

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Taivi Kaljura

**SÜNDMUSTURISMI ARENDAMINE  
MAAPIIRKONNAS VARBLA VALLA NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: PhD, Heli Tooman

Pärnu 2014

## SISUKORD

Sissejuhatus .....	3
1. Sündmusturismi teoreetilised käsitlused .....	6
1.1. Sündmusturismi areng ja suundumused .....	6
1.2. Sündmusturismi arendamine maapiirkonnas .....	14
1.3. Maapiirkonna sündmuste küllastajate reisimotiivid, ootused ja vajadused .....	16
2. Varbla valla sündmusturismi potentsiaali uuring .....	20
2.1. Varbla valla turismi lühiülevaade .....	20
2.2. Uuringu kirjeldus .....	23
2.3. Uuringu tulemused ja järeldused .....	25
3. Ettepanekud sündmusturismi arendamiseks Varbla vallas .....	37
Kokkuvõte .....	43
Viidatud allikad .....	46
Lisad .....	51
Lisa 1. Sündmuste mõju kogukonnale .....	51
Lisa 2. Lääne- ja Pärnumaa sündmused 2014. ....	52
Lisa 3. Intervjuu küsimused. ....	54
Lisa 4. Intervjueeritavad .....	56
Lisa 5. Kõrvitsafestivali idee kirjeldus .....	57
Summary .....	59

## SISSEJUHATUS

Lõputöö teemaks on „Sündmusturismi arendamine maapiirkonnas Varbla valla näitel“. Turism on tänapäeval üks kiiremini kasvav majandusharu ning üha enam on reisimise põhjuseks sündmused. Piirkondade vaheline konkurents on väga tihe ja selleks, et konkurentsist püsida, tuleb sihtkohal leida midagi millega teistest eristuda. Üheks võimaluseks on külastajaid köitvate sündmuste korraldamine.

Uurimustöö teema aktuaalsus tuleneb suuresti rahvastiku koondumisest linnadesse ja nende lähitagamaadesse, mis mõjutab oluliselt maapiirkondade tulevikku. Paljudes piirkondades on elu muutunud igavaks, elutuks ja majanduslikult raskeks. Eesti taasiseseisvumine tõi kaasa ulatuslikud muutused rahvastikurändes, kus alates 1990. aastatest oli Eesti siserändes valdavad olnud kaks suundumust: pikamaaränne suurematesse linnadesse õppimise- ja töö- ning parema elukeskkonna otsimise eesmärgil (Eesti inimarengu ... 2013: 20).

Maa ja linn on Eestis töö ja hariduse osas tihedalt läbi põimunud ning maa-asulad ja maapiirkonnad (sh ääremaad) ja nende elanikud sõltuvad linnadest väga olulisel määral. Samal ajal on ka maaelu areng olulise tähtsusega mitte ainult maale, vaid ka linnale. Eesti edukaks arenguks peavad ka maapiirkonnad olema konkurentsivõimelised nii oma inimkapitali kvantiteedi kui ka kvaliteedi poolest (Eesti maaelu ... 2013: 56). Siseränne maapiirkondadest välja on muutunud olulisimaks regioonide sotsiaal-majandusliku arenguolukorra erinevusi põhjustavaks rahvastikuprotsessiks Eestis (Eesti regionaalarengu ... 2013).

Eelkõige ongi probleemiks töökohtade puudus, mis tekitab ebakindluse tuleviku ees. Seetõttu peaksid maapiirkonna arengustrateegiad keskenduma sellele, et säilitada olemasolevaid töökohti ja luua juurde uusi. Neis on vajalik kavandada

sobivad tingimused ja võimalused noortele, et nad sooviksid maapiirkonda jääda või tagasi tulla. Ühe võimalusena nähakse turismi arendamist piirkonnas.

Rahvastiku vähenemine ja kehva majanduslik seis on probleemiks ka Varbla vallale. Lõputöö keskendubki nimetatud valla kui sihtkoha arendamisele, pakkudes ühe võimalusena välja sündmusturismi. Sündmused võimaldaksid meelitada sihtkohta inimesi, elavdada kogukonna elu, edendada piirkonna majandust, imagot ja turundust. Varbla vald on aastakümneid olnud köitvaks suvituspaigaks tänu oma kaunitele liivarandadele ja puhtale loodusele, kuid hooajavälisel ajal satub külastajaid sinna haruharva – pole põhjust tulla. Sündmused aitaksid leevendada hooajalisust ning tuua külalisi valda ka madalhooajal.

Eesti Riikliku Turismiarenduskava 2014–2020 (2013: 27) üheks alaeesmärgiks on seatud, et Eesti turismisihtkohad ja neile omased turismitooted on rahvusvaheliselt konkurentsivõimelised, mille meetmena nähakse piirkondlike turismitoodete arendamist. Selleks on oluline, et sihtkohtades oleks esindatud piirkonnale iseloomulikud turismitooted, mille arendamise eesmärgiks on siduda olemasolevad tooted ja teenused ühtseks tervikuks, suurendades seeläbi turismiobjektide ja -toodete vahelist sünergiat ning aidates kaasa erasektori teenuste väljaarendamisele. See ühtlasi suurendaks välisturistide arvu ning seeläbi turismitulu kogu piirkonnas. Sellest lähtuvalt arvab autor, et Varbla vallale omaste sündmuste loomisel saaks sealset elukvaliteeti paremaks muuta, ühendada erinevaid maapiirkonnale omaseid tooteid ja teenuseid ühtseks tervikuks, tekitades majanduslikku- ja sotsiaalset kasu sihtkohale.

Varbla vald asub Pärnu maakonnas ning kuulub ka Romantilise Rannatee kaubamärgi alla, mis ühendab endas üheksat valda Häädemeeste, Tahkuranna, Sauga, Audru, Tõstamaa, Koonga, Saarde, Varbla ja Kihnu. Romantilise Rannatee üheks eesmärgiks on seatud "igasse valda üks suursündmus". Mitmed vallad on oma suursündmuse juba leidnud ning need on muutunud külastajate hulgas üha populaarsemaks, toonud piirkonda juurde tulu ja tuntust. Varbla vallas sellist sündmust siiani pakkuda pole. Hetkel pole veel olemas ka vastuseid küsimustele, milline on valla turismi hetkeolukord ja kas Varbla vallal on üldse ressursse

sündmuste korraldamiseks? Eelnevast tulenevalt püstitati uurimisküsimus: Milline on Varbla valla potentsiaal sündmusturismi arendamisel?

Lõputöö eesmärgiks seatakse välja selgitada, millised on maapiirkonnale omase ja küllastajaid köitva sündmusturismi arendamise võimalused, milline on Varbla valla potentsiaal ja asjaliste seisukohad sündmusturismi arendamisel ning esitada ettepanekud sündmusturismi arendamiseks Varbla vallas.

Eesmärgi täitmiseks seatakse järgmised ülesanded:

- sündmuste ja sündmusturismi arendamist käsitleva kirjanduse ülevaate koostamine ning maapiirkonna küllastajate reisimotiivide, ootuste ja vajaduste välja selgitamine;
- Pärnumaal, Läänemaal, Varbla vallas ning Romantilisel Rannateel olemasolevate sündmuste kaardistamine;
- uuringute ettevalmistamine;
- asjaliste intervjuerimise kaudu andmete kogumine, selgitamiseks välja Varbla valla potentsiaal, võimalused ja kitsaskohad sündmuste korraldamisel;
- uuringu tulemuste analüüsimine ja järelduste tegemine;
- ettepanekute esitamine sündmusturismi arendamiseks Varbla vallas.

Lõputöö koosneb kolmest peatükist, mis omakorda jagunevad alapeatükkideks. Esimeses peatükis käsitletakse sündmusturismi teoreetilisi käsitlusi, defineeritakse mõisted sündmus ja sündmusturism, kirjeldatakse sündmuste liike ja maapiirkonda sobivaid sündmusi, nende mõju piirkonnale, sündmuste asjalisi ning maapiirkonna sündmuste küllastajate reisimotiive, ootusi ja vajadusi. Olulisemad autorid kellele tuginetakse on Goeldner, C.R., Ritchie, J. R. B., Getz, D., Allen, J., Van der Wagen, L., B. R, Mackellar, J., H., Robertson, M., Frew, E., Bowdin, G., O'Toole, W., Tooman, H. ja Müristaja, H. Teises peatükis antakse lühiülevaade Varbla valla turismist, uuringu tulemustest ja järeldustest. Kolmandas peatükis esitatakse ettepanekud sündmusturismi arendamiseks Varbla vallas. Lõputööl on kokkuvõtte, allikate loetelu, ingliskeelne resümees ning viis lisa (sündmuste mõju kogukonnale, Lääne- ja Pärnumaa sündmused, intervjuu küsimused, intervjueritavate tähistused, kõrvitsafestivali ideekirjeldus).

# 1. SÜNDMUSTURISMI TEOREETILISED KÄSITLUSED

## 1.1. Sündmusturismi areng ja suundumused

Maailma Turismiorganisatsioon (*United Nations World Tourism Organization – UNWTO*) defineerib turismi kui inimeste liikumist väljapoole oma igapäevast elukeskkonda, meelelahutuslikul, ärilisel või mõnel muul eesmärgil, kuid mitte kauemaks kui üks aasta (UNWTO 2014). Nii palju, kui on inimesi, on ka erinevaid reisimotiive. Need võivad sõltuda nii vanusest, soost, perekonnaseisust kui ka tökohast. Goeldner ja Ritchie (2009: 4) on öelnud, et kui mõeldakse sõnale turism, seostuvad selle sõnaga mitmed erinevad tähendused: vaatamisväärsustega tutvumine, sõprade ja sugulaste külastamine, puhkuse veetmine ja meelelahutus, sportimine (hobi korras või võistlused), ostlemine, ärireisid, hariduse omandamine või koolitused, sündmuste külastamine ja tervise parendamine.

Sündmusturism on üha kiiremini kasvavaid segmente turismis. Riigid ja linnad konkureerivad dünaamiliselt suurürituste pärast nagu näiteks Olümpiamängud, jalgpalli maailmameistrivõistlused ja suured laadad. Festivalid ja sündmused on levinud kogu maailmas. Need moodustavad olulise osa turismimajandusest ja võivad olla tõhusaks vahendiks turistide meelitamiseks madalhooajal, samuti aitavad teadvustada ja luua pilti piirkonnast. (*Ibid: 234*)

Sündmused kui organiseeritud tegevused ja etendused, on alguse saanud juba iidsest ajaloost ning omavad olulist rolli ühiskonnas. Sündmused ja festivalid on dokumenteeritud ajaloolises perioodis juba enne Lääne-Rooma Impeeriumit (476 a. eKr.). Neil on tähtis funktsioon sotsiaalses mõttes, andes osalejatele võimaluse

kaitsta oma identiteeti, jagada rituaale ja pidustusi teiste inimestega. (Raj *et al* 2013: 4) Aegade jooksul on inimesed leidnud erinevaid põhjuseid tähistamiseks erilisi sündmusi nende elus: aastaegade vaheldumisi, kuu faase, sünni, surma, imelise elu värskust igal kevadel ja nii edasi (Bowdin jt 2008: 4).

Sündmust, kui mõistet, on defineeritud erinevalt. Näiteks *The Collins Concise Dictionary* (Event ... 2014) defineerib „sündmust“: midagi erilist, mis leiab aset. Getz (2005: 16) ütleb, et sündmustel on kaks peamist omadust: iga sündmus on unikaalne ja ajutine. Sündmus hõlmab juhtimist, programmi, sätteid ja inimesi. See definitsioon rõhutab, et iga sündmus on erinev, sellel on algus ja lõpp. Silvers on öelnud (2004: 2), et sündmus on inimeste kogum kindlal määratud ajal ja kohas, mille eesmärgiks on millegi tähistamine, mälestamine, kommunikatsioon, haridus, kokkutulek või vaba aeg. Van der Wagen defineerib sündmust (2007: 5), kui ühiskondlikku ettevõtmist, mida iseloomustab keerukas tähtajaline planeerimine ning mis sageli hõlmab paljusid huvirühmasid. *The Chambers Dictionary* (Event ... 1998) loetleb järgmisi sündmusele omaseid tunnuseid: midagi mis juhtub, tulemus, mistahes meelde jääv kokkusaamine või esinemine, ürituse programm (spordisündmus vms), erinevad võistlused, mis sageli võivad kesta mitu päeva, õnn või saatus, organiseeritud tegevused kindlas kohas.

Sõnaraamatute definitsioonid sõnale “sündmus” rõhutavad kokkuvõtvalt järgmisi tunnuseid: toimumine teatud ajal ja kohas, erilised asjaolud, tähelepanuväärsed esinemised ja toimumised. Sündmused omavad algust ja lõppu. Sündmuseid on planeeritud või planeerimata. Need on ajalised nähtused ning planeeritavate ürituste korral on detailselt läbi mõeldud programm ja ajakava, mis on ka eelnevalt avalikkusele teatavaks tehtud. Planeeritud sündmustel on piirangud, nad toimuvad konkreetsetes kohtades, nendega võib seotud olla mingisugune objekt, võivad toimuda väga suures avatud ruumis või paljudes kohtades samaaegselt ja üksteise järel. (Getz 2012: 37) Planeeritud sündmusi saab liigitada nende vormi ja sisu poolest, liigitused on välja toodud tabelis 1. Sündmuste liigitus on vajalik selleks, et saada aru, millega on tegu.

**Tabel 1.** Planeeritud sündmuste liigid (Getz 2012: 41)

<p><b>Kultuurisündmused</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• festivalid ja mälestuspäevad</li> <li>• karnevalid</li> <li>• religioossed rituaalid</li> <li>• palverännakud</li> <li>• paraadid</li> </ul>	<p><b>Sport ja rekreatsioon</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• liigamängud, meistrivõistlused</li> <li>• ühekordsed kohtumised/reisid</li> <li>• lõbusad üritused</li> <li>• spordi festivalid</li> </ul>
<p><b>Äri ja kaubandus</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kohtumised ja koosolekud</li> <li>• messid ja näitused</li> <li>• turud</li> <li>• firmaüritused</li> <li>• haridus- ja teadus kongressid</li> </ul>	<p><b>Poliitiline ja riiklik</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• tippkohtumised</li> <li>• kuninglikud sündmused</li> <li>• tähtsate isikute külaskäigud</li> <li>• militaarne</li> <li>• poliitiline kongress</li> </ul>
<p><b>Kunst ja meelelahutus</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• planeeritud kontserdid, näitused ja teater</li> <li>• kunstinäitused</li> <li>• auhinnatseremooniad</li> </ul>	<p><b>Erasündmused</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• peod</li> <li>• kokkutulekud</li> <li>• pulmad</li> <li>• rituaalid</li> </ul>

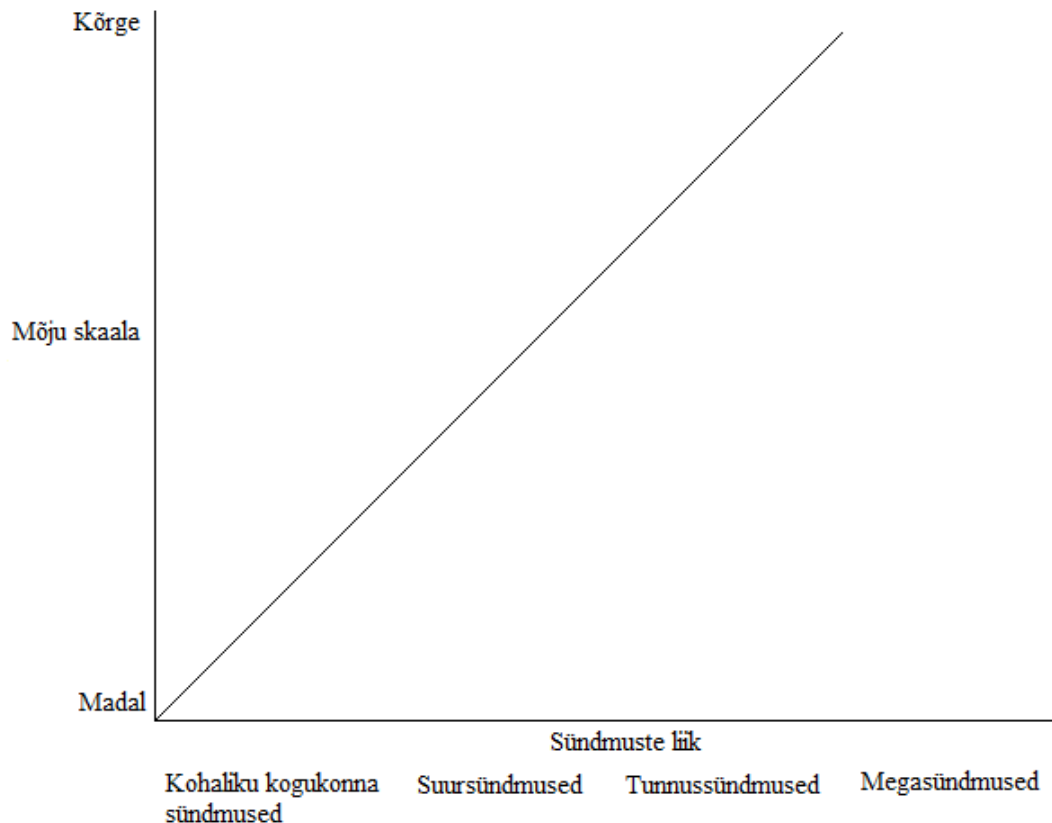
Samuti klassifitseeritakse sündmuseid nende suuruse järgi. Allen koos kaasautoritega (2011: 12) on jaotanud need nelja rühma:

- megasündmused (*mega-events*) – sündmused mis on nii suured, et mõjutavad kogu majandust ja peegelduvad maailma meedias. Näiteks Olümpiamängud, FIFA *World Cup* jne;
- tunnussündmused (*hallmark events*) – sündmused, mis on muutunud nii identifitseeritud linna vaimuks, et linn või piirkond omavad sündmusega sama nime ning on saavutanud suure tuntuse. Näiteks Rio de Janeiro karneval, Oktoberfest jne;
- suursündmused (*major events*) – sündmused, mis on oma ulatuse ja meedia huvi poolest võimelised pakkuma märkimisväärset küllastajate arvu, meedia kajastust ja majanduslikku kasu. Näiteks Austraalia avatud tenniseturniir, vormel 1 maailmameistrivõistluste etapp jne;
- kohalikule kogukonnale suunatud sündmused (*local or community events*) – sündmused, mis toimuvad suhteliselt tihti kohalikus kogukonnas ja on mõeldud kohalike elanike sotsiaalsete ja meelelahutuslike väärtuste loomisele;

Olenevalt sündmuse suurusest omab ta erinevat mõju piirkonnale. Mida suurem on üritus, seda rohkem ta piirkonnale erineval viisil mõju avaldab. Näitena võib



võrrelda kohalikule kogukonnale mõeldud sündmust ja megasündmust, mille eesmärgid, küllastajate arv ja mõju on paljuski erinev. Seda võib näha illustreerivalt jooniselt 1, kus vasakult paremale tõusev diagonaal sümboliseerib sündmuse mõju selle liigi järgi sihtkohale. Vastavalt küllastajate arvule, muutub ka sündmuse mõju kohalikule kogukonnale. Mida suurema sündmusega tegu on, seda suurem on ka mõju piirkonnale ja kogukonnale (Allen jt 2011: 12).



