



TARTU ÜLIKOOL  
Pärnu kolledž

# Kohalike elanike rahulolu turismiga: Harju-, Lääne- ja Raplamaa

Tellijä: SA Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus,  
Harju-, Rapla-, Läänemaa DMO

## Uuringu lõpparuanne

2025

Tartu Ülikooli Pärnu kolledž

## Sisukord

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| Uuringu lühikokkuvõte.....                            | 3  |
| Uuringu kirjeldus ja eesmärk .....                    | 4  |
| Uuringu metoodika .....                               | 5  |
| Sihtrühma määratlemine ja valimi moodustamine .....   | 5  |
| Andmete kogumine .....                                | 6  |
| Andmete analüüs ja tõlgendamine .....                 | 7  |
| Uuringu tulemused .....                               | 8  |
| Uuringu tulemused teemagruppide kaupa.....            | 9  |
| 1) Demograafilised andmed – vastajate profiil .....   | 9  |
| 2) Rahulolu turismiga.....                            | 12 |
| 3) Turismiga seotud aktuaalsed teemad .....           | 23 |
| Elanike tunnetuslik rahulolu turismiga .....          | 26 |
| Ettepanekud.....                                      | 28 |
| Uuringu piirangud ja edasised uuringusoovitused ..... | 30 |
| Lisad .....                                           | 33 |
| Küsitlusankeet.....                                   | 33 |
| Viidatud allikad .....                                | 37 |

## 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 terviklik positiivne mõju nii elanike elukvaliteedile kui kogukondade heaolule. Elanike rahulolu regulaarne hindamine võimaldab tuvastada tekkivaid probleeme ning anda sihtkohaorganisatsioonile vajalikke suuniseid elanikkonna toetuse hoidmiseks või suurendamiseks.

Varem ei ole Harju-, Lääne- ja Raplamaa turismiorganisatsiooni piirkonnas tervikuna elanike rahulolu turismiga uuritud. Seekordse uuringuga sooviti välja selgitada, kuidas turismisektor ja seotud tegevus mõjutab kohalike elanike rahulolu ning millised on nende jaoks kriitilised turismiteemad uuringu ajahetkel. Uuringus tugineti kestlikkuse prisma mudelile (Cottrell jt, 2013), mis võimaldab selgitada välja elanike turismiga rahuolu kestlikkuse peamistes mõõdetes – majanduslikus, sotsiaalkultuurilises ja keskkondlikus, lisaks ka turismijuhtimise mõõtmes.

Kestlike sihtkohtade juhtimisel on kohalike elanikega arvestamine ja nende kaasamine turismi arendamisse üks põhitegur. Uuringu tulemused annavad sihtkohaorganisatsioonile teavet turismi arendamiseks ja turundamiseks kohalike elanike soove arvestades. Samuti võimaldavad uuringu tulemused teha üldistavaid järeldusi Harju-, Lääne- ja Raplamaa valla elanike turismiga rahulolu kohta ning luua lähtepunkti tulevaste samal metoodikal põhinevate uuringutulemuste võrdlemiseks.

Uuring näitas, et Harju-, Lääne- ja Raplamaa elanikud on üldiselt rahul turismi positiivse mõjuga nende kodukohas. Turismi nähakse kohaliku elu rikastajana, mis toob piirkonda külastajaid, majanduslikku tulu ja tuntust. Samas ilmnes, et teadlikkus turismi juhtimisest ja arendustegevusest on ebaühtlane, ning elanikud soovivad enam teavet ja võimalusi otsustusprotsessides osalemiseks. Piirkonna suurimat turismipotentsiaali nähti autentses kohalikus identiteedis, loodus- ja kultuuripärandis ning kogukondade aktiivsuses, mida tuleks teadlikult toetada ja nähtavamaks teha. Arenguvajadused on seotud koostöö ja koordineerimise tugevdamisega elanike ja turismiarendajate vahel, kestliku turismi põhimõtete

järjepidevama rakendamisega ning kommunikatsiooni ja kaasamise parendamisega.

## **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 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 kätkeb loodusteadlikkust, -kaitset ja -hoidu. Institutsionaalne mõõde hõlmab turismi sihtkoha planeerimist, juhtimist ja otsustusprotsessides osalemist.

Kestliku turismi arendamisel sihtkohas on oluline komponent 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 keskkonnavalaste, 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 uurimistulemustele tuginedes esitada soovitusi SA Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskusele (HEAK) Harju-, Lääne- ja Raplamaa turismi piirkonna kohalike elanike rahulolu suurendamiseks, nende tõhusamaks kaasamiseks ning turismisektori positiivsema kuvandi kujundamiseks. Soovitusi saab turismi sihtkoha arendusorganisatsioon arvesse võtta arendustegevuse kava koostamisel.

Uuringu meeskonda kuulusid Margrit Kärp, Kandela Õun, Tiina Viin ja Aime Vilgas 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 teabe saamiseks. Ankeetküsimustik (lisa 1) oli jaotatud kolme teemagruppi ehk plokki: 1) vastaja profiil ehk demograafilised parameetrid, 2) rahulolu turismiga majanduslikus, keskkondlikus, sotsiaalses ja institutsionaalses vaates ja 3) turismiga seotud aktuaalsed teemad. Elanike rahulolu hindamiseks turismi ja selle arendamisega nende elukohas paluti teises küsimuste plokis vastajatel hinnata 5-palli skaalal väiteid kõikides kestlikkuse prisma mõõdetes ning tajutavat 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

Uuringu üldkogumi moodustasid Harjumaa (v.a Tallinn), Läänemaa ja Raplamaa haldusterritooriumite täisealised (18-aastased ja vanemad) elanikud, tegemist oli sihipärase valimiga. Üldkogumi aluseks olid Statistikaameti Rahvastikunäitajate päringu RV0240 andmed. Lõplikuks valimiks kujunes 554 vastajat.

Valimi veapiiride leidmiseks kasutati valimikalkulaatorit. Uuritavate koguarvuks sisestati valimi kalkulaatorisse Statistikaameti tabeli RV0240 järgi Harju-, Lääne- ja Raplamaa üle 18-aastaste elanike vastajate arv, milleks oli 174 271. Usaldusnivoo 95% ja lubatud veapiiri 5% korral on valimi soovituslik suurus 383 vastajat. See tähendab, et 95% usaldusnivoo saavutamiseks oli vajalik 383 või enama vastaja vastust, et üldkogumi tegelik tulemuste väärtus jääks valimi põhjal uuritud väärtusest  $\pm 5\%$  piiresse (MaCorr Research, n.d.). Vanuse, elukoha ja soo järgi on valim rahuldavas kooskõlas üldkogumiga (vt tabel 1), mis annab

võimaluse teha uuringu tulemuste põhjal üldistavaid järeldusi. Kuna 18–25-aastaste ja üle 65-aastaste esindatus on üldkogumist väiksem, siis nende arvamuste põhjal üldistavaid järeldusi ei saa teha. Samas on üle 65-aastaseid vastajaid 60, seega piisav hulk, et nende arvamuses väljenduks üldine hoiak. 41–55-aastaste puhul on esindatus võrreldes üldkogumiga suurem, kuid arvamusuuringutes on see vanusegrupp tavaliselt agaram oma arvamusi avaldama.

**Tabel 1.** Valimi ja üldkogumi jaotuste koostõla<sup>1</sup>

|                  |               | Vastajate arv | Valim | % Üldkogumist |
|------------------|---------------|---------------|-------|---------------|
| Vanus (aastates) | 18–25         | 16            | 3%    | 11%           |
|                  | 26–40         | 117           | 21%   | 26%           |
|                  | 41–54         | 237           | 43%   | 30%           |
|                  | 55–64         | 124           | 22%   | 14%           |
|                  | 65 ja vanemad | 60            | 11%   | 22%           |
| Sugu             | Naine         | 420           | 76%   | 52%           |
|                  | Mees          | 128           | 23%   | 48%           |

## Andmete kogumine

Andmeid koguti ajavahemikul 16.06–15.09.2025 eestikeelse ankeetküsimustikuga, mida sai täita veebikeskkonnas LimeSurvey. Kutset uuringus osalemiseks koos ankeetküsimustikuga levitas uuringu tellija SA Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus (edaspidi DMO) järgmistel viisidel:

### 1. DMO ametlikud veebikanalid

- Uudis: „[Turism kogukonna pilgu läbi: uus uuring annab sõna kohalikele](#)“
- Küsitluse info ja küsimustiku link: „[Mida arvad sina turismist oma kodukohas?](#)“

### 2. Sotsiaalmeedia kanalid

- Facebooki grupid: Harjumaa turismiasjalised, Haapsalu ja Läänemaa turismiasjalised, Raplamaa

<sup>1</sup>[https://andmed.stat.ee/et/stat/rahvastik\\_rahvastikunaitajad-ja-koosseis\\_rahvaarv-ja-rahvastiku-koosseis/RV0240/table/tableViewLayout2](https://andmed.stat.ee/et/stat/rahvastik_rahvastikunaitajad-ja-koosseis_rahvaarv-ja-rahvastiku-koosseis/RV0240/table/tableViewLayout2) (01.01.2025 seisuga)

- Jagamine kohalike omavalitsuste, nende allasutuste, kogukondade ja partnerorganisatsioonide Facebooki kanalites, veebilehtedel ja kogukonnagruppides.

### 3. E-kirjad ja uudiskirjad

- Harju-, Rapla- ja Läänemaa DMO e-kirjade otsepostitus kõigile piirkonna kohalikele omavalitsustele, omavalitsusliitudele, maakondlikele arenduskeskustele ja LEADER-programmi tegevusrühmadele palvega küsitlust oma kanalites edasi jagada.
- Üleskutse lisati ka DMO uudiskirjadesse, mis jõuavad piirkonna turismiettevõtjate ja koostööpartneriteni.

Uuringupartneriteks olid piirkonna omavalitsusliidud, kohalikud omavalitsused ja nende kommunikatsioonijuhid, maakondlikud arenduskeskused, LEADER-tegevusrühmad ning turismiettevõtjad ja piirkondlikud turismivõrgustikud. Uuringu kommunikatsiooni ajakava/postituste perioodid olid järgmised:

- uuringu käivitamine ja esimene teavitamine: juuni 2025
- meeldetuletuskampaania ja taasteavitamine: juuli–august 2025
- viimane üleskutse: september 2025 – „Viimane võimalus vastata“

### Andmete analüüs ja tõlgendamine

Uuringus toetutakse teoreetilisele alusele (vt uuringu kirjeldus ja viidatud allikate loetelu) ning tulemused on esitatud tulemuste peatükis ühtsel kujul teemade kaupa: 1) vastaja profiil ehk demograafilised parameetrid, 2) rahulolu turismiga majanduslikus, keskkondlikus, sotsiaalses ja institutsionaalses vaates ning 3) turismiga seotud aktuaalsed teemad. Raportis on esitatud koondtulemused Harju-, Lääne- ja Raplamaa kohta, uuringule lisatud andmefailis on esitatud eraldi joonised iga maakonna kohta. Olulised erisused maakondade 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),

beebibuumereid (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: 41–54-aastased;
- IV vanusegrupp: 55–64-aastased;
- V vanusegrupp: 65-aastased ja vanemad.

Tulemuste esitlemisel ning tõlgendamisel eristati ka kolme põhilist vastajate rühma: a) need, kes töötavad või tegutsevad põhikohaga turismisektoris; b) need, kes ei tööta turismisektoris põhikohaga, kuid saavad sellest täiendavat tulu ja c) need, kes ei saa üldse turismisektorst majanduslikku kasu. Selline eristamine võimaldab paremini mõista turismisektorst majanduslikku kasu saavate ja mittesaavate elanike rahulolu erisusi juhul, kui need ilmnevad.

