

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Kristin Pärna

**SIHTKOHA ARENDAMINE
MAAPIIRKONNAS MÄRJAMAA VALLA
NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Marit Piirman, MBA

Pärnu 2018

Soovitan suunata kaitsmisele

(juhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud "...“..... a.

TÜ Pärnu kolledži osakonna juhataja

.....

(osakonna juhataja nimi ja allkiri)

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....

(töö autori allkiri)

SISUKORD

Sisukord.....	3
Sissejuhatus	4
1. Sihtkoha arendamine maapiirkonnas	7
1.1. Turismisihtkoha olemus ja arendamine	7
1.2. Turismi arendamise potentsiaal maapiirkonnas	13
2. Märjamaa valla kui sihtkoha ja selle turismiressursside analüüs	17
2.1. Uuringute korralduse ülevaade	17
2.2. Märjamaa valla turismi hetkeolukorra analüüs	22
2.3. Uuring arenguvõimaluste väljaselgitamiseks ja tulemuste analüüs	26
3. Järeldused ja ettepanekud	31
Kokkuvõte	41
Viidatud allikad	45
Lisad.....	48
Lisa 1. Märjamaa valla asetus Eesti kaardil	49
Lisa 2. Märjamaa valla turismitooted ja -teenused ning nende olemused	50
Lisa 3. Teise uuringu ankeet.....	54
Summary	57

SISSEJUHATUS

Turism on üks kiiremini kasvavaid majandussektoreid maailmas. Tänapäevane turism on tugevasti seotud arenguga ja hõlmab enda alla üha enam uusi sihtkohti. Mitmetes arengumaades on turism üks peamiseid sissetulekuallikaid. Kui arendada turismi industrialiseeritud ja arenenud riikides, siis luuakse majanduslikke ja tööhõive kasusid lisaks turismisektorile teistes seotud sektorites. (World Tourism Organization, *n.d.*)

Turismisihtkoha arendamine on väga aktuaalne tänapäeva maailmas. Massiturism koormab paljusid tuntud sihtkohti ning häirib kohalikku eluolu (Kettle, 2017). Arendades uusi sihtkohti on võimalik vähendada koormust massiturismi sihtkohtades. Arendades sihtkohta, eriti maapiirkonnas, pööratakse tähelepanu keskkonnale ning selle säilitamisele ja kvaliteedile, lisaks võib kasvada sihtkohas elanike arv, kuna sihtkohta on tekkinud uued töövõimalused ja parem infrastruktuur (Ionela, Constantin, & Dogaru, 2015, lk 1055).

Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium (2013, lk 7) on Eesti riiklikus turismiarenduskavas aastateks 2014-2020 sõnastanud visioonis ühe punktina selle, et luua eeldused Eesti erinevate piirkondade külastamiseks, tuleks välja arendada igale piirkonnale iseloomulikud turismitooted, millega pikendatakse nii sise- kui väliskülastaja viibimist piirkonnas. Selline areng on tähtis, et turistid leiaksid huvipakkuvat tegevust lisaks Tallinnale teistest Eestimaa piirkondadest, suurendades nii välituristide arvu, aga ka turismitulu kogu piirkonnas.

Piirkondlike turismitoodete arendamine on vajalik ka seetõttu, kuna nii moodustatakse ühtne tervik maapiirkondades olevatest toodetest ja teenustest. Ühtse terviku loomiseks tuleks moodustada terviklikud marsruudid peamistes teemavaldkondades. Terviklikud marsruudid aitavad suurendada turismiobjektide ja -toodete vahelist koostoimet ja

aidatakse kaasa erasektori teenuste väljaarendamisele. (Eesti riiklik turismiarengukava 2014-2020, 2013, lk 27)

Eesti maaelu arengukavas (2013, lk 35), mis on koostatud aastateks 2014-2020, on toodud välja, et maapiirkondades on turismisektor teine kõige suurem tööpakkuja peale põllumajandust. 2012 aastal pakkus turism maapiirkondades töökohti 19 300 inimesele, moodustades 3,1% koguväärtusest. Põllumajandus pakkus samal aastal 20 300 inimesele tööd ehk moodustas 3,3% koguväärtusest.

Turism on Märjamaa vallas suhteliselt vähearenenud. Turismikontseptsioon on vallas aegunud ning vallas on vähe turismialase ettevalmistusega inimesi. Vallas soovitakse toetada turismiteenuste ja -toodete väljaarendamist ja rakendada turismiettevõtluse inkubaatori idee. Eesmärgiks on seatud, et tulevikus oleks turismiteenuste valik mitmekesine ning toimuks pidev laienemine. (Märjamaa valla arengukava 2010-2025, 2010, lk 10, 25-26, 29, 37-38)

Käesoleva lõputöö uurimisprobleemiks on see, kuidas kaardistada maapiirkonna turismiressursid ja hetkeolukord ning nendest tulenevalt arendada maapiirkonnas turismi. Uurimisprobleemi lahendatakse Märjamaa valla kaasuse põhjal. Koostatav lõputöö annab panuse Märjamaa valla arengule turismivaldkonnas, kuna selles valdkonnas antud piirkonnas pole varasemalt taolist uuringut tehtud. Märjamaa vald on maapiirkond, millel on potentsiaali, et olla turismisihtkoht ning Märjamaa vallavalitsus soovib uurida, kuidas piirkonna potentsiaali ära kasutada ja arendada sihtkohas turismi.

Lõputöö eesmärk on välja selgitada turismi hetkeolukord vallas ning teha Märjamaa vallavalitsusele ja teistele valla turimiasjalistele ettepanekuid antud piirkonnas turismi arendamiseks. Sõnastatud on probleemküsimus: „Kuidas arendada turismi maapiirkonnas?“ Lõputöö raames viiakse läbi kaks uuringut. Esimese uuringu uurimisküsimus on sõnastatud järgnevalt: „Kuidas vastab Märjamaa vald turismisihtkoha kriteeriumitele?“ Teise uuringu uurimisküsimus on järgnev: „Millised on Märjamaa kui sihtkoha arendamise võimalused?“

Lõputöö raames püstitatud ülesanded:

1. Maapiirkonna ja sihtkoha arendamise käsitlemiseks teoreetilise põhja loomine, tutvudes erinevate teadusallikatega ning nendest informatsiooni kogudes.
2. Märjamaa valla hetkeolukorra analüüsi teostamine kasutades segameetodit, selgitamaks välja vallas olemasolevaid turismiressursse ning Märjamaa valla vastavust sihtkoha kriteeriumitele.
3. Kvantitatiivse uuringu, mille raames küsitakse Märjamaa valla turismiasjaliste arvamust vallas turismi hetkeseisu ja arenguvõimaluste kohta, ettevalmistamine ja läbiviimine.
4. Uuringute tulemuste analüüsimine ja järelduste tegemine.
5. Parendusettepanekute esitamine Märjamaa vallavalitsusele ja teistele valla turismiasjalistele sihtkoha arendamiseks turismi eesmärgil.

Uurimisülesannete lahendamiseks tutvutakse teemakohaste allikatega ning viiakse läbi uuringud. Töö koosneb kolmest osast. Esimeses osas on kajastatud teooria, millele tuginedes koostatakse uurimisinstrument ning viiakse läbi uuringud. Teooria osa koostamisel on kasutatud teadusallikaid, mille sisuks on turismi arendamine, koostöö, sihtkoha kriteeriumid, sihtkoha elutsükkel ja arendustegevused maapiirkonnas. Tähtsamad autorid, kellele tuginedes teooriat koostatakse on Buhalis, Burkart, Medlik, Butler, Cooper, Hall, Haugland jpt.

Teises osas on välja toodud mõlema uuringu korraldus ja tulemuste analüüsid. Uuringud on üles ehitatud vastavalt esimese osa teooriale. Kolmandas osas tehakse mõlema eelneva osa põhjal järeldused ja ettepanekud Märjamaa vallale ning piirkonna turismiasjalistele, kuidas piirkonda turismisihtkohana arendada. Ettepanekute tegemisel on lähtutud esimese osa teooriast ja uuringute tulemustest.

1. SIHTKOHA ARENDAMINE MAAPIIRKONNAS

1.1. Turismisihtkoha olemus ja arendamine

Tänapäeval on maailma majanduses turismil tähtis koht, kuna turism toob endaga kaasa kasu nii kohalikele kui ka turistidele. Turismi eksisteerimiseks peavad olema olema sihtkohad, kuhu inimesed saaksid reisida. Turismisihtkohaks sobib iga piirkond, millel on pakkuda turistide jaoks vajalikke väärtuseid. Sealjuures võib tegemist olla nii linna- kui ka maapiirkonnaga.

Burkart ja Medlik panid aastal 1981 paika turismikontseptsiooni, mida iseloomustavad viis turismi karakteristikut, mis kehtivad ka tänapäeval. Need karakteristikud on olulised tänapäeva turismis, kuna nende põhjal selgub, et turism on vaba aja veetmise võimalus, mis hõlmab enda alla otsest aja ja raha kasutust ning rekreatsioon on peamine turismi eesmärk (Hall & Page, 2002, lk 68). Need viis karakteristikut on järgnevad (Burkart & Medlik, 1981, lk 42):

1. Turism on tekkinud inimeste liikumistest ja jäämistest erinevatesse kohtadesse.
2. Turismis on kaks elementi: teekond sihtkohta ja sihtkohta jäämine, kuhu alla kuuluvad ka sihtkohas erinevad tegevused.
3. Inimeste liikumine ja jäämine toimub sihtkohta, mis on väljaspool reisija igapäevast keskkonda ja tööd. Seega turism pakub aktiivseid tegevusi, mis on erinevad igapäevastest tegevustest.
4. Sihtkohta minnakse ajutiselt kavatsustega pöörduda tagasi mõne päeva, nädala või kuu jooksul.
5. Sihtkohtade külastamise eesmärgid ei ole seotud tasustatud tööga või uue elukohaga, mis tähendab, et sihtkohas ei asuta tööle ega elama.

Nendest karakteristikutest tulenevalt on loodud turismi definitsioon. Maailma Turismiorganisatsioon (United Nations World Tourism Organization, lühendatult

UNWTO) defineeris 1994. aastal turismi kui inimeste tegevuste kogumit, et reisida ja jääda sihtkohta, mis asub väljaspool nende igapäevast keskkonda, mitte kauemaks kui üheks järjestikuseks aastaks puhkuse, äri või muul eesmärgil. (UNWTO, viidatud Cooper, 2008, lk 11 vahendusel)

Turism leiab aset kindlas sihtkohas. Vanhove (2011, lk 21) on sõnastanud sihtkoha spetsiifilise geograafilise piirkonnana, mis kuulub ühe või enama valitsusorgani alla ning mis meelitab külalisi märkimisväärsete kauguste tagant, pakkudes erinevaid väärtuseid ja tasulisi majutusteenuseid. UNWTO (2007) defineerib kohalikku turismisihtkohta kui füüsilist ruumi, kus turist veedab vähemalt ühe öö.

Turismisihtkoht koosneb erinevatest turismitoodetest ja -teenustest, milleks võivad olla sealhulgas toetavad teenused, atraktsioonid ning turismiressurssid, ning selle haldamist reguleerivad füüsilised ja administratiivsed piirangud (Vanhove, 2011, lk 21). Sihtkohta võib pidada kombinatsiooniks erinevatest toodetest, teenustest ja kogemustest, mida pakutakse kohalikul, ning need erinevad tooted ja teenused koos on piirkonna potentsiaal olla turismisihtkoht. Enamikel sihtkohtadel on olemas tuumik, mis koosneb mitmest komponendist, mida võib iseloomustada sihtkoha 6 A mudel. Mudeli 6 Ad on lahti seletatud järgnevalt (Buhalis, 2000, lk 98):

- atraktsioonid (*Attractions*),
- ligipääsetavus (*Accessibility*),
- teenused (*Amenities*),
- saadaval paketid (*Available Packages*),
- tegevused (*Activities*),
- lisateenused (*Ancillary Services*).

Keshavarziani ja Wu (2017) uuringus, mis viidi läbi turistide seas, selgusid mitmed kriteeriumid, mille põhjal peamiselt sihtkohta valitakse. Tulemuste põhjal toodi välja 10 peamist kriteeriumit. Kõige rohkem hinnati sihtkoha juures visuaalset ilu, mille all mõeldakse eelkõige looduslikke maastike ja maalilisi teid. Tähtsuselt järgmiseks hinnati seda, millised on sihtkohas puhkamisvõimalused. Kolmas oluline kriteerium on sihtkoha kliima, mille puhul soovitakse rohkem mõõdukat ja nelja aastaajaga kliimat. (Keshavarzian & Wu, 2017, lk 553; Pantouvakis & Patsiouras, 2016, lk 29)

Oluliseks peetakse mitmekesiseid söömisvõimalusi (eripärased restoranid, kohvikud, pubid). Tähtsaks peetakse kultuuri osatähtsust sihtkohas – soovitakse, et sihtkohas oleks häid või tuntuid kunstigaleriisid, muuseumeid jne. Sihtkoha valiku puhul peetakse oluliseks turismirajatisi, millest tähtsamad on erinevad majutusvõimalused ja lihtne võimalus sihtkohta reisimiseks. Sihtkohta valitakse ka seetõttu, et sihtkoht oleks külastajate jaoks uus. (Keshavarzian & Wu, 2017, lk 553; Pantouvakis & Patsiouras, 2016, lk 29)

Seega sihtkoht koosneb mitmest tegurist ning kriteeriumist, mille põhjal otsustatakse sihtkoha küllastamise kasuks. Sihtkoha tegurite alla kuuluvad näiteks kohalik omavalitsus, vaatamisväärsused, teenusepakkujad, kohalikud turismiorganisatsioonid, institutsioonid, toetavad ettevõtted. Tuleks ära märkida, et nende tegurite kooseksisteerimine ja koostöö on väga tähtis, kuna muidu ei toimiks sihtkoht korralikult, kuna puudub ühine visioon, millega on võimalik enda tegevusi koordineerida. (Salvatore, Chiodo, & Fantini, 2018, lk 49; World Tourism Organization, 2007)

Koostöö on oluline, kuna turismiasjaliste vahelised ühised tegevused on seotud majanduse arenguga ja turundusega, sealjuures pakkudes teistele kohalikele ettevõtetele võimaluse uuteks tutvusteks ning koostööks. Koostööga on võimalik ideid vahetada ja arutada võimalusi, kuidas parendada praegust turismi olukorda. Koostöö heaks toimimiseks oleks tarvis, et kasutusele võetaks võimalused, mis aitavad erinevate ettevõtjate vahel paremat suhtlust ja informatsiooni vahetust. Sellisteks võimalusteks oleks näiteks harivad loengud ja töötoad, sotsiaalmeedia kanalid, veebiloengud jne. (Joppe, Brooker, & Thomas, 2014, lk 56-57)

Nii koostöö ja kooseksisteerimine kui ka pakutavate toodete ja teenuste üldine kvaliteet on aluseks turismisihtkoha edukusele rahvusvahelisel turul. Turismisihtkohad peaksid kohanduma olemasolevate turutingimustega, eelkõige seetõttu, et omada konkurentsieelist oma pakutavatele turismitoodetele. Soodustamiseks konkurentsivõimet, tuleks rikastada turismitoodete pakkumist. Läbi turismitoodete rikastamise stimuleeritakse turistide valikutega seotud majanduslikke ja rahalisi mõjusid lisaks turismisektorile teistes sektorites. (Gržinić & Saftić, 2012, lk 60; Cizler, 2013, lk 86-87)

Ainuüksi sihtkoha olemasolust ei piisa, et turiste sihtkohta meelitada. Selleks oleks vaja sihtkohta arendada, et turistile oleks pakkuda erinevaid tõmbetegureid ning et sihtkohal oleks konkurentsieelis. Haugland, Ness, Grønseth ja Aarstad (2011, lk 270) on defineerinud turismisihtkoha arengut kui tegevusi, mis on kaasatud sihtkoha jaoks üleüldise strateegia arendamisse, et luua väärtust individuaalsetele asjalistele. Sellise strateegia kasutamisel tuleks laiendada organisatsiooni piire ja tuleks arvestada sihtkoha mitme tasandilist iseloomu.

