



TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL  
INSENERITEADUSKOND  
Kuressaare kolledž

Anna-Liisa Talts

## **Aeglase turismi kontseptsiooni tuntus eestlaste hulgas**

Lõputöö

Õppekava „Ettevõtlus ja elamusmajandus“

Juhendaja: Jana Raadik-Cottrell

Kuressaare 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 5884 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Anna-Liisa Talts, 18.05.2022

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 193272SDVR  
Üliõpilase e-posti aadress: atalts@taltech.ee

Juhendaja: Jana Raadik-Cottrell

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

## Lühikokkuvõte

Aeglane turism on võrdlemisi vähe käsitletud valdkond ning ka rahvusvahelistes teadusuuringutes väidetakse, et puudub kindel tähendus terminile „aeglane turism“. Käesoleva töö eesmärk on selgitada, kuidas näevad seda mõistet eestlased ning millised on võimalused Eesti turismiettevõtetele antud valdkonnas. Töös analüüsitakse aeglase turismi käsitlemist erinevates rahvusvahelistes teadusartiklites ning uuritakse, milliseid arendustegevusi on selles valdkonnas tehtud Eesti turismisektoris. Uuringu valimi hulgas läbi viidud küsitluse tulemusena selgub, et puudub ühtne arusaam aeglasest turismist ning suures osas on mõiste täiesti tundmatu. Uurimistöö tulemusena leiab autor, et antud valdkonnas on palju arenguruumi nii reisijate hulgas teadlikkuse kasvatamise, ettevõtete teenusearenduse kui ka toetavate struktuuride tegevuses.

Võtmesõnad: aeglane turism, mõtestatud liikumine, isiklikud väärtused, sihtkoha identiteet.

## Mõistete loend

Kestlik turism (sünonüüm jätkusuutlik turism) – turism, mis on võimeline oma tegevust jätkama sihtkoha loodus-, sotsiaal-kultuurilist ja majanduslikku keskkonda säästvalt kasutades

Keskkond – loodus-, sotsiaal-kultuuriline, majanduslik ja poliitiline ümbrus, milles inimene elab, kasvab ja areneb või millega ta kokku puutub

Autentne - selline, mida saab täiesti usaldada, mis on ehtne ning mis põhineb algallikail nagu ajalooline ja kultuuriline pärand

Siseturism - reisimine oma riigi piires, omamaine turism

Aeglane liikumine (Slow Movement) – tegevus, mida ei tehta kiirustades; sotsiaalne liikumine, mis propageerib igapäevaelu tempo aeglustamist

Mõtestatud liikumine (Mindful movement) – emotsioonide ja tundmuste väärtustamine ja neile keskendumine liikumises

Aeglane turism (Slow Tourism) – mõtteviis, elufilosoofia; keskendub vähemate, kuid enam mõtestatud elamuste otsinguile reisimisel; vastandumine massturismile

Massturism – suure hulga külastajate liikumine/viibimine populaarses sihtkohas; võimalikult paljude sihtkohtade ja atraktsioonide külastamine ühe külastuskorra ajal

Sihtkoha identiteet – sihtkoha olemus, mille määrab ära selle keskkond ja sellega seotud asjaosalised; sihtkoha kogukonna väärtuste ja külastajate poolt saadud elamuste kogusumma

## Sisukord

Lühikokkuvõte .....	3
Mõistete loend.....	4
Jooniste loetelu.....	6
Tabelite loetelu.....	7
Sissejuhatus .....	8
1. Turismivaldkonna hetkeseisukord .....	10
1.1. Turistide muutunud mentaliteet.....	10
1.2. Turismivaldkonna seis Eestis .....	11
1.3. Aeglase turismi vastand – massiturism .....	12
1.4. Aeglane turism.....	12
1.5. Kestliku turismi käsitlemine Eestis .....	15
2. Empiiriline uuring .....	16
2.1. Uuringu tulemused .....	21
2.2. Järeldused ja ettepanekud .....	30
Kokkuvõte .....	33
Summary .....	34
Kasutatud allikate loetelu.....	35
Lisa 1. Küsimustik .....	37
Lisa 2. Intervjuu stsenaarium .....	39
Lisa 3. Lihtlitsents .....	40

## Jooniste loetelu

Joonis 1. Küsitluses osalenute osakaal vanuse järgi. ....	17
Joonis 2. Vastanute sugu. ....	18
Joonis 3. Vastanute perekonnaseis. ....	18
Joonis 4. Vastanute igakuine netosissetulek, € ....	19
Joonis 5. Vastuste osakaal küsimusele „kui tihti käid puhkuseraisil?“ ....	21
Joonis 6. Vastuste osakaal küsimusele „millal oli Sinu viimane puhkuse reis?“ ....	22
Joonis 7. Vastuste osakaal küsimusele „kuhu sihtkohta oli Sinu viimane puhkuserais?“ ....	22
Joonis 8. Vastuste osakaal küsimusele „kui pikk on Sinu jaoks piisav aeg puhkuseks?“ ....	23
Joonis 9. Vastuste osakaal küsimusele „kellega eelistad minna puhkuseraisile?“ ....	23
Joonis 10. Aeglase turismi väärtuste hoiakud ja hindamine "Keskkonnasäästjate" ja reisigruppide vahel. ....	24
Joonis 11. Milles Seisneb Sinu jaoks "aeglane turism"? ....	25

## **Tabelite loetelu**

Tabel 1. Definiitsioonid, kus aeglast turismi on käsitletud alternatiivina massiturismile.....	14
Tabel 2. Vastanute elupaik maakondade lõikes. ....	20

## Sissejuhatus

Käesoleva lõputöö eesmärk on käsitleda aeglase turismi olemust, uurida selle tähenduse arusaama eestlaste hulgas ning leida võimalusi turismiettevõtetele teenuste arendamiseks. 1960. aastatel populaarsust kogunud reisisihtkohad, kuhu koondus kokku massiliselt turiste, hakkasid 1990ndatel avalduma esimesed kehvad järelmõjud keskkonnale ning märgati kohaliku kultuuri vaikset hääbumist. Alates sellest ajast hakati esimest korda, esmalt Vahemere ääres ning seejärel ka Kariibi saartel, pöörama suuremat tähelepanu keskkonna ning kultuuri paremale säilitamisele. Kuna turism mängib nende sihtkohtade majandusarengus olulist rolli, otsiti jätkusuutlikumaid viise turistide vastuvõtuks, mis säästaksid keskkonda ning kohalikku kultuuri (Valls, Mota, Vieira & Santos, 2019). Ligi dekaad hiljem kogus hoogu maailmas uus liikumine, sedapuhku toitlustusvaldkonnas. 1989. aastal rajatud organisatsiooni *Slow Food* (aeglane toit – eesti k) eesmärk on tõsta teadlikkust toidu tarbimise osas, et vältida kohaliku toidukultuuri ja -traditsiooni hääbumist ("About us - Slow Food International", 2022). Sarnane liikumine algas ka teistes sektorites: linnade arengus, moetööstuses ning turisminduses. Turismivaldkonnas viitab „aeglane turism“ rahulikumale, mõtestatumale ning kestlikumale reisimise viisile, mis vastandub massiturismi kiirele ja eskapistlikule puhkusevormile (Valls, Mota, Vieira & Santos, 2019). Aeglane turism seisneb lisaks kestlikule ja elamuslikule transpordiviisile puhkuse sihtkohta ka kohepealse kultuuri autentse kogemises ning enesearengus (Williams & Ponsford, 2009).

Ka Eesti majanduses on turismivaldkond olulisel kohal. Selle osatähtsus SKP-s ja tööhõives on ligi 8% ning samuti annab turism olulise osa ekspordi tuludesse. Peamised valdkonnad, millega Eestis riiklikul tasemel turismi valdkonnas tegeletakse on Eesti tutvustamine rahvusvaheliselt, majutusteenuste, reisieetevõtluse, toodete, teenuste ning infosüsteemide arendamine (majandus- ja kommunikatsiooniministeerium, 2021). Hetkeseisuga turismitoodete ja -teenuste kestlikule disainimisele riik eraldiseisva valdkonnana ei keskendu.

2020. aastal sai tursimisektor ootamatu ning väga laiahaardelise hoobi. Covid-Sars-19 laialdase leviku tõttu piirati oluliselt inimeste liikumist, seda eriti rahvusvaheliselt. Keelati viibimine kinnistes ühisruumides ning reisimine muutus väga keeruliseks (Łapko, Hącia, Strulak-Wójcikiewicz Çmar, Panai & Lučić 2021). Rahvusvahelised reisimised langesid 70% ning ligi 1.3 miljardi dollari suurune prognoositud käive jäi saamata („International Tourism Down 70% as Travel Restrictions Impact All Regions“, 2020). Siiski on inimestel loomulik vajadus puhkusele ning keskkonna muutusele, mistõttu hakati otsima uusi võimalusi vahelduse saamiseks. Siseturism



kasvas hoogsalt ning seda eriti looduslähedastesse paikadesse, kus inimesed veetsid aega värskes õhus, liikudes ühes rütmis keskkonnaga (Łapko, Hącia, Strulak-Wójcikiewicz Çınar, Panai & Lučić 2021). Selle tulemusena langes massiturismi tekitatud süsiniku jalajälg varasemast märkimisväärselt (Nagaj, Žuromskaitė, 2021).

Käesoleva lõputöö eesmärk on empiirilise uuringu abil selgitada aeglase turismi olulisust Eesti turistide hulgas ning leida selles valguses nende ootused turismiettevõtetele.

Lõputöö koostamisel püstitati järgmised uurimisküsimused:

- Milline on eestlaste arusaam aeglasest turismist?
- Millised võimalused on Eesti turismiettevõtetele aeglase turismi kontekstis?

Käesoleva töö empiirilise uuringu sisend tuleb küsitluste tulemustest eestlastega ning süvaintervjuudest. Seejärel analüüsib autor saadud informatsiooni ning teeb järeldused, mille tulemusena tehakse turismisektoris tegutsevatele ettevõtetele ettepanekud toote- ja teenusearenduseks. Analüüsi tulemused aitavad ettevõtjatel arendada oma äriideed, pakkudes oma külalistele nende ootustele ja vajadustele vastavaid teenuseid ja tooteid, loomaks usaldusväärseid, kestlikke ning positiivse mõjuga suhteid klientidega.

Uuringu läbiviimisel kasutatakse kombineeritud uurimismeetodit: digitaalse kvantitatiivuuringuna küsitlusi turistidega erinevatest maakondadest üle Eesti ning kvalitatiivuuringuna intervjuusid selleks huvi üles näidanud küsimustikule vastajatega.

Lõputöö koosneb kolmest osast, kus esimene osa käsitleb aeglase turismi konteksti teoreetilises võtmes, teises osas kirjeldatakse uurimismeetodeid, uuringu valimit ning kvalitatiiv- ja kvantitatiivuuringute ülesehitusi. Viimases osas tehakse ülevaade uuringu tulemustest ning tehakse järeldused. Peamiste järelduste peatükis kirjeldatakse ka ettepanekuid ettevõtetele teenuste ja toodete arendamiseks.