Ankeetküsitluse teel kogutud andmed kodeeriti ning analüüsiti sotsiaalteaduslike andmete analüüsiprogrammi SPSS versiooni 29 abil. Tulemuste esitamisel võeti arvesse lõpuni täidetud ankeedid (n=554) ning tulemuste esitlemiseks leiti nii sagedused kui ka protsentuaalsed jaotused. Olulisemad näitajad on esitatud tabelite, jooniste ja kirjeldustena, näidates vaid märkimisväärseid ja asjakohaseid erisusi.

## **Uuringu tulemused**

Uuringu tulemused on esitatud teemagruppide kaupa kogu uuringu piirkonna kohta: 1) vastaja profiil ehk demograafilised parameetrid, 2) rahulolu turismiga majanduslikus, keskkondlikus, sotsiaalses ja institutsionaalses vaates ja 3) turismiga seotud aktuaalsed teemad. Ankeetküsitlusest saadud kvantitatiivsete andmete ilmetamiseks kasutati vabavastuste kujul esitatud andmeid, uuringu lõpus on esitatud järeldused ning soovitusel SA Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus, Harju-, Rapla-, Läänemaa DMO-le kohalike elanike rahulolu

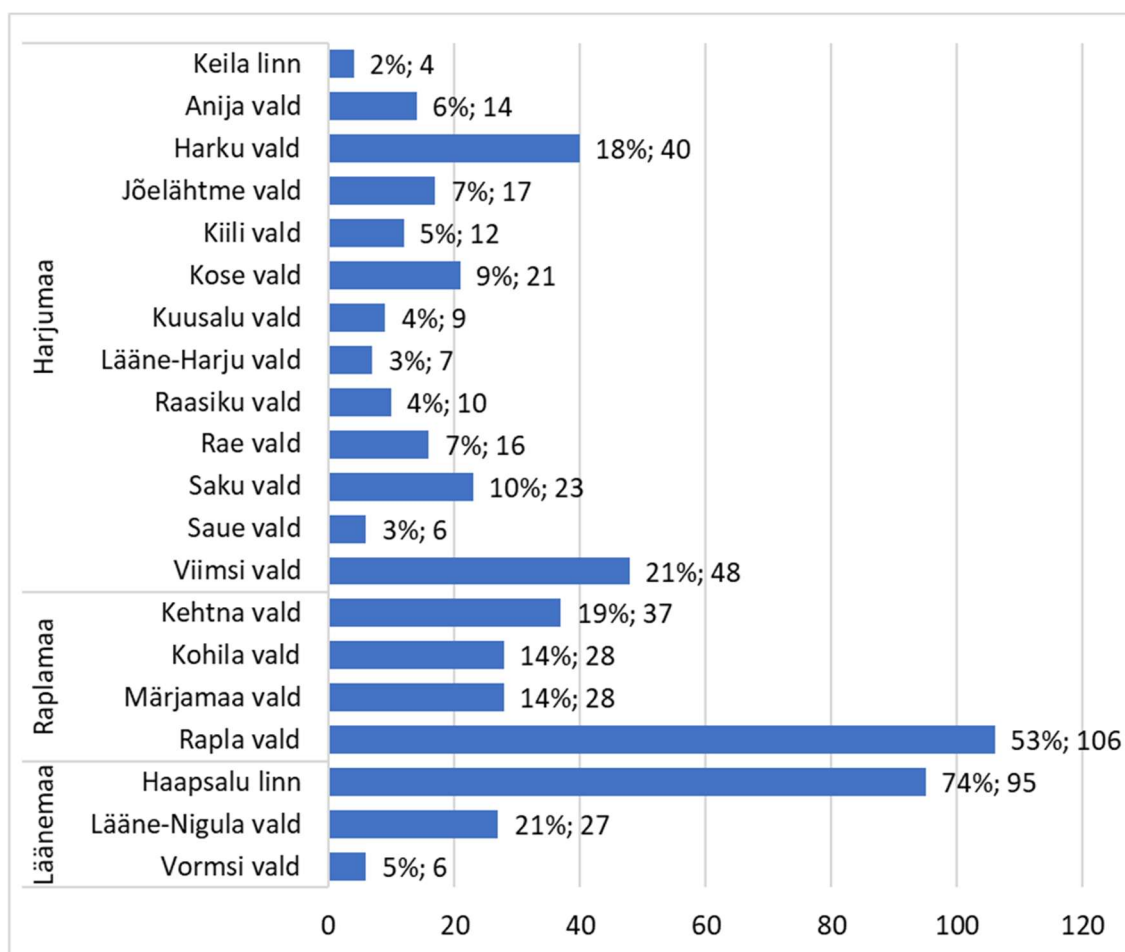


suurendamiseks, nende tõhusamaks kaasamiseks ning turismisektori positiivsema kuvandi kujundamiseks.

## Uuringu tulemused teemagruppide kaupa

### 1) Demograafilised andmed – vastajate profiil

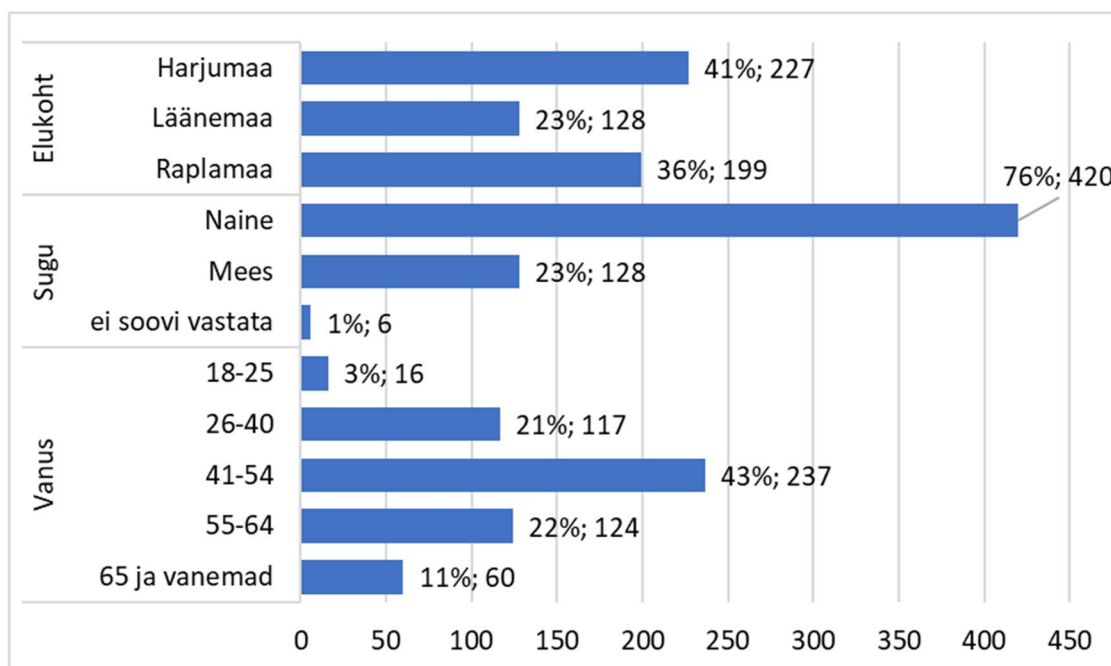
Ankeetküsitlusele laekus 850 ankeeti, millest 554 olid lõpuni täidetud. Vastuseid laekus kõikidest Harju-, Lääne- ja Raplamaa valdadest (vt joonis 1), kõige enam laekus vastuseid Harju maakonnast (227), valdadest laekus enim vastuseid Rapla vallast (106).



**Joonis 1.** Ankeetküsitluses osalejad maakondade ja valdade lõikes (n=554)

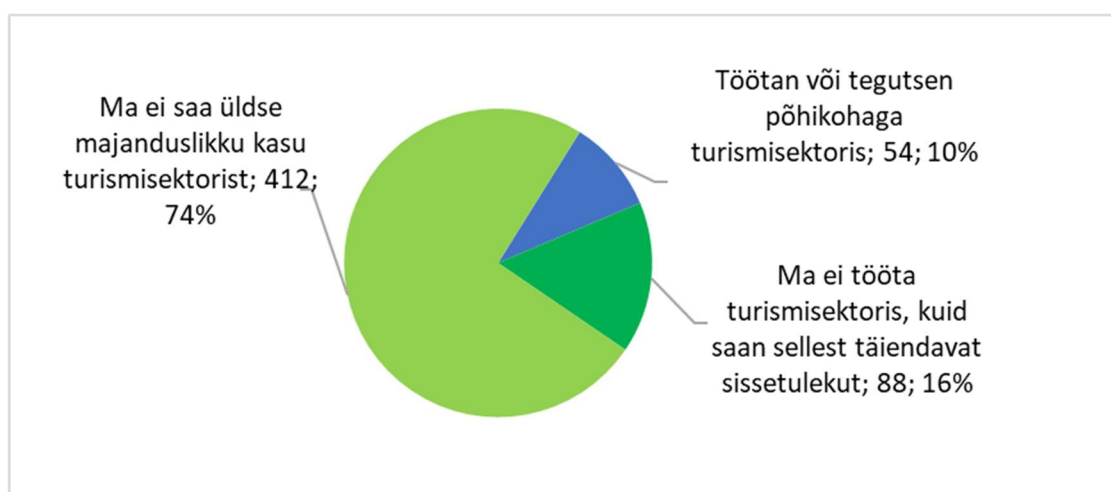
Uuringus osalemise üleskutse tehti kõigi kolme maakonna elanikele ning vanuse, elukoha ja soo järgi oli valim üldiselt heas kooskõlas üldkogumiga (vt tabel 1). Vastajate arv ületas usaldusnivoo (383 vastajat), seetõttu võimaldavad saadud andmed teha üldistavaid järeldusi. Enamik vastajaid (76%) olid naised, mida peetakse sotsioloogiliste uuringute puhul tavapäraseks, kuna naised on altimad erinevates uuringutes osalema (vt joonis 2). Mees- ja naissoost vastajate

vastuste vahel olulisi erinevusi ei esinenud, kuid kui erinevus ilmnes, siis seda rõhutatakse vastavate küsimuste analüüsimise juures.



**Joonis 2.** Ankeetküsitluses osalejate profiil (n=554)

Vanusegruppidest oli enim vastajaid (43%) vanuserühmas 41–54 eluaastat, kõige vähem (3%) osales uuringus elanikke vanuserühmast 18–25 eluaastat ning 65-aastaseid ja vanemaid vastajaid oli 11%. Vastajatest 74% ei saa turismisektorist majanduslikku kasu, ülejäänud vastajad kas töötavad või tegutsevad täiskohaga turismisektoris (10%) või saavad sealt täiendavat sissetulekut (16%) (vt joonis 3).



**Joonis 3.** Ankeetküsitluses osalejate majanduslik seotus turismisektoriga (n=554)

Vastajatel paluti nimetada oma elukoha lähedal asuvaid paiku või vaatamisväärsusi, mida turistid armastavad külastada ning läheduses toimuvaid suuremaid üritusi. Uuriti ka seda, milliseid turismiobjekte või üritusi armastavad elanikud ise külastada. Igas piirkonnas tulid esile mõned olulisemad objektid või üritused.