Turismi arendamisel on mitmeid kasusid. Turist kasutab sihtkohas tooteid ja teenuseid ning tema kulutustest läheb osa turismisektorisse, teine osa läheb kohalike elanike või avaliku sektori kätte ja kolmas osa läheb sektoritesse, mis on otseselt või kaudselt seotud turismi pakkumisega. Turism loob uusi töökohti, nii kaudselt kui ka otseselt. Turism on stiimuliks kohalike toodete ekspordiks, kuna 15-20% turistide kulutustest moodustavad kingitused, riided ja suveniirid, sealjuures ostetakse kohalikku toodangut. (Bunghez, 2016, lk 3)

Kohaliku turismisihtkoha arendamisel tuleb arvestada kolme jõuga. Nendeks kolmeks jõuks on inimfaktor, kontekstuaalsus ja minevik. Analüüsimaks kohalike turismisihtkohtade arengut, tuleks identifitseerida ja kirjeldada peamised osalejaid, kes on otseselt või kaudselt seotud turismi arenguga läbi aegade. Arengu puhul on tähtis, et turismiasjalised tegutsevad sama eesmärgi nimel ning igast organisatsioonist (ka regulatsioonist) oleks kasu ning see ei osutuks takistuseks. (Sanz-Ibáñez & Anton Clavé, 2014, lk 570-571)

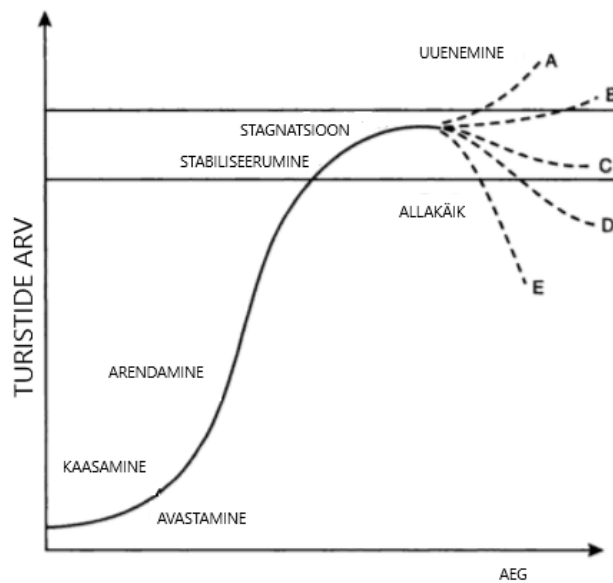
Turismisihtkoha arendamisel tuleb arvestada minevikus aset leidnud sündmuste ja otsusega, mis on mõjutanud turismi arengut piirkonnas. Nii inimfaktor, kontekstuaalsus kui ka minevik on muutuste vallandajad. Nende kolme jõu põhjal võib väita, et kohaliku turismisihtkoha areng on keeruline, teekonnal ja kohal põhinev protsess, mis on kindlaks määratud turismiasjaliste tegevuste ja omavahelise suhtluse põhjal. Lisaks on tähtsal kohal turismiasjaliste võimekus kohaneda või luua uusi teekondi ning sealjuures jääda ellu kohalikul ja maailma tasandil toimuvates muutustes. (Sanz-Ibáñez & Anton Clavé, 2014, lk 572-573)

Sihtkoha arendamisse kaasatud looduslik ja kultuuriline pärand peab olema kaitstud. Kohalik kogukond peaks olema võimeline nautima turismist saadud kasusid, milleks on paremad elustandardid, mis tulenevad parendatud keskkonnast ja parenenud tööhõivest. Seetõttu peab turismi areng olema rajatud jätkusuutlikkuse kolme samba (majanduslik, keskkondlik, sotsiaalne) peale ning kõik seotud tegevused peaksid olema läbimõeldud nii, et need julgustavad kasude õiglast jagamist erinevate osapoolte vahel. (Bakucz, 2011, lk 48-49)

Enamik edukatest turismisihtkohtadest on arendatud läbi selle, et sihtkohta on loodud mõni suur turismiattraksioon. Selle sihtkoha turundus ongi keskendunud antud atraktsioonile ning sellest on saanud sihtkoha sümbol. Näiteks tuhanded külastajad lendavad Orlandosse, kust edasi minnakse Disney World'i, kus veedavad turistid terve oma puhkuse. Nende turistide sihtkoht pole Orlando, vaid selleks on Disney World. (Bunghez, 2016, lk 2)

Sihtkoha arendamise juures tuleb arvestada, et kui turismi, sealjuures igat turismivormi, esimest korda uuele paikkonnale tutvustatakse, siis on vajalik uus lähenemine. Näiteks kui rajatakse spaa keskkonda, mis on turistile võõras või harjumatu, tuleks tekitada turistis usaldus ja kindlustunne ka sihtkoha suhtes. Uus lähenemine on eriti oluline sellises sihtkohas, kus soovitakse luua uusi partnerlussuhteid ja julgustada osa võtma kõiki seotud asjalisi. Uus dimensioon peab kasvama kogukonna osaks loomulikult ja orgaaniliselt – uus ettevõtte, mis teenindab turismi tervenisti või ainult osalt, peab kasvama koos kogukonnaga. (Bakucz, 2011, lk 48)

Sihtkoha arendamisel on tarvis arvestada sellega, et igal sihtkohal on oma elutsükkel ning paigutus sellel sõltub turismi hetkeolukorrast. Esialgu, kui sihtkoht tekib, siis külastajate arv on vähene ning arvu kasvu piiravad vähene kättesaadavus ning asutuste ja kohalike teadlikkus. Mida suuremaks kasvab pakkumine ning teadlikkus, seda rohkem tekib külastajaid. Sihtkoha populaarsuse kasvamisele aitab kaasa turundus, informatsiooni levitamine ja pakkumise suurendamine. Lõpuks külastajate arvu kasv hakkab vähenema, kuna sihtkoha kandevõime on saavutatud. Kirjeldatud etapid on väljatoodud joonisel 1. (Butler, 2006, lk 4-5)



Joonis 1. Sihtkoha elutsükli mudel (Butler, 1980, viidatud Butler, 2006, lk 5 vahendusel)

Esimene faas on avastamise (*Exploration*) faas, mida iseloomustab külastajate arvu vähesus ning puuduvad spetsiifilised asutused külastajate jaoks. Füüsiline ja sotsiaalne keskkond pole mõjutatud turismist ning turistide saabumistel ja väljumistel oleks väga vähe mõju kohalike elanike majanduslikule ja sotsiaalsele elule. Külastajate arvu kasvuga ning külastuste regulaarsusega asub osa kohalikest elanikest kaasamise (*Involvement*) faasi, pakkudes külastajatele vahendeid. Tekib turismihooaeg ning kohalikud, kes on kaasatud turismi, kohanevad sellega. Selles faasis avaldatakse esimest korda survet kohalikule omavalitsusele ja avalikule sektorile, et külastajatele tagataks transport ja muud vahendid. (Butler, 2006, lk 6)

Arendamise (*Development*) faasis on välja kujunenud hästi defineeritud turismituru piirkond, mida toetab tugev turundus turistide lähtepiirkondades. Looduslike ja kultuurilisi atraksioone arendatakse kindlas suunas ning neid toetatakse inimese poolt loodud vahenditega. Külastajate arv on võrdne või ületab kohalike elanike arvu. Stabiliseerumise (*Consolidation*) faasis külastajate koguarv kasvab ning ületab kohalike elanike arvu. Suur osa piirkonna majandusest on seotud turismiga. Stagnatsiooni (*Stagnation*) faasis on saavutatud kõrgeim külastajate arv ning piirkonna kandevõime on

saavutatud või ületatud ja sellega kaasnevad keskkondlikud, sotsiaalsed ja majanduslikud probleemid. (Butler, 2006, lk 6-7)

Allakäigu (*Decline*) faasis pole piirkond enam võimeline võistleva uuemate atraktsioonidega, nii et turg väheneb. Piirkond pole enam kutsuv külastajatele ning piirkonda kasutatakse nädalalõpu või päevareisideks. Piirkond võib kaotada oma funktsiooni kui turismisihtkoht, kuna turismiasutusi muudetakse muuks teenusepakkujaks. Teisest küljest võib aset leida uuenemise (*Rejuvenation*) faas, mida saavutatakse ainult juhul, kui täielikult muudetakse atraktsioone, millel turism antud piirkonnas põhineb. Antud faasis on oluline avaliku ja erasektori ühine koostöö ja pingutused. (Butler, 2006, lk 7-8)

Turismisihtkoha paigutus elutsükli mudelil sõltub sihtkoha turismiressurssidest, turismitoodetest ja -teenustest ning potentsiaalst ning sealjuures, kuidas neid on enda kasuks suudetud ära kasutada. Turismi potentsiaal on kogumik looduslikest, kultuurilistest ja inimese loodud turismiressurssidest. Need ressursid kuuluvad ühiskonnale ning neid saab muuta ja arendada atraktsioonideks või toodeteks/teenusteks, mis on külastajatele avatud ning mis pakuvad turismielamusi. (Bassey, 2015, lk 574)

Turismisihtkoht on kogum erinevatest komponentidest, mida välja arendades ja ära kasutades on võimalik tuua piirkonda turiste ja nendega kaasnevaid kasusid. Arengu juures on oluline arvestada sihtkoha minevikuga, hetkeolukorraga ning tulevikuga. Piirkonnas olemasolevaid turismiressursse ja hetkeolukorda efektiivselt kasutades on võimalik turismisihtkoha elutsükli mudelil edasi liikuda ning turismisihtkohta arendada.

1.2. Turismi arendamise potentsiaal maapiirkonnas

Turism areneneb üha enam uutesse, seni tahaplaanile jäänud sihtkohtadesse. Üheks selliseks sihtkohaks on maapiirkonnad, millel on palju kasutamata potentsiaali turismi arendamiseks. Turismi arendamine maapiirkondades võib tuua lahendusi mitmetele maapiirkondade probleemidele. Maapiirkonnas sihtkoha arendamisel on mitmesuguseid võimalusi, aga sealjuures ka tegureid, millega tuleks arvestada.

Maapiirkondadel on suur tähtsus igas elu valdkonnas. Põllumajanduslikud ja metsandusega seotud tegevused teevad maapiirkondadest ühe tähtsama toidupakkuja.

Maapiirkond on oluline panustaja kiudainete ja ehitusmaterjalide tootmisesse. Veel enam, maapiirkonnad on üha tähtsamad keskused energia tootmisel. Maapiirkonnad on tähtsad majanduslikust aspektist, kuna maapiirkondades arenevad uued majandussektorid, näiteks maaturism ja teised tegevused, mis on seotud looduslike ja kultuuriliste aspektidega. (Perpar & Udovc, 2012, lk 283)

Turism maapiirkonnas (aga ka turism üldiselt) on püüdnud kasvavat tähelepanu akadeemikutelt, turismiprofessionaalidelt, investoritelt ja poliitikutelt. Turism maapiirkondades on saanud rohkem tähelepanu, kuna turismil on ilmselge potentsiaal olemaks arengu jaoks tööriist pidevalt majanduslikult nõrgenevas maapiirkonnas. (Buhalis, 2000, lk 102; Eusébio, Kastenholz, & Breda, 2014, lk 15)

Turismist, sealhulgas turismist maapiirkonnas, on saanud üks tähtsamaid majandustegevusi maailmas, kuna inimesed väljendavad üha enam oma kavatsusi veeta aega looduses, maapiirkonnas, avastada traditsiooniliste külade elu, arendada enda kultuurilisi teadmisi jne. Need kavatsused on heaks alustalaks, et taaselustada maapiirkonna majandust. Seda seetõttu, et soov kogeda elu maapiirkonnas tähendab ehedaid elamusi. Näiteks pole turistidel majutusteenustele väga kõrgeid ootuseid, pigem soovitakse kogeda ehedat elamust, kuhu alla kuulub ööbimine vähemate mugavustega majutusasutustes. (Buhalis, 2000, lk 102; Pribeanu, 2012, lk 339; Štros, Coner, & Bukovinski, 2015, lk 87)

Maapiirkonna arendamisel turismisihtkohaks saab lähtuda looduslikust keskkonnast, traditsioonilisest arhitektuurist, käsitööst ja teenuste olemasolust, samuti rikkast kultuurilisest ja ajaloolisest taustast. Kasutades ära maapiirkonnale iseloomulikke tegureid, on võimalik turismi arendamisega panna aluse arenguteks teistes valdkondades. Näiteks looduslik ja kultuuripärand võib moodustada maapiirkonnas aluse sotsiaalsele ja majanduslikule taasloomisele. Mäed, maastikud, rahvuspargid, metsad jõed ja järved pakuvad sobivaid piirkondi aktiivse rekreatsiooni jaoks looduses. Kultuurilised, spordi ja traditsioonilised sündmused saavad panna aluse turismi arenguks maapiirkonnas ja parandada majanduslikku olukorda külades. (Cizler, 2013, lk 86-87)

Arendades maapiirkondades turismi, panustab riik mitte ainult sihtkoha arengusse, vaid naaberalade arengusse, võimaldades seal turismi väärtustamist. Lisaks sellele

panustatakse looduse, kultuuri- ja ajaloopärandi säilitamiseks. Turismi arendamisega parendatakse elukvaliteeti, võimaldatakse tööhõive kasvu ja hoitakse ära migratsiooni maapiirkondadest. Hetkel on maapiirkondade arengu probleemiks arengu juhtimine nii, et kasvaks majanduslik aktiivsus ja noored inimesed jääksid maapiirkonda. (Cizler, 2013, lk 87; Štros, et. al., 2015, lk 88)

Lisaks eelnevale taaselustatakse maapiirkondades turismiga rahvuskultuuri pärandit. Turism maapiirkonnas toob lississetuleku kohalikule elanikkonnale, arendab elamisstandardeid ning kapitaliseerib maapiirkonna rikkalikku potentsiaali. Samuti, nagu sissejuhatuses mainitud, aitab turism maapiirkonnas vähendada turismi survet ülerahvastatud turismipiirkondades. (Pribeanu, 2012, lk 339)

Maapiirkonna arengu peamiseks eesmärgiks on säilitada populatsiooni maapiirkondades, võrdsustada elukvaliteedi taset linna- ja maapiirkondade vahel ning pakkuda vajalikke tingimusi elamiseks küldes. Turismi arendamisega soovitakse suurendada sissetulekut ja toetada kohaliku populatsiooni majandustegevusi. Turismiga pakutakse alternatiivseid töövõimalusi ja lisategevusi, mille kaudu pakutakse sissetulekuallikat ka teiste valdkondade töötajatele (Bianu, Claudia, & Chirilăf, 2013, lk 99; Cizler, 2013, lk 86-87; Pribeanu, 2012, lk 343).

Turism ongi üheks võimaluseks, kuidas arendada maapiirkonda ja lahendada selle piirkonna probleeme. Turismi arendamise efektid peegelduvad igas arengusfääris – majanduslikus, sotsiaalses, kultuurilises ja keskkondlikus dimensioonis. Turismi maapiirkondades tuleks arendada endogeenset kontseptsioonil. Antud kontseptsioon põhineb maapiirkonnas asuvate maakonnasiseste ressursside kasutamisel, väikeste ja suurte ettevõtete arendamisel ning era- ja avaliku sektori partnerlussuhete saavutamisel. (Jarábková, 2010, lk 533)

Jakub Straka ja Marcela Tuzova (2016, lk 503) poolt Tšehhis läbiviidud uuringus selgus, et maapiirkonna arendamisel on väga tähtis roll kohalikel turismiasjajalistel, kuna nad teavad piirkonda ning neil on selge visioon maapiirkonna arengu võimalustest. Seega tuleks neid kaasata arendamise protsessi. Uuringus selgus, et kui piirkonda soovitakse arendada, siis tuleks keskenduda ühele arengusuunale (näiteks majanduslik või sotsiaalne areng), kuna ühe arengusuuna faktorid mõjutavad ja täiendavad ka teisi valdkondi.

Turismi arendamist maapiirkondades võivad pärssida mitmed tegurid. Näiteks maapiirkonnas on limiteeritud majanduslikud võimalused; tagasihoidlik infrastruktuur, et tagada piisavat liiklust; puudub motivatsioon pakkumises; vähene turvalisus korralikel teenustel. Varajases staadiumis võib turismi maapiirkonnas määratleda mitme omaduse põhjal, mis edaspidi juhatavad turismi suunas, mis kajastab kindlat huvi (Ielenicz & Simoni, 2013, lk 80):

- küla ja selle ümbrus esindab mitmete erinevate tegevuste piirkonda;
- tegevused ja teenused, mida pakutakse turistile maapiirkonnas, koosnevad nii looduslikest ressurssidest aga ka inimeste poolt loodud ressurssidest ning nende mõlema ühendusest;
- inimressursid on orienteeritud eelkõige juhtimise ja teenuste tegevusaladele ning mitte tootmisele;
- materiaalne baas (majutus, toitlustus, rekreatsioon, infrastruktuur jne) on piirkonniti erinev, arvestades kohalike inimeste majanduslikku võimekust ja huve;
- turisti motivatsioon peegeldub kindlates tegevustes (puhkamine, matkamine, tervishoid, sport jne).

Maapiirkondade arendamises ei tohiks näha probleemi, vaid selles tuleks näha võimalust. Vastavuses maapiirkondade väärtusele, tuleks neid esitleda ning kasutada, et saavutada maapiirkondadele kasu. Linna- ja maapiirkonnad on vägagi seotud – külad saavad kasu linnade kultuurilistest ja sotsiaalsetest tegevustest ning linnad saavad kasu maapiirkondade rekreatsioonilistest väärtustest, mis panustavad kultuurilisele ja looduslikule erinevusele. Maapiirkonna arengu planeerimine peaks võtma fookusesse kindlad regiooni karakteristikud ja kasutama juba olemasolevat piirkonna potentsiaali. (Cizler, 2013, lk 86-87)

Maapiirkonnal on potentsiaali, et olla turismisihtkoht, kuna maapiirkonnal on palju võimalusi ja ressursse, mida pole ära kasutatud. Arendades turismi maapiirkonnas, on võimalik efektiivsemalt ära kasutada maapiirkonna ressursse, piirkonda säilitada ja taaselustada ning parendada majanduslikku seisut. Turismi arendamine maapiirkonnas toob kaasa mitmesuguseid kasusid ning lahendab maapiirkondades aktuaalseid probleeme. Seega nähakse turismis võimalust säilitada maapiirkondades elu.

