuremate gruppide jaoks kohalikke seto mängu. Uuringu tulemusena mõistis autor, et Rõsna Puhkekeskus võiks rõhuda rohkem kohalikule kultuurile ja sellega seotud ürituste korraldamisele.

Autor küsis klientide arvamusi Rõsnasse esinemislava ja baariga küüni rajamise idee kohta. 85,7% vastanutest oli projektist huvitatud, 3,6% andis eitava vastuse, 7,2% vastanute seisukoht oli pigem kõhklev (muu) ja 3,6% soovis baari asemel söömisvõimaluse loomist (muu). Antud tulemused on kajastatud allpool oleval diagrammil (vt joonist 9).

Kui oleks plaan ehitada Rõsna puhkekeskusesse küün koos baari ja lavaga, kas oleksite sellest huvitatud?

28 vastust



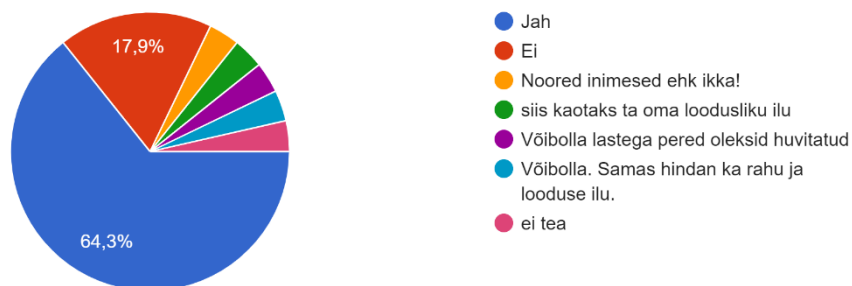
Joonis 9: Klientide huvi planeeritava küüni vastu

Allikas: Autor

Samuti uuriti klientide suhtumist veepargi ja veeatraksioonide loomisse Rõsna Puhkekeskuses. Vastajatele oli antud kolm vastusevarianti (jah/ei/muu koos omapoolse lisaselgituse võimalusega). 64,3% vastanutest olid huvitatud ja 17,9% vastasid eitavalt. Oli ka neutraalseid ja kõhklevaid vastuseid. Vastajad olid märkinud (muu), et asukoht ja keskus võivad niimoodi kaotada oma loodusliku ilu, et veeatraksioonid sobiksid rohkem lastega peredele. Võrdsel määral oli kahtlejaid, kes pigem hindavad rahu ja loodust ning neid, kellel seisukoht puudus. Tulemused on toodud allpool joonisel (vt joonist nr 10).

Kui oleks plaan ehitada Wakepark koos vee atraksioonidega, kas oleksite nendest huvitatud?

28 vastust



Joonis 10: Klientide huvi veeatraksioonide vastu

Allikas: Autor

Eelviimase punktina palus töö autor klientidel kommenteerida, milliseid uuendusi nad soovivad näha 5 aasta jooksul. Mitmed vastajad mainisid, et tuleks juurde luua lastele sobivaid atraktsioone, näiteks mänguväljakuid. Kliendid avaldasid huvi eelnevalt nimetatud veeatraktsioonide ja küüni vastu, lisaks pakuti välja ka parvsauna lisamine teenuste hulka. Mõned kliendid soovisid näha uuendusi haljastuses ja ka ürituste korraldamise näol. Mainiti, et Konnamaja juurde tuleks lisada WC, pesemisvõimalus ja pliit/ahi. Segaseks jäi, mida täpsemalt mõeldi, kui kommentaaris mainiti renoveerimist ja parkla uuendamist. Käsitletud küsimus andis siiski vajalikku ja kasulikku informatsiooni majutusasutuse edasise arengu osas.

Küsimusele, kas kliendid soovitaksid Rõsna Puhkekeskust ka oma tuttavatele, vastasid kõik uuringust osavõtjad, et nad soovitaksid keskust oma tuttavatele.

2.4. Uuringutulemuste üldistused ja ettepanekud teenuste arendamiseks

Käesoleva lõputöö raames viidi Rõsna Puhkekeskuse kohta läbi küsitlus, mille kaudu on võimalik hinnata keskust külastanud klientide rahulolu ja koguda arvamusi esinevate puuduste ning planeeritavate teenuste kohta. Kliendid tegid ka ettepanekuid, milliseid teenuseid Rõsna Puhkekeskus veel pakkuda võiks. Järelduste tegemisel toetutakse eelnevalt käsitletud teoreetilisele osale, uuringu tulemustele, omaniku ja autori enda arvamustele.

Uuringule toetudes selgus, et Rõsna kliendid jagunevad põhiliselt kolmeks: need, kes on külastanud puhkekeskust rohkem kui 4 korda ehk püsikliendid, kliendid, kes on külastanud 2-3 korda ehk peaaegu püsikliendid ja väike osa, kes on külastanud keskust ainult korra. Autori arvates näitab püsiklientide hulk, et kliendid on teenuste ja teenindusega suhteliselt rahul ning nõus alati tagasi tulema. Uute klientide ligimeelitamine eeldab enam erinevaid ressursse teenuste uuendamisel. Et uusi ja vanu kliente rohkem hoida, peavad kliendid teenuste ja uuendustega väga rahule jääma. Nagu teistelgi ettevõtetel on Rõsnal võimalik areneda veel paremaks teenindussektoris tegutsevaks ettevõtteks.