Harjumaa paikade hulgas, mida elanikud esmajoonel mainivad, domineerivad ranniku-, kultuuri- ja puhkekompleksid pealinna läheduses ning Lääne- ja Kesk-Harjumaa looduslikud vaatamisväärsused. Populaarsemate loodusobjektidena nimetati Tuhala Nõiakaevu ja Saula Siniallikaid. Rannikupiirkonna maamärkideks on Türisalu pank ja Paldiski pankrannik, samuti Jägala juga. Sisemaal pakuvad matkamisvõimalusi Viru raba, Kakerdaja raba, Kõrvemaa matka- ja suusarajad ning Rummu karjäär. Rannad, mida sageli külastatakse, on Vääna-Jõesuu, Kloogaranna ja Haabneeme rand. Peamised kultuurikeskused kohaline elanike jaoks on Viimsi Vabaõhumuuseum/Rannarahva muuseum, Viimsi Artium ja Arvo Pärdi Keskus. Ajalooliselt tähtsad on Padise klooster, Keila-Joa loss ja park, Anija mõis ja Saku mõis. Elanike jaoks populaarsed vaba aja veetmise kohad on Viimsi SPA, Laulasmaa La Spa ja Viikingite küla.

Harjumaa elanike nimetatud üritused on suunatud nii spordile kui ka kultuurile ning sageli just Tallinna läheduses. Tallinna Lauluväljakul toimuvad suursündmused, tantsupidu, Ironman, Kose ja Viimsi jaanituled, Sack von Sound, Kõrvemaa neliküritus ja Aegviidu Matkafestival, aga ka Tabasalu päevad ja Vanamõisa laat.

Raplamaal tõid kohalikud elanikud eelkõige esile rabasid ja kultuurfestivale, mis on jaotunud üle terve maakonna. Kõige sagedamini mainiti Mukri, Jalase ja Loosalu rabasid koos järvega. Oluliste matkasihtkohtadena nähakse ka Kõnnu järve matkarada ja Paluküla mäge. Tähtsad ajaloolised paigad on Varbola linnus, Loone linnus ja Mahtra Talurahvamuuseum, märkimisväärsed kohad on ka Järvakandi klaasimuuseum ja Tohi Distillery. Rapla elaniku jaoks on olulised Tammemäe laululava ja Rapla kirik, mis on paljude sündmuste keskpunktiks. Sündmustest toodi enim esile Rapla Kirikumuusika Festivali, kuid märgiti ka Kultuurfestivali Särin, Hard Rock Laagrit Vana-Vigalas, Rapla Selveri Suurjooksu, Kapa Rocki Kohilas, Rapla Melu, Naiste Ööde filmifestivali (NÖFF) ja Märjamaa folki.

Läänemaa turismi fookus elanike hinnangul on selgelt Haapsalul ja selle mereäärsel pärandil, spaadel ja suurfestivalidel, lisaks tuuakse esile looduslikke piirkondi nagu Matsalu ja rannad. Elanikud loetlesid Haapsalu piiskopilinnust ja lossiparki, promenaadi, Haapsalu vanalinna ja Haapsalu raudteejaama, märgiti ka Iloni Imedemaad ning erinevaid spaasid, nagu Fra Mare Thalasso Spa ja Hestia. Oluliseks loodusobjektiks kohalikele on Matsalu Rahvuspark koos külastuskeskuse ja vaatetornidega, samuti Roosta rand ja Nõva rand. Spordikeskustest on oluline Palivere Turismi- ja Tervisespordikeskus ning rabadest Marimetsa raba.

Läänemaa elanike esile tõstetud sündmusi iseloomustab kontsentreerumine suveperioodile. Kõige enam mainiti Augustibluusi, Valge Daami päevi koos laada, etenduste ja kontsertidega, Itaalia veinipäevi ja muusikafestivali, American Beauty Car Show'd, Valgete Ööde festivali, Rock in Haapsalu, Haapsalu Õudusfilmide Festivali ja Vintage Weekendit.

## 2) Rahulolu turismiga

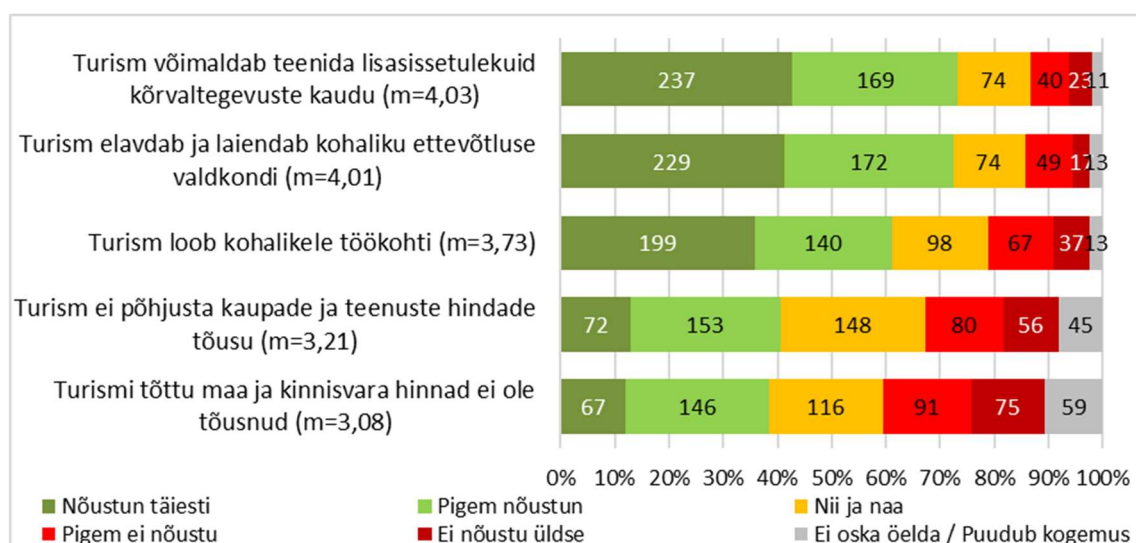
Turismiga rahulolu hinnati kestlikkuse prismale (Cottrell jt, 2013; ETIS, 2016) tuginedes, väited olid jaotatud nelja plokki, millest igas oli viis kuni seitse väidet. Väited peegeldasid rahulolu turismi majanduslikus, keskkonna-, sotsiaalkultuurilises ja institutsionaalses ehk turismijuhtimise mõõtnes.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

### Majanduslik mõõde (1. plokk)

Majanduslik mõõde hõlmab piirkondlikku majanduslikku tulu, sealhulgas elanike materiaalsel heaolu, tööhõivet ja sissetulekut. Esimeses plokkis paluti vastajal hinnata turismi majanduslike mõjudega seonduvaid väiteid (vt joonis 4). Enam kui pooled vastajatest nõustusid väidetega, et turism loob kohalikele lississetulekute võimalusi (73%), elavdab ja laiendab kohaliku ettevõtluse valdkondi (72%) ning loob kohalikele töökohti (61%). Kõige positiivsemalt tajuvad turismi majanduslikku mõju Läänemaa elanikud, neile järgnevad Raplamaa ja Harjumaa elanikud, kellest samuti valdav enamus hindab turismi majanduslikku mõju soodsalt, kuigi kriitilisemaid hinnanguid on pisut enam. Vanuserühmadest hindavad kõige positiivsemalt turismi majanduslikku mõju 41–54-aastased,

kellest 61% nõustuvad, et turism loob kohalikele töökohti, 73% nõustuvad, et turism võimaldab teenida lisasissetulekuid ja elavdab kohalikku ettevõtlust. Ka 26–40-aastased vastajad näevad turismi pigem kasumliku majandusvaldkonnana – 65% vastajatest nõustub, et turism loob kohalikele töökohti, 68% on veendunud, et turism võimaldab teenida lisasissetulekut, ning 73% leiab, et turism elavdab kohalikku ettevõtlust. Vanimas vanuserühmas (65-aastased ja vanemad) on hinnangud majanduslikule kasule mõõdukamad ja seega esines nende puhul rohkem „nii ja naa“ hinnanguid.

Turismisektoris põhikohaga töötavatest elanikest nõustus enamik (86%) väitega, et turism elavdab ja laiendab kohaliku ettevõtluse valdkondi. Turismiga mitteseotud ega sellest kasu saavatest vastajatest nõustus üle 70% väitega, et turism elavdab kohalikku ettevõtlust. Kuigi arvuliselt hindasid turismi positiivset majanduslikku mõju enim Harjumaa elanikud, siis protsentuaalselt oli neid enim Läänemaa elanike seas.



**Joonis 4.** Rahulolu turismi majanduslikus mõttes (n=554; m=keskmine hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Seda, et maa ja kinnisvara hinnad ei ole turismi tõttu tõusnud, leidsid vaid 38% kõigist vastajatest, 41% neist ei tunnetanud turismi põhjustatud kaupade ja teenuste hinnatõusu. Enim tunnetasid maa ja kinnisvara hinnatõusu 26–40-aastased (34%) ja 55–64-aastased (32%) vastajad. Samad vanuserühmad olid ka kaupade ja teenuste hinnatõusu suhtes tundlikumad (vastavalt 31% ja 26% vastajatest). Maakondade lõikes tajusid hinnatõusu enim Läänemaa elanikud, seevastu Harjumaa ja Raplamaa elanikud seda pigem ei tajunud.

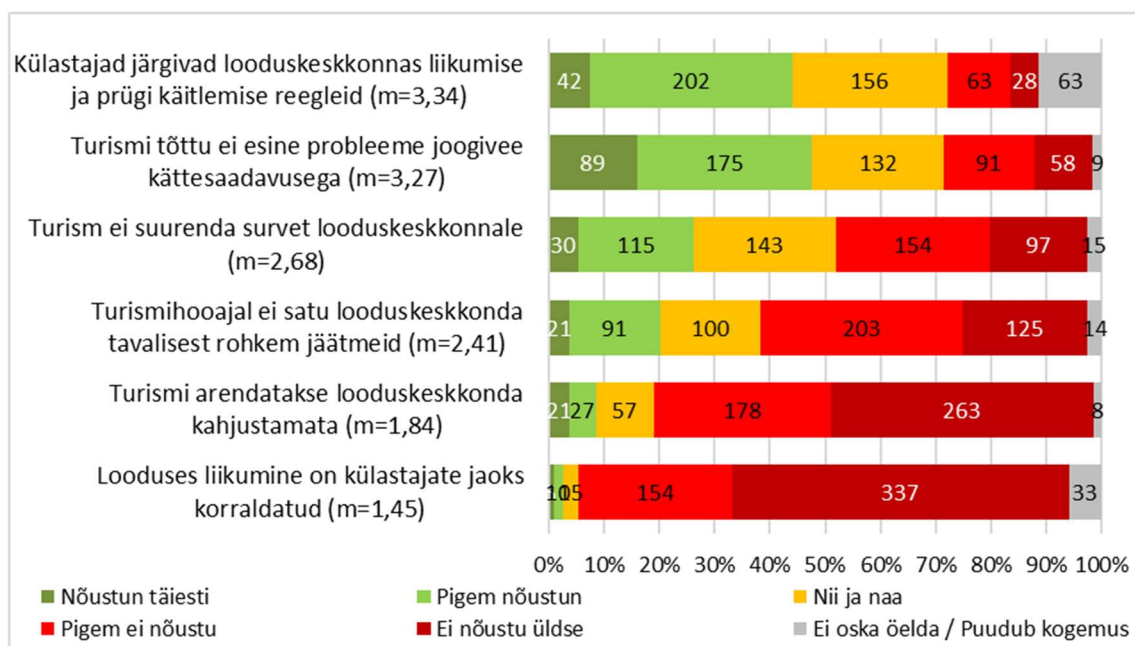
Tulemustele tuginedes saab peamiste järeldustena majanduslikus mõõtnes nimetada järgmist:

