



TARTU ÜLIKOOL
Pärnu kolledž

Lõuna-Eesti turismipiirkonna elanike rahulolu turismiga

Tellijä: SA Tartumaa Turism

Uuringu lõpparuanne

2026

Tartu Ülikooli Pärnu kolledž

Sisukord

Uuringu lühikokkuvõte	3
Uuringu kirjeldus ja eesmärk.....	5
Uuringu meetodika	6
Sihtrühma määratlemine ja valimi moodustamine	6
Andmete kogumine.....	7
Andmete analüüs ja tõlgendamine	8
Uuringu tulemused.....	9
Suvehooaja järgse uuringu tulemused teemagruppide kaupa	9
1) Demograafilised andmed – vastajate profiil.....	9
2) Rahulolu turismiga	12
3) Turismiga seotud aktuaalsed teemad.....	20
Üldine tunnetuslik rahulolu turismiga.....	25
Talvehooaja järgse uuringu tulemused teemagruppide kaupa	27
1) Demograafilised andmed – vastajate profiil.....	27
2) Elanike tunnetuslik rahulolu	29
3) Turismiga seotud aktuaalsed teemad.....	30
Ettepanekud	32
Uuringu piirangud ja edasised uuringu läbiviimise soovitusel.....	34
Lisad.....	36
Lisa 1 Küsitlusankeet A	36
Lisa 2 Küsitlusankeet B	40
Viidatud allikad.....	43

Uuringu lühikokkuvõte

Elanike rahulolu turismi ja selle arendamisega on kestliku sihtkoha juhtimise oluline osa ning peegeldab turismi eeliste ja puuduste tasakaalu. Turismisihtkohtade vastutustundlikul arendamisel on oluline, et oleks tagatud selle positiivne mõju nii elanike elukvaliteedile kui kogukondade heaolule terviklikult. Elanike rahulolu regulaarne hindamine võimaldab tuvastada tekkivaid probleeme ning anda sihtkohaorganisatsioonile vajalikke suuniseid elanikkonna toetuse hoidmiseks või suurendamiseks turismi arendamisel.

Uuring viidi läbi Lõuna-Eesti turismipiirkonnas, mis hõlmab Tartu linna ja maakonda ning Jõgeva, Põlva, Valga ja Võru maakondi ning annab ülevaate sellest, kuidas turism mõjutab kohalike elanike rahulolu ning millised on uuringu ajahetkel kriitilised turismiteemad. Uuring tugines kestlikkuse prisma mudelile (Cottrell jt, 2013), mis võimaldab hinnata elanike rahulolu majanduslikus, keskkonna-, sotsiaal-kultuurilises ja turismijuhtimise mõõtmes ning tunnetuslikku rahulolu tervikuna.

Tulemused näitavad, et Lõuna-Eesti elanike suhtumine turismi on positiivne. Turismi nähakse osana igapäevaelust, mis loob majanduslikku tulu, pakub meelelahutust ning aitab hoida ja esile tuua kohalikku kultuuri. Majanduslik mõju ilmneb loodud töökohtade, ettevõtluse ja lississetulekute näol, turismiga seostatakse samas ka hinnatõusu.

Külastajad on piirkonda oodatud ning elanikud üldiselt toetavad turismi arengut. Samas, kuigi turismi kasu mõistetakse ja hinnatakse, on turismiarenduse protsess ja otsuste tegemine elanike jaoks kohati ebaselged. Paljud tunnetavad, et nende võimalus turismi puudutavates otsustes kaasa rääkida on vähene ning ootavad, et elanike arvamusega arvestataks senisest enam.

Turism rikastab kohalikku elu, loob mitmekülgseid võimalusi vaba-aja tegevusteks ja aitab hoida piirkonna eripära. Kui suuremate ürituste puhul tajuvad elanikud ajutist ebamugavust, siis püsivamat muret tuntakse kasvava loodussurve pärast.

Lõuna-Eestis on olemas tugev elanike toetus turismi arendamisele, kuid soovitakse selle muutmist nähtavamaks, kogukondade sisulisemat ja regulaarset kaasamist ning suurema tähelepanu pööramist keskkonnamõjudele ja nende tasakaalustamisele.

Kestlike sihtkohtade juhtimisel on kohalike elanikega arvestamine ja nende kaasamine turismi arendamisse üheks võtmeteguriks. Uuringu tulemused annavad sihtkohaorganisatsioonile sisendi turismi arendamiseks ja turundamiseks kohalike elanike soove arvestades, võimaldavad teha üldistavaid järeldusi Lõuna-Eesti turismipiirkonna elanike turismiga rahulolu kohta ning olla lähtepunktiks tulevaste samal metoodikal põhinevate uuringutulemuste võrdlemiseks.

Uuringu läbiviimist kaasrahastas Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus turismisihtkohtade juhtimisorganisatsioonide sihtfinantseerimise programmi kaudu.

Uuringu kirjeldus ja eesmärk

Elanike rahulolu turismiga nende kodukohas, samuti nende toetus turismi arengule omab suurt mõju piirkonna turismi tulevikule, edukale arendamisele ning kuvandi loomisele (Cottrell jt, 2013; Mehdiabadi jt, 2021). Sealjuures kujundavad elanike rahulolu turismiga kõik kolm kestlikkuse mõõdet, milleks on majanduslik, sotsiaalkultuuriline ja keskkonnamõõde, lisaks ka institutsionaalne ehk turismijuhtimisega seotud mõõde (Cottrell jt, 2013; Ritchie ja Croutch, 2005). Majanduslik mõõde hõlmab piirkonna majanduslikku tulu ja kohalike kogukondade töövõimalusi, sotsiaalkultuuriline nii kultuuriteadlikkust kui ka igapäevast elukeskkonda, keskkonnamõõde loodusteadlikkust, -kaitset ja -hoidu, institutsionaalne mõõde turismisihtkoha planeerimist, juhtimist ja otsustusprotsessides osalemist.

Kestliku turismi arendamisel sihtkohas on oluliseks komponendiks kohaliku elanikkonna rahulolu, mida tuleks turismiarenduse planeerimisel silmas pidada (ETIS, 2016). Ühelt poolt tuleb märgata tegureid, mis köidavad turismisektorist kasu saavaid huvigruppe, nagu kulude vähendamine ning keskkonnaalaste, majanduslike ja sotsiaalsete hüvede suurendamine (Cottrell jt, 2013), teiselt poolt aga neid tegureid, mis säilitavad sihtkoha kultuurilist terviklikkust, bioloogilist mitmekesisust ja seda toetavaid tugisüsteeme ning mis jõustavad kohalikke kogukondi, lisaks nende näitajate seiret (Falak jt, 2014). Uuringus toetuti elanike turismiga rahulolu väljaselgitamiseks Euroopa turismiindikaatorite süsteemile (ETIS, 2016) ning kestlikkuse prisma mudelile (Cottrell jt, 2013).

Uuringu eesmärk oli välja selgitada Lõuna-Eesti turismipiirkonna elanike rahulolu turismiga ja turismiarendustegevustega ning tulenevalt piirkonna eripärast (kaks kõrghooaega) analüüsida turismist tuleneva rahulolu mõjutegureid nii suve- kui ka talvehooaja järgselt. Uurimistulemustele tuginedes antakse soovitusi SA Tartumaa Turism kohalike elanike rahulolu suurendamiseks, nende tõhusamaks kaasamiseks ning turismisektori positiivsema kuvandi kujundamiseks. Soovitusi saab turismisihtkoha arendusorganisatsioon arvesse võtta arendustegevuste kava koostamisel.

Uuringu meeskonda kuulusid Margrit Kärp ja Kandela Õun Tartu Ülikooli Pärnu kolledžist.

Uuringu metoodika

Uuringu eesmärgi saavutamiseks kasutati kvantitatiivset uuringumetoodikat, et saada statistiliselt usaldusväärseid andmeid järelduste tegemiseks ja kohalike elanike turismiga rahuolu hindamiseks. Andmete kogumiseks kasutati küsimustikku, elanike hinnangute paremaks mõistmiseks täiendati kvantitatiivset andmestikku kvalitatiivsete elementidega, kasutades avatud vastustega küsimusi, mis võimaldasid esile tuua põhjendusi, arvamusi ja piirkondlikke erisusi.

Eestikeelne küsimustik koosnes peamiselt suletud ja valikvastustega küsimustest, kuid sisaldas ka avatud küsimusi isikliku arvamuse ja seisukohtade avaldamiseks/täpsustamiseks ning täiendava sisendi saamiseks. Suvehooajajärgne ankeetküsimustik (Lisa 1) oli jaotatud kolme teemagruppi: 1) vastaja profiil ehk demograafilised parameetrid, 2) rahulolu turismiga majanduslikus, keskkondlikus, sotsiaalses ja institutsionaalses vaates ja 3) turismiga seotud aktuaalsed teemad. Talvehooajajärgne ankeetküsimustik (Lisa 2) oli jaotatud samadesse teemagruppidesse, kuid teine teemagrupp sisaldas väiteid ainult tunnetusliku rahulolu kohta. Elanike rahulolu hindamiseks turismi ja selle arendamisega nende elukohas paluti teises küsimuste plokis vastajatel hinnata 5-palli skaalal väiteid kõikides kestlikkuse prisma mõõdetes ning tunnetuslikku rahulolu turismiga. Hindamise skaala: nõustun täiesti (5 palli), pigem nõustun (4 palli), nii ja naa (3 palli), pigem ei nõustu (2 palli) ja ei nõustu üldse (1 pall). Vastajatel oli ka võimalus valida vastuseks ei oska öelda / puudub kogemus.

Sihtrühma määratlemine ja valimi moodustamine

Käesoleva uuringu üldkogumi moodustasid Lõuna-Eesti turismipiirkonna (Tartu linn ja maakond, Jõgeva, Põlva, Valga ja Võru maakonnad) täisealised ehk 18-aastased ja vanemad elanikud. Uuringus kasutati sihipärast valimit, mille aluseks olid Statistikaameti Rahvastikunäitajate päringu RV0240 andmed. Lõplikuks valimiks kujunes 488 vastajat suvejärgselt ning 88 talvehooaja järgselt.

Valimi veapiiride leidmiseks kasutati valimikalkulaatorit. Uuritavate koguarvuks sisestati valimi kalkulaatorisse Statistikaameti tabeli RV0240 uuringu piirkonna üle 18-aastaste elanike vastajate arv, milleks oli 73628. Usaldusnivoo 95% ja lubatud veapiiri 5% korral on soovituslikuks valimi suuruseks 382 vastajat. See tähendab, et 95% usaldusnivoo saavutamiseks oli vajalik 382 või enama vastaja vastust, et üldkogumi

tegelik tulemuste väärtus jääks valimi põhjal uuritud väärtusest $\pm 5\%$ piiresse (MaCorr Research, n.d.). Kui peale suve tehtud uuringus ületas vastajate arv ($n=488$) nõutud veapiiri, siis peale talve tehtud uuringus jäi vastajate arv tunduvalt väiksemaks ($n=88$), mis teeb veapiiriks 10,4%, mis tähendab, et talvise uuringu tulemuste üldistamisel tuleb suhtuda mõningase ettevaatlikkusega. Vanuse, elukoha ja soo järgi on valim rahuldavas kooskõlas üldkogumiga (vt tabel 1) ning tehtud järeldused ei laiene tervele üldkogumile.

Tabel 1. Valimi ja üldkogumi jaotuste kooskõla¹

		Suvehooaja järgne		% Üldkogumist	Talvehooaja järgne	
		Vastajate arv	Valim		Vastajate arv	Valim
Vanus (aastates)	18–25	20	4%	11%	1	1%
	26–40	129	26%	25%	25	28%
	41–55	193	40%	25%	28	32%
	55–64	98	20%	16%	24	27%
	65 ja vanemad	48	10%	24%	10	11%
Sugu	Naine	367	75%	53%	71	81%
	Mees	118	24%	47%	15	17%
	Ei soovi avaldada	3	1%		2	2%
Vastaja elukoht	Tartu maakond	135	28%	58%	7	8%
	Jõgeva maakond	119	24%	10%	1	1%
	Põlva maakond	66	14%	9%	27	31%
	Valga maakond	51	10%	10%	0	0%
	Võru maakond	117	24%	13%	53	60%

Andmete kogumine

Andmeid koguti kahel ajavahemikul, 01.09.–31.10.2025 ja 09.03.–04.04.2026, eestikeelse ankeetküsimustikuga, mida sai täita veebikeskkonnas LimeSurvey. Kutset uuringus osalemiseks koos ankeetküsimustikuga levitas uuringu tellija Lõuna-Eesti turismiorganisatsiooni sotsiaalmeedia kanalites (Facebooki lehed ja grupid) ja kodulehtedel ning infokirjas, samuti kohalike omavalitsuste infokanalites (kodulehed, ajalehed, infokirjad).

¹https://andmed.stat.ee/et/stat/rahvastik_rahvastikunaitajad-ja-koosseis_rahvaarv-ja-rahvastiku-koosseis/RV0240/table/tableViewLayout2 (01.01.2026 seisuga)

Andmete analüüs ja tõlgendamine

Läbiviidud uuring toetub teoreetilisele alusele (vt uuringu kirjeldus ja viidatud allikate loetelu) ning tulemused on esitatud tulemuste peatükis osade kaupa: 1) vastaja profiil ehk demograafilised parameetrid, 2) rahulolu turismiga majanduslikus, keskkondlikus, sotsiaalses ja institutsionaalses vaates ja 3) turismiga seotud aktuaalsed teemad. Raportis on esitatud koondtulemused Lõuna-Eesti turismiorganisatsiooni piirkonna kohta, olulised erisused vastajagruppide ning uuringuperioodide vahel on kirjeldatud vastavate teemade juures.

Vanusegruppide piiritlemisel ja võrdlemisel lähtuti uuringus tulemuste tõlgendamisel sellest, et igal põlvkonnal on ühised tunnusjooned, mis annavad sellele spetsiifilise iseloomu (Strauss ja Howe, 2020). Põlvkonnad erinevad üksteisest mõtteviisi, ellusuhtumise ning ootuste poolest nii elule, juhtimisele kui ka karjäärile. Erinevad allikad määratlevad põlvkondi erinevalt, tavapäraselt eristatakse viite põlvkonda: vaikiv põlvkond (sündinud kuni aastani 1945), beebibuumerid (sündinud 1946–1964), X-põlvkond (sündinud 1965–1980), Y-põlvkond (sündinud 1981–1996) ja Z-põlvkond (sündinud 1997–2012) (Dimock, 2019). Eristatakse ka kuuendat – alfa-põlvkonda, kelle sünniaastad algavad alates 2010. aastast (Szilágyi, 2023), kuid selle põlvkonna esindajad jäid uuringu valimist välja, kuna olid uuringu perioodil alaealised. Kokkuleppel tellijaga on uuringutulemuste analüüsiks erinevate vanuserühmade lõikes aluseks võetud järgmised vanusegrupid:

- I vanusegrupp: 18–25-aastased;
- II vanusegrupp: 26–40-aastased;
- III vanusegrupp: 41–55-aastased;
- IV vanusegrupp: 56–65-aastased;
- V vanusegrupp 66-aastased ja vanemad.