**Joonis 1.** Sündmuse mõju piirkonnale nende suuruste järgi (Allen jt 2011: 12)

Selleks, et sündmused saaksid toimuda, on nende organiseerimiseks enamasti vaja erinevaid sidusrühmi. Sündmuse asjalised on organisatsioonid ja inimesed, kes saavad mõjutada või keda mõjutab sündmuse korraldamine. Sündmuse asjalisteks on (People Involved ... 2013): korraldajad, sponsorid, koostööpartnerid, kliendid ja toetavad asutused. Jackson (2013: 2) ütleb samuti, et sündmustel on erinevad sidusrühmad nagu korraldajad, rahastajad, osalejad, koostööpartnerid, kohalikud elanikud ja poliitilised osapooled. Korraldajateks võivad olla nii eraisikud kui ka ettevõtted. Van der Wagen ja Carlos (2005: 16) on

öelnud, et sündmuse korraldajaid toetab üldjuhul meeskond, mis sündmuse lähenedes kasvab üha suuremaks. Näiteks 12 liikmeline planeerimismeeskond, kes töötab aasta aega koos, võib sündmuse toimumise ajaks kasvada 500 liikmeliseks. Sündmuse korraldajad töötavad üldjuhul koos mitmete erinevate ettevõtjate ja koostööpartneritega, nende hulka võivad kuuluda (Van der Wagen, Carlos 2005: 16): sündmuse toimumiskoha (saal, kultuurimaja vms) juhid, sündmuse etapi koordineerijad, valgustuse-, heli- ja videotehnika ettevõtted, sisekujundajad ja lilleseadjad, meelelahutuspersonal, tööbürood, rendifirmad, avalike suhete ja turunduse konsultandid, turvafirmad, toitlustusettevõtted, koristusfirmad, piletimüügi toimingud jms.

Korraldajatel tuleb hoolikalt planeerida sündmuse eelrave, sh ka võimalused sündmuse sponsoritelt saadava rahasumma või muul moel toetused sündmuse korraldamiseks. Sõltuvalt rahasumma või muu toetuse suuruselt liigituvad sponsorid: peasponsor, kaas-sponsor või assotsieerunud sponsor. Samamoodi jaotuvad need ka teenuste osas, näiteks: koha-, kingituste-, ehete-, toitlustamise-, bänneri jms sponsor. (People Involved ... 2013)

Koostööpartnerid osutavad üldiselt teenuseid kas odavamaga hinnaga või tasuta, näiteks meediakanalid pakuvad vaba ruumi reklaamiks ja reklaami materjale, logistikapartnerid aitavad transportida kaupa ühest kohast teise kõige tõhusamal viisil jne. Meediapartneriteks võivad olla näiteks: ajalehed, ajakirjad, televisioon, raadio, telefon jms. Toetavad asutused (omavalitsus või erasektor) võivad samuti toetada sündmust kas rahastamise näol või mõne teenusega. (*Ibid*)

Selleks, et teada saada, mida ja kellele pakkuda, tuleks välja selgitada kindlad sihtrühmad. Öeldakse, et kui soovitakse pakkuda kõike kõigile, siis ei pakuta tegelikult mitte kellelegi. Siit tulebki välja põhjus, miks on vaja leida endale kindlad sihtrühmad ning kujundada sündmus ja pakutavad teenused vastavalt nende ootustele ja vajadustele. Sündmuse turundamine ei erine mis tahes muud liiki turundusest. Sündmus on efektiivsem, kui ta on suunatud ja keskendunud konkreetsetele sihtrühmadele. Enne sündmuse korraldamist tuleks selgeks teha, kas on olemas turgu plaanitavale üritusele või mitte. (Market Research ... 2013) Watt (1998: 65) on samuti öelnud, et igasuguse turundustegevuse puhul peaks

olema väga selge, kellele see suunatud on. Näiteks on mõni sündmus suunatud ainult naistele, mõni ainult 50-aastastele, kohalikele äriühingutest, kõnelejatele, noortele vms. Sihtrühmad tuleks selgelt määratleda. Sündmuste puhul on vajalik kindlaks teha potentsiaalsed osalejad, pealtvaatajad, sponsorid ja meeskond.

Sündmuste planeerimine peaks algama turuanalüüsiga. Välja tuleks selgitada, kes on sündmuse sihtrühmad, sealhulgas milline on sellesse sihtrühma kuuluvate inimeste vanus, sugu, elukutse, haridustase, staatus, sissetulek, meeldimised, ebameeldivused, isiksuseomadused, tavad, traditsioonid, religioon, elustiil ja nii edasi. Väga oluline on teada sündmuse sihtrühmade kombeid, traditsioone ja religiooni, et mitte korraldada sündmust nende vastaselt. Näiteks kui korraldada mõni sündmus moslemitele ja pakkuda seal sealiha, siis ei oleks see sobilik, kuna nende kultuur ei luba seda süüa. (Market Research ... 2013)

Sündmusel osalejaid on võimalik liigitada suuruse, eesmärkide ja huvide poolest. Mackellar (2013: 3) liigitab osalejad viieks grupiks: massiürituse-, eriliste huvidega-, kogukonna sündmuste-, juhuslik- ja meedia publik.

Massiüritusel osalejatele on ühine huvi osaleda kollektiivselt sündmustel, sest see pakub neile põnevust. Paljudele meeldib nautida kunsti, sporti ja meelelahutust või saada kokku, et nautida sotsiaalset suhtlust kogukonna, linna või kohaga. Massipublikut meelitavad eelkõige suurlinnade kunstisündmused ja festivalid, mis toimuvad paljudes kaasaegsetes linnades üle maailma. Näiteks Londoni festival, Sydney festival jms. Neil on laiaulatuslikud programmid, tasuta osalemise võimalus, kasutatakse suuri parke, transporti ja pakutakse mitmeid mugavusi. Kasutatakse selliseid kohti, mis on disainitud massisündmuste jaoks. Osalejateks on tavaliselt erinevate vanuserühmade, huvide ja sissetulekutega inimeste rühmad. Üks grupp inimesi võib külastada sündmust avaliku näituse pärast, teisi huvitab elav muusika, kolmandad tulevad toiduelamusi otsima ning mõned on lihtsalt perekonna poolt kaasa haaratud. Sellised sündmused nõuavad väga hoolikat juhtimist ja koostööd sponsorite, partnerite ja meeskonna vahel, et tagada inimestele turvalisus, mugavus ja meelde jäävad kogemused. (*Ibid*: 4)

Eriliste huvidega osalejad on inimesed, kes külastavad sündmusi otsides erilisi kogemusi, mis on fokuseeritud nende puhke- või vabaaja sisustamisega seotud tegevustele ja hobidele. Jazzifestivalid, linnuvaatlusfestivalid, mootorrataste väljapanekud, filmifestivalid, tantsufestivalid – kõik need on näited sündmustest, mis köidavad eriliste huvidega inimesi. Paljud erisündmused on oma suuruselt väikesed, näiteks kalliskivide näitusel võib osaleda vaid paarsada inimest, kuid lennundusnäitus võib kaasata jällegi tuhandeid inimesi. Eriliste sündmuste osalejateks on tavaliselt fännid või fanaatikud, kellele on sündmus kui kirg ning üks osa nende elust. (Mackellar 2013: 4)

Kogukonna sündmuste osalejateks on inimesed, kes on fokuseeritud tähistama nende kogukonna elule omaseid sündmuseid, mis on seotud kas ajaloo või traditsioonidega. Kogukonna sündmustel osalejad tavaliselt toetavad üksteist, riietutakse koos kostüümidesse, osaletakse ühiselt paraadidel, tantsudes ja pidustustel, tehakse omavahel võistlemiseks spordiüritusi, kalapüügi võistlusi jne. Need on sündmused mis ühendavad inimesi, pakuvad emotsionaalset kogemust ning säilitavad kohalikku kultuuri. Kogukonna sündmused võivad olla suurema piirkonna- või siis väikese küla üritused. (O'Toole 2011: 50)

Juhuslikud osalejad on need, kes ei ole plaaninud sündmusel osaleda, kuid lõpuks seda siiski teevad. Nendeks võivad olla näiteks turistid, teise linna elanikud vms, kes otsivad linnatänavaid, külades/valdades kõrvalisi teid, või teevad lihtsalt vahepeatusi reisil olles ning satuvad seeläbi sündmusel osalema. Need külastajad võivad olla väga head turundusvahendid piirkonnale, sest just juhuslikult külastatud sündmused jätavad sügava mulje. (Mackellar 2013: 4)

Meediapublik on see, kes on üldjuhul orienteeritud vaatama spordisündmusi. On ka teisi sündmuseid nagu näiteks suuremad festivalid, poliitlised sündmused vms. Tänapäeva globaliseerumise juures on meediapubliku arv suuresti kasvanud, kuna on olemas lihtne pääs interneti vahendusel ja televisiooni kaudu vaadata erinevaid sündmuseid otseülekanandes või hiljem tagant järgi. See on tänapäeval üks viise kuidas end kultuurselt harida. Huvilised saavad vaadata mitut asja korraga, vajutades vaid nappu. (Van der Wagen 2007: 11)

Mõistet „sündmusturism“ hakati laialdasemalt kasutama 1987. aastast, mil Uus-Meremaa turismi- ja avalike suhete osakond (*The New Zealand Tourist and Publicity Department*) teatas, et sündmusturism on oluline ja kiiresti kasvav segment rahvusvahelisel turismiturul. Donald Getz kirjutas 1989. aastal artikli ajakirjas *Tourism Management* (1989, viidatud Getz 2008: 405 vahendusel) kus autor arendas välja sündmusturismi planeerimise raamistiku. Sellest alates hakati kasutama termineid nagu seda on eriüritus, tunnussündmus, suursündmus ja muud konkreetsed erinevat tüüpi sündmused. (Getz 2008: 405)

Nüüd on "sündmusturism" üldiselt tunnustatud mõiste, mis tähendab integreeritud planeeritud sündmuste väljatöötamist ja turundamist. Nagu igasuguseid teemareise, tuleb ka sündmusturismi vaadelda nii nõudluse kui pakkumise poolelt. Tarbijate seisukohast tuleb kindlaks määrata, kes sõidab üritusele ja miks ning samuti ka seda, kes osaleb sündmusel reisil olles. Samuti tahetakse teada, mida sündmusturistidele teha meeldib ja millele nad enam kulutavad. Nõudlusel põhinev lähenemisviis kuulub sündmuste väärtuste hindamise hulka, et edendada piirkonna imago, üldist turundust ja brändimist. (*Ibid*) Sündmuste turundamisel on väljakutseks see, kuidas haarata tarbijate tähelepanu. Selleks tuleb kasutada kõige paremal viisil sündmuse teemat, lugusid ja emotsioone. Need on sündmuste juures olulised märgid eristumaks teistest ja äratada huvi inimestes. Samuti aitab see kaasa sihtkoha maine- ja brändi kujundamisel. (Morgan jt 2004) Sihtkoha maine koosneb materiaaletest ja immateriaalsetest elementidest, millega turistid seostavad sihtkohta (Konecnik, Gartner 2007). Brändimine on protsess, kus teadlikult kujundatakse sümbol, objekt, emotsioon, toode või teenus mille eesmärk on luua lojaalsust ja eristumist (Hislop 2001: 6).

Pakkumise seisukohast on sündmustel täita mitu eesmärki selleks, et edendada ja hõlbustada sihtkoha arengut: meelitada turiste (eelkõige madalhooajal), olla katalüsaatoriteks (linnauuendusel, infrastruktuuri ja turismi suutlikkuseala suurendamisel), luua positiivset pilti sihtkohast ning aidata kaasa üldisele sihtkoha turustamisele (sealhulgas anda panus soodustamiseks luua töökohti ja paremat elupaika) ja elavdada vaatamisväärsusi või piirkonda. Sündmusturismist on

kujunemas arvestatav uurimisvaldkond. Nii turismi kui ka sündmuste uuringud on vajalikud, et mõista nende olemust ja loodavaid elamusi. (Getz 2008: 405)

Kuna lõputöö keskendub sündmusturismi arendamisele maapiirkonnas, siis järgnev alapeatükk süüvibki sellesse teemasse. Uuritakse millised on sündmuste mõjud kogukonnale, millised sündmused maapiirkonda sobivad ja külastajaid köidavad.

## **1.2. Sündmusturismi arendamine maapiirkonnas**

Sündmusturism on viimastel aastakümnetel muutunud üheks kiiremini kasvavaks turismivormiks. Järjest enam kasutatakse sündmusi turismi edendamiseks ja majandusliku kasu saamiseks (Felstenstein, Fleischer 2003: 385). Nad on saamas üha populaarsemateks vahendideks maapiirkonna majanduse elavdamisel. Sündmused mängivad olulist rolli sihtkoha arendamisel, üldise pildi loomisel, vaatamisväärsuste atraktiivsemaks muutmisel ja on oluliseks töuketeguriks muudes arengutes (Irshad 2011: 1). Sündmused aitavad kaardile tuua väikesed kogukonnad. Need toetavad maapiirkonna maine kujundamist, tõstavad külastajate arvu jne. Pikas perspektiivis vaadatuna võivad sündmused luua suurenenud turismipotentsiaali tulevikus (Felstenstein, Fleischer 2003: 385). Turism võib olla oluliseks vahendiks loomaks töökohti maapiirkonnas.

Maaturismi põhilised müügiargumendid, mida saab edukalt kasutada ka sündmusturismi arendamisel maapiirkonnas on: privaatsus, arhailisus, ainulaadsus, kliendi eriliste soovide täitmise võimalus, personaalne tähelepanu, vaikus, kodune toit (sh mahe, öko), ehedus, isetegemise võimalus, perekesksus, laste silmaringi arendamise võimalus, kordumatus, omapära, vahetu kokkupuude looduse ja maaeluga, rikkalikud võimalused uudseteks tegevusteks, põnevus jms. (Põllumajandusministeerium 2010)

Sündmused omavad otsest ja kaudset mõju maapiirkonnale ja sealsele kogukonnale. Nad pakuvad osalemisvõimalusi, oskuste arendamist, vabatahtlikust ning sotsiaalsete-, kultuuriliste- ja keskkonna väärtuste arendamist. Festivalide ja sündmustega võib meelitada turiste ja külastajaid piirkondlikul, riiklikul ja

rahvusvahelisel tasandil. Sündmused aitavad haarata vaatamisväärsusi ja edendada infrastruktuuri, mis on maapiirkonna arendamisele väga oluline. Nad aitavad suurendada juba tuntud kohtade külastatavust. Nende kohtade säilitamine ja kasutamine võib tuua kaasa rahalise kasu ja kunsti- ning kultuuripärandi levitamise (Irshad 2011: 1). Sündmused omavad nii positiivset kui ka negatiivset mõju kogukonnale ja neid erinevates valdkondades: sotsiaal-kultuurilised-, poliitilised-, keskkondlikud- ning majanduslikud mõjud (vt lisa 1). Kõiki neid tuleks sündmuse korraldamisel arvesse võtta, et sündmus oleks maapiirkonnale vastuvõetav.

Mida rohkem kaasata sündmuse korraldamisse kohalikke elanikke ja teenusepakkujaid (toitlustus, majutus, meelelahutus jms), seda suurem on majanduslik kasu maapiirkonnale. Suur osa kohalike müüjaid, käsitöölisi, kohviku-, kõrtsi- ja hotelliomanikke võivad teenida sündmusega omale suure osa aastasest sissetulekust. (*Ibid*)

Hästi korraldatud sündmused maapiirkonnas võimaldavad (Irshad 2011: 1):

- suurendada küllastajate viibimise aega;
- parandada sihtkoha teadlikkust;
- suurendada küllastajate kulutusi piirkonnas;
- kasvatada kodanike ühtekuuluvust ja solidaarsust.