## **1. Turismivaldkonna hetkeseisukord**

Turismisektorit peeti kuni 2019. aastani ühe suurima ja kiiremini kasvava tööstusena maailmas, mis oli suure hulga külade, linnade ja riikide arengu tagav jõud. 2020. aasta teises kvartalis olukord muutus, kui SARS-CoV-2 pandeemia lõi turisminduse pea peale (Łapko, Hącia, Strulak-Wójcikiewicz Çınar, Panai & Lučić 2021). Viiruse kiire leviku tõttu piirati laialdaselt inimeste liikumist, mis viis turismisektori ootamatusse madalseisu - rahvusvahelised reisimised langesid 70% ning ligi 1.3 miljardidollarine käive jäi saamata („International Tourism Down 70% as Travel Restrictions Impact All Regions“, 2020). Kõige tugevamini sai kannatada massiturismi valdkond, sest põhiliselt piirati liikumisvabadust just traditsioonilise ülesehitusega hotellides ning keelati busside ja lennukitega reisimine, sest need nõuavad suure massi koosviibimist suletud alal. Siiski on inimestel loomulik vajadus puhata ning aeg-ajalt vahetada keskkonda. Nähes, et pandeemia ei kao nii ruttu, kui loodetud, hakati otsima uusi võimalusi reisimiseks. Hakati otsima rohkem siseturismi võimalusi ning seda just looduskaunites paikades, mitte ülerahvastatud linnaasutustes (Łapko, Hącia, Strulak-Wójcikiewicz Çınar, Panai & Lučić 2021). Selle tulemusena on turismisektori põhjustatud keskkonnakahju varasemast märkimisväärselt vähenenud (Nagaj & Żuromskaité, 2021).

### **1.1. Turistide muutunud mentaliteet**

Nüüd, kuis riigid on taas avanemas, selgus suurima reisiagentuuri Booking.com uuringus, et reisijad on pandeemia järel pühendunud võrreldes varasemaga kestlikemale reisimisviisidele. Kaks kolmandikku ligi 30 000 vastanu hulgast väidab, et pandeemia on mõjutanud neid reisima tulevikus jätkusuutlikumal viisil. Tulemuste järgi reisijate igapäevase käitumisharjumuste kestlikumaks muutumine käib käsi käes reisimisharjumuste muutmisega. Vastanud soovivad vähendada jäätmete tekkimist, energia kasutust ning valida reisil liikumiseks keskkonnale sõbralikumaid liikumisviise, nt. jalutamine, jalgratas või ühistransport, mitte enam takso või rendiauto. Samuti tuuakse uuringus esile reisisihtkoha kohaliku kultuuri autentse kogemise olulisust ning leitakse, et selle säilitamine on hädavajalik. Samuti selgus uuringust, et kuigi inimeste mentaliteet on muutumas, siis ettevõtted ei ole piisavalt kiiresti järgi tulnud. Näiteks puuduvad endiselt paljudes majutusasutustes prügisorteerimise võimalused ja külmkapis ootavad

ühelkordseks kasutamiseks mõeldud plastikust veepudelid (Booking.com, 2021). Ka autori isiklikust reisimise kogemusest saab väita, et kuigi riiklikul tasemel on paljudes riikides olemas korralik jäätmekäitluse süsteem, siis majutusasutustes see puudub.

Nendest teadmistest saame teha esimesed järeldused, et pandeemia andis inimestele võimaluse ümber mõelda oma käitumisharjumused ning tekitada ruumi uutele, kestlikematele lahendustele. Nüüd on oluline, et ka ettevõtetel muutusega kaasa tuleksid ning täidaksid külastajate ootusi ning panustaksid oma osa keskkonna jätkusuutlikusse.

## **1.2. Turismivaldkonna seis Eestis**

Turismindusel on Eesti majandusarengus märkimisväärne roll. Selle osatähtsus SKP-s ja tööhõives on kaudseid mõjusid arvestades ligi 8% ning samuti annab turism olulise panuse ekspordi tuludesse. Eesti peamine turismipoliitika eesmärk on suurendada Eesti turismi rahvusvahelist konkurentsivõimet ja tagada turismiteenuste ekspordi ning siseturismi arendamisega kestlik majanduskasv. Selleks on turismisektoris tegutsejale eesmärkideks antud suurendada Eesti tuntust reisisihtkohana, mitmekesistada turismitoodete ja -teenuste valikut ning parandada kvaliteeti; tõsta turismiettevõtjate teadmisi uute ärimudelite rakendamise võimalustest ja teenuste disainist; tagada põhjaliku ja huviväärse turismiinfo olemasolu ning kättesaadavus kogu külastaja teekonna vältel; parandada olulisi transpordiühendusi ning piirkondelikke turismitooteid (Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium, 2021). Hetkel tegeleb majandus- ja kommunikatsiooniministeerium järgnevatele turismi arendustegevustele: Eesti tutvustamine, majutusteenused, reisieetvõtlus, tootearendus, turismiinfosüsteem. Kahjuks hetkeseisuga ei käsitleta kestlike turismiteenuste ja -toodete rakendamist riiklikul tasemel eraldiseisva valdkonnana.

2021. aastal kasvas siseturistide arv võrreldes eelnevaga 22% ning 2019. aastaga võrreldes kasvas 3%. Välisturiste oli aga 17% vähem, kui 2020. aastal. Enim välisturiste saabus Soomest ning Lätist. Seejärel Saksamaalt, Leedust ja Venemaalt. Populaarsemad maakonnad olid Harju, seejärel Pärnu, Tartu ning Ida-Viru ("Välisturistide arv langes möödunud aastal 1997. aasta tasemele, aga siseturism tegi rekordi | Statistikaamet", 2022). Statiliste andmete põhjal võib järeldada, et on vaja teha palju tööd, et saada Eestit külastama rohkem välisturiste.

### **1.3. Aeglase turismi vastand – massiturism**

Massiturismi nimetatakse, kui suur hulk turiste kogub turismi piirkondadesse samal perioodil teatud ajal aastast. Kuigi sellisel nähtusel on ka mõned positiivsed küljed, kaaluvad negatiivsed mõjud tugevalt üle. Näiteks võib lugeda positiivseteks poolteks reisijate võimalust õppida erinevate kultuuride kohta, sihtkohale rahalist sissetulekut, mida reisijad nendesse piirkondadesse kaasa toovad ning kohaliku käsitöö ja -teenuste müügi võimalus. Majanduslikeks positiivseteks põhjusteks võib lugeda töökohtade loomist, välisvaluuta toomist sihtpunkti ning turismiettevõtete kasumit, kui see suunatakse kohaliku infrastruktuuri arendamisele. Need on mõned üksikud positiivsed argumendid massiturismi puhul, kuid need ei kaalu üle selle kahjulikkust. Massiturism tingib tihtipeale traditsiooniliste tegevuste hääbumise sihtkohtades, sest inimesed suunduvad turismisektorisse tööle, samuti võib kohalik keel ja kultuur kaduda, sest minnakse üle rahvusvahelise keele, nt. inglise keele kasutamisele. Tihti toovad massid kaasa ka kohalikud sotsiaalsed probleemid, nt. kriminaalsus jms. Turismitööstus on sihtkoha kohalikele tihtipeale väikse väärtusega ning kultuuriline erilisus võib väheneda. Sihtkohad ei pruugi saada suunata turistidega kaasa tulnud raha, sest see läheb hoopis näiteks globaalsetele hotelliketidele, mitte kohalikele ettevõtetele (BBC Bitesize).

#### ***Surve keskkonnale***

1960ndatel populaarsust kogunud massiturismi tagajärjel algas liivarandade ja ajalooliste keskuste seisukorra halvenemine. Veepuudus ning kehv jäätmemajandus viisid paljude rannikuäärsete alade ja saarte infrastruktuuri hävimiseni. Mitmetes sihtkohtades toimus kontrollimatu turistide sissevool ning kinnisvara hõivamine turistide tarbeks hakkas jõudma punkti, kust poleks enam keskkonna päästmiseks tagasiteed. Tänu avalikkuse survele hakati otsima võimalusi selliste piirkondade kaitsmiseks, et tagada nendele asukohtadele kestlik areng (Valls, Mota, Vieira & Santos, 2019). Sellisele keskkonda laastavale massiturismile hakkas vastuliikumine tekkima 1990ndatel aastatel Vahemere ääres, mõningad aastad hiljem ka Kariibidel (Walker, Lee & Li, 2021).

### **1.4. Aeglane turism**

Aeglane turism kasvas välja 2000ndatest aastatest inspireerituna aeglase toidu liikumisest. *Slow Food* on globaalne organisatsioon, mis rajati 1989. aastal ning selle eesmärk on tõsta inimeste

teadlikkust toidutarbimisest, kuidas mõjutab toit ja selle kasvatamine meid ümbritsevat maailma ning kust see meieni jõuab. Organisatsioon loodi selleks, et vältida kohaliku toidukultuuri ja -traditsiooni hääbumist, vastu hakata kiirtoidukettide järsule tõusule ning hoiduda toidust, mis tuleb teadmata allikatest. ("About us - Slow Food International", 2022). Sarnaselt aeglase toidu liikumisele, viitab ka aeglane turism rahulikumale, mõtestatumale ning kestlikumale reisimise viisile, mis vastandub massiturismi kiirele ja eskapistlikule puhkusevormile (Valls, Mota, Vieira & Santos, 2019). Selline reisimise viis rõhub muuhulgas teekonna elamuslikkusele, mitte pelgalt kui transpordile ühest punktist teise (Williams & Ponsford, 2009).

Ühtne definitsioon aeglasele turismile puudub, kuid teaduslikult on kirjeldatud erinevatel viisidel, mida järgnevalt tutvustatakse (Tabel 1). Vanim viide aeglasele turismile pärineb 1987. aastast, kus Krippendorf räägib kõhklusest massiturismi jätkusuutlikkuse osas ning mainib alternatiivseid reisimisele lähenemisi, nt. puhkus kodu lähedal, keskendumine kohalikkusele ning mitmekesisusele (Pileri & Moscarelli, 2020). Olles jätkusuutliku turisminduse kontseptsiooni üks rajajatest, andis ta juba aastal 1987 soovitusi puhkamiseks: „*Switch off the time machine. Take off the watch. Get rid of time pressure, the deadline, the agenda. Escape from time.*“ (Lülita välja ajamasin. Võta ära kell. Saa lahti aja surve, tähtajast, ajakavast. Põgene aja eest. – eesti k) (Krippendorf, 1987, lk 131).

Valls, Mota, Vieira ja Santose 2019. aasta uuringu põhjal seisneb aeglase turismi kontseptsioon sihtkoha kasutamise põhimõttelises muutuses, kohaliku pärandi hindamises ning personaalses suhtes sihtkohaga. Erinevalt massiturismile, kus transpordivahendid on keskkonnale kahjulikud, raisatakse rohkelt erinevaid ressursse, ülerahvastatakse vaatamisväärsusi ning kus teenused on väga standardiseeritud, seisneb aeglane reisimine kohaliku elu väärtustamises, madala süsinukujälje jätmises, personaliseerituses, aeglases toidu ja joogi valikus ning maavarade tarbimise vähendamises.

2017. aastal tehtud Moira, Mylonopoulos ja Kondoudaki uuring käsitleb aeglast turismi järgnevatest punktidest: aja väärtustamine reisi jooksul, kohalikud tegevused sihtpunktis, elamus liikumisest ühest sihtkohast teise ning keskkondlik teadlikkus.

Pileri ja Moscarelli 2020. uuringus kirjeldatakse aeglase turismi kontekstis jätkusuutlike transpordivahendite olulisust, sihtkohaga personaalse sideme tekkimise tähtsust ning keskkonda täielikku sissesulandumist. Jätkusuutlikumate transpordivahendite puhul rõhutatakse keskkonnale vähem kahjulike valikute tegemisele. Alternatiivid lennuki, kruisilaeva või autoga reisimiseks

peaksid olema rongid, bussid, jalgratas, jalutamine ja purjetamine. Nende puhul tekib võimalus muuta transpordile lisanduv aeg elamusliku puhkuse osaks. Siinkohal on oluline, et enamike kestlike transpordivahendite valimise puhul peab sihtkoht asuma algpunktist võrdlemisi lähedal, sest liikumisele kuluv aeg võib olla lennureisiga võrreldes mitmekordne (Pileri & Moscarelli, 2020). Selliste valikute puhul on võimalus massiturismile tekkinud süsiniku jalajälje suurust olulisel määral vähendada (Dickinson & Lumsdon, 2010).