Lisaks eristati tulemuste esitlemisel ning tõlgendamisel ka kolme põhilist vastajate rühma: a) need, kes töötavad või tegutsevad põhikohaga turismisektoris; b) need, kes ei tööta põhikohaga, kuid saavad turismisektorist täiendavat tulu ja c) need, kes ei saa üldse turismisektorist majanduslikku kasu, et mõista erisusi turismisektorist majanduslikku kasu saavate ja mittesaavate elanike vahel.

Ankeetküsitluse teel kogutud andmed kodeeriti ning analüüsiti sotsiaalteaduslike andmete analüüsiprogrammi SPSS versiooni 29 abil. Tulemuste esitamisel võeti

arvesse lõpuni täidetud ankeedid (suvejärgselt n=488; talvejärgselt n=88) ning tulemuste esitlemiseks leiti nii sagedused kui ka protsentuaalsed jaotused. Olulisemad näitajad on esitatud tabelite, jooniste ja kirjeldustena, tuues välja vaid märkimisväärsed ja asjakohased erisused.

Uuringu tulemused

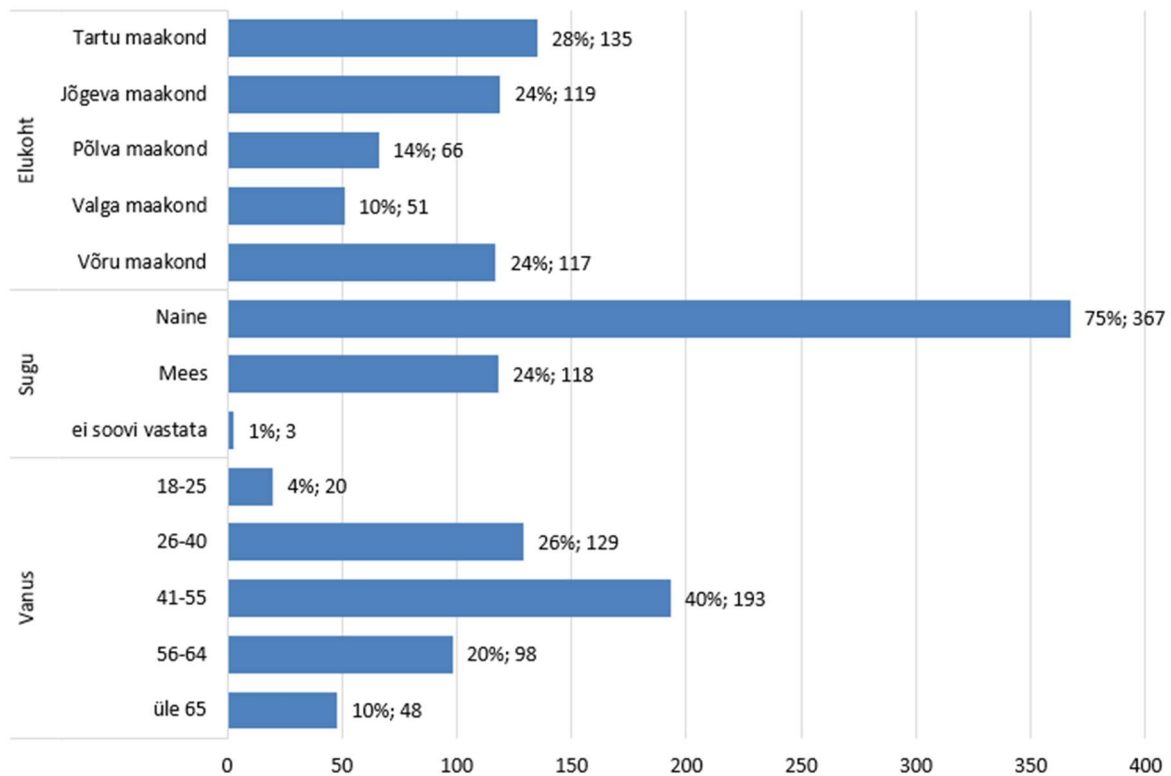
Uuringu tulemused on esitatud teemagruppide kaupa kogu uuringu piirkonna ning eraldi suve- ja talvejärgse uuringu kohta: 1) vastaja profiil ehk demograafilised parameetrid, 2) rahulolu turismiga majanduslikus, keskkondlikus, sotsiaalses ja institutsionaalses vaates ja 3) turismiga seotud aktuaalsed teemad. Suvehooaja järgsed ja talvehooaja järgsed tulemused on selguse mõttes esitatud eraldi. Ankeetküsitlusest saadud kvantitatiivsete andmete ilmestamiseks kasutati vabavastuste kujul esitatud andmeid, uuringu lõpus on esitatud järeldused ning soovitused Lõuna-Eesti turismiorganisatsioonile kohalike elanike rahulolu suurendamiseks, nende tõhusamaks kaasamiseks ning turismisektori positiivsema kuvandi kujundamiseks.

Suvehooaja järgse uuringu tulemused teemagruppide kaupa

1) Demograafilised andmed – vastajate profiil

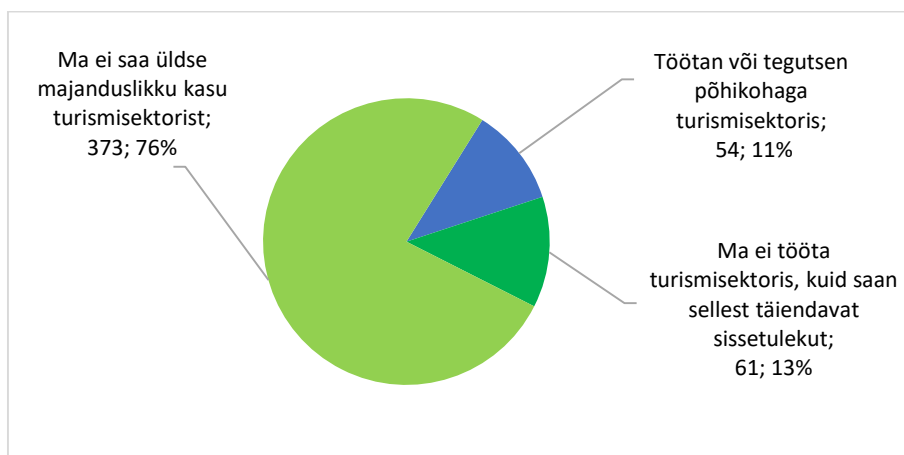
Vastajatelt laekus 784 ankeeti, millest 488 olid lõpuni täidetud. Vastuste geograafiline jaotus oli ühtlane, enim laekus vastuseid Tartu maakonnast (28%), Jõgeva ja Võru maakonnast 24% ning Valga ja Põlva maakonnast kokku 24% (vt joonis 1). Proportsionaalselt elanike arvuga laekus vähim vastuseid Tartu linnast (11; elanike arv 80800) ja Tartu maakonnast (135; elanike arv 129404).

Enim vastajaid (40%) olid vanuses 41–55 aastat, hea esindatus oli ka vanuserühmades 26–40 (26%) ja 56–65 aastat (20%). Võrreldes üldkogumi soolise jaotusega (53% naisi ja 47% mehi) olid vastanute seas rohkem esindatud naised – 75%. Seda peetakse sotsioloogiliste uuringute puhul tavapäraseks, kuna naised on altimad erinevates uuringutes osalema.



Joonis 1. Ankeetküsitluses osalejate profiil (n=488)

Enamik vastajaid (76%) ei saa majanduslikku kasu turismisektorist, 11% töötab või tegutseb põhikohaga turismisektoris või 13% saavad selles täiendavat sissetulekut (vt joonis 2).



Joonis 2. Ankeetküsitluses osalejate majanduslik seotus turismisektoriga (n=488).

Vastajatel paluti nimetada oma elukoha lähedal asuvaid paiku või vaatamisväärsusi, mida turistid armastavad külastada ning läheduses toimuvaid suuremaid üritusi. Loodus- ja matkaobjektidest olid sagedasemad Taevaskoda (44 mainimist),

Emajõe-Suursoo (RMK/keskus; 24 mainimist), Meenikunno raba (20) ja Valgesoo raba/matkarada (18). Maastikulise elamusliku objektina toodi eraldi välja Piusa koopad ja ürgorg (18 mainimist). Maaliliste vaadetega seostati enim Suurt Munamäge (30) ja Rõuge Ööbikuorgu (27 mainimist), nimetati Pesapuu vaatetorni (12 mainimist) ning Tamula järve ja rannapromenaadi (12 mainimist). Veega seotud puhkealadest tuli esile Pühajärv (33 mainimist), märgiti ka Kuremaa järve ja randa (14) ning Tamula järve ja rannapromenaadi (12). Kultuuriobjektidest mainiti kõige sagedamini Palamuse muuseumi (32 mainimist), Eesti Rahva Muuseumi (24) ja AHHA teaduskeskust (19), Eesti Maanteemuuseumi (16) ning Jääaja Keskust (11). Pärandkultuuriga seonduvatest objektidest esinesid enim Põltsamaa loss (18 mainimist), Alatskivi loss (16), Kalevipoja koda ja Puurmani mõis/loss (mõlemad 15 mainimist) ning Sangaste loss (9), tuntud oli ka Vastseliina piiskopilinnus (25 mainimist).

Spordiga ja liikumisega seonduvatest kohtadest nimetati enim Pühajärvet (33 mainimist), Tehvandi Spordikeskust (16 mainimist) ja Otepääd (25 mainimist). Sadamatest mainiti Luunja sadamat (18) ning koos sellega ka Emajõe-Suursoo külustusvõimalusi (22 mainimist). Tervise- ja spaaobjektidest mainiti enim Värskat (sanatoorium/veekeskus/spaa), pereatraksioonidest Elistvere loomaparki (22) ja Vudilat (11 mainimist). Üks vastaja leidis, et Vooremägi ja hiliskeskaegsete Vooremäega seotud Tartu rae nõiaprotsesside lood väärriks võimendust. Osa vastajaid kirjeldas külustuspaiku ka üldnimetustega (nt mets, järv, raba, rand).

Elukoha lähedastest sündmustest mainiti enim rallivõistlusi (96 korral) – Ralli Estonia, Estonian Rally, WRC Rally etapp, Lõuna-Eesti Ralli, Raadi rallikatse ja autoralli. Palju märgiti Palamuse laata (52 mainimist), Jõgeva TREFFi (41), Tartu Maratoni (36) ja Retrobesti (26). Lisaks eeltoodutele mainiti piirkonnas toimuvaid spordivõistlusi (maratonid, rattavõistlused, suusa- ja jooksvõistlused jm) kokku 178 korral. Laatadest tulid esile veel Vastseliina Maarahva Laata (11 mainimist), Avinurme tünnilaata (7) ja Lüübnitsa laata (7). Muusika- ja kultuurisündmuste puhul paistsid silma Retrobest ja Seto Kuningriigi päev (kumbki 26 mainimist), Ostrova festival ja Treski Fest (kumbki 21 mainimist) ning Lastefestival (20 mainimist). Mainiti ka Naiste Tantsupidu (11 korral), Seto Odüsseia etendust (9 korral) ja Seto leelo päeva (5 korral).

Mõned vastajad aga leidsid, et suursündmuse ei korraldata ning võiks juurde tulla uusi üritusi, üks vastaja tõi kriitilise märkusena välja „Nursipalu polügooni mürarikkad

õppused 24/7“. Põnevate üritustena eristusid rakuväliste vesiikulite konverents, karakatitsa laat, klaperjaht ning ööbazaar Tormas.

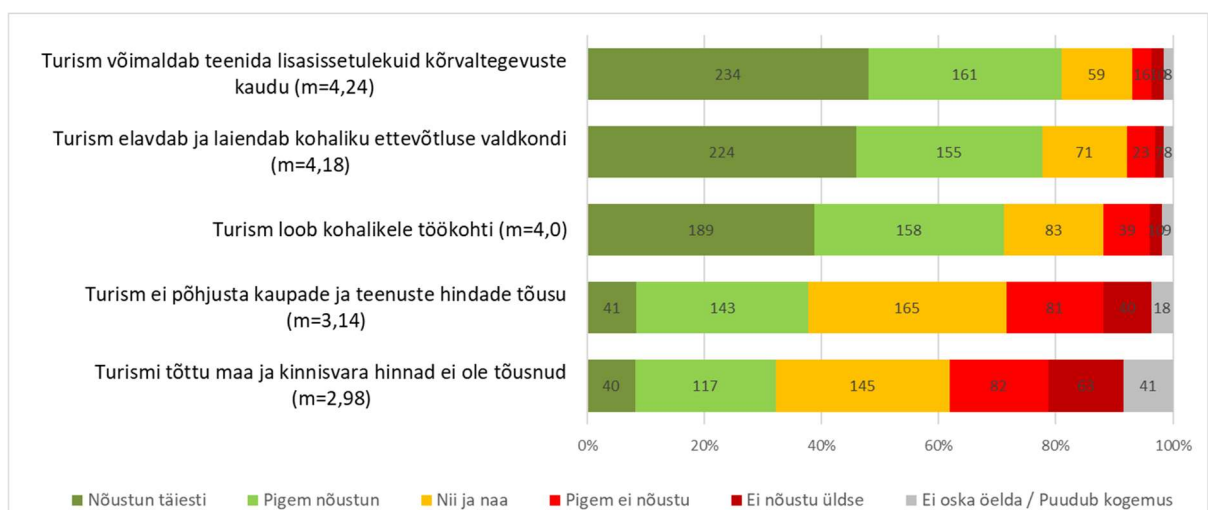
Vastused ei näita täpselt, kas turismiobjekt asub vastaja kodukoha läheduses, kuid paljud märkisid kohti, mis on selgelt nimepidi äratuntavad ja millel on tugev üldine nähtavus. See viitab, et lisaks oma kodukoha teadmisele on elanikel ka lähipiirkonna/regionaalne teadlikkus.

2) Rahulolu turismiga

Turismiga rahulolu hinnati kestlikkuse prismale (Cottrell jt, 2013; ETIS, 2016) tuginedes, väited olid jaotatud nelja ploki, millest igas oli viis kuni seitse väidet. Väited peegeldasid rahulolu turismi majanduslikus, keskkonna-, sotsiaal-kultuurilises ja institutsionaalses ehk turismijuhtimise mõõtnes. Lisaks hinnati tajutavat rahulolu turismiga oma kodukohas. Vastajatel oli võimalus kas nõustuda väidetega, nõustuda osaliselt või mitte nõustuda.

Majanduslik mõõde

Majanduslik mõõde hõlmab piirkondlikku majandustulu, sealhulgas elanike materiaalsel heaolu, tööhõivet ja sissetulekut. Esimeses ploki paluti vastajal hinnata turismi majanduslike mõjudega seonduvaid väiteid (vt joonis 3). Kui turismi majanduslikku kasu tajusid enamus vastajaid, siis arvestatav osa oli ka neid, kes leidsid, et turism tõstab kaupade ja teenuste (38%) ja kinnisvara hindasid (32%).