- Turismil on selge positiivne majanduslik mõju piirkondade arengule. Enam kui kaks kolmandikku vastanutest nõustus, et turism elavdab kohaliku ettevõtluse valdkondi, loob töökohti ja pakub elanikele lisasissetuleku võimalusi. Turism toimib olulise majandusliku käivitajana, eriti neis piirkondades, kus muud majandusharud on hooajalised või piiratud.
- Harjumaa ja Läänemaa tajuvad turismi kasu erinevalt, kuid mõlemad positiivselt. Harjumaa elanikud hindavad turismi rolli stabiilse ja mitmekesise majanduselu toetajana, samas kui Läänemaa elanikud rõhutavad turismi vahetut mõju kohaliku tulu ja hinnataseme kasvule. Raplamaal nähakse turismi majanduslikku mõju pigem tagasihoidlikuna, kuid siiski positiivsena, eriti kohaliku ettevõtluse elavdaja rollis.
- Turismisektoris töötavad inimesed tunnetavad majanduslikku kasu kõige otsesemalt, mis viitab turismisektori arvestatavale osale piirkonna majandusnäitajates. Eelkõige tunnetavad otsest kasu need, kes töötavad või tegutsevad turismisektoris. Majanduslikku kasu mittesaajad tajuvad turismi mõju pigem kaudselt viidates vajadusele suurendada elanike teadlikkust turismi laiemast majanduslikust mõjust.
- Vanuserühmade lõikes on kõige optimistlikumad 41–54-aastased elanikud, tajudes turismi olulise lisasissetuleku allikana ning kohaliku majanduse jätkusuutliku arengu mootorina. Nooremad ja vanemad vastajad on hinnangutes tagasihoidlikumad.
- Kuigi enamik vastajaid ei taju turismist tingitud hinnatõusu, mainib arvestatav hulk vastajaid, et teema on kohaliku elaniku jaoks tähtis.

Turism on oluline piirkondliku majandusliku mitmekesisuse allikas. Kõigis kolmes maakonnas peetakse turismi oluliseks täiendavaks majandusharuks, mis aitab tasakaalustada hooajalisi tööhõivekõikumisi ja toetab väikeettevõtlust. Turism loob kaudselt võimalusi kohalikele teenusepakkujatele, käsitöömeistritele ja toitlustuse pakkujatele, aidates hoida piirkonna majandust elujõulisena.

## Keskkonnamõõde (2. plokk)

Keskkonnamõõde on seotud loodusväärtuste, taastuvate ja taastumatute ressursside olukorra tajumisega, samuti turistide keskkonnakäitumise ja selle võimaldamisega sihtkohas. 44% vastajatest olid nõus, et külastajad järgivad looduskeskkonnas liikumise ja prügi käitlemise reegleid. Oluliselt vähem oli neid, kes väitega ei nõustunud, kuid üsna suur osa (28%) vastajatest andsid hinnangu „nii ja naa“. Üle poolte vastajate arvates satub turismihooajal nende kodukohas loodusesse tavalisest rohkem jäätmeid (59%) ning suureneb surve looduskeskkonnale (45%). Vaid 26% vastajatest leidis, et turismiga seoses ei suurene surve looduskeskkonnale. Kuigi ligi poolte vastanute (48%) hinnangul ei esine turismi tõttu probleeme joogivee kättesaadavusega, leidub siiski arvestatav hulk (27%) neid, kes näevad selles probleemi (vt joonis 5).



**Joonis 5.** Rahulolu turismi keskkonnamõõdtes (n=554; m=keskmine hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Vanuserühmas 41–54 eluaastat, kus oli kõige suurem vastajate arv kokku (237), tajuti enim turismist tulenevat ohtu jäätmete looduskeskkonda sattumises (58%) ja joogivee kättesaadavuse vähenemises (35%). Sooliselt hindasid naised turismist tulenevaid ohtusid keskkonnale kõrgemaks kui mehed. Harjumaal tajuti enim turismihooajal jäätmete sattumist looduskeskkonda (67%), turismi survet looduskeskkonnale (49%) ning probleeme joogivee kättesaadavusega (28%). Ka paljud Läänemaa elanikud leidsid, et turismihooajal satub jäätmeid

looduskeskkonda tavapärasest rohkem (64% vastajatest) ning et joogivee kättesaadavusega võib turismi tõttu esineda probleeme (47% vastajatest). Eelnimetatud probleeme nägid ka Raplamaa elanikud, vastavalt 47% ja 13% vastajatest.

Vaid 3% vastajatest nõustusid, et looduses liikumine on külastajate jaoks korraldatud (rajad, suunavad viidad, sildid jms), 89% ei nõustunud sellega üldse. Turismi arendamise suhtes looduskeskkonda kahjustamata oldi suuresti kriitilised – väitega nõustus samuti vaid 3% vastajatest. Eriti kriitilised olid 41–54-aastased – 84% vastajatest ei nõustunud eelmainitud väitega. Olulisi erinevusi looduses liikumise korraldamise kohta turismisektoris töötavate ja mittetöötavate vastajate hinnangutes ei esinenud. Küll aga olid naised turismi keskkonnamõõtmes kriitilisemad kui mehed.

Tulemustele tuginedes saab peamiste järeldustena keskkonnamõõtmes esitada järgmist:

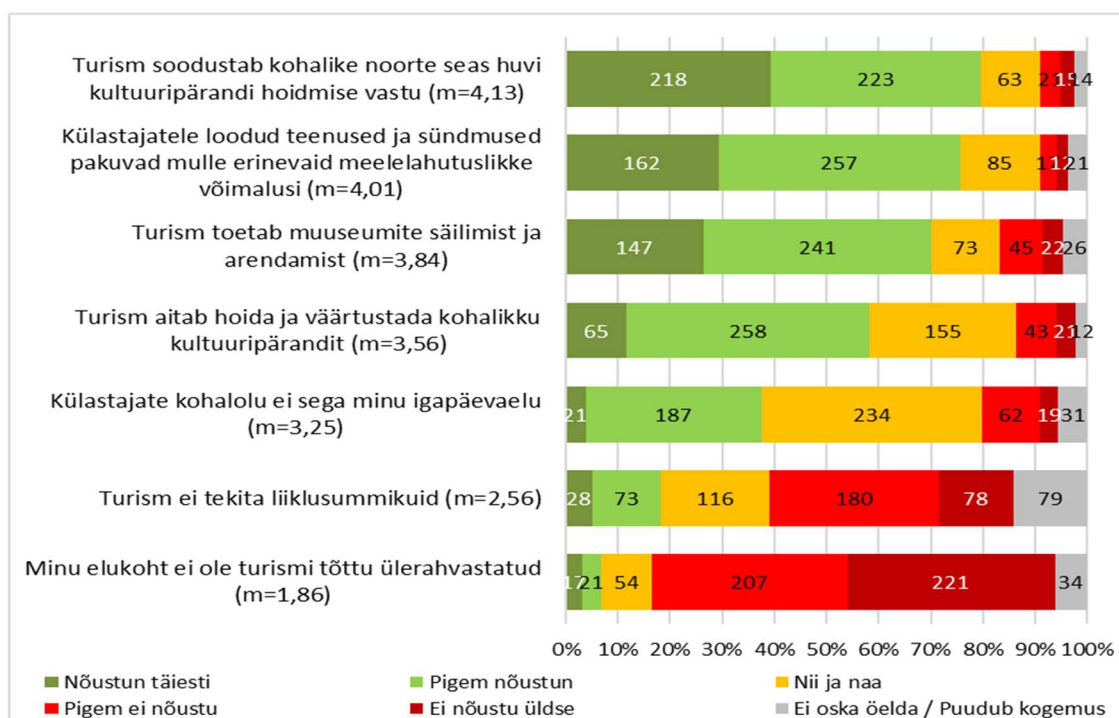
- Elanike hinnangul avaldab turism loodusele tugevat survet, eeskätt tiheda asustuse ja aktiivse turismikoormusega piirkondades nagu Harjumaa.
- Jäätmeprobleemi teadvustatakse kõikjal – eriti Harju- ja Läänemaal – ning elanikud seostavad turistide arvu kasvu otseselt suurenenud prügikoormusega.
- Kuigi enamik ei näe veel joogivee kättesaadavuses probleemi, on nähtavad piirkondlikud erinevused ning Läänemaa ja Harjumaa tunnetavad seda rohkem kui sisemaine Raplamaa.
- Elanike hinnangul ei ole turismi arendamine piisavalt keskkonnasõbralik. Harjumaal tajuti enim otsest loodussurvet, Läänemaal jäätmete hulga suurenemist, Raplamaal oldi aga kriitilised turismiobjektide arenduskvaliteedi suhtes.
- Enamiku vastajate arvates ei ole külastajatele mõeldud infrastruktuur – viidad, rajad, prügikastid – piisav ning vajab kõigis maakondades arendust ja hooldust.
- Kuigi turismi keskkonnakoormust tajuti suure probleemina, märgatakse siiski ka külastajate teadlikku ja vastutustundlikku käitumist looduses. Raplamaal ja Läänemaal märgati seda rohkem kui Harjumaal.



### Sotsiaalkultuuriline mõõde (3. plokk)

Turismisektor peab ja saab positiivselt panustada olulistesse kogukondadesse, kaitstes samal ajal kultuuri- ja looduspärandit. Reisimise ja turismi kiire kasv on maailmas põhjustanud olukordi, kus sihtkohad on langenud oma edu lõksu ning peavad tegelema ülerahvastatuse, ületurismi ja antiturismi probleemidega. Seetõttu on kaasava ja jätkusuutliku turismi arendamisel sihtkohas eriti oluline arvestada kohalike elanike heaolu ja hea elukeskkonna teemadega. (Hunt, 2017; Deery jt, 2012; Lundberg, 2014; Milano jt, 2024) Turismi sotsiaalkultuuriline mõõde käsitleb kohalikku elanikku ja tema teadlikkust, kogemusi, teadmisi, oskuseid ja käitumist kui sihtkoha arendamise ressursi.

Turismi kasulikku sotsiaalkultuurilist mõju tunnetas enamik vastajaid (vt joonis 6). Üle poole vastajatest (58%) leidis, et turism aitab hoida ja väärtustada kultuuripärandit, veelgi enam vastajaid (70%) hindas, et turism toetab muuseumite säilimist ja arendamist. Enim nõustuti, et turism soodustab kohalike noorte seas huvi kultuuripärandi hoidmise vastu (80%). Vastajad hindasid kõrgelt (76%) ka külastajatele loodud teenuste kasutamise ja üritustel osalemise võimalust.



**Joonis 6.** Rahulolu turismi sotsiaalkultuurilises mõõtmes (n=554; m=keskmine hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Turismi sotsiaalkultuurilist mõju hindasid kõrgelt nii turismisektoris töötavad elanikud kui ka need, kes ei saa turismist majanduslikku kasu. Samas nõustasid turismisektorst majanduslikku kasu mittesaavad elanikud enim väitega, et turism tekitab liiklusummikuid ja turiste on aeg-ajalt liiga palju. Vanuselises jaotuses tajusid külastajate häirivat kohalolu enim (25%) 18–25-aastased. Maakondade lõikes olid Raplamaa elanikud kõige rohkem rahul turismi sotsiaalkultuurilise mõju ja sellest saadava kasuga.