Shone ja Parry (2004: 145) väidavad, et oleks väärt suunata sündmust esialgselt ainult ühele sihtrühmale. Kui võtta näiteks väikest kohaliku kogukonna üritust külas, kus peamiseks sihtrühmaks oleksid inimesed, kes külas elavad, teiseks sihtrühmaks oleksid need, kes elavad ümberkaudsetes küldes või valdades ning kolmandaks oleks juhuslikud turistid, kes satuvad sündmusel osalema. Sellest võiks esialgselt sündmuste korraldamisel väikses maakohas arvestada, et vaadata, kuidas sündmus vastu võetakse ja kuidas see toimib ning kaaluda, mida annaks edaspidi parendada.

Väiksesse maapiirkonda, kus ei ole varem sündmusi korraldatud, ei saa tõenäoliselt luua suuri megasündmusi. Esiteks ei suuda piirkond seda kohe ära teenindada, kuna võimalused lihtsalt puuduvad. Seega tuleks alustada sellest, et

millised sündmused üldse väiksesse maapiirkonda sobivad ja vastuvõetavad oleksid.

Näiteks oleks üheks viisiks suurendada turismi majanduslikku kasu hõlmates kohaliku toidu pakkumist (Robertson, Frew jt 2008: 70). Juba sellepärast, et toit ja turism on lahutamatud ning toiduga seostatakse lõõgastumist, teistega suhtlemist, õppimist ja külalislahkust. Sihtkohad lisavad kohalikke toitusid ja jooke turismitoodetesse, kuna nende tarbimine toob turistid vastuvõtvale kultuurile lähemale (Robertson, Frew jt 2008: 71). Lee, Arcodia tuginedes kaasautoritele (2011: 356) on veel öeldnud, et kohalik toit või toorained omavad suurt potentsiaali ka jätkusuutliku turismi arendamisele ning loovad tugeva piirkondliku identiteedi. Ning väidavad ka, et kvaliteetne toit, mis on pärit konkreetsest piirkonnast saab kasutada piirkonna turismi üldise pildi kujundamiseks ja küllastajate elamuste loomiseks.

Toit on väljendusrikkaks vahendiks piirkonnale ning kohalikule kultuurile ja seda saab kasutada, kui eristumise vahendina, konkurentsieelise loomisel (Lee, Arcodia 2011: 356). Seega kasutavad maapiirkonnad eelkõige just toidufestivale, et edendada kohalikke tooteid ja tooraineid ning eristuda linnakogukondade festivalidest (Robertson, Frew jt 2008: 71). Näidetena toidufestivalidest maailmas võiks siin tuua Fremantle tomatifestival, Chinchilla arbuusifestival, Broome-i mangofestival jne. Eestis, Pärnumaalt võib näiteid tuua Romantilisel Rannateel (Sündmused 2014) toimuvatest festivalidest, nagu näiteks Hapukurgifestival, RäimeWest, Võilillefestival, Lamba Vest.

### **1.3. Maapiirkonna sündmuste küllastajate reisimotiivid, ootused ja vajadused**

Donald Getz (1989, viidatud Skoultos, Tsimitakis 2008 vahendusel) on öelnud, et inimeste põhilised reisimotiivid ja vajadused jagunevad nelja kategooriasse: füüsilised, kultuurilised, inimestevahelised suhted ja prestiiž. Ka maapiirkonna sündmused suudavad nendele vajadustele vastata. Skoultos, Tsimitakis koos kaasautoritega (2008) on lisanud, et kõigi turistide motivatsiooniks on soov põgeneda argielust ja otsida sisemist rahu vabaaja veetmise võimaluste näol. Need



on samuti vajadused, mida maapiirkonna sündmuseid külastades rahuldada saab. Robertson ja Frew (2008: 56) rõhutavad, et sündmused pakuvad võimalusi põgeneda rutiinist, saada uusi kogemusi rahuldamiseks uudishimu ning olla koos inimestega, kes üksteist naudivad. Kõiki neid vajadusi saavad erinevad sündmused täita, kuna sündmused on unikaalsed ja omapärased. See asjaolu selgitab ka sündmusturismi ülemaailmset edu ja arengut tänapäeval.

Mimi, Zhuowei, Cai ja Liping (2009) uurisid Ameerika Ühendriikide maapiirkonna Midwest'is toimuva festivali näitel maapiirkonna ürituste külastajate motivatsioonitegureid. Selgus, et peamisteks motivatsiooniteguriteks olid: põgenemine igapäevaelust, uudsus, nostalgia ja patriotism, sündmuse unikaalsus, perega koosviibimine ja sotsialiseerumine. Põgenemine oli neist domineerivaim motivatsioonitegur.

Sündmusturistide uuringutest nähtub, et põhjused, miks nad külastavad sündmuseid, võivad olla väga erinevad, sest inimesed ongi väga erinevad. Sedasama saab öelda maapiirkonna sündmustel osalejate kohta. Vabale ajale või meelelahutusele orienteeritud külastajad otsivad unikaalsust, personaalset ja sotsiaalset rahulolu pakkuvaid elamusi. Üha enam otsitakse sündmusi, kus saab ise osaleda (harrastussportlased, elustiiliga seotud harrastused ja tegevused jms). Tihti just maapiirkonna üritused selliseid võimalusi pakuvadki. Ärilistel eesmärkidel reisivad turistid on enamasti ise sündmusel osalejad (nt konverentsi delegaadid, laadal kauba tutvustajad ja müüjad jne). Ka maapiirkondade majutusettevõtetes on üha rohkem hakatud pakkuma seminari- ja konverentsiteenuseid, ning nende kasutamine on muutunud maapiirkonna külastamise oluliseks põhjuseks. Tihti kaasavad maapiirkonnas toimuvad sündmused sõpruskondi ja peresid ja palju on ka neid, kes osalevad sündmustel, olles reisil hoopis muul eesmärgil. Nendeks võivad olla juhuslikult mööda sõitvad turistid. (Getz 2010)

Eesti maaturismi uuringust, kus ühe valdkonnana uuriti siseturistide reisieesmärke maapiirkondadesse selgus, et kõige enam nimetati põhjuseks sugulaste või tuttavate külastust (87%) ning teisena ürituste külastust, mida nimetas koguni 73% vastajatest. Järgnesid suvila või vanematekodu külastus 59% ning töö- või

koolitusreisil käis maapiirkonnas 47% vastajatest (Maaturismi uuring 2012: 45). Seega on sündmuste külastamine maapiirkonna külastamise eesmärkidest teisel kohal, mis näitab, et sündmusturismi arendamine maapiirkonnas on hea vahend tõstmaks piirkonna tuntust ja külastatavust.

Maaturismi uuringus (2012: 52) uuriti ka siseturistide eelistusi tulevikus tehtavate puhkusereiside tegevuste osas. Selgus, et maapiirkonda tehtavate sisereiside ajal on inimestel suur huvi kontserdite ja muusikafestivali külastamise ning looduslike ja ajaloo või kultuuriga seotud vaatamisväärsustega tutvumise vastu, nimelt 88% vastajatest huvitas väga või pigem. 86% on huvitatud muude meelelahutusürituste külastamisest maapiirkonnas. 84% on huvitatud nii suvelavastuste kui ka loomaaia või -pargi külastamisest ning huvi rannapuhkuse vastu nimetas 80% vastajatest. Uuringust selgus, et jahipidamine jääb pigem väikeste gruppide huviks sisereiside ajal maapiirkonnas, kuna 88% vastajatest ütles, et see neid pigem või üldse ei huvita. Vastajatest kolmveerandit ei huvita ratsutamine ning pooltele vastajatest ei paku huvi spordivõistlused ei osaleja ega pealtvaatajana.

Lisaks iga inimese isiklikele sündmuste külastamise motiividele ja vajadustele on neil ka ootused kogu piirkonna või sihtkoha osas, mis vajavad samuti rahuldamist, seda ka maapiirkonna sündmustest osavõtu puhul. Sündmused on kui sihtkohatooted. Sihtkohatoode on oma olemuselt väga keerukas, hõlmates külastajate kogemusi vaatamisväärsustest, majutus-, toitlustus-, ja transpordikorraldusest, reisimugavustest, sihtkoha unikaalsusest, inimestest ja paljudest teistest komponentidest. Sihtkohatoode sisaldab laia ringi tegevusi, rajatisi, kogemusi ja teenuseid, mida inimesed ootavad, vajavad ja soovivad külastuskogemuse saamiseks. Näiteks informatsioon sihtkohast, koduleht, sihtkoha maine, infrastruktuur, heakord, kohalike elanike suhtumine jne. Külastaja vaatenurgast on sihtkoha turismitoode terviklik kõigest, mida ta reisil olles kogeb, ehk terviklik külastuselamus. Külastajate ootused, vajadused ja soovid on väga erinevad ja neid tuleb sihtkohatoote arendamisel arvesse võtta (Tooman, Müristaja 2008: 96).

Analüüsides põhjuseid, miks turistid külastavad teatud piirkonda või sihtkohta, võib näha, et turismitoode nõudluse tekitajateks on sageli just nn vabad

tootelemendid: loodus, pehme kliima, kultuur, huvitav ajalugu, etnilised iseärasused jms. Teiseks on nõudlust toetavad elemendid (majutus, toitlustus, külalislahkus, transport jms), mida ostetakse selleks, et oleks võimalik turismitoodet ning vabu elemente nautida ja kogeda. Kõik need on seetõttu sageli vaid vahenditeks soovitud kogemuse või külastuselamuse saavutamiseks, mitte aga eesmärk iseenesest. (Tooman, Müristaja 2008: 96)

Seega kui arendada sündmusturismi maapiirkonnas, tuleks analüüsida ja arvesse võtta ka turismi üldiselt mõjutavaid ja toetavaid tegureid. Kõik lisateenused ja toetavad teenused ning võimalused aitavad luua piirkonnast tervikliku pildi ning seeläbi saada ka külastajatele sobivaks paigaks.

## **2. VARBLA VALLA SÜNDMUSTURISMI POTENTSIAALI UURING**

### **2.1. Varbla valla turismi lühiülevaade**

Varbla vald asub Pärnumaa loodeosas vastu Läänemaa piiri. Liivi lahe ääres paikneval vallal on üle 30 km rannajoont, mis on looduslikult väga mitmekesine - kivised ja roostikuga kaetud rannalõigud vaheldumisi liivarandadega. Vallakeskus paikneb 70 km kaugusel Pärnust. Varbla valla territoorium on 314 km<sup>2</sup>. Vald jaguneb neljaks tihedamini asustatud piirkonnaks – Saulepi, Varbla, Paadrema ja Paatsalu, mis on endised mõisakohad. Tiheasustatud alasid eraldavad hõredalt asustatud metsad ja soo. Kogu valla rannikuosa on hinnatud puhkepiirkond, kus asub ligi 250 Tallinna, Pärnu, Tartu ja teiste linnade elanike suvekodu (Varbla vald 2014).

Varbla valda tuntakse kui puhta keskkonna, rikkumata looduse ja kaunite liivarandadega paika, mis on alati olnud hinnatud puhkeala. Maastikupilti iseloomustavad Lääne Eestile ja saarestikule iseloomulikud kadakaid ja kiviaedu täis maalapid vaheldumisi metsadega. Kaunimad kadastikud võib leida Kadaka ja Mereäärse külas, samuti Paatsalu lahe ümbruses ning Vaiste külast Matsini. Matsi rand, mis asub eakate rannamändidega metsatuka ääres, on siinse ranniku armastatuim rannapuhkuse paik (Rannatee ... 2014).

Kolme valla koostööna moodustatud Kihnu väina merepargi piiridesse jäävad Raespa puis- ja rannaniidud, Kõrgessaare saar ja Sõmeri poolsaar, mis pakuvad kauneid vaateid tänu poollooduslikele ja looduslikele kooslustele. Piirkond pakub huvi liigirikka taimestiku ja linnustiku poolest (Varbla vald 2014). Varbla laidude vahel saab teha paadisõitu, mis on sobivaks ajaviiteks nii lastele kui

täiskasvanutele. Kalastamiseks sobivad enam Vaiste-Saulepi ja Paatsalu rannikumeri. Sisemaa suurim vaatamisväärsus on Kolga oja ja lited, mis koos männimetsaga moodustavad Kolga looduskaitseala. Läbi luitestiku voolates on oja kujundanud sügava oru. Loodushuvlistele on rajatud ka matkarada (Varbla vald 2014).

Varbla kandis on sündinud eestlaste maadlussangar ja olümpiavõitja Kristjan Palusalu ja kirjanik Karl Ristikivi. Karl Ristikivi kohta leiab külastaja palju huvitavat Uue-Varbla mõisas asuvast valla muuseumist. Uue-Varbla mõisahooned on üks vähestest suhteliselt hästi säilinud varaklassitsistlikest puidust mõisahoonetest Eestimaal. Varblas asub ka Varbla Urbanuse luteri kirik, mille välisilme on tagasihoidlik kuid interjööri rannarootsi kirikute stiilis (Rannatee ... 2014).

Valla ettevõtluses on tähtis osa põllumajandusel. Enamlevinud põllumajandusharud on looma- ja taimekasvatus. Vähem tegeletakse aianduse ning puu- ja köögiviljakasvatusega. Muudest ettevõtetest on olulisel kohal metsa ülestöötamise ja varumisega tegelevad ettevõtted ning puidu töötlemine. Paljudele inimestele annab olulise osa sissetulekust kalapüük. Teenindusvaldkonnas on esikohal turism, kui kõige kiiremini arenev ettevõtlusharu (*Ibid*). Voodikohtade arv Varbla valla majutusasutustes on järgmine: Varemurru Puhkekeskuses 380, Varbla Puhkekülas 154, Pärnelja Puhkekeskuses 461, Paatsalu puhkekeskuses 60, Saare talus 30, Surfhunt Majutuses 6.

Varbla vald kuulub ka Romantilise Rannatee kaubamärgi alla. See on üheksa Pärnumaa valla (Audru, Häädemeeste, Kihnu, Koonga, Saarde, Sauga, Tahkuranna, Tõstamaa, Varbla) ühisprojekt, mis on loodud 2008. aastal. Romantiline Rannatee ühendab nimetatud valdade turismiettevõtteid ja teisi teenindusettevõtteid, kultuuri-, ajaloo- ning loodusväärtusi ja sündmusi. (Pärnu Lahe ... 2014) Romantilise Rannatee katusorganisatsiooniks on mittetulundusühing Pärnu Lahe Partnerluskogu, mis on loodud 2003. aastal Audru vallas *Leader*-programmiga liitumiseks ja mille põhieesmärgiks on kohaliku maaelu edendamine kolme sektori – avaliku, ettevõtlus- ja mittetulundussektori koostöös. See hõlmab endas maaelu ja külade säilimisele,

taaselustamisele, harmoonilisele ja säästvale arengule kaasaaitamist, sealhulgas maamajanduse, kohaliku teeninduse ja tööhõive üldiste eelduste arendamist ning tegevuspiirkonna elanike heaolu suurendamist (MTÜ Pärnu ... 2010).

Lõputöö eesmärgiks on välja selgitada valla potentsiaal sündmusturismi arendamisel ja teha ettepanekuid selle arendamiseks ja uute sündmuste välja pakkumiseks. Ühe ülesandena eesmärgi täitmiseks kaardistas autor Varbla valla lähiümbruses toimuvad sündmused, et hiljem ettepanekute juures vältida matkimist. Lääne- ja Pärnumaa sündmuste kalender on välja toodud lisades (vt lisa 2), mis on koostatud MTÜ Eesti Maaturismi (2014) poolt. Antud kalendris on sees ka kõik Romantilise Rannatee suuremad festivalid. Kaardistamisel selgus, et Varbla valla suuremad sündmused, mis kuuluvad samuti Romantilise Rannatee kavasse, sealt puuduvad.

Varbla vallas on kaks suuremat sündmust, mis tasuks ära märkimist, nendeks on Kidise Tiigimuusika ning Nädalalõpp Varblas. Mõlemad nimetatud sündmused toimuvad suvel juulikuus ja üheaegselt. Käesoleval aastal on Nädalalõpp Varblas toimumise kuupäevadeks 11–13. juuli ning Kidise Tiigimuusika 13. juuli. Nädalalõpp Varblas on korraldatud kohaliku omavalitsuse poolt ning Kidise Tiigimuusika on ellu kutsutud mittetulundusühing Kidise Kontserditalu poolt.

Lõputöö teema aktuaalsus tuleb suuresti rahvastiku koondumisest linnadesse ja nende lähistele, otsides paremat elu. Ka Varbla vallas on probleemiks rahvastiku vähenemine. Pärnu maavalitsuse poolt aastal 2003 tellitud Varbla valla rahvastikuprognosis aastateks 2000–2025 kajastas, et Varbla valla elanikkond vähenes 1990. aastatel 1252-lt elanikult aastaks 2000 1067-le elanikule. Prognoosis tehtud kolm rahvastikuprognosisi stsenaariumit näitasid rahvastiku jätkuvat vähenemist ka aastatel 2000–2025 (Varbla ... 2003), mis on tänaseni ka paika pidanud. Statistikaameti andmebaasist (Rahvastik ... 2014) selgub, et Varbla valla elanike arv 2013 aasta seisuga on kokku 806, kellest 411 mehed ja 395 naised.