Joonis 3. Rahulolu turismi majanduslikus mõõtes (n=488; m=keskmine hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Maakondade lõikes nõustuti Tartumaal enim väidetega, et turism loob kohalikele töökohti (81%, n=135) ning võimaldab lisasissetulekut (88%, n=135), samas Jõgevamaal nõustus töökohtade loomisega 58% (n=119). Kinnisvara kallinemist turismi tõttu tajusid enim vastajad Valgamaalt (51%, n=51) ja vähim Põlvamaalt (17%, n=66).

Naised tajusid turismi elavdavat mõju ettevõtlusele mõnevõrra rohkem (81%, n=367) kui mehed (69%, n=118), samas tajusid mehed (38%) rohkem kinnisvara hindade tõusu kui naised (28%). Kaupade ja teenuste hinnatõusu tajus noorim vanuserühm (40%, n=20) enam kui 56–64-aastased (21%, n=98).

Tulemustele tuginedes saab **peamiste järeldustena majanduslikus mõõtmes** välja tuua järgmist:

- Turism elavdab piirkondade majandustegevust, kuid tajutud majanduslik kasu (töökohad, lisasissetulek, ettevõtlus) ei ole ruumiliselt ühtlaselt jaotunud.
- Kinnisvara hindade tõusu Valgamaal, eriti Otepää kandis, seostatakse ka turismiga, samas sõltub hinnatõus paljudest laiematest teguritest nagu üldine inflatsioon, intressid, regionaalsed töö- ja eluasemeturud.

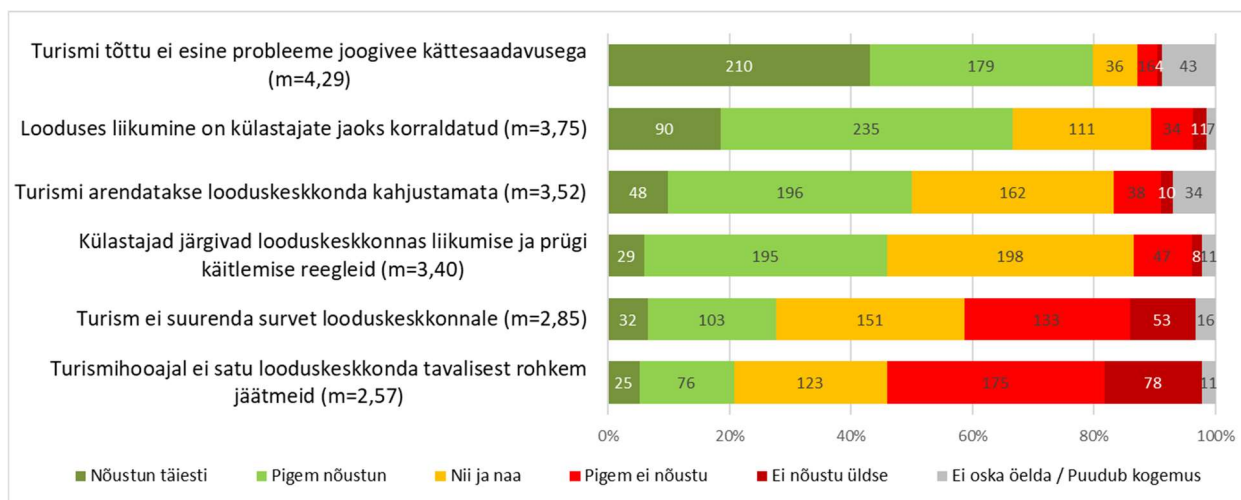
Kokkuvõtlikult saab öelda, et turismi positiivne mõju majandustegevusele on elanike jaoks nähtav ja arusaadav ning seostub töökohtade, teenuste, lisasissetulekutega.

Keskkonnamõõde

Keskkonnamõõde on seotud loodusväärtuste, taastuvate ja taastumatute ressursside olukorra tajumisega, samuti turistide keskkonnakäitumise ja selle võimaldamisega sihtkohas. Joogivee kättesaadavusega 80% vastajate hinnangul probleemi ei esine ning 67% leidsid, et looduses liikumine on külastajate jaoks korraldatud. Samas tajus 38% vastajatest suurenenud survet looduskeskkonnale ning 52% rohkemate jäätmete sattumist looduskeskkonda. 41% vastajatest jäi vahepealsele seisukohale selles osas, et külastajad järgivad liikumise ja prügi käitlemise reegleid looduses liikudes ning 33% selles osas, et turismi arendatakse loodust kahjustamata. (vt joonis 4)

Nii survet looduskeskkonnale (50%, n=135) kui ka suurenenud jäätmeteket (64%, n=135) tajutakse enim Tartumaal, suurenenud jäätmeteket tajusid enim ka need, kes

turismisektorist tulu ei saa (54%, n=373). Positiivsema hinnangu turismi arendamisele loodust kahjustamata andsid turismisektoris töötavad vastajad (65%), n=54).



Joonis 4. Rahulolu turismi keskkonnamõõtmes (n=488; m=keskmine hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Tulemustele tuginedes saab **peamiste järeldustena keskkonnamõõtmes** välja tuua järgmist

- Looduses liikumiseks on loodud head võimalused (rajad, viidad jms), mis näitab riigi ja kohalike omavalitsuste panust taristute rajamisel.
- Turismist tulenevat survet joogivee kättesaadavusele ei ole.
- Külastajate käitumine looduses on ebaühtlane, osade elanike kogemused on positiivsed, teistel negatiivsed, üldist hinnangut on seetõttu raske anda.
- Turismiarenduse keskkonnamõjud ja nende leevendamine ei ole elanikele üheselt nähtavad või on kogemused kohati vastandlikud.
- Keskkonda säästva turismiarenduse tajumine sõltub sellest, kui lähedalt nähakse turismi korraldamist ja kui otseselt kogetakse selle kõrvalmõjusid. Turismisektoris töötajad hindavad arendust keskkonda säästvamaks, võimalikuks põhjuseks võivad olla parem informeeritus, teadlikkus ja kaasatus arendustegevustesse. Sektoriga seotud olles puututakse lähemalt kokku arenduse reeglite, korralduse, leevendusmeetmetega, mistõttu mõju tundub olevat paremini juhitud. Üheks võimalikuks selgituseks võib olla ka see, et turismiettevõtjad tegutsevad sageli konkreetsetes ja reguleeritud kohtades, samas kui elanikud tajuvad mõju laiemalt ka avalikus ruumis ja looduses.

- Kui isiklikku kasu ei saada, jäävad rohkem silma turismi negatiivsed kõrvalmõjud (nt prügi, halb küllastajakäitumine jm), mistõttu võidakse probleemi tajuda teravamini.

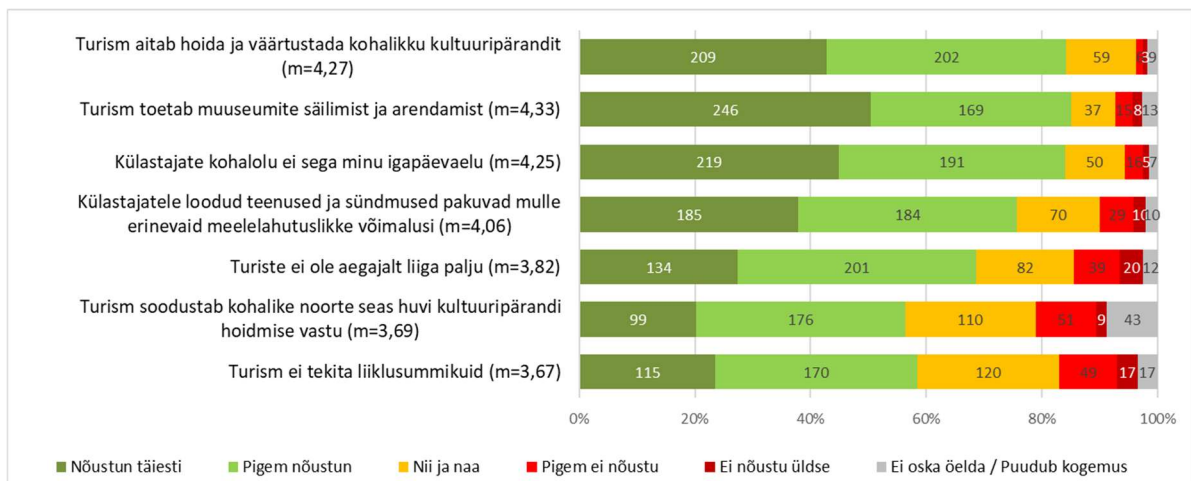
Kokkuvõtvalt võib öelda, et keskkonnamõõtmes sõltub rahulolu kohast, ajast ja isiklikust kokkupuutest. Kuigi põhitaristu ja ressursid toetavad turismi, märgatakse turismi tõttu tekkivat suuremat jäätmeteket ja suurenenud survet looduskeskkonnale.

Sotsiaal-kultuuriline mõõde

Turismisektor peab ja saab positiivselt panustada kohalikesse kogukondadesse, kaitstes samal ajal kultuuri- ja looduspärandit. Reisimise ja turismi kiire kasv on üle maailma põhjustanud olukordi, kus sihtkohad on langenud oma edu lõksu ning peavad tegelema probleemidega nagu ülerahvastatus, ületurism ja antiturism. Seetõttu on kaasava ja kestliku turismi arendamisel sihtkohas eriti oluline arvestada kohalike elanike heaolu ja hea elukeskkonna teemadega. (Hunt, 2017; Deery jt, 2012; Milano jt, 2024) Turismi sotsiaal-kultuuriline mõõde käsitleb kohalikku elanikku ja nende teadlikkust, kogemusi, teadmisi, oskuseid ja käitumist kui sihtkoha arendamise ressursi.

Enamik vastajatest nõustus, et turism toetab muuseumite säilimist ja arendamist (85%) ning aitab väärtustada kultuuripärandit (84%). Küllastajate kohalolu ei sega 84% vastajate igapäevaelu ning 76% leidis, et küllastajatele loodud teenused ja sündmused pakuvad ka elanikele meelelahutuslikke võimalusi. Ebalevale seisukohale jäid vastajad enim noorte kultuuripärandihuvi suurenemise osas – 23% vastasid nii ja naa ning 9% ei osanud öelda. Sarnane oli vastajate taju ka liiklusummikute puhul – kuigi 58% ei tajunud neid probleemina, oli nii ja naa vastajaid 25%. (vt joonis 5).

Vastajagruppide lõikes olid vastused suures osas sarnased. Liiklusummikute probleemi tajusid enim vastajad Tartumaalt, neist 22% (n=135) nõustusid väitega ning 36% vastasid nii ja naa. Ka Valgamaal oli ligi kolmandik (35%, n=51) neid, kes vastasid, et liiklusummikutega on nii ja naa. Noorima vanusegrupi (n=20) esindajatest enamik leidis, et turism soodustab kohalike noorte seas huvi kultuuripärandi hoidmise vastu (70%) ning toetab muuseumite säilimist ja arendamist (90%).



Joonis 5. Rahulolu turismi sotsiaal-kultuurilises mõõtmes (n=488; m=keskmine hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Tulemustele tuginedes saab **peamiste järeldustena sotsiaal-kultuurilises mõõtmes** välja tuua järgmist:

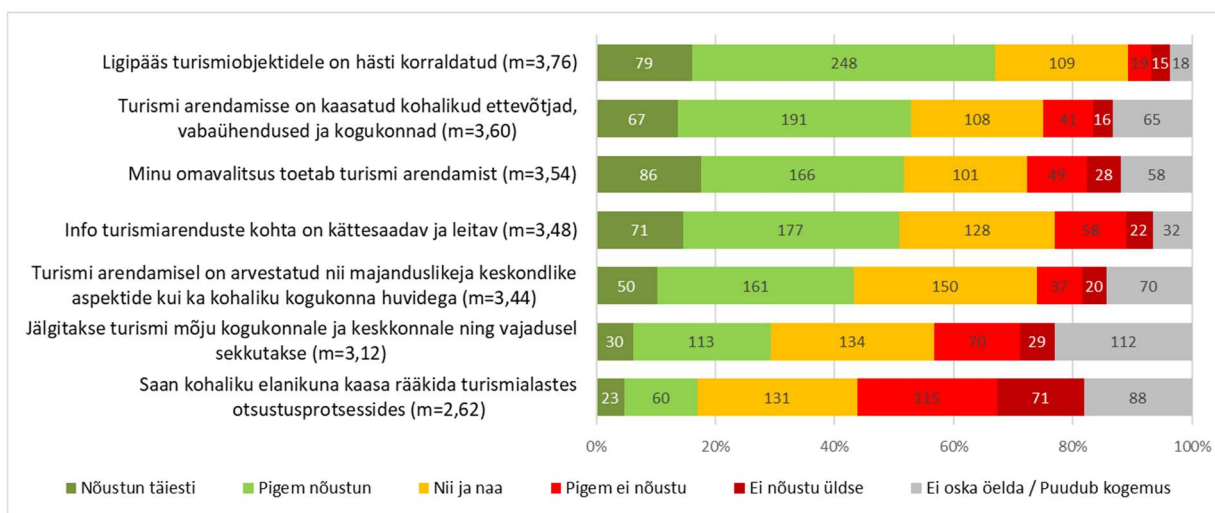
- Kultuuripärandi hoidmise ja muuseumite toimimise ning turismi vahel on positiivne seos.
- Turismi soodsat mõju noorte huvile kultuuripärandi vastu otseselt ei tajuta.
- Turismi positiivne mõju kogukonnale ei pruugi sõltuda ainult sellest, kas sündmusi on, vaid ka sellest, kui lähedal need toimuvad ja kui sageli elanik nendega tegelikult kokku puutub.
- Turismi negatiivsed ilmingud on pigem seotud tipp-sündmuste või teatud piirkondade ajutise ülekoormatusega.

Seega, turismi sotsiaal-kultuurilist mõju tajuvad elanikud pigem toetavana, negatiivseid ilminguid, nagu ülerahvastatus või ummikud, esineb pigem üksikutel juhtudel.

Turismijuhtimise ehk institutsionaalne mõõde

Kestlikkuse prisma institutsionaalse mõõtmefookus on sotsiaalsel kapitalil, sealhulgas ühiskondlikel institutsioonidel, valitsusorganisatsioonidel, inimestevahelistel suhetel, kaasavatel planeerimisprotsessidel, partnerlussuhetel, koostööl ja võimusuhetel (Cottrell *et al*, 2013).

Suur osa (67%) vastajatest leidis, et ligipääs turismiobjektidele on hästi korraldatud, ligi pooled tajusid, et ettevõtjad on kaasatud turismi arendamisse (53%), omavalitsus toetab turismi arendamist (52%) ning info turismiarenduse kohta on leitav (51%). Vähim (17%) tajusid vastajad kaasarääkimise võimalust turismialastes otsustusprotsessides. Kõikide väidete puhul leidis ka arvestatav osa neid, kes vastasid nii ja naa või ei osanud seisukohta võtta. (vt joonis 6).