Kõik vastajad olid Rõsna Puhkekeskust külastanud. Uuringutulemuste järgi on peamisteks külastuseesmärkideks lihtsalt puhkamine ehk tavapärasest elurutiinist väljumine ja suuremad seltskondlikud üritused (pulmad; perekondlikud kogunemised). Kõige enam on olnud kasutusel Suur maja, kus on kõige rohkem magamiskohti, natuke vähem kasutust leidnud on Väike maja,

kus on vähem majutusruumi, aga on olemas kõik mugavused. Analüüsi tulemustest saab järeldada, et Rõsna kliendigrupid võivad olla väga erinevad ja et teenuseid suudetakse pakkuda neile kõigile. Mõne aasta eest toimus Rõsnas mootorratturite kogunemine, kuhu tuli ligikaudu 300 külastajat. Kõik ratturid majutati Rõsna Puhkekeskusesse. Toimunud üritus tõestab taas, et puhkekeskuse sihtgrupid võivad olla väga erinevate suurustega.

Uuringus osalenud küllastajate hulgast ei olnud keegi kasutanud Konnamaja. Autor arvab, et põhjuseks võib olla eraldatus teistest ehitistest, st hoone asub kompleksi alal, kuid teistest kaugemal (100 – 200 m), arvestades, et tegemist on mitmetoalise kämpinguga, kus on vähem mugavusi (puuduvad duširuum ja wc) kui suuremates hoonetes. Kui klient soovib kasutada tualetti või duširuumi, peab ta kõndima teiste hoonete juurde. Küsitlusele vastajad olid soovitanud ehitada Konnamajale juurde wc, duširuum ja toidu valmistamiseks pliit/ahi, kuid kahjuks ei tulnud välja kindlat põhjust, miks Konnamaja polnud kasutust leidnud, seega võibki oletada, et lihtsalt mugavuste puudumise tõttu. Autori soovitus olukorra parandamisele oleks esiteks teisaldada ehitise paremasse asukohta, lähemale teistele hoonetele, et ei peaks tualeti ja duširuumi kasutamiseks kaugele kõndima. Teine võimalus Konnamaja populaarsuse tõstmiseks oleks reklaamida seda kindlat sihtgruppi silmas pidades, kelleks võiks olla loodusest huvitatud inimesed, kes ei ole mugavustest nii huvitatud.

Uuringutulemuse analüüsidest selgus, et kõige populaarsemad lisateenused, mida kliendid kasutasid, on saunad, grillkoda ja praam. Praami ja saunade kasutamisest järeldab autor, et küllastajaid huvitab just järv. Autor soovib Rõsnasse juurde luua rohkem veega seotud tegevusi ja võimalusi. Näiteks mainis uuringus üks klient parvsauna teenust. Üldse ei kasutanud kliendid Matkajuht OÜ poolt pakutavaid teenuseid. Põhjust sellele ei oska autor välja tuua, aga soovib hakata vajadusel analoogseid teenuseid pakkuma puhkekeskusel endal. Autor oletab, et kui need teenused oleksid kohapeal kättesaadavad ja nähtavad (nt SUP-lauaga sõit, ATV-matkad), tekitaksid teenused rohkem huvi. Samas autor mõistab, et sellisel juhul peaks viibima kohal inimene, kes oskab tegevusi juhendada ja matku läbi viia.

Uuringus päriti küllastajate käest, kas nad puutusid kokku ka mingisuguste vajakajäämistega. Kõige rohkem tundsid kliendid puudust hommikusöögist, veeatraksioonidest ja masinarendi võimalusest (skuuter; ATV). Üks klient soovitas hakata pakkuma ATV-matku Värskas ja sealses looduses. Autor soovib Rõsnal hakata looma juurde tegevusi, mis ei leiaks aset ainult Rõsna

territooriumil, vaid mis viiksid kliendid kohalikule ringreisile ning pakuksid juurde lisaväärtust ja häid emotsioone, nt sõit SUP-lauaga järvel. Sellega oleks võimalik suurendada kliendi huvi ja avardada meelelahutustegevuste valikut. Samuti soovitab autor alustada publi "Provints" ja puhkekeskuse vahelist koostööd, mis võimaldaks lahendada toitlustamise küsimuse.

Uuringu käigus soovis autor saada tagasisidet Rõsna ja Setomaa kultuuri sidumise kohta. Enamik vastajaid leidis, et see on hea idee. Umbes 20% vastanutest pidas seda siiski mittevajalikuks. Vastajatel oli võimalik lisada omapoolseid arvamusi, kust tuli ka neutraalseid vastuseid, nt "võib-olla" ja "ei oska soovitada". Üks vastajatest arvas, et võiks hakata korraldama teemaüritusi, nt kalatoitude valmistamise kursuseid. Samuti pakuti välja ürituste korraldamist, kohaliku käsitöö tutvustamist, seto mänge ja aluse panemist kohalikule traditsioonile. Autor arvates Rõsna võiks klientidele pakkuda ka käsitöö ja toidu valmistamisega seotud koolitusi. Lisaks võiks ettevõtte kaaluda ka temaatilisi üritusi, millest võiks saada traditsioon, nt kultuuri-, laada- ja seto toidu päevad, kus tutvustataksegi seto rahva pärimusi. Sellised üritused lisaksid puhkekeskusele tuntuust ja võimaldaksid laiendada külaliste sihtrühma. Kuna Setomaa on tuntud oma säilinud kultuuri ja seal toimuvate ürituste poolest, nagu Seto folk, sibulalaat ja Seto kuningriigipäev, siis autor usub, et ürituste korraldamine tooks juurde lisaväärtust ja toimiks väga hea turundusena.