## 2.2. Uuringu kirjeldus

Lõputöö uuringu eesmärgiks oli välja selgitada, Varbla valla potentsiaal- ning (turismi)asjaliste seisukohad sündmusturismi arendamisel, kui alati ollakse koostöök, et elu vallas paremaks muuta ning esitada ettepanekud sündmusturismi arendamiseks Varbla vallas.

Uuringu läbiviimisel kasutati kvalitatiivset uurimismeetodit intervjuud, mis on ainulaadne andmekogumismeetod, sest uuritavaga ollakse vahetus interaktsioonis. Suureks eeliseks on paindlikkus, ehk siis võimalus koguda andmeid, intervjuueeritavale reageerida vastavalt olukorrale ning varieerida käsitletavate teemade järjekorda. Samuti on vastuste tõlgendamiseks rohkem võimalusi kui näiteks postiküsitluse puhul. (Hirsjärvi jt 2004)

Lõputöö uuringu läbiviimisel kasutati struktureeritud intervjuud, kus küsimused on eelnevalt välja töötatud tuginedes teooriale ning järjestatud põhimõttel üldiselt üksikule ning esitatakse intervjuueeritavale kindlas järjekorras. Olulisemad autorid kellele tuginedes küsimused koostati, olid Goeldner, Ritchie (2009: 4), kes räägivad inimeste reisieesmärkidest, Getz (2012: 41), kes toob välja planeeritud sündmuste liigid ning Allen (2011: 12), kes jaotab sündmused nende suuruste järgi. Jackson (2013: 2), Van der Wagen ja Carlos (2005: 16) räägivad sündmuste korraldamise sidusrühmadest, Mackellar (2014: 4) ja Watt (1998: 16) sündmuste sihtrühmadest, Robertson, Frew (2008: 70) ning Lee, Arcodia (2011: 356) koos kaasautoritega aga sündmustest, mis maapiirkonda sobivad. Tooman ja Müristaja (2008: 96) kirjeldavad sihtkohatoodet, kui terviklikku külastuselamust, mis ka sündmusturismi arendamisel oluline on.

Esmalt uuriti, mis põhjusel võiks hetkel turist Varbla valda külastada ja milliseid teenuseid neile vallas pakutakse. Seejärel olid küsimused sündmuste kohta üldisemalt – mida sündmused vallale annavad, kuidas on vald seni sündmuste poolest esindatud jms. Järgnevalt küsiti vastajate ideid ja mõtteid, milliseid võimalusi nemad näevad sündmusturismi arendamisel, kui palju ja kas üldse on Varbla valla sündmustel osaletud, millised paigad sobiksid nende arvates sündmuste korraldamiseks vallas, kas vallas võiks tekkida tunnussündmus jms.

Viimase küsimusena soovis autor intervjuueeritavatelt saada teavet ühe lõputöö ettevalmistamise käigus kuulnud põneva loo kohta Matsi sadamas elanud ühe käega mehest ja tema loodud kotermannidest. Intervjuu küsimused on toodud lisades (vt lisa 3). Intervjuud viidi läbi individuaalintervjuuna ning andmete esialgseks talletamiseks kasutati diktofoni ning hiljem antud vastused transkribeeriti. Intervjuu viidi läbi seitsme intervjuueeritavaga, kelle tähistused on toodud lisades (vt lisa 4).

Intervjuu valimisse kuulusid Varbla vallavalitsuse ametnikud, ürituste korraldajad, turismiettevõtja, Romantilise Rannatee eestvedajad ning kohaliku käsitööringi juhataja – ehk siis need, kes puutuvad ühel või teisel määral kokku Varbla valla turismiga ning kellest valla edu ja areng suuresti oleneb. Valimisse määramise kriteeriumiks oli, et vastaja peab olema teadlik Varbla valla turismivõimalustest.

Autor viis esialgu läbi kolm pilootintervjuud ajavahemikus 01.04 – 06.04.2014, mille käigus selgus, et kaks küsimust olid sisult peaaegu sarnased ning vastajatele tundus, et nad hakkavad end kordama. Seega tuli kahest küsimusest kombineerida üks. Rohkem probleeme ei ilmnunud ning küsimused andsid asjakohaseid vastuseid. Põhiuuring viidi läbi ajavahemikus 14.04 – 17.04.2014.

Andmeanalüüsi meetodina kasutati sisuanalüüsis deduktiivset kodeerimist. Enamusel uurijail on mingi ettekujutus, milliseid tehnikaid uurimistöös kasutada. Oluline on määratleda, kas kasutatakse induktsiooni või deduktsiooni. Induktiivse lähenemise puhul uuritakse teatuid üksikjuhte ja liigutakse üldistamise suunas. See tähendab andmete kogumist, analüüsi ja interpreteerimist niisugusel viisil, mis lõppkokkuvõttes viib üldprintsipiideni ja teooriani. Näiteks põhistatud teooria (*grounded theory*) püüab luua teooriat konkreetsete vaatluste põhjal ja hoida igasugune üldistamine võimalikult kontekstilähedane. Enamus kvalitatiivseid meetodeid on oma olemuselt induktiivsed, sest üldistusi on väga raske teha kui uuritakse inimesi või nende loomingut. (Virkus 2010)

Deduktiivne lähenemine on vastupidine induktiivsele lähenemisele ja üritab testida teooriat. Sellegipoolest ei lähtu uurijad puhtalt induktsioonist või



deduktsioonist vaid lähtuvad tihtipeale nii ühest kui teisest lähenemisest. Isegi induktsiooni tulihingelised pooldajad nagu Glaser ja Strauss (1967) viitavad sellele, et deduktiivne lähenemine on kasulik uuriva uurimuse (*exploratory study*) etapil. Juhul, kui testitakse teooriat on oluline püstitada uurimisprobleem (*research problem*). Uurimisprobleem esitab tavaliselt küsimuse kahe või enama muutuja vahekorra kohta. (Virkus 2010) Autor analüüsis vastuseid intervjuu küsimustele üldistamist võimaldavate märksõnade toel ning need on välja toodud lõputöö järgmises alapeatükis 2.3.

### **2.3. Uuringu tulemused ja järeldused**

Intervjueeritavate käest küsiti, millisel eesmärgil võiks turist hetkel Varbla valda külastada. Olulisemad märksõnad, mis vastajatel ilmnisid ja kordusid olid: puutumatu ja puhas loodus, privaatsus ja rahu, mereäärne puhkus, sündmused, eemal keskustest ja suurtest maanteedest, Kolga oja piirkond sisemaal, suvekodud, suhteliselt suurte majutuskohtadega ja puhketeenust pakkuvad turismiasutused. Üks intervjueeritav (3) lisas ka, et suvel on märgata just palju jalgratastega ja autodega läbisõitjaid ning teine intervjueeritav (1) mainis, et Varblas suvitab palju avaliku elu tegelasi ja kunstnikke, kelle jaoks on sealne elukeskkond ilmselt oma privaatsuse ja rahu tõttu inspireeriv.

Ka Goeldner ja Ritchie (2009: 4) on välja toonud mitmeid reisimise põhjuseid, mis ka antud uuringu puhul välja tulid. Näiteks sündmuste külastamine, puhkuse veetmine. Tooman ja Müristaja (2008: 96) ütlevad, et nõudluse tekitajateks sihtkoha külastuse puhul on just nn vabad tootelemendid, nagu loodus, kliima, kultuur jne, mis ka uuringust enamusest välja tulid, lisades sinna veel privaatsuse ja rahu. Ühe variandina tuli välja ka nõudlust toetav tegur, suurte majutuskohtadega turismiasutused. Sageli ei ole need aga külastuse eesmärk iseenesest vaid vahendiks soovitud külastuselamuse saavutamiseks.

Edasi uuriti, kuidas vastajad näevad Varbla valla hetkeolukorda ja võimalusi teenuste-, aktiivsete tegevuste-, atraktsioonide-, majutuse-, vaatamisväärsuste-, jms poolest. Siin vastasid kõik üheselt, et võimalusi on suhteliselt vähe ja pakkumine võiks olla mitmekesisem. Üks intervjueeritav (3) lisas: „/.../oleks vaid

*aktiivseid ettevõtjaid, kes rajaksid siia kanti rahvast meelitavaid atraktsioone.*“  
Suure puudusena nähti mitme respondendi poolt toitlustusteenuse puudumist. Kui inimesed on suvel päev läbi rannas olnud ning kõht tühjaks läinud, siis ei ole kuskil võimalust sooja toitu süüa. Kulli küla kiigeplatsil on küll üks suvekohvik loodud, kus pakutakse n.ö kiirtoitu, kuid see on ka ainus väga suure ala peale, mis ei teeninda inimesi ära.

Veel toodi välja Matsi rand, mis võiks olla rohkem väljaarendatud. Selleks pakuti välja järgmisi variante: pesemisvõimalused, valgustusega wc-d, terviserada, lastele kiigud rannas, toitlustuse võimalus, sadama arendamine.

Intervjuudest tuli välja, et võiks olla rohkem erinevaid majutusvõimalusi. Kaks intervjuueeritavat (5, 7) mainisid, et näiteks taluturism on täiesti esindamata, samamoodi kämpingu teenus praktiliselt puudub. Varblas on küll suurte majutuskohvadega turismiettevõtteid, mis on juba suve eel suurte gruppide poolt broneeritud (suvepäevadeks vms), kuid puuduvad ühe-kahe öö veetmise võimalused. Teoreetiliselt on selleks võimalused tegelikult küll olemas, kuid see pole päris see, mis ta olema peaks, kuna hind mida selle eest küsitakse on väga kõrge, võiks olla soodsam.

Ülejäänud teenuste kohta tulid välja järgmised puudused. Üks intervjuueeritav (5) ütles, et aktiivset puhkust pakub mingil määral Paatsalu puhkekeskus, aga seda võiks olla palju rohkem. Veel lisas ta, et erinevaid variante tooteid ja nišše on küllalt mis on veel täitmata, arvestades looduslikke eeldusi. Teine intervjuueeritav (6) tõi välja järgmised puudused: sidejaoskonna lahtioleku aegades ei saa kunagi kindel olla, kauplustes kõrged hinnad, puudub pangautomaat, mis linnast tulnud külastajatele on võib-olla väga vajalik ning arstiabi on samuti kaugel. Üks respondent (7) arvas, et vallal võiks vaatamisväärsuste kohta olla info internetis ja ka infovoldiku näol. Respondent (4) mainis, et sündmuste korraldamisel seab piirid valla eelarve, mis ei ole väga suur.

Järgmiseks uuriti kuidas on Varbla vald sündmuste poolest esindatud ning millised sündmused Varbla valda vastajate arvates sobiksid, mis võiks olla nende eripära. Kõik intervjuueeritavad mainisid ära kaks suuremat kõlapinda leidnud

sündmust, milledeks on Kidise Tiigi- ja Jõulumuusika ning kolme päevane Nädalalõpp Varblas, mis kuuluvad ka Romantilise Rannatee sündmuste kavasse. Üks intervjuueeritavatest (3) kommenteeris: „*Väikse koha kohta on minu arust üritusi piisavalt. Lihtsalt kohalik rahvas on loid ning ei löö eriti aktiivselt kaasa.*“ Sama väitsid ka veel neli intervjuueeritavat, et üritusi justkui on kuid kohalikud on ise nii passiivsed kaasa lööma. Kui üritusi on, siis saab osalejad kahe käepeal kokku lugeda ja need kes ei käi, kurjustavad, et midagi ei toimu.

Respondent (6) arvas, et võib-olla suvel võiks sündmuste poolest midagi veel juures olla, kuid talveperioodil väga palju välja ei kannu, sest kohalikku rahvast on väga vähe ning nende seas kultuurisündmuste tarbijaid samuti vähe, et kas ka kultuurisündmuseid üldse juurde vaja oleks, sest kohalikud on mitteaktiivsed osalema.

Üks respondent (4) arvas, et sündmuseid, mida siiani pakutakse, tuleks kaasajastada kuna ollakse liiga traditsioonides kinni. Samas kui on küsitud kohalikelt inimestelt, et mida uuemat võiks teha, siis keegi ei oska midagi uut ja põnevat välja ka pakkuda.

Mitmel juhul tuli intervjuueeritavatelt välja, et kui varem oli valla eelarve põhiline millega sündmuseid korraldati, siis nüüdseks on tekkinud lisaks mitmed külaseltsid ja mittetulundusühingud. Nemad korraldavad omaalgatuslikult sündmuseid ning seda sageli ka koostöös vallaga. See on vallale väga tähtis, et tekiks sellised omaalgatuslikud ühingud, sest siis saab palju rohkem ära teha, kuna nendel on palju lihtsam erinevatest fondidest raha taotleda. Üks intervjuueeritav (4) kommenteeris: „*/.../ mis ma olen märganud, et kui näiteks vald korraldab ürituse ja kutsutakse appi keegi kohalikest, siis tahab ta selle eest raha saada, aga kui teeb külaselts või MTÜ, siis see inimene läheb vabatahtlikult ja puhtast rõõmusest, sest ta kuulub sinna. Sellepärast peaks vald selliseid omaalgatusi hästi soosima ja toetama. Aga mulle tundub, et see on meie vallas nii, teistel ei ole sellist probleemi, olen rääkinud teiste ümberkaudsete valdade kultuuritöötajatega ja nemad sellise probleemi üle ei kurda, ma ei tea miks see meil nii on.*“

Sündmuste ideed, mida vastajate poolt välja pakuti olid: kunsti- või käsitöö teemaline sündmus, puu- või juurviljaga seotud sündmus, põllumajandusega seotud sündmus, üritused Matsi paadikuuris, merega seotud sündmused, rannakalurite mõõduvõtt kalapüügis, kuulsate kunstnike, sporditegelaste jt suvitajatega koostöös erinevad teemapäevad, näitused või kohviõhtud, kus nimekad inimesed meenutaksid oma tipphetki, personaalsemad ja intiimsemad sündmused, et pakkuda kvaliteeti ja stiilipuhtust ning omapära, võib-olla Jazzkohvik mere rannal toimiks ja oleks eristuv ning keskkonda sobiv. Esinejateks erinevad külalisesinejad, esinemised toimuksid kindlatel aegadel läbi suve.

Üks intervjuueeritav (5) mainis, et meil on käsitöö- ja omatoodangu laat, mis on selline pisikene ja toimub muuseumi õuel ning kui sealt välja kasvatada jälle üks teemapõhine laat mõne söödava asjaga seoses nagu seda on Romantilisel Rannateel juba mitmeid (nt Hapukurgifestival, Võilillefestival, RäimeWest, Uulu Lamba Vest), oleks see juba veidi koomiline. Kuid siit võib järeldada, et kui kuulutakse Romantilise Rannatee kontseptsiooni, mis ongi loodud selleks, et luua piirkonnale ühtset identiteeti ja arendada koostööd, siis sobiks mõne söödava asjaga seotud teemasündmus ka Varblasse. Kui algus on juba tehtud eelnevalt nimetatud festivalide näol, siis miks mitte luua midagi nendega seonduvat ehk siis tekiks juba Romantilise Rannatee teemafestivalid. Kontseptsioonis rõhutakse ka just kohaliku toidu pakkumisele, mida festivalide raames samuti teha saab.

Lee ja Arcodia (2011: 356) on öelnud, et toit on väljendusrikkaks vahendiks piirkonnale ja seda saab kasutada, kui eristumise vahendina konkurentsieelise loomisel. Maapiirkonnad kasutavadki eelkõige just toidufestivale, et edendada kohalikke tooteid ja tooraineid ning eristuda linnakogukondade festivalidest (Robertson, Frew jt 2008: 71).

Üks intervjuueeritavatest (1) pakkus: „*Mõni kunstiteemaline sündmus oleks kindlasti teretulnud, kuna piirkonnas puhkavad päris mitmed kuulsad ja kunstivallas tuntud persoonid. Iseasi muidugi kas nad soovivad liigset tähelepanu. Arvata võib, et nad on omale Varbla valla elamiseks või suvepuhkuseks valinud just seetõttu, et sealne elukeskkond pakub rahu, vaikust ja oma loominguilise*

*jaoks vajavat privaatsust.*“ Seda kinnitas üks intervjueeritav (4) veel, et väga paljude kuulsustega, kes piirkonnas elavad või suvitavad, on räägitud ja küsitud, kas nad oleksid nõus koostööks mõne sündmuse loomisel vallas. Vastusteks on tulnud siiani ei, põhjendades seda sellega, et nemad on tulnud siia puhkama ja neil on linnas sündmuseid küll kus käia.

Intervjueeritav (3) mainis koha arendamist, nimelt taaskord Matsi randa. Matsi sadamas mere ääres asub üks vana paadikuur, mis on kohandatud nii-öelda sündmuste korraldamiseks. Interjööor on vana ja omapärane, seintel ripuvad vanad kalavõrgud, see kõik loob elamuse. Sisse on seatud laudad pinkidega ning tantsupõrand. Intervjueeritav (2) arvas aga, et massiüritused Varblasse kindlasti ei sobiks.