2. MÄRJAMAA VALLA KUI SIHTKOHA JA SELLE TURISMIRESSURSSIDE ANALÜÜS

2.1. Uuringute korralduse ülevaade

Antud lõputöö raames viiakse läbi kaks uuringut. Esimese uuringu eesmärk on selgitada välja ja analüüsida Märjamaa valla vastavust sihtkoha kriteeriumitele ning turismi hetkeolukorda vallas. Teise uuringu eesmärk on välja selgitada kohalike turismiasjaliste arvamus turismi arendamise tähtsusest ja turismi potentsiaalset Märjamaa vallas. Mõlema uuringu põhjal selgub, kas Märjamaa vald on potentsiaalne turismisihtkoht ning kas ja kuidas oleks seda võimalik arendada.

Märjamaa vald on üks Rapla maakonna neljast vallast. Märjamaa valda läbib Tallinn-Pärnu-Ikla maantee ning vald jääb täpselt Harjumaa ja Pärnumaa vahele (lisa 1). Valla üldpindala on 1141,8 km² ning rahvaarv on 7708 (seisuga 01.05.2018). Vallas on kokku 112 küla. Suurim asula on Märjamaa alev, kus elab 2677 inimest. Raplemaal on Märjamaa vald oluline, kuna oma üldpindalalt on ta suurim antud maakonnas. Vallas on palju külasid ning umbes 35% valla rahvastikust on kogunenud valla suurimasse asulasse. (Märjamaa Vallavalitsus, 2018)

Arengukavas tuuakse välja, et investeringutega soovitakse toetada muu hulgas kultuuriasutusi ning soovitakse arendada infrastruktuuri, mille kaudu loodetakse panna alus ettevõtluse arengule. Vallas on hulgaliselt erinevaid teenindusasutusi, aga turism on ettevõtlusliik, mis on suhteliselt vähe arenenud. Nii kohalikule kui ka turistile pakub Märjamaa vald kultuuri, spordi ja vaba ajaga seotud teenuseid ja asutusi. Vallas on maneež, mitmeid spordihooneid ja -radu, kino, matkarajad, lauluväljak, raamatukogud. Valla looduskeskkond on mitmekesine, kuna seal on mitmeid jõgesid, karsti- ja

looduskaitsealad, loodus- ja maavarad, pargid, sood ja rabad ning valla territooriumist katab üle poole metsad. (Märjamaa valla arengukava 2010-2025, 2010, lk 11, 13-16)

Märjamaa valla arengukavas on toodud välja mitmeid muutusvajadusi. Nendeks on turismikontseptsiooni kaasajastamine, turismiteenuste ja -toodete väljaarendamise teostamine ning mõisahoonete kasutamine sh turismi arendamiseks. Nõrkusena tuuakse välja, et turismialase ettevalmistusega inimesi on vallas vähe. Samas peetakse valla majanduskeskkonna tugevusteks juurdepääsu, logistilist asukohta, looduskeskkonda ja ressursse, tegevusalade laia spektrit ja pärimuskultuuri taset (sh turismi). Ühe tulevikuvisionina on seatud turismiteenuste valiku laienemine ja muutumine mitmekesisemaks. Soovitakse mitmekesistada kultuuri-, spordi- ja turismirajatiste võrgustikku ning rajada juurdepääs ja korrashoid turismiobjektidele, loodus- ja pärandmaastikele. (Märjamaa valla arengukava 2010-2025, 2010, lk 11)

Eelnevalt mainitud arengusuuna elluviimiseks on vajalikud mitmed tegevused, mis on välja toodud arengukavas. Ühe tegevusena on välja toodud turismiteenuste ja -toodete väljaarendamise toetamine. Selleks rakendatakse turismikontseptsiooni koostöös objektide valdajatega, realiseeritakse turismiettevõtluse inkubaatori idee, mitmekesistatakse turismiteenuseid, kaardistatakse looduskogemused ja levitatakse infot, arendatakse välja puhkeotstarbelised väikerajatised, harrastuste viljelemine muudetakse teenusteks ning ajaloolised vaatamisväärsuste ja kultuurisündmuste jaoks kasutatavate hoonete ümbrused korrastatakse ja toetatakse hoolduseid. (Märjamaa valla arengukava 2010-2025, 2010, lk 11)

Esimene uuring viidi läbi ajavahemikul 12.02.-18.02.2018. Uuringu läbiviimiseks kasutatakse segameetodit, mis tähendab, et kasutatakse nii kvalitatiivset kui ka kvantitatiivset meetodit. Sellise meetodiga on võimalik saada rohkem täielikumaid andmeid. Selle meetodi abil on võimalik koguda andmeid erinevatest vaatenurkadest ning need täiustavad teineteist. (Wisdom & Creswell, 2013, lk 1, 3)

Segauuringu raames teostatakse dokumendi analüüs ning analüüsitakse Märjamaa valla arengukava. Tutvutakse Märjamaa valla ning Rapla maakonna kodulehega, Puhka Eestis portaaliga ja teiste seotud portaalidega ning kaardistatakse valla turismiressursid. Saadud tulemuste põhjal analüüsitakse Märjamaa valla vastavust sihtkoha kriteeriumitele 6 A

mudeli põhjal. Analüüsi teostamise jaoks kasutatakse just 6 A mudelit, kuna selle põhjal on võimalik näha, millised üldised ja peamised sihtkoha kriteeriumid on vallas täidetud.

Dokumendianalüüs on kasulik andmekogumise meetod. Analüüsiga on võimalik koguda informatsiooni ja uusi fakte uuritava kohta ning saadakse teada, miks uuritav on selline. Dokumendianalüüsiga on võimalik määratleda uuritava eesmärk ning võimalik, et saab teada asjalised, kes on seotud uuritavaga. Analüüsiga on võimalik teada saada uuritava ajalugu ja muud tagasiulatuvat informatsiooni. Analüüsiga saab näha, milliseid andmeid oleks vaja veel koguda. (Document analysis, 2011, lk 119)

Dokumendi analüüsi juures on tähtsal kohal tähenduse otsimine ja tõlgendamine. Kvalitatiivse dokumendi analüüsi teostamiseks võetakse väike kogus teksti ja uuritakse selle eesmärki ning seletatakse lahti. Dokumendi analüüsi tulemused olenevad analüüsija teadmistest ja seotusest antud teemaga. (Olsen, 2012, lk 79-81) Dokumendianalüüsi teostatakse Märjamaa valla arengukava põhjal, mis on koostatud aastateks 2010-2025 ning seda uuendatakse igal aastal.

Saamaks ülevaadet Märjamaa vallas pakutavatest turismiressurssidest ja turismitoodetest, tutvuti Märjamaa valla kodulehega, Puhka Eestis kodulehega, *Bookingu* ja *Hotelliveebi* kodulehtedega ja Loodusega Koos portaaliga, Eesti mõisaportaliga ning Raplamaa turismi kodulehega. Analüüsi käigus saadud tulemused, on toodud välja lisa 2 tabelis, kus on toodud välja nende sisu ja loetletud erinevad turismiressursid. Turismiressurssidele on määratud kategooriad, mis kirjeldavad nende olemust. Kategooria on määratud selle põhjal, kuidas need ressursid olid jaotatud kodulehel, ning selle põhjal, mis on nende ressursside olemus. Turismiressursse hinnati, kas nad on looduse, kultuuri või aktiivse puhkuse atraksioonid, majutus, toitlustus või vaatamisväärsus. Näiteks mõisad on seotud ajaloo ja kultuuriga, seega kategoriseeriti need kultuuripuhkuse alla.

Turismiressursside kohta ülevaate saamiseks teostatakse struktureeritud vaatlus. Struktureeritud vaatluse puhul on probleem defineeritud, nii et uurija teab ette, milliseid andmeid on tarvis koguda. Struktureeritud vaatluse põhjal otsitaksegi ainult vajaminevaid andmeid ning jäetakse kõrvale andmed, mida pole tarvis. Struktureeritud vaatluse põhjal on võimalik olla objektiivsem andmete suhtes, mille tagajärjel tõuseb saadud tulemuste usaldatavuse tase. (Clow & James, 2014, lk 133)

Dokumendi analüüsi ja struktureeritud vaatluse kaudu saadud tulemuste põhjal hinnatakse Märjamaa valla vastavust sihtkoha kriteeriumitele. Selleks kasutatakse sihtkoha 6 A mudelit. Mudeli iga A tähistab kriteeriumit, millele sihtkoht peab vastama. Mudeli A-d on lahti seletatud järgnevalt (Buhalis, 2000, lk 98):

- atraktsioonid (*Attractions*),
- ligipääsetavus (*Accessibility*),
- teenused (*Amenities*),
- saadaval paketid (*Available Packages*),
- tegevused (*Activities*),
- lisateenused (*Ancillary Services*).

Teise uuringu andmekogumismeetodiks on küsitlus, mis on kvantitatiivne andmekogumismeetod (Payne & Payne, 2004, lk 186). Uuring viiakse läbi kasutades ankeeti. Küsitlusega kogutakse andmeid individuaalselt ühikult (nt täiskasvanu, grupp, ühiskond) olenemata nende teadmistest, usust, arvamustest või suhtumisest teemasse. Küsitlust võib kasutada kui peamist strateegiat, et koguda andmeid. Samas võib kasutada seda üheskoos teiste meetoditega, näiteks vaatlusega, intervjuudega või dokumendi analüüsiga. (Mills, Durepos & Wiebe, 2010, lk 798)

Teine uuring viidi läbi ajavahemikul 19.03.-13.04.2018. Uuringu üldkogum oli Märjamaa valla turismiasjalised. Valim moodustatakse sihipäraselt ehk valitakse kõik Märjamaa valla turismiasjalised, kes nõustusid küsitluse ankeedile vastama. Vastajate poole pöörduiti kirjavahetuse teel. Lisaks sellele jagati küsitlust Märjamaa valla kodulehel ja *Facebook*'i lehel. Kokku vastasid küsitlusele 9 Märjamaa valla turismiasjalist. Küsitluse vastajatele oli lubatud anonüümsus.

Vastajatele pakuti võimalust osaleda uuringus vastates ankeedile või intervjuule. Kõik vastajad valisid ankeedi. Vastajatelt koguti kontaktandmed juhuks, kui soovitakse täpsustada vastuseid. Ankeet koostati samadest küsimustest, mille põhjal oleks toimunud intervjuud (vt lisa 3). Seega oli ankeet põhjalik ning nõudis seletavaid vastuseid, mida vastajatelt saadi. Ankeedis oli kokku 13 küsimust ning küsitluse alguses oli sissejuhatav tekst, kus töö autor tutvustas end ning uuringu eesmärki. Paari küsimuse alla lisati täiendavalt täpsustavaid küsimusi, et saada konkreetsemaid ja põhjalikumaid vastuseid.

Uuringuga soovitakse teada saada, milline on Märjamaa vallas turismi hetkeseis ning kas ja kuidas tuleks turismi Märjamaa vallas arendada. Lähtuvalt sellest küsitakse turismiasjaliste arvamusi turismi hetkeseisu, turismiressursside, külalastatavuse, koostöö ning turismi kasu kohta. Küsitluse küsimused on koostatud kasutades peamiselt küsisõnu „miks“, „kuidas“, „milline“.

Küsimuste koostamisel on aluseks võetud lõputöö teooria osas esitatud käsitlused. Näiteks on lähtutud Buhalise (2000) 6A mudelist ja Keshavarzian & Wu (2017) uuringust, et saada teada Märjamaa valla peamised tõmbetegurid. Küsimuste koostamisel on lähtutud erinevate autorite (Gržinić & Saftić, 2012; Haugland et al., 2011; Perpar & Udovc, 2012; Pribeanu, 2012; Sanz-Ibáñez & Anton Clavé, 2014 jne) käsitlustest koostöö, maapiirkonna tähtsuse ja arendamise osas. Butleri sihtkoha elutsükli mudeli (2006) põhjal soovitakse teada saada Märjamaa valla hetkeseisu. Bianu, Claudia, Chirilăf (2013), Cizleri (2013), Jarábková (2010) ja Pribenau (2012) jt käsitlustele tuginedes soovitakse välja selgitada turismi arendamisest tulenevad kasud ka teistes valdkondades.

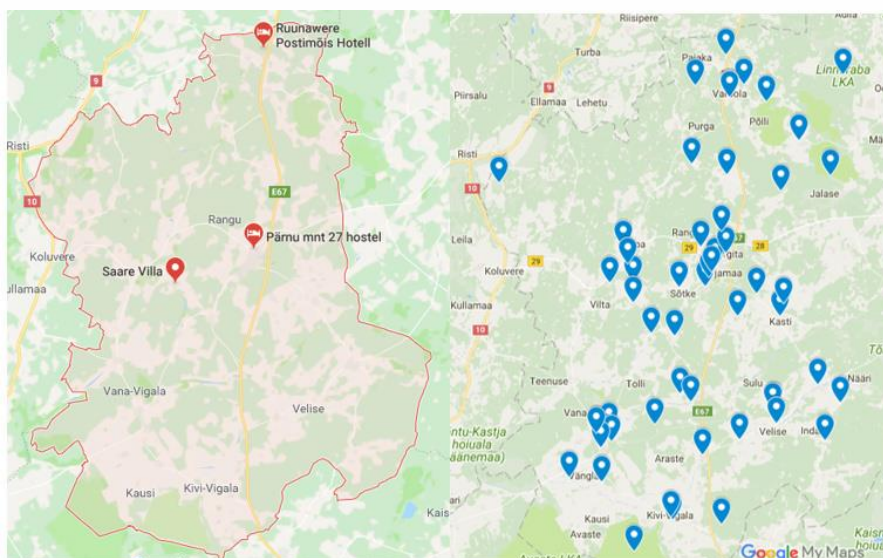
Uuringute andmete analüüsimisel kasutatakse kvalitatiivset andmeanalüüsi, mis on paindlik, järk-järgult arenev, aga süstemaatiline andmeanalüüsi meetod. Antud andmeanalüüsi meetod keskendub andmetele, mida ei saa väljendada arvuliselt. Kvalitatiivne andmeanalüüsi meetod keskendub kirjeldamisele ja tõlgendamisele ning selle tulemusel võivad areneda uued teadmised või teooriad. Kvalitatiivne andmeanalüüsi meetod võtab arvesse nõu päris maailma konteksti ehk arvestab erinevate vaatenurkadega. Kvalitatiivse meetodiga luuakse uuringu tulemustest saadud mustrite põhjal teadmine uuritavast ning neid teadmiseid saadakse mitmest allikast. (Hancock, Windridge, & Ockleford, 2009, lk 6; Suter, 2012, lk 9-10)

Antud alapeatükk andis ülevaate andmekogumis- ja andmeanalüüsi meetoditest, mida järgnevate uuringute koostamisel ja läbiviimisel kasutatakse. Mõlema uuringu analüüsimiseks kasutatakse kvalitatiivset andmeanalüüsi. Esimese uuringu raames teostatakse segauuring, mille jaoks kogutakse andmeid dokumendi analüüsiga, struktureeritud vaatlusega ja Buhalise 6 A mudeliga. Teise uuringu läbiviimiseks kasutatakse kvantitatiivset andmekogumise meetodit, milleks on küsitlus.

2.2. Märjamaa valla turismi hetkeolukorra analüüs

Järgnevalt analüüsitakse turismi tähtsust Märjamaa vallas arengukava põhjal, kaardistatud on turismiressursid ning saadud tulemuste põhjal analüüsitakse Märjamaa valla vastavust turismisihtkoha kriteeriumitele. Analüüsi teostamise järel saadakse ülevaade Märjamaa valla turismiressurssidest ja selgub valla potentsiaal turismisihtkohana.

Struktureeritud vaatluse raames saadi kokku 58 turismiressurssi, kuhu alla kuuluvad majutus-, toitlustusettevõtted, muuseumid, mõisad, vaatamisväärsused, rabad ja matkarajad. Vallas leidub turistile erinevaid tegevusi, mis kõik on erineva aktiivsusetasemega. Vallas on mitmeid majutusteenuseid pakkuvaid ettevõtteid ning needki pole koondunud ühte kohta. Struktureeritud vaatluse põhjal saadud turismiressursid on ära märgitud joonisel 2, kus on täpsemalt välja toodud Märjamaa valla piirjoon ning kui tihedalt selle sees asuvad erinevad turismitooted.



Joonis 2. Märjamaa valla piirkond ning turismitoodete paiknevus sellel (autori koostatud)

Lisaks turismiressurssidele on vallas mitmeid teisi teenuseid (kauplused, juuksurisalongid jne), mida on eelnevalt mainitud arengukava analüüsi juures, aga mida pole ära märgitud joonisel 2, kuna need pole otsesed tegurid, mis meelitaks turiste sihtkohta. Neid teenuseid oleks võimalik ka turistile pakkuda, aga selleks oleks tarvis levitada informatsiooni nende olemasolust turistile. Neid teenuseid saaks turismis ära

kasutada nii, kui soovitakse meelitada või arendada kindlat turismiliiki, mille puhul annaksid need teenused (näiteks juuksuriteenused) lisaväärtust.

