

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Taavi Ainsaar

**SÜNDMUSTOOTE ARENDAMINE TAMME
TRAUBE TALU NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Tiina Tamm, MSc

Pärnu 2023

Soovitan suunata kaitsmisele

(allkirjastatud digitaalselt)

Tiina Tamm

Kaitsmisele lubatud

TÜ Pärnu kolledži programmijuht

(allkirjastatud digitaalselt)

Tiina Tamm

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

(allkirjastatud digitaalselt)

Taavi Ainsaar

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Sündmustoote arendamisvõimalused	8
1.1. Sündmustoote teoreetilised käsitlused	8
1.2. Sündmuse arendamine	12
1.3. Sündmustel osaleja motiivid ja ootused	14
2. Tamme Traube avatud talude päeva sündmuse külastajauuring	17
2.1. Ettevõtte hetkeolukord ja uurimisprotsess	17
2.2. Uuringu tulemused	22
2.3. Järeldused ja ettepanekud	34
Kokkuvõte	37
Viidatud allikad	40
Lisad	43
Lisa 1. Küsimustik	43
Resume	49

SISSEJUHATUS

Pidevalt muutuv maailmas on turismi ja turismiga seotud tegurite tähtsus majanduslikus võtmes märkimisväärne. Turismi sektor moodustab suuruselt kolmanda ekspordiga seotud tuluallika, (UNWTO, 2020, lk 4). Kümnel järjestikkusel aastal (2009-2019) on reisijate arv ning sellega kaasnevad kulutused olnud kasvavas joones (UNWTO, 2020, lk 3). Järjepidevat kasvu pidurdas COVID-19 pandeemia levik, mille tagajärjel suleti riigipiirid turistidele ning rahval paluti pandeemia leviku ära hoidmiseks püsida kodus. Suurematel organisatsioonidel tuli kohaneda, et tagada jätkusuutlikkus ning mitmed väikesed meelelahutuse ja turismiga seotud ettevõtted olid sunnitud ukсед sulgema, kas ajutiselt või jäädavalt (Madray, 2020). Covid-19 pandeemia ajal sai kannatada ka siseturism. 2020. aasta siseturistide ööbimiste muutuste statistikast selgus, et võrreldes varasemaga reisisid inimesed vähem kui varem. Kui 2018. aastal oli Eesti elanike ööbimisega sisereiside arv 4 399,1 tuhat, siis 2020. aastaks oli see langenud 2 135,6 tuhat (EAS, 2021).

Pandeemia lõppedes võttis turismisektori taastumine aega. Enamjaolt on piirangud maha võetud ning reisimine on jälle avatud, kuid 2019. aastaga võrreldes on veel pikk tee minna, et jõuda kriisieelsele tasemele. 2022. aasta lõpuks oli pandeemiaeelse ajaga võrreldes taastunud turismisektor 65% ulatuses. (UNWTO, 2022). Eesti Statistikaameti andmetel oli 2022. aastal siseturistide ööbimiste arv 2639,9 tuhat (Statistikaamet, 2022).

Ühe võimalusena leida meelelahutust kodule lähemalt, on külastada sündmusi, mida COVID-19 pandeemia ei mõjutanud. Turismi pidurdavad meetmed olid leviku perioodil ajas muutuvad. Sellest tulenevalt olid ka regulatsioonid erinevatel perioodidel erinevad. Palju sõltus aastaegadest ja keskkonnast, kus sündmus toimub. Peamiselt olid ranged piirangud talvistel ja külmematel perioodidel ning meetmed muudeti leebemaks suvisel ja soojal perioodil (Riigi Teataja, n.d). Avatud Talude päev Tamme Traube talus toimus

suveperioodil ning seega pandeemiaga seotud regulatsioonid sündmuse läbi viimist ei mõjutanud.

Sündmuste korraldamine ja nende edukas läbi viimine on välja kutsuv ülesanne kõigile turismisektoris tegutsevatele ettevõtetele (Pai et al., 2021). Oluline on pöörata rohkelt tähelepanu planeerimisprotsessile ning selgeks tuleb teha organiseerimise ja läbi viimise alustalad (Raj, et al., 2017, lk 266). Erinevate planeerimisprotsesside kasutamisel on oluline kõik etapid võimalikult detailselt läbi mõelda. Sündmust mõjutavaid faktoreid on palju, näiteks tuleb arvesse võtta poliitilised-, majanduslikud-, sotsiaalsed-, tehnoloogilised-, demograafilised-, füüsilised- ja konkurentsist tulenevad välised tegurid, mis mõjutavad sündmuse korraldust oluliselt (Bowdin, et al., 2012 lk 365-368).