Edasi uuriti, millised võimalused on Varbla vallas sündmuste korraldamisel. Sündmuste toimumise asukohtadena nimetati neid, mis on juba välja kujunenud nii era- kui ka munitsipaalpinnal. Nimetati Matsi randa, suurt kultuurimaja saali, kogu valla territooriumit mõne teemafestivali korraldamiseks madalhooajal, Varbla rand surfamiseks, Saulepi ja Paadrema seltsimajade lähiümbrused. Täiesti uue kohana tuli välja rahvapark, mis tuleb valla keskusesse kooli staadioni taha asuvasse parki ja tühermaale. Kolm intervjueeritavat (4, 5, 6) kinnitasid, et see on hetkel kavandamise tasandil ning lähima kolme aasta jooksul peaks valmima. Seal saavad olema kõik eeldused sündmuste korraldamiseks. See on väga hea idee, kuna koht paikneb suhteliselt maantee ääres ja paistab silma ning siis on võimalus, et tekib potentsiaalseid sündmuste külastajaid ka möödasõitjate näol ehk siis juhuslikud osalejad (Mackellar 2013: 14). Seda enam, et mitme intervjueeritava poolt mainiti ära, et valla keskus on kõige kesisemalt sündmuste korraldamise kohtade poolest esindatud. Valla keskus ongi vaid kultuurimaja saal, kus saab korraldada tantsuõhtuid või spordisündmuseid, kuid teatrietendusi, kontserte vms sinna väga tellida ei saa, kuna saali akustika on väga kehva ning publik ei saa tekstist midagi aru.

Respondent (5) arvas, et kogukonna koostöö erasektoriga võiks parem olla. Kuna vallas on kaks suurt majutusasutust, Varemurru Puhkekeskus ja Varbla Puhkeküla, kellel on olemas suured ürituste platsid koos laululavade ja

tantsupõrandatega, kuid avalike ürituste hulk on seal põhimõtteliselt olematu. Korraldamise poole pealt nimetati, et heade ideede ja teostuse puhul on võimalused piiramatud, eestvedajaid peaks olema. Taas toodi välja rahalise võimekuse puudumine valla eelarves, et kutsuda kasvõi mõni tuntud esineja, kes rahvast ligi meelitaks ning mainiti jällegi kohaliku kogukonna vähest aktiivsust sündmustel osalemisel.

Järgmiseks tunti huvi sihtrühmade vastu, kes Varbla valla sündmuseid külastada võiksid. Nendeks nimetati linna inimesi, kes tulevad otsima privaatsust ja mereäärset puhkust või külastavad oma vanemaid ja sugulasi, kohalikkude kogukonda, eri vanuse ja huvidega inimesi, kohaliku omatoodangu pakkujaid, naabervaldade elanikke, piirkonnaga seotud inimesi – puhkajad, hooajalised elanikud ja nende tuttavad, piirkonnas sündinud. Üks intervjuueritav (4) mainis, et kui üritus on ikkagi suunatud konkreetselt mingisugusele sihtrühmale, siis on see ka selgelt reklaamplakatil ära märgitud. Näiteks pensionäride kevadpidu, teatrietendus lastele, spordiüritused vms, kuid üldiselt korraldatakse sündmuseid nii, et see sobiks kõigile (suvesündmused, aastavahetuse pidu, tantsuõhtud).

Shone ja Parry (2004: 145) väidavad samuti, et väikest kohaliku kogukonna sündmust külas oleks väär suunata esialgselt ainult ühele sihtrühmale, kuna seal oleks peamiseks sihtrühmaks inimesed kes külas elavad, teiseks ümberkaudsetes külades- ja valdades elavad inimesed ning ka juhuslikud turistid, kes satuvad sündmusel osalema. Aga nagu uuringus välja tuli, kui üritus on suunatud konkreetselt teatud sihtrühmale, siis on see selgelt välja toodud kellele. Seda on öelnud ka Watt (1998: 65), et sündmuste turundus peab olema täiesti arusaadav, kellele see suunatud on.

Lisaks paluti anda hinnang senistele kohalikule kogukonnale suunatud sündmustele ning küsiti kui tihti ja kas üldse on vastajad sündmusi Varblas külastanud. Viis respondenti ütlesid, et senised sündmused on üsna edukad ja toredad ning traditsioonilised sündmused on küllaltki rahvarohked. Üks intervjuueritav (2) kiitis Kidise Tiigi- ja Jõulumuusikat ning Nädalalõpp Varblas, samas teine intervjuueritav (1) mainis, et „*Kohalikule kogukonnale suunatud sündmusi küll korraldatakse, ent tihti on need liiga nii-öelda kodukootud, võiksid*

*olla pisut kvaliteetsemad, mitmekesisemad nii pakkumise, osalejate kui ka panustajate poolest“*, ning kolmas vastaja (3) lisas järjekindlalt, et „*Nagu juba varem mainisin, et suur osa kohalikust kogukonnast on suhteliselt mugav ja ei viitsi kodust välja tulla. Samuti on sinne elanikkond keskmisest vanem.*“

Korraldatud on tasuta kontserte, kuid inimesed ei tule kohale, eriti just valla keskuse inimesed. Rohkem käib inimesi Saulepi ja Paadrema piirkonnast, kuid selle põhjust ei osata välja tuua miks see nii on. Üks respondent (4) arvas, et need kes ise korraldavad, väisavad ka teiste sündmuseid, kuid keskuses selliseid aktiviste väga ei ole. Ta lisab veel: *“/.../ Ma olen küll paljudele öelnud, et tehke oma MTÜ aga no ei tehta, mõni ütleb, et ma võin kaasa lüüa aga ma ei ole mingi tegija kes eest veaks.*“ Veel toodi välja, et ka huviringides ei saa kurta ülerahvastatuse üle, kuigi nendes osalemine on tasuta. Vastajatest viis on ise osalenud Varbla valla kõigil sündmustel, üks on külastanud Nädalalõppu Varblas ning üks ei ole mitte ühelgi sündmusel Varbla vallas osalenud, kuid on kursis suuremate sündmustega.

Järgmiseks küsiti intervjuueeritavatelt, kas Varbla valda võiks tekkida tunnussündmus. Ehk siis sündmus, mis muutuks nii identifitseeritud valla vaimuks ning saavutaks suure tuntuse (Allen jt 2011: 12). Kõik vastajad olid ühel meelel, et võiks ja peakski tekkima, kuid sellel peaks olema oma suund ja omapära või siis mõnda olemasolevat edasi arendama. Eelkõige nähtigi kas Kidise Tiigimuusika või Nädalalõpp Varblas edasiarendamist. Üks vastajatest (3) ütles, et ideede genereerijaid oleks vaja.

Algselt olevat olnud Varbla Suvi, mis sarnanes praegusele Kabli Päikeseloojangu festivalile, kus sündmused olid jaotatud mitme nädala peale ja see oli Pärnumaal esimene sellelaadne. Kuid siis jäi valla eelarve väiksemaks ning Varbla Suvest jäi alles ainult üks nädalavahetus, mis on sündmustega täidetud (Nädalalõpp Varblas). Samas üks intervjuueeritav (5) vastas küll, et ta ei näe takistusi, et Nädalalõpp Varblas võiks taas suuremaks areneda tulevikus, kuid arvas samas ka, et tunnussündmusena oleks see võib-olla liiga laialivalguv toode, et praegu sellist kompaktset nädalavahetust on palju lihtsam müüa ja reklaamida.

Lisaks uuriti, millist kasu võib mõni suurem- või traditsiooniks saav sündmus tuua Varbla vallale intervjueeritavate silmis. Sellele olid vastused taaskord ühesed, et sündmused tooksid vallale tust, tähelepanu, tööd käsitöölisele ja majutus- ning toitlustusettevõtjatele, teenusepakkujatele, elamusi kohalikele ning oleks turundusvõimalus kogu piirkonnale. Nii on väitnud ka Irshad (2011: 1), et sündmused aitavad väikesed kogukonnad n.ö kaardile tuua. Need toetavad maapiirkonna maine kujundamist, tõstavad külastajate arvu jms. Pikas perspektiivis võivad sündmused luua suurenenud turismipotentsiaali tulevikus (Felstenstein, Fleischer 2003: 385).

Siinkohal toodi ka mitme intervjueeritava poolt taaskord välja kohalike passiivsust, mitte ainult pealtvaatajana või ostjana, vaid ka omatoodangu müümisel ja pakkumisel. Suvel korraldatakse Nädalalõpp Varblas raames käsitöö- ja omatoodangu laata ning öeldi, et käsitöölisi on palju enam Varblas kui neid laadal müümas näha on. Inimesed ütlevad, et mis ma sinna tulen kui nagunii keegi ei osta, raiskan oma päeva ära. Neid keda väljastpoolt müüma kutsutakse, on ka öelnud, et me ei hakka tulema kuna teil ei jagu ostjaid ja see sõit ei tasu ära. Need, kes käivad kohalikul laadal müümas, käivad ka väljaspool valda toimuvatel laatadel müümas, ehk siis, on ise aktiivsed omatehtut pakkuma.

Seega on hetkel toimuvate sündmuste kasu pigem emotsionaalne kui majanduslik. Esiteks juba sellepärast, et vallas ei ole väikeettevõtjaid ja teenusepakkujaid nii palju kes võiksid kohapeal teenida, et siis nende maksudest laekuv tulu kajastuks vallale. Kokkuvõtvalt, siis jääks raha rohkem kohalikku valda ja hakkaks uut raha teenima.

Samuti sooviti uuringu käigus välja selgitada, mida vastajad sündmuste puhul eelistavad, mille järgi nad sündmuse valivad ning milline aastaeg oleks Varbla vallas sündmuse korraldamiseks kõige sobilikum. Vastajad mainisid järgmisi märksõnu sündmuse valiku tegemise juures: sündmuse atraktiivsus, ei pea olema tasuta, stiilipuhtus, lisavõimalused sihtkohas, esinejad, huvitav toimumiskoht, sündmuse omapärane teema, korralduse pool, oleneb hetkemeelolust, sobiv toimumisaeg. Enamus vastajaist seadis esikohale siiski esineja, seejärel korralduse, sündmuse „hea maitse“ ning traditsioonilisuse.



Kõige sobivaimaks aastaajaks peeti enamust vastajate suust ikkagi suve, kuna siis on vähegi rahvast kes sündmuseid tarbivad. Samas ütles üks intervjuueeritav (3): *„Nagu reaalsus näitab, igal aastaajal on ürituste kalendris oma võlu. Tuleb vaid koht, aeg ja tore üritus kokku viia.“* Lisaks suvele mainiti ära ka kevad ja sügis, kuna kohalikud tahavad ka hooajaväliselt sündmuseid saada. Pakuti, et sügisel võiks olla mõni puu- või juurviljaga seotud sündmus, kus saaks kaasata kohalikke. Üks respondent (5) lisis samuti, et: *„Aga kui ikkagi kliima juurde tulla siis sobiks Varblasse ka pigem sügisene üritus, sest arvestades seda pikka rannajoont, mis meil on, siis ta mõjutab meie suve pikkust, see algab hiljem kuid lõpeb ka hiljem võrreldes muu Eestiga. See suhteliselt soojade ilmade arv on meil septembris oluliselt pikem, kui sisemaal. Siin-seal on mereäärsed vallad seda ära kasutanud aga meie paraku mitte. Ka suvilaomanikud on viimase 10 aasta jooksul jäänud üha paiksemaks, suvilad on ümber ehitatud aastaringseks kasutamiseks või lausa uued. Selles mõttes võiks üritada ka sügisel mingit sündmust teha“* Intervjuueeritav (6) ütles, et kunagi kui Varblas oli loodusmaja, korraldati seal seeneretki ja üritusi ning seda külastas rahvast ka kaugemalt, kuid nüüd on see koht täitmata.

Intervjuueeritavatelt küsiti kas nad peavad oluliseks võtta käsile sündmusturismi arendamise Varbla vallas. Sündmusturism on üha kiiremini kasvavaid segmente turismis ning sündmused võivad olla tõhusaks vahendiks turistide meelitamiseks madalhooajal, samuti aitavad teadvustada ja luua pilti piirkonnast (Goeldner, Ritchie 2009: 234). Kõik vastajad olid siinkohal taaskord ühel arvamusel, et see oleks oluline. Siin nähti kahte varianti, esiteks muuta Nädalalõpp Varblas suurejoonelisemaks, veelgi atraktiivsemaks, tuntumaks ja siduvaks erinevate teiste toimivate sündmustega, ning teiseks luua päris uus ja piirkonna jaoks omanäoline sündmus. Uue sündmuse väljatöötamisel peaks aga kohe alguses kaasama kohalikku kogukonda, et pärast oleks neid kergem kaasata ja koostööd teha. Kindlasti loeb sündmuse teema ja mida saavutada soovitakse. Samuti nimetati ära, et vaja oleks ka inimest või inimesi, kes selle „raske rongi“ liikvele lükkaksid ja hiljem ka „rööpas hoiaks“. Loodusressurss on vallas täiesti olemas ja suuresti kasutamata.

Üks respondent (1) tõi välja, et tõhusat koostööd sündmuste loomisel saaks teha ka Tõstamaa ja Kihnu vallaga. Teine intervjuueritav (5) kommenteeris: „*Kindlasti on sündmused üks võimalus millega inimesi ligi meelitada, eks tal on mitu tahku, mitte ainult turismiarendamise mõttes vaid ka kohaliku kogukonna liitmise ja kaasamise võimalus ja kindlasti ta reklaamib ikkagi piirkonda, mitte et meil vähe reklaami oleks. Meil on see eripära, et meil on tohutu ports suvilaid ja see suust-suhu reklaam on pidevalt jooksvalt olemas. Suvila omanikke on Tallinnast, Tartust lõpetades Läti, Leedu, Venemaa, Inglismaa ja Soomega. Aga ma ütlen, et üritustel on turismis oma koht!*“

Uuringus sooviti teada saada, millised kohad on sündmuste korraldamiseks eelistatumad valla territooriumil. Taaskord nimetati Matsi randa ja sadamat, kuna kättesaadavus kohale on väga hea. Sinna viib asfalteeritud tee. Suuremate sündmuste puhul võib tekkida parkimise probleem ning ümberringi elavad eramaa omanikud, kes ei taha kuidagi oma maad parkimiseks laenata. Lisati, et kui korraldada sündmus Matsi rannas, siis toetavad sündmused (laat, õpitoad, erinevad kontserdid) võiksid veel toimuda teistes valla külates, et hajutada külastajate masse ning tagada privaatsust hindavatele külalistele neile sobiv keskkond.

Lisaks mainiti veel Kulli küla kiigeplatsi, Tõusi küla vana töökoda, Varbla staadioni taga ja kõrval olevat suurt tühermaad, kuhu tuleb rahvapark ja mis on ka igast küljest hästi kättesaadav. Samuti toodi taaskord välja koostöö edendamist Varbla Puhkeküla ja Varemurru Puhkekeskuse peoplatside kasutamise võimaluse näol avalikele sündmustele. Üks intervjuueritav (7) aga arvas, et: „*Kui on huvitav sündmus, siis ei loe asukoht. Teinekord olekski mõni põnev sündmus vaja korraldada ekstreemoludes (soos, rabas, „pärapõrgus“) – see oleks parajalt intrigeeriv.*“

Lisaks sooviti intervjuueritavatelt teada saada, kas nad on kursis Romantilise Rannatee üritustega ning kas võiks midagi seonduvat olla ka Varbla vallas. Kõik vastajad on teadlikud sündmustest Romantilisel Rannateel, ent lisati, et võiks olla midagi võib-olla metsa ja metsamaterjalidega seonduvat. Üks intervjuueritav (1) ütles: „*/.../ Suvine Varbla valla sündmus peaks olema orienteeritud*

*kunstiinimestele, peredega puhkajatele, surfajatele. Sügisene põllumajandusega seotud sündmus võiks olla aga eristuv. Miks mitte märksõnadeks vihmauss (toodetakse just Varbla vallas vihmaussisõnnikut ja see on igati vajalik ühe juurvilja kasvuks) ja kõrvits käsikäes? Samas meenub, et just Varbla vallas hakatakse tootma paate. Oleks ehk võimalik korraldada mere ja paaditeemaline sündmus, mis tooks piirkonda kindlasti ostujõulisemat külastajat. Koostööd annaks siinkohal teha ka Liu paadiga jne.“* Öeldi, et sündmuse idee peab tekkima kohalikul kogukonnal, siis on sellel sündmusel ka pikka iga.

Lisaks mainiti, et Varbla valla mõned käsitöölised käivad Romantilise Rannatee festivalidel müümas ja mõnel festivalil selle algusaastatest peale. Kuid üks intervjueritav (4) ütles, et koostööd Romantilise Rannatee festivalidega võiks rohkem olla, selles mõttes, et Varbla vald võiks pakkuda oma isetegevuslasi teiste valdade sündmustele ja vastupidi, nagu vahetada omavahel. Selline koostöö on veel vähene aga võiks rohkem olla. Samas mainiti ära, et väga aktiivselt tehakse koostööd sellises osas Läänemaaga.