Westwood (2006) kirjeldab, et aeglase turismi abil on turistil võimalik kogeda sihtkohta läbi põhjalikuma ja rahulikuma tutvumise, suheldes kohalike inimestega ning kogeda autentseid teenuseid ja peidetud asukohti.

Tabel 1. Definiitsioonid, kus aeglast turismi on käsitletud alternatiivina massiturismile.

<b>Autorid</b>	<b>Definiitsioon</b>
Blanco (2011)	Aeglane turism on alternatiiv peavooli „tarbimispuhkusele“. Aeglane turism eeldab nii tarbijate kui ka teenusepakkujate poolset vastutuse võtmist, et muuta praeguse massitursimi suuna muutust.
Calzati, De Salvo (2017)	Aeglane turism, üheskoos teiste alternatiivsete turismi suundadega nagu näiteks ökoturism, peaksid tegelema massiturismi majandusliku, sotsiaalse ja keskkondliku jätkusuutmatuse keerukustest üle saamisega.
Heitmann et al. (2011)	Aeglase turismi peamine printsiip on kvaliteet üle kvantiteedi, ehk puhkusel saada vähem elamusi kõrgema kvaliteediga, vastupidiselt massiturismile, kus on tavapärase kogeda võimalikult palju piiratud ajaga, mistõttu nende elamuste kvaliteet jääb tihti kesiseks.
UNTWO (2012)	Aeglane turism seisneb erinevalt peavoolu kiireloomulisele turismindusele kohaliku majanduse jätkusuutlikus arengus ja turisti kultuurilises elamuses.

Allikas: Pileri & Moscarelli (2020, lk 7)

Nendest lähtuvalt käsitletakse käesolevas töös aeglast turismi järgnevatest aspektidest:

- a) Aja väärtustamine;
- b) Kohaliku kultuuri autentne kogemine, elamuslikkus;
- c) Kestlik transpordi viis, liikumine osa elamusest;
- d) Personaalne suhe sihtkohaga, eneseareng.

Neid aspekte kasutab töö autor ka empiirilise uuringu tulemuste temaatilisel analüüsil.

### *Aeglane turist*

Turism on üks väljunditest, kus inimene saab väljendada enda identiteeti. Kuigi üldiselt on inimeste tehtavad otsused kooskõlas nende tavapärase elustiiliga, siis puhkuseraiside puhul see tihti nii ei ole. Nimelt on puhkus tihtipeale just „põgenemine“ oma tavapärasest elust ning inimestel on võimalus luua nõ. alternatiivne identiteet. Üldiselt, nagu ka teiste tarbimisvormide puhul, reisimine võimaldab näidata inimesel oma staatust. Aeglane turism, kui uus puhkamise viis, eeldab ka uue, varasemalt mitte eksisteerinud identiteedi teket (Dickinson, Lumsdon & Robbins, 2011).

## **1.5. Kestliku turismi käsitlemine Eestis**

Eestis on kasutatud juba mitmendat aastat rahvusvaheliselt tuntud keskkonnamärgist Roheline võti, mille eesmärgiks on saavutada kooskõla majutusasutuste kvaliteedi, mugavuse ja keskkonnasõbraliku tegutsemise vahel. Lisaks on veel kasutusel EHE-märk ehk Ehtne ja Huvitav Eesti, mis on kvaliteedimärk ökoturismi põhimõtetele vastavate turismitoodete märgistamiseks. Sellega tunnustatakse maapiirkondades pakutavaid loodussõbralikke ning keskkonnasäästlikke turismitooted ja -teenuseid („Kestlik turism – mis see on?“, 2020).

Riiklikul tasemel aeglase turismi populariseerimisega suurel määral ei tegeleta. Mõningaid viiteid jätkusuutliku reisimise kohta saab leida Eesti ametlikust turismiportaalist Puhka Eestis, kuigi puudub läbiv jätkusuutlikkusele keskenduv joon (puhkaeestis.ee). Keskkonnainvesteeringute keskusel eraldi toetusprogrammi turismisektorile ei ole, kuid teatud valdkonnas tegelevad ettevõtted saavad siiski kaudselt abi saada, näiteks läbi ringmajanduse edendamise toetuse, sest aeglane turism hõlmab endas kindlasti ka ringmajanduse printsiipe („Ringmajanduse programm“).

## 2. Empiiriline uuring

Uuring viiakse läbi, et määrata Eesti turistide hoiakud aeglase turismi osas ning selgitada välja nende ootused turismisektoris tegutsevatele ettevõtetele.

### *Uurimismetoodika valik*

Uuringu läbiviimisel kasutatakse kombineeritud uurimismeetodit, kus digitaalse kvantitatiivuuringuna viiakse läbi küsitlusi turistide hulgas erinevatest maakondadest üle Eesti ning kvalitatiivuuringuna intervjuusid selleks küsimustikus huvi näidanud vastanutega. Kombineeritud uuringut on tarvis, et saada laiahaardeline ülevaade aeglase turismi arusaamast eestlaste hulgas.

Lõputöö uuringu eesmärkide saavutamiseks püstitati järgmised uurimisküsimused:

- Milline on eestlaste arusaam aeglasest turismist?
- Millised võimalused on Eesti turismiettevõtetel aeglase turismi kontekstis?

Küsitluse fookuses on määratleda turistide nägemus aeglasest turismist ning nende hoiakud kestlike puhkuse formaatide osas. Küsitluse valimi moodustab Facebooki gruppide „Reisimine“, „Lastega reisimine“, „Keskkonnasäästjad“ ja „Matkajad“ liikmed. Küsitlus viidi läbi Google Formsi platvormi abil.

Kvalitatiivuuringuna läbiviidud intervjuud peeti küsitluses huvi näidanud vastanutega. Selliste kvalitatiivuuringute abil on võimalik mõista intervjuueeritavate hoiakuid süvitsi, saades põhjalikemaid ning detailsemaid vastuseid. Autor püüab siduda saadud vastuseid lõputöö esimeses osas käsitletud aeglase turismi teoreetilise osaga. Intervjuude eesmärk on saada põhjalikum ülevaade potentsiaalsete turismiteenuste kasutajate vajadustest ning ootustest.

Valitud uurimismetoodikad on kasulikud uurimuse algaasis, kui proovitakse selgitada küsitletavate erinevad vaatenurkad. Nende abil on võimalik saada laiahaardeline ülevaade uuritavast objektist ning mille tulemusena saab juba edasi liikuda veelgi süvitsi (Cater, Low, 2012). Intervjuud viiakse läbi veebi vahendusel. Sellise lahenduse kasutamise puhul on miinuseks puudulik „ruumi tunnetus“ ning kaduma võivad minna mitte-verbaalsed kommunikatsiooniosad

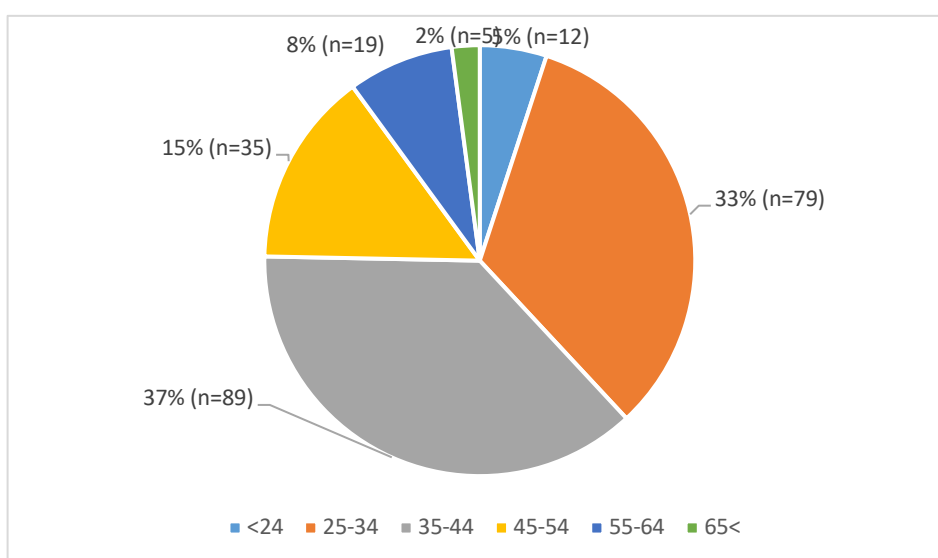


nagu vaikushetked, hoiakud ning emotsioonid (Cater, Low, 2012). Käesolev uuring teeb vaid sissejuhatuse aeglasesse turismindusse, kuid kui soovida teemat edasi uurida ning jõuda põhjalikumate tulemusteni turismisektori arendamisel, soovitaks autor kasutada Delphi meetodit. Selle puhul koostatakse ekspertpaneel, kelle süvendatud teadmised, arvamused ning tõstatatud küsimused aitavad luua teemast terviklikuma ja põhjalikuma pildi (Garrod, 2012).

Uuringu tulemusi analüüsid teeb autor järeldused, mille alusel tehakse ettepanekud toote- ja teenusearenduseks turismisektoris tegutsevatele ettevõtetele. Analüüsi tulemused aitavad ettevõtjatel arendada oma äriideed, pakkudes oma külalistele nende ootustele ja vajadustele vastavaid teenuseid ja tooteid, loomaks usaldusväärseid, kestlikke ning positiivse mõjuga suhteid sihtkoha ja selle küllastajate vahel.

### **Valim**

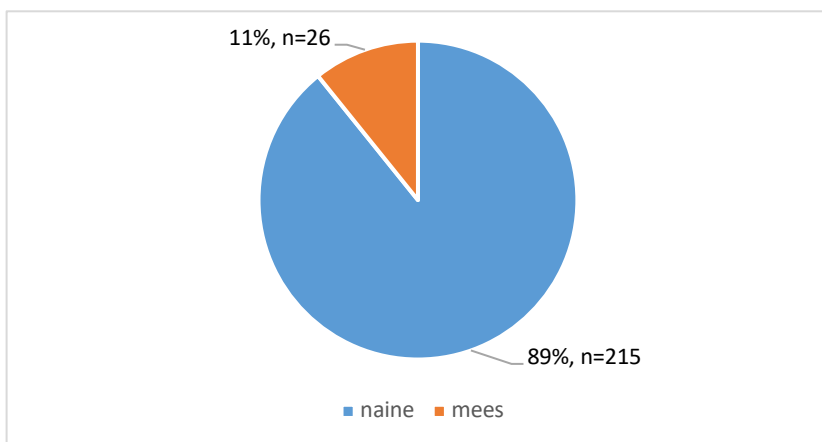
Kvantitatiivuuringuna läbi viidud küsitluse valimi moodustab Facebooki gruppide „Reisimine“, „Lastega reisimine“, „Keskkonnasäästjad“, „Matkajad“ kogukonnad, mille liikmeskond on 35 400 inimest. Küsitlusest võttis osa 242 inimest, 15-st maakonnast, vanuses 20-65+ aastat (Joonis 1). Küsitlus viidi läbi Google Forms platvormil ajavahemikul 17.03-15.04.2022. Kokku oli küsimustikus 24 küsimust (Lisa 1). Suurimad vanusegrupid vastanute hulgas olid 25-34 aastased ning 35-44 aastased inimesed (n=79 ja n=89) (Joonis 1). Seejärel tulid 45-54 aastased (n=35), alla 24 aastased (n=19), 55-64 aastased (n=12) ning viimaks üle 65 aastased (n=5) inimesed.