Arengukavas oleva informatsiooni põhjal saab väita, et Märjamaa vald on maapiirkond, kuna valla suurim keskus on alev ning puuduvad linnad. Lisaks on vallas suur hulk külasid ja kuna 1/3 rahvastikust on kogunenud valla keskusesse, siis ülejäänud valla territoorium, mis on suhteliselt suur, on üsna hõredalt asustatud – 1 km² kohta 7 inimest. Samas on Märjamaa vald tähtis Raplamaal oma suuruse ning asukoha poolest, mis annab eelise paremaks ressursikasutuseks ning külastajate meelitamiseks.

Investeeringute toel arendatakse kultuuriasutusi, mis omakorda võivad pakkuda huvi lisaks kohalikule ka turistidele. Investeerides kultuuriasutustesse, on võimalik turiste rohkem piirkonda meelitada, pakkudes uuenduslikke ja paremini arendatud teenuseid ning tooteid. Samas aga puudub kindel informatsioon, kuidas investeerimise plaane ellu viiakse ning kui suur osa kogu investeeringutest kultuuriasutuste toetuseks antakse.

Infrastruktuuri arendamisega on piirkond turistidele ligipääsetavam ning sihtkoht pakub neile rohkem võimalusi erinevate teenuste ja asutuste kaudu. Samuti toodi arengukavas välja, et läbi infrastruktuuri arendamise loodetakse ettevõtluse arengule, seega võib siia alla arvestada ka turismiettevõtlust. Infrastruktuuri arendamine aitab nii kohalikku majandust kui ka turistide meelitamisele kaasa.

Valla põhjapiirist lõunapiirini umbes 46 kilomeetrit ning seda vahemaad saab läbida maantee kaudu. Turistide jaoks on kasulik, et vallas ühes kohas peatudes on kõik turismitooted enam-vähem teineteise läheduses ning need on mitmekesised, mitte vallas on ainult sarnase sisuga teenuseid. Eelnev tähendab, et pakutakse kultuurihuvilisele vaatamisväärsuseid (mõisad, kirikud), aktiivse puhkuse otsijale tegevusi (sportimine, seiklusmängud) ning loodushuvilisele võimalust värskes õhus liikuda (matkarajad, rabad).

Märjamaa vald pakub turistidele mitmeid sündmuseid, mis on suunatud nii kohalikule kui ka turistile. Näiteks toimub vallas jaanilaat, valla laulu- ja tantsupäev, Märjamaa päevad, Märjamaa Folk, Naistevalla lõõtsapäev, Varbola Puu, Velise laad, Moka laad, Märjamaa

alevijooks, Suur Suve Avapidu jne. Üritused on samuti üheks võimaluseks, millega on võimalik turiste piirkonda meelitada.

Märjamaa valla jaoks on olulisel kohal turismi arendamine. Arengukavast on toodud välja, et turismi soovitakse arendada ning mitte selle kaudu, et luuakse uusi turismitooteid. Välja on toodud, et turismi soovitakse arendada mitmest aspektist ehk soovitakse arenda turismiteenuseid, aga sealjuures üldist teadmist turismist. Seadnud turismikontseptsiooni ning eesmärgi ja olemasolevad teenused ja tooted on arendatud teatud tasemeni, siis alles hakatakse mitmekesistama ja laiendama turismiteenuste valikuid.

Saamaks ülevaadet, kas Märjamaa vald on turismisihtkoht ning arengukavas väljatoodud punktid on asjakohased, tuleks analüüsida piirkonda kui turismisihtkohta. Turismisihtkoht koosneb kindlatest osadest, tänu millele turist sihtkohta tuleb. Saamaks aimu, mis on Märjamaa vallal kui turismisihtkohal pakkuda, tuleks analüüsida piirkonna turismiressursse. Turismiressursside analüüsimisel võetakse aluseks sihtkoha 6 A kriteeriumite mudel, mida on kirjeldatud antud töö peatükis 1.1. ja 2.1.

Analüüsides piirkonda kui turismisihtkohta, siis selgub, et Märjamaa vald pakub turistile atraktsioone, mis on iseloomu poolest erinevad. Atraktsioonidega pakutakse nii loodusehuvilisele, kultuurihuvilisele kui ka aktiivse puhkuse huvilisele tegevust. Sealjuures pakutakse eelkõige aktiivse puhkuse huvilisele atraktsioone, millest suurema osa moodustavad loodusatraktsioonid. Atraktsioonid on eristuvad (nt Preeriakoda, Papagoi keskus), aga suure osa moodustavad kultuurilised vaatamisväärsused, kus turistile lisategevusi ei pakuta.

Märjamaa vald on ligipääsetav, kuna valda läbib via Baltica maantee ning enamus turismitooteid asub selle läheduses. Märjamaa vallas asuvatesse sihtpunktidesse on võimalik reisida mööda maanteed ning valda saab külastada kui kasutada riigisisest bussiliiklust. Kui uurida Peatuse kodulehte (www.peatus.ee), siis selgub, et nii Tallinnast kui ka Pärnust saab Märjamaale päeva jooksul 7-8 bussiga. Tallinnast liigub suurem osa busse pigem õhtu poole peale kella nelja, Pärnus on tihedamalt just busse liikumas pärastlõuna ning õhtu vahel. Märjamaa valla keskus Märjamaa alev jääb täpselt Tallinna

ja Pärnu vahele, nii et mõlemast linnast on võrdne distantis Märjamaale. Vallas on väljaarendatud teede võrgustik.

Teenuste valik vallas on lai, kuna juba valla keskkuses on mitmeid kaupluseid ning muid teenusepakkujaid. Sealjuures on vallas turismiteenuste pakkujaid ning eelkõige pakutakse lisateenustega majutust (nt Luhtre Turismitalu). Vaba aja sisustamiseks pakutavaid teenuseid on vähem, ent need kõik eristuvad teineteisest, näiteks Märjamaa ujula, mida on võimalik ka turistidel külastada, aga nad ei pruugi sellest teada; Juurimaa tall; Papagoi keskus. Lisas 2 on välja toodud peamised turismiteenuste pakkujad.

Saadaval pakettide kohta informatsioon puudub ning valla kodulehel ja Puhka Eestis portaalis pole neid reklaamitud. Hotelliveebis ja *Bookingus* reklaamivad end ainult mõned üksikud majutusettevõtted. Osad ettevõtted (nt Preeriakoda) pakuvad enda poolt pakette, aga ühised pakettid teiste ettevõtetega esindatud ei ole. Majutusettevõtetest (Luhtre Turismitalu, Saare Lux puhkemaja jne) on neid, kes pakuvad lisaks majutusele erinevaid aktiivseid tegevusi (sh koostöös seiklus- ja matkafirmaga 360 KRAADI), mis aga tulenevalt Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivist 2015/2302 (2015) pole pakettiks liidetud.

Tegevused, mida vallas turistile pakkuda on, varieeruvad. Lisaks neile teenusepakkujatele, kes pakuvad tegevust vabaks ajaks, pakuvad tegevusi majutusettevõtted (nt Luhtre Turismitalu, Pärna Turismitalu). Tegevused on eelkõige aktiivsed (matkarajad, seiklusmängud jne), aga pakutakse ka vähem aktiivsust nõudvaid tegevusi (saunavõtmine, mõisate külastamine jne).

Lisateenuseid pakuvad Märjamaa vallas teenusepakkujad, kelle põhitegevusala on muu (nt majutus). Lisateenustena on võimalik turistil kasutada erinevaid aktiivseid teenuseid (kanuuga sõitmine, fotojaht jne), aga ka rahulikumaid teenuseid, nagu näiteks sauna kasutus. Vallas on selliseid teenusepakkujaid, kelle teenus turistidele oleks lisateenus (nt juuksur).

Analüüsi põhjal võib väita, et Märjamaa vald vastab sihtkoha kriteeriumitele, kuna pakub külastajale erinevaid teenuseid ning sealhulgas lisateenuseid, tänu millele leidub vallas külastajal tegevust. Külastaja jaoks on atraktsioone, mis rahuldavad nii kultuuri-, loodus-

ja aktiivse puhkuse huviliste vajadusi. Valla asukoht Eestis on hea ning vald on hästi ligipääsetav. Ainuke sihtkoha kriteerium, mis on antud hetkel vallas nõrgal positsioonil, on saadaval paketid, mille olemasolu kohta puudub või on vähe informatsiooni.

2.3. Uuring arenguvõimaluste väljaselgitamiseks ja tulemuste analüüs

Selleks, et saada teada, milline on Märjamaa vallas turismi hetkeolukord, paluti vastajatel seda kirjeldada. Vastustes selgus, et turismi hetkeolukord Märjamaa vallas on rahuldav või pigem halvemapoolsem. Selgus, et valda ei tunta turismisihtkohana. Toodi välja, et vallas on head majutusteenuste pakkujad, ent oleks vaja, et majutusvõimalusi oleks rohkem ning juurde on vaja uudseid majutuslahendusi (nt Airbnb). Leitakse, et teenusepakkujaid on piisavalt, aga võiks rohkem olla selliseid teenusepakkujaid, kes pakuvad eristuvaid teenuseid.

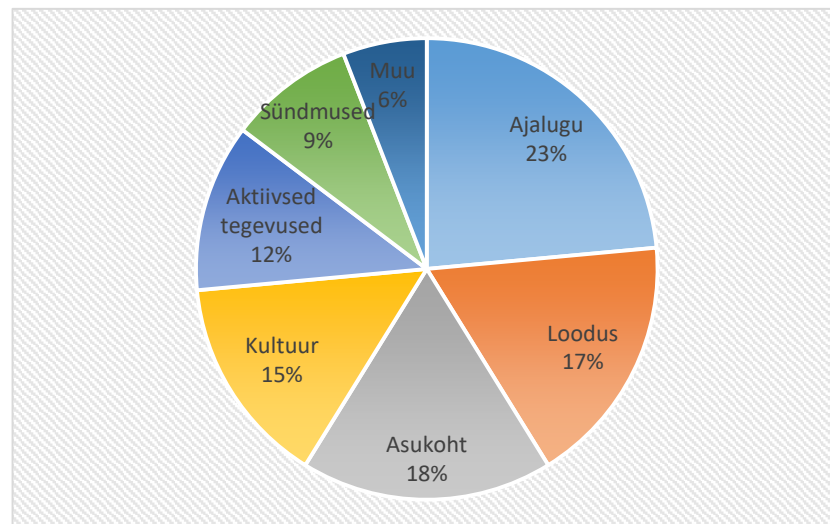
Mitmed vastajad tõid välja, et jääb puudu koostööst või siis osad ettevõtted teevad koostööd ainult omavahel. Siinkohal on välja toodud, et vallas on vähe tuntud turismiatraktsioone ning toetavad tegevused vallas turismi arendamiseks ja tuntuse tõstmiseks on nõrgad. Hetkel nähakse ühe probleemse kohana seda, et puudub informatsioon külastaja jaoks, et miks ta peaks vallas peatuma. Seda ilmestab uuringus osaleja V.2. vastus: „Puudu on ka info nõ võõrale - miks ma peaksin siin peatuma, mis on põhiline nõ kohaliku turismiklastri kese objekti või valdkonna tähenduses.“

Lisaks eelnevale on toodud välja, et Märjamaa vallal on hea asukoht. Arvatakse, et valla väljanägemine võiks olla parem, sealjuures oleks tarvis kergliiklusteid. Nii mõnigi vastaja leiab, et bussiliiklus peaks olema parem ning seda ka seetõttu, et palju kohti on alevist väljas, seega peaks autoga liiklema, et neid külastada. Seetõttu jäävad paljud seljakotireisijad vallas ühte paika ning ei pruugi seal kaua peatuda, kuna piirkonnas pole piisavalt tegevust.

Vastuste põhjal selgub, et senine turismi areng on olnud aeglane ja vähene. Leitakse, et areng on toimunud iseeneslikult ning arengule kaasaaitamiseks tuleks teha koostööd ning reklaamida sihtkohta laiemalt. Arengut ei olda täheldatud, kuna toimub stabiilne pakkumine ja viimastel aastatel pole eriti uusi teenusepakkujaid tekkinud. Need uued

teenusepakkujad, kes on turule tulnud, ei paku piisavalt eristuvat või huvitavat teenust, et külastajaid meelitada, mida on täheldanud ka vastaja V.6.: „Uusi ettevõtteid ja teenusepakkujaid on lisandunud kuid vallal endal ei ole välja pakkuda midagi nii atraktiivset, mis oleks lööv.“

Märjamaa valla peamiseks tõmbeteguriks arvatakse olevat piirkonna ajalugu. Seejärel on peamised tõmbetegurid asukoht ning loodus. Kultuuris nähakse samuti tõmbetegurit. Vähem nähakse tõmbeteguritena aktiivseid tegevusi ja sündmuseid. Vastanud said ära märkida mitu erinevat tõmbetegurit ning jooniselt 3 on näha, kuidas eelnevalt kirjeldatud tõmbetegurid jagunevad osakaalu poolest.



Joonis 3. Märjamaa valla tõmbetegurid (autori koostatud)

Märjamaa valla turismiasjaliste sõnul on külastajad Märjamaa piirkonda külastanud seetõttu, et neile meeldib seal. Vastanute sõnul on suureks mõjutajaks via Baltica, mis Märjamaa valda läbib, ning vald asub Pärnu ja Tallinna läheduses. Viimast nähakse ka negatiivse aspektina, kuna asutakse kahe suurlinna vahel, aga samas liiga lähedal, nii et lõppkokkuvõttes sõidetakse Märjamaa vallast lihtsalt läbi. Arvatakse, et Märjamaa valda satutakse kogemata või läbisõidul, kuid selle kohta puudub usaldusväärne statistika, mida oleks vallas tarvis. Peamiste tõmbeteguritena nähakse Varbola linnust, majutust ja ürituste kohti (Luhtre Turismitalu, Ruunawere) ja sündmuseid (Märjamaa folk jne).

Turismi arendamist maapiirkondades peavad vastajad väga oluliseks. Selle põhjal võib järeldada, et maapiirkondades nähakse potentsiaali turismi arendamiseks. Turismi

arendamisega on võimalik arendada piirkonda erinevatest aspektidest, kuna turism toob kasu teistesse sektoritesse. Kui lähtuda Märjamaa valla vaatenurgast, siis vastanute sõnul on turismi arendamine tähtis, kuna turism toob valda järgnevaid kasutegureid:

- arendab majandust,
- annab teadmiseid,
- lisasissetulek ja suurenenud toetus kohalikule elanikkonnale,
- suurem käive ettevõtetele,
- uued töökohad,
- elavnenud olustik,
- suurenenud teadlikkus Märjamaa vallast,
- suurem külastatavus,
- valla areng,
- elujõulise piirkonna säilimine,
- ajaloolise ja looduspärandi säilimine ja korrashoid.

Arendamise puhul peetakse tähtsaks, et kaasatud oleksid kõik huvilised, ettevõtlikud inimesed ja noored. Toimuma peaks pidev koostöö, sealjuures erinevate teenuste pakkujate vahel. Vallas peaks olema kindel üksmeel, mis on piirkonna turismi nõ kese. Paika tuleks seada valla positsioon. Arenguks tuleks luua turismikogu, mis koosneb teenusepakkujatest ja kohaliku omavalitsuse liikmetest. Arengu puhul peetakse seda tähtsaks, et parandataks infrastruktuuri, eelkõige teid, ning valla füüsiline väljanägemine muuta kaunimaks ja puhtamaks. Tuleks luua omapäraseid turismitooteid, mida mujal ei leidu.

Peamised tegurid, mis takistavad turismi arengut Märjamaa vallas, on ühtse visiooni, investeeringute ja koostöö vähesus ning puudus. Takistusena nähakse ka seda, et puudub konkreetne tegevusplaan ning kõiki osapooli ühendav isik. Välja on toodud, et turismi ei nähta kui võimalikku ettevõtlusvaldkonda. Ühe ettepanekuna tuuakse välja luua vallale eraldi *Facebook*'i leht „Vigala-Märjamaa Turism“, mis on info- ja reklaamiplatvorm. Takistuseks on see, et puudub eriline tõmbenumber. Ühe vastaja sõnul on takistuseks, et takerdutakse liigselt bürokraatiasse. Arvatakse, et kardetakse majanduslikku kahju, mis võib tulla vähesest huvist ning külastatavusest.

Koostöö Märjamaa vallas erinevate turismiasjaliste vahel on enamiku vastanute jaoks puudulik või rahuldav. Vastanutest üks on väga rahul koostööga, kuna koostööd viib läbi ja korraldab kindel isik ning tehakse tihedat koostööd lähimate naabritega. Ühe vastanu sõnul on koostöö sõbralik, aga ei looda sellega midagi tähelepanuväärset. Koostööd vallas nähakse arenemisvõimelisena.