Intervjueritavatelt küsiti, kui aldis oleksid nad koostöök või abikäeks mõne sündmuse loomisel. Jackson (2013: 2), Van der Wagen ja Carlos (2005: 16) on öelnud, et sündmustel on erinevad sidusrühmad nagu korraldajad, rahastajad, osalejad, koostööpartnerid, kohalikud elanikud ja poliitilised osapooled. Viis vastajat ütlesid ühemeelselt, et on valmis aitama, kes nõu ja kes jõuga. Üks intervjueritav (1) ütles, et on valmis jagama Romantilise Rannatee võrgustikus tegutsevate inimeste kontakte ja vajadusel tegema nendega tutvavaks personaalselt, kuna isiklikud kontaktid omavad sündmuste korraldamisel väga suurt rolli ja tähtsust. Teine intervjueritav (3) mainis aga, et tema puhul võimalikult parim variant ongi vabatahtlik kätepaar ja kõva hääl reklaamiks. Kolmas (7) ütles, et on samuti nõus abistama nii korraldamisel, kui ka sponsoreerimisel. Intervjueritav (5), ütles, et on siiani aidanud sündmusi välja nuputada, kuid nende elluviimise kaasalöömisel lihtsalt aega ei ole. Intervjueritav (4) ütles, et ta on siiani neid korraldanud, kuna töö on selline, kuid ütleb, et üksi on väga raske ja peaks olema veel mitmeid inimesi, et sündmused oleksid kvaliteetsed ja meelejäävad. Ta lisas, et vallal võiks olla eraldi

noorsootöötaja, kes tegeleb noortega ja nende tegemistega, spordiorganisaator, fotograaf sündmustel, helitehnik ja võib-olla keegi veel, siis muutuksid sündmused kindlasti veelgi paremaks. Intervjueeritav (6) ütles, et tema ilmselt ei oleks abikäeks, põhjendades seda sellega, et on seotud juba naabermaakonnas ühe festivali korraldamisega ning lihtsalt ajapuuduse tõttu ei jaksaks rohkem.

Viimase küsimusena uuris autor ühte põnevat lugu, mida ta kuulnud oli. Nimelt oli kunagi Matsi sadamas elanud üks ühekäega mees, keda kutsuti onu Eeroks ja kes nikerdas oma ühe käega põlvede vahel puust kotermanni kujukesi ning jutustas siis lastele nendest lugusi. Kotermannid olid meremeeste uskumustes laevahaldjad, kes kaitsesid laeva ning kuulutasid ette nende hukku. Autor uuris intervjueeritavate käest, kas nad on sellest loost kuulnud ja teavad midagi. Kaks intervjueeritavat olid täiesti teadlikud, kuid ei osanud öelda, mis on kotermannidest saanud, kuid kinnitasid, et see oli tõesti omamoodi põnev lugu.

Siis proovis autor lisaks ka interneti abi. Kasutades *Google* otsingumootorit, leidis autor Eesti Rahvusringhäälingu arhiivist, et onu Eerost on isegi film tehtud. Filmi pealkirjaks on „Vana paat“ mis on lugu rannapoistest, kes õpivad armastama merd ja tundma kotermanne, vanast paadist, mis uue kotermanni läbi uueks saab, ning onu Eerost (Matsiranna kalapunkti ülevaataja Eero Siivo), kes kõige selle taga seisab (Vana paat 1979). Nimelt onu Eero lasi ühe vana paadi lastele randa tuua ja lõi sinna siis koos kotermannidega lugude jutustamise toa. Kotermannidele oli ta nimed pannud ning igapähe kohta oli tal omamoodi lugu. Paadile pani ta nimeks „Vapamara“, mis tähendas vana paati Matsi rannas.

Järgmiseks kasutas autor Saulepis Õhu külas elavate kohalike vanurite abi. Nii sai kotermannide loole veidike lähemale. Neadki olid täiesti teadlikud onu Eerost ning olid usinad ühenduma ja uurima kohe ka külas elavate omavanuste käest. Selgus, et paat mis randa toodud oli, on nüüdseks hävinud ning kotermannid, onu Eero logiraamat jms väärt asjad, mida hoida, on sugulaste omanduses. Kuid paar kotermanni ja laeva lipp on täiesti olemas ka Kulli külas ühe kohaliku käes.

Läbiviidud uuringust ilmnnes mitmeid erinevaid ja põnevaid aspekte. Nendest lähtuvalt esitab autor järgnevas peatükis ettepanekuid ja soovitusi Varbla vallale.

### **3.ETTEPANEKUD SÜNDMUSTURISMI ARENDAmiseks VARBLA VALLAS**

Tuginedes teorialele ja lõputöö uuringule esitab autor ettepanekud ilmnenud kitsaskohtade lahendamiseks ja sündmusturismi arendamiseks Varbla vallas.

Uuringust selgus, et üheks olulisemaks probleemiks peetakse kohalike elanike passiivsust ja seda nii sündmustel osalemisel pealtvaatajana, kui ka oma toodangu ja teenuste pakkumisel. Samas nähti sündmuse ühe võimalusena edendada kohalike elanike edukust, anda neile võimalust müüa oma toodangut, teenida sellega lisatulu ning pakkuda emotsionaalset elamust valla külalistele.

Ilmnenud probleemi leevendamiseks tuleks vallavalitsuse ettevõtmisel korraldada koosviibimine selgitustööks kohalikele sündmuste kasulikkusest. Või siis innustada neid kirjalikul teel, kui nad ei pruugi koosviibimisele kohale tulla (nt tulge, kaubelge, müüge, vahetage, saate soodsamalt, hea tuju, suhete loomine vms). Samas anda neile võimalus osaleda ka mõne sündmuse idee genereerimisel. Väga oluline on, et sündmuse idee kasvaks välja kohalike seast, siis on sellel pikka iga. Vald saaks teha koolitusi kuidas luua sündmuseid, klienditeeninduse alaseid koolitusi jms. Selline ettevõtmine omavalitsuse poolt tekitaks inimestes tunde, et neile mõeldakse ja soovitakse, et neil hästi läheb. Inimestel tekiks enesekindlus ja nad tunnevad, et neid vajatakse, aidates nii kaasa valla arengule ja ka iseenda edukusele nii majanduslikus- kui ka sotsiaalses mõttes.

Kohalikke omatoodangu pakkujaid võiks mõned aastad personaalselt informeerida ümberkaudsetes valdades või naabermaakondades toimuvatest laadadest ja sündmustest. Näiteks saata jällegi kasvõi kirjalikult motiveeriv informatsioon kõigile teadaolevatele valla käsitöö- ja omatoodangu meistritele. Võib-olla suudaks vald ka kuidagi kohale minekut organiseerida (valla buss vms),

kuna mõni inimene ei saa transpordivahendi puudumise tõttu käia kaugemal, ega ka oma valla laadal müümas.

Uuringust selgus, et valla keskuse ümberkaudsetes küldes on tekkinud omaalgatuslikud ühingud (külaseltsid, mtü-d), kes ise korraldavad sündmusi ja hoiavad kodukoha korras, korraldades talguid jms. Valla keskuses on sellisest ettevõtmisest puudus. Seega peaks vald väga soosima omaalgatuslikke ettevõtmisi, kuna siis saaks väga palju ära teha. Näiteks võiks kuidagi aktiivseid ettevõtjaid, mtü-sid, külaseltse ja elanikke tunnustada.

Mittetulundusühingutel on palju lihtsam raha taotleda projektide elluviimiseks erinevatest fondidest. Näiteks on olemas *Leader*-tegevusgrupi Pärnu Lahe Partnerluskogu kaudu *Leader*-meetmete toetused, mis on suunatud maaelu edendamiseks kolme sektori (avalik, ettevõtlus- ja mittetulundussektor) koostöös. Mitmed ühingud vallas on nimetatud varianti juba kasutanud ja sellest palju kasu saanud. Käesoleva aasta veebruari- ja märtsikuus toimusid Pärnu Lahe Partnerluskogu uue strateegia koostamise infopäevad liikmesvaldades. Varbla valla infopäeval oli kohal üllatavalt palju osalejaid ja päris mitmed, kes on juba projekti taotlusi esitanud ja raha saanud, olid nõus abistama ka teisi nende kirjutamistel. Siinkohal oleks soovitus, et vald peaks aktiivselt asja käsile võtma ja ühendust võtma nendega, kes on juba taotlenud sellisel viisil raha ning kaasama neid koostööks, et ajendada ka teisi antud teed minema.

Uuringu käigus toodi mitmeid kordi välja Matsi randa ja sadamat sündmuste korraldamiseks, kuid piirkond vajaks väga välja arendamist. Kuna tegu on tõesti väga köitva ja kauni paigaga. Esmalt tuleks seal tagada elementaarsed vajadused, näiteks, valgustatud tualettide rajamine kogu ranna piires. Siinkohal võiks mõelda päikeseenergiale, kasutades võib-olla päikeseplatadeid valgustusi. Selleks tuleks teha uuringuid, kas need tasuksid ära ja üldse toimiksid. Kui ei, tuleb minna kaabelekti vedamise teed. Sadamas asuva paadikuuri renoveerimine – kindlasti tuleks see jätta võimalikult maalähedaseks, sest nii on see külastajatele väga atraktiivne, loob omapärase meeleolu ja elamuse (eriti linnast või sisemaalt tulnud külastajatele).

Rannas võiksid olla lastele kiigud, et muuta rannapuhkus peredele mugavamaks. Lapsed ei püsi päev läbi tekil peesitades vaid tahavad tegevusi. Nii oleks üheks võimaluseks, lisaks liivalosside ehitamisele, ka kiikumine. Uuringust tuli välja ka idee rajada nimetatud randa terviserada. See oleks samuti võimalus kohta atraktiivsemaks muuta, kuna rand on kauni männi metsaga ja maapind sobiv terviserajaks. Terviserajal võiksid olla mõned atraktsioonid. Suvel telkijatele ja puhkajatele oleks see võimaluseks oma aega sisustada. Tõenäoliselt võiks see huvi pakkuda ka kohalikele tervisespordi huvilistele. Veel pakuti, et rannas võiks olla pesemisevõimalused, kuid autori arvates võiks see jääda siiski võimalikult looduslähedaseks paigaks. Kui inimene on läinud matkama, siis see loobki omamoodi elamuse, kui tuleb hakkama saada ilma igapäevaste mugavusteta. Toitlustuse osas võiks nimetatud rannas olla üks pakkuja, siis ilmselt tasuks ära küll.

Matsi ranna sadamaga on seotud üks huvitav lugu ühe käega onu Eerost, kes sadama kõrval kunagi elas ja kotermanni kujukesi meisterdas. Nendest vestis ta põnevaid lugusid lastele. Kuid selgus, et paat, kuhu oli lugude jutustamise tuba loodud, on nüüdseks hävinud. Onu Eero meisterdatud kotermannid pidid kohalike sõnul olema tema sugulaste omanduses. Paar kujukest, koos laeva lipuga, ka Kulli külas ühe kohaliku käes.

Eesti Rahvusringhäälingu arhiivist tuli välja ka film nimega „Vana paat“, mis räägib onu Eerost ning see oleks põnev lugu ja väärt just seal kandis unustuste hõlmast välja toomist ja kasutamist – kusagil mujal Eestis ei ole ega ela kotermanne! Nimetatud filmi põhjal annaks seda hästi teha. See annaks väga palju Matsi sadama veelgi köitvamaks muutmisel. Sellest saaks luua omamoodi väikese n.ö teemapargi. Ühe suurema Varbla valla sündmuse „Nädalalõpp Varblas“ tegevused toimuvad samuti sadamas vanas paadikuuris ja selle ümbruses, kus siis lisaväärtust looks ka kotermannide teemapark. Vallavalitsusel tuleks leida võimalus pidada läbirääkimisi onu Eero lähedastega, et enda valdustesse saada tema logiraamat ja lisa kahele kotermannile Kulli külas.

Miks mitte kasutada kujukeste teemat kogu Varbla valla sündmustel läbivalt. Näiteks kasutada kotermanne kasvõi sündmuse nimes (kotermannide merepäevad

Varbla vallas, jaanipäev kotermannidega vms). Vallale võiks tekkida lausa sündmuste maskott, sümbol või logo kotermannide näol. Siinkohal oleks ettepanek vallavalitsusele töötada välja kotermannide kontseptsioon turismi või sündmuste osas. See oleks ka hea idee välja pakkuda järgmiste aastate lõputöödeks.

Autor toob välja ettepaneku kunagi tulevikus ümber nimetada „Nädalalõpp Varblas“, kui kotermannide teema käsile võetaks. Autori arvates ei ole hetkel antud nimetus väga atraktiivne ja kõitev. Palju põnevam oleks, kui see seostuks kotermannidega. Siis oleks see eristuv ja meelde jääv. Näiteks „Kotermannide suvemöll Varblas“ vms. Seda enam, et uuringust tuli välja, et olemasolevaid sündmuseid tuleks väga kaasajastada ja kaasahaaravateks muuta. Samuti tuli välja, et Varbla on mereäärne vald, kuid sündmused, mis seostuksid merega puuduvad. Seega oleks kotermannid jällegi ideaalne variant midagi merega seonduvat luua.

Üheks ettepanekuks oleks koolis tuua poiste tööõpetuse õppeprogrammi sisse kotermannide meisterdamine ja tüdrukutele käsitööõpetuse õppeprogrammi kotermannidele rõivaste õmblemine, ehete meisterdamine vms. Eelnevalt tuleks lastele kotermannide teema selgeks teha, kes nad on, millised välja näevad, kus nad Varbla kandis elanud on (Matsi sadam) jms. Kui seda iga aasta teha, tekib Varbla põhikoolil juba oma kotermannide kogu, millest luua näitus ja hiljem võib-olla kasutada kotermanne teemapargi, mõne sündmuse kujundamisel vms. Näiteks luua koolis lastele üritus: „kotermannid jutustavad“, kus keegi jutustaks neile lugusid kotermannidest ja nende seiklustest, nagu tegi seda onu Eero. Jutu vestmise ajal kasutatakse kotermanni kuju (nt Kulli külas olevat onu Eero kotermanni). Miks mitte lasta ka lastel ise oma kotermannist lugu rääkida. Sellest võib saada algus kotermannide loo elustamisele Varbla vallas. Just lapsed on need, kes oskavad asja emotsionaalselt ja veenvalt edasi anda, haarates ka täiskasvanuid.

Võibolla oleks heaks ideeks kasutada kändudest välja raiutud suuri kotermanne ka teeotsade, vaatamisväärsuste vms viitamistel valla suuremate maanteede ääres vms. Samuti võiks vallavalitsus pöörduda kalurite poole, saamaks mõni vana paat



Matsi sadamasse, et teha algus kotermannide kodu taastamiseks. Antud teema elustamiseks tuleks väga saada ka kohalik elanikkond kaasa lööma, siis oleks ta hingelähedane kõigile ja inimesed hoiaksid seda.

Uuringust selgus, et kõige sobivamaks aastaajaks sündmuste korraldamisel Varbla vallas on suvi, kuna siis on rohkem rahvast nii kohalike, kui ka suvitajate ja turistide näol, kes sündmust külastaksid. Samas toodi suve kõrval välja veel kevad ja sügis, mil võiks ka midagi korraldada. Tänu mereäärsele kliimale on soojade ilmade arv ka veel peale suvist tipphooaega üsna pikk. Sündmused oleksid heaks võimaluseks hooaega pikendada ja tuua külalisi ka muul ajal Varbla valda külastama.

Siinkohal on autoril välja pakkuda omapoolne idee festivali näitel, mis sobiks just sügiseks ja millest võiks saada tunnussündmus. Selleks on "Kõrvitsafestival". Või, kui tulla tagasi eelmise ettepaneku juurde, kasutades kõrvitsafestivalil ka kotermanne, saaks programmi sisse tuua ka mere teemat, siis võiks festivali nimeks olla näiteks „Kotermannide kõrvitsapidu“. Mitmel pool maailmas kõrvitsafestivali korraldatakse (nt Austrias, USA-s), kuid autor ei leidnud, et Eestis kuskil midagi sellelaadset pakutakse. Nimelt tegu oleks festivaliga, mis on sobiv just maapiirkonda ning pakuks inimestele veel enne pikka ja külma talve meelelahutust, aitaks hoida kodukandi jõukust ja ühtekuuluvust.

Festivali toimumisajaks oleks oktoober, eelkõige kuu lõpp, kuhu jääb ka *halloweeni* püha, mis just kõrvitsatega seostub. Samuti võiks festivali siduda Romantilise Rannateega, mis aitaks pikendada ka kontseptsiooni hooaega ja ka selle n.ö festivalihooaega. Romantilise Rannatee festivalidest toimub viimane, milleks on Hapukurgifestival, augusti- ehk siis suve lõpus. Kontseptsiooni festivalid on saanud juba traditsioonilisteks ning toimuvad iga aasta, mis võiks juhtuda ka kõrvitsafestivaliga. Autor toob lisades (vt lisa 5) välja kõrvitsafestivali idee kirjelduse.

Üheks ettepanekuks Varbla vallale oleks veel koostöö arendamine sündmuste loomisel või korraldamisel. Seda nii naabervaldadega (eelkõige Tõstamaa ja Kihnu), kui ka suuremate majutusasutustega Varbla vallas. Varemuru

Puhkekeskus ja Varbla Puhkeküla omavad suurepäraseid sündmuste korraldamise platse koos laululavade ja tantsuplatsidega. Teada on, et firmade suvepäevadel on käinud seal esinemas mitmeid nimekaid ansambleid ja bände. See näitab, et kõik eeldused on sündmuse korraldamiseks olemas, kuid seda võiks olla ka avalike sündmuste osas. Selle tarvis tuleks vallal pidada majutusasutustega läbirääkimisi sobivate tingimuste loomiseks kindlal ajal, kui mõni sündmus korraldada.

Uuringus pakuti välja veel üks põnev sündmuse korraldamise paik lisaks olemasolevatele. Selleks on Tõusi küla vana töökoda. Sinna oleks võib-olla mõttekas välja pakkuda väiksemale huvigrupile midagi põnevat. Samuti pakuti, et Varbla vallas võiks olla midagi seonduvat metsa ja metsamaterjalidega. Lähtuvalt sellest saakski just nimetatud töökojas midagi korraldada. Võimalik, et midagi loodusmaja taolist sobiks sinna. Selleks oleks vaja ettevõtlikku ja antud valdkonnas spetsialiseerunud inimesi, kes asja käsile võtaks. Loodusmaja raames saaks luua sinna lastele mingisuguse hariva töötoa, kus tutvustakse huvitavaid leide või fakte loodusest, meisterdatakse loodusmaterjalidest vms. Sellega seoses saaks teha koostööd ümberkaudsetes valdades ja ka naabermaakondades paiknevate lasteaedade ja koolidega.