Joonis 6. Rahulolu turismijuhtimise mõõtmes. (n=488; m=keskmine hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Kui 67% Tartumaa (n=135) ning 61% Valga- (n=51) ja Võrumaa (n=117) vastajatest tajusid, et nende omavalitsus toetab turismi arendamist, siis Jõgeva (33%, n=119) ja Põlva (31%, n=66) maakondades tajuti seda vähem. Ettevõtjate kaasamist turismi arendamisse tajuti enim Tartumaal (67%) ja Võrumaal (61%), vähim Põlvamaal (29%). Kestliku arengu põhimõtetega arvestamist turismiarendamisel tajusid vastajad Tartumaalt (61%) ja Võrumaalt (48%), Jõgeva, Põlva- ja Valgamaal tajusid seda ligikaudu 30% vastajatest.

50% Põlva maakonna (n=66) ja 49% Valga maakonna (n=51) vastajatest ei nõustunud väitega, et neil on kohalikuna võimalik turismialastes otsustusprotsessides kaasa rääkida. Võru maakonnas tajusid kaasarääkimise võimalikkust 27% (n=119), kuid üsna võrdselt nii ja naa vastajatega (27%) leidis seal ka neid, kes ei osanud öelda või kellel puudus kogemus (24%).

Tulemustele tuginedes saab **peamiste järeldustena turismijuhtimise mõõtmes** välja tuua järgmist:

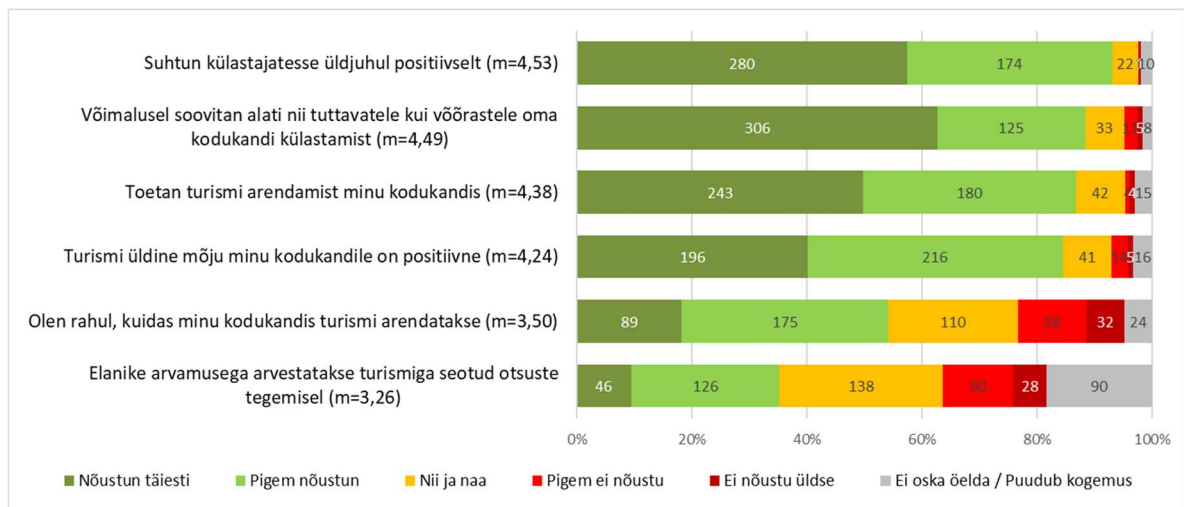
- Omavalitsus toetust turismi arendamisel ning ettevõtjate ja kogukondade kaasamist tunnetatakse, kuid see on piirkonniti erinev. Erinev tunnetus võib tuleneda nii ressursside, investeeringute ja infrastruktuuri erinevustest kui ka tajupõhistest teguritest (info liikumine, kogemused, aktiivsus). Sageli ei ole küsimus ainult selles, mida omavalitsus teeb, vaid ka selles, kuidas seda tajutakse ja kogetakse. Näiteks on mõnes piirkonnas on rohkem turismipotentsiaali, kas siis loodusobjektide, vaatamisväärsuste, toetava infrastruktuuri või muu näol, mistõttu tajutakse, et omavalitsus panustab sinna rohkem.
- Piirkondades võib olla erinev kogukondlik aktiivsus – seal, kus on aktiivsed ettevõtjad ja kogukonnaorganisatsioonid, tajutakse kaasamist ja toetust rohkem.
- Kestliku arengu põhimõtetele tuginevat turismiarendust tajutakse selgemalt, kui vastavad tegevused on nähtavad ning nende kohta on leitav selge teavitus, kui elanike teadlikkus on hea ja kui kohalikud kogukonnad on aktiivsed kestlike algatuste elluviimisel.
- Elanikuna kaasärääkimise võimalust turismiarenduses tajutakse pigem vähe, paljud ei tunne, et neil oleks mingi mõju turismialastele otsustele. Suur hulk ebalevaid vastuseid viitab sellele, et arendusprotsessid ja nende põhimõtted ei ole paljudele nähtavad või on info nende kohta jaotunud ebaühtlaselt.
- Turismi mõju seire ei ole elanike jaoks selgelt tajutav tegevus.
- Tulemused peegeldavad suure ja hajusa sihtkoha eripära, kus turism ja turismiarendus on ruumiliselt koondunud ja/või killustunud, vähendades selliselt elanike kokkupuudet juhtimisega.

Üldiselt võib öelda, et nähtavad ja praktilised juhtimiskomponendid nagu turismiobjektidele ligipääsu loomine ja info leitavus on elanike jaoks paremini tajutavad kui protsessipõhised komponendid, sh kaasärääkimine, mõju jälgimine ja sekkumine või kestlikkuse põhimõtete arvestamine.

Tunnetuslik rahulolu turismiga

Elanike tunnetuslik rahulolu turismiga peegeldab kokkuvõtlikult seda, kuidas kohaliku kogukonna liikmed hindavad turismi üldist mõju oma igapäevaelule ja elukeskkonnale. Mõõde kajastab tasakaalu elanike kogetud hüvede – näiteks majanduslike võimaluste, paremate teenuste ja kultuurilise elujõulisuse – ning võimalike puuduste, sealhulgas ülerahvastatuse, kasvavate kulude või keskkonnakoormuse vahel. (Cottrell jt, 2013) Lisaks väljendab seda, mil määral on turismi areng kooskõlas kogukonna väärtustega, aitab kaasa elukvaliteedile ja säilitab kohaliku toetuse turismile. Kõrge elanike rahulolu näitab, et turismi juhitakse ja arendatakse vastutustundlikult ja seda tajutakse kogukonnale kasulikuna. Samas annab madalam rahulolu märku võimalikest konfliktidest või tasakaalustamatusest, mis vajavad sihtkohaorganisatsiooni ja omavalitsuse sekkumist.

Turismiga seotud tunnetuslik rahulolu on üldiselt kõrge. Küllastajatesse suhtusid positiivselt 93%, oma kodukandi küllastamist soovitasid 88%, turismiarendamist kodukandis toetasid 87% ning turismi üldist positiivset mõju tajusid 84% vastajatest.



Joonis 7. Tunnetuslik rahulolu turismiga. (n=488; m=keskmine hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Madalam rahulolu avaldus nii turismi arendamise (51%) kui ka elanike arvamuse arvestamise osas (35%), kuid nende väidete puhul oli ka kõhklevaid vastuseid („nii ja naa“) – vastavalt 21% ja 28%. Mõlema väite puhul oli 18% vastajaid, kes väljendasid rahulolematust nii turismi arendamise kui ka elanike arvamuse arvestamisega.

Maakondlikult oli tunnetuslik rahulolu väiksem Põlvemaal, kus 32% (n=66) vastajatest ei olnud rahul turismi arendamisega nende kodukandis, vanusegruppide lõikes olid teistest vähem sellega rahul 26–40-aastased (22%, n=129) ja 56–64-aastased (24%, n=98).

Tulemustele tuginedes saab **peamiste järeldustena tunnetusliku rahulolu mõõtmises** välja tuua järgmist:

- Elanike hoiak turismi suhtes on väga positiivne, külastajatesse suhtutakse heatahtlikult ning turismi arengut toetatakse. Seega on turism elanike jaoks hinnatud ja soovitud tegevusvaldkond ning selles nähakse positiivset mõju.
- Hinnang turismi kasule on tugevam kui hinnang turismi arendamise kvaliteedile. See võib viidata nii elanike ootuste ja tegelikkuse erinevusele kui ka sellele, et arendustegevused ei ole kõigile ühtmoodi arusaadavad.
- Suurim ebakindlus peegeldub elanike arvamuse arvestamise osas, paljud kas ei usu, et elanikega päriselt arvestatakse või puudub neil kogemus ja teadmine.

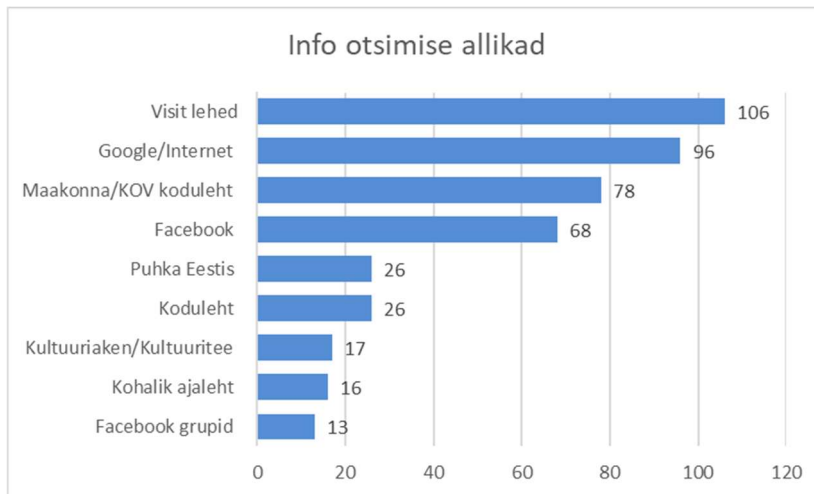
Kokkuvõttes saab öelda, et turismiarendus ei ole elanikele ühtlaselt nähtav, mõnedes piirkondades tajutakse seda selgemini, teistes nõrgemalt või vastuolulisemalt. Sotsiaalne toetus turismile (*social licence to operate*) tugev, kuid kindlustunne juhtimise ja kaasamise osas on pigem madalam. Turismi toetatakse, ent arendamise protsessi ja elanike hääle rolli tajutakse pigem nõrgemalt või ebaselgelt.

3) Turismiga seotud aktuaalsed teemad

Elanike kaasamist turismiarendusse toetab nende teadlikkus turismisektoris toimuvast ning informeeritus kohalikest turismiarendustest, samuti võimalus kaasa rääkida aktuaalsetel teemadel, mis puudutavad nende heaolu ja elukeskkonda. Seetõttu uuriti osalejatelt, millistest infokanalitest nad otsivad turismi ja turismiarendusega seonduvat infot ning milliseid on hetkel nende jaoks kõige kriitilisemad turismiga seonduvad teemad.

Vastajate enamus (71%) teadis, millistest infokanalitest saab otsida turismiinfot enda kodukandi kohta. Enim mainitud info otsimise kanalid olid sihtkohtade Visit-lehed, Google ja Internet, maakonna ja/või kohaliku omavalitsuse koduleht ning Facebook.

Infot otsitakse ka Puhka Eesti lehelt ning ettevõtete/piirkondade kodulehtedelt, tuntud olid ka Tartu ja Lõuna-Eesti Kultuuriaken ja Kultuuritee (vt joonis 8).



Joonis 8. Turismi ja turismiarendusega seonduva info otsimise allikad

Infot otsitakse ka kohalikest ajalehtedest, sotsiaalmeediast, sh nii omavalitsuste kui ka objektide/sündmuste Facebooki lehtedelt. Lisaks märgiti info otsimise kanalitena Riigimetsa Majandamise Keskuse alamlehte Loodusega Koos, Booking.com-i, Instagrami, tehisaru, Google Maps-i ja Maa-ameti geoportaali, reklaamtrükiseid, aga infot saadakse ka sõpradelt ja võrgustike kaudu.

Elanikelt küsiti nii suve- kui ka talvehooaja järgselt, milliseid on hetkel nende jaoks kõige kriitilisemad turismiga seonduvad teemad. Suvehooaja järgselt laekunud vastuste põhjal kujunes välja seitse laiemat teemakategooriat.

Juhtimine ja koostöö

Juhiti tähelepanu vajadusele seada turismiarendus omavalitsustes prioriteediks, kujundada ühtne visioon ja arendada turismi järjepidevalt, projektipõhisuse asemel oodatakse püsivamat, sihipärast eestvedamist („*Turismiga tuleb tegelda, mitte oodata, et keegi kogemata meid leiab*“). Esines kriitikat juhtimisstiili, poliitiliste pingete ja koostöö puudulikkuse kohta („...*uute ideede nappus, visiooni puudumine ja üldine passiivsus / vaja on visionääri...*“), sh märkusi turismiasjaliste võrgustike nõrkusest ning vajadusest siduda ettevõtjad, MTÜd, kogukonnad ja KOV ühiseks tegutsemiseks („...*puudub ühendav organisatsioon või õigemini koostöö on väga nõrk...*“). Toodi ka positiivseid näited arenduste järjepidevuse ja hea maine

hoidmise kohta ning rõhutati, et tugevad võrgustikud on järjepidevuse hoidmisel kriitilise tähtsusega.

Turundus, info ja kommunikatsioon

Paljud vastajad kirjeldasid, et info on killustunud või raskesti leitav ning turismiinfo peaks olema nähtavam nii kohapeal (stendid, kaardid, viidad) kui ka digitaalsel kujul ning väiksemate turismiettevõtete kodulehed vajaksid kaasajastamist. Mainiti vajadust turunduse strateegilise vaate ja ühtse kommunikatsiooni järele (sh professionaalne kujundus, selge sõnum), ka rahvusvahelise kommunikatsiooni ja võõrkeelsete materjalide/siltide olulisust. Samas märgiti ka, et infot on veebis palju ning küsimus on pigem selle kättesaadavuses ja koondatuses. Väljendati vajadust füüsiliste turismiinfopunktide järele.

Taristu ja ligipääs

Juhiti tähelepanu nii teede kui ka radade seisukorrale (matkarajad, nende hooldus ja heakord), samuti liikuvusele ja ligipääsetavusele. Märkusi tehti ühistranspordi graafiku ja sihtpunktide hõreduse, parkimiskorralduse, rannalõikude ja randumiskohtade korrastamise vajaduse kohta, eraldi teemana tõsteti esile ligipääsetavus erivajadustega inimestele. Mitmed pakutud konkreetsete lahendused olid seotud kindlate paikadega: kergliiklustee ümber Kubija järve, Puurmani mõisapargi korda tegemine, kallasradade ja veeskamiskohtade rajamine Emajõel, Pühajärvel ja Peipsil, avalike puhkealade arendamine, Võru-Riia bussiliini avamine, elektriautode laadijate läbimõeldud paigutus, veeturvalisuse suurendamine jm. Positiivselt mainiti olemasolevaid häid asukohti ja taristuelemente (nt autode laadimispunkt Värskas).