Koostöö arendamist nähakse turismi arendamise juures väga olulisena. Koostöö arendamisel peetakse oluliseks, et vallas võetaks vastu otsused turismi arendamiseks. Tööle tuleks võtta keegi või innustama ettevõtjaid olema see isik, kes viiks läbi koostööd või luua ettevõtlikke inimeste rühmitus, kes on aktiivsed ja soovivad ära teha koostöös teistega midagi suurt. Ettepanekuna on toodud välja, et viia läbi arutelud või vestlusringid, kuhu erinevad turismiteenusepakkujad on kokku kutsutud. Nii on võimalik tutvuda teiste turismitoodetega ning saada aimu, mida vallas pakutakse. Sedasi saaks luua ühiseid teenuseid ja lahendusi ning pakkudes nii külastajale enamat. Kokkusaamiste idee on välja pakkunud ka vastaja V.4.: „Üks võimalus oleks vallal kutsuda kõik teenusepakkujad kokku, korraldada näiteks mingi regulaarne kokkutulek, kus arutatakse koos turismi arendamist Märjamaal.“

Kui arendada Märjamaa vallas turismi, siis turismiasjaliste sõnul tooks see kasusid teistesse valdkondadesse. Turism arendaks majandust ja pakuks uusi töökohti. Turismi arenguga kaasneksid uued teadmised ning säiliks nii aineeline kui ka vaimne kultuuripärand. Arvatakse, et hästitoimiv turismisektor võib tekitada nõudlust sellistes valdkondades nagu põllumajandus ja metsandussektor. Vastaja V.4. sõnul nähakse turismis võimalust, mis suudaks ära hoida maapiirkondadest rahvastiku vähenemise: „Võimalik, et rohkem inimesi hakkab tulevikus Märjamaale kolima, kuna siis oleks siin rohkem tegevust. See omakorda tooks valla eelarvesse rohkem raha.“

Märjamaa valla turismiasjaliste arvates oleks valda juurde vaja matkaradasid. Sealjuures laudteid rabades, seiklusparki, toitlustus- ja majutusasutusi ehk eelkõige aktiivseid tegevusi looduses. Käidi välja idee arendada Sillaotsa Talumuuseumi baasil välja kaasaegne haridus-turismi-külastuskeskus. Arvatakse, et tuleks korraldada mõnda Eesti tasemel suvist põhiüritust, et via Baltical liikujatel oleks põhjus peatuda Märjamaa vallas. Soovitakse, et arendataks jahindust ja kalandust.

Piirkonna külastatavuse suurendamiseks käisid vastajad välja mitmeid ideid. Üheks võimaluseks oleks idee luua *Facebook*'i leht, mida juba varasemalt mainiti. Tuleks luua maanteetrassidel Märjamaa ja Vigala peatuskoht. Tähtis on ühine koostöö, sealjuures objektide arendamise soodustamine seeläbi. Arendada tuleks infrastruktuuri ning valla välimust. Tähtsal kohal on läbimõeldud ja ühine turundustegevus. Külastajad meelitaks sellega, kui vallas oleks kindel tõmbetegur, mida arvab ka vastaja V.8.: „Kuna Märjamaa asub suure sõidutrassi ääres, siis on vaja vaid tõmbenumbrit, mille pärast peaks auto tegema sissepöörde Märjamaale või selle lähedusse. See võib olla teemakohane ööbimine (talurahva majakesed).“

Uuringu käigus saadud andmete põhjal selgus vastustes mitu ühist teemat, millega tuleks vallas tegeleda. Üks sellistest on koostöö, mida on hetkel vähe ning eelkõige üksikute ettevõtete seas. Selgus, et turismiasjalistele tundub, et vallas puudub tõmbetegur, mis oleks eristuv ja meelitaks inimesi. Valda oleks tarvis ka rohkem aktiivseid tegevusi, kuna hetkel nähakse piirkonda pigem loodus- ja kultuuriturismi sihtkohana. Oluliseks peeti seda, et Märjamaa vald on hea asukohaga ning turismi arendamine on vajalik ja toob kaasa palju kasusid erinevatesse valdkondadesse.

3. JÄRELDUSED JA ETTEPANEKUD

Lõputöö raames viidi läbi kaks uuringut, mille põhjal selgusid turismi roll ja hetkeseis Märjamaa vallas. Läbiviidud uuringute raames tulid välja turismi arendamise vajalikkus ja kitsaskohad. Antud peatüki all esitatakse ettepanekud kitsaskohtade lahendamiseks ja turismi arendamiseks Märjamaa vallas. Ettepanekud põhinevad mõlemal uuringul ning teoreetilistel käsitlustel. Mõlema uuringu põhjal tulid välja sarnased kitsaskohad.

Esimese uuringu uurimisküsimus oli: „Kuidas vastab Märjamaa vald turismisihtkoha kriteeriumitele?“ Uuringu tulemusel selgus, et Märjamaa vald vastab sihtkoha kriteeriumitele, kuna vallal on turistile pakkuda erinevaid atraksioone, tegevusi, teenuseid ja lisateenuseid ning vald on ligipääsetav. Ainuke kriteerium, mis pole vallal täidetud või mille kohta pole informatsioon kättesaadav, on saadaval paketid.

Pakettide abil oleks võimalik tuua tulu lisaks ühele ettevõttele ka teistele ettevõtetele. Nii saab tutvustada turistile rohkem turismitooteid ja -teenuseid, mida vald pakub, nii et turistil kujuneb vallast konkreetne arvamus ning soov külastada kohta edaspidi. Kui erinevad ettevõtted looksid ühiseid pakette või pakkumisi, suureneks nende ettevõtete vaheline koostöö.

Üheks võimaluseks oleks pakkuda pakette, mis koosnevad majutusest ning sellele lisaks toitlustusest ja aktiivsest tegevusest. Teine võimalus on näiteks see, et majutusettevõtted võiksid teha koostööd toitlustusettevõtetega, kes pakuvad soodustuskuponge oma koostööpartnerite juurde. Nii otsustab turist, kes võib-olla esialgu ei plaaninud toidukohta külastada, seda siiski teha, kuna talle pakutakse paremat pakkumist kui toidukoha tavakliendile.

Arengukavast selgus, et vallas soovitakse turismi arendada. Otseselt pole mainitud, et soovitakse turismiettevõtlust arendada, aga on välja toodud, et ettevõtlust soovitakse

arendada. Seega, kui arendada teisi ettevõtteid, mis võivad meelitada turiste, siis areneks ka turism. Eelkõige areneks kultuuriturism, kuna investeringutega soovitakse toetada valdavalt neid asutusi. Kultuuriturismi arendamine on vallas võimalik, kuna vallas on mitmeid ajaloolisi kohti, nagu näiteks mõisad, kuhu saaks omakorda rajada külastuskeskuseid.

Vallas on tegevust nii inimesele, kes soovib tegeleda aktiivsete tegevustega, kui ka inimesele, kes soovib natukene rahulikumalt oma vaba aega sisustada. Kuigi on mainitud, et turism pole väga arenenud, siis selgub, et vallas on mitmeid teenuseid, mis ei kuulu turismivaldkonda, aga, mida saaks turistile pakkuda. Näiteks on vallas juuksurialonge, aga nende kohta puudub koondinformatsioon turistile kättesaadavas kohas (nt koduleht). Seega, erinevalt kohalikust, on turistil raske seda informatsiooni kätte saada, kuna seda informatsiooni ei pakuta otseselt neile. Mõne turisti jaoks võib see informatsioon oluline olla ning pakkudes seda neile, näevad turistid, et sihtkohas on võimalik tegeleda igapäevaste tegevustega.

Vallas puudub turismiinfokeskus ja -punkt. Märjamaa valla keskus on Märjamaa alev, kus on rahvamaja, mis toimib aktiivselt. Sinna oleks võimalik viia turismialaseid materjale, et turistid saaksid sealt neid võtta. Juurde võiks luua selliseid materjale, kus on märgitud kõik valla teenused kaardile, sealhulgas teenused, mis pole otseselt turismiga seotud. Neid materjale võiks samuti viia rahvamajja.

Struktureeritud vaatluse põhjal selgus, et Märjamaa vald on pigem aktiivse puhkuse sihtkoht. Märjamaa vallas pakutakse majutus- ja toitlustusteenuseid, seega turistil on sihtkohta võimalik pikemaks ajaks jääda. Märjamaa vallas on ka kultuuri- ja loodusturistile tegevusi ja vaatamisväärsuseid. Seega leidub Märjamaa vallas mitmekülgseid tegevusi, mille abil saab meelitada erinevate huvidega külastajaid. Seevastu arengukavas on välja toodud, et pigem soovitakse arendada kultuuriasutusi, sealjuures mõisahooned.

Põhjus, miks ühe analüüsi tulemusel selgus, et tegemist on aktiivse puhkuse sihtkohaga, aga vald ise soovib arendada kultuuri, võib olla see, et kultuuriasutusi ei seostata turismi arendamisega ning seega ei reklaamita neid turistile. Teisest küljest võib just tegemist olla asjaoluga, et aktiivseid tegevusi pakuvad eraettevõtted ning vald ei näe vajadust neid

ise toetada ning seega ei kaasata neid arengusse. Arengukavas mainiti ka seda, et vallas on hea pärimuskultuuri tase ning veebilehtede analüüsi käigus selgus, et vald pakub üritusi, mis on seotud vallale ainuomase kultuuriga. Näitamaks sihtkoha erinevaid võimalusi turistile, tuleks kõiki neid ressursse esitada turistile. Selleks võib tuua need välja kodulehel või lisada nende kohta link.

Teise uuringu uurimisküsimus oli järgnev: „Millised on Märjamaa kui sihtkoha arendamise võimalused?“ Uuringu tulemusel selgus, et arendamisel on vaja lähtuda eelkõige turismi praeguse olukorra parendamisest. Seda seetõttu, et hetkel puudub turismil vallas kindel siht ning informatsioon erinevate turismiasjaliste vahel ei liigu, kuna puudub koostöö ja ühised ettevõtmised. Järgnevalt esitataksegi ettepanekuid lähtuvalt sellest.

Esimese uuringu põhjal selgus, et Märjamaa vald on pigem aktiivse puhkuse sihtkoht. Kohalikele turismiasjalistele tundub, et aktiivseid tegevusi on vähem ning Märjamaa vald on pigem ajaloo-, kultuuri- ja loodushuvilisele mõeldud sihtkoht. Erinevus võib tulla sellest, et Märjamaa vallas pakutakse aktiivseid tegevusi, mis on teineteisest mitteeristuvad ning puhtalt nende pärast turist sihtkohta ei tule. Seega tuleks luua valda rohkem aktiivseid teenuseid, mis eristuvad, on põnevad ning mis meelitaks piirkonda rohkem turiste. Näiteks luua põgenemistubadelaadne teenus, mis hõlmab talurahva igapäevaseid toimetusi, aga need tuleb ära teha talurahva kostüümides ja aja peale ning enne edasi ei saa, kui eelmine ülesanne on tehtud.

Buhalis (2000) on toonud välja selle, et turistid reisivad maapiirkonda, kuna nad soovivad kogeda ehedaid maapiirkonna protsesse. Soovides pakkuda turistile eristuvat ja ehedat kogemust, võiks osutada teenust „Ehtne talupäev“, kus klient ööbib talus ning sealjuures saabki omal käel proovida erinevaid tegevusi, mida talus tänapäeval või siis just minevikus tehti. Küsitluse käigus selgus, et Märjamaa vald on põllu- ja metsamajanduse piirkond ning seda annaks turismi arendamisel kasutada. Näiteks korraldatakse turistidele põllu- ja metsamajanduskoolitusi, mille raames saavad nad ise kätt proovida erinevaid ülesandeid lahendades.

Teiseks võimaluseks on pakkuda tavalisi ja levinumaid aktiivse puhkuse tegevusi, aga palju erinevaid. Sel juhul tulebki valda turist, kes otsib aktiivset tegevust ning saab teha

mitut erinevat tegevust lisaks olemasolevatele teenustele. Näiteks luua seikluspark, pakkuda rattamatku, ellujäämiskursuseid. Seeläbi on võimalik meelitada ka gruppe (kooli-, töö-, pensionäride grupid), kes soovivad kogeda mõneks tunniks midagi aktiivset mõnes Eesti maapiirkonnas.

Küsitluse raames selgus, et Märjamaa vallas on väga oluline turismi arendamine. Hetkeseis on pigem halvemapoolsem ja areng on olnud aeglane. Butleri (1980) sihtkoha elutsükli mudelil paikneks sihtkoht avastamise ja kaasamise faaside vahel. Autor arvab seda seetõttu, et sihtkoha füüsiline ja sotsiaalne keskkond pole mõjutatud turismist ning saadud uuringute tulemusel selgus, et kuna turism on suhteliselt vähe arenenud, siis pole sellel suurt mõju kohalike elanike majanduslikule ja sotsiaalsele elule. Samas on osa kohalikest elanikest juba kaasatud turismitegevustesse ning pakuvad turistidele erinevaid teenuseid ja väärtuseid. Seega edasiarendamiseks tuleks kaasata üha rohkem kohalikke turismi ning teha omavahelist koostööd, sealjuures kohaliku omavalitsusega.

Straka ja Tuzova (2016) töid välja, et turismi arendamisel tuleb keskenduda ühele arengusuunale, kuna nii toob turism kasu ka teistesse valdkondadesse. Täpse arengusuuna teadasaamiseks oleks tarvis teha külastajate uuring, mille kaudu saadakse teada, miks sihtkohta tullakse ning mida soovitakse seal teha. Üheks võimaluseks, kuidas seda informatsiooni koguda, on saada kõik turismiasjalised aktiivselt oma klientidelt tagasisidet küsima.

Ielenicz ja Simoni (2013) leidsid oma uuringus, et maapiirkonnas saab turismi varajases staadiumis määratleda mitme omaduse põhjal, mis edaspidi viivad turismi kindlas suunas. Kõiki viite väljatoodud suunda saaks rakendada Märjamaa vallas. Näiteks edaspidi arendatakse tegevusi ja teenuseid looduses üheskoos inimeste poolt loodud ressursidega, mis võivad esineda näiteks matkaradade kujul. Külades saaks pakkuda terviklikku maaelu kogemust, näiteks majutust talus, talutööd, mahekaupade ostmise. Lähtuda võib ka kindlast sihtgrupist, luues juurde neile sobivaid teenuseid. Näiteks soovitakse sihtkohta turiste, kes on huvitatud puhkamisest, siis pakutakse neile majutust koos lisateenustega.

Uuringute raames selgusid peamised tõmbetegurid, millest tuleks lähtuda arengusuuna valimisel. Arendades kultuuriturismi, arendatakse ja uuendatakse kultuuriasutusi, millest saavad kasu lisaks turistidele kohalikud. Samas toetatakse nii ka kultuuriasutusi, kuna

neisse investeeritakse rohkem raha ning selle tulemusel võib tekkida rohkem omanäolisi kultuuriasutusi, pakkudes uusi töökohti ning külastajatele tegevusi, mis erinevad teiste sarnaste asutuste pakutavast.

Bunghez (2016, lk 3) uuringu põhjal selgus, et turism ei too kasu mitte ainult turismisektorisse, vaid ka teistesse sektoritesse. Lisaks pakub turismi arendamine uusi töökohti ning võimalust müüa kohalikku toodangut. Antud uuringus selgus, et turismi arendamisega areneks valla majandust, tekiks lississetulek ja uued töökohad, Märjamaa vald oleks rohkem tuntud, piirkond säiliks ning elavneks. Kasutades ära turismihooaega, on võimalik luua uusi töökohti, aga kuna need oleks hooajalised, siis saaks neid pakkuda õpilastele. Neis võib omakorda tekkida huvi turismi vastu ning nad otsustavad turismiga tulevikus edasi tegeleda.

Jarábková (2010) leiab, et turismi arendamisega maapiirkonnas lahendatakse sealseid probleeme ning selle aluseks on, et luuakse partnerlussuhted avaliku ja erasektori vahel. Märjamaa vald ise soovib turismi arengut alustada sellest, et turismikontseptsiooni kaasajastatakse ning selleks tuleks teha koostööd turismiettevõtjatega. Üheskoos saaks selgeks, milline on turism vallas ning kuidas seda tuleks arendada. Selle tagajärjel on turismi olulisus valla turismiasjalistele, aga ka kohalikele, teada ning edasi saab arendada juba konkreetseid turismitooteid ja -teenuseid.

Märjamaa valla turismiasjaliste hinnangul on valda vaja rohkem majutusvõimalusi, sealhulgas selliseid, kes majutavad just üksikkliente, mitte ainult grupe. Pakuti välja, et tuleks kasutusele võtta just uuenduslikud ja tänapäevasemad lahendused, kus pakutakse inimestele kodumajutust. Siinkohal oleks tähtis, et inimesi teadvustataks sellistest võimalustest ja sealjuures julgustataks turistidele majutust pakkuma. Näiteks pakutaksegi turistile ehedat maatalus majamise kogemust, mida eelnevalt kirjeldati. Märjamaa vallas hinnatakse sealset loodust, nii et majutust võidakse pakkuda looduses, näiteks pakutakse majutust ripptelkides.