Intervjueeritavatelt küsiti, kas Varblas võiks tekkida mõni suurem tunnussündmus? Kõik intervjuueritavad vastasid üheselt, et võiks tekkida küll ja et edasi tuleks arendada ka Nädalalõppu Varblas. Ühe võimalusena pakkus autor tunnussündmuseks eespool kõrvitsafestivali, kuid suvesündmuse „Nädalalõpp Varblas“ raamesse võiks lisada programmi ka näiteks jooga harrastamise võimaluse liivasel mererannal. Jooga on saanud tänapäeval aina populaarsemaks, miks mitte siis pakkuda seda ka Varbla inimestele ja teistele sündmuste külastajatele. See oleks midagi uut. Autor on arvamusel, et kindlasti tuleks tulevikus sisse tuua ka kotermannid ja nendega seotud tegevused, see oleks eristuv.

## KOKKUVÕTE

Sündmusturism on saanud tänapäeval kiiresti kasvavaks turismisuunaks, mis tähendab, et inimesed reisivad üha enam selleks, et külastada erinevaid sündmuseid. Lõputöö teema aktuaalsus tulenes suuresti sellest, et rahvastik on hakanud maapiirkondadest koonduma linnadesse ja nende lähistele, otsides paremat elu, mis tingib omakorda selle, et maapiirkondades jääb elu igavaks, elutuks ja majanduslikult raskeks.

Sündmused on olnud inimeste elus olulisel kohal aegade algusest peale. Tähistatud on erinevaid toiminguid elus, nagu näiteks sünni, surma, abielu, kuufaase jne. Tänapäeval on sündmused olulisel kohal ka sihtkoha arendamisel, edendamisel ja konkurentsieelise loomisel. Nendega on võimalik kujundada sihtkoha mainet ja imagot. Samuti võimaldavad need meelitada piirkonda inimesi ja seda ka hooajaväliselt. Üha enam on saanud sündmused populaarsemateks vahenditeks maapiirkonna majanduse elavdamisel

Lõputöö uurimisküsimuseks oli: Milline on Varbla valla potentsiaal sündmusturismi arendamisel? Uuringust selgus, et potentsiaal selleks on täiesti olemas. Ilmnes ka mõningaid kitsaskohti. Tuli välja, et vallal on unikaalne lugu kotermannide teema näol, mis vajaks ellu kutsumist. Samuti pakuti välja mitmeid sündmuste korraldamise paikaid, nii olemasolevate-, kui ka uute kohtade osas. Veel selgus, et Varbla vallas sobiks korraldada sündmuseid ka hooajavälisel ajal. Nimelt sügisel, kuna soojade ilmade arv on suhteliselt pikk veel peale suvegi. Samuti tuli uuringust välja ettepanek koostöö parendamiseks, mis siiani suuresti kasutamata. Seda nii naabervaldadega, kui ka suuremate majutusasutustega Varbla vallas.

Uurimistöös esimeses osas käsitles autor uurimisülesannete täitmiseks asjakohast teoreetilist kirjandust. Lõputöö eesmärgi saavutamiseks viidi läbi uuring, kus uurimismeetodina kasutati struktureeritud intervjuud. See tähendab, et küsimused olid eelnevalt välja töötatud, tuginedes teooriale ning järjestatud põhimõttel üldiselt üksikule ja esitati intervjuueeritavale kindlas järjekorras. Intervjuu küsimusi oli kokku 18 ning intervjuusid viidi läbi seitse. Valimisse kuulusid Varbla vallavalitsuse ametnikud, ürituste korraldajad, turismiettevõtja, Romantilise Rannatee eestvedajad ning kohaliku käsitööringi juhataja.

Lähtudes uuringu tulemustest, võib öelda, et uuringu eesmärk, asjaliste kaudu välja selgitada Varbla valla potentsiaal, võimalused ja kitsaskohad sündmuste korraldamisel, sai täidetud. Olulisemad tulemused, mis uuringust selgusid olid kohalike elanike passiivsus sündmustel osalemisel ja ka omatoodangu pakkumisel. Samuti toodi välja, et valla elanikkond on keskmisest veidi vanem ja elanikke vallas vähe. Mitmel korral tuli välja valla väike eelarve sündmuste korraldamiseks. Probleemiks on vallas ka väikeettevõtjate ja teenusepakkujate vähesus, kes võiksid kohapeal teenida ja nende maksudest laekuv tulu siis vallale kajastuks. Seega on hetkel korraldatavad sündmused pigem emotsionaalse- kui majandusliku kasuga.

Ühe võimalusena sündmusturismi arendamisel nähti Matsi ranna ja sadama piirkonna väljaarendamist, kuna tegu on väga köitva puhkuse veetmise- ja sündmuste korraldamise paigaga. Teiseks võimaluseks tuli välja hetkel kavandamise järgus olev rahvapark valla keskses, kus saavad olema kõik eeldused sündmuste korraldamiseks. Vajalikuks peeti ka olemasolevate sündmuste kaasajastamist ning koostöö parendamist erasektoriga.

Olulisemad ettepanekud, mis autor Varbla valla sündmusturismi arendamiseks välja pakkus olid järgmised. Kohalikele elanikele selgitustöö, sündmuste kasulikkusest neile. Omaalgatuslike ühingute soosimine ja toetamine valla poolt. Hooajavälise festivali loomine sügisel, milleks autor pakkus välja kõrvitsafestivali oktoobri lõpus, kuhu jääb ka *halloweeni* püha. Samuti on väga oluline Matsi sadamas elanud onu Eero ja tema kotermannide loo unustuste hõlmast välja toomine ja taaselustamine. Kasutades kotermannide teemat edaspidi sündmuste

nimesed ja tuua neid programmi sisse, luua neist maskott, sümbol vms. Sellest saaks ilmselt Varbla valla fenomen, sest mujal Eesti ei ole ega ela kotermanne. Samuti on oluline Matsi ranna piirkonna üldine välja arendamine elementaarsete rajatiste osas (valgustusega wc-d, kiigud randa, paadikuuri renoveerimine, terviserada).

Läbi viidud uuringut hindab autor kokkuvõtvalt kordaläinuks. Intervjuude läbiviimisel probleeme ei tekkinud ja intervjuueeritavad olid kergesti kättesaadavad. Uuringu piiranguks tuleb pidada, et see tugines vaid intervjuudele. Kindlasti saab teemat veel põhjalikumalt uurida, kasutades erinevaid uurimismeetodeid, näiteks viia läbi konkreetsete sihtgruppide uuringud (omatoodangu pakkujad, kohalikud elanikud, ettevõtjad, põllumajandusega tegelejad jne) ja siis tulemused kokku panna. Käesolevat lõputööd soovib autor lugeda Varbla vallavalitsusel, vallas tegutsevatel omaalgatuslikel ühingutel ja ka aktiivsetel ja hakkamist täis vallaelanikel. Autor loodab, et antud lõputööst on kasu esitatud ideede edasi arendamiseks ja praktiliseks kasutamiseks.

## VIIDATUD ALLIKAD

1. **Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., McDonnell, I.** 2011. Festival & Special event management. Fifth edition. Australia: John Wiley & Sons.
2. **Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., McDonnell, I.** 2008. Events Management. Third edition. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
3. Eesti inimarengu aruanne 2012/2013. 15.05.2013. Tallinn: Eesti Koostöökogu. [http://www.kogu.ee/wp-content/uploads/2013/05/EIA20122013.pdf] 13.01.2014.
4. Eesti maaelu arengukava 2014–2020 eelnõu 18. 11 2013. 339 lk.
5. Eesti Maaturism. 2014. Sündmused. [http://www.maaturism.ee/index.php?id=syndmused] 25.04.2014.
6. Eesti regionaalarengu strateegia 2020. 2013. Tallinn: Siseministeerium. [https://www.osale.ee/konsultatsioonid/files/consult/242\_Regionaalarengu%20strateegia%202020%20terviktekst.pdf] 13.01.2014.
7. Eesti Riiklik Turismiarengukava 2014–2020. 2013. Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium. [https://www.riigiteataja.ee/aktalisa/3191/1201/3015/lisa.pdf] 13.01.2014.
8. **Etiosa, O.** 2012. THE IMPACTS OF EVENT TOURISM ON HOST COMMUNITIES – Case: the City of Pietarsaari. Central Ostrobothnia University of Applied Sciences Unit fo Tehnology and Business. 04.2012.
9. Event. 1998. The Chambers Dictionary [http://www.chambers.co.uk/search.php?query=event&title=21st] 26.03.2014.
10. Event. The Collins English Dictionary. [http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/event?showCookiePolicy=true] 26.03.2014.

11. **Felstenstein, D., Fleischer, A.** 2003. Local Festivals and Tourism Promotion: The Role of Public Assistance and Visitor Expenditure – Journal of Travel Research. Vol 41, (4), pp 385–392.
12. **Getz, D.** 1989. Special Events. Defining The Product. Tourism Management (kaudviide).
13. **Getz, D.** 2005. Event Management and Event Tourism. Second edition. pp.439, New York : Cognizant Communication Corporation.
14. **Getz, D.** 2008. Event tourism: definition, evolution and research. – Tourism Management, Vol. 29, pp 405-406.
15. **Getz, D.** 2010. Event tourism: Pathways to competitive advantage (Presentation). [<http://www.lincoln.ac.nz/documents/leap/2010-don-getz-christchurch-event-tourism.pdf>]
16. **Getz, D.** 2012. Event studies – Theory, Research and Policy for planned events. Second edition. USA: by Routledge.
17. **Glaser, B.G. & Strauss, A.L.** (1967) The discovery of grounded theory: Strategies for ualitative research. Chicago: Aldine.
18. **Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B.** 2009. Tourism Principles, Practices, Philosophioes. New Jersey: Wiley.
19. **Hirsijärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P.** 2004. Uuri ja kirjuta. Helsinki: kustannusosakeyhtiö Tammi.
20. **Hislop, M.** 2001. An overview of branding and brand measurement for online marketers. Lombard, A. 2007. The impact of the brand identity strategy of a consumer product on consumer perceptions. Pretoria: University of Pretoria, vahendusel.
21. **Irshad, H.** 2011. Impacts of community events and festivals on rural places. Rural Developement division. Alberta Agriculture and Rural Decelopement. 06.2011, p 1.
22. **Jackson, N.** 2013. Promoting and marketing events – theory and practice. First edition. USA: by Routledge.
23. **Konecnik, M., Gartner, W. C.** 2007. Customer based brand equity for a destination – Annals of tourism research. Vol 34, No. 2, pp 400–421

24. **Lee, I., Arcodia, C.** 24.05.2008. The Role of Regional Food Festivals for Destination branding. *International Journal of Tourism Research*. Vol.13, Issue 4, p 355–367.
25. Maaturismi uuring 2012. Põllumajandusministeerium. [[http://www.agri.ee/public/juurkataloog/UURINGUD/uuring\\_maaturism\\_2012.pdf](http://www.agri.ee/public/juurkataloog/UURINGUD/uuring_maaturism_2012.pdf)] 02.04.2014.
26. **Mackellar, J.** 2013. *Event Audiences and Expectations*. USA: Routledge
27. Market research and events. Experience Consulting. [<http://www.experiencec.com/en/Page.asp?PageId=277>] 20.12.2013.
28. Market Research in Event Planning. *Event Management & Planning Guide*. [<http://www.eventeducation.com/event-analysis.php>] 19.12.2013.
29. **Mimi, L., Zhuowei, H., Cai, A., Liping, A.** 2009. Benefit segmentation of visitors to a rural community based festival – *Journal of Travel & Tourism Marketing*. Vol. 26 Issue 5/6, p 585–14p.
30. **Morgan, N., Pritchard, A., Pride, R.** 2004. *Destination Branding: creating the unique destination proposition*. Second edition. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
31. MTÜ Pärnu Lahe Partnerluskogu põhikiri. 2010. [[http://www.plp.ee/net2/index.php?option=com\\_docman&task=cat\\_view&gid=14&Itemid=60&lang=et](http://www.plp.ee/net2/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=14&Itemid=60&lang=et)] 29.04.2014.
32. **O`Toole, W.** 2011. *Events Feasibility and Development: From strategy to operations*. UK: Routledge
33. People Involved in Sponsoring an Event. *Event Management & Planning Guide*. [<http://www.eventeducation.com/event-sponsors.php>] 19.12.2013.
34. Põllumajandusministeerium. 2010. Uuring: turismiettevõtjad maapiirkonnas. Maaturismiettevõtjate olukord ja vajadused ning maaturismi toodete ja teenuste tarbijate eelistused. Tallinn. [[http://www.agri.ee/public/juurkataloog/UURINGUD/TURISMI\\_UURING\\_2010.pdf](http://www.agri.ee/public/juurkataloog/UURINGUD/TURISMI_UURING_2010.pdf)] 17.04.2014.
35. Pärnu Lahe Partnerluskogu Romantilise Rannatee turundusstrateegia 2014–2020.



36. Rahvastik, 1. jaanuar. Eesti Statistikaamet. Uuendatud 19.02.2014.  
[<http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/Saveshow.asp>]
37. **Raj, R., Walters,P., Rashid, T.** 2013. Events Management – principles&practice. Second edition. UK: MPG Printgroup
38. Rannatee vallad. Varbla vald. Romantiline Rannatee.  
[<http://www.rannatee.ee/rannatee-vallad>] 01.04.2014.
39. **Robertson, M., Frew, E.** 2008. Events and Festivals: Current Trends and Issues. USA: by Routledge
40. **Shone, A., Parry, B.** 2004. Successful event management. A practical handbook. Second edition. Croatia: Zrinski
41. **Silvers, J. R.** 2004. Professional Event Coordination. Hoboken, New Jersey: Wiley
42. **Skoultos, S. G, Tsimitakis, E. N.** 2008. Event tourism: statements and questions about its impacts on rural areas. University of the Aegean. Chios, Greece.  
[<http://pc.parnu.ee/~htooman/EuroChrie/Welcome%20to%20EuroCHRIE%20Dubai%202008/papers/EVENT%20TOURISM%20STATEMENTS%20AND%20QUESTIONS%20ABOUT%20ITS%20IMPACTS%20ON%20RURAL%20AREAS.pdf>] 19.03.2014.
43. Sündmused. Romantiline Rannatee. [<http://www.rannatee.ee/sundmused>]  
15.05.2014.
44. **Tooman, H., Müristaja, H.** 2008. Turismisihtkoha arendus ja turundus. Tallinn: Agro kirjastus
45. UNWTO. Understanding Tourism: Basic Glossary.  
[<http://media.unwto.org/content/understanding-tourism-basic-glossary>]  
27.03.2014.
46. **Van der Wagen, L.** 2007. Event Management for Tourism, Cultural, Business and Sporting events. Australia: Pearson
47. **Van der Wagen, L.** 2007. Human Resource Management for Events. First edition. UK: Routledge
48. **Van der Wagen, L., Carlos, B. R.** 2005. Event Management for Tourism, Cultural, Business and Sporting events. New Jersey: Pearson.

49. Vana paat. 1979. Eesti Rahvusringhäälingu arhiiv. [http://arhiiv.err.ee/vaata/vana-paat] 02.05.2014.
50. Varbla rahvastikuprognosis 2000–2025. 2003. Pärnu: Pärnu maavalitsus. [https://parnu.maavalitsus.ee/et/c/document\_library/get\_file?uuid=c1a3b9be-7be8-4aa8-8575-fd47482f9219&groupId=908048] 13.01.2014.
51. Varbla vald. Turism. 2014. [http://www.varbla.ee/client/default.asp?wa\_id=37&wa\_object\_id=1&wa\_id\_key=] 01.04.2014.
52. Varbla vald. Üldinfo. 2014. [http://www.varbla.ee/client/default.asp?wa\_id=26&wa\_object\_id=1&wa\_id\_key=] 01.04.2014.
53. **Watt, D.R.** 1998. Event management in leisure and tourism. England: Longman
54. **Virkus, S.** 2010. Infokäitumise, info hankimise ja otsingu ning infopädevuse uurimise meetodid. Tallinn: Tallinna Ülikool, Infoteaduste Instituut. [https://www.tlu.ee/~sirvir/Infootsingu%20teooria/Infokaitumise,%20info%20hankimise%20ja%20%20otsingu%20ning%20infopadevuse%20uurimise%20meetodid/induktsioon\_ja\_deduktsioon.html] 12.05.2014.