Küsitluse viimase teemana uuris autor klientidelt nende huvi kavandatavate teenuste vastu. Rõsna Puhkekeskuse poolt välja pakutud küüni ja veepargi ehitamine sai palju positiivset tagasisidet. Ligi 90% vastajatest oli huvitatud küüni ja 70% vastajatest veepargi ehitamisest. Ainult 7% vastajatest oli küüni ehitamise vastu ja samuti 7% oli kahtleval seisukohal. Veepargi ehitamise osas oli rohkem negatiivset tagasisidet – ligi 20% vastanutest oli selle vastu ja 15% neutraalsed või ei olnud kindlad. Pakuti välja, et nooremaid inimesi ja lastega peresid võib see huvitada. Üks vastanutest arvas, et võib-olla, aga eelistab rahu ja loodust.

Samuti oli klientidel võimalik kirjutada, milliseid uuendusi soovivad nad järgmise viie aasta jooksul näha. Nad soovivad, et Rõsnas korraldataks üritusi, pakutaks toiduelamusi ja loodaks lastele sobilikke atraktsioone, nt mänguväljak. Lisaks näidati üles huvi küüni ja veeatraktsioonide suhtes. Autor pakub siinkohal välja mõned endapoolsed ideed, mida oleks võimalik teenustena klientidele pakkuda, sealjuures ka teistel aastaegadel. Autor seostab sügist seentega ja soovitab kaaluda seenteteemalisi tegevusi, näiteks klientidega koos seenel käimine ja nendest toidu valmistamine. Talvel oleks võimalik korraldada suusaretki ja rajada järvele uisurada. Kevaditi on

head tingimused ATV-matkadeks. Kuigi autor teab, et pererahvas ei ela puhkekeskuse lähedal ja neil ei ole selliste teenuste korraldamiseks hetkel võimalusi, soovitab töö koostaja mõelda juurde analoogseid teenuseid, juhul kui on võimalik hakata neid läbi viima. See võib vähendada hooajalisusega seotud mõjusid. Ka Kati Liiv (Liiv, 2021, lk 54-55), kes on oma magistritöös uurinud turismihooaja pikendamise võimalusi Setomaal, ettepanekute seas on lisaks sesoonsuse mõju vähendamisele ka hinnapoliitika kujundamine vastavalt aastaajale (suvel kõrgem ja talvel madalam hind). Veel on ta välja pakkunud koostöövõrgustiku loomise (luua koos turismiettevõtjatega huvitavaid tooteid ja pakkumisi), kultuuriturismi arendamise ja soovitusi viia ettevõtjal end kurssi välisriikides pakutavaga. Kati Liivi ettepanekud võivad tulla kasuks ka Rõsnale. Hetkel ei kuulu Rõsna Puhkekeskus ühtegi koostöövõrgustikku.

Uuringu tulemuste põhjal saab määrata Rõsna puhkekeskuse peamised kliendigrupid. Küllastajate segmenteerimiseks on kasutatud psühhograafilist segmenteerimist. Puhkekeskuse peamine kliendisegment võiks olla suuremad seltskonnad, kes otsivad lihtsalt rahu ja mõningaid tegevusi. Rõsna puhkekeskuse teenuste kohta loodud küsimustikus kajastub klientide tagasiside majutuse, muude teenuste (ja tegevuste) kasutamise kui ka teenuste uuendamise kohta. Kõige rohkem mainiti saunu (tavasaun, suitsusaun), grillkoda ja praamisõitu, mida võib pidada passiivseteks tegevusteks. Mitte keegi küllastajatest polnud kasutanud Matkajuht OÜ poolt pakutud aktiivseid tegevusi. Samas, kui Rõsna klientide tagasides sooviti ka giidiga matku, SUP-laua ja muude vahendite rentimise võimalus, tähendab see, et klientidel on huvi ka aktiivsemate tegevuste vastu. Küüni (baar/lava) rajamine tekitas klientides uudishimu ja sai 85,7% toetuse. Wakepargi loomist toetas üle poole vastanutest, kuid oli kõhklevaid ja ebakindlaid vastuseid, mis olid seotud rahu ja vaikuse ning looduse eelistamisega.

Klientide põhilisteks väärtusteks osutusid loodus, privaatsus, pererahvas, majutus. Väiksema osakaaluga olid lisateenused ja väljaspool puhkekeskust toimuvad üritused. Küllastajate toetuse pälvis ka idee keskuse tihedamast sidumisest Setomaa kultuuriga nii koolituste, teemaürituste kui ka kogukonda kaasavate tegevuste kaudu.

Toetudes töö teoreetilises osas Pesoneni (2012) klientide segmenteerimise uuringule, arwab autor, et Rõsna puhkekeskuse peamisteks kliendisegmentideks on “Heaolureisijad”, “Perekonnareisijad” ja “Sotsiaalsed reisijad”. Kuna segmendid erinevad üksteisest teatud määral, peaksid omanikud valima ja teavitama kliente, millised tegevused puhkekeskuses toimuvad. Kui samaaegselt on

puhkekeskuses kaks või rohkem erinevat kliendigruppi, kus ühed harrastavad aktiivseid tegevusi (skuuter, ATV) ja teised passiivseid (lõõgastumine, grillimine), võib tekkida klientidevahelisi pingeid ja rahulolematust teenusega. Taoliste olukordade ärahoidmiseks soovib autor suhelda klientidega ja selgitada eelnevalt välja nende soovid ja eelistused võrreldes teiste klientide võimalike soovidega. Kuna Savimäe maja asub puhkekeskusest eraldi, 6 kilomeetri kaugusel, ei saa teha küsitlusest kindlaid järeldusi selle maja kasutamise kohta. Küsitlusest välja tulnud väärtused - loodus, rahu, privaatlus, pererahvas ja majutus, sobivad hästi kirjeldamiseks selle majutuskoha iseloomu. Eelnevalt mainitud Pesonen (2012) segmenteerimise uuringule toetudes leiab autor, et Savimäe maja sobiv kliendisegment võib olla “Healureisijad”, kes otsivad puhkust, värskust, lõõgastumist ja muid passiivsemaid tegevusi.