Joonis 1. Küsitluses osalenute osakaal vanuse järgi.

Allikas: autor

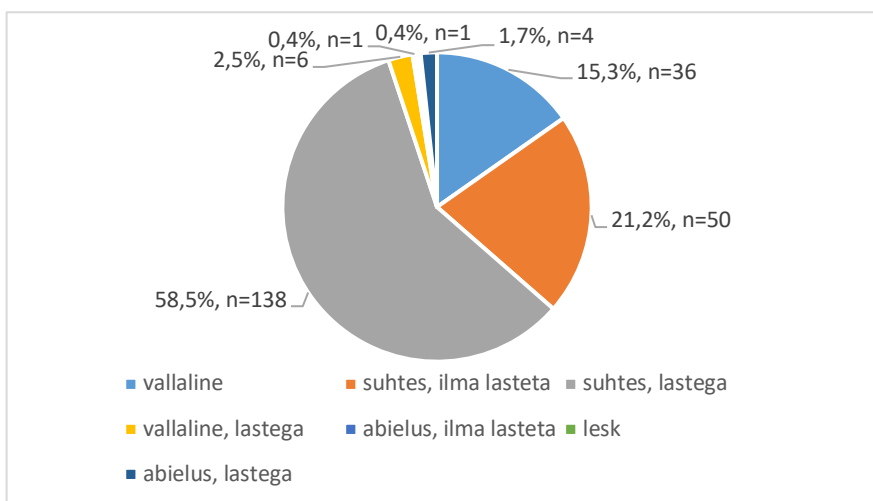
Tugevalt ülekaalus olid vastanute hulgas naised (89%, n=215) ning meessoost vastanute osakaal moodustas 11% (n=26) (Joonis 2).



Joonis 2. Vastanute sugu.

Allikas: autor

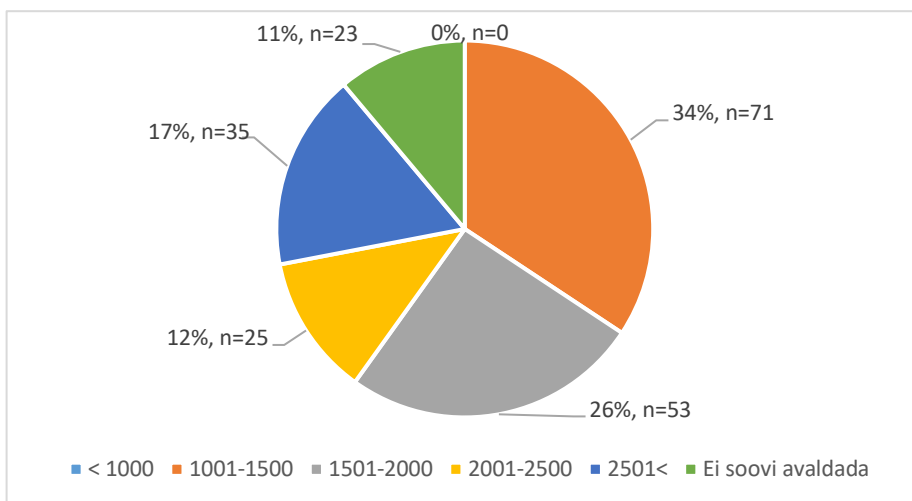
Valdav osa vastanutest olid suhtes ning lastega (58,5%, n=138). Pea veerandi moodustasid suhtes, kuid ilma lasteta vastanud (21,2%, n=50) ning 15,3% vastanutest olid ilma lasteta vallalised (n=36). Samuti oli vastanute hulgas vallalisi, kuid lastega (2,5%, n=6) ning abielus, lastega inimesi (1,7%, n=4). Vastanute hulgas oli ka üks lesk ja üks ilma lasteta abielus inimene (0,4%, n=1) (Joonis 3).



Joonis 3. Vastanute perekonnaseis.

Allikas: autor

Vastanute igakuiste sissetulekute suurused jagunesid küllaltki laiale vahemikule. Suurima osakaalu moodustasid inimesed, kelle igakuine sissetulek jäi vahemikku 1001-1500 eurot netotulu kuus (34%, n=71). Järgmise suurima vahemiku moodustasid inimesed, kelle tulu oli 1501-2000€ kuus (26%, n=53), üle 2501€ kuus (17%, n=35) ning seejärel 2001-2500€ kuus (12%, n=25). 23 vastanutest ei soovinud oma netosissetulekut avaldada ning mitte ühegi vastanute netosissetulek ei jäänud alla 1000€ kuus (Joonis 4).



Joonis 4. Vastanute igakuine netosissetulek, €

Allikas: autor

Suurima osakaalu vastanute hulgas moodustasid inimesed, kes olid pärit Harjumaalt (58,1%, n=132). Järgnesid elanikud Tartu maakonnast (19,4%, n=44) ning inimesed väljaspoolt Eestit (4,4%, n=10). Vähim vastanuid oli pärit Lääne, Põlva ja Viljandi maakondadest (0,4%, n=1) (Tabel 2).

Tabel 2. Vastanute elupaik maakondade lõikes.

<b>Maakond</b>	<b>Arv</b>	<b>Osakaal</b>
Harju maakond	132	58,1%
Tartu maakond	44	19,4%
Väljaspool Eestit	10	4,4%
Jõgeva maakond	9	4,0%
Saare maakond	6	2,6%
Lääne-Viru maakond	5	2,2%
Rapla maakond	5	2,2%
Järva maakond	4	1,8%
Võru maakond	3	1,3%
Hiiu maakond	2	0,9%
Ida-Viru maakond	2	0,9%
Valga maakond	2	0,9%
Lääne maakond	1	0,4%
Põlva maakond	1	0,4%
Viljandi maakond	1	0,4%

Allikas: autor

Kvalitatiivuuringu intervjuud viidi läbi inimestega, kes näitasid selle vastu huvi üles läbi küsitlusankeedi. Siin oli autori jaoks oluline saada erineva tausta ja väärtustega inimesi, et saada võimalikult laiahaardelisi arvamusi. Kokku intervjueriti kümme inimest ajavahemikul 13.-25.04.2022. Intervjuude keskmine kestvus oli 40 minutit.

Intervjuud viidi läbi pool-struktureeritud küsimuste abil, mille ülesehitamisel autor lähtus peamistest uurimusküsimustest ja teoreetilistest käsitlustest. Et saada intervjueritavad vabamalt ja avatumalt rääkima, alustati lihtsamate küsimustega, hiljem pöörduiti arutlevamate poole. Intervjuu stsenaarium on toodud Lisas 2.

Intervjuude peamine eesmärk oli liikuda süvatasandile, küsitlusest põhjalikumaks. Selleks arutleti aeglase turismi mõiste üle: mida see intervjueritavate jaoks tähendab, kui oluline see on ning millised on olnud kogemused siiani. Intervjuude abil selgitatakse välja ka nende ootused turismiettevõtetele aeglase turismi valguses.

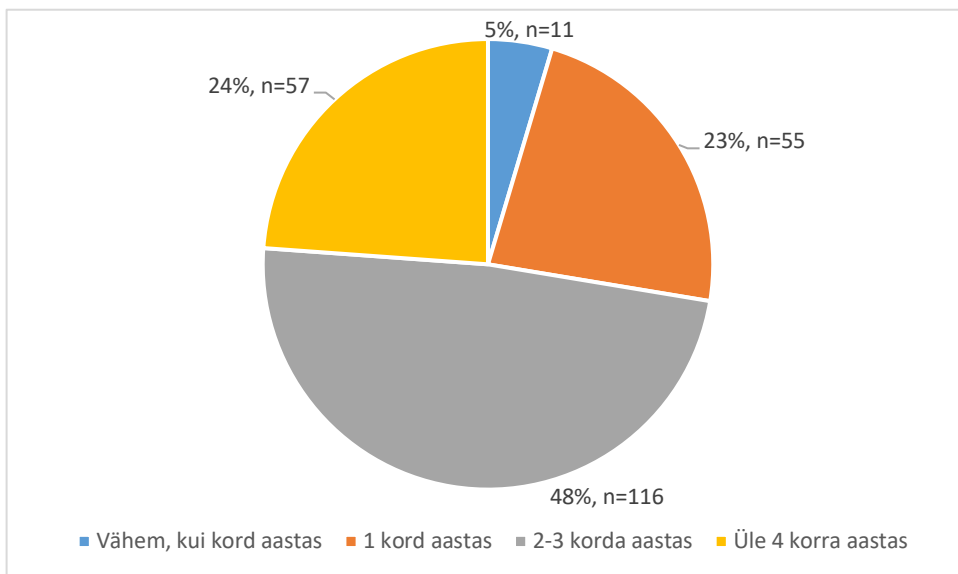
## 2.1. Uuringu tulemused

Käesolevas alapeatükis esitatakse küsitluse ja intervjuude tulemused.

### Küsitluse tulemused

Küsitluse fookuses on selgitada turistide nägemust aeglasest turismist ning nende hoiakuid kestlike puhkuse formaatide osas. Vastuseid võrreldakse „Keskkonnasäästjate“ ning teistes gruppides vastanute vahel, et näha, kuivõrd võivad erineda hoiakud inimeste vahel, kes kuuluvad keskkonna säästlikkusest huvitatute hulka võrreldes nendega, kes end selliselt otseselt ei identifitseeri. Küsitletavad pidid valima, kui olulised on nende jaoks erinevad aeglast turismi puudutavad aspektid Likert tüüpi viie punkti skaalal, kus „1“ tähendab „pole oluline“ ning „5“ tähendab „väga oluline“.

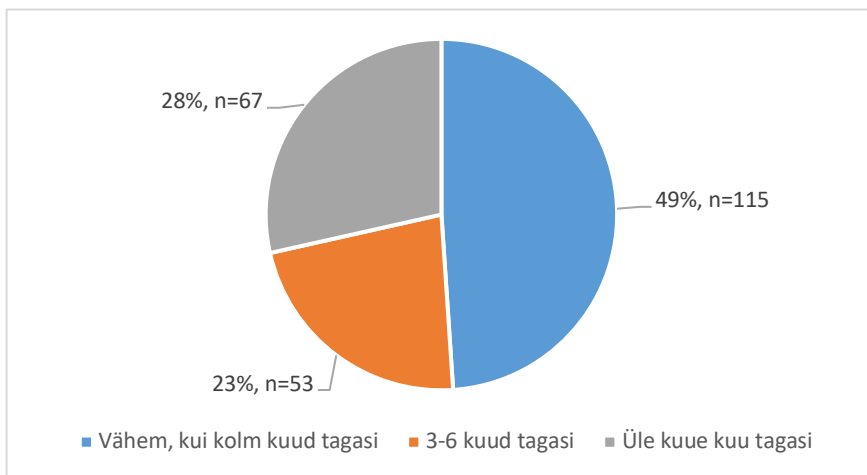
Ligi pooled küsitletavad vastasid, et käivad puhkusereisil kaks kuni kolm korda aastas (48%, n=116). Seejärel ligi 24% vastasid, et käivad puhkamas üle nelja korra aastas (n=57) ning 23% vastasid, et käivad üks kord aastas puhkusereisil (n=55). 5% vastanutest käib puhkamas harvemini, kui kord aastas (n=11) (Joonis 5).