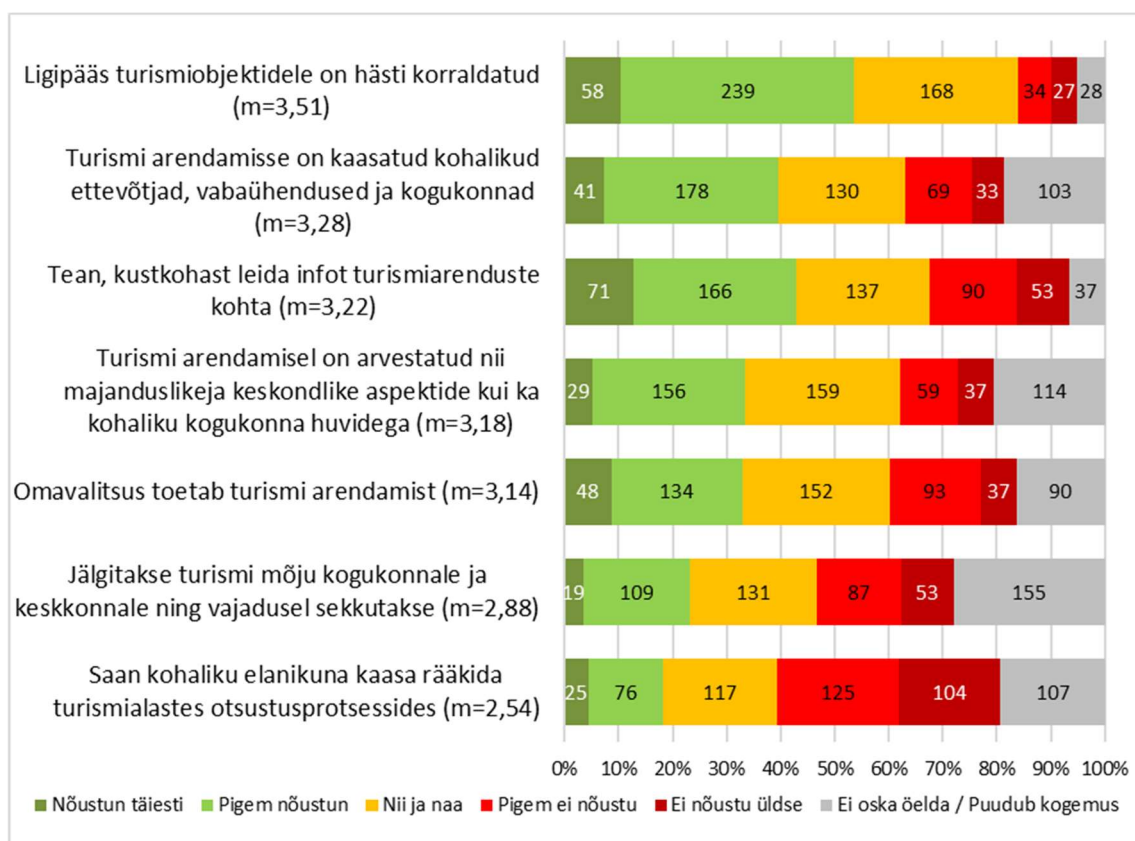
Üldiselt ei häiri külastajate kohalolu elanike igapäevaelu ning maakondade lõikes selle väite puhul olulisi erinevusi ei esinenud, kuid 42% vastajatest andsid väitele hinnangu „nii ja naa“. Elanikud tajuvad sotsiaalkultuurilist mõju pigem positiivselt ja rahulolu toetavana, negatiivset mõju kogetakse vähem.

Tulemustele tuginedes saab peamiste järeldustena sotsiaalkultuurilises mõõtmes esitada järgmist:

- Turismil nähakse positiivset rolli kultuuri säilitamisel ja kohaliku identiteedi hoidmisel.
- Turistide kohalolu peetakse enamasti aktsepteeritavaks või siis ei osata konkreetset seisukohta võtta (vastuste seas domineeris variant „nii ja naa“), kõige tolerantsemad on turismisektoris töötavad inimesed. Tihedama asustuse ja külastuskoormusega piirkondades tajuvad elanikud turistide kohalolu häirivamalt.
- Turism toetab elanike vaba aja veetmise võimalusi ja mitmekesistab piirkonna kultuurielu.
- Turismi nähakse kultuurilise järjepidevuse toetajana, samuti kohalike noorte seotuse tugevdajana oma kultuuriga. Ka muuseumidel ja nende säilimisel piirkonnas nähakse olulist rolli turismil, eelkõige märkavad seda seost turismisektoris töötajad.
- Liikluskoormust tajutakse enim tihedalt asustatud, konkreetse üritusega seotud või atraktiivsete külastuskohtade juures.
- Kuigi turismi olemasolu piirkonnas peetakse üldiselt positiivseks, viitavad tulemused vajadusele pöörata tähelepanu külastuskoormuse riskide vähendamisele.

#### Turismijuhtimise ehk institutsionaalne mõõde (4. plokk)

Kestlikkuse prisma institutsionaalse mõõtmefookus on sotsiaalsel kapitalil, sealhulgas ühiskondlikel institutsioonidel, valitsusorganisatsioonidel, inimestevahelistel suhetel, kaasavatel planeerimisprotsessidel, partnerlussuhetel, koostööl ja võimusuhetel (Cottrell jt, 2013). Kui kõikide maakondade puhul 33% vastajatest hindasid, et nende omavalitsus toetab turismi arendamist (vt joonis 7), siis enim tajusid seda Läänemaa (52%) elanikud. Raplamaa ja Harjumaa elanikest tajusid omavalitsuse poolt turismi arendamist vaid 27% elanikest. Keskmisest enim tajusid seda 65-aastased ja vanemad vastajad (38%) ning vähem 18–25-aastased vastajad (31%) ja 41–54-aastased vastajad (30%). Turismisektoris mittetöötavad inimesed tajusid omavalitsuse tuge turismi arendamisel (42%) rohkem kui turismisektoris töötavad inimesed (33%).



**Joonis 7.** Rahulolu turismijuhtimise mõõtmes. (n=554; m=keskmise hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Ettevõtete, vabaühenduste ja kogukondade kaasamist turismiteenuste arendamisse tunnetasid enim Läänemaa elanikud (53%); Raplamaal (41%) ja

Harjumaal (31%) tunnetati seda vähem. Vanuselises jaotuses tundsid kaasatust enim 55–64-aastased vastajad, kõige vähem aga 18–25-aastased vastajad.

Kestlike põhimõtete arvestamisega turismi arendamisel nõustus 33% vastajatest, neist enim Harjumaal elanikud (29%). Vanuselises jaotuses olid sellega enim nõus 55–64-aastased (33%) ning 65-aastased ja vanemad (37%), kõige vähem 18–25-aastased vastajad (13%).

Isiklikku kaasatust turismi arendamisse võimalusega avaldada arvamust ja teha ettepanekuid tajus keskmiselt 18% vastajatest. Teistest veidi enam tajuti seda Läänemaal (21%), kuid samas oli märkimisväärselt palju ka neid vastajaid (52%), kes seda ei tajunud. Raplamaa ja Harjumaal elanike seas oli palju vastajaid, kes vastasid „nii ja naa“ või ei osanud vastata. Isiklikku kaasatust tunnetasid rohkem üle 56-aastased vastajad ning turismis põhikohaga töötavad inimesed (34%).

Turismi mõju jälgimist kogukonnale ning vajadusel sekkumist tajus 23% vastajatest. Ka selle väite puhul jäid paljud nii ja naa seisukohale või ei osanud vastata. Enim nõustusid väitega turismis põhikohaga töötavad inimesed (34%) ja vastajad Raplamaalt (26%), kuid see oli ühtlasi väide, millele paljud ei osanud vastata (28%). Läänemaa elanike arvates on turismiobjektidele ligipääs hästi korraldatud (70% nõustusid), Raplamaal (50%) ning Harjumaal (47%) puhul arvavad seda ligikaudu pooled vastajatest. Vanuserühmadest hindasid turismiobjektidele ligipääsu korralduse parimaks 55–64-aastased vastajad (60%), kuid 18–25-aastastest 56% leidsid, et ligipääsuga turismiobjektidele on mõnel juhul olukord hea ja mõnel juhul mitte. Turismiarenduse kohta käiva info kättesaadavust ja leitavust hindasid parimaks Läänemaa elanikud (50% vastajatest), Harjumaal nõustus sellega 37% vastajatest. Vanuselises jaotuses nõustusid turismiarenduse kohta käiva teabe kättesaadavusega enim 55–64-aastased vastajad (57%).

Tulemustele tuginedes saab peamiste järeldustena turismijuhtimise mõõtmes nimetada järgmist:

- Omavalitsuste tegevust ja tuge ettevõtjatele turismi arendamisel tajutakse piirkonniti erinevalt ning mõnes omavalitsuses selgemalt, teistes ebamäärasemalt. Suur „ei oska öelda“ vastuste osakaal võib viidata

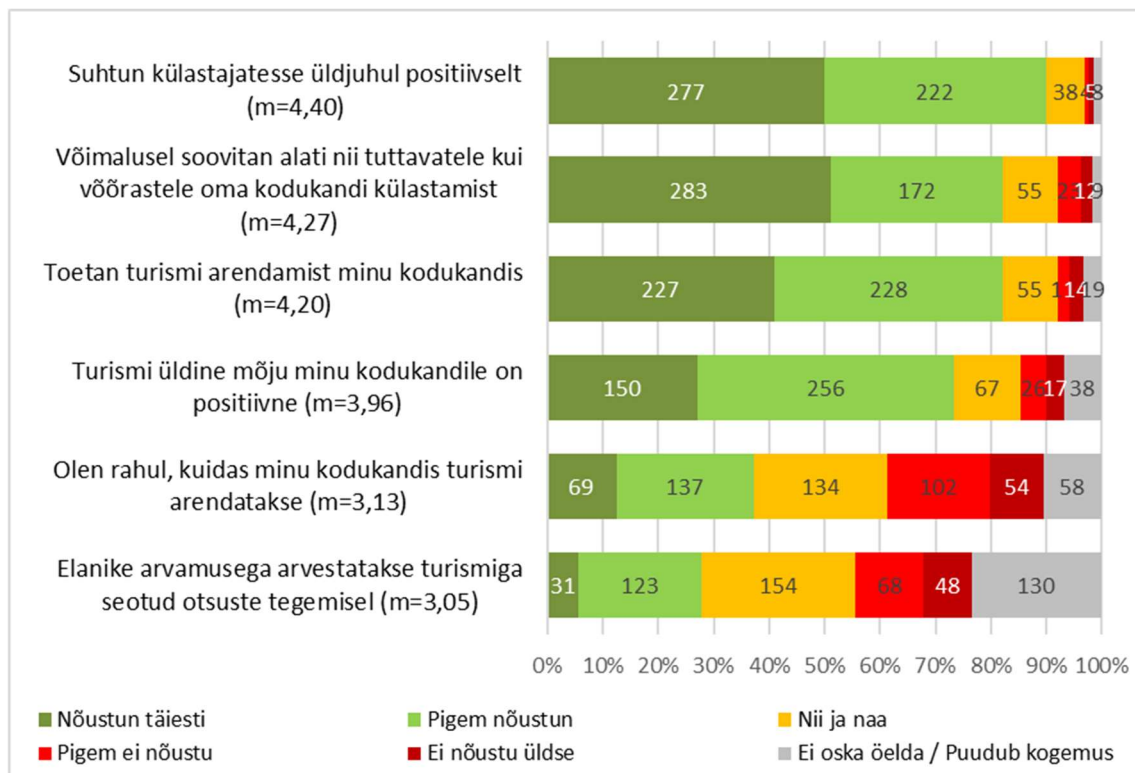
sellele, et elanikel pole piisavalt teavet omavalitsuse tegevusest turismi valdkonnas.