Pakkumine ja teenused

Teenuste ja pakkumise teemades rõhutati nii külastuskohtade nappust mõnes piirkonnas kui ka paiga kasutamata potentsiaali (loodus- ja pärandobjektid, sadamad, maastikud). Märgiti vajadust mitmekesistada tegevusi, eriti laste ja noorte jaoks, rajada spaakeskus Võrru ja luua võimalus kohaliku käsitöö müügiks Valga vallas. Soovitati parandada teenuste kättesaadavust tavapärasel ajal (mitte ainult suurürituste ajal), kirjeldati olukordi, kus külastaja küll tuleb, kuid kohapeal on vähe võimalusi raha kulutada (suletud infopunktid/teenused). Tunti muret, et turismi

edendamiseks kulutatud summad ei tooda tegelikult lisaväärtust tagasi. Tõdeti ka seda, et mõnes kohas on pigem ürituste üleküllus.

Keskkond ja loodushoid

Vastajad tundsid muret reostuse ja prügistamise, looduspaikade ja matkaradade ebapiisava hoolduse üle. Sooviti näha paremaid lahendusi nii külastajavoogude suunamisel, prügikastide paigutamisel ja tühendamisel kui ka matkaradade ja kallasradade läbitavusel. Vastajate arvates on puhas loodus ja rahu piirkonna võtmeväärtused ning looduskeskkonda nähakse turismiarenduses keskse ressursina, ka elanikud ise teevad pingutusi prügi kõrvaldamiseks keskkonnast. Leiti veel, et kui liiga palju loodusalasid jäetakse hooldamata eesmärgiga olla rohelised, siis kitsendab see piirkonna väärtuslike maastike nägemist ja kasutamist.

Majandus, hinnad ja regulatsioon

Paljudest vastustest peegeldus mure kõrgete hindade pärast, puhkamine ja piletihinnad on paljude jaoks kõrged ning see mõjutab valikuid, eriti perega liikudes. Kõlas ka arvamus, et teised ettevõtlusvaldkonnad on turismi arendamise varju jäänud, samas kui turism kasvatab piirkonna majandusjõukust vähe ning on töökohtade mõttes madalalpalgaline. Leiti, et turismis on vajadus rahastuse ja toetuskeemide järele ning projektitaotluste lihtsustamiseks, eriti väiksemates omavalitsustes (*„...projektide kirjutamine ja rahastuse toetuse otsimine võiks olla kuidagi lihtsustatud väiksemate omavalitsuste turismi edendamiseks...“*). Regulatsioonide ja maksustamise osas mainiti ootust stabiilsusele (majutuse ja toitlustuse puhul) ja arusaadavale riiklikule toele regionaalarengus (*„...majutuse käibemaks tuleb alandada, ettevõtjatel on niigi raske kasumisse jõuda.“*; *„...riigi panustamine piirialadele on ääretult väike...“*). Oodatakse, et *„riik annaks turismi ettevõtjatele kindlustunde, et on huvitatud regionaalarengust ning turism on oluline valdkond ning visiitkaart“* ning *„turismi pikk vaade oleks ka Eesti riigi pika vaatega kooskõlas mitte ei sõidetaks ettevõtjatest ja kohalikest inimestest üle nagu seda praegu on tehtud näiteks Nursipalu näitel.“*

Turvalisus ja geopoliitika

Vastajad leidsid, et sõjaohu pidev kommunikatsioon võib mõjutada sihtkoha külastatavust, mainiti riigikaitsega seotud kohalikke mõjusid kui turismi seisukohalt kriitilist taustategurit.

Nursipaluga seonduvad teemad

Võrumaal elavate vastajate käest uuriti lisaks, kuidas piiri lähedus ja piiritsoon on mõjutanud turismi arengut piirkonnas, milline on liitlasvägede kohalviibimisest tulenev kasu või kahju turismisektorile ning kuidas riigi kaitsevõimekuse tugevdamine on neid endid mõjutanud. Vastustest selgus, et liitlasvägede ja riigikaitse kohalolek annab piiriäärses piirkonnas turvatunnet ja kindlust (*„...tänu piirivalvele on meil kindlasti palju turvalisem“*). Osa elanikke näeb ka kaudset majanduslikku kasu kohalike teenuste tarbimise kaudu, eriti toidlustus, kauplused, takso (*„Liitlasvägede inimesed on toidlustuskohtade külalised, samuti pakuvad lisateenistust mõnedele matkaettevõtetele“*), pigem aga tajutakse seda igapäevase tarbimisena kui klassikalise turisminõudlusena. Vastuseisu põhjuseks on peamiselt harjutusväljakute tajutav mõju: müra ja paugutamine (*„isegi Võru kesklinnas on paugutamist kuulda, mis on väga hirmutav...“*; *elukeskkonna rahu vähenemine*; *„...mõjutab negatiivselt / tekitab sõjaksvalmistumise õhkkonna“*), looduse kahjustumine ning hirm, et piirkonna kuvand nihkub rahulikust looduspaigast militaarse taustaga alaks (*„...mürarikas militaarelu ei toeta ei turismi ega elukeskkonda ei kuidagi..“*; *„kui harjutusväljakult tulev müra läheb järjest suuremaks, siis vaikuse ja rahu otsijad asenduvad militaarturistidega...“*).

Mitmed vastajad seostasid piiri läheduse ja sõja/riigikaitse fooni tõttu turistide arvu vähenemist: väliskülalised, ja osalt ka siseturistid, kardavad piiriäärset piirkonda, ei liigu Tartust edasi või loobuvad Setomaa/Saatse suunast. Vastajad märkisid ka broneeringute katkemist või klientide kadumist (*„...halvanud täielikult / sõja algusest on Booking.com-i kliendivoog lõppenud...“*). Sõjaväe kohalolu (paugud, sõidukid, õppused) loovat sõjaks-valmistumise tunde, mis ei soosi puhkuse- ja lõõgastuskogemust.

Suurimateks murekohtadeks olid turismitegevuse vähenemine ja klientide kadu seoses hirmuga piiriläheduse ees, Nursipalu laienemine ja lahingharjutuste mõju elukeskkonnale (müra, hirm) (*„...Setomaa piiriehitused ja pidev tähelepanu on halvendanud külastatavust...“*; *„...turiste on tunduvalt vähem...“*; *„pigem kardetakse meie piirkonda reisida“*).

Mitmed aga leidsid, et piiritsooni lähedus (nt Saatse saabas, piiripostid) tekitab huvi ja küsimusi ning osa külastajaid peab seda eksootiliseks kogemuseks – *„paljudele on*

Saatse saapast läbisõitmine elamus ja eksootika“. Mainiti, et „piirilähedus toob kliente“ ning lätlasi on piirkonnas (sh spaades ja kauplustes, spordivõistlustel) rohkem või vähemalt on see sihtrühm nähtavam, mis tasakaalustab vähenenud teisi külastajavooge. Arvati, et olukorda saab ja võiks rohkem turismi heaks ära kasutada: „*Liitlasvägede tegevust võiks kasutada ära linna hüvanguks... turism võiks majanduslikkus mõttes kasu tuua*“.

Vastustest käis läbi ka usalduse ja õiglustunde küsimus, tajutakse, et piirkonna suund muutus üleöö, ilma hoiatamata, ning see on vähendanud usaldust riigi vastu („*kui me olemegi proovinud läbi rääkida või kuidagi rahu poole püüelda, siis sellekohane meediakajastus on küll null...*“). Riik on küll teostanud keskkonnauuringuid ja võtnud kasutusele leevendusmeetmeid (sh müratoetused eluruumide müra/vibratsiooni vähendamiseks), kuid avalikus arutelus püsib pinge kaitsevõime vajaduse, kohaliku elukeskkonna ja turismiväärtuste vahel („...*kas see, mis Nursipalu laiendamise käigus kohalike elanike ja põlistaludega tehakse, ikka tugevdab riigi kaitsevõimet või kohaliku rahva kaitsetahet...*“; „*aastaid räägiti Lõuna-Eestist, kui turismimagnetist... investeerisime, ehitasime, hoidsime loodust, plaanisime tulevikku... üleöö muutus riigi strateegia ning tegemist on nüüd sõjalise piirkonnaga... see toimus ilma igasuguse hoiatamiseta...*“).

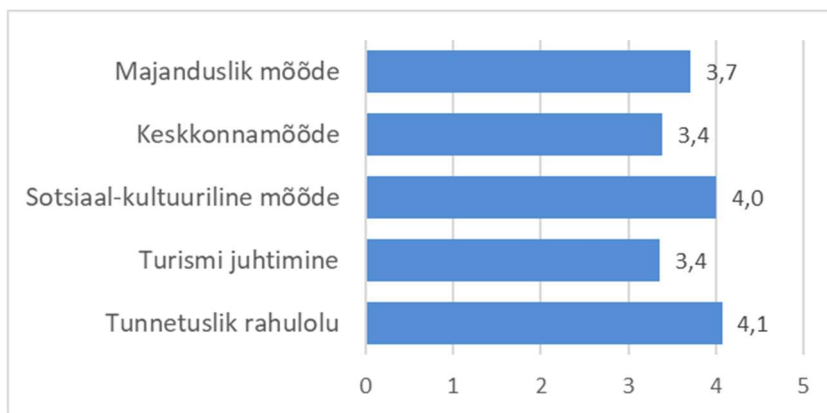
Kokkuvõtvalt saab öelda, et vastajate tajud on vastandlikud – julgeolek ja turvatunne on olulised, kuid samal ajal kardetakse negatiivset mõju elukeskkonnale ning turismi põhiväärtustele (vaikus, loodus, lõõgastus).

Üldine tunnetuslik rahulolu turismiga

Elanike rahulolu turistide kohaloleku ja turismiga nende kodukohas, samuti nende toetus turismi arengule on oluliseks osaks turismipiirkonna edukal arendamisel ja kuvandi loomisel. Sealjuures kujundavad elanike rahulolu turismiga kõik kestlikkuse mõõtmed, milleks on keskkonna-, majanduslik, sotsiaal-kultuuriline ja institutsionaalne mõõde (Cottrell jt, 2013). Kui institutsionaalse mõõtme fookus on sotsiaalsel kapitalil, sealhulgas ühiskondlikel institutsioonidel, valitsusorganisatsioonidel, inimeste vahelistel suhetel, kaasavatel planeerimisprotsessidel, partnerlussuhetel, koostööl ja võimuhetel, siis sotsiaal-kultuuriline mõõde käsitleb kohaliku elanikku ja nende teadlikkust, kogemusi, teadmisi, oskuseid ja käitumist kui sihtkoha arendamise

ressurssi. Keskkonnamõõde on seotud loodusväärtuste, taastuvate ja taastumatute ressursside olukorra tajumisega, samuti turistide keskkonnakäitumise ja selle võimaldamisega sihtkohas. Majanduslik mõõde aga hõlmab piirkondlikku majanduslikku tulu, sealhulgas elanike materiaalsel heaolu, tööhõivet ja sissetulekut.

Eeltoodud tulemuste ja järelduste üldistamiseks ning visuaalseks esitluseks leiti teemagruppide põhiselt väidete aritmeetilised keskmised, mis võimaldavad nii eelnevaid kui tulevasi uuringuid võrrelda (vt joonis 9). Aritmeetilise keskmise arvutamisel võeti aluseks vastajate antud hinnangud 5-palli skaalal, kus 5 vastab vastusele „Nõustun täiesti“ ja 1 vastusele „Ei nõustu üldse“.



Joonis 9. Elanike keskmine rahulolu turismiga Lõuna-Eesti turismiorganisatsiooni piirkonnas (indikatiivne).

Arvutused näitavad kõrget tunnetuslikku rahulolu ($m=4,1$ viiepalli skaalal) ning rahulolu sotsiaal-kultuurilises mõõtmes ($m=4,0$), viidates elanike positiivsele hoiakule turismi suhtes. See tähendab muu hulgas seda, et külastajad on oodatud, turism aitab säilitada kohalikku kultuuri ja toetab muuseumite toimimist, elavdab elukeskkonda ning on paljude jaoks igapäevaelu normaalne osa. Hinnang majanduslikus mõõtmes ($m=3,7$) on samuti üle keskmise, mis tähendab, et töökohtade, ettevõtluse ja lisisissetuleku mõju tajutakse üsna selgelt. Mõnevõrra toovad hinnangut allapoole hinnateemad (teenused, kinnisvara), kuid turismi majandustegevusel on positiivne mõju elanike rahulolule. Keskmine hinnang 3,4 nii keskkonna- ja turismijuhtimise mõõtmes viitab pigem sellele, et nendes valdkondades on elanike kogemus segasem ja ebaühtlasem. Kuigi osa asju on elanike silmis pigem korras (nt vee kättesaadavus ja liikumise korraldus), tajutakse samas suurenenud keskkonnamoormust jäätmete näol ning ka looduses liikumise reeglite järgimise ja turismi keskkonnahoidliku

arendamise osas ollakse suures osas ebakindlad. Kuna elanike kaasamise ja turismi mõju jälgimise osas on paljudel vähene kogemus, toob see turismijuhtimise mõõtmes keskmise hinnangu allapoole.

Kokkuvõtvalt saab öelda, et elanike üldine toetus turismile on tugev ja suhtumine küllastajatesse lahke. Tunnetusliku rahulolu suurendamiseks vajavad tähelepanu need valdkonnad, kus mõju on kas kohapõhiselt ebaühtlane või protsessid vähem nähtavad (keskkonnakoormuse ja juhtimise/kaasamise teemad).

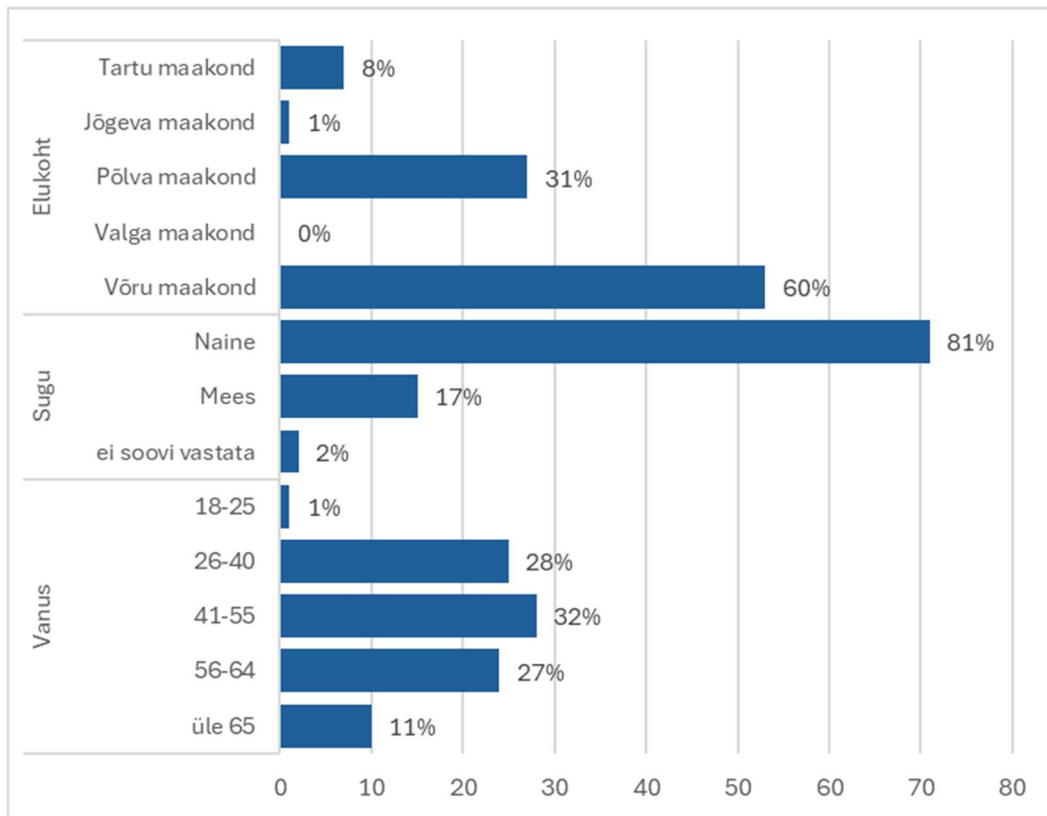
Talvehooaja järgse uuringu tulemused teemagruppide kaupa

Tulenevalt piirkonna looduslikest võimalustest, lume- ja maastikuoludest, pakutavate teenuste ning toimuvate sündmuste eripärast, on Lõuna-Eestis välja kujunenud kaks kõrghooaega – suvine ja talvine. Seetõttu viidi uuring läbi nii pärast suvehooega kui ka pärast talvehooaega, et teada saada elanike turismiga seonduvat rahulolu mõlema hooaja järgselt. Kui pärast suvehooaega läbi viidud küsitlus sisaldas küsimusi kõikide kestlikkuse prisma mõõdete kohta, siis pärast talvehooaega küsiti elanikelt uuringuväsimuse ennetamiseks vaid tunnetuslikku rahulolu ning kriitilisi turismiteemasid puudutavaid küsimusi.