Tabel 2. Rõsna Puhkekeskuse klientide segmenteerimine

	Rõsna puhkekeskus	Savimäe puhkemaja
Sihtgrupid	<ul style="list-style-type: none"> • Suuremad seltskonnad • Pered 	<ul style="list-style-type: none"> • Pered • väikesed seltskonnad
Aktiivsed tegevused	<ul style="list-style-type: none"> • Jah/ei 	<ul style="list-style-type: none"> • Ei
Passiivsed tegevused	<ul style="list-style-type: none"> • Jah 	<ul style="list-style-type: none"> • Jah
Huvi aktiivsete tegevuste vastu	<ul style="list-style-type: none"> • Aktiivsete tegevuste vastu on klientidel huvi • Wakepargi ehitamise osas oli suurem vastuolu 	<ul style="list-style-type: none"> • –
Väärtused	<ul style="list-style-type: none"> • Loodus • Privaatsus • Pererahvas • Majutus 	<ul style="list-style-type: none"> • Loodus • Privaatsus • Pererahvas • Majutus
Rahulolu	<ul style="list-style-type: none"> • Hea 	<ul style="list-style-type: none"> • –

Allikas: Autor

Analüüsi tulemusena arvab autor, et Rõsna Puhkekeskuse teenuste ja teeninduskvaliteet on väga hea, aga seda saab muuta veel paremaks. Toetudes töö teoreetilisele osale, soovib autor omanike perel kolida Setomaale või palgata töjõudu, et oleks võimalik suurendada teenuste hulka ja klientide vastuvõtmise suutlikkust. Kuna pere elab hetkel Tallinnas, siis on keeruline tagada ettevõtte väga head toimimist. Analüüsi käigus said kinnitust ka maaturismi klientidele olulised väärtused, kus mängivad rolli loodus, asukoht, elamused ja emotsioonid. Analüüsi tulemustest lähtuvalt soovib autor kaaluda ka eespool nimetatud konkreetsete uuenduste kasutuselevõtmist.

Autor arvab, et kliendiküsitlusi võiks ettevõtte hakata läbi viima mõne aasta tagant, et värskendada arusaama klientide rahulolust ja vajadustest. Autor soovib ka koostada mõnevõrra spetsiifilisem küsitlus teenuste kohta, et saada aru, mida kliendid näiteks haljastuse ja renoveerimise all täpsemalt silmas peavad. Edaspidi võiksid küsitlused olla läbi viidud suurema hulga klientide seas, et koguda rohkem arvamusi ja tagasisidet. See aitaks teha põhjalikumaid järeldusi Rõsna Puhkekeskuse teenuste edasiarendamiseks. Autori ja ettevõtte omaniku vahelises arutelus jõuti arusaamale, et pidevat aastaringset klientuuri on keeruline saavutada. Kui lisada teenuseid ja tegevusi, on nõudlust on võimalik suurendada siiski ka teistel aastaegadel peale suve.

Allpool olev tabel annab koondülevaate ettepanekutest ettevõtte teenuste arendamiseks ja paremaks toimimiseks, mis võivad suurendada ka sissetulekuid ja pikendada külastushooaega.

Tabel 3. Ettepanekud Rõsna Puhkeskuse arendamiseks

Arenduse liik	Klientide ettepanekud	Omanike ettepanekud	Autori ettepanekud
Teenused	<ul style="list-style-type: none"> • Parvsaun • Matkad giidiga (ATV) • SUP-laua kasutus • Toitlustus 	<ul style="list-style-type: none"> • Veepark • Küün (lava, baar) • Lõbusõidukite rent • Kalastusretked • Hommikusöögi pakkumine • Magamiskohtade lisamine 	<ul style="list-style-type: none"> • Seeneretked ja toidukoolitused • Suusa- ja uisuretked • ATV matkad (kevad)
Rajatised ja infrastruktuuri arendamine	<ul style="list-style-type: none"> • Laste mänguväljak/atraktsioonid • Hoonete renoveerimine • WC ja pesemiskoht Konnamajale • Kööginurk kämpingualale • Parkla uuendus • Haljastustööd 	<ul style="list-style-type: none"> • Küün • Veepark 	<ul style="list-style-type: none"> • Konnamaja asukohta/ otstarbe võimalik muutmine vastavalt kliendisegmendile
Muud ettepanekud	<ul style="list-style-type: none"> • Koostöö kohalike ürituste korraldajatega • Korraldada ise üritusi, sh. Seto mängud ja teemaüritused • Tutvustada kohalikku kultuuri, kombeid, käsitööd 	<ul style="list-style-type: none"> • Sidumine Setomaa kultuuriga 	<ul style="list-style-type: none"> • Personali palkamine • Omanike kolimine puhkeskuse lähedusse • Turunduse ja reklaami tõhustamine

Allikas: Autor

KOKKUVÕTE

Käesoleva lõputöö teemaks oli „Rõсна Puhkekeskuse teenuste arendamine“. Rõсна Puhkekeskus asub Lõuna-Eestis Setomaal. Tegemist on maamajutusettevõttega, mille tegevust ja nõudlust mõjutab hooajalisus. Samas ei ole ettevõtte kogu potentsiaali seni täielikult ära kasutatud.

Lõputöö eesmärgiks oli analüüsida klientide rahulolu puhkekeskuse praeguste teenustega ja saada tagasisidet teenuste lisamise ja arendamise kohta ning teha neile tuginedes ettepanekuid teenuste edasiarendamiseks.