Joonis 5. Vastuste osakaal küsimusele „kui tihti käid puhkusereisil?“

Allikas: autor

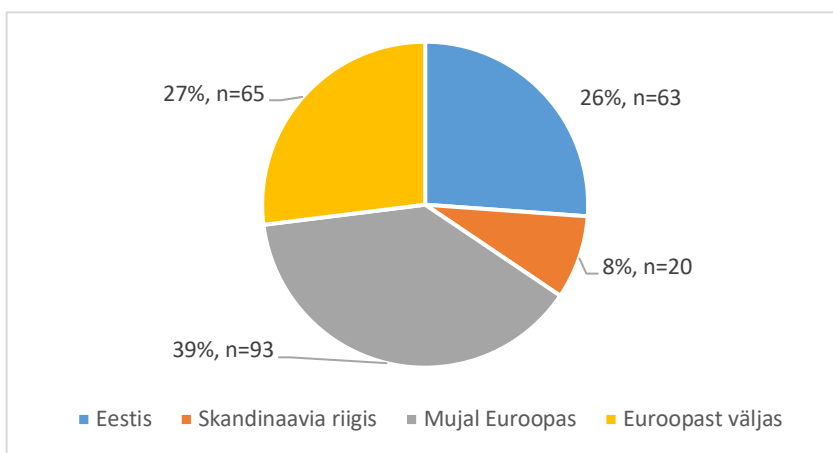
Pea poolte vastanute jaoks oli viimasest puhkusereisist möödas vähem, kui kolm kuud (49%, n=115). 67 inimest käisid viimati puhkusereisil üle kuue kuu tagasi (28%) ning 53 inimest kolm kuni kuus kuud tagasi (23%) (Joonis 6).



Joonis 6. Vastuste osakaal küsimusele „millal oli Sinu viimane puhkuse reis?“

Allikas: autor

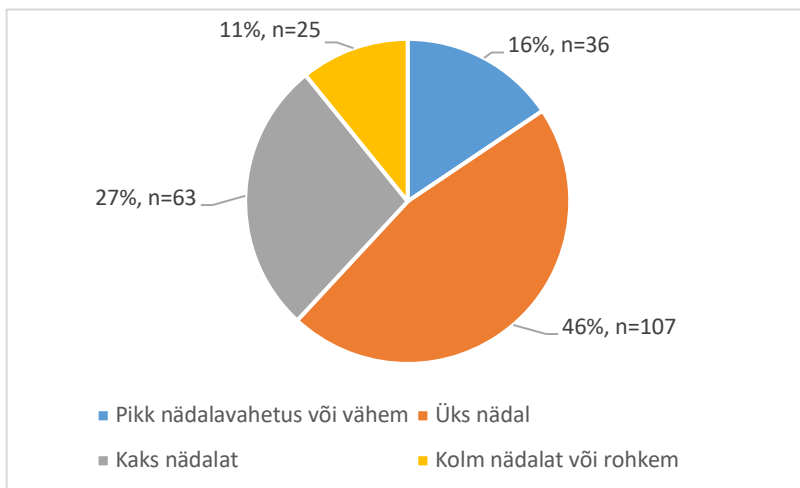
Suurima osa küsitletavate viimane reis toimus Euroopa riigis, mis polnud üks Skandinaavia riikidest (39%, n=93). Suuruselt järgmise grupi reisisihtkoht oli väljaspool Euroopat (27%, n=65) ning siis Eestis (26%, n=63). Väikseim protsent vastanutest reisisid viimati mõnda Skandinaavia riiki (8%, n=20) (Joonis 7).



Joonis 7. Vastuste osakaal küsimusele „kuhu sihtkohta oli Sinu viimane puhkusereis?“

Allikas: autor

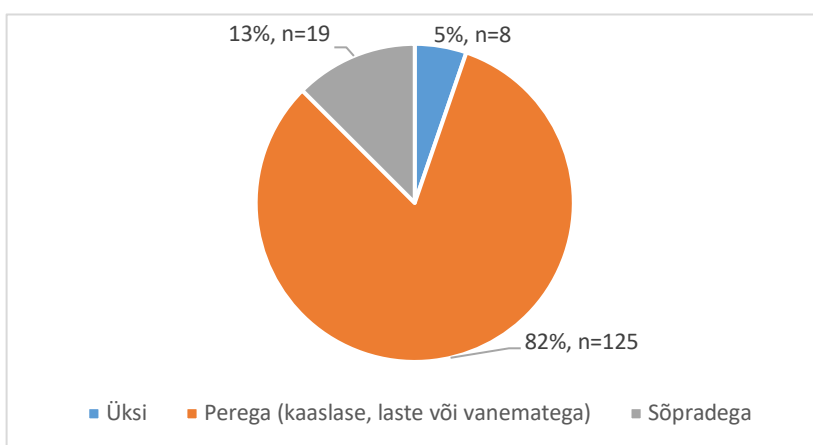
Ligi 46% vastanute jaoks oli piisav puhkuse aeg üks nädal (n=107), 27% jaoks oli see vähemalt kaks nädalat (n=63) ning 16%-le piisab vaid pikast nädalavahetusest või vähemastki (n=36). 11% vastanute jaoks peab puhkusereis kestma vähemalt kolm nädalat või rohkem (n=25) (Joonis 8).



Joonis 8. Vastuste osakaal küsimusele „kui pikk on Sinu jaoks piisav aeg puhkuseks?“

Allikas: autor

Valdav osa vastanutest eelistavad reisida koos perega (kaaslase, laste või vanematega) (82%, n=125) ning 13%-le vastanutest meeldib reisida sõpradega (n=19). Kaheksa inimest eelistab reisida üksi (5%).

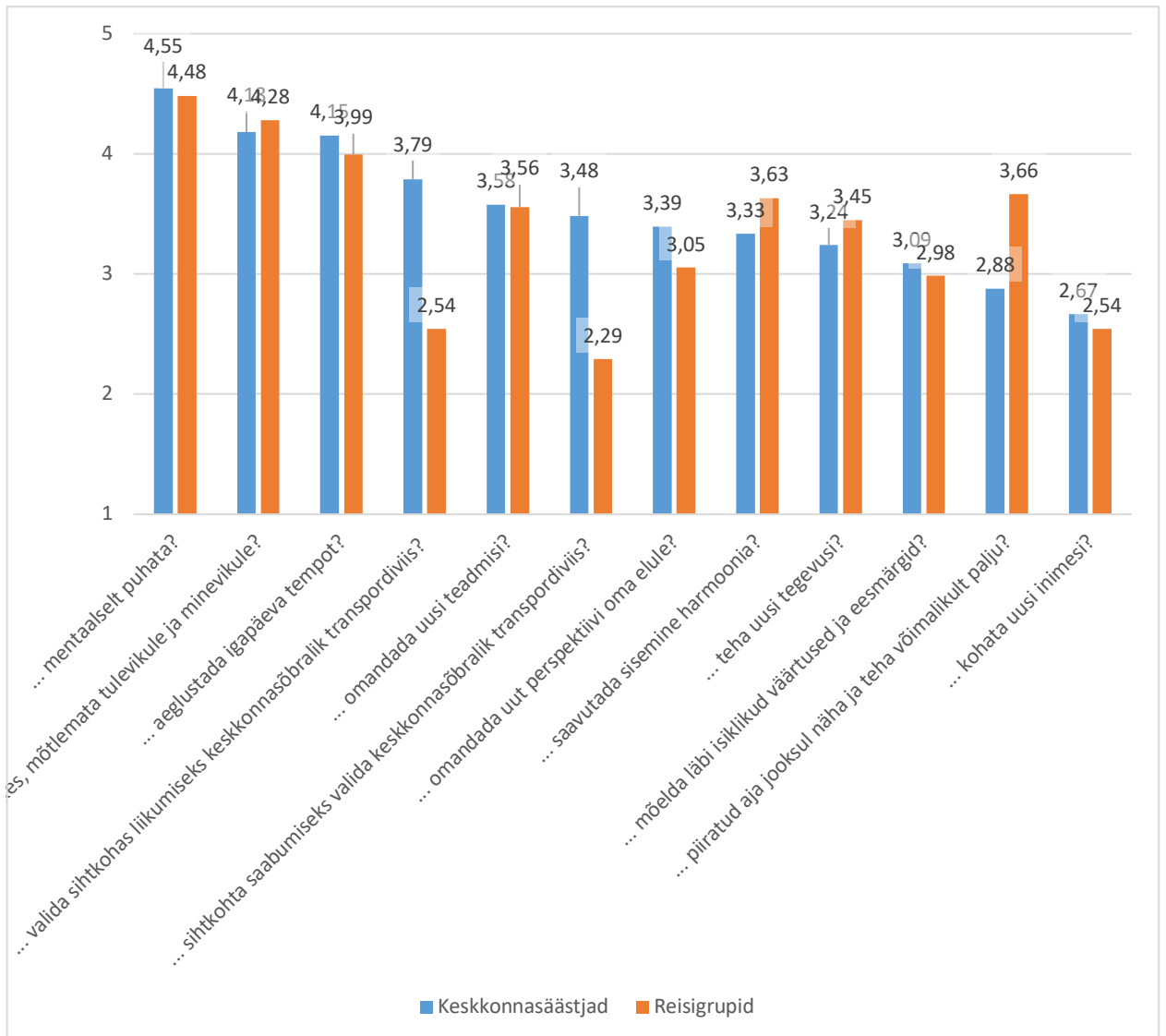


Joonis 9. Vastuste osakaal küsimusele „kellega eelistad minna puhkusereisile?“

Allikas: autor

Küsitlusest selgus, et “Keskkonnasäästjate” gruppi kuuluvad vastajad leiavad, et piiratud aja jooksul võimalikult palju nägemine ja tegemine on vähem olulised, kui teistes reisigruppides

vastanute puhul ( $M=2.88$  vs  $M=3.66$ ). Suurim erinevus on vastanute vahel liikumisviisi osas, kus „Keskkonnasäästjad“ grupis vastanud leiavad, et sihtkohta jõudmiseks ning seal ringi liikumiseks on keskkonnasõbralik transpordivahend oluline. Kõige vähem oluliseks pidasid mõlemates gruppides vastanud uute inimeste kohtamist puhkusereisil ning kõige olulisemaks mentaalselt puhkamist. Samuti joonistub välja mõlemates gruppides vastanute hulgas, et isiklik areng ei ole puhkusereisil oluline või väga oluline (Joonis 10).



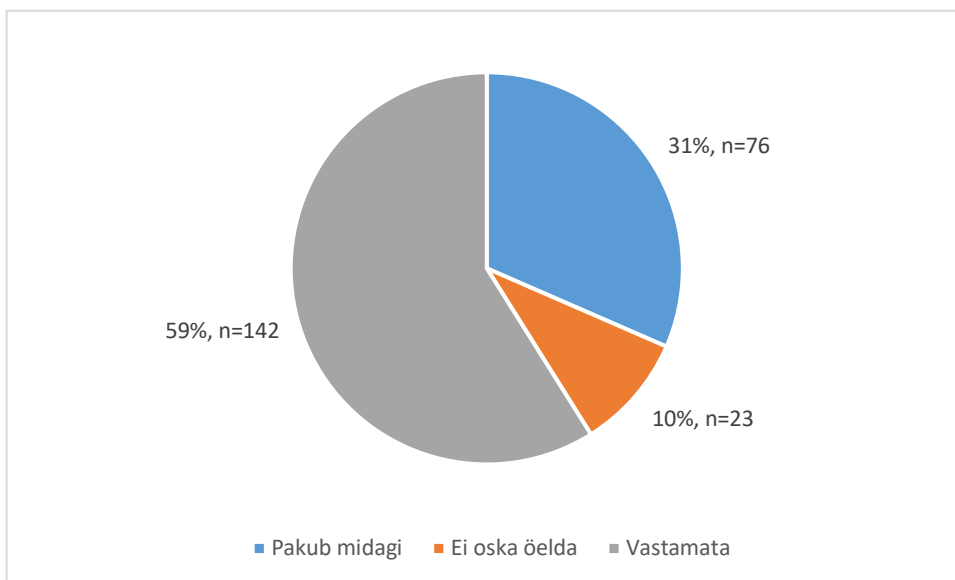
Joonis 10. Aeglase turismi väärtuste hoiakud ja hindamine "Keskkonnasäästjate" ja reisigruppide vahel.