- Ettevõtjaid, vabaühendusi ja kogukondi küll kaasatakse mitmel pool, kuid tuntakse vajadust süsteemsema ja järjepidevama tegevuse järele. Ettevõtetel napib infot, millised võimalused neil on turismiteemadel kaasaraäkimiseks.
- Kestliku arengu põhimõtete järgimist märgatakse, kuid samas ei olda teadlikud konkreetsetest tegevustest, viidates vajadusele suurendada nende nähtavust.
- Elanikud on väheteadlikud avaliku kaasamise ja tagasiside andmise võimalustest turismi arendamiseks.
- Turismimõju seire ja hindamine ei ole elanike jaoks piisavalt läbipaistev. Vastused „nii ja naa” ja „ei oska öelda” näitavad, et mõju hindamise tulemusi ei jagata elanikega piisavalt või ei ole sõnumeid kommunikeeritud elanikele arusaadavalt.
- Turismiinfo kättesaadavus on piirkonniti ebaühtlane, viidates vajadusele leida võimalusi elanikele turismiinfo edastamiseks. Suhteliselt suur „nii ja naa” või „ei oska öelda” vastuste osakaal võib näidata, et turismivaldkonna tegevustest ja tulemustest ei ole elanikel piisavat ülevaadet.

#### Tunnetuslik rahulolu turismiga (5. plokk)

Elanike tunnetuslik rahulolu turismiga peegeldab kokkuvõtlikult seda, kuidas kohaliku kogukonna liikmed hindavad turismi üldist mõju oma igapäevaelule ja elukeskkonnale. See 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) Tunnetuslik rahulolu väljendab seega seda, mil määral on turismi areng kooskõlas kogukonna väärtustega, aitab kaasa elukvaliteedile ja säilitab kohalike 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.

Enamik vastajaid (90%) suhtub külastajatesse üldjuhul positiivselt. Enim soovivad oma kodukandi külastamist Läänemaa (94%) vastajad, järgnevad Harjumaa (80%) ja Raplammaa (77%) vastajad (vt joonis 8). Sama näitaja vastajate koguarvust oli 82%.



**Joonis 8.** Tunnetuslik rahulolu turismiga. (n=554; m=keskmine hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Turismi arendamist toetab 81% kõikidest vastajatest, enim tehakse seda Läänemaal (88% vastajatest). Raplemaal toetas turismi arendamist 83% ja Harjumaal 78% vastajatest. Kolmandik (28%) vastajatest tunnetasid, et nende arvamusega turismiga seotud otsuste tegemisel ei arvestata, samas ei osanud 24% sellele küsimusele vastata ning 28% leidsid, et kord on nii ja kord on naa. Läänemaa ja Raplammaa vastajad tajusid nende arvamusega arvestamist võrdsel määral (31%), Harjumaa elanikest nõustus väitega 23% vastajatest. Vanuserühmadest tunnetasid nende arvamusega arvestamist enim 65-aastased ja vanemad (35%) ning vähim 18–25-aastased (25%) ja 26–40-aastased (25%).

Tulemustele tuginedes saab peamiste järeldustena tunnetusliku rahulolu mõõtmes loetleda järgmist:

- Elanikud tajuvad turismi mõju kodukandile valdavalt positiivselt.

- Rahulolu turismi arendamisega oma kodukohas on pigem mõõdukas, kuid kogukond toetab seda. See näitab, et turismi nähakse kohaliku arengu võimalusena ja väärtusliku tegevussuunana.
- See, et elanikud soovivad oma kodukandi külastamist ka teistele, viitab elanike tugevale seotusele oma kodukohaga ning piirkondade positiivsele mainele elanike seas.
- Elanikud suhtuvad turistidesse positiivselt. Sõbralik suhtumine külastajatesse loob omakorda head eeldused külalislahkuse pakkumiseks ja kogukonna identiteedi tugevdamiseks.
- Elanikud ootavad suuremat kaasamist turismiga seotud otsustusprotsessidesse. Suur hulk „nii ja naa” hinnanguid viitavad, et otsuste ja tegevuste kommunikeerimist elanike seas võiks parandada, et suurendada teadlikkust ja usaldust kohaliku turismiarenduse vastu.

### 3) Turismiga seotud aktuaalsed teemad

Elanike kaasamist turismiarendusse toetab nende teadlikkus turismisektoris toimuvast ning informeeritus kohalikust turismiarendusest, samuti võimalus kaasa rääkida aktuaalsetel teemadel, mis puudutavad nende heaolu ja elukeskkonda. Seetõttu uuriti osalejatelt, milliseid turismiarendusega seotud organisatsioone nad teavad, millistest allikatest nad otsivad infot nende kodukandi turismi kohta ning millised on hetkel nende jaoks kõige kriitilisemad turismiga seonduvad teemad.

Kodukandis tegutsevast sihtkoha arendamise organisatsiooni olemasolust olid teadlikud 34% kõikide vastajate peale kokku. Kõrgeim teadlikkus oli Läänemaal (66%), Raplamaal teadis sihtkoha organisatsiooni olemasolust 34% vastajatest ning Harjumaal 16%. Naistest olid teemaga kursis 35% ning meestest 30% vastajatest. Vanuserühmades olulist erinevust ei esinenud – kõigis vanuserühmades oli teadlikkus veidi üle 30%. Turismis põhikohaga töötavatest inimestest olid sellise organisatsiooni olemasolust teadlikud 69% vastajatest ning oluliselt vähem olid teemaga kursis vastajad, kes ei saa turismisektorist mingit kasu (26%).

Järgnevalt on analüüsitud elanike antud vabavastuseid küsimusele, mida nad ise sooviksid küsimustikule lisaks esile tuua. Elanike arvamused kitsaskohtadest ja arenguvajadustest jagunesid neljaks peamiseks valdkonnaks:

organisatsioonilised ja strateegilised tegurid, hooajalisus, infrastruktuur ja teenused ning keskkonnamõjud ja püsielanike kaasamine.

### *Organisatsioonilised ja strateegilised tegurid*

Kõigis kolmes maakonnas näevad elanikud vajadust ja võimalusi turismijuhtimise ja koostöö arendamiseks. Piirkondlik turism vajab vastajate hinnangul ühtsemat strateegilist suunda ja paremat tegevuste koordineerimist, mis võiksid eelkõige toetada Harjumaa ja Raplamaa turismivaldkonna arengut. Elanike arvates tuleks turismi arendamisel senisest enam rõhutada kohaliku identiteedi hoidmist ja esiletoomist, et tugevdada piirkondade omapära ja kogukondlikku sidusust. Läänemaal peetakse hooajalisust üheks peamiseks probleemiks ning märgitakse, et teenused on koondunud peamiselt Haapsallu. Harjumaal (nt Saku vallas) tuntakse vajadust turismiorganisatsioonidega aktiivsema suhtluse järele. Raplamaal põhinevad turismiteenused elanike hinnangul suurel määral kohalike vaatamisväärsuste tutvustamisel, mistõttu nähakse potentsiaali nüüdisaegsete ja terviklikumate turismitoodete arendamiseks. Samuti toovad vastajad Raplamaal esile, et turismiarendus tugineb praegu pigem ettevõtjate initsiatiivile, samas nähakse võimalust omavalitsuste suuremaks toetavaks ja suunavaks rolliks. Mitmes Harjumaa vallas (nt Kose ja Viimsi) tunnetatakse vajadust süsteemsema turismiarenduse ja pädevate spetsialistide järele. Samuti märgitakse, et turismialane teave võiks olla paremini koondatud ja kergemini kättesaadav nii elanikele kui külastajatele. Üldiselt viitavad tulemused elanike ootusele, et piirkondlikku koostööd, juhtimist ja strateegilist planeerimist tuleks järjepidevalt tugevdada, et tagada tasakaalustatud ja kestlik turismiarendus kõigis kolmes maakonnas.

### *Turismi hooajalisus*

Turismi hooajalisus on kõigis kolmes maakonnas märgatav probleem. Harjumaal ja Läänemaal koondub vastajate hinnangul suurem osa külastustegevusest suvekuudele ning mõnesse populaarsemasse keskusesse, nagu Haapsalu ja Tallinn, jättes väiksemad vallad ja külapiirkonnad vähem nähtavaks. Mitme omavalitsuse elanikud (nt Harku, Rae, Kohila) näevad potentsiaali sihipärasemaks turismiarenduseks, eriti väljaspool kõrghooaega. Elanike hinnangud viitavad, et piirkonna atraktiivsust turismisihtkohana saaks tõsta



aastaringsete tegevuste ja ürituste mitmekesistamisega. See aitaks ühtlustada külastusvoogusid, tugevdada kohalikku ettevõtlust ning toetada kogukondade elujõulisust ka madalhooajal.

### *Infrastruktuur ja teenused*

Vastajate hinnangul mõjutab kõigi kolme maakonna turismiarendut senine taristu kvaliteet ja hooldus. Raplamaal peeti majutusvõimaluste valikut napiks – toodi esile, et Rapla linnas hotell puudub ning ka maakonnas tervikuna on ööbimiskohti vähe, mis vastajate arvates piirab suuremate ürituste korraldamist. Samuti märgiti, et olemasolevad majutusasutused on valdavalt väiksemaarvulistele ja erihuvidega külastajatele suunatud. Läänemaal juhiti tähelepanu linnakeskkonna ja rannalade hooldusvajadusele ning avalike tualettide vähesusele. Vormsi puhul mainiti toitlustusvõimaluste ja praamiliikluse parendamise vajadust. Raplamaal nimetasid vastajad soovidenäena arendada looduslikke spordiradu, näiteks rajada täisväärtuslik terviserada. Harjumaa tagasiside viitab, et turismi infrastruktuuri ja teenuste arendamine on piirkonniti ebajärjekindel, kuna puudub selge visioon. Vastajad leidsid, et oleks vajalik täpsem marsruutide planeerimine, selgem tähistamine, külastusvoogude korraldamine ja läbipaistev kommunikatsioon.