Eesmärgi saavutamiseks püstitati järgmised uurimisülesanded:

- Tutvuda teoreetiliste allikatega, et saada ülevaade maaturismi olemusest, maaturismiettevõtluse spetsiifikast, innovatsioonist maaturismis, ning külastajate segmenteerimisest;
- Tutvuda Rõсна Puhkekeskuse ja selle peamiste konkurentidega;
- Viia läbi uuring puhkekeskuse ja seal pakutavate teenuste kohta;
- Uuringutulemuste analüüsi põhjal teha järeldusi ja ettepanekuid teenuste arendamiseks.

Töö oli jaotatud kaheks osaks. Töö teoreetilises osas selgus, et maaturism jaguneb peale maakohas ööbimise veel mitmeteks valdkondadeks. Autor sai teada, et turismis kasutatavateks ressursideks ei ole ainult vaatamisväärsused ja füüsilised teenused, vaid oluline on ka see, missuguse elamuse klient saab. Tänu sellele on turistid nõus kulutama rohkem raha heaoluteenustele ja looduses viibitud ajale. Toodi välja mõningad maaturismile omased tunnused, näiteks et omanikel võivad puududa otsesed teadmised turismi kohta ning tegevused võivad olla seotud ka põllumajanduse või muude valdkondadega. Teooriaosas leidis töö autor, et paljud maaturismiettevõtted on pereettevõtted.

Töö praktilises osas anti ülevaade Rõsna Puhkekeskusest ja seal pakutavatest teenustest. Autor tõi välja põhilised konkurendid ja tegi ülevaate teenustest, milles nendega konkureeritakse. Töö käigus viidi läbi rahuloluküsitlus Rõsna Puhkekeskuses pakutavate teenuste kohta. Saadud vastuste põhjal leidis autor, et võttes kasutusele veel lisateenuseid, arendades turundust, võttes tööle abilisi ja rajades juurde küüni ja tehes muid arendusi ning kui pererahvas koliks majutusasutusele lähemale, oleks võimalik suurendada külastajate arvu ja pikendada hooaega.

Läbiviidud uuringust saadi tagasisidet klientide senise rahulolu kohta ja ülevaade, mida arvatakse ettepanekutest teenuste ja asutuse edasiarendamise kohta. Vastanud olid rahul teenuste kvaliteedi ja hinnaga. Selgus, et Rõsna tugevusteks peetakse loodust, privaatsust ja pererahvast. Otseselt negatiivseid tähelepanekuid küsitlusele vastajad välja ei toonud, küll aga mainiti, et teenusena võiks juurde lisada toitlustusvõimaluse ja luua juurde meelelahutusatraktsioone.

Uuringu põhjal tehtud järelduste ja ettepanekute alusel saab luua keskusele juurde erinevaid teenuseid ja muuta ka keskust atraktiivsemaks. Näiteks ehitades lastele mänguväljaku, korraldades kultuurisündmusi ja Seto kultuuriga seotud üritusi, lisades sõidukite ja spordivahendite rendi teenuseid jne. Samuti soovivad kliendid näha uuendusi puhkekeskuse haljastamise, hoonete renoveerimise ning veeatraktsioonide lisamise näol. Kuna puhkekeskus asub looduskaunis kohas, arvab autor, et hooajalisuse vähendamiseks saaks lisada tegevusi (seeneretked, suusatamine, uisutamine jm) madalhooajaks.

Käesoleva lõputöö teoreetiline ja uurimuslik osa ning nendest tehtud järeldused saavad olla abiks Rõsna Puhkekeskusele teenuste edasiarendamise osas.

SUMMARY

DEVELOPMENT OF RÕSNA HOLYDAY CENTRE SERVICES

Karl Teresk

The aim of this thesis was to analyse the relevant sources, conduct a survey among clients about the services offered by Rõsna Holiday Centre, and to analyse the results obtained. Based on the analysis, the final goal was to make proposals for the development of the services of the Rõsna holiday center and to try to extend the tourist season.

In the theoretical part of the work, it turned out that rural tourism is divided into several sub-chapters in addition to spending the night in the countryside. The author learned that the resources used in tourism are not only attractions and physical services, but very important is what the client feels mentally and emotionally. Thanks to this, tourists are willing to spend more money on mental health and time spent in nature. The author also learned about some features inherent in rural tourism, for example, that the owners do not have direct knowledge about tourism, and the activities may also be related to other categories of agriculture and business.

In the empirical part of the work, an overview was given of the Rõsna Holiday Centre and the services offered there. The author singled out the main competitors and about them an overview of the services with which they compete was provided. In the course of the work, a satisfaction survey was conducted on the services offered at the Rõsna holiday center. With the responses to the survey, the author found that by introducing additional services, developing marketing, moving the family closer to the property, hiring workers and building more barns, it could be possible to increase the number of visitors and extend the season.

The customer satisfaction survey gave feedback on customer satisfaction so far and on what is considered of the proposals for further development of services and the institution. As a result of the analysis of the survey, the author received feedback about the development of the services of Rõsna Holiday Centre and on the client's interest in the proposal made by Rõsna Holiday Centre to create additional accommodation and services. From the feedback, the property also received

information about customer satisfaction. As a result, positive customer satisfaction was received, and there were no negative opinions.

The theoretical and research part of this thesis and the conclusions drawn from them may assist Rõsna Holiday Centre in further developing their services.