Allikas: autor

Küsitluse teises pooles uuriti vastanutelt, mida tähendab nende jaoks mõiste „aeglane turism“. 59% vastanutest jätsid küsimusele vastamata, mille põhjal töö autor teeb järelduse, et vastanutel



puudus arvamus (n=142). 10% vastanutest ei osanud öelda, milles mõiste „aeglane turism“ seisneb (n=23). 77 inimest vastasid küsimusele ühel või teisel viisil, mis tingimata ei vastanud aeglase turismi konteptsiooni tähendusele. Selle põhjal võib väita, et mõiste tuntus on eestlaste hulgas võrdlemisi madal (Joonis 11).



Joonis 11. Vastanute osakaal küsimusele „milles Seisneb Sinu jaoks mõiste "aeglane turism"?"

Allikas: autor

Vastanute hulgast koorusid väljad peamised märksõnad, mida kasutati aeglase turismi mõiste selgitamisel. Ehkki tulemused olid ka tihti vastandlikud ning leidsid ka erandlikke selgitusi, saab laias laastus esile tuua teemad, mida selle mõistega seostati. Nendeks olid: aeg, sihtkoha kogemine, liikumine ning isiklik areng. Vähem seoti aeglast turismi tarbimise, reisikaaslaste ja ööbimise käsitlemisega. Näiteks üllatusena töö autorile mainisid kaks intervjuueeritavat ka aeglase turismi mõiste selgitamisel pakettreise. Seda seost selgitati põhjendusega, et saab minna kohale, midagi tegema ei pea, kuhugi kiirustama või planeerima, vaid saab rahus teenuseid nautida.

### ***Intervjuude tulemused***

Intervjuude käigus arutleti aeglase turismi ning puhkusereisi üle süvitsi. Peamised läbivad teemad olid puhkusereisi prioriteetide käsitlemine ning aeglase turismiga seonduvad torked. Oli arvamusi, et kuigi reisil on oluline ka näha ning teha võimalikult palju, siis on ka oluline, et kui leitakse endale sobiv koht, kus on hea olla, siis võimalikult palju tegemise ning nägemise eesmärk kaob. Sel juhul valitakse paigale jäämine, sest olulisim on, et meel puhkaks. Peamine tõrge, mis

intervjueeritavate arvates aeglase turismiga seondub, on sihtkohta saabumiseks kasutatav transpordivahend. Osa intervjueeritavaid jagas arvamust, et kuigi keskkonnasäästlik mõtteviis on oluline, siis lennukile hea alternatiiv puudub. Leiti, et oluline on valiku tegemisel ka hind, mugavus ning ajakulu. Need aspektid on lennureiside puhul tihti väga atraktiivsed tänu odavlendudele, kiirusele ning väiksele logistilisele vaevale. Osa intervjueeritavaid avaldasid arvamust, et tahaksid reisida keskkonnasõbralikumalt aga ei tea, kuidas seda teha. Väideti ka, et keskkonnasäästlik reisimine ning ajaline piiratus on vastandlikud ning seetõttu pole muud valikut, kui otsustada lennuki kasuks ning samuti et peale lennuki kasutamise osadesse sihtkohtadesse polegi võimalik muul viisil kohale jõuda.

Intervjueeritavate hulgas leidis ka neid, kes igapäevaselt väldivad keskkonda saastavaid transpordivahendeid. Liigutakse jala, jalgratta või ühistranspordiga, kuid puhkusereis on nende jaoks aeg, kus nad lubavad endale mugavusi nagu auto rentimine, takso kasutamine ja lennukiga reisimine. Samas ei välistatud ka varianti, et kui näiteks jalgratta- või rongiliiklus on sama mugavad, kui auto või taksoga liikumine, siis võidakse ka nende kasuks otsustada.

Kuigi intervjueeritavate arvamuste põhjal joonistub välja seisukoht, et lennukile head alternatiivi ei leidu, väideti siiski, et sihtkohta jõudes valitakse tihti siiski mõni keskkonnasõbralikum liikumise viis. Seda ka muude kaasnevate hüvede eesmärgil, nagu näiteks jalgsi käies või jalgrattaga sõites saab ümbrust paremini kogeda, end füüsiliselt liigutada ning värskes õhus viibida.

### ***Aeg***

Nagu aeglase turismi sõnapaar võib märku anda, siis enim seostati selle tähendust ajaga. Küll aga kirjeldati aja olemust aeglase turismi kontekstis toetudes kas isikliku heaolu tagamisele, aeglasele liikumisviisile või rahulikus tempos sihtkohaga tutvumisele.

*“Aeglane turism on minu jaoks nagu kohapeal elamine - teha enda jaoks olulisi asju, näha täpselt nii palju kui jaksad ja minna kohtadesse, kuhu jalad ja juhused viivad. Muidugi ei välista kohalike vaatamisväärsuste uurimist, kuid aeglane turism ei seisne tavalises vaatamisväärsuste ja täisplaneeritud ajagraafikuga kohtade külastamises, vaid tehes nii palju kui jaksad ja võttes aega ka endale.” (Mari-Ann)*

Väideti, et aeglase turismi puhul veedetakse rohkem aega ühes kohas, et sellega põhjalikumalt tutvuda. Samuti mitmed intervjueeritavad tõid esile rahuliku kulgemise, mil midagi tegema ei pea.

Väga tihti mainiti hetkes olemist, juhuslikkust ning olustiku nautimist ning aja võtmist kogetud elamuste läbi seedimiseks. Üks intervjueeritavatest väitis, et aeglane turism tähendab, et reisimise elamust ei pea saama nautida sageli väikeste kiirete ampsudena, vaid et selleks tuleb võtta pikem periood, millest saadud kogemusest võib jaguda mitmeteks aastateks.

### ***Sihtkoha autentne kogemine***

Aeglast turismi kirjeldati ka kui hetke, kultuuri, kohaliku elu ja elukeskkonna kogemist ning ühes kohas kauem viibimist. Selgitati, et aeglase turismi puhul pole tegemist kataloogikauba või massikultuuri tarbimisega, vaid kohalikke eluviise avastava ja austava ning ühe kultuuri süvitsi tundmisega. Kirjeldati, et tegemist on kogemusepõhise reisimiseviisiga ning oluline on keskkonda sulandumine ja loodusega ühendumine.

*“Minu jaoks tähendab aeglane turism aja võtmist, et uut keskkonda võimalikult mitmekülgset avastada ja nautida. Erinevalt paljudest teistest ei meeldi mulle nt nädalane puhkus, kus iga päev on täis pikitud intensiivseid tegevusi, mis kokkuvõttes päädib sellega, et puhkusest on vaja puhata. Hea näide aeglasest turismist on näiteks rentida eestlasena mõnda teise piirkonda kuuks ajaks majake (tallinlasena nt Hiiumaale) ning avastada sealset piirkonda rattaga ringi sõites.”*  
(Kristiina)

Samuti leiti, et aeglase turismi puhul on tegemist kindla eesmärgiga reisiga, nt. kohaliku söögi, inimeste ja kultuuriga tutvumine. Tihti mainiti ühes paigas kauem viibimist, mitte pidevalt ringi sagimist, et õppida seda põhjalikumalt tundma. Avaldati ka arvamust, et aeglane turism seisneb sihtkohta sisseseadmises ning püüdluses elada kohalikuna. Leiti, et sihtkoha avastamine toimub jalgsi või jalgrattaga liigeldes endale sobilikus tempos, muretsemata graafikus püsimise pärast. Oluliseks peeti ümbruses toimuva avastamist ning kui mõni koht meeldib enam, tuleks jääda sinna pikemaks.

*“Mulle tundub, et aeglane turism on keskkonnasõbralik, teekonda nautiv ja kogemusepõhine; selle asemel, et rutata ühe vaatamisväärsuse juurest teise juurde lihtsalt, et see nimekirjast maha kriipsutada. Kohalikke eluviise avastav ja austav, näiteks kohalike toitude ise valmistamine, selle asemel, et kuskil globaalses kiirtoiduketis einestada.”* (Saara)

Majutuse puhul aeglase turismi kontekstis toodi näiteid telkimisest, privaatsetest ning maalähedastest majutusasutustest ning seda pikema perioodi vältel. Näiteks toodi Eestis ööbimise rentimist pikemaks ajaks, et sealset kanti jalgrattal avastada.

Aeglast turismi käsitledes selgitati ka globaalsete ettevõtete teenuste ja toodete vältimise olulisust ning kohalike teenuste kasutamist. Leiti, et peaks vältima masstooteid, näiteks suveniirid, mis pole autentsed ega kohaga seotud. Samuti mainiti kohaliku ja värsket toidu tarbimist ning kohalike toodete eelistamist. Ühtlasi toodi esile, et aeglane turism pole tarbimisele vaid kogemustele üles ehitatud ning oluline on endast võimalikult väike jälg maha jätta.

### ***Liikumine***

Intervjueeritavad tõid esile aeglase turismi selgitamisel ka transpordivahendi olulisuse. Paljud intervjueeritavad leidsid, et see seisneb keskkonnasõbralike ning omas tempos liikumist võimaldavate vahendite kasutamises. Mainiti jalgsi liikumist, matkamist, jalgrattasõitu, purjetamist, ühistransporti. Paljud tõid esile, et tihti välismaal reisis on keskkonnasõbralike transpordiviiside kasutamine raskendatud, sest tuleb kasutada seda, mis võimalik, et jõuda ühest punktist teise.

*“Kõige ehedam [transpordi viis – autor] on purjetamine, sest liigutakse kogu aeg tuulega, välja arvatud tuulevaikus. Kasutan seda võimalust isegi paaril-kolmel korral aastas - üks kord aastas pikem retk ja ülejäänud on sellised päevaretked Tallinna lähel.”* (Jüri)

Matkamise puhul mainiti, et tihti on tarvis matkaradadele jõudmiseks kasutada transpordivahendit, mis ei käi kokku aeglase turismi kontseptsiooniga, näiteks lennukit või autot, kuigi toodi ka näiteid, kus sihtkohta minemiseks on võimalik kasutada jalgratast, nagu näiteks osaleda Eestis jalgrattamatkal, mille puhul on tempo paras, et näha ja kogeda piisavalt. Üks intervjueeritavatest tõid esile, et aeglase turismiga seondub temale Greta Thunbergi reisimine üle Atlandi ookeani purjekaga.

Lennukiga reisimise osas leidis vastakaid arvamusi. Mitmed intervjueeritavad väitsid, et aeglane turism seisneb lennuki vältimises, teisalt aga leiti, et tihtipeale pole sihtkohta jõudmiseks muud varianti, kuigi kohapealne reis võib olla igati aeglase turismi kontseptsiooniga kooskõlas. Leiti ka, et aeglane turism seisneb auto kasutamises lennuki asemel. Intervjueeritavad tõid esile teekonna nautimise tähtsust. Leiti, et teel olemine ja sihtkohta liikumine on samuti elamuse osa, mitte ainult sihtkohas viibimine.