Turismoode on kogum, mis koosneb erinevatest komponentidest, mis kõik nõuavad planeerimisel eraldi tähelepanu, eraldiseisvalt sisaldab turismoode materjaalseid komponente, teenuseid, külalislahkust, valikuvabadust ja külasatja kaasamist, kuid kõik kokku liites moodustavad kliendile tervikliku kogemuse (Smith, 1994, lk 587). Sündmuse saab liigitada mitut moodi ning antud töö raames on autor kasutanud kõige levinumat klassifitseerimisviisi, ehk suuruse järgi liigitamist (Bowdin, et al., 2012, lk 75).

Sündmuse läbi viimiseks peab olema sündmus atraktiivne ja hästi läbi mõeldud, et sinna sooviks tulla võimalikult palju külastajaid. Kehvasti organiseeritud sündmus ei ole atraktiivne potentsiaalsele külastajale ja seega suure tõenäosusega ei tule sündmusele külastajaid. Õnnestumist võib mõneti hinnata osavõtjate arvu järgi. Suuremad külastajate arvud viitavad korrektsele eeltööle. Kui osalejaid on vähe, on jäänud ettevalmistuses või eeltöös olulised punktid täitmata (Raj et al., 2017, lk 5–6).

Konkurents turismisektoris on tihe ning külastajatel on valikuid meelelahutuse leidmiseks palju. Inimeste soovid on unikaalsed ning sellest tulenevalt on ka sündmuse või selle toimumise sihtkohaga seotud ootused erinevad (Pai et al., 2021). Samuti on oluline välja selgitada motivaatorid, mis soosivad inimeste liikumist. Peamiseks ringi reisimise ajendiks on rutiinile vahelduse otsimine läbi meelelahutuse (Snepenger et al., 2006, lk 141).

Selleks, et külastajad saaksid sündmusel osalemise tulemusel häid emotsioone, tuleb teada nende ootuseid. Külastajatelt saadud sisendi arvestamine aitab tagada nende rahulolu sündmusega. See omakorda on ajendiks, et inimene külastab sama sündmust järgmisel korral ning soovib seda oma tuttavatele (Pai et al., 2021).

Avatud Talude päev on kord aastas toimuv sündmus. Olenevalt ettevõtte soovist võib osa võtta ühe või kaks päeva. Sündmusest saavad osa võtta kõik õigeaegselt registreeritud talud ning see annab ettevõttele võimaluse laiemale ringile tutvustada enda tegemisi ning pakkuda talus valmistatavaid saadusi. Tamme Traube talu on lühikese ajaloo veini- ja siidrifarm, mis kasutab valmistoodangu tegemiseks talu territooriumil ja kohati ka ümbruskonnast pärinevat toorainet. Et korraldatav sündmus saaks läbi viidud edukalt ning kaasaks palju huvilisi, on vaja välja selgitada, millised tegurid mõjutavad küllastajate rahulolu ning huvi Tamme Traube talus läbi viidavate sündmuste vastu.

Käesolevas lõputöös lahendatakse probleemküsimust Lõuna-Eestis tegutseva Tamme Traube Talu näitel. Ettevõtte on 3 aastat võtnud osa Avatud Talude päeva sündmusest. Lõputöö eesmärgiks on teooriale ja uuringu tulemustele tuginedes teha ettepanekud Tamme Traube talule Avatud Talude päevas sündmustoote arendamiseks. Uurimisküsimuse sõnastus on järgmine: Millised tegurid mõjutavad Tamme Traube Talu külastaja sündmuse rahulolu ja osalemise ajendit Avatud Talude päevade raames?

Lõputöö eesmärgi täitmiseks püstitas autor järgnevad uurimisülesanded:

- Sündmustoote teoreetilise ülevaate koostamine sündmustootest, sündmustoote arendamisest ja külustusmotiveerivatest teguritest ning rahulolust
- kvantitatiivse uurimise valmistamine ja läbi viimine sündmuse küllastajate seas, et saada parem ülevaade külastaja rahulolust ja ning külustus motiveerivatest teguritest,
- uuringust saadud andmete analüüsimine,
- tulemustele põhinedes arendusettepanekute tegemine Tamme Traube veini- ja siidritalule edukamate sündmuste läbi viimiseks.

Lõputöö kirjutamisel kasutati teemakohaseid allikaid ning autor kasutas uuringu läbi viimiseks kvantitatiivset uurimismeetodit. Küsimustik jagunes neljaks ploki ning küsimustiku koostamisel lähtus autor peamiselt Iso-Ahola motivatsiooni teooriast, Wattsi

seitsmest punktist koosnevast etapikaardist ja Macau toidufestivali raames läbi viidud uuringust.

Töö koosneb kahest peatükist, mis omakorda jagunevad alapeatükkideks. Esimene peatükk koosneb kolmest alapeatükist, mille käigus annab autor teoreetilise ülevaate sündmustootest, sündmuste arendamisest ja sündmusel osalejate motiividest ning ootustest. Teoreetilise ülevaate koostamisel on tuginetud erinevatele auväärsete turismisektoriga seotud inimeste töödele nagu Bowdin, Buhalis, Colombo, Getz ja paljud teised.