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

- Ayazlar, G, Ayazlar, R. (2015). Rural Tourism: A Conceptual Approach. In C. Avcikurt, M.S. Dinu et al (Eds.). *Tourism Environment and Sustainability*. Sofia. St. Kliment Ohridski University.
- Ardel, T. (2015). Maaturismi aabits. 2. tr. Argo.
- Bardone, E. (2013). *My farm is my stage: A performance perspective on rural tourism and hospitality services in Estonia*. (Doktoritöö). Tartu Ülikooli kultuuriteaduste instituut, Tartu.
- Brelik, A. (2017). Innovation of rural tourism and agriturism. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*. XIX(6), 56-61. DOI: 10.5604/01.3001.0010.7900
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*. 21 (2000) 97-116.
- Butler, R. (2014). Addressing Seasonality in Tourism: The Development of a Prototype. *Conclusions and Recommendations resulting from the Puerta del Este Conference, May 2014. Report for UNWTO*. http://webunwto.s3.amazonaws.com/imported_images/42617/final_notes_richard_butler.pdf (10.10.2022)
- Corluka, G. (2019). Tourism Seasonality – an Overview. *Journal of Business Paradigms*, 4 (1), 21-43.
- Dolnicar, S. (2006), Data-driven Market Segmentation in Tourism – Approaches, Changes Over Two Decades and Development Potential, *CD Proceedings of the 15th International Research Conference of the Council for Australian University Tourism and Hospitality Education (CAUTHE)*. (346-360).
- Eesti Statistikaamet (2021). Eesti elanike ööbimisega välis- ja sisereisid 2008-2021 [E-andmebaas]. Kättesaadav: [Turism, majutus ja toitlustus | Statistikaamet](#) (30.08.2022).
- Eesti Statistikaamet (2022). Eestis majutatud turistid, 2019-2022 [E- andmebaas]. Kättesaadav: [Turistide arv Eesti majutusasutustes kasvas välisturistide arvelt | Statistikaamet](#) (29.09.2022).
- Glossary of tourism terms (s.a.). *UNWTO*. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>. (18.04.2022)

- Hall, D.R., Roberts, L., & Mitchell, M. (2016). Tourism and the Countryside: Dynamic Relationships. In: L. Roberts, D. Hall, M. Mitchell (Eds.). *New Directions in Rural Tourism. New Directions in Tourism Analysis Series*. New York. Routledge.
- Hillep, P., Pärnamets, R., Trubetskoi, E., Ender, J., Eik, L., Viin, T., Juust, L., & Peil, N. (2012). Maaturismi uuring 2012. Kättesaadav: <https://www.yumpu.com/xx/document/read/32684353/maaturismi-uuring-2012-paullumajandusministeerium> (7.02.2022)
- Hjalager, A.-M., Kwiatkowski, G., & Østervig Larsen, M. (2018). Innovation gaps in Scandinavian rural tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 18(1), 1-17.
- Kachaner, N., Stalk, Jr, G., & Bloch, A (2012). What you can learn from family business. *Harvard Business Review*. 90 (11). <https://hbr.org/2012/11/what-you-can-learn-from-family-business> (30.08.2022)
- Kallmuenzer, A. (2018). Exploring drivers of innovation in hospitality family firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 30(3), 1978-1995.
- Kataya, A. (2021). The Impact of Rural Tourism on the Development of Regional Communities. *Journal of Eastern Europe Research in Business and Economics*. 2021 (2021). DOI: 10.5171/2021.652463
- Kirsi Talo Kodumajutus (s.a.). *Kirsi Talo Kodumajutus* <http://www.kirsitalo.com/439750963.html> (15.08.2022)
- Kotler, P. T., Armstrong, G., Harris, L. C., He, H. (2019a). *Principles of Marketing* (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019b). *Marketing Management* (4th ed.). Pearson Education Limited.
- Liiv, K. (2021). *Turismihooja pikendamise võimalused Setomaa turismipiirkonna näitel. Võrdlusanalüüs aastatel 2016 ja 2021*. (Magistritöö). Eesti Maaülikooli Põllumajandus- ja keskkonnainstituut, Tartu.
- Olsen, M. (2001). Hospitality and the tourist of the future. In: A. Lockwood, S. Medlik (Eds.) *Tourism and Hospitality in the 21st Century*. 206-215. Reed Educational and Professional Publishing Ltd.
- Oppermann, M. (2000). Tourism Destination Loyalty. *Journal of Travel Research* 39(1), 78–84. <https://doi.org/10.1177/004728750003900110>
- Pesonen, J.A. (2012). Segmentation of rural tourists: combining push and pull motivations. *Tourism and Hospitality Management*. 18(1), 69-82.
- Pesonen, J. A., Tuohino, A. (2017). Activity-based market segmentation of rural well-

being tourists: Comparing online information search. *Journal of Vacation Marketing*. 23(2), 145-158.

Piusa Ürgoru Puhkekeskus (s.a.). Kättesaadav: www.puhkemaja.ee (15.08.2022)

Päikseranna Puhkemaja (s.a.). Kättesaadav: <https://www.puhkaeestis.ee/et/paikseranna-puhkemaja> (15.08.2022)

Rural tourism. *UNWTO*. Kättesaadav: <https://www.unwto.org/rural-tourism> (15.03.2022)

Sharpley, R. & Vass, A. (2006). Tourism, Family and Diversification: An Attitudinal Study. *Tourism Management* (27), 1040-1052.

Setomaa turismitalo (s.a.). Kättesaadav: <https://www.setotalu.ee/et/vosanulk> (15.08.2022)

Setomaa valla arengukava 2021-2030. Kättesaadav: https://www.riigiteataja.ee/aktiivisa/4070/9202/1024/SetomaaVVK_26082021_m9_L1.pdf. (30.08.2022)

Siimon, I. (1996). *Turisminduse alused*. Tartu. Tartu Ülikooli Kirjastus.

Tabina puhkemaja (s.a.). Kättesaadav: www.tabina.ee (15.08.2022)

Todd, G. (2001). World travel and tourism today. In: A. Lockwood, S. Medlik (Eds.) *Tourism and Hospitality in the 21st Century* (3-17). Reed Educational and Professional Publishing Ltd.