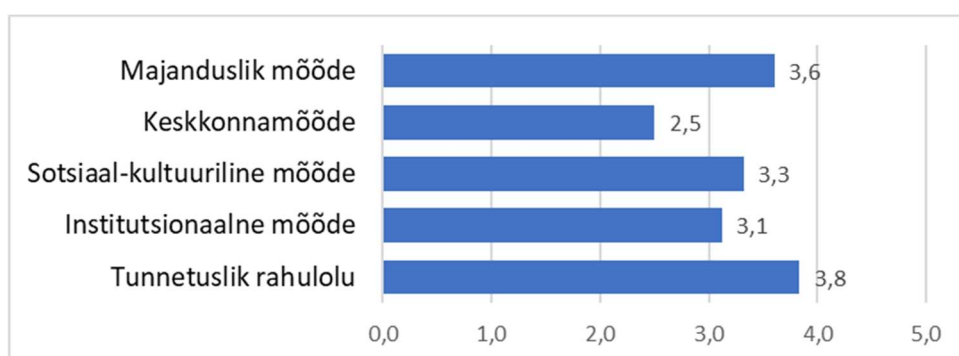
### *Keskkonnamõju ja püsielanike kaasamine*

Vastajate hinnangute põhjal on Harjumaal mitmes piirkonnas märgata, et intensiivsem külastuskoormus võib tekitada püsielanikele täiendavat keskkonnamõju ja häiringutunnet. Elanikud on toonud esile, et turismitegevuste planeerimisel elamupiirkondades võiks enam arvestada kohaliku kogukonna heaolu ja elurütmiga. Näiteks Viimsis kirjeldasid mõned vastajad, et külastuskoormuse kasv on mõjutanud nende tajutavat elukeskkonda. Mitmes Harjumaa vallas (sh Kose ja Jõelähtme) tõid vastajad esile muresid seoses prügiga, looduse kahjustumise ja mürahäiringuga. Samuti märgiti, et kogukondade kaasamine turismiaruteludesse võiks olla süsteemsem ja laiapõhjalisem; näiteks Viimsis mainiti, et kohalike kaasamine ei pruugi alati olla piisav. Raplamaal juhiti tähelepanu sellele, et viitade ja rajatiste rohkus võivad mõjutada loodusala visuaalset terviklikkust.

## Elanike tunnetuslik rahulolu turismiga

Elanike rahulolu turistide kohaloleku ja turismiga nende kodukohas, samuti nende toetus turismi arengule on oluline osa turismipiirkonna edukast arendamisest ja kuvandi loomisest. Sealjuures kujundavad elanike rahulolu turismiga kõik kestlikkuse mõõtmed, milleks on keskkonna-, majanduslik, sotsiaalkultuuriline ja institutsionaalne mõõde. Kui institutsionaalse mõõtme fookus on sotsiaalsel kapitalil, sealhulgas ühiskondlikel institutsioonidel, valitsusorganisatsioonidel, inimestevahelistel suhetel, kaasavatel planeerimisprotsessidel, partnerlussuhetel, koostööl ja võimusuhetel, siis sotsiaalkultuuriline mõõde käsitleb kohalikke elanikke ja nende teadlikkust, kogemusi, teadmisi, oskuseid ja käitumist kui sihtkoha arendamise ressursi. Keskkonnamõõde on seotud loodusväärtuste, taastuvate ja taastumatute ressursside seisukorra tajumisega, samuti turistide keskkonnakäitumise ja selle võimaldamisega sihtkohas. Majanduslik mõõde aga hõlmab piirkondlikku majanduslikku tulu, sealhulgas elanike materiaalsel heaolu, tööhõivet ja sissetulekut. (Cottrell jt, 2013)

Eeltoodud tulemuste ja järelduste üldistamiseks ning visuaalseks esituseks leiti teemagruppide kaupa väidete aritmeetilised keskmised, mis võimaldavad võrrelda nii eelnevaid kui tulevasi uuringuid (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 indikatiivne rahulolu turismiga Harju-, Lääne- ja Raplamaal.

Keskmine hinnang kõikide kestlikkuse prisma mõõtmete lõikes jääb vahemikku 2,5–3,6 ning peegeldab elanike üldiselt mõõdukat rahulolu turismiga. Majanduslik mõõde (3,6) näitab, et elanikud tunnetavad turismi kasulikkust kohaliku majanduse ja tööhõive seisukohalt, kuna turismi peetakse töökohtade ja

lisisissetulekute allikaks, eriti piirkondades, kus külastusvood toovad otsest tulu ettevõtlusele ja kogukonnale. See tulemus on kooskõlas eelnevate järeldustega, mille järgi tajuvad turismi majanduslikku kasu enim aktiivses tööeas elanikud ning turismiga otseselt seotud kogukonnad.

Keskmine hinnang 3,3 sotsiaalkultuurilises mõõtmes viitab sellele, et turism aitab kaasa kohaliku identiteedi hoidmisele ja kultuuripärandi väärtustamisele. Elanikud hindavad turismi positiivset mõju kultuurielule ja sotsiaalsele aktiivsusele, samas nähakse kasutamata võimalusi kogukonna ja noorte suuremaks kaasamiseks kultuuri hoidmisel. See mõõde haakub ka piirkondliku uhkuse ja kogukonna sidususe tajuga.

Hinnang 3,1 turismijuhtimise ehk institutsionaalses mõõtmes näitab, et omavalitsuste ja sihtkohaorganisatsioonide tegevust tajutakse kohati ebaühtlasena. See peegeldab elanike tunnetust, et nende arvamusega arvestatakse vaid osaliselt ning kohaliku tasandi koostöö vajab tugevdamist. Tulemus kinnitab, et usaldus ja läbipaistev juhtimine on elanike rahulolu kujundamisel esmatähtsad.

Keskkonnamõõtmehinnang (2,5) on madalaim ja viitab sellele, et turismi mõju loodusele ja keskkonnale nähakse probleemseks. Eriti muretsetakse jäätmete, külastajakoormuse ja loodusväärtuste pärast. See tulemus kordab vabavastustes esile toodud tähelepanekuid, et turismi arendamisel tuleks enam rõhku panna loodussõbralikkusele ja külastajate vastutustundlikule käitumisele.

Tunnetuslik rahulolu (3,8) on uuringus käsitletud piirkondade elanike seas kõrgem kui kestlikkuse prisma mõõtmehinnangud. Turismi nähakse oma piirkonna arengu loomuliku osana ning kohalikel on pigem toetav ja sõbralik suhtumine nii külastajatesse kui ka turismi arendamisse. Kuigi elanikud hindavad turismi majanduslikke ja kultuurilisi eeliseid kõrgelt, võib tajuda vajadust paremini tasakaalustada majanduslik kasu ja keskkonnahoid. Kõrge tunnetuslik rahulolu viitab elanike usaldusele ja soovile turismi arengut toetada, kuid nad ootavad parendusi keskkonna- ja juhtimismõõtmes. Tajutava rahulolu kõrgem tase võib peegeldada ka kohaliku uhkust oma kodukoha üle, eeldades, et turism toob tulu ja elavdab kogukondi, säilitades samal ajal looduse ja kohaliku elukeskkonna kvaliteedi.

## Ettepanekud

Ettepanekud on suunatud eeskätt SA Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskuse Harju-, Rapla-, Läänemaa DMO-le ning maakondlikele ja kohalikele omavalitsustele, samuti turismiorganisatsioonidele ja ettevõtjatele, kes panustavad piirkondade turismiarendusse. Soovitused lähtuvad uuringu järeldest toodud peamistest kitsaskohtadest ja arendusvajadustest neljas mõõtmes – majanduslik, sotsiaalkultuuriline, keskkonna- ja juhtimismõõde – ning on mõeldud praktiliseks aluseks piirkondliku arendustegevuse ja koostöö kavandamisel.

Kõigi mõõtmete lõikes on uuringust tulenevalt olulisimad kolm tegevussuunda. Esiteks läbipaistev ja järjepidev kommunikatsioon – elanikud soovivad teada, mis toimub, miks toimub ja kuidas see neid mõjutab. Seda suunda saavad eest vedada DMO ja kohalikud omavalitsused ühiselt. Teiseks kogukonna süsteemne kaasamine, mis ei tohiks olla episoodiline, vaid järjepidev. DMO saab olla siin kogukondade häälekandja ja -koondaja ning omavalitsused kogukondadele sobivate otsuste kujundajad. Kolmandaks tasakaalu leidmine majandustegevuse arenduse, kultuuri hoidmise ja keskkonna vahel. Elanikud toetavad turismi, kui tunnevad, et see võimaldab sissetulekut, ei koorma loodust, rikastab kultuurielu ning kui neid endid väärtustatakse partneritena. Eeltoodule tuginedes saab teha mõningaid ettepanekuid, mida saab arvesse võtta turismipiirkonna arendustegevuste planeerimisel ja teostamisel:

- Tugevdada piirkondlikku koostööd turismistrateegia elluviimiseks ning leida võimalusi regionaalsete arutelude korraldamiseks, kuhu on kaasatud nii ettevõtjad kui ka kogukonnad.
- Suurendada kogukondade kaasamist otsustus- ja planeerimisprotsessidesse luues selged ja kergesti leitavad kanalid, mis võimaldavad kaasamist juba arenduse varases etapis – avalikud arutelud, digitaalsed ettepanekuvormid, töötoad vms. See annab elanikele võimaluse panustada arendusse enne otsuste langetamist. Kaasamist saab edendada ka kogukonna kontaktisikute või küla(seltsi)de koordinaatorite abil, et soodustada info liikumist mõlemas suunas.
- Parendada kommunikatsiooni ning DMO ja omavalitsuste töö läbipaistvust, mis võimaldab tõsta elanike teadlikkust turismitegevusest. Seda saab teha näiteks lihtsate ja kättesaadavate infokanalite arendamise

kaudu (piirkondlik infokiri, avalikud infopaneelid, selgem/regulaarsem sotsiaalmeedia kommunikatsioon vms). Parem kommunikatsioon aitab tõsta elanike teadlikkust sellest, kuidas turism toob kasu kaudselt kogu kogukonnale, mitte ainult ettevõtjatele.

- Arendada külastuskorraldust ja taristut viisil, mis vähendab keskkonnakoormust. See sisaldab nii prügimajanduse parendamist, turistile arusaadavaid viitasid ja juhiseid, jalgratta- ja kõnniteid ning külastajate liikumisteid suurema külastuskoormusega paikades. Lisaks rakendada hooajalise koormuse juhtimist, nagu näiteks külastusvoogude suunamine vähem koormatud aladele, külastusvoogude hajutamine ja alternatiivsete marsruutide loomine. DMO saab siinkohal koordineerida, omavalitsused aga rakendada praktilisi lahendusi.
- Kujundada turismitooteid ja -teenuseid, mis pakuvad lisaks turistidele väärtust ka kohalikele, ning tõsta seda aspekti rohkem esile. Lisaks toetada kogukonnapõhise turismi initsiatiive, mis seob kohaliku identiteedi ja ettevõtluse (DMO roll oleks turundus ja koostöö koordineerimine, omavalitsuse roll toetusmeetmete ja taristu arendamine).
- Toetada kohalikke ettevõtjaid ja väikeettevõtlust, et suurendada turismi majanduslikku mõju kogukonnale. Selleks sobilikud lahendused on näiteks koolitused, starditoetused, koostööpõhised turismipaketid. Soovituslik on määratleda ka potentsiaal uute majutus- ja teenusepakkujate tekkeks piirkondades, kus majutuskohade nappus võib piirata turismi arengut. Kaaluda ka võimalust toetada hooajaväliste teenuste arendamist (nt kultuuri-, spordi- või loodusmatkad talvel ja kevadel).
- Suurendada külastajatele suunatud keskkonnasõbralike käitumisjuhiste nähtavust ja mõjusust. Üheks võimaluseks on korraldada koostöös RMK, DMO ja omavalitsustega kampaaniaid, mis edendavad teadlikku ja vastutustundlikku looduses viibimist. Samuti tasuks kaaluda võimalusi järelevalve parendamiseks populaarsemate turismiobjektide juures (prügimajandus, mürareostus, liikumisreeglid jm).
- Parendada kõrghooajal ja ürituste ajal külastuslogistikat ning ühistranspordikorraldust, eriti neis piirkondades, kuhu autoga ligipääs tekitab ummikuid või parkimisprobleeme. See hõlmab ka parkimislahendusi, jalgrattateid ja ühendusi iseseisvalt avastatavate

külastusobjektide vahel. Kaaluda võiks terviklike (ka maakondade üleste) liikumisteedkondade arendamist, mis on külastajale arusaadavad ja kättesaadavad (sh digitaalsed kaardirakendused või äpid).