Teine peatükk jaguneb samuti kolmeks alapeatükiks. Esimene alapeatükk annab ülevaate Tamme Traube talust, selle loomisest ning senisest käekäigust. Teises alapeatükis on analüüsitud uuringu käigus saadud vastuseid ning kolmas alapeatükk on järeldestele ja ettepanekute tegemiseks Tamme Traube talule.

1. SÜNDMUSTOOTE ARENDAMISVÕIMALUSED

1.1. Sündmustoote teoreetilised käsitlused

Käesolevas peatükis annab autor ülevaate turismitootest ning turismitoote moodustamiseks vajalikest komponentidest. Toob välja turismi definitsiooni, selgitab erinevate sündmuste olemust, ajalugu ning liigitamist ja toob välja sündmuse olulisuse sihtkoha arengu puhul.

Turismitoode on oma olemuselt valmisprodukt, mis koosneb erinevatest komponentidest, moodustades külastaja jaoks tervikliku kogemuse. Smith on oma avaldatud artiklis (1994, lk 587) välja toonud, et turismitoode koosneb peamiselt viiest eraldiseisvast komponendist. Iga komponent tuleb hoolikalt läbi mõelda ja planeerida, sest need mõjutavad üldist toote kvaliteeti. Smithi poolt välja toodud viis elementi on järgmised:

- materjaalsed komponendid (objektid ja rajatised),
- teenused,
- külalislahkus,
- valikuvabadus,
- kaasamine (Smith, 1994, lk 587).

Materjaalsed komponendid on olulised, sest mõjutavad külastaja sihtkohavalikut, ehk peab olema atraktiivne ja huvi pakkuv. Sihtkohas pakutav teenus või külastuskogemus peab olema vastav külastajate ootustele, et külastaja saaks kogeda seda, mida pakutavast tootest ootas. Külalislahkus on vajalik, et pakkuda sihtkohta tulnud inimestele mugavustunnet ja häid emotsioone, mis tekitavad külastajas rahulolu. Valikuvabadus on oluline, et külastajal oleks võimalik valida erinevate pakutavate teenuste vahel, ehk tuleks läbi mõelda, kuidas inimene saaks ise oma külastuskogemust kontrollida ja meelepäraselt muuta. Kaasamisega tuleks külastajatele anda võimalus võtta osa pakutavast teenusest (Smith, 1994, lk 590).

Maailma turismiorganisatsiooni (edaspidi UNWTO – United Nations World Tourism Organization) definitsiooni järgi on turism sotsiaalne, kultuuriline ja majanduslik fenomeen, mille puhul inimesed liiguvad väljaspool nende igapäevast elukoskkonda isiklikel või äriistel eesmärkidel (UNWTO, n.d). Seega võib sündmusi külastavaid inimesi pidada kultuurituristideks, keda UNWTO peaassamblee määruse kohaselt motiveerib ringi liikuma tahe avastada, õppida, kogeda ja tarbida mittemateriaalseid ja materiaalseid kultuurilisi vaatamisväärsusi (UNWTO, 2017). Kultuuriturismi käsitletakse kui kogemuspõhist elamust. Sündmust külastav isik saab juurde elamusi ning kogeda uusi asju (Wu & Lin. 2022, lk 2)

Kultuurituristidele sobilikud kultuurisündmused on Bladen jt (2018, lk 499-510) määratlenud järgnevalt:

- Muusikasündmused (kontserdid, tuurid, muusika programmid, festivalid)
- Filmisündmused,
- Kogukonnasündmused,
- Kunstisündmused,
- Kirjandussündmused (Bladen, et al., 2018, lk 499–510)

Donald Getz on oma (2008, lk 403) avaldatud artiklis välja toonud, et sündmused on inimestele motivaatoriks reisimisel ning seejuures mängib ka suurt rolli sihtkoha arendamisel. Samale järeldusele, et sündmuste korraldamine aitab kaasa sihtkoha arengule on jõudnud ka Mihajlović ja Vidak 2017. aastal avaldatud artiklis (2017, lk 154), kus on välja toodud, et korraldatavad sündmused toovad sihtkohta raha, mille tagajärjel tõuseb kohalikele inimestele elukvaliteet.

Sihtkohta terviklikult võib vaadelda kui kombinatsiooni erinevatest toodetes ja pakutavatest teenustest, mida külastaja saab koha peal osta või kogeda (Buhalis, 2000, lk 98). Viimase 30 aasta jooksul on läbi viidud palju reisimotivatsiooniga seonduvaid uuringuid, sest on jõutud arusaamale, et tuleviku reisimist silmas pidades tuleb adapteeruda vastavalt vajadustele (Yuan, et al., 2005, lk 43). Piirkondi külastades kogub sihtkoht populaarsust. Mida rohkem inimesi külastab, seda rohkem on tõenäosus, et informatsioon piirkonna kohta jõuab edasi potentsiaalsete huvilisteni. Samuti kaasnevad

tihti külastusega kulutused, millest sihtkoht saab tulu ning kasumit arenguks (Brida & Risso, 2009, lk 183).