The Economic Contribution of Tourism and the Impact of COVID-19. Preliminary version. World Tourism Organization UNWTO. (2021), Madrid. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423200>

The Risks and Rewards of a Family Business. *Cornell Features*. Cornell University. Kättesaadav: <https://www.cornell.edu/features/the-risks-and-rewards-of-a-family-business/> (28.08.2022)

Uuring: maaturism on suurem osa Eesti turismiärist. *Maaeluministeerium*. 26.11.2010. <https://www.agri.ee/uudised/uuring-maaturism-suurem-osa-eesti-turismiatarist> (18.05.2022)

Yehia, Y. (2019). The Importance on Tourism on Economies and Businesses: Your source for Global Business Knowledge. *GlobalEDGE Blog* (26.03.2019). <https://globaledge.msu.edu/blog/post/55748/the-importance-of-tourism-on-economies-a> (30.08.2022)

Yoon, Y. & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management* 26(2005), 45-56

LISAD

Lisa 1. Kliendi tagasiside küsimustik

Küsimustik Rõsna puhkekeskuse kohta

Tere,
Olen Tallinna Tehnikaülikooli elamusmajanduse ja ettevõtluse tudeng Karl Teresk. Viin lõputöö raames läbi küsitlust rahulolust Rõsna puhkekeskuse seniste teenustega ja nende edasiarendamise võimalustest. Küsimustik koosneb 14-st küsimusest ja vastamiseks võib aega kuluda 15-20 minutit. Ootan teie vastuseid 09.03- 15.03. Küsimustega seotud andmeid kasutatakse lõputöö koostamisel ja vastused jäävad anonüümseks. Kui tekib täiendavaid küsimusi olen avatud neile vastama e-posti teel: karl.teres13@gmail.com.
Tänan teid panuse eest lõputöö valmimisele!

Mis on Teie sugu?

Mees

Naine

Mis on Teie

Lühike vastuse tekst

Kas olete külastanud Rõsna

1 kord

2-3 korda

Rohkem kui neli korda

Ei ole

Kui vastasite eelnevale küsimusele jah, siis millal oli Teie esimene

Lühike vastuse tekst

Mis oli Teie külastuse

Puhkus

Perekonflikt kogunemine

Pulmad

Suvepäevad

Sünnipäev

Laager

Muu...

Lisa 1 järg

Kas kasutasite majutust, kui jah siis

- Suur maja
- Väike maja
- Konna maja
- Hall maja
- Savimäe maja
- Kämpingud
- Telk

Milliseid lisateenuseid Te

- Suitusaun
- Tavaaunad
- Grillkoda
- Praamisõit
- Savimäe suitsusaun
- Matkajuhi teenused
- Ei kasutanud lisateenuseid
- Muu...

Kas hinna ja kvaliteedi suhe oli

- Jah
- Ei
- Muu...

Kas puutusite kokku ebaseeldivustega, kui jah siis

Pikk vastuse tekst

.....

Lisa 1 järg

Millest tundsite

- Masinarendi võimalus (skooter, atv)
- Vee atraktsioonid
- Magamiskohad
- Hommikusöögi võimalus
- Kalastusmatkad
- Meelelahutus
- Muu...

Mis meeldis kõige

- Loodus
- Privaatsus
- Pererahvas
- Majutus
- Lisateenused
- Väljaspool keskust toimuvad üritused
- Muu...

Kas puhkekeskust võiks rohkem siduda ka kohaliku Setomaa

- Jah
- Ei
- Muu...

Kui vastasite eelmisele küsimusele jah, siis mida või

Pikk vastuse tekst

Kui oleks plaan ehitada Rõsna puhkekeskusesse küün koos baari ja lavaga, kas oleksite sellest huvitatud?

- Jah
- Ei
- Muu...

Lisa 1 järg

Kui oleks plaan ehitada Wakepark koos vee atraktsioonidega, kas oleksite nendest

Jah

Ei

Muu...

Milliseid uuendusi sooviksite näha lähima 5 aasta

Pikk vastuse tekst

Kas soovitaksite Rõsna puhkekeskust oma

Jah

Ei

Allikas: Autor

Lisa 2. Intervjuu omanikuga

Autor: Tere

Andres: Tere

Autor: Millal ja millisel eesmärgil te Rõsna Puhkekeskuse ehitasite?

Andres: Puhkekeskuse rajamine algas 2008. aastal eesmärgiga luua pereettevõtte. Tegelikult kõige esimese asjana alustasin ma Mikitamäele järve ja vähitiikide kaevamisega, millega tegin algust umbes 2006. aastal.

Autor: Miks just selline asukoht?

Andres: Asukoha määras selle koha potentsiaalne ilu ja rahulik keskkond. Tundus koht, kus võiks sobida puhkamas käia. Järve asukoha valisin ma oma vanemate järgi, kes peaaegu sealsamas elavad.

Autor: Aga kirjeldage täpsemalt neid ehitusprotsesse.

Andres: Nagu ma juba mainisin, siis järve ja vähitiikide kaevamine algasid 2006. aastal. 2,5 aastaga kaevati valmis 3,4-hektariline järv koos 5 vähitiigiga. Rõsna ehitamisega alustasin 2008. aasta kevadel. Kuna praeguse puhkekeskuse asukoht oli varasemalt soine, siis viisin seal läbi kõigepealt pinnasetööd. Need kestsid kokku umbes 3 kuud. Kohe järgmisena alustasin ma kõige esimese maja ehitamist, mis valmis juba talve alguses. Järgnevalt ehitasin juurde 6 aastaga 10 hoonet.

Autor: Vaatasin puhkekeskuse kodulehelt, et teil on seal olemas ka selline hoone nagu Savimäe puhkemaja. Kuidas see Rõsnaga seotud on?