- Avaldada regulaarselt turismimõju raporteid ja seirearuandeid, et elanikud oleksid toimuvaga kursis. Aruannetes tuleks hoida fookust kestlikkuse põhimõtetel: kuidas keskkonnariske maandatakse, milliseid samme võetakse kogukondade heaolu tagamiseks jms. Turismiarendust puudutavate otsuste tegemisel tuleks esile tuua, kuidas on sealjuures kasutatud elanikelt kogutavat tagasisidet.
- Tugevdada piirkondlikku identiteeti ja selle nähtavust soodustades kohalikke elanikke, eriti noori, kaasavate kogukondlike turismiprojektide elluviimist eesmärgiga hoida oma kodukoha lugusid, traditsioone ja kultuuri.

## **Uuringu piirangud ja edasised uuringusoovitused**

Siinses uuringus antakse ülevaade Harju-, Lääne- ja Raplamaa elanike rahulolust turismiga ning tehakse ettepanekuid piirkonna turismipoliitika ja -juhtimise kujundamiseks. Siiski tuleb tulemuste tõlgendamisel arvestada mõningate piirangutega, mis võivad mõjutada andmete üldistatavust ja tõlgendussügavust.

Kuigi uuring hõlmas vastajaid kõikidest uuritava piirkonna omavalitsustest ning valim mahtus suuremas osas veapiiridesse nii rahvastikuarvu, erinevate vanuserühmade kui ka meeste-naiste jaotuse puhul, ei olnud vastajate arv ja jaotus täielikult proportsionaalne omavalitsuste tegeliku rahvaarvuga. Mõnes väiksemas vallas võib üksikute vastustel olla seetõttu suhteliselt suur kaal. Lisaks oli küsimustik täidetav vaid veebiplatvormil, mistõttu ei pruukinud see olla kõigile kättesaadav.

Küsitluses osalemine oli vabatahtlik, seega võisid aktiivsemalt vastata need elanikud, kel on turismiteemade suhtes tugevam aramus. See tähendab, et rahulolematute või väga rahulolevate elanike hääl võib olla rohkem esindatud. 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 muutuda näiteks hooajaliste külastusvoogude, majandusolukorra või kohaliku arengu mõjul.

Kvantitatiivne lähenemine võimaldab tuvastada laiemad mustrid ja suhtumiste tasemed, kuid ei pruugi põhjalikult avada hoiakute põhjuseid. Kuigi vabavastused lisasid uuringule väärtuslikku konteksti, võimaldaksid intervjuud või fookusgrupid saada veel detailsema pildi.

Edaspidi võiks seada sihiks ühtlasema vastajate jaotuse vanuse, soo ja valla/linna lõikes, et tõhustada sihtotstarbelist värbamist (nt koostöös külade, MTÜde ja kohalike teenusepakkujatega). See parandaks tulemuste üldistatavust ja suurendaks uuringu usaldusväärsust. Hinnangute taga peituvate motiivide ja kogemuste teadasaamiseks võiks kaaluda iga teemaploki juures lühikese vabatahtliku täpsustava küsimuse (nt „Mis on peamine põhjus, miks Te nii arvate?“) kasutamist, sest see võimaldaks vastajal kohe vastava teema juures ka oma hinnangut selgitada.

Pidades silmas noorte potentsiaali kogukonnaelu kujundamisel, oleks tulevikus soovitatav uurida põhjalikumalt nende ootusi ning võimalusi panustada turismi arengusse. Selline lähenemine aitaks nii tugevdada põlvkondadevahelist sidusust kui ka toetada tulevikku vaatava turismihariduse ja -teadlikkuse kujundamist. Uuring tõi esile ka selle, et turismi puudutava teabe kättesaadavus ja kasutatavad kommunikatsioonikanalid võivad oluliselt mõjutada elanike hoiakuid. Seetõttu võiksid edasised uuringud sisaldada küsimusi selle kohta, millised teabe edastamise vormid (avalikud arutelud, sotsiaalmeedia, kohalikud infoväljaanded jm) suurendavad elanike kaasatust, kaasatuse tunnet ja positiivset hoiakut turismi suhtes. Järgmises uuringus võiks kaaluda ka küsimuse lisamist, mis võimaldab vastajal määratleda oma elukoha tajutavat kaugust turismitegevusest.

Vastajakoormuse vähendamiseks võib igal aastal kasutada tunnetusliku rahulolu ploki iseseisva seireuuringu tööriistana, kuna see peegeldab elanike üldist hinnangut turismile ning muutusi nende rahulolus ja toetuses. Kõiki mõõtmeid hõlmav täismahus küsimustik sobib paremini harvemaks andmekogumiseks, näiteks iga kahe kuni kolme aasta tagant (ka tulenevalt mõne kestlikkuse sertifikaadi auditeerimisest vms) või siis olukorras, kus ilmnevad

rahulolutendentside selged muutused mingis mõõtmes. Samuti on soovituslik lisada lühiküsimustiku juurde üks avatud küsimus, mis aitab tabada muutuste põhjuseid.



# Lisad

## Küsitlusankeet

Mida Teie arvate turismist oma kodukohas?

Eesti võlub külastajaid nii suviste kui talviste elamustega, meelitades siia puhkusenautlejaid ja külastajaid aastaringsest. Harju-, Rapla- ja Läänemaa ühine turismiarendusorganisatsioon (DMO) soovib paremini mõista kohalike elanike arvamusi turismi kohta ning hinnata nende rahulolu kodupiirkonna turismiarendusega. Küsimustiku täitmisega saate oma mõtteid ja kogemusi meiega jagada, samuti annate väärtusliku panuse turismi arendamisse oma elukohas.

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 majutuse ja hommikusöögiga spaapuhkuse kahele. Võitja saab ise valida - kas nautida lõõgastust Harju- Lääne või Raplamaal. Viimsi SPA (*Harjumaal*), Hestia Hotel Haapsalu SPA (*Läänemaal*), Ruunawere

Postimõis, pakett sisaldab ka õhtusööki (*Raplamaal*).

Loosimine toimub pärast uuringuperioodi lõppemist. võetakse ühendust telefoni teel.

Täname kõiki vastajaid kaasamõtlema eest!

Uuring viiakse läbi perioodil 16.06.2025 kuni 15.09.2025. Uuringut aitab läbi viia Tartu Ülikooli Pärnu kolledž.

### A-osa

1. Millises maakonnas on teie püsiv elukoht? \*

- Harjumaa
- Läänemaa
- Raplamaa

2. (*Harjumaal*): Millise omavalitsuse haldusalasse jääb teie püsiv elukoht?

- Tallinn
- Keila linn
- Lohja linn
- Maardu linn
- Anija vald
- Harku vald
- Jõelähtme vald
- Kiili vald
- Kose vald
- Kuusalu vald
- Lääne-Harju vald
- Raasiku vald
- Rae vald
- Saku vald
- Saue vald
- Viimsi vald

3. (*Läänemaal*): Millise omavalitsuse haldusalasse jääb teie püsiv elukoht?

- Haapsalu linn
- Lääne-Nigula vald
- Vormsi vald

4. (*Raplamaal*): Millise omavalitsuse haldusalasse jääb teie püsiv elukoht?

- Kehtna vald
- Kohila vald
- Märjamaa vald
- Rapla vald

5. Teie sugu: \*

Palun valige **ainult üks** järgnevatest:

- Naine
- Mees
- Ei soovi vastata

**6. Palun märkige oma vanus täisaastates:\***

Kirjutage vastus siia: .....

**7. 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: .....

**8. Palun nimetage mõni enda elukoha lähedal asuv paik, mida armastatakse külastada?**

.....

**9. Tooge näide mõnest suursündmusest (nt kontsert, rahvusvaheline spordivõistlus vm), mis toimub teie elukoha lähedal .**

.....

**10. Mida soovitate suvisel ajal külalisel teha või külastada oma elukohas või lähiümbruses?**

.....

**11. Mida soovitate talvisel ajal külalisel teha või külastada oma elukohas või lähiümbruses**

.....

**B. osa. Kohaliku elaniku rahulolu turismiga**

**12. 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 lisaissetulekuid 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                                                      |                 |               |            |                 |                 |                                |

**13. 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                      |                 |               |            |                 |                 |                                |
| Turismihoajal satub looduskeskkonda tavalisest rohkem jäätmeid |                 |               |            |                 |                 |                                |

|                                                                                                                            | Nõustun täiesti | Pigem nõustun | Nii ja naa | Pigem ei nõustu | Ei nõustu üldse | Ei oska öelda / Puudub kogemus |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------|------------|-----------------|-----------------|--------------------------------|
| Turismi tõttu esineb probleeme joogivee kättesaadavusega                                                                   |                 |               |            |                 |                 |                                |
| Turismi arendatakse looduskeskkonda kahjustamata                                                                           |                 |               |            |                 |                 |                                |
| Looduses liikumine on külastajate jaoks korraldatud (rajad, suunavad viiad, sildid jms)                                    |                 |               |            |                 |                 |                                |
| Külastajad järgivad looduskeskkonnas liikumise ja prügi käitlemise reegleid (käituvad vastutustundlikult, hoiavad loodust) |                 |               |            |                 |                 |                                |

#### 14. 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                      |                 |               |            |                 |                 |                                |
| Minu elukoht on turismi tõttu ülerahvastatud                                                   |                 |               |            |                 |                 |                                |
| Turism tekitab liiklusummikuid                                                                 |                 |               |            |                 |                 |                                |
| Turism toetab muuseumite säilimist ja arendamist                                               |                 |               |            |                 |                 |                                |

#### 15. 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 |                 |               |            |                 |                 |                                |

|                                                                              | Nõustun täiesti | Pigem nõustun | Nii ja naa | Pigem ei nõustu | Ei nõustu üldse | Ei oska öelda / Puudub kogemus |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------|------------|-----------------|-----------------|--------------------------------|
| 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                          |                 |               |            |                 |                 |                                |

**16. Tunnetuslik rahulolu. Vastake täpselt nii nagu tunnete.**

|                                                                                    | 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.**

**17. Tean, et minu kodukandis tegeleb sihtkoha arendamisega eraldi turismiarendusorganisatsioon.**

- Jah, olen teadlik
- Ei ole teadlik

**18. Kas soovite omalt poolt veel midagi lisada?**

.....

**Suur tänu, et võtsite aega vastamiseks. Teie vastused aitavad meil mõista, kuidas kohalikud elanikud turismi suhtuvad ning arvestada teie arvamusega turismitegevuste planeerimisel ja arendamisel.**

## 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
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center, 17(1), 1–7.
- ETIS. The European Tourism Indicator System. ETIS toolkit for sustainable destination management. (2016). European Commission. Luxembourg: Publications Office of the European Union. doi:10.2873/983087
- Falak, S., Chiun, L. M. and 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](http://www.theguardian.com).
- Lundberg, E. (2014). Tourism Impacts and Sustainable Development. Gothenburg: University of Gothenburg.
- 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., and 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. and 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>
- Zhao, Y., Cui, X., & Guo, Y. (2022). Residents' engagement behavior in destination branding. *Sustainability*, 14(10), 5852. <https://doi.org/10.3390/su14105852>
- 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>