Väljend sündmusturism sai konkreetsema tähenduse ja hakkas laialdaselt levima alates 1978. aastal, kui Uus-Meremaal avaldati raport, kus toodi välja, et sündmuste tõttu reisimine on kasvav trend ja tähtis osa turismist (Getz, 2008, lk 403). Tänapäeval on sündmuste arendamine ja korraldamine kasvanud mitmel suunal ning erinevate karjäärivõimaluste arv sektoris aina kasvab. Näidetena võib välja tuua järgmised ametikohad:

- sündmuse koordinaator,
- turismisündmuse produtsent,
- Sündmuse planeerija,
- Sündmuse regulatsioonide analüütik ning teadur (Getz, 2008, lk 406).

Sündmuse tüüpe on erinevaid, kategoriseerida saab sündmuse suuruse, vormi ja sündmuse sisu järgi. Kõige levinum meetod sündmuste klassifitseerimiseks on siiski suuruse järgi jagunemine. Suuruse järgi jagunevad sündmused peamiselt nelja klassi– suursündmused, megasündmused, erisündmused ja kohalikud sündmused. Tulenevalt sündmuse klassifikatsioonist võib olla tegemist kohalikust sündmusest kuni rahvusvahelise sündmuseni (Bowdin, et al., 2012, lk 74).

Kogukonna siseselt on kõige enam levinud kohalikud sündmused, mis keskenduvad peamiselt piirkonna elanikele meelelahutuse pakkumisele ning kogukonna tunde tekitamisele. Kohalikud peod, laadad või spordivõistlused ei ole suure meediakajastuse ja reklaamiga, seega väliseid osalejaid on pigem vähe või ei ole üldse (Bowdin, et al., lk 74).

Erisündmused (*hallmark events*) identifitseerivad tüüpiliselt piirkonda ja saavad sihtkohale justkui sünonüümiks. Erisündmused on unikaalsed ning tõmbavad ligi suures osas külastajaid. Klassikalised erisündmuste näited on Rio karneval, Kentucky derbi, Chelsea lillenäitus ja Oktoberfest. Mainitud sündmuste puhul teatakse valdavalt kohe, mis sündmusega on tegu ning kus sündmus toimub. (Bowdin, et al., 2012, lk 76).

Megasündmused on mastaabilt väga suured ja meedia poolt ülemaailmselt kajastatud. Megasündmuste all peetakse silmas suursündmusi nagu Olümpia mängud ja FIFA maailmameistrivõistlused. Sündmust planeeritakse pikalt ette ning oma mastaabiga avaldab suurt mõju sihtkoha majandusele (Bowdin, et al., 2012, lk 77).

Suursündmused on oma olemuselt ja meedia kajastuselt niivõrd suured, et kaasavad endaga tohutul hulgal rahvusvahelisi osalejaid ja publikut. Suursündmuseks võib pidada sündmusi mis täidavad kolm järgmist kriteeriumit:

1. osalejad / võistlejad peavad esindama mitmeid erinevaid rahvusi;
2. peab endaga kaasama rahvusvahelise meediakajastuse ja ülemaailmse publiku;
3. peab olema rahvusvahelise tähtsusega spordiala, milles osalejariikide jaoks on tegemist tähtsa sündmusega (Bowdin, et al., 2012, lk 75).

Suursündmuste alla jagunevad tihti võistlused, mida kajastatakse ülemaailmselt, näiteks F1 etapid, mis toimuvad hooajaliselt ja igat sõitu peetakse erineval rajal, erinevas sihtkohas. Samuti võib pidada suursündmuseks golfi lahtiseid meistrivõistlusi– viiakse läbi iga aasta erinevas kohas ning kaasab tohutul hulgal publikut (Bowdin, et al., 2012, lk 75).

Jätakuvalt arenevas ühiskonnas teadvustatakse aina enam jätkusuutliku majandamist. Nii ei jää puutumata ka turismivaldkond. Aina enam proovitakse viia läbi sündmusi võimalikult vähese saastega, et olla võimalikult keskkonnasõbralikud. Selline suhtumine ei ole ainult sündmuse korraldajapoole nägemus, vaid ka sündmuse küllastajate teadlikus ajas kasvab (Jones, 2017, lk 17).

Sündmustel on võimas roll ühiskonnas. Läbi aegade on läbi viidud erinevaid pidustusi ja sündmusi kõikides kultuurides. Paljudes ühiskondades on tekkinud kauakestvad traditsioonid, mis on saanud alguse 19. sajandil või varem. Mitmeid pikaajalise traditsiooniga sündmusi viiakse läbi veel tänapäevalgi, kuid muutunud on struktuur ja ülesehitus. Aja möödudes on korraldamist hakatud paremini läbi mõtlema ning on tekkinud süsteemne ülesehitus. (Bowdin, et al., 2012, lk 115).