1) Demograafilised andmed – vastajate profiil

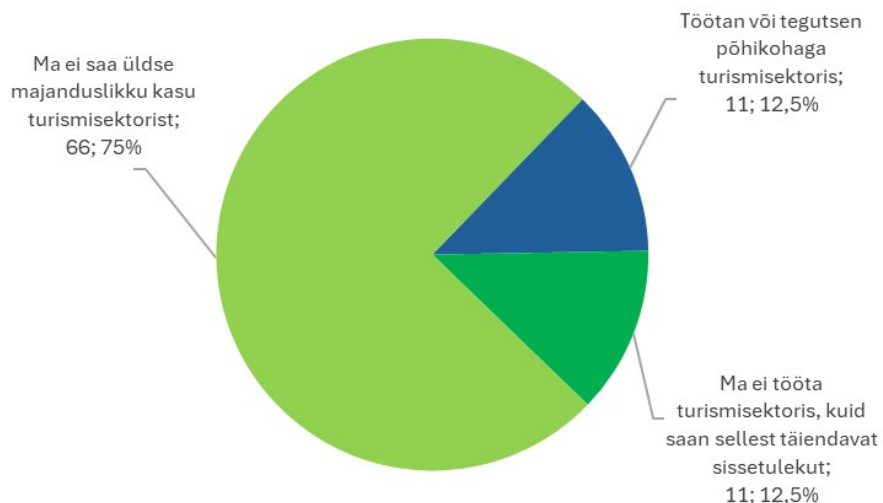
Vastajatelt laekus 505 ankeeti, millest 88 olid lõpuni täidetud. Vastuste geograafiline jaotus oli ebaühtlane, enim laekus vastuseid Võru maakonnast – 53, Põlva maakonnast laekus 27 täidetud ankeeti, Jõgevamaa ja Tartu maakond olid alaesindatud, Valga maakonnast ei laekunud ühtegi vastust (vt joonis 10).

Vanuselisel jagunesid vastajad enam-vähem võrdselt kolme vanuserühma vahel, vanimast vanusegrupist laekus 10 täidetud ankeeti, noorimas vanuserühmas oli esindatus puudulik. Sarnaselt sügisele oli vastajate seas rohkem naisi – 71%, seda peetakse sotsioloogiliste uuringute puhul tavapäraseks, kuna naised on alimad erinevates uuringutes osalema.



Joonis 10. Vastajate profiil pärast talvehooaega (n=88).

Enamik vastajaid (75%) ei saa majanduslikku kasu turismisektorist, 12,5% töötab või tegutseb põhikohaga turismisektoris ning samapalju saavad selles täiendavat sissetulekut (vt joonis 11). Selline jaotus on sarnane suvehooajajärgse jaotusega.



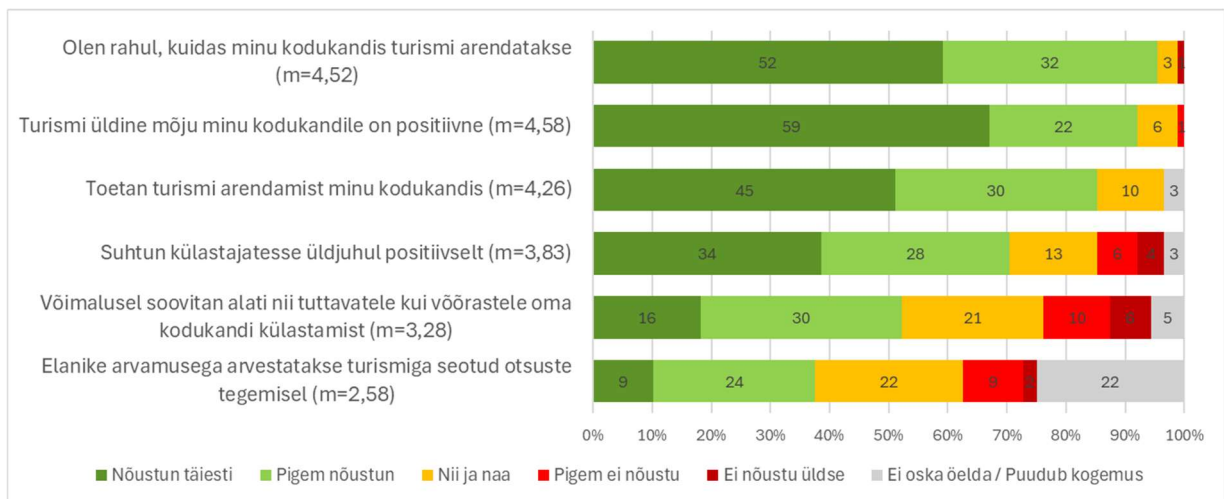
Joonis 11. Ankeetküsitluses osalejate majanduslik seotus turismisektoriga (n=88).

Vabavastustest selgub, et talvised suursündmused, eriti sellised spordiüritused nagu Haanja ja Tartu maraton, on üldiselt toredad ja oodatud („*üritused on ikka toredad, ei meenu soovimatut talvesündmust*“). Need toovad piirkonda vaheldust ning inimesi ja elavdavad kohaliku elu. Vastajate sõnul on ürituste mõju pigem positiivne, kuid lühiajaline („...*tegemist on kiiresti mööduva külustusvooga*“). Üritused on vastajate hinnangul toredad, kuid ei mõjuta neid isiklikult, tihtipeale neil ei osaleta („...*mõjutab emotsionaalselt, hea, et toimub, osalenud ei ole...*“). Paljud ei osanud talviseid suursündmusi nimetada või leidsid, et nende piirkonnas neid napib ning seetõttu jääb nende mõju tagasihoidlikuks. Mõnes vastuses tuuakse välja, et suuremad üritused toimuvad nende kodukohast kaugel ja see teeb osalemise keeruliseks. Ühel juhul märgiti, et sündmus muutus meeldivamaks pärast seda, kui helivõimendus ei olnud enam nii vali.

2) Elanike tunnetuslik rahulolu

Talvehooaja järgne küsitlus sisaldas tunnetuslikku rahulolu küsimusi. Elanike tunnetuslik rahulolu turismiga peegeldab kokkuvõtlikult seda, kuidas kohaliku kogukonna liikmed hindavad turismi üldist mõju oma igapäevaelule ja elukeskkonnale. Mõõde kajastab tasakaalu elanike kogetud hüvede – näiteks majanduslike võimaluste, paremate teenuste ja kultuurilise elujõulisuse – ning võimalike puuduste, sealhulgas ülerahvastatuse, kasvavate kulude või keskkonnakoormuse vahel. (Cottrell jt, 2013) Lisaks väljendab seda, mil määral on turismi areng kooskõlas kogukonna väärtustega, aitab kaasa elukvaliteedile ja säilitab kohaliku toetuse turismile. Kõrge elanike rahulolu näitab, et turismi juhitakse ja arendatakse vastutustundlikult ja seda tajutakse kogukonnale kasulikuna. Samas annab madalam rahulolu märku võimalikest konfliktidest või tasakaalustamatusest, mis vajavad sihtkohaorganisatsiooni ja omavalitsuse sekkumist.

Talvejärgne hinnang näitab, et elanike üldine hoiak turismi suhtes püsib ka pärast talvehooaega positiivne. 92% vastajatest nõustus, et turism on kodukandile kasulik ning 85% vastajatest toetab turismi arendamist. Samas on 96% rahul sellega, kuidas turismi nende kodukandis arendatakse. Küllastajatesse suhtumise puhul on küll ülekaalus positiivne suhtumine, kuid 15% vastajatest jääb ka ebalevale seisukohale või väljendab rahulolematust (11%), ka kodukandi soovitamisel turistidele leidub kõhklejaid (24%). (vt joonis 13)



Joonis 13. Tunnetuslik rahulolu turismiga pärast talvehooaega. (n=88; m=keskmine hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Teistest hinnangutest madalamaks jääb hinnang väitele, et elanike arvamusega arvestatakse turismiga seotud otsuste tegemisel. Hinnangute nii ja naa ning ei oska öelda / puudub kogemus osakaal on mõlemal juhul 25%. Üldjoontes aga peegeldub kõrge toetus turismile ja positiivne üldine hoiak, kuigi kaasamise osas on hinnangud madalamad.

3) Turismiga seotud aktuaalsed teemad

Vabavastuseid kriitiliste turismiteemade kohta laekus pärast talvehooaega enim Võrumaalt – 25, esile tulid märksõnad hooajalisus ja ebastabiilne nõudlus. Mitmed vastajad rõhutasid, et suvi on liiga lühike ning ilma tugeva suvehooajata on keeruline talviseid teenuseid ja püsivat toimimist üleval hoida. Samas kirjeldati siseturistide vähesust ja üldisemat tunnetust, et turism on piirkonnas tahaplaanile jäänud ning „*potentsiaali on rohkesti, aga see on alakasutatud*“, sest info ja turundussõnumid ei jõua sihtrühmadeni õigel ajal. Korduvalt mainiti vajadust rohkemate talviste ürituste, matkade ja kultuurisündmuste järele ning talvise turismi tugisammaste (Haanja suusakeskus, muuseumid ja külustuskeskused) tegevuste toetamist. Teenuste osas märgiti „*...turismiasutuste (just majutuse osa) kaasajastamise vajadust...*“ ning talvehooajal saadavuse vajadust („*...talvel viitsi keegi tegeleda kütmisega...*“), külastaja hinnatundlikkuse suurenemist ning praktilisi takistusi (talvine valmisolek/paindlikkus, parkimine ja looduses juurdepääsetavus eri sihtrühmadele). Lisaks nähti parendusvõimalusi omavalitsuste ja valdade vahelises koostöös

(„...erinevad piirkonnad, vallad peavad omavahel võitlust, konkureerivad...“), mis tuleks hooajavälisel ajal kasuks kõikidele osapooltele. Tehti ettepanek kasutada rohkem papa Kreutzwaldi ainet (lugusid ja muinasjutte) Võru linna esiletoomiseks, luua võimalusi Rogosi mõisa külastamiseks ning korraldada hansa (jook) suvepäevad. Lisaks leiti, et „*sporti ja liikumist peaks turismiarenduses valdkonnana rohkem nägema ja kaasama... tihti tundub see ununevat*“).

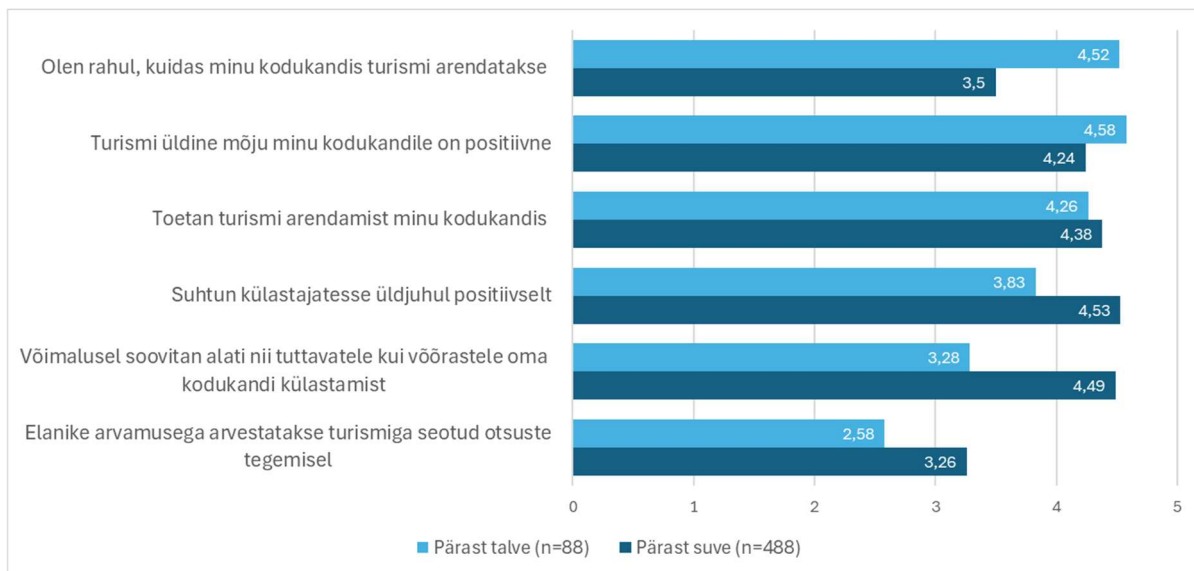
Põlvamaalt laekunud kaheksa vastuse põhjal selgub, et omavalitsuse ja ettevõtjate parem koostöö annaks paremaid tulemusi („*oluline on, et KOV teeks ettevõtjatega koostööd ja oluliste teemade osas oleks avalik arutelu*.“). Üritusi võiks olla rohkem, samuti „*peaks turismi ka kuidagi uue pilguga arendama... julgemalt ja innovaatilisemalt*“, kuid nende teostamine vajab rahastust. Leiti, et „*piirkonnas puudub fookus, et millisele peamisele eesmärgile piirkond keskendub*“ ning „*kõike arendades jääb ilmselt puudu nii inimestest kui ka rahast*“. Märgiti ka, et „*pole piisavalt reklaamitud, võiks olla teavet meedias rohkem*“.

Üksikutest vastustest selgus, et reklaam on vähene (Jõgeva maakond), võiks olla „*rohkem süsteemset turismi arendamist ning toetust uute turismiatraktsioonide loomisele, et piirkonna potentsiaali külastajatele paremini avada*“ (Kambja) ja paremini leitav info talviste suusaradade kohta (Tartu), piirkonnas võiks toimuda ka rohkem suurüritusi (Tartu).