Vallas on mitmeid toitlustusasutusi, aga arvatakse, et toitlustuskohti oleks juurde vaja. Üks küsitlusele vastaja tõi ettepanekuna välja, et uut toitlustusteenust luues tuleks tähelepanu pöörata sellele, et kas siis ettevõtte oleks tuntud või kokal oleks kujunenud kindel maine. Hetkel on Märjamaa valla söögikohad ühekülgsed ehk vallas on kohvikud

ja pubid, aga puudub näiteks mõni hinnatum ja kõrgema hinnaklassiga söögikoht. Teine võimalus oleks luua selliseid söögikohti, mis pakuvad teistsuguseid toite ja maitseelamusi, kui võrrelda pubidega, näiteks Eesti või mõne teise rahvusköögi toite. Keshavarziani ja Wu (2017) uuringust selgus, et turistid soovivadki mitmekesiseid söömisvõimalusi.

Vallas toimuvad erinevad sündmused ja üritused (nt Märjamaa Folk, Varbola Puu) ning nende korraldamisse saaks kaasata vabatahtlikke, kes saavad nii kogemust kui ka tekib huvi edaspidi turismiga tegelemiseks. Nii tekitataks inimestes huvi selle valdkonna vastu ning võib leida uusi ettevõtlikke inimesi, kes soovivad aidata kaasa turismi arengule. Tekitades neis huvi, võivad nad minna turismivaldkonna erialadele õppima ning panustada tulevikus turismi arengusse vallas ning nii saadaksegi juurde soovitud turismialase eriharidusega inimesi. Kohalikke turismiasjalisi tuleks julgustada vabatahtlikke endale abiks võtma, kuna nii saavad vabatahtlikud tutvuda turismiettevõtjaga ning nad näevad, et turismiga on võimalik vallas tegeleda.

Vallas tuleks tõsta inimeste teadlikkust turismi osas – nii turismiasjaliste kui ka kohalike elanike seas. Üheks võimaluseks oleks teha turismiteemalisi loengupäevi ning tutvustada turismi võimalusi nii noortele kui ka vanematele inimestele. Kohalikele elanikele ja noortele saaks korraldada huvitavaid loenguid ja praktilisi tegevusi valla raamatukogus või noortekeskuses. Seeläbi saab ellu viia ka arengukavas väljatoodud eesmärgi, milleks oli turismikontseptsiooni kaasajastamine. Nii tehakse vallas eelnevalt kindlaks, mida tähendab turism tänapäeval maapiirkonnas ning seejärel levitatakse seda informatsiooni teistele kohalikele, kellel võib tekkida huvi, kasvõi näiteks kodumajutust pakkuda.

Uuringus selgus, et turismi arengu juures nähakse suure takistusena koostöö vähesust ja seda, et puudub ühtne eesmärk või visioon. Sanz-Ibáñez ja Anton Clavé (2014) on toonud välja, et arengu puhul on oluline, et turismiasjalised tegutseksid ühise eesmärgi nimel. Ühtse eesmärgi või visiooni seadmiseks olekski vaja, et turismiasjalised suhtleksid omavahel ning üheskoos nähakse, milline on valla potentsiaal turismi arendamise juures. Näiteks seatakse eesmärgiks olemasolevate turismiteenuste parem turundamine, selle asemel, et luua uusi, nii et need samamoodi turunduseta jääksid.

Koostööd tehes oleks võimalik turundada kahte või enamast teenust ühe reklaami kaudu. Kui selgub, et mõnel ettevõttel on raskuseid sotsiaalmeedias turundamisega, aga teine ettevõtte oskab seda väga hästi, saab oskaja oma abi pakkuda. Ühise eesmärgi nimel tegutsedes kujuneb turismile kindel suund vallas ning nii võib turismi areng olla kiirem. Tehes koostööd tuleks luua ametlik tegevuskava, kus on seatud eesmärgid, nende tähtajad ja täitjad. Nii saavad kõik pidevalt jälgida, kus maal arenguga ollakse ning mida oleks vaja veel teha.

Koostöö vähesus võib olla tingitud ka sellest, et puudub eestvedaja. Eestvedaja leidmiseks peaks korraldama ühiseid vestlusringe või koosviibimisi, mille raames võib selguda, et keegi on huvitatud eestvedamisest. Eestvedaja võiks olla selline, kes korraldab ühiseid istumisi ja levitab informatsiooni, aga tegevusi turismi arendamiseks võtavad ette turismiasjalised ise. Selleks inimeseks sobiks keegi, kes juba tegeleb sellise ettevõtmisega, kuna tal on juba kogemust ning pole vaja palgata uut inimest.

Joppe, Brooker ja Thomas (2014) on toonud välja, et vestlusringidega saadakse teineteise tegevustega end kurssi viia ja ühiseid eesmäärke seada. Nii saab selgeks, millisena hindavad turismi erinevad turismiasjalised ning mida näevad nemad probleemsete kohtadena. Vestlusringide tulemusena võib selguda, et kui esialgu arvati, et vallas oleks suuremat toetust vaja, siis tegelikult on kellegagi koostööd tehes võimalik saavutada sama tulemus.

Koostöö arendamise üheks võimaluseks oleks luua ühendus või kogu, kuhu kuuluvad kõik valla turismiasjalised. Ühendusel peaks olema üks (või rohkem) eestvedaja, kes on piisavalt aktiivne ning kellel on soov ja huvi turismi arendada. Eestvedaja ülesanne oleks koondada kokku informatsioon vallas turismi arengu kohta, koguda turismi statistikat ning välja selgitada, miks valda külastatakse. Sellest tulenevalt on võimalik näha, mida oleks tarvis muuta ja arendada.

Tuleb arvestada, et informatsiooni ja statistika kogumine on ajamahukas ülesanne, seega seda on raske teha igapäevaste tegevuste kõrvalt. Seetõttu on tarvis panna ühiselt pingutama kõik turismiasjalised, et nad koguksid oma klientidelt informatsiooni ning jagaks oma saadud tulemusi teistega. Üks võimalus on veel selline, et palgatakse valla poolt professionaal, kes oskab täpselt ning tähtajaliselt soovitud informatsiooni kätte

saada. Tema poolt saadud tulemuste põhjal saaksid turismiasjalised üheskoos turismi õiges suunas arendada.

Ühenduse loomisega suureneks koostöö erinevate turismiasjaliste vahel ning toimuks pidev informatsiooni vool. Samas on vallas juba olemas Märjamaa Ettevõtjate Piirkondlik Ühendus, kuhu aga kuuluvad vähesed turismiettevõtjad. Turismiettevõtjatele võib liitumine selle ühendusega osutada kasulikuks, kuna nii on võimalik leida koostööpartnereid teistest sektoritest ning üheskoos jõuda uute ideedeni. Liitudes ühendusega, on võimalik esindada turismi ja rõhuda selle tähtsusele. Luues aga eraldi turismiühendus, oleks võimalik keskenduda ainult sellele valdkonnale ning selle ühendusega saaksid liituda lisaks ettevõtjatele teised turismiasjalised.

Joppe, Brookeir ja Thomas (2014) tõid oma uuringus välja, et koostöö on oluline, kuna nii on võimalik ideid vahetada ja kasutusele võtta uusi võimalusi, kuidas informatsiooni vahetada. Arengule aitaks kaasa Märjamaa valla tuntuse tõstmine ning selleks teostatavad toetavad tegevused. Antud juhul oleks tähtis koostöö ning kindlad ja ühised eesmärgid, kuna siis ollakse ühtselt kokku leppinud, millises suunas soovitakse liikuda ning keda valda külastama meelitada.

Sellisel juhul osatakse turundustegevusi efektiivsemalt suunata ning turismiasjalised saavad võimaluse end ette valmistada kindla sihtrühma jaoks. Tähtis on, et vald toetaks turismi ning selle arendamist ja turundamist, aga tuleks kaasata ka kõiki turismiasjalisi, et nad ise aktiivselt enda ettevõtet reklaamiks, informatsiooni pidevalt uuendaksid ning võtaksid kasutusele uuenduslikke lahendusi, mis näitaks, et ettevõtte on aktiivne ning liigub ajaga kaasa (nt *Instagram*’i konto, jagamismängud *Facebook*’is jne).

Hetkel on osa turismiinformatsioonist koondatud Märjamaa vallavalitsuse kodulehele. Samas ei saa sealt terviklikku ülevaadet vallas olemasolevatest turismiressurssidest. Informatsioon külastajatele tuleks ära kategoriseerida ning koondada kokku ühte kohta. Üheks võimaluseks olekski luua eraldi koduleht või *Facebook*’i leht, mille kallal tegutseb keegi aktiivselt ning lisaks olemasolevate turismiteenuste tutvustamisele annab vihjeid põnevateks tegevusteks ja vaatamisväärsusteks. Kõik turismiasjalised võiksid toetada lehe aktiivset tegevust seeläbi, et luuakse ise uut informatsiooni ning saadetakse lehe korraldajale, kes seda lehel jagab.

Küsitluse käigus selgus, et valla turismiasjaliste arvates peamine tõmbetegur on ajalugu. Valda turundades tulekski lähtuda ajaloost, loodusest ja kultuurist, kasutades ära nende eripära. Selgus, et vähem nähakse tõmbetegurina aktiivseid tegevusi ja sündmuseid. Selle muutmiseks tuleks välja mõelda uusi ja eristuvaid aktiivseid tegevusi ja sündmuseid, mis pakuks huvi inimestele üle Eesti. Nii on külastajatel vallas rohkem teha ning põhjust kauemaks sinna jääda. Turismiasjaliste sõnul oleks tarvis valda seiklusparki, laudteid rabadesse ja matkaradasid.

Cizleri (2013) sõnul on võimalik kultuuri, spordi ja traditsiooniliste sündmuste kaudu võimalik panna alus turismi arenguks maapiirkonnas. Küsitlusele vastanud leidsid sarnaselt Cizlerile, et sündmuste korraldamisega on sihtkohta võimalik rohkem turiste meelitada. Küsitluse raames pakuti välja, et tuleks korraldada rohkem ja uusi üritusi, mis võiksid olla suvised ning turundatud laiemalt kui et ainult kohalikule kogukonnale.

Ürituste korraldamisel võiks lähtuda konkreetsest teemast ja kasutada ära ajalugu või siduda üritus tuntud inimestega. Pakuti välja, et korraldada üritusi erinevates Märjamaa valla mõisates ning kaasates seejuures võimalikult palju turismiasjalisi seda korraldama ja teenuseid pakkuma. Märjamaa vald on suures osas maapiirkond ning väga looduslähedane, siis võiks korraldada selle temaatikaga seotud messe, mis meelitaks kindlat sihtrühma.

Olemasolevaid ja toimuvaid sündmuseid tuleks laiemalt tutvustada, et meelitada rohkem külastajaid üritusele ning seejuures sihtkohta jääma. Sündmuste kaudu saab pakkuda külastajale uut ja huvitavat elamust ning tal võib tekkida tahtmine sihtkohaga rohkem tutvuda. Üks võimalus inimeste meelitamiseks on see, kui turismiettevõtjad looksidki eraldi paketid sündmuste raames erihinnaga, sealjuures tehes koostööd teiste turismiettevõtjatega.

Selgus, et kui turismi soovitakse arendada, siis tuleks alustada sellest, et valla üldist välimust tuleks parendada ja ilusamaks muuta. Keshavarziani ja Wu (2017) uuringust selgus ka, et turistid hindasid kõige rohkem sihtkoha juures visuaalset ilu. Antud lõputöö uuringule vastanute sõnul tuleks rajada juurde kergliiklusteid ning korrastada valla teid. Tuleks parendada bussiliiklust ning lisada rohkem peatuseid väiksemates

peatuspunktides. Nii jõuaksid valda, eelkõige alevist väljapoole asuvasse asulatesse, ka seljakotireisijad ning turistid, kes liiklevad muu sõiduvahendiga kui autoga.

Peatükis toodi välja mitu ettepanekut, kuidas aidata kaasa turismi arengule Märjamaa vallas. Ettepanekute tegemisel lähtuti uuringute tulemustest ning teoreetilistest käsitlustest. Lähtuvalt kitsaskohtadest soovitab töö autor edaspidiseks uurimiseks võtta koostöö tähtsuse maapiirkonnas, kuna maapiirkondades toimub informatsiooni levik aeglasemalt ning kuna ettevõtted asuvad teineteisest kaugel, siis ei pruugita näha koostööl eesmärki. Edaspidisel uurimisel võiks tutvuda maapiirkondade turundusvõimalustega, kuna antud uuringuga selgus, et piirkonna tutvustamisel on mitu takistust – raha, koostöö, oskused jne. Seega uurides, millised on maapiirkondade turundamisvõimalused, võivad selguda uued aspektid, mida parendades oleks turundamine lihtsam. Antud piirkonnas tuleks uurida ka külastajate arvamust Märjamaa vallast, kuna see oleks täiendus antud tööle ning üheskoos annaksid täielikumat ülevaadet turismi hetkeolukorrast.

KOKKUVÕTE

Lõputöö „Sihtkoha arendamine maapiirkonnas Märjamaa valla näitel“ koostati, kuna Märjamaa vald on hea asukohaga turismisihtkoht, mis on vähestele sellena tuntud. Lõputöö eesmärk oli välja selgitada, milline on turismi hetkeolukord vallas ning leida vastus probleemküsimusele: „Kuidas arendada turismi maapiirkonnas?“ Eesmärgiks oli tehti ettepanekuid Märjamaa vallavalitsusele ja teistele valla turismiasjalistele piirkonnas turismi arendamiseks.

Töö eesmärk sai täidetud. Nimelt, selgitati välja, milline on turismi hetkeolukord, viies läbi kaks uuringut. Uuringute raames tutvuti arengukavaga ja küsitleti valla turismiasjalisi ning nende uuringute tulemusel saadi teada turismi hetkeolukord ja arengu tähtsus. Tutvuti Märjamaa valla turismiressurssidega ja analüüsiti valda vastavalt sihtkoha kriteeriumitele. Uuringute tulemustel põhinevalt esitati Märjamaa vallale ja turismiasjalistele ettepanekuid turismi arendamiseks.

Lõputöö põhines erinevate autorite teoreetilistel käsitlustel. Teoreetilisi käsitlusi koguti teadusallikatest, millest suurema osa moodustasid artiklid, mis on koostatud viimase viie aasta jooksul. Allikaid otsiti kasutades Tartu Ülikooli andmebaase. Täpsemalt kasutati antud lõputöö teoreetilise põhjana allikaid, mis käsitlesid turismi arendamist ning turismi olulisust maapiirkondades.

Teoreetilistest käsitlustest selgus, et turism eksisteeriks, on olemas viis karakteristikut. Üheks karakteristikuks on sihtkoha olemasolu. Sihtkoha valikul on määravaks kriteeriumid, millele sihtkoht peab vastama, aga ka kriteeriumid, mida turist ise sihtkohast otsib. Sihtkoht peaks pakkuma turistile näiteks atraktsioone, teenuseid, tegevusi. Turist soovib, et sihtkoht oleks ilus ja hea kliimaga. Sihtkohas on olulisteks teguriteks ka turismiga seotud organisatsioonid, näiteks kohalik omavalitus ja teenusepakkujad. Nende vaheline koostöö on oluline turismi eksisteerimiseks ja arenguks sihtkohas.

Arendades turismi sihtkohas, toob areng endaga kaasa mitmeid kasutegureid ning mitte ainult turismivaldkonnas. Turism loob uusi töökohti, elukvaliteet ja keskkond pareneb, tekib lisasissetulek, hoiab ära migratsiooni maapiirkondadest jne. Turismi arendamisel tuleb siiski arvestada koha mineviku, oleviku ja tulevikuga, et arendustegevused on nendega kooskõlas ning ei hakka pigem kahju kui kasu tekitama. Hetkeolukorra teadasaamiseks tuleks sihtkoht paigutada sihtkoha elutsükli mudelile, millest lähtuvalt on võimalik näha, kas tasub sihtkohta edasi arendada või hakatakse jõudma stagnatsiooni faasi.

Maapiirkonnas on turismil tähtis roll, kuna sellega on võimalik lahendada mitmeid maapiirkondades aktuaalseid probleeme. Maapiirkondades on hakanud turism arenema, kuna inimesed soovivad üha enam veeta aega looduses ning maapiirkondades. Sealjuures soovitakse kogeda ehedat elamust, mida ainult maapiirkond pakkuda saab. Arendades turismi maapiirkonnas, saab lähtuda loodusest, arhitektuurist, käsitööst, kultuurist jne. Lähtudes arengus erinevatest aspektidest, on võimalik kasu tuua ka teistesse valdkondadesse.

Lõputöö raames viidi läbi kaks uuringut. Esimese uuringu uurimisküsimus oli: „Kuidas vastab Märjamaa vald turismisihtkoha kriteeriumitele?“ Selleks selgitati välja, milline on turismi tähtsus vallas analüüsid arengukava. Selgus, et turism pole väga arenenud ettevõtliik, aga seda soovitakse arendada eelkõige lähtuvalt turismikontseptsiooni kaasajastamisest. Võib järeldada, et soovitakse arendada eelkõige olemasolevate turismiteenuste pakkumist kui et rajatakse uusi turismirajatisi.