1.2. Sündmuse arendamine

Antud peatükis kirjeldab autor sündmuste planeerimise protsessi ning toob välja olulisemad punktid, mida tuleks järgida erinevaid sündmusi planeerides või läbi viies. Samuti saab ülevaate sündmuste strateegilise planeerimise tähtsusest ning mõjuteguritest, millega tuleb arvestada, et läbi viia edukas ettevõtmine.

Sündmus ei koosne üksnes selle toimumise perioodist vaid teekond eduka sündmuseni on pikk ning kui järgida juba läbi proovitud ja/või välja töötatud süsteeme, on tõenäosus korraldada õnnestunud sündmus suurem. Näiteks on võimalik kasutada Watt-si põhiideedele tuginevat etapikaarti mis koosneb seitsmest võtmetegurist. Etapid, mis tuleks läbida jagunevad järgmiselt:

1. eesmärgid ja soovitud tulemused,
2. uurimistöö,
3. teostatavusuuring,
4. riskianalüüs ja arenguplaan,
5. peamised huvirühmad,
6. projektijuhtimine ja juurutamine,
7. sündmuse hindamine (Raj, et al., 2017, lk 266)

Esimeses punktis on oluline määratleda, et miks, kellele ja mille jaoks sündmust teha. Kui puudub kindel siht, eesmärk ja vajadus ei ole sündmuse korraldamisel mõtet. Teises etapis tuleb koguda võimalikult palju andmeid sündmuse läbi viimist mõjutavate faktorite kohta. Kolmandas punktis on vaja määratleda, kas sündmuse läbi viimine soovitud kujul on üldse tehtav, või võib esineda takistusi, mille peale varem ei osatud mõelda. Neljandas punktis tuleb plaani rohkem süvitsi minna ning teha riskianalüüs ja arenguplaan, millele tuginedes saab edasi liikuda. Viiendas punktis tuleb defineerida kõik olulised osalised, selleks võivad olla sponsorid, partnerid või otseselt sündmusel osalejad. Kõik osalised tuleb viienda punkti lõpuks integreerida üldisesse korraldusplaani. Kuues punkt keskendub detailsele plaanile ja läbiviimisele nii, et väliselt mõjutavad tegurid ei takistaks eesmärgi saavutamist. Viimane ja seitsmes etapp on äärmiselt oluline, kui soovitakse

edaspidi sündmusi edukamalt läbi viia. Seitsmendas etapis hinnatakse õnnestumisi ja ebaõnnestumisi, mille tulemusel saab sisse viia parendused (Raj, et al., 2017, lk 266).

Kui kindel kondikava saab korrektselt paika, siis on kogu tulem sündmuse korraldamisel suurema potentsiaaliga. Laiemalt kokku võttes tuleks veenduda, et eesmärk oleks paigas, tulemas mõõdetav, vastutus jaotatud ja eesmärgid realistlikud. Lisaks on oluline olla kursis väliskeskonnast tulevate teguritega nagu poliitilised olukorrad, erinevad epideemiad, liikumiskiirangud ja muud faktorid, mis võivad mõjutada inimeste liikumist sihtkohta, kus sündmus aset leiab (Bowdin, et al., 2012).

Ennem kindla korraldusplaani ja strateegiate määramist on oluline hinnata nii väliseid kui sisemisi tegureid. Sisemised tegurid on näiteks rahaline seis, meeskonna pädevus ning korralduskohtade kvaliteet (Bowdin, et al., 2012 lk 364). Lisaks juba välja toodud Watts-i põhiideedele tuginevale seitsmest etapist koosnevale kondikavale on kasulik tööriist SWOT analüüs. SWOT analüüsi puhul on tegemist neljast osast koosneva tabeliga, kus saab välja märkida tugevused, nõrkused, võimalused ja ohud, millele tuginedes on võimalik saada olulist informatsiooni sündmuse tarbeks (Teoli, et al., 2019).

Välimised tegurite alla kuuluvad kõik faktorid, mis saavad mõjutada sündmuse edukust. Harilikult on sündmust väliselt mõjutavate tegurite hindamine esmane samm, mille abil saab anda esmase hinnangu sündmuse õnnestumisele. Peamised välised tegurid on järgmised:

- poliitilised tegurid – valitsuse poolt sätestatud regulatsioonid ja seadused,
- majanduslikud tegurid – Inflatsioon, töötus, palgad, elukvaliteet jms,
- sotsiaalsed/ kultuurilised tegurid – vaba aja tegevused, religioossed käitumised, muutused populatsioonis,
- tehnoloogilised tegurid – Varustuse ja tehnoloogia arengud, mis võimaldavad või piiravad soovitud tulemusi saavutada,
- demograafilised tegurid – Ühiskonna koosseis (vanus, haridustase, sugu),
- füüsilised /keskkondlikud tegurid – Sündmusega kaasnev saaste ja prügi,
- konkurents – Teised sarnased sündmused, mis on suunatud samale sihtrühmal (Bowdin, et al., 2012 lk 365-368).