Valimi koosseis peegeldab pigem ühe piirkonna spetsiifilist turismitaju (sh ka kriitilisemaid hinnanguid kaasamisele). Väike ja ebaühtlane vastajate arv viitab tõenäoliselt osalusbarjäärile (uuringuväsimus või kehvem jõudmine sihtrühmadeni). Kokkuvõtvalt saab talvehooaja järgse küsitluse tulemuste põhjal järeldada:

- Kuigi üldine hoiak turismi suhtes on pigem toetav, ei ole paljud valmis soovitama oma kodukandi külastamist teistele.
- Elanikel napib teadmist, kuidas nende arvamusega turismiarenduses arvestatakse ning üldist rahulolu võib vähendada isikliku rolli ja mõju mittetajumine.
- Talvised suurüritused on elanike jaoks meeldivad, kuid nende mõju tajutakse lühiajalisena ja kaudsena, sündmused annavad ajutist emotsionaalset laengut, kuid ei pruugi kujundada püsivat rahulolu- või kaasatustunnet aastaringelt.

Suve- ja talvejärgse tunnetusliku rahulolu võrdlus on tõlgendatav piirangutega, sest valimid on väga erinevad. Pärast talve oli vastajaid oluliselt vähem ning domineerivad eeskätt Võrumaa vastajate hääled – seega ei ole talvejärgsed tulemused võrreldavad suvejärgsetega ning ei ole üldistavad kogu piirkonnale. (vt joonis 14)



Joonis 14. Suvejärgse ja talvejärgse hooaja tunnetusliku rahulolu võrdlus.

Keskmise hinnangu järgi on üldine rahulolu turismi arendamisega ja turismi positiivse mõju tajumine talvejärgselt kõrgem kui pärast suve. Samas aga suhtumine küllastajatesse, kodukandi soovitamine ning tunne, et elanike arvamusega arvestatakse, madalam. Selle põhjuseks võib olla talveürituste koondumine konkreetsetesse kohtadesse, mistõttu osa vastajaid tajub turismi mõju ja arendust selgemalt. Samas võivad teised seostada talve rohkemate piirangutega (teenuste kättesaadavus ja ebastabiilsus, ilm/teed jm), mis vähendab valmisolekut soovitada piirkonna külastamist.

Ettepanekud

Ettepanekud on suunatud eeskätt Lõuna-Eesti sihtkohaorganisatsioonile, samuti ettevõtjatele ja teistele turismiasjalistele, kes panustavad piirkonna turismiarendusse. Tulemustest peegelduvad mitmed sihtkoha juhtimise ja arendamise tugevused, kuid soovitused lähtuvad uuringu järeldustes toodud peamistest kitsaskohtadest ja arendusvajadustest neljas mõõtmes – majanduslik, sotsiaal-kultuuriline, keskkonna- ja juhtimismõõde – ning on mõeldud praktiliseks sisendiks piirkondlike arendustegevuste ja koostöö kavandamisel.

Soovitustes on sünteesitud küsitluse tulemused ja vabavastustes esile kerkinud teemad ning lähtuvad rahvusvahelisest kogemusest väikesaartel ja tundlikes sihtkohtades (nt Šotimaa saared, Fääri saared, Uus-Meremaa regionaalsed sihtkohad). Fookuses on elanike rahulolu kasvatamine läbi nähtava kasu, parema juhtimise ja sisulise kaasamise. Ettepanekud ei ole reastatud pingeritta ning nende teostamisel tuleks lähtuda piirkondlikust kontekstist.

- Elanike hoiak turismi suhtes on positiivne, kuid turismi arendamise ja elanike arvamuse arvestamise puhul on ka kõhklusi. Paljud elanikud ei taju, et neil oleks võimalik turismialastes otsustes kaasa rääkida, ning otsustusprotsessid jäävad sageli kaugeks. Selle leevendamiseks ja kaasatuse tunde suurendamiseks võiks kaaluda elanike varajast kaasamist enne otsuste tegemist, järjepideva tagasiside andmise ja küsimise protsessi väljatöötamist ja rakendamist ning lihtsate osalusvõimaluste loomist – kiired ja aktuaalsete teemade digiküsitlused, piirkondlikud aruteluringid, nn avatud uste päevad sihtkohaorganisatsioonis vm. See võimaldab vähendada tunnet, et otsused sünnivad kusagil mujal ja toetada usaldust turismiarenduse vastu.
- Elanikud tajuvad turismi keskkonnakoormust, eriti jäätmetekke osas, ning hinnangud küllastajate käitumise kohta looduses liikudes on ebaühtlased. Soovitav on vaadata üle olemasolevad juhised küllastajale ning vajadusel kujundada ühtne ja selgelt äratuntav „vastutustundliku küllastaja“ käitumisraamistik (lihtsad sõnumid ja ootused), mida kasutatakse sihtkohas järjepidevalt eri kanalites ja kohtades.
- Terviklikuma küllastuskogemuse ja killustatuse vähendamiseks tuleks tähelepanu pöörata ettevõtjate, omavalitsuste ja kogukondade koostöö tugevdamisele (nt koordineeritud tegevused, ühised sündmuste kalendrid, partnerlusprojektid, ühiselt arendatud turismipaketid vms).
- Piirilähedus ning geopoliitiline olukord võib mõjutada nii elanike turvatunnet kui ka piirkonna kuvandit ning küllastajate liikumist. Soovituslik on hoida rahulikku ja faktipõhist kommunikatsiooni, vältida ärevuse võimendamist ning toetada usaldust ja tasakaalutunnet.
- Toetada turismi tasakaalustatud, kvaliteedil põhinevat ning lisaväärtust loovat arengut, vältides liigset koormust nii loodus- kui elukeskkonnale. Võimalusteks on küllastusvoogude parem hajutamine suursündmuste ajal ning praktilisemate

juhiste loomine ürituste korraldajatele, et vähendada müra, prügi ja liikluskorraldusega seotud häiringuid.

- Osa elanikke ei taju, et turistile suunatud teenused ja üritused on kasutamiseks ka neile. Julgemalt võiks välja tuua turismi kui kogukonna ressursi rolli ning siduda turismiteenused ja sündmused nähtavamalt kohalike igapäevaste huvidega (kultuur, sport, vaba aeg).
- Suunata rohkem tähelepanu turismijuhtimise selgusele ja läbipaistvusele, et suurendada usaldust nii kogukonna kui ka partnerite seas. Seda saab toetada selge kommunikatsiooni, otsuste kujunemise läbipaistvuse ning saavutatud tulemuste järjepideva kommuniqueerimisega.
- Leida võimalusi ettevõtete võimestamiseks ja koostöö suurendamiseks, kuna turismi piirkonna terviklikus arengus on ettevõtjatel ja ettevõtetel arvestatav roll. Toetada innovatsiooni soodustavaid algatusi, jagada praktilisi kogemusi ja häid näiteid, innustada piirkonnaüleste pakkumiste arendamist jms, sest ettevõtjate parem toimetulek ja mitmekesisem teenusepakkumine toetavad nii kohalike elanike rahulolu kui sihtkoha positiivset kuvandit tervikuna.

Uuringu piirangud ja edasised uuringu läbiviimise soovitus

Kuigi valimi suurus ja struktuur võimaldavad teha üldistusi elanike turismiga rahulolu kohta, tuleb siinse uuringu tulemuste tõlgendamisel arvestada mõningate piirangutega, mis võivad mõjutada andmete üldistatavust ja tõlgendussügavust. Valim ei olnud vanuse, soo ega elukoha osas täielikult proportsionaalne piirkonna tegeliku elanikkonnaga, mistõttu peegeldavad tulemused eeskätt nende inimeste hinnanguid, kes küsitlusele vastasid. Tartu linna ja maakonna esindatus ei ole proportsionaalne teiste maakondadega, seega tulemused ei peegelda Tartu linna ja maakonna elanike arvamust. Samas on positiivne see, et kõlanud on piiriäärsete sihtkohtade elanike hääl. Naiste osakaal vastajate seas on suurem kui üldkogumis, mis võib mõjutada tulemuste rõhuasetusi. Vastajate seas on ülekaalus need, kes turismist majanduslikku kasu ei saa, seega on turismiettevõtjate ja praktikute vaade vähem esindatud.

Kuna osalemine oli vabatahtlik, võisid uuringus aktiivsemalt osaleda elanikud, kellel on turismiga seotud teemade suhtes tugevam aramus, mis võib mõningal määral rõhutada rahulolevamaid või kriitilisemaid seisukohti. Kuna hinnangud põhinevad

elanike tajudel, väljendavad tulemused eelkõige nende subjektiivset arusaama turismi mõjust, mitte otsest või objektiivselt mõõdetud mõju majandusele, keskkonnale või kogukonnale. Kogutud andmed kirjeldavad vastajate seisukohti uuringu toimumise perioodil, mistõttu võivad hinnangud erineda sõltuvalt aastaajast, uuringu perioodil elukoha lähedal toimunud sündmusest või muudest teguritest. Kvantitatiivne lähenemine võimaldab tuvastada laiemad mustrid ja suhtumiste tasemed, kuid ei pruugi põhjalikult avada hoiakute põhjuseid. Kuigi vabavastused lisasid uuringule piisavat konteksti, võimaldaksid intervjuud või fookusgrupid mõista hinnangute põhjuseid.

Turismist tingitud rahulolu kujundab ka elukoha kaugus või lähedus turismiobjektist või sündmusest. Seetõttu on edaspidi soovituslik täpsustada elanike ruumilist lähedust turismile, kasutades näiteks 1–10 skaalat elukoha kauguse hindamiseks peamistest turismiobjektidest või -piirkondadest. See võimaldaks paremini analüüsida, kas ja kuidas erineb turismi tajumine neil elanikel, kes elavad külustuskoormuse suhtes vahetus läheduses, võrreldes nendega, kelle igapäevaelu turism vähem mõjutab.

Elanike rahulolu dünaamika paremaks jälgimiseks ja ajaliseks võrdlemiseks on soovituslik iga-aastaselt rakendada lühemat küsitluse versiooni, mis keskendub eelkõige tunnetuslikule rahulolule, lisades juurde ühe avatud küsimuse, mis aitab tabada võimalike rahulolu muutuste põhjuseid. See vähendaks ka vastajate koormust.

Pikemas küsimustikus on soovitatav lisada igale kestlikkuse mõõtmele vabatahtliku täpsustava küsimus (nt „Mis on peamine põhjus, miks Te nii arvate?“), et vastaja saaks vastava teema juures ka oma hinnangut selgitada.

Lisad

Lisa 1 Küsitlusankeet A

Suvehooajajärgne ankeet

Mida Teie arvate turismist oma kodukohas?

Mida Teie arvate turismist oma kodukohas?

Lõuna-Eesti võlub külastajaid nii suviste kui talviste elamustega. Meie Lõuna-Eesti turismiklastrist soovime teada saada, mida teie kohalike elanikena arvate turismist ning kuidas olete rahul turismiarendusega oma kodukohas. Selleks viime läbi uuringu kohalike elanike seas nii pärast suve- kui ka pärast talvehooaja lõppu.

Küsimustiku täitmisega saate oma mõtteid ja kogemusi meiega jagada, samuti annate väärtusliku panuse turismi arendamisse oma kodukohas.

Küsimustik on anonüümne ja selle täitmine võtab aega umbes 15 minutit. Kõigi vastanute vahel, kes soovivad osaleda loosimises ja jätavad küsimustiku lõpus oma telefoninumbri, loosime välja vahvaid auhindu. Auhinnad on välja pannud:

Värskas Kuurortravikeskus
Pühajärve Paadisadam
Eesti Põllumajandusmuuseum
Palamuse O. Lutsu Kihelkonnakoolimuuseum
Kütioru keskus
Kalevipoja Koda
Teaduskeskus AHHA
A.Le Coq Õllemuuseum

Loosimised toimuvad nii pärast sügisese kui ka pärast talvise uuringu perioodi lõppemist. Võitjatega võtab telefoni teel ühendust Lõuna-Eesti turismiklastri esindaja.

Täname südamest kõiki vastajaid kaasamõtlemiss eest!

Uuring viiakse läbi kahel perioodil: pärast suvehooaega 16.septembrist kuni 26.oktoobrini 2025 ja pärast talvehooaega 15.jaanuarist kuni 28.veebruari 2026. Uuringut aitab läbi viia Tartu Ülikooli Pärnu kolledž.

A-osa

1. Kus on teie püsiv elukoht? *

Tartu maakond
Jõgeva maakond
Põlva maakond
Valga maakond
Võru maakond

2. Millise omavalitsuse haldusalasse jääb teie püsiv elukoht? *

Tartu maakond	Jõgeva maakond	Põlva maakond	Valga maakond	Võru maakond
Elva vald	Jõgeva vald	Kanepi vald	Otepää vald	Võru linn
Kambja vald	Mustvee vald	Põlva vald	Tõrva vald	Antsla vald
Kastre vald	Põltsamaa vald	Räpina vald	Valga vald	Rõuge vald
Luunja vald				Setomaa vald
Nõo vald				Võru vald
Peipsiääre vald				
Tartu vald				
Tartu linn				

3. Märkige oma sugu: *

Palun valige **ainult üks** järgnevatest:

- Naine
- Mees
- Ei soovi vastata

4. Palun märkige oma vanus täisaastates: *

5. Milline väide kehtib teie kohta kõige enam? * Palun valige ainult üks järgnevatest:

- Töötan või tegutsen põhikohaga turismisektoris (nt majutus, reisikorraldus, restoran, seikluspark, muuseum, korraldan näitusi/sündmusi vms; olen ise turismiettevõtja)
- Ma ei tööta turismisektoris, kuid saan sellest täiendavat sissetulekut (nt teen giidituure, müün käsitööd, pakun eramajutust vms)
- Ma ei saa üldse majanduslikku kasu turismisektorist
- Muu, palun täpsustage:

6. Palun nimetage mõni enda elukoha lähedal asuv paik, mida armastatakse külastada

.....

7. Kas oskaksite nimetada mõnda suursündmust (nt kontsert, rahvusvaheline spordivõistlus vm), mis toimub teie elukoha lähedal?

.....

8. Küsimus ainult Võru maakonna elanikele: Kuidas on teie arvates piiri lähedus ja piiritsoon mõjutanud turismi arengut piirkonnas? Kuidas teie kohaliku elanikuna tunnetate liitlasvägede kohalviibimisest tulenevat kasu või kahju turismisektorile? Kuidas riigi kaitsevõimekuse tugevdamine teid ennast on mõjutanud?

.....