Seejärel selgitati välja, millised on valla turismiressursid. Selle raames saadi kokku 58 turismiressurssi, mille alla kuulusid majutus-, toitlustusettevõtted, muuseumid, mõisad, loodusobjektid jne. Enamus nendest on seotud aktiivse puhkusega, aga suures osas on esindatud ka loodus- ja kultuuriturism. Saadud tulemuste põhjal analüüsiti Märjamaa valda sihtkoha kriteeriumitele vastavalt ning selgus vastus uurimisküsimusele, et Märjamaa vald vastab sihtkoha kriteeriumitele, kuna piirkonnas on külastajatele erinevaid atraktsioone, teenuseid ning piirkond on ligipääsetav. Ainuke kriteerium, millele vald ei vastanud, oli saadavad paketid.

Teise uuringu uurimisküsimus oli järgnev: „Millised on Märjamaa kui sihtkoha arendamise võimalused?“ Teine uuring viidi läbi küsitlusena, mille käigus koguti andmeid üheksalt Märjamaa valla turismiasjaliselt. Uuringu käigus selgus, milline on turismi hetkeolukord ning kuidas tuleks turismi vallas arendada. Uuringuga saadi teada, millised on turismi kitsaskohad ning mis takistavad turismi arengut. Kitsaskohtade lahendamiseks tehti Märjamaa valla turismiasjalistele ja vallavalitsusele ettepanekuid.

Uuringu käigus selgus, et turismi hetkeolukord on pigem halb või rahuldav. Kõige suurem takistus turismi arendamise juures on koostöö vähesus ning ühise visiooni ja eesmärgi puudumine. Vastanud turismiasjalised oleksid huvitatud kokkusaamistest ja ühistest tegevustest. Valda nähakse eelkõige kultuuripuhkuse sihtkohana ning turismiasjaliste arvates oleks valda vaja tõmbetegurit ning rohkem aktiivseid tegevusi. Turismiasjaliste meelest tuleks turismi arendada ning, kuna turism juba eksisteerib vallas, siis ei alustataks arenguga otsast peale.

Mõlema uuringu tulemuste põhjal esitati ettepanekuid. Ühe ettepanekuna soovitati turismiettevõtjatel teha koostööd teiste ettevõtjatega seeläbi, et pakutakse koos ühiseid pakette. Ettepanekuna esitati see, et arendataks kultuuriturismi, kuna selle jaoks on vallas juba mitmeid olemasolevaid ressursse. Samuti tuleks pakkuda turistile vallas olemasolevaid teenuseid, mis pole otseselt turismiga seotud (nt juuksur, riidepoed). Selleks tuleks luua ja jagada materjale kohtades, kus turist neile ligi pääseb.

Olemasolevaid turismiressursse, aga ka teisi ressursse, mida võib kaudselt seostada turismiga, tuleks paremini esitada turistile, koondades informatsiooni kodulehele. Ühe ettepanekutena esitati ka see, et võimalus turistile maalähedasemat ning aktiivsemat tegevust pakkuda, on teenus „Ehtne talupäev“ või korraldada inimestele koolitusi, kuidas maapiirkonna talutöödega hakkama saada. Meelitamiseks ka ühepäevaseid külastajaid, kelleks on erinevad grupid, tuleks luua valda aktiivseid teenuseid, mis on tuntud, aga pakuvad huvi enda asukoha, uudsuse või erilisuse pärast. Piirkonda oleks juurde vaja majutus- ja toitlustusettevõtteid, mis oleksid eristuvad või tuntud. Näiteks pakkuda kliendile talumajutust ning Eesti köögi roogasid.

Arengusuuna teadasaamiseks ning hetkeolukorra täpsema ülevaate saamiseks tuleks küsida turistide käest tagasisidet. Arengukava eesmärkide saavutamiseks tuleks kaasata

turismitegevustesse kohalikke hooajalisi töölisi või vabatahtlikke, kes saavad nii kogemust ja neis tekib huvi turismi vastu. Kohalikke turismiettevõtjaid tuleks julgustada vabatahtlikke tööle võtma. Lisaks tuleks arendada kohalike inimeste ja turismiasjaliste teadlikkust turismist, korraldades loengupäevi või vestlusringe. Nii on võimalik panna alus hetkel puuduolevale koostööle ning on võimalik seada ühine eesmärk. Koostöö sujuvamaks toimimiseks tuleks luua keskkond, kus informatsioon pidevalt levib. Selleks võib luua näiteks turismikogu või korraldada regulaarseid koosolekuid.

Valda oleks vaja isikut/isikuid, kes koguks ja jagaks informatsiooni turismi kohta. Selleks tuleks palgata keegi, kes sellega juba tegeleb või soovib tegeleda. Informatsiooni jagamiseks ka turistidele tuleks luua ühine keskkond, kus informatsiooni levitatakse ning kõik turismiettevõtjad saaksid sinna oma pakkumisi saata. Turismiasjalisi tuleks julgustada aktiivsemalt kasutama sotsiaalmeedia kontosid, kuna nii jõutakse sihtrühmadeni, keda seni pole suudetud kätte saada. Vallas tuleks korraldada uut üritust, mis on seotud piirkonna ajalooga ning keskkonnaga.

Lõputöö raames saadud tulemusi on võimalik kasutada Märjamaa vallas turismi kiiremale arengule alguse panemiseks. Lõputöö tulemusi on võimalik kasutada turismiinfo paremal koondamisel kodulehel, kuna lõputöö raames koguti kokku kõik valla turismiressursid. Lõputöö tulemusel selgus, et arengu kiiremaks käivitamiseks polegi esilagu vaja investeringuid, vaid tähtis on, et turismiasjalised teeksid omavahel koostööd, nii et arengut saaks kiirendada sellega, kui korraldataks ühiseid koosolekuid. Samuti saavad antud lõputöö tulemusi ära kasutada teised sarnased maapiirkonnad.

Antud lõputööl on mitmeid edasiarendamise suundi. Kui lähtuda Märjamaa vallast, siis tuleks täpsemalt uurida turismiasjaliste arvamust ja mõtteid, millest oleks tarvis turismi arendamisega alustada. Saamaks põhjalikumat infot, lisaks antud lõputööle, valla hetkeolukorra, tõmbetegurite ja turismiressursside kohta, tuleks viia läbi uuring külastajate seas. Samas saaks ka uurida, kuidas piirkonda paremini turundada, kuna see annaks aimu, mida oleks tarvis muuta või arendada, et turundamisel erinevad aspektid takistuseks ei saaks.

VIIDATUD ALLIKAD

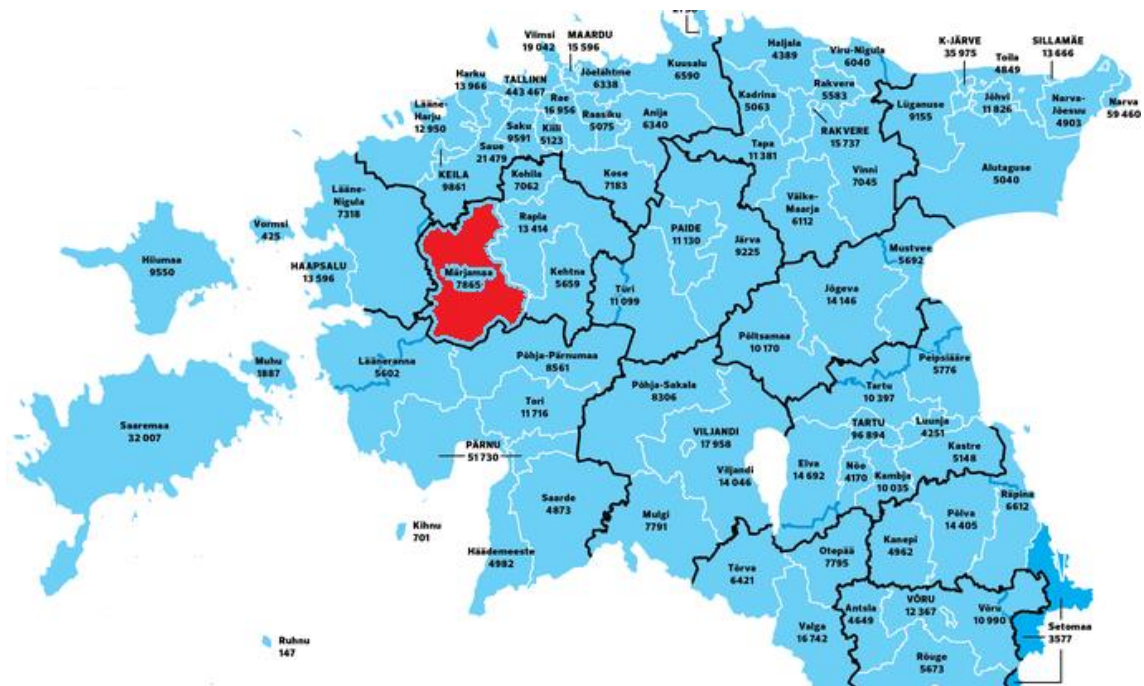
- Bakucz, M. (2011). Tourism Value Chain Management as a Tool for Effective Tourism Destination Development The Case of Pécs ECoC 2010. *Acta Universitatis Danubius. ØEconomica*, 7(3).
- Bassey, B. E. (2015). Transforming the Nigeria tourism industry through tourism entrepreneurial development. *African Journal of Business Management*, 9(15), 569-580. <https://doi.org/10.5897/AJBM2015.7844>
- Bianu, E., Claudia, S., & Chirilăf, D. (2013). Appearance motivations of rural tourism in rural area. *Lucrări Ştiinţifice Management Agricol*, 15(4), 99.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Bunghez, C. L. (2016). The Importance of Tourism to a Destination's Economy. *Journal of Eastern Europe Research in Business and Economics*, 1-9. <https://doi.org/10.5171/2016.143495>
- Burkart, A. J., & Medlik, S. (1981). *Tourism: Past, Present and Future*. London: Heinemann.
- Butler, R. (2006). *The Tourism Area Life Cycle*. Channel View Publications.
- Cizler, J. (2013). Opportunities for the sustainable development of rural areas in Serbia. *Problems of Sustainable Development*, 8(2), 85-91.
- Clow, K., & James, K. (2014). *Essentials of Marketing Research: Putting Research into Practice*. 2455 Teller Road, Thousand Oaks California 91320 United States: SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781483384726>
- Cooper, C. (2008). *Tourism: Principles and Practice*. London: Pearson Education.
- Document analysis. (2011). In S. Mathison (Ed.), *Encyclopedia of Evaluation* (119-120). Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.

- Eesti riiklik turismiarenduskava 2014-2020. (2013). Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium. Loetud aadressil <https://www.riigiteataja.ee/aktilisa/3191/1201/3015/lisa.pdf>
- Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv (EL) 2015/2302, Pub. L. No. 32015L2302, OJ L 326 (2015). Loetud aadressil <http://data.europa.eu/eli/dir/2015/2302/oj/est>
- Eusébio, C., Kastenholz, E., & Breda, Z. (2014). Tourism and sustainable development of rural destinations: a stakeholders view. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 36(2).
- Gržinić, J., & Saftić, D. (2012). Approach to the development of destination management in Croatian tourism. *Management: journal of contemporary management issues*, 17(1), 59-74.
- Hall, C. M., & Page, S. (2002). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. Psychology Press. Retrieved from https://books.google.ee/books?id=TQgbEoCjhP4C&pg=PA68&lpg=PA68&dq=burkart+%26+medlik+tourism+characteristics&source=bl&ots=93Maf_pLqG&sig=C8kTvVI_gM7j8ommEF3wc0bAnnE&hl=et&sa=X&ved=0ahUKEwjzocbliYPbAhWEbFAKHepPBQMQ6AEINzAC#v=onepage&q=burkart%20%26%20medlik%20tourism%20characteristics&f=false
- Hancock, B., Windridge, K., & Ockleford, E. (2009). An introduction to qualitative research. The NIHR RDS EM / YH.
- Haugland, S. A., Ness, H., Grønseth, B.-O., & Aarstad, J. (2011). Development of tourism destinations. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 268-290. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.08.008>
- Ielenicz, M., & Simoni, S. (2013). Tourism in rural environment. *Romanian Review of Regional Studies*, 9(2).
- Ionela, G.-P., Constantin, B. M., & Dogaru, L.-D. (2015). Advantages and Limits for Tourism Development in Rural Area (Case Study Ampoi and Mureş Valleys). *Procedia Economics and Finance*, 32, 1050-1059. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01567-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01567-1)
- Jarábková, J. (2010). The rural areas – the unutilized potential in light of tourism. *Agricultural Economics*, 56(11).

- Joppe, M., Brooker, E., & Thomas, K. (2014). Drivers of Innovation in Rural Tourism: the Role of Good Governance and Engaged Entrepreneurs, 17.
- Keshavarzian, P., & Wu, C.-L. (2017). A qualitative research on travellers' destination choice behaviour. *International Journal of Tourism Research*, 19(5), 546-556. <https://doi.org/10.1002/jtr.2128>
- Kettle, M. (2017). Mass tourism is at a tipping point – but we're all part of the problem. Retrieved from <http://www.theguardian.com/commentisfree/2017/aug/11/tourism-tipping-point-travel-less-damage-destruction>
- Maaeluministeerium. (2013). Eesti maaelu arengukava 2014–2020. Loetud aadressil <https://www.agri.ee/sites/default/files/content/arengukavad/mak-2014/mak-2014-arengukava-v3-2017-08-29.pdf>
- Mills, A., Durepos, G., & Wiebe, E. (2010). *Encyclopedia of Case Study Research*. 2455 Teller Road, Thousand Oaks California 91320 United States: SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412957397>
- Märjamaa valla arengukava 2010-2025. (2010). Märjamaa Vallavolikogu. Loetud aadressil https://marjamaa.kovtp.ee/documents/380086/542268/P3_M%C3%A4rjamaa+valla+arengukava+2010-2025+tekst+eel%C3%B5u+2015+juuni+muudatustega.doc/63b14f95-ca9a-4da3-9b0e-3f22a36e08d7
- Märjamaa Vallavalitsus. (2018). Üldinfo. Loetud aadressil <http://marjamaa.kovtp.ee/>
- Olsen, W. (2012). *Data Collection: Key Debates and Methods in Social Research*. 1 Oliver's Yard, 55 City Road, London EC1Y 1SP United Kingdom: SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781473914230>
- Pantouvakis, A., & Patsiouras, C. (2016). Tourists' Selection Criteria and Motivation. Does Nationality Matter?, (1), 11.
- Payne, G., & Payne, J. (2004). *Key Concepts in Social Research*. SAGE Publications, Ltd. <http://dx.doi.org/10.4135/9781849209397>
- Perpar, A., & Udovc, A. (2012). Development Potentials of Rural Areas–The Case of Slovenia. *Rural Development-Contemporary Issues and Practices*. InTech.

- Pribeanu, G. (2012). Economic revival of the rural area through tourism. *Agricultural Management/Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol*, 14(4).
- Salvatore, R., Chiodo, E., & Fantini, A. (2018). Tourism transition in peripheral rural areas: Theories, issues and strategies. *Annals of Tourism Research*, 68, 41-51. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.11.003>
- Sanz-Ibáñez, C., & Anton Clavé, S. (2014). The evolution of destinations: towards an evolutionary and relational economic geography approach. *Tourism Geographies*, 16(4), 563-579. <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.925965>
- Straka, J., & Tuzová, M. (2016). Factors Affecting Development of Rural Areas in the Czech Republic: A Literature Review. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 220, 496-505. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.525>
- Štros, D., Coner, M., & Bukovinski, D. (2015). MANAGEMENT IN RURAL AREAS. *Ekonomski vjesnik/Econviews-Review of Contemporary Business, Entrepreneurship and Economic Issues*, 28(1), 85-96.
- Uus Eesti kaart: 15 linna, 64 valda. (s.a.). Loetud aadressil <https://leht.postimees.ee/4170307/uus-eesti-kaart-15-linna-64-valda>
- Vanhove, N. (2011). *The Economics of Tourism Destinations*. London: Routledge.
- Wisdom, J., & Creswell, J. W. (2013). Mixed Methods: Integrating Quantitative and Qualitative Data Collection and Analysis While Studying Patient-Centered Medical Home Models. *AHRQ*, 8.
- World Tourism Organization (Toim). (2007). *A practical guide to tourism destination management*. Madrid: World Tourism Organization.