Andres: Ega ta alguses polnudki ehitatud eesmärgiga, et ta saaks puhkekeskuse osaks. Selle maja ehitasin ma kunagi oma perele, sest oli plaan Tallinnast Setomaale kolida ja Rõsnaga tegeleda. Me kolisimegi sinna, aga olime sunnitud asjaolude tõttu tagasi Tallinnasse tulema. Kuna maja ei saanud enam piisavalt kasutust, siis otsustasime, et liidame selle puhkekeskusele juurde.

Autor: Aga kus see Savimägi siis asub ja millal see ehitati? Millal see Rõsnaga ühendati?

Lisa 2 järg

Andres: Savimägi asub Usinitsas selle tehisjärve ääres, mille ma kaevasin. Maja ehitati valmis 2015. aastal ja liideti Rõsnaga 2019. aastal.

Autor: Okei, aga soovin uurida ka Turist OÜ kohta. Miks tegeleb Rõsna sellise nime all ja kuidas on need üldse omavahel seotud?

Andres: "Turist" on pubi Räpinas, mille ma samuti kunagi ehitasin ja sealt ka Turist OÜ. Siis kui Rõsna juba mingis mõttes valmis oli, tegid pubi ja puhkemaja koostööd. Majutasime seal pubi esinejaid, samuti ka tegi pubi Rõsnale *cateringi*.

Autor: „Turist“ on huvitav nimi. Kuidas te sellise nime panite?

Andres: „Turisti“ nimi on tegelikult juba sellel pubil varem ka olnud, ma lihtsalt värskendasin seda. Kunagi oli praeguse pubi asemel kohvik „Einelaud Turist“, kui ma olin noor olin, see peale ja enne kooli populaarne koht, kus pirukaid ja kohvi sai.

Autor: Mainisite enne, et pubi ja puhkekeskus tegid koostööd ja majutasid esinejaid. Kes on seal näiteks esinenud?

Andres: Pubis on käinud esinemas näiteks Ivo Linna, „Hellad Velled“, Uku Suviste, Koit Toome, Anne Veski ja ka kohalikud bändid. Kahjuks ma kõiki nimesid enam ei mäleta, aga neid on veel.

Autor: Aga mis on nüüdseks pubist saanud? Kas see ikka veel toimib?

Andres: Jah toimib ikka, lihtsalt nüüd ma enam ise sellega ei tegele. See on antud renti äripinnana ja praegu tegutseb seal „Provintsi kohvik“. Lihtsalt ei jõua nii palju asju korraga teha.

Autor: Aitäh meeldiva koostöö eest.

Andres: Palun.

Allikas: Autor

Lisa 3. Suur maja



Allikas: Autor

Lisa 4. Väike maja



Allikas: Autor

Lisa 5. Kämpingud



Allikas: Autor

Lisa 6. Grillkoda



Allikas: Autor

Lisa 7. Suitsusaun



Allikas: Autor

Lisa 8. Konnamaja



Allikas: Autor

Lisa 9. Savimäe maja



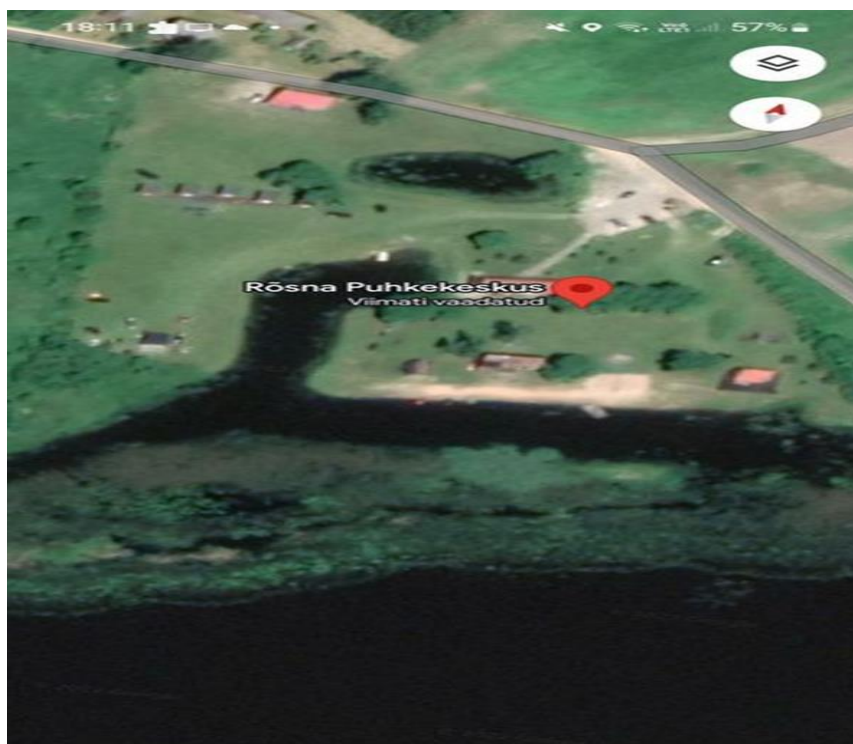
Allikas: Autor

Lisa 10. Hall maja



Allikas: Autor

Lisa 11. Rõsna Puhkekeskus



Allikas: *Google maps*

Lisa 4. Lihtlitsents

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks¹

Mina Karl Teresk (*autori nimi*)

1. Annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

Rõsna Puhkekeskuse teenuste arendamine (*lõputöö pealkiri*)

mille juhendaja on Riia Nelis (*juhendaja nimi*)

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

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

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

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

05.12.2022 (kuupäev)

¹ 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 loomingulise 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.