Tugev väline tegur, mida saab võrdlemisi hea näitena välja tuua on COVID-19 pandeemia. Laialtlevinud viiruse puhul otsustas lõviosa valitsusi keelata ära sündmuste korraldamise ning reisimise. Sellest tulenevalt avaldas Covid-19 pandeemia suurt mõju sündmuste planeerimisele ja läbi viimisele (UNWTO, 2022). Võrreldes 2020. aasta näitajaid Euroopa liidus 2019. aasta näitajatega, on näha, et rahvusvaheliste reisijate arv on vähenenud 67.5% (Euroopa Kontrollikoda, 2021, lk 11). äikesed ettevõtted ei ole võimelised sarnaselt suurtele ettevõtetele minema üle alternatiivsetele veebilahendustele ja seega mõjutavad piirangud just neid kõige enam. (Madray, 2020). Kuid sellegipoolest jääb püsima vana kontseptsioon, kus külastaja soovib kogeda sündmust sihtkohas, sest täielikult ringi liikumist ei lõpetatud ja jätkus siseturism (EAS, 2021).

COVID-19 leviku perioodil siseturism täielikult ei peatunud. Rahvusvahelised reisid olid peatatud või raskendatud, mille tõttu ei olnud võimalik välisriikidesse reisida. Rahval jäi siiski soov meelelahutuse ja reisimise järgi ning sellest tulenevalt leiti võimalusi reisihiimu rahuldada lähemalt (Augustine, 2021, lk 6).

Eduka sündmuse läbi viimisel on oluline saada paika struktureeritud kondikava. Võimalusi detailsetl läbi planeeritud sündmuse läbi viimiseks on mitmeid. Kui järgida Watts'i põhiideedele koosnevat seitsme etapilist ülesehitust, mille kõrvale luua veel SWOT analüüs, saab paika küllaltki pädeva plaani millega edasi minna. Kui kaasata planeerimisprotsessi sisemiste ja välimiste tegurite mõju sündmuse läbi viimisele, siis jõutakse juba suure tõenäosusega varakult võimalike takistuste avastamiseni. Sõltub küll takistuse olemusest, kuid kui on ületatav, siis on tõenäoline viia läbi edukas sündmus.

1.3. Sündmustel osaleja motiivid ja ootused

Sündmuste läbi viimisel on oluline roll külastajatel. Mida rohkem on sündmusel külastajaid, seda õnnestunumaks võib sündmust pidada. Kui puuduvad külastajad või osaliste arvukus on väike, siis suure tõenäosusega konkreetset sündmust vähese huvi tõttu uuesti läbi ei viida (Raj et al., 2017, lk 5–6). Sündmust planeerides on oluline teada, milline on sihtgrupp ning millega tuleb sündmust läbi viies arvestada pakkumaks külastajale parimat võimaliku kogemust. Hea kogemuse korral on lootust, et klient külastab järgmine kord uuesti (Lee, 2014, lk 4).

Kliendi teekond meelelahutussündmuse leidmiseks on tihtipeale võrdlemisi pikk ja valikuid on palju. Iso-Ahola motivatsiooni teooria järgi tekib inimestel vajadus meelelahutuse järgi siis, kui nad otsivad variante igapäevaelust põgenemiseks (Snepenger, et al., 2006, lk 141) Rutiinist pääseteed otsivad külastajad aitavad kaasa sündmuste ja vaba-aja tegevuste arengule. Samuti on Lohman ja Panasso Netto (2017, lk 205 – 206) toonud välja raamatus *Tourism Theory: Concepts, Models and Systems*, et peamiselt on viis olulist elementi külastaja jaoks. Välja toodud viis elementi on järgmised:

- turismi atraktsiooni olemus,
- mugavused (transport, majutus, poed, toit jms.),
- ligipääsetavus,
- kuvand,
- hinnad

Selleks, et sündmusekülastaja saaks positiivse kogemuse ja sooviks tulevikus taas osaleda on vaja teada, millised tegurid mõjutavad külastaja otsuseid. Üheks võimaluseks külastusmotiivi määramisel on vaadelda tõmbe ja tõuketegureid (Viviers & Slabbert, 2014, lk 2). Tõmbavad aspektid on tihti seotud konkreetse sihtkoha või festivaliga, siinkohal on võtmeküsimuseks kas potentsiaalse külastaja jaoks on sündmus atraktiivne või mitte. Üldiselt on tõmbetegureid käsitlevaid uuringuid turismivaldkonnas viidud läbi vähe. Peamiselt on rõhku pandud tõuketegurite uurimisele. Tõuketegureid kirjeldatakse kui motiveerivaid faktoreid. Peamiselt on tõuketegurid seotud vajaduste ja soovidega, näiteks soov põgeneda, puhata ja sotsialiseeruda (Viviers & Slabbert, 2014, lk 3).