Lisa 1. Märjamaa valla asetus Eesti kaardil



Allikas: Uus Eesti kaart, 2017

Lisa 2. Märjamaa valla turismiteenused ja -teenused ning nende olemused

Kategooria	Turismiteenused	Olemus
Aktiivne puhkus, Looduspuhkus	Juurimaa Tall	<ul style="list-style-type: none"> • Ratsamatkad- ja laagrid • Ratsutamine igal tasemel huvilistele • Talvel ree- ja saanisõidud
Aktiivne puhkus	Papagoi Keskus	<p>Vabaaja- ja õppekeskus, kus külalisi ootavad eksootilised ja taltsad papagoid.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Õppeprogramm erilises džunglis piraadiga. • Laste sünnipäevad, lastepeod, sünnipäevad, firmaüritused, ruumide rent. • Linnuhotell. • Linnu dresseerimine ja papagoide taltsutamine. • Papagoi Teater.
Aktiivne puhkus, Kultuuripuhkus, Looduspuhkus	Preeriakoda	<ul style="list-style-type: none"> • Indiaaniküla • Tähtpäevad ja firmaüritused • Matkad, retked ja rännakud püstkojaga • Metsiku Lääne radadelt pärit mängud ja turniirid
Aktiivne puhkus, Kultuuripuhkus	Sillaotsa talumuuseum	<ul style="list-style-type: none"> • Tutvumine taluelus vajamnevate tarbeesemete, tööriistade ja masinatega. • Dendro- ja metsapargis saab tutvuda ligi kahesaja eri liiki ja vormi puu ning põõsaga. • Talgud ja teemapäevad. • Rahvapeod ja näitemängud. • Kirjavara paljutest põnevatest uurimustest ja ülestähendusi Velise kandi ajaloo ja talude eluolu kohta.
Aktiivne puhkus, Looduspuhkus	Velise looduse ja kultuuri õpperada	<ul style="list-style-type: none"> • Umbes 70 km pikk õpperada • Kokku 36 punkti
Aktiivne puhkus, Looduspuhkus	Pajaka maastikukaitseala	<ul style="list-style-type: none"> • Kogupindala 201,7 ha • Maastikukaitsealal kaitstakse väärtuslikke elupaigatüüpe ja kaitsealuseid liike
Aktiivne puhkus, Looduspuhkus	Voore tallid	<ul style="list-style-type: none"> • Ühe- ja kahehobuserakendiga hobuvankrimatkad • Reesõidud talvel • Pulmasõidud ühe- ja kahehobuserakendiga • Eesti tõugu hobuste aretus, kasvatus ja müük

Lisa 2 järg

Aktiivne puhkus	Märjamaa ujula	<ul style="list-style-type: none"> • Vesivõimlemine • Vesiaeroobika • Juuksur • Kosmeetik • Massöör • Jõusaal • Solaarium
Aktiivne puhkus, Majutus, Toitlustus	Luhre turismitalu	<ul style="list-style-type: none"> • Rannavolle • Lõbusaks ajaviiteks on Tarzani rada • Saun ja välibassein • Mahetoit • Tennise- ja korvpalliväljak • Majutus aidakambrites • Muud aktiivsed tegevused ja töötoad
Aktiivne puhkus, Majutus, Toitlustus	Ruunawere Postimõis Hotell	<ul style="list-style-type: none"> • Majutus • Toitlustus • Seminarid • Firmapeod • Sünnipäevad • Pulmad
Aktiivne puhkus, Majutus	Saare Lux Puhkemaja	<ul style="list-style-type: none"> • Majutus • Kilesaun • Tünnisaun • Grillmaja • Kümblustünn • Aktiivsed tegevused koostöös seiklus- ja matkafirmaga 360 KRAADI • Ratsutamine • Kalapüük
Vaatamisväärsus	Haimre mõis ja kabel	Piiskopimõis koos neogooti stiilis pargipaviljoniga, millest on säilinud suhteliselt terviklikud müürid.
Aktiivne puhkus	Linnuraba	Lumeräätsamatk
Vaatamisväärsus	Märjamaa Maarja kirik	14. sajandi kindluskirik
Aktiivne puhkus Toitlustus	Märjamaa Valla Rahvamaja	<ul style="list-style-type: none"> • Ruumide rent • Kino • Kohvik • Näitused ja sündmused

Lisa 2 järg

Aktiivne puhkus	Põrgupõhja paintball	<ul style="list-style-type: none"> • Ajalooline asukoht – Põrgupõhja lähedal oli metsavendade punker ja toimus suur lahing. • Paintballi mängus saad kindla ülesande- tabada vaenlane, piirata punkrit, vallutada vaenlase lipp jne. • Soovi korral vibu-, kanuu-või ratsapakett.
Vaatamisväärsus	Sipa ohvipärn	600-aastase vanusega on Eesti jämedaim pärn
Majutus	Torgo Talu	<ul style="list-style-type: none"> • Turismitalu • Suplusvõimalused • Saun
Vaatamisväärsus Aktiivne puhkus	Varbola linnamägi	<ul style="list-style-type: none"> • 1212. aastal esmamainitud • Ümbritsetud valliga • Piiramistorn, kiviheitemasin ja müüri lõhkuja ja puukujud • Üritused (nt Varbola Puu)
Vaatamisväärsus	Varbola vanavaraait	<ul style="list-style-type: none"> • Muuseum
Vaatamisväärsus	Velise Apostlik Õigeusu kirik	<ul style="list-style-type: none"> • Aeg-ajalt toimuvad kontserdid • Kiigesaar kiriku taga piknikute jaoks
Aktiivne puhkus, Looduspuhkus	Vana-Vigala looduse õpperada	1,5 km pikk tähistatud jalutusrada vanas mõisapargis
Vaatamisväärsus	Vigala Maarja kirik	1339. aastal esmamainitud paekiviehitis
Majutus, Aktiivne puhkus	Pärna turismitalu	<ul style="list-style-type: none"> • Kodumajutustalu • Seminaride pidamine • Ujumine, kanuutamine, kalastamine • Telkimine, lõkketule tegemine, grill • Saunamõnud • Mänguplats ja lastele mängumaja • Paviljon kümnele inimesele • Rabamatk
Majutus	Pärnu mnt 27 hostel	Majutus hostelis
Toitlustus	Kochvik Kamber	Toitlustus ja ruumide rent
Toitlustus	<ul style="list-style-type: none"> • Ruut 66 Pubi • Pubi Vana Bussikas • Harda baar • Lõunarestoran • Baar ankur 	Toitlustus

Lisa 2 järg

Vaatamisväärsus	Jääratas Vigala jõel	Jões on palju allika- ja keerisekohti. Vee pöörlevat liikumist võib märgata suvel, kui seal ujutada paberlaevu. Külmade tulekuga moodustub jõe kettakujuline pöörlev jäämass.
Majutus	Hirvepargi hostel	Majutus ja ruumide rent
Looduspuhkus	Rabad ja sood	<ol style="list-style-type: none"> 1. Õmma raba 2. Jalase raba ja loodusrada 3. Velise raba 4. Kesu raba 5. Tõnumaa raba
Vaatamisväärsus Kultuuripuhkus	Mõisad	<ul style="list-style-type: none"> • Kasti mõis • Sõtke mõis • Kuuda mõis • Kõrvetaguse mõis • Lümandu mõis • Mõisamaa mõis • Mõraste mõis • Orgita mõis • Paeküla mõis • Päädeva mõis • Vaimõisa mõis • Vardi mõis • Valgu mõis • Vana-Märjamaa mõis • Jädivere mõis • Vigala mõis • Kivi-Vigala mõis • Konuvere mõis • Nurtu mõis • Nõlva mõis • Päärdu mõis • Velise mõis

Lisa 3. Teise uuringu ankeet

Turismi arendamine Märjamaa vallas

Minu nimi on Kristin Pärna ning ma Tartu ülikooli Pärnu kolledžis turismi- ja hotelliettevõtluse eriala kolmandal kursusel. Olen sünnist saati elanud Märjamaa vallas ning seetõttu sooviksin anda oma panust Märjamaa valda ning seda turismivaldkonna kaudu. Nimelt kirjutan lõputööd teemal "Sihtkoha arendamine maapiirkonnas Märjamaa valla näitel" ning selle raames teen koostööd Märjamaa Vallavalitsusega.

Lõputöö raames uurin, milline on turismi hetkeolukord Märjamaa vallas ning kas on vajadust turismi arendamiseks. Uuringu teostamiseks sooviksin teada, mida arvavad Märjamaa valla turismiasjalised turismi arendamisest Märjamaa vallas. Antud küsimustikule vastates on Teil võimalik oma arvamust avaldada ning anda panus antud lõputöö tulemuste kujunemisele.

Meiliaadressi ning nime lisamine on kohustuslik, kuna kui tekib vajadus, et vastaja täpsustaks mõnda oma vastust, siis saab vastajaga ühendust võtta. Kõik vastused jäävad anonüümseks.

Emaili aadress

.....

Teie nimi ning ettevõtte/asutus

.....

1. Kuidas iseloomustaksite Märjamaa valla hetkeolukorda?

Täpsustavad küsimused: Milline on turismi olukord Märjamaa vallas? Mis on hästi ning mis vajab parendamist? Kas teenusepakkujaid on piisavalt? Kas on erinevaid teenusepakkujaid või mõne teenuse puhul on pakkumine tunduvalt suurem?

.....

2. Kuidas Te kirjeldaksite senist turismi arengut Märjamaa vallas?

Lisa 3 järg

Täpsustavad küsimused: Millise tempoga on turism arenenud Märjamaa vallas? Milline on areng olnud viimastel aastatel?

.....

3. Mis on Märjamaa valla kui turismisihtkoha peamised tõmbetegurid?

- Asukoht
- Loodus
- Kultuur
- Sündmused
- Aktiivsed tegevused
- Muu

4. Miks Teie arvates on külastajad Märjamaa piirkonda tulnud?

.....

5. Kui tähtis on Teie arvates üleüldse turismi arendamine maapiirkondades?

- 1 – pole üldse oluline
- 2
- 3
- 4
- 5 – väga oluline

6. Kas ja miks on turismi arendamine Märjamaa vallas tähtis?

.....

7. Mida peate Teie Märjamaa vallas turismi arendamisel kõige olulisemaks?

Täpsustavad küsimused: Mida oleks vaja teha turismi arendamiseks vallas? Kas ja milliseid turismitooteid oleks juurde vaja? Keda tuleks kaasata turismi arengusse? Millist turismivormi tuleks arendada?

Lisa 3 järg

.....

8. Millised tegurid takistavad turismi arengut Märjamaa vallas?

.....

9. Milline on koostöö Märjamaa vallas erinevate turismiasjaliste vahel?

.....

10. Kas ja kuidas tuleks koostööd arendada?

.....

11. Milliseid kasusid teistesse valdkondadesse võib turismi arendamine Märjamaa vallas kaasa tuua?

.....

12. Milliseid turismitooteid oleks Teie arvates Märjamaa valda juurde vaja?

- Majutus

- Toitlustus
- Seikluspark
- Matkarajad
- Laudteed rabades
- Muu

13. Nimetage võimalusi, kuidas piirkonna külastatavust suurendada.

.....

SUMMARY

DESTINATION DEVELOPMENT IN RURAL AREA BY THE EXAMPLE OF MÄRJAMAA COUNTY

Kristin Pärna

In the modern world rural areas have many issues, for example depopulation, unemployment and insufficient resources. Tourism development is the solution to many of these problems (Ionela, Constantin & Dogaru, 2015, p 1055). Tourism development in rural destinations has many benefits but is also beneficial to other well-known destinations. Developing new rural destinations gives tourists reasons to visit places that are not mass-tourism destinations. This reduces the pressure on mass-tourism destinations and at the same time helps rural destinations' economy.

Developing tourism in rural areas is important in Estonia because Ministry of Economic Affairs and Communication has stated in its development plan for 2014-2020 (2013, p 7, 27) that every region in Estonia should have developed its characteristic tourism products so that tourists would visit other destinations than Tallinn. It has been stated in Estonian Rural Development Plan for 2014-2020 (2013, p 35) that tourism is the second biggest employer in rural areas. In conclusion, tourism development in rural areas can help solve problems not only on worlds scale but also in rural areas.

Current final thesis is based on a research problem. The research problem is following: how to map tourism resources and current situation in rural area. Consequently from that: how to develop tourism in rural area. The research problem is solved with the example of Märjamaa County. Composed final thesis makes a contribution to tourism development in Märjamaa County's area because no similar research has been done there before. Problem question has been formulated: „How to develop tourism in rural area?“

The goal of this thesis is to find out tourism's current situation in Märjamaa County and to make suggestions to municipality government of Märjamaa and to other tourism stakeholders about developing tourism in that area. In this final thesis have been conducted two researches. The first research question is „How does Märjamaa County meet tourism destination's criteria?“ Second research question is „Which are development opportunities for Märjamaa County as a tourism destination?“

Current final thesis is composed by different authors' theories and ideas. Specifically, theoretical framework is set by those theories which discussed topics such as developing tourism and tourism importance in rural areas. By creating theoretical framework it turned out there are five characteristics for tourism to exist and having tourism destination is one of them. Furthermore, by searching theoretical base for this final thesis the author discovered criteria which need to be followed when tourism is developed in rural areas. For example, destination should have attractions and services for tourists. Moreover tourists like destinations that have beautiful landscapes and good climate.

However, it is important that tourism organizations, such as the local government and service providers, cooperate with each other. Common goal and vision is set by cooperating. Tourism development in a destination has many benefits and not only in the tourism sector. It creates jobs, improves the quality of life and environment, decreases migration from rural areas etc. By developing destination its past, present and future should be taken into account so that development wouldn't cause harm. Destination should be placed on tourism area life cycle to find out destination's current situation and based on those findings tourism can be developed in the right direction.

Based on findings which occurred by creating theoretical framework, it turns out that tourism has an important role in rural areas because tourism can solve many problems that are topical in rural areas. Tourism has begun to develop in rural areas because more people would like to spend time in the nature and in rural areas. Furthermore, they would like to experience the authentic experience that only rural areas offer. Tourism development in rural areas can proceed from nature, architecture, handcrafts, culture etc.

Empirical part is formed by two researches. First research is formed using mixed methodology study. Mixed methodology study means both quantitative and qualitative

methods are used in one research. By using this methodology researchers can collect more complete data (Wisdom & Creswell, 2013, p 1, 3). Document analysis, structured observation and model comparison are carried out in the first research.

Document analysis was done with development plan of the county of Märjamaa. The analysis found that tourism isn't well developed in the area but the local government finds it is important to develop tourism by starting the development with modernizing tourism concept. In conclusion government would like to develop and improve tourism current situation rather than creating new tourism products and services.

Structured observation was done on the homepages of Märjamaa County, Rapla Parish, Visit Estonia etc. By means of structured observation were collected 58 tourism resources which included accommodation, catering, museums, mansions, natural objects etc. Findings showed that most tourism resources in Märjamaa County are rather active but there are also cultural and nature tourism objects. Based on Butler's 6 A's model (2000) it turned out that Märjamaa County meets tourism destination criteria because it offers attractions, amenities, activities, ancillary services and is accessible.

Second research's questionnaire was sent out to Märjamaa County's tourism stakeholders and was shared on Märjamaa County's homepage and Facebook page. Second research's results were the knowledge of Märjamaa County's current situation and the obstacles that are preventing tourism development. Suggestions were made to tourism stakeholders and local government to eliminate these obstacles.

Results of second research showed that tourism's current situation in Märjamaa County is rather bad or satisfactory. Biggest obstacles are lack of cooperation but also missing common goal and vision. Respondents said that they are interested in meeting with other tourism stakeholders. Respondents noted that Märjamaa County is cultural holiday destination and Märjamaa County needs main factor and more activities that would attract tourists.

Suggestions were made based on both researches. One suggestion was that tourism entrepreneurs should cooperate and offer packages and discounts to tourists. Cultural tourism should be developed because Märjamaa County has already many cultural

resources. Services that are not directly connected to tourism should also be offered to them. That could be done by offering brochures and other materials in accessible public places, for example in folk house. Overall, the information that is meant for tourism, but also the information about services that are not directly meant for tourists, should be assembled to one homepage.

One suggestion was that service “authentic farm day” which include accommodation and farm activities in real farm, could be offered to tourists who look authentic experience and activities. Other option is to organize trainings about farm work. By creating new and many activities different target groups can be attracted to the county. Findings showed the need of new accommodation and catering establishments that are more distinctive and modern. For example accommodation in farm and Estonian cuisine catering.

The same goes about new tourism products and services that would lure tourists to the destination. New event that is connected to Märjamaa’s history or famous people should be created. This is especially needed because Märjamaa County is located exactly between Tallinn and Pärnu which are two biggest cities in Estonia. Usually tourist drives through Märjamaa County and that is why new and distinctive products and services are needed – to make tourists stop and visit Märjamaa County.

Seasonal workers or volunteers should be hired to achieve goals that were set in development plan. They get new experiences and they might get interested in tourism. Local tourism entrepreneurs should be enthused to hire volunteers. Local people and tourism stakeholders’ knowledge about tourism could be developed through lecture day or discussion meeting. Cooperation and new relationships could also start from these meetings and tourism development goal and vision could be set. Stakeholders group should be created so that information would always be shared. To get cooperation working a leader is needed. Leader should be active and skilled.

Further research could be made with tourism stakeholders’ ideas about where to start developing tourism. Research among Märjamaa County’s visitors should be conducted to get more detailed information about tourism’s current situation, main factors and tourism resources. Research about marketing could give some ideas about what are the obstacles that should be changed.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, *Kristin Pärna*,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „*Turismi arendamine maapiirkonnas Märjamaa valla näitel*“ mille juhendaja on *Marit Piirman*,
 - 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, **16.05.2018**