B. osa. Kohaliku elaniku rahulolu turismiga

9. Turismi majanduslik mõju. Järgnevatele väidetele vastamisel palun lähtuge oma püsivast elukohast – kuidas te tunnetate olukorda oma elukohas. Palun valige kõige sobivam vastusevariant. *

	Nõustun täiesti	Pigem nõustun	Nii ja naa	Pigem ei nõustu	Ei nõustu üldse	Ei oska öelda / Puudub kogemus
Turism loob kohalikele töökohti						
Turism võimaldab teenida lisasissetulekuid kõrvaltegevuste kaudu (nt majutamine, käsitöö, giiditeenused)						
Turism elavdab ja laiendab kohaliku ettevõtluse valdkondi						
Turismi tõttu on maa ja kinnisvara hinnad tõusnud						
Turism põhjustab kaupade ja teenuste hindade tõusu						

10. Turismi mõju keskkonnale. Järgnevatele väidetele vastamisel palun lähtuge oma püsivast elukohast – kuidas te tunnetate olukorda oma elukohas. Palun valige kõige sobivam vastusevariant. *

	Nõustun täiesti	Pigem nõustun	Nii ja naa	Pigem ei nõustu	Ei nõustu üldse	Ei oska öelda / Puudub kogemus
Turism suurendab survet looduskeskkonnale						
Turismihooajal satub looduskeskkonda tavalisest rohkem jäätmeid						
Turismi tõttu esineb probleeme joogivee kättesaadavusega						
Turismi arendatakse looduskeskkonda kahjustamata						
Looduses liikumine on külastajate jaoks korraldatud (rajad, suunavad viidad, sildid jms)						

	Nõustun täiesti	Pigem nõustun	Nii ja naa	Pigem ei nõustu	Ei nõustu üldse	Ei oska öelda / Puudub kogemus
Külastajad järgivad looduskeskkonnas liikumise ja prügi käitlemise reegleid (käituvad vastutustundlikult, hoiavad loodust)						

11. Turismi sotsiaalne ja kultuuriline mõju. Järgnevatele väidetele vastamisel palun lähtuge oma püsivast elukohast – kuidas te tunnetate olukorda oma elukohas. Palun valige kõige sobivam vastusevariant. *

	Nõustun täiesti	Pigem nõustun	Nii ja naa	Pigem ei nõustu	Ei nõustu üldse	Ei oska öelda / Puudub kogemus
Turism aitab hoida ja väärtustada kohalikku kultuuripärandit						
Külastajate kohalolu ei sega minu igapäevaelu						
Külastajatele loodud teenused ja sündmused pakuvad mulle erinevaid meelelahutuslikke võimalusi						
Turism soodustab kohalike noorte seas huvi kultuuripärandi hoidmise vastu						
Turism toetab muuseumite säilimist ja arendamist						
Turism tekitab liiklusummikuid						
Turiste on aeg-ajalt liiga palju						

12. Turismijuhtimine. Järgnevatele väidetele vastamisel palun lähtuge oma püsivast elukohast – kuidas te tunnetate olukorda oma elukohas. Palun valige kõige sobivam vastusevariant. *

	Nõustun täiesti	Pigem nõustun	Nii ja naa	Pigem ei nõustu	Ei nõustu üldse	Ei oska öelda / Puudub kogemus
Omavalitsus toetab turismi arendamist						
Turismi arendamisse on kaasatud kohalikud ettevõtjad, vabaühendused ja kogukonnad						
Turismi arendamisel on arvestatud nii majanduslike ja keskkondlike aspektide kui ka kohaliku kogukonna huvidega						
Saan kohaliku elanikuna kaasa rääkida turismialastes otsustusprotsessides						
Jälgitakse turismi mõju kogukonnale ja keskkonnale ning vajadusel sekkutakse						
Ligipääs turismiobjektidele on hästi korraldatud						
Tean, kustkohast leida infot turismiarenduste kohta						

13. Tunnetuslik rahulolu. Vastake täpselt nii nagu tunnete. Palun valige kõige sobivam vastusevariant.

	Nõustun täiesti	Pigem nõustun	Nii ja naa	Pigem ei nõustu	Ei nõustu üldse	Ei oska öelda / Puudub kogemus
Turismi üldine mõju minu kodukandile on positiivne						
Olen rahul, kuidas minu kodukandis turismi arendatakse						
Toetan turismi arendamist minu kodukandis						
Võimalusel soovitan alati nii tuttavatele kui võõrastele oma kodukandi külastamist						
Suhtun külastajatesse üldjuhul positiivselt						
Elanike arvamusega arvestatakse turismiga seotud otsuste tegemisel						

C. osa.

14. Kas teate, millistest infokanalitest / infoallikatest saab otsida turismiinfot enda kodukandi kohta?

JAH / EI

15. Palun nimetage mõni infokanal, mille kaudu otsite turismiinfot enda kodukandi kohta

.....

16. Kas soovite omalt poolt veel midagi lisada? Mis on teie jaoks hetkel turismiga seondud kriitilise tähtsusega teema?

.....

17. Kui soovite osaleda loosimises, siis palun sisestage siia väljale oma telefoninumber.

Kõigi vastanute vahel, kes soovivad osaleda loosimises ja jätavad küsimustiku lõpus oma telefoninumbri, loosime välja vahvaid auhindu. Auhinnad on välja pannud Värskas Kuurortravikeskus, Pühajärve Paadisadam, Eesti Põllumajandusmuuseum, Palamuse O. Lutsu Kihelkonnakoolimuuseum, Kütioru keskus, Kalevipoja Koda, Teaduskeskus AHHA ja A.Le Coq Õlemuuseum.

Loosimised toimuvad nii pärast sügisese kui ka pärast talvise uuringu perioodi lõppemist. Võitjatega võtab telefoni teel ühendust Lõuna-Eesti turismiklastri esindaja.

Loosimine toimub kahe nädala jooksul pärast mõlema uuringu perioodi lõppu.

Võitjatega võtab telefoni teel ühendust Lõuna-Eesti turismiklastri esindaja.

Teie sisestatud telefoninumbrit kasutame ainult loosimise läbiviimiseks. Kõik loosis osalenud, kuid mitte võitnud telefoninumbriid kustutatakse andmebaasidest koheselt pärast loosimise läbiviimist.

Suur tänu, et võtsite aega vastamiseks.

Teie vastused aitavad meil mõista, kuidas kohalikud elanikud turismi suhtuvad ning arvestada teie arvamusega turismitegevuste planeerimisel ja arendamisel.

Kui jätsite meile oma telefoninumbri, siis osalete peaauhinna loosimisel.

Loosimine toimub kahe nädala jooksul pärast kummagi uuringuvoorude lõppu, võitjatega võtab ühendust Lõuna-Eesti turismiklastri esindaja.

Auhinnad on mõeldud isiklikuks kasutamiseks auhinna välja pannud ettevõtte poolt pakutud ajaperioodil.

Auhinnad toimetatakse võitjateni.

Tänname!

Lisa 2 Küsitlusankeet B

Talvehooajajärgne ankeet

Mida Teie arvate turismist oma kodukohas?

Lõuna-Eesti võlub külastajaid nii suviste kui talviste elamustega. Meie Lõuna-Eesti turismiklastrist soovime teada saada, mismoodi talvine turismihooaeg kohaliku elaniku rahulolu mõjutab, mida arvate turismist ning kuidas olete rahul turismiarendusega oma kodukohas.

Täname, kui olete üks nendest, kes vastas küsitlusele pärast suvehooaega. Loodame, et leiate ka seekord aega mõnele küsimusele vastata. Kutsume teid oma mõtteid jagama – sellega annate väärtusliku panuse turismi arendamisse oma kodukohas.

Küsimustik on anonüümne ja selle täitmine võtab aega umbes 4 minutit. Kõigi vastanute vahel, kes soovivad osaleda loosimises ja jätavad küsimustiku lõpus oma telefoninumbri, loosime välja vahvaid auhindu. Auhinnad on välja pannud:

Värskä Kuurortravikeskus
Pühajärve Paadisadam
Eesti Põllumajandusmuuseum
Palamuse O. Lutsu Kihelkonnakoolimuuseum
Kütioru keskus
Kalevipoja Koda
Teaduskeskus AHHA
A.Le Coq Õllemuuseum

Loosimised toimuvad pärast talvise uuringu perioodi lõppemist. Võitjatega võtab telefoni teel ühendust Lõuna-Eesti turismiklastri esindaja.

Täname südamest kõiki vastajaid kaasamõtlemiss eest!

Uuring viiakse läbi 03.märtsist kuni 03.aprillini 2026. Uuringut aitab läbi viia Tartu Ülikooli Pärnu kolledž.

A-osa

1. Kus on teie püsiv elukoht? *

Tartu maakond
Jõgeva maakond
Põlva maakond
Valga maakond
Võru maakond

2. Millise omavalitsuse haldusalasse jääb teie püsiv elukoht? *

Tartu maakond	Jõgeva maakond	Põlva maakond	Valga maakond	Võru maakond
Elva vald Kambja vald Kastre vald Luunja vald Nõo vald Peipsiääre vald Tartu vald Tartu linn	Jõgeva vald Mustvee vald Põltsamaa vald	Kanepi vald Põlva vald Räpina vald	Otepää vald Tõrva vald Valga vald	Võru linn Antsla vald Rõuge vald Setomaa vald Võru vald

3. Märkige oma sugu: * Palun valige ainult üks järgnevatest:

Naine
Mees
Ei soovi vastata

4. Palun märkige oma vanus täisaastates: *

5. Milline väide kehtib teie kohta kõige enam? * Palun valige ainult üks järgnevatest:

- Töötan või tegutsen põhikohaga turismisektoris (nt majutus, reisikorraldus, restoran, seikluspark, muuseum, korraldan näitusi/sündmusi vms; olen ise turismiettevõtja)
- Ma ei tööta turismisektoris, kuid saan sellest täiendavat sissetulekut (nt teen giidituure, müün käsitööd, pakun eramajutust vms)
- Ma ei saa üldse majanduslikku kasu turismisektorist
- Muu, palun täpsustage:

6. Palun nimetage mõni talvine suursündmus (kontsert, spordivõistlused, Tartu Maraton vm), mis toimub teie elukoha lähedal - kuidas see teid mõjutab? On see tore sündmus või pigem soovimatu teie kodukandis?

.....

B. osa. Kohaliku elaniku rahulolu turismiga

7. Tunnetuslik rahulolu. Vastake täpselt nii nagu tunnete. Palun valige kõige sobivam vastusevariant.

	Nõustun täiesti	Pigem nõustun	Nii ja naa	Pigem ei nõustu	Ei nõustu üldse	Ei oska öelda / Puudub kogemus
Turismi üldine mõju minu kodukandile on positiivne						
Olen rahul, kuidas minu kodukandis turismi arendatakse						
Toetan turismi arendamist minu kodukandis						
Võimalusel soovitan alati nii tuttavatele kui võõrastele oma kodukandi külastamist						
Suhtun külastajatesse üldjuhul positiivselt						
Elanike arvamusega arvestatakse turismiga seotud otsuste tegemisel						

C. osa.

8. Kas soovite omalt poolt veel midagi lisada? Mis on teie jaoks hetkel turismiga seonduv kriitilise tähtsusega teema?

.....

9. Soovime rohkem kuulda elanike häält turismiga seonduvates küsimustes. Kui tunnete, et soovite edaspidi turismiarenduses kaasa rääkida, siis palun liituge andke meile sellest teada ja kirjutage meile:

info@visitsouthestonia.com.

Võite jätta oma kontaktandmed ka siia, võtame teiega ühendust. Kontaktandmete jätmisel kinnitate, et võime teiega ühendust võtta turismiarenduse aruteludes kaasamise eesmärgil.

Soovitame liituda ka meie uudiskirjaga: Liitu uudiskirjaga | Lõuna-Eesti Lõuna-Eesti Turismiklaster

10. Kui soovite osaleda loosimises, siis palun sisestage siia väljale oma telefoninumber.

Kõigi vastanute vahel, kes soovivad osaleda loosimises ja jätavad küsimustiku lõpus oma telefoninumbri, loosime välja vahvaid auhindu. Auhinnad on välja pannud Värskä Kuurortravikeskus, Pühajärve Paadisadam, Eesti Põllumajandusmuuseum, Palamuse O. Lutsu Kihelkonnakoolimuuseum, Kütioru keskus, Kalevipoja Koda, Teaduskeskus AHHA ja A.Le Coq Õlemuuseum.

Loosimised toimuvad nii pärast sügisese kui ka pärast talvise uuringu perioodi lõppemist. Võitjatega võtab telefoni teel ühendust Lõuna-Eesti turismiklastri esindaja.

Loosimine toimub kahe nädala jooksul pärast mõlema uuringu perioodi lõppu.

Võitjatega võtab telefoni teel ühendust Lõuna-Eesti turismiklastri esindaja.

Teie sisestatud telefoninumbrit kasutame ainult loosimise läbiviimiseks. Kõik loosis osalenud, kuid mitte võitnud telefoninumbrit kustutatakse andmebaasidest koheselt pärast loosimise läbiviimist.

Suur tänu, et võtsite aega vastamiseks.

Teie vastused aitavad meil mõista, kuidas kohalikud elanikud turismi suhtuvad ning arvestada teie arvamusega turismitegevuste planeerimisel ja arendamisel.

Kui jätsite meile oma telefoninumbri, siis osalete peaauhinna loosimisel.

Loosimine toimub kahe nädala jooksul pärast kummagi uuringuvooru lõppu, võitjatega võtab ühendust Lõuna-Eesti turismiklastri esindaja.

Auhinnad on mõeldud isiklikuks kasutamiseks auhinna välja pannud ettevõtte poolt pakutud ajaperioodil.

Auhinnad toimetatakse võitjateni.

Täname!

Viidatud allikad

- Cottrell, S. P., Vaske, J. J., & Roemer, J. M. (2013). Resident satisfaction with sustainable tourism: The case of Frankenwald Nature Park, Germany. *Tourism Management Perspectives*, 8, 42–48. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2013.05.005>
- Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64-73. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.026>
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center, 17(1), 1–7. <https://pewrsr.ch/2szqtJz>
- ETIS. The European Tourism Indicator System. ETIS toolkit for sustainable destination management. (2016). European Commission. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2873/983087>
- Falak, S., Chiun, L. M., & Wee, A. Y. (2014). A repositioning strategy for rural tourism in Malaysia – community's perspective. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 144, pp. 412–415. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.310>
- Hunt, E. (2017, August 4). 'Tourism kills neighbourhoods': how do we save cities from the city break? The Guardian. www.theguardian.com.
- MaCorr Research. (n.d.). Sample size calculator. <https://www.macorr.com/sample-size-calculator.htm>
- Milano, C., Novelli, M., & Russo, A. P. (2024). Anti-tourism activism and the inconvenient truths about mass tourism, touristification and overtourism. *Tourism Geographies*, 26(8), 1313–1337. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2391388>
- Mehdiabadi, A., Wanke, P. F., Khorshid, S., Spulbar, C., & Ramona Birau, R. (2021). A New Hybrid Fuzzy Model: Satisfaction of Residents in Touristic Areas toward Tourism Development. *Mathematical Problems in Engineering*, Article ID 6650735. <https://doi.org/10.1155/2021/6650735>
- Ritchie, J. R., & Crouch, G. I. (2005). *The competitive destination: A sustainable perspective*. Cambridge, MA: CABI Publishing.
- Strauss, W., & Howe, N. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York, NY: Vintage Original. p. 370. ISBN 0-375-70719-0.
- Szilágyi, Z. P. (2023). Examining the Virtues of Organisational Citizenship Behaviour (OCB) at an SME. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, 1–12. <https://doi.org/10.21791/IJEMS.2023.036>