Macau 2021. aasta toidufestivali põhjal läbi viidud uuringu põhjal jõuti tulemusteni, et tänapäeval on ülioluline osa festivali või sündmuse kvaliteedil. Uuringus leiti, et oluline kombinatsioon külastaja rahulolu kasvatamiseks on külalislahkus, sündmuse asukoht, sündmustoote olemus ja külastaja mugavus. Kui mainitud kriteeriumid saab täidetud ning külastaja on rahul, siis see tõstab omakorda tõenäosust, et soovitakse samale sündmusele tulla tagasi ka järgmisel korral (Pai, et al., 2021).

Sündmuskogemus on individuaalne ning kõigi inimeste jaoks erinev ja omapärane (Colombo & Marques, 2020, lk 236). Colombo 2020. aastal läbi viidud uuringus jõuti tulemusteni, et kogemused, mis saadakse erinevaid sündmuseid külastades on unikaalsed

ja meeldejäädavad ning tihitipeale võib külastaja saada sündmuselt suurema väärtuse kui programmi põhjal on loodetud pakkuda. Uuringu käigus selgitati lisaks välja, et vabaaja sündmuse motiveerib külastama tahe puhata ning ärisündmuse külastatavate inimeste motivatsioon on seotud töö ja teadmistega omandamisega. (Colombo & Marques, 2020, lk 236).

Kokkuvõttes on sündmus siiski suunatud inimestele ning üldise rahulolu kohta tagasiside tuleb just publikult. Nemat on peamiseks määrajaks, kas sündmus on läbi kukkunud või mitte. Seega tuleb sündmust korraldades põhirõhk suunata just külastajate heaolule. Kui külastaja tunneb piisavat turvatunnet ja mugavust ning tema füüsilised ja vaimsed vajadused on rahuldatud, siis võib sündmust pidada pigem õnnestunuks (Bowdin, et al., 2012 lk 416).

Kuna sündmus koosneb just inimestest, kes määravad peamiselt selle edukuse, siis tuleb leida võimalusi, kuidas hoida võimalikult palju külastajaid rahulolevana. Samal ajal tuleb pakkuda osalejale unustamatuid ja erilisi kogemusi. Ainukene võimalus läbi viia õnnestunud sündmus, kuhu tahetakse tagasi tulla ja soovitada sõpradele, on pöörata tähelepanu sündmuse külastaja rahulolule (Pai, et al., 2021, lk 12–13).

2. TAMME TRAUBE AVATUD TALUDE PÄEVA SÜNDMUSE KÜLASTAJAUURING

2.1. Ettevõtte hetkeolukord ja uurimisprotsess

Käesolevas peatükis annab autor lühiülevaate Tamme Traube Veini- ja Siidritalust ning kirjeldab lõputöö raames läbi viidud uuringu eesmärki, valimit ning uuringu läbi viimise protsessi.

Tamme Traube Veini- ja Siidritalu on küllaltki lühikese ajalooga ettevõtte, mis loodi 2016 aastal (Inforegister, n.d). Talu asub Põlva maakonnas, Kiidjäve kaldal ning on küllaltki eraldatud. Lähim linn on Põlva, mis asub sihtkohast umbes 16 kilomeetri kaugusel.

Kogu järgnev ettevõttega seonduv ülevaade on koostatud autori poolt. Sisend ülevaate koostamiseks pärineb vestlusest Tamme Traube talu peremega ning autor selekteeris välja olulisema ning tegi sellest kokkuvõtte.

Tänaseks on ettevõtte eksisteerinud seitse aastat ning selle aja jooksul on olnud areng märkimisväärne. Hetkel on ettevõttes üks tööline ning, kui esialgu sellest piisas, siis viimased paar aastat on hooajaks ette valmistumisel vaja läinud abikäsi.

Talu rajamisel puudus põhjalik eeltöö ning lähtuti põhimõttest, et tegemise käigus õpitakse. Omanik läbis mõned kursused viinamarjakasvatuse kohta Eestis ning seejärel ostis ja istutas paarsada istikut, millest paljud ei elanud esimest talve üle. Tänapäevaks on Tamme Traube talu laiendanud oma sortimenti. Lisaks 2000 viinamarjaistikule kasvab territooriumil umbes 1000 pirnipuud ja 1000 rabarberi taime. Põhirõhk on veini ja siidri tootmisel ise kasvatatavast ja lähiümbrusest pärinevast toorainest.