## Lisad

### Lisa 1. Sündmuste mõju maapiirkonna kogukonnale (Allen jt 2010: 61 viidatud Etiosa 2012: 34 vahendusel)

Sündmuste mõju	Positiivne mõju	Negatiivne mõju
Sotsiaal-kultuuriline	Jagatud kogemused	Kogukonna võõrandumine
	Traditsioonide elluäratamine	Kogukonnaga manipuleerimine
	Loob ühtekuuluvustunde	Negatiivne pilt kogukonnast
	Kogukonnarühmade kinnitamine	Kogukonna halb käitumine
	Kogukonna kaasatus	Alkoholi ja mõnuainete kuritarvitamine
	Uued ja väljakutsuvad ideed	Sotsiaalne destabiliseerumine
	Kultuurilise vaatenurga laienemine	Puhkealade kaotus
Poliitiline	Rahvusvaheline maine	Risk sündmuse ebaõnnestumisel
	Täiustatud profiil	Valed fondide jaotused
	Investeeringute soodustamine	Vastutuse puudumine
	Sotsiaalne ühtekuuluvus	Propageerimine
	Haldusnormide arendamine	Kodaniku omandisuhete ja kontrolli kaotus
Keskkondlikud	Keskkonna tutvustamine	Keskkonna kahjustamine
	Heade tavade sätted	Reostatus
	Keskkonnateadlikkuse suurendamine	Kultuuripärandi hävitamine
	Infrastruktuuri parendamine	Häiriv müra/lärm
	Parem transport ja kommunikatsioon	Liiklusummikud
	Piirkonna ümberkujundamine ja uuendamine	
(Turism) majanduslik	Sihtkoha edendamine ja turistide külastatavus	Kogukonna turismitaluvuse piiri ületamine
	Suurenenud kohapeal viibimise kestus	Autentsuse kaotus
	Töökohtade loomine	Maine kahjustamine
	Suurem maksutulu	Ärakasutamine
	Ärivõimalused	Alternatiivkulud

**Lisa 2. Lääne- ja Pärnumaa sündmused 2014 (MTÜ Eesti Maaturism 2014)**

<b>Läänemaa</b>	
<b>Toimumisaeg</b>	<b>Sündmus</b>
24.-27.04	IX Haapsalu Õudus- ja fantaasiafilmide festival HÖFF
01.05	Maaturismiettevõtete avatud uste päev
06.-08.06	Itaalia veinipidu Haapsalus
14.-16.06	Cyrillus Kreegi Muusikapäevad
24.-25.06	Hanila valla orhideede ja valgete ööde fotofestival
09.-13.07	XXI Haapsalu Vanamuusikafestival
10.-13.07	Rahvusvaheline Klassikalise Muusikafestival- Lihula muusikapäevad
12.07	Virtsu merepäev
18.-20.07	American Beauty Car show
21.-24.07	XXI Haapsalu keelpillifestival
26.-27.07	Joogafestival 2014
26.-29.07	Olavipäev Vormsi saarel
01.-02.08	Bluusifestival "Augustibluus"
08.-10.08	Valge Daami Aeg
08.08	Haapsalu III Pitsipäev
09.-10.08	Lihula Lillkirja festival
15.-16.08	Rock Nektar
22.-24.08	Haapsalu 735 juubelipidustused
24.08	Elustiilimaraton
12.-14.09	X Nostalgiapäevad
17.-21.09	XII Matsalu Loodusfilmide festival
<b>Pärnumaa</b>	
<b>Toimumisaeg</b>	<b>Sündmus</b>
15.-24.02	Pärnu Jääfestival
19.-21.02	Talvine bluusimuusikafestival "The Blue Icicle"
09.03	Vastla- ja tuhkaperapäev Jõuluvana Korstna talus
19.04	Kaks kohviringi ümber Soomaa
20.04	Jänkude pühad Jõuluvana Korstna talus
01.05	Maaturismiettevõtete avatud uste päev
04.05	Luuasõidu maailmameistrivõistlused Jõuluvana Korstna talus
17.05	Võilillefestival 2014
17.05	RäimeWest 2014
22.-25.05	X Pärnu Rahvusvaheline Koorifestival
01.06-31.08	XXI Rahvusvaheline aktinäitus "Mees ja naine"
06.-07.06	Hea Toidu Festival "Pärnu Grillfest"
07.06	Põhja-Liivimaa festival

**Lisa 2 järg.**

07.-08.06	Eesti Linetantsu festival
14.06	Lahtiste uste päev Tamme talu ürdiaias
14.06	Ponide show Nurmenuku Puhkekeskuses
20.-21.06	Veefestival "Watergate"
26.-29.06	Rahvusvaheline Noorte Jalgpallifestival "Pärnu Summer Cup XII"
27.-29.06	Pärnu Hansapäevad
27.-29.06	XIII Pärnu Suupillifestival
28.06-03.08	Kabli Päikeseloojangu Festival
05.07	Hingega tehtud alternatiivmuusika festival "Schilling"
10.-13.07	Pärnu Saksokofonimuusika festival Sax.Fest'14
10.07-10.08	Muusikateatristifestival "Suveaaria"
11.-13.07	Kihnu Mere Pidud
11.-13.07	Pitsifestival "Pitsilised peolauad"
12.07	Muusikafestival "Kummardus Valgrele"
14.-20.07	Pärnu Muusikafestival. Järvi akadeemia.
14.-27.07	XXVIII Pärnu Filmifestival
28.07-02.08	Pärnu Bluusipäevad
01.-02.08	Pärnu Gildipäevad
01.-17.08	Pärnu Rahvusvaheline Kunstide festival "Fringe"
09.08	Kihnu Tansu Pää
14.-18.08	Pärnu Rahvusvaheline Monoteatrite festival "Monomaffia"
16.08	Tänavafestival "Augustiunetus"
20.08	Hapukurgifestival
20.09	Oktooberfest Maria talus
03.-05.10	Kihnu IV viiulifestival
09.11	Mardipäev Jõuluvana Korstna talus
detsember	Jõulukuu pidustused Jõuluvana Korstna talus

### **Lisa 3. Intervjuu küsimused.**

1. Millisel eesmärgil võiks turist hetkel Teie arvates Varbla valda külastada?  
Miks ta sinna läheb?
2. Kuidas iseloomustaksite Varbla valla hetkeolukorda ja võimalusi teenuste-, aktiivsete tegevuste-, atraktsioonide-, majutuse-, vaatamisväärsuste-, jms poolest?
3. Kuidas on Varbla vald siiani Teie silmis sündmuste poolest esindatud?
4. Millised sündmused Teie arvates Varblasse sobiksid, mis võiks olla nende eripära? Kas on mõnda ideed või mõtet?
5. Millised võimalused on Varbla vallal sündmuste korraldamisel Teie arvates?
6. Kes oleks Teie arvates sihtrühm, kes Varbla valla sündmuseid külastaksid?
7. Kuidas hindate seniseid kohalikule kogukonnale suunatud sündmusi?
8. Kui tihti, või kas üldse, olete külastanud sündmusi Varbla vallas?
9. Kas Varbla vallas võiks tekkida tunnussündmus nagu on Kabli Päikeseloojangu festival Häädemeeste vallas?
10. Millist kasu võib mõni suurem- või traditsiooniks saav sündmus tuua Varbla vallale Teie silmis?
11. Mida eelistate sündmuste puhul: esinejad, sündmuste korduvus, kestvus, toimumisaeg?
12. Mille järgi valite külastatava sündmuse? Asukoht kodulähedal, sündmuste kättesaadavus, omapärane sündmuste teema, meelepärane esineja, toimumiskoha maine, osavõtt tasuta, sihtkohas pakutavad lisavõimalused vms.
13. Millisel aastaajal sobiks Varblas üritusi korraldada?
14. Kas peate oluliseks võtta käsile sündmusturismi arendamise Varbla vallas?  
Põhjendage?
15. Millised asukohad oleksid eelistatud valla territooriumil mõne sündmuse korraldamiseks, võttes arvesse ka külastajate ligipääsu mugavust? (keskus, rand, park vms)
16. Varbla vald kuulub ka Romantilisele Rannateele, mille üheks eesmärgiks on „igasse valda üks suurüritus/sündmus“. Kui hästi olete kursis juba toimuvate

**Lisa 3 järg.**

üritustega Romantilisel rannateel ja kas võiks midagi nendega seonduvat olla ka Varbla vallas?

17. Kui alati oleksite koostööks/abikäeks mõne sündmuse loomisel? (sponsorlus, teenuste pakkumine, meened/kingitused, reklaam, transport, vabatahtlikkus korraldamisel jms) Või olete seda juba teinud?
18. Kas olete kuulnud lugu onu Eerost, kes elas Matsi sadamas ja meisterdas kotermanne? Mis on nendest saanud?

#### Lisa 4. Intervjueeritavad

Tähis	Intervjueeritav	Kuupäev	Kestvus
1	Romantilise Rannatee eestvedaja	01.04.2014	50 min
2	Romantilise Rannatee eestvedaja	05.04.2014	45 min
3	Varbla valla ametnik/ürituste korraldaja	06.04.2014	56 min
4	Ürituste korraldaja	14.04.2014	60 min
5	Varbla valla ametnik	14.04.2014	53 min
6	Käsitööringi juhataja/käsitööline	14.04.2014	50 min
7	Turismiettevõtja	17.04.2014	45 min



## **Lisa 5. Kõrvitsafestivali idee kirjeldus.**

Festivali toimumisajaks oleks oktoober, eelkõige kuulõpp, kuhu jääb ka *halloweeni* püha, mis seostub samuti kõrvitsatega. Kuna tegemist on maakohaga, kus valdav enamus kasvatavad oma köögi-ja juurviljad ise, siis eeldatavasti oleks enamus müüjad just kohalikud, kes saaksid võimalust kasutada ja lisa teenida. Ei ole keelatud tulla ka väljastpoolt kauplejatele. Vanuse poolest külastajatele piiranguid ei ole, kuna tegevusi leiduks nii lastele kui täiskasvanuile, seega võib öelda, et tegemist oleks pereüritusega. Ehk siis, külarahvale tooks see sisse, linnarahvale on väljasõit maakohta toredaks vahelduseks ja mis peamine- elamuseks ning rõõmuks oleks see kõigile kokkutulnuile.

Antud festivali sihtgruppideks saaks olema siis eelkõige kohaliku valla ja lähivaldade elanikud ning samas inimesed üle Eesti, kellele festival pakuks vaheldust, rõõmu ja kindlasti kogemusi. Miks üle Eesti? Kuna antud festivali saaks turundada järgmiste kanalite kaudu: Romantilise Rannatee-, Varbla valla ja *visitestonia.com* koduleht, festivali tutvustav artikkel Pärnu Postimehes, ning kajastamine Pärnumaa sündmuste all ja ka kohalikus valla lehes. Kuna me elame infoajastul, siis oleks nimetatud festivali kohta info kiiresti ja kergesti kõigile kättesaadav.

Festivali raames korraldatakse laad, mille asupaigaks oleks Varbla põhikooli staadion ja selle taha rajatav rahvapark. Laadal pakutakse toitlustusteenuseid, mille menüü kriteeriumiks saaks olema põhikomponendina kõrvits. Samuti oleks laada üheks peamiseks osaks kauplemine ja kauba müümine, kus samuti keskseks teemaks oleks kõrvits: erinevad ja põnevad hoidised, pirukad, seemned, õli jms. Kindlasti toimuks müüjate poolt degusteerimine, kuna see aitaks kaasa müügile ja pakuks maitseelamusi külalistele ning meelelahutavaks osaks oleks erinevad võistlused, mis laadaplatsil tuju ja tegevust üleval hoiaksid (nt luuaviskamine, kõrvitsa veeretamine jms).

Festivalil korraldatavad meistritoad leiaksid aset nii koolimaja ruumides kui ka kultuurimajas, kuna kõik objektid: staadion, koolimaja ja kultuurimaja asuvad

## **Lisa 5 järg.**

väga lähestikku, seega ei valgu festivali ala laiaulatuslikuks. Meistritubade tegevusteks oleksid kõrvitsanägude- ja hernehirmutiste tegemine, loomade kujukeste meisterdamine kõrvitsatest, kõrvitsale näo joonistamine jms. Meistritoad on eelkõige suunatud lastele, kuid kindlasti võivad osaleda ja abistada täiskasvanud.

Festivalil saaks kohapeal valmistada lihtsamaid toite retseptide järgi, mida saab teha kõrvitsast. Kõikide osalenud kokkade seast valitakse hiljem küllastajate poolt kõige maitsvama toidu valmistaja, kes saaks autasustatud. Roogade valmistamise ruumiks saaks olema kooli tööõpetuse/õppetuba, kus on olemas küpsetamiseks, keetmiseks või praadimiseks vajalikud tarvikud.

Festivalil korraldataks seminare põllumeestele ja aednikele kultuurimaja ruumides, või valla väikses saalis, mis asub kooli tööõpetuse ruumiga samas hoones. Esialgu valib korraldaja mingisuguse põllumajandusega seotud teema ning peale seminari saaksid osalejad anda tagasisidet ja teha ettepanekuid, mis teemadel nad sooviksid järgmisel korral kuulata. Festivali lõpetamine ehk siis tantsuline pool leiaks aset kultuurimajas ansambliga Kukerpillid, kus lauljaks Toomas Kõrvits. Lõpetamise ossa jääks ka meistritubades valmistatud kõrvitsanägude torni loomine staadioni keskel olevale muruplatsile, millede sisse põlema pandud küünlad.

Selleks, et korraldada midagi head peab olema hea meeskond. Antud üritus oleks päris arvestatava suurusega, kus oleks vaja mitmeid abikäsi. Seega festivali korraldusmeeskond koosneks: kohalikust omavalitsusest ja/või mtü, külaselts, festivali koordinaatorist (nt valla kultuuritöötaja) ning kahest koordinaatori abist, kes omakorda tegelevad vajaminevate inimeste otsimisega: meistritubade õpetajad, meelelahutuse programmi juht, kokad, tunnustatud õppejõud või lektor Eesti Maaülikoolist, Räpina aianduskoolist või Abja põllumajanduskoolist, kauplejad, turvatöötajad jms.

## **SUMMARY**

### DEVELOPING AN EVENT TOURISM IN RURAL AREA AT THE EXAMPLE OF VARBLA MUNICIPALITY

Taivi Kaljura

Nowadays, event tourism has become a rapidly growing branch of tourism, which indicates that people travel more and more in order to take part in various events. The topic of the thesis is currently up-to-date because people have started moving from rural areas to towns and their proximity, looking for a better life. This, however, leaves life in rural areas dull, slow-paced and economically challenging.

Events have played an important role in humans' lives since the beginning of time. All kinds of events in life are celebrated, such as birth, death, marriage, moon phases, and so on. Nowadays, events are also significant when it comes to developing and promoting destinations, and gaining a competitive edge. Events enable building the reputation of a destination and creating its image. They can also attract people in certain areas even off season. Events have become increasingly popular in reviving economy in rural areas.

The research question of the thesis was "What is the potential of Varbla rural municipality for developing event tourism?". The survey revealed that the rural municipality indeed has full potential, although it put forth a few obstacles. It appeared that the rural municipality has a unique story about ship gremlins, which should be renarrated. Several places for holding events were also offered, both existing and new ones. It was also determined that events could be organised in Varbla rural municipality also in the off season, namely in autumn since the weather continues to be quite warm even after the summer. A suggestion for

improving cooperation with neighbouring rural municipalities as well as larger accommodation establishments was also made based on the survey, but it has not been put to practice yet.

In the first part of the thesis, the author discussed theoretical literature relevant for fulfilling the research tasks. To accomplish the objective of the thesis, a survey was conducted in which the structured interview was used as the research method. This means that the questions were preframed based on theory, and ordered on the general-to-specific principle. Interviewees were thus questioned in a specific order. A total of 18 questions were asked and seven interviews were conducted. The sample included Varbla rural municipality officials, event organisers, a tourism entrepreneur, initiators of the Romantic Coastline and head of the local craft class.

Based on the results of the survey, it may be suggested that the purpose of the survey – determining the potential, opportunities and obstacles of Varbla rural municipality for organising events – was fulfilled. The most important results of the survey include passivity of local inhabitants in participating in events and selling own production. It was also pointed out that the population of the rural municipality is a little older than the average and the number of inhabitants is small. The rural municipality has a tight budget for holding events. The rural municipality also has a problem with the lack of small enterprises and service providers who could earn their income in the municipality so that the municipality would receive their revenue from taxation. Therefore, the events currently held rather serve emotional than economic benefits.

Maintenance of Matsi beach and development of the harbour area is seen by the author as an opportunity for promoting event tourism, since this makes an extremely attractive place for spending the holiday and organising events. Another opportunity will be created by the public park to be constructed in the centre of the rural municipality, which will have all the conditions required for holding events. Updating and improving existing events and enhancing cooperation with the private sector was also considered necessary.

The most important suggestions made by the author to Varbla rural municipality for improving their event tourism, are the following:

- explaining the benefits of events to local people;
- encouraging and supporting own-initiative associations by the rural municipality;
- organising an off-season festival in autumn; the author suggested holding a pumpkin festival at the end of October at the time of halloween;
- renarrating the story of ship gremlins told by Eero who lived in Matsi harbour;
- using ship gremlins in the titles of future events and involving them in the event program by creating a mascot or symbol out of them.  
They could represent Varbla rural municipality since there are no ship gremlins elsewhere in Estonia;
- general restructuring of Matsi beach area and building basic facilities (WCs with lighting, swings at the beach, renovation of the boathouse, and building a cycle and pedestrian track).

All in all, the author considers the conducted survey a success. There were no problems with carrying out interviews and the interviewees could be easily reached. The survey is, however, limited due to the fact that it was based only on the interviews. The topic can definitely be examined in more detail by using different research methods, for example, by conducting surveys of specific target groups (providers of own production, local inhabitants, entrepreneurs, people engaged in agriculture, etc.) and then comparing results. The author recommends the thesis for reading by Varbla rural municipality government, own-initiative associations in the rural municipality, and by active local people. The author hopes that the thesis is useful for developing the ideas presented and putting them into practice.

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Taivi Kaljura,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Sündmusturismi arendamine maapiirkonnas Varbla valla näitel“, mille juhendaja on Heli Tooman,
  - 1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
  - 1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, 22.05.2014.