### *Isiklikud hüved*

Aeglase turismi mõistet käsitledes arutleti ka selle isiklike positiivsete mõjude üle. Kirjeldati, et aeglase turismi puhul on võimalik aju “välja lülitada”, endale aega võtta, tegeleda eneseotsinguga, nautida, lõõgastuda, ümbritsevaga ühes hingata ning läbi tempo aeglustamise paremini puhata.

*“Arvan, et aeglane turism seisneb piisava aja võtmises iseendale ja rahulikus tempos kulgemises.”*  
(Katriin)

Aeglase turismi mõistet selgitades tõid intervjuueeritavad esile ka erinevaid tegevusi ning nende tegemise viise. Näiteks kirjeldati, et aeglane turism on turismifirma teenuste pakkumise ja tarbimise vastand. Aeglase turismi põhimõttele vastav reis peaks olema planeerimata, võimalusega endale ise ajakava luua, teha puhkepause endale sobival ajal, omada päevakava, mis on hõre või milles tegevused hoopis puuduvad, et lihtsalt oleskleda ning mõtiskleda elu üle. Leidus ka arvamusi, et aeglane turism tähendab rohkem aja võtmist, et teha võimalikult palju.

Mitmed intervjuueeritavad mainisid ka reisil töötamist aeglase turismi puhul. Väideti, et sel juhul veedetakse ühes kohas rohkem aega, ega liiguta palju ringi. Samuti leiti, et aeglase turismi puhul ei kiirustata end liiga tagant, selleks, et näha võimalikult palju. Näidetena toodi kolm päeva üksi Otepääl suusatamist, reisimist Eestis, kaugust segavatest faktoritest nagu müra, kära ja massid. Ühtlasi väideti, et aeglase turismi puhul tegevused ei pea huvi pakkumiseks olema üledimensioneeritud ja “vilkuvad” vaid võivad olla vanad, väsinud aga sellegi poolest põnevad.

*“Kaks päeva ja üks öö Viirelaiul - saad ainult vaikselt kulgeda omas rütmis, sest pole kuskile minna või tohutult teha - naudid olemasolevat keskkonda... Juba see üks öö oli totaalne väljalülitumine nagu oleks pikemalt puhunud. Sarnane kogemus oli Pädaste mõisas. Nädalavahetus ainult seal - ei tormanud kuskile mujale, kulgesime rahulikult, nautisime kohapeal olnud asju. Lihtsalt olime. Super.”* (Helen)

Intervjuueeritavad jagasid ka üldiseid mõtisklusi teema osas ning esines väiteid, et inimene on olemuselt väga mugav ning kui loodussõbralikke valikuid tehes puudub mugavus, siis ei taheta sellega vaeva näha. Intervjuueeritavate poolt mainiti ka, et aeglase turismi puhul ei tohiks tunda, nagu oleks konveieril, vaid et iga inimene on oluline. Üks intervjuueeritav väitis, et aeglane turism on lühikese elu mõttetu ajaraisk.

## 2.2. Järeldused ja ettepanekud

Antud lõputöö peamiseks uurimusküsimuseks oli määratleda eestlaste arusaama aeglase turismi kontseptsioonist ja analüüsida Eesti turismiettevõtete võimalusi tootearenduks aeglase turismi kontekstis. Uuringust selgus, et üldine arusaam aeglasest turismist on seotud aja, liikumise ja vaimse heaolu teemadega. Kuna aeglast turismi võib teooriast lähtuval hinnata kui elufilosoofiat ja mõttelaadi, mille keskmeks on mõtestatud elamuste kogemine läbi aeglasema liikumise, ajaga enese jaoks ja mentaalse heaoluga eelkõige, siis on arusaamade detailirohkus igati mõistetav.

Analüüsides aeglase turismi kontseptsiooni teoreetilisel tasandil ning luues seoseid empiirilise uuringu tulemustega, saab teha mõningaid järeldusi, mis aitaksid turismivaldkonnas tegutsevatel ettevõtetel enda teenuseid ja tooteid aeglase turismi kontekstis arendada.

Oluline on esile tuua mugavuse olulisust tarbija jaoks. Ettevõtted peaksid võtma arvesse, et klient valib alati temale kõige mugavama võimaluse, mistõttu peaks igasugune toote- ja teenusearendus jätkusuutlikumaks olema kooskõlas mugavusega ning ettevõtte peaks leidma loominguilisi võimalusi tootearenduseks vältimaks liigselt muutusi mugavuse väärtuse arvelt.

Aeglase turismi üks peamisi iseloomustavaid omadusi on reisija mentaalne puhkus. Selleks saab ettevõtte luua soodsa keskkonna, andes kliendile ruumi ja aega ise kogemiseks, puhkamiseks, lõõgastumiseks ning iseendaga olemiseks. Ettevõtjatel tasuks hoiduda liigselt planeeritud tegevustest ning anda ruumi spontaanseteks olukordadeks. Klient peaks ise tunnetama, millal on temale hea aeg pauside tegemiseks ja mõtte “välja lülitamiseks” ning teenusepakkuja peaks seda talle võimalusel pakkuma.

Samuti on inimeste jaoks oluline aeglase turismi raames autentsete elamuste kogemine, mistõttu tuleks ettevõtjatel olla oma teenuste pakkumisel võimalikult avatud ja siiras ning tasuks hoiduda liigselt kureeritud teenustest. Ettevõtjad võiksid kaaluda võimalusi, kuidas kaasata kliente toote või teenuse kujunemisel. Läbi kaasatuse on neil võimalik kasvatada väärtuspakkumist kliendi jaoks läbi tähenduslikkuse loomise. Näiteks selle asemel, et lihtsalt müüa kohalikku keraamikat, võiks ettevõtte korraldada töötubasid, kus klient saab selle toote ise valmistada. Läbi sellise tegevuse annab ettevõtja kliendile võimaluse õppida midagi uut, veeta aega iseendaga, tuua mõtted hetkesse ning teisi sarnaseid hüvesid, mis aitavad kliendil mentaalselt puhata.

Mõtestatud liikumise osas saaksid ettevõtjad läheneda enda pakutavale teenusele terviklikku pilti arvestades, kus teekond nendeni on osa elamusest. Ettevõtjad võiksid pakkuda

keskkonnasõbralikke viise, kuidas nende juurde võimalikult väikese jalajäljega saada. Ühtlasi annab see võimaluse kliendil end ka sobilikku meeleollu häälestada. Näiteks koostada jalgrattakaart, kuhu on märgitud teejuhised ning ühtlasi erinevad vaatamisväärsused ja looduskaunid paigad, mis tee peale jäävad. Näiteks Jõelähtme vallas asuv Ruhe restoran on koostanud muusika *playlisti*, millele kliendid saavad peale broneeringu tegemist ligipääsu ning mida restoran soovib klientidel 30-minutilise sõidu jooksul Tallinnast Jõelähtmele kuulata. Nii kujundavad nad klientide kogemust juba enne nende kohalejõudmist.

Rannikuäärsed ettevõtted võiksid kaaluda varianti kutsuda inimesi enda juurde mereteede kaudu. Eestil on väga pikk merepiir ning hulgaliselt jõgesid ning järvesid, mille ääres tegutsevad erinevad turismiasutused. Olgugi, et mere kaudu liikumine võtab tihti märkimisväärselt rohkem aega, on aeglase turismi üks alustest tempo maha võtmine, mida purjeka, paadi või kajaki kasutamine väga edukalt teeb.

Lõpetuseks on oluline käsitleda ka eelnevalt mainitud toote- ja teenuste arendamisega seotud kasvavaid kulusid ettevõtja jaoks. Siinkohal on oluline kasvatada tarbijate teadlikkust mõistmaks, et kaasaegses maailmas on kõige olulisemad tähendusrikkad, põhjalikud, kauakestvad ning miks mitte ka elumuutvad kogemused ja elamused. Selliste kauakestvate mälestuste otsinguil ja omandamisel kaob vajadus tihedate puhkusereiside järele. Järgides sellist printsiipi, saavad tarbijad ka tasuda teenuste- ja toodete eest sellist hinda, mis on õiglane ka ettevõtja jaoks. Läbi tarbimisharjumuste ja -ootuste muutmise, on võimalik luua kestlikum tasakaal teenuste ja toodete pakkumise hulga ning maksumuse vahel.

Veel soovib autor töösse tuua sisse katkendi Mikk Sarve kirjutatud proosatekstist, mis võtab autori jaoks hästi kokku, miks aeglasel turismil on meie kiires maailmas oma kindel koht.

*"Veel poolsada aastat tagasi sõideti Lohusuust ja Mustveest Tartusse laevaga. Aega kuluks selleks tänapäevase tunnipikkuse bussisõidu asemel pea kogu päev. Sellele mõeldes künnab üle selja suur kärsitus – kui palju aega läks kaotsi!*

*Siiski, veel korra mõeldes sugeneb küsimus: mida me võidetud ajaga rohkemat ära suudame teha? Ja millest me ilma oleme jäänud? Ilma oleme kindlasti jäänud põnevast sõidust piki Peipsi randa ja looklevat Emajõge, peatustest külades ja alevikes, mööda- ja ülelendavatest lindudest, tuule ja vee lõhnast. Ning võimalusest selle kõige saatel mõtliskleda oma olemistest ja tegemistest. Nõnda mõeldes pole enam selge, kes võidab ja kes kaotab aega. Aega on vaja hoolimiseks ja tähelepanuks. /.../*

*Kuidas aega endale tagasi võita? Aega laulmiseks, iseolemiseks, lähedastest hoolimiseks? Aeg sünnib koos armastusega. Armunute päralt on lõputult palju aega. Ajapuudus tapab armastuse, armastus aga kingib otsatult aega. Armastus tunneb süda. Süda hoiab ja katkestab meeldimisi, seda kaudu ka meelt ja mälu. Kui meel on liialt laiali ilma tahtmist mööda, väsib ka süda väikseks. /.../*

*Meele ajab okkaliseks suur keeldude hulk. Liialt tihti kasutame kurjasti meile Looja poolt kingitud imelist tööriista – oma keelt. Keelt on vaja maailma avastamiseks ja kujundamiseks, üksteise tunnustamiseks ja tänamiseks. Keele kulutamine tarbetute keeldude peale väsitab ka südant. Süda kannab nii armastust kui ka vihkamist ja muret. Mure ja vihkamisega tõmbub süda kokku, olemine muutub umbseks ja kitsaks. Avaruse toob tagasi tuule ja vee hääl, pilvede, puude ja teava nägemine.*

*Nii võib vettmööda päev otsa Mustveesse ja Lohusuhu sõites võita enam aega kui tunniga kiiresti kohale jõudes. Kahju vaid, et enam reisilaevaihendust mööda Peipsi randu olemas pole."*

Mikk Sarv



## Kokkuvõte

Käesolevas töös käsitletakse aeglase turismi kontseptsiooni teoreetilisel tasandil ning määratletakse eestlaste arusaama sellest kontseptsioonist, mille abil on võimalik teha ettepanekuid turismiettevõtetele teenuse- ja tootearendamiseks. Antud töö võimaldas edukalt eesmärged täita ning tulemusena tehti ettepanekuid ettevõtetele arendustegevuseks muutmaks oma teenuseid ja tooteid kestlikemaks ning aeglast turismi hindavatele klientidele sobivamaks.

Uuringu tulemusena selgus, et aeglase turismi kontseptsiooni tundus ei ole eestlaste jaoks täielikult arusaadav. Ligi veerand küsitlenutest olid kursis antud mõistega ning pakkusid, mida see nende jaoks tähendab. Sellest võib järeldada, et on tarvis teha palju teavitustööd, kui soovitakse, et reisimisharjumused muutuksid kestlikemaks ning tõelisele puhkusele orienteeritumaks.