Lisaks veini ja siidri tootmisele arendatakse pidevalt infrastruktuuri ning keskendutakse lisandväärtuste loomisele. Talus läbi viidavate sündmuste arv kasvab iga aasta ning

arenduses on ööbimisvõimaluste loomine huvilistele. Esialgu on ehituses väike umbes 20 ruutmeetri suurune metsamajake, milles pakkuda majutust väiksematele gruppidele, kuid töös on ka projekt luua suur tootmishoone, kuhu tulevad ka ruumid majutuse pakkumiseks, et soovi korral võõrustada suuremaid seltskondasid.

Ettevõttel puudub praegu ülevaatlik koduleht ja äriplaan. Vestluse põhjal ettevõtte juhiga töötati välja esmased sõnastused, mis sobivad ettevõtte missiooniks ja visioonik. Missiooni ja visiooni olemasolu on vajalik igale ettevõttele, et oleks millegi poole püüelda ning millelegi lähtudes edasi areneda (Cady *et al.*, 2011, 64-65). Tamme Traube Veini-ja Siidritalu esmased missiooni ja visiooni sõnastused on järgmised:

- Missioon – Tamme Traube veini-ja siidritalu missiooniks on pakkuda mahedalt kasvanud kodumaisest toorainest villitud kvaliteetseid siidreid ja veine.
- Visioon – olla aastaks 2026 tuntud ning tarbijate poolt hinnatud veini- ja siidritootmisega tegelev ettevõtte, mille tooted on leitavad ja kõigile kätte saadavad käsitöötooteid pakkuvates kauplustes.

Kasvavas ettevõttes on oluline pidev areng ja püüdlikkus (Cady *et al.*, 2011, 64-65). Sellest tulenevalt on Tamme Traube talu peremees mõistmaks visiooni ja missiooni sõnastanud möödunud aastal ka põhiväärtused. Väärtustena välja toodud punktid on järgmised:

- Naturaalsus – jookide kääritamine toimib loomulikul teel. Ei lisata säilitusaineid ega maitselisandeid, et tagada võimalikult puhas maitse.
- Kodumaisus – toodete valmistamiseks kasutatakse üksnes kohaliku toorainet.
- Agiilne lähenemine – pidev enesetäiendamine ja uute toodete arendamine rikkalikuma maitseelamuse pakkumiseks
- Maaelu edendamine

Maaelu edendamist silmas pidades on Tamme Traube talu võtnud osa Avatud Talude päeva sündmusest, mida aitavad läbi viia peamiselt omaniku sõbrad. Sündmuse raames on hoovi peale püstitatud mitmeid erinevaid telke ning ette valmistatud programm, mis võimaldab huvilistel õppida veini ja siidri valmistamiseks vajaliku tooraine kasvatamist. Iga täistund teeb talu peremees tuuri oma valdustel ning seletab taimede kasvatamise, hooldamise ja töötlemise protsessi. Tuuri väliselt on võimalik külastada toidu- ja

veinitelki, kust saab tellida süüa või degusteerida Tamme Traube veine ja siidreid. Lastele on püstitatud näomaalingute telk ning järvekaldale on tehtud rannabaar, kus pakutakse spetsiaalselt Avatud Talude päevade jaoks välja töötatud kokteile. Valikus on nii alkohoolsed, kui ka alkoholivabad kokteilid. Lisaks on võimalik rentida paat või sup-i laud, millega järvel tiir teha. Meeskond koosneb headest sõpradest ja tuttavatest ning tänu sõprussuhetele proovivad anda kõik meeskonna liikmed endast parima, et sündmus õnnestunult läbi viia. Küll aga pole tegemist turismiprofessionaalidega ning seetõttu koostas töö autor uuringu, mille viis läbi juba sündmust külastanud inimeste seas, et saada ideid, kuidas edaspidi paremini sündmust läbi viia.

Tamme Traube veini- ja siidritalu on avatud talude päeva sündmusest tänaseks võtnud osa kolm korda. Meeskond on peamiselt olnud sama, mõnede üksikute eranditega, seega on iga aastaga ettevalmistus sujunud latusamalt. Külastajate arvu fikseerimiseks on rakendatud erinevaid mooduseid. Esimesel aastal paluti fotograafil vaadelda ja võimalikult palju üles lugeda talu külastanud inimesi, peale 300-400 inimest jäeti lugemine pooleli, sest oldi ületatud ootused. Järgnevatel aastatel on antud võimalus jätta maha märk tahvlile oma nimi kirjutada. Kõik külastajad seda ei teinud, kuid mõlemal aastal sai tahvlid paksult nimesid täis. Vaatluse hinnangul võib öelda, et külastajate arv on olnud kõigil kolmel aastal umbes 600-800 inimest.

Mastaabilt on hetkel veel tegemist võrdlemisi väikese ettevõtmisega ning tulenevalt vähesest osavõtjate arvust, võiks öelda, et praegult on veel tegemist kogukonnasündmusega, mis