Oluline on aeglase turismi kontekstis arvesse võtta, et turistide jaoks on alati mugavuse väärtus kõige olulisem. Tooteid ja teenuseid arendades, tuleks lähtuda sellest teadmistest ning mitte teha muutusi mugavuse arvelt. Uuringu tulemusena saab järeldada, et ettevõtja ei pea olema tingimata lahendus inimese välja puhkamise saavutamiseks, vaid pigem platvorm. Ettevõtja saab luua soodsa keskkonna, mis aitab kliendil lõõgastuda, nautida ning mentaalselt puhata.

Täpsemate ning põhjalikemate teadmiste saamiseks soovib autor liikuda antud teema uurimisega edasi, kasutades erinevaid uurimismeetodeid. Tarvis oleks nii laiendada kui ka spetsifitseerida valimit ning lisaks läbi viia kvalitatiivseid uuringuid. Töö autor teeb ettepaneku kasutada Delphi meetodit, mille raames koostatakse ekspertpaneel, kes antud teemat erinevates vaatenurkadest käsitlevad ning mille tulemusi analüüsides jõutakse põhjalikemate tulemusteni.

## **Summary**

### **An analysis of the perception of slow tourism among estonians and possible application of the results for tourism-related companies**

Anna-Liisa Talts

This thesis analyses the concept of slow tourism and researches the perception of slow tourism among estonians. Based on the results suggestions are made for tourism companies for developing their products and services. The outcome of this research has given the opportunity to fulfil these goals and results in proposals for tourism companies to develop their services and products to become more sustainable and more in accordance with the values of slow tourism.

As a result of this research, it is found out that the concept of slow tourism is not fully known among estonians. Around quarter of the people participating in the research were knowledgeable and made a proposal about the meaning of the term. It is possible to conclude that a wide informational introduction must be conducted to further familiarise the term among estonians in order to enhance the travelling behaviour and habits towards more sustainable tourism practices.

It is important to consider that for travellers the most important value, when making travelling decisions is comfort. When developing products and services, it must be taken into consideration and the changes should not be made at the expense of it. As a result of the research it is also concluded that the tourism enterprise does not have to be the solution for the traveller to fully rested, but rather be the means to support this. The business provider can offer a favourable environment for the traveller to be able to relax, enjoy and mentally rest.

In order to gain more in depth knowledge about the topic, the author recommends to further conduct a research, using several different research methods. It is important to widen and specify the sample and add more in-depth qualitative research. The author proposes to use Delphi method, where an expert panel is composed, so the topic could be discussed from different angles, so the results could be analysed for a more in-depth results.

## Kasutatud allikate loetelu

*About us - Slow Food International.* (2022). Kättesaadav: <https://www.slowfood.com/about-us/>, 28. veebruar 2022.

B. Walker, T., Lee, T., & Li, X. (2021). Sustainable development for small island tourism: developing slow tourism in the Caribbean. *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 38(1), 1-15. Oxford: Taylor & Francis.

Booking.com. (2021). *Sustainable Travel Report*. Kättesaadav: <https://globalnews.booking.com/download/1037578/booking.comsustainabletravelreport2021.pdf?aid=318615;label&lang=undefined>, 28.veebruar 2022.

*Sustainable tourism.* BBC Bitesize. Kättesaadav: <https://www.bbc.co.uk/bitesize/guides/zpfd4qt/revision/2>, 22.veebruar 2022.

Cater, C., & Low, T. (2012). *Handbook of Research Methods in Tourism*. Berliin: Research Gate.

Dickinson, J., Lumsdon, L., & Robbins, D. (2011). Slow travel: issues for tourism and climate change. *Journal Of Sustainable Tourism*, 19(3), 281-300. Oxford: Taylor & Francis.

Garrod, B. (2012). Applying the Delphi method in an ecotourism context: a response to Deng et al.'s 'Development of a point evaluation system for ecotourism destinations: a Delphi method'. *Journal Of Ecotourism*, 11(3), 219-223. Oxford: Taylor & Francis.

Guiver, J., & McGrath, P. (2016). Slow Tourism: Exploring the discourses. *Dos Algarves: A Multidisciplinary E-Journal*, 27, 11-34. Berliin: Research Gate.

UNWTO. (2020). *International Tourism Down 70% as Travel Restrictions Impact All Regions*. Kättesaadav: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-down-70-as-travel-restrictions-impact-all-regions>, 28. veebruar 2022.

Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus. (2020) *Kestlik turism – mis see on?*. Kättesaadav: <https://www.puhkaeestis.ee/et/puhka-eestis/saastev-turism-mis-see-on>, 28. veebruar 2022.

Krippendorff, J. (1987). *The Holiday Makers*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Łapko, A., Hacia, E., Strulak-Wójcikiewicz, R., Çınar, K., Panai, E., & Lučić, L. (2022). Eco-Friendly Tourism Decision Making during COVID-19—Sailing Tourism Example. *Sustainability*, 14(1), 134. Basel: MDPI.

Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium. (2021). *Sutt: turismisektoris on aeg vaadata lootusrikkalt tulevikku*. Kättesaadav: <https://www.mkm.ee/uudised/sutt-turismisektoris-aeg-vaadata-lootusrikkalt-tulevikku>, 2. märts 2022.

Moira, P., Mylonopoulos, D., & Kondoudaki, A. (2017). The Application of Slow Movement to Tourism: Is Slow Tourism a New Paradigm?. *Journal Of Tourism And Leisure Studies*, 2(2), 1-10. Illinois: Common Ground Research Networks

Nagaj R, Žuromskaitė B. (2021). Tourism in the Era of Covid-19 and Its Impact on the Environment. *Energies*. 14(7):2000. Basel: MDPI.

Oh, H., Assaf, A., & Baloglu, S. (2014). Motivations and Goals of Slow Tourism. *Journal Of Travel Research*, 55(2), 205-219.

Pileri, P., & Moscarelli, R. (2020). From Slow Tourism to Slow Travel: An Idea for Marginal Regions. *Cycling & Walking For Regional Development*, 3-16.

Tomić, S., Leković, K., & Marić, D. (2018). Goals of consumers in the context of slow tourism. *Marketing*, 49(3), 172-180.

Valls, J., Mota, L., Vieira, S., & Santos, R. (2019). Opportunities for Slow Tourism in Madeira. *Sustainability*, 11(17), 4534.

Statistikaamet. (2022). *Välisturistide arv langes möödunud aastal 1997. aasta tasemele, aga siseturism teigi rekordi*, Kättesaadav: <https://www.stat.ee/et/uudised/majutus-detsember-2021>, 28. veebruar 2022.

Williams, P., & Ponsford, I. (2009). Confronting tourism's environmental paradox: Transitioning for sustainable tourism. *Futures*, 41(6), 396-404.

## Lisa 1. Küsimustik

1. Kui tihti käid aastas puhkusereisil (Eestis või välismaal)?
  - a) Vähem, kui kord aastas
  - b) 1 kord aastas
  - c) 2-3 korda aastas
  - d) Üle 4 korra aastas
  - e) Muu
  
2. Viimane puhkusereis oli:
  - a) Vähem kui kolm kuud tagasi
  - b) 3-6 kuud tagasi
  - c) Üle kuue kuu tagasi
  
3. Viimane puhkusereis oli:
  - a) Eestis
  - b) Skandinaavia riikides
  - c) Mujal Euroopas
  - d) Euroopast väljas – Kus? Täpsustage.....
  
4. Milline on Sinu jaoks piisav puhkusereisi piisav kestvus?
  - a) Pikk nädalavahetus või vähem
  - b) Üks nädal
  - c) Kaks nädalat või rohkem
  
5. Kellega eelistad puhkusereisile minna?
  - a) Üksi
  - b) Perega (kaaslase, laste või vanematega)
  - c) Sõpradega
  - d) Muu

6. Kui oluline on puhkusereisil... [skaala]
  - a) Mentaalselt puhata? [skaala]
  - b) Aeglustada igapäeva tempot? [skaala]
  - c) Olla hetkes, mõtlemata tulevikule ja minevikule? [skaala]
  - d) Kohata uusi inimesi? [skaala]
  - e) Teha uusi tegevusi? [skaala]
  - f) Omandada uusi teadmisi? [skaala]
  - g) Omandada uut perspektiivi oma elule? [skaala]
  - h) Saavutada sisemine harmoonia? [skaala]
  - i) Mõelda läbi isiklikud väärtused ja eesmärgid? [skaala]
  - j) Piiratud aja jooksul näha ja teha võimalikult palju? [skaala]
  - k) Valida sihtkohas liikumiseks keskkonnasõbralik transpordiviis? [skaala]
  - l) Valida sihtkohta saabumiseks keskkonnasõbralik transpordiviis? [skaala]
7. Kirjuta, millised mõtted tekkisid seoses skaalaküsimustega.
8. Milles seisneb Sinu jaoks „aeglane turism“?
9. Sugu
10. Vanus
11. Perekonnaseis
12. Igakuine sissetulek (neto, sh kõik tulud lisaks palgale)
13. Elukoht

## Lisa 2. Intervjuu stsenaarium

Tere, minu nimi on Anna-Liisa Talts, olen TalTechi Kuressaare Kolledži Ettevõtluse ja elamusmajanduse eriala III kursuse üliõpilane. Olen väga tänulik, et aitab panustada minu lõputöö uurimuse valmimisse. Intervjuu eesmärk on arutleda aeglase turismi mõiste üle - kui palju sellest teatakse, kui palju seda praktiseeritakse, millised on ootused, vajadused ja takistused. Intervjuu kestab orienteeruvalt 30 minutit.

Uurimuse analüüsimiseks on vajalik meie intervjuu salvestada – kas see sobib? Samuti teen jooksvalt märkmeid. Loodan, et intervjuu kulgeb avatud võtmes, kus tunnete end mugavalt arvamusi jagama. Kui kõik sobib, siis panen vestluse salvestama.

/helisalvesti käima/

1. Alustuseks - kui tihti käite puhkusereisidel?

Kus eelistate puhata?

Kellega eelistate reisida?

Milles seisneb Sinu jaoks puhkusereis?

2. Mida tähendab Teie jaoks mõiste „aeglane turism“?
3. Aeglase turismi peamised punktid – kestlik transport, kohalik kultuuri autentne kogemine, enesearengu võimalused ning aja maha võtmine.

Kuidas hindate nende punktide tähendust?

Hakkame vaikselt otsi kokku tõmbama – kas on veel mingeid mõtteid, mis seoses käsitletava temaga tekkis?

Suur tänu, et pühendasite oma aega minuga intervjuu läbi viimiseks. Sellest sisendist on minu lõputöö valmimisele ning loodetavasti ka teie ettevõttele palju kasu. Lõputöö valmib mai lõpus ning kui Teil on soov, siis võin selle tulemustega tutvumiseks saata Teile e-mailile.

## Lisa 3. Lihtlitsents

### Lihlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks<sup>1</sup>

Mina Anna-Liisa Talts

1. Annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Aeglase turismi kontseptsiooni tuntus eestlaste hulgas“, mille juhendaja on Jana Raadik-Cottrell,
    - 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.
- 

19.05.2022

---

<sup>1</sup> 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 tähtjaks nõusolekut lõputöö reprodutseerimiseks ja avalikustamiseks vastavalt lihtlitsentsi punktidele 1.1. jq 1.2, siis lihtlitsents nimetatud tähtaja jooksul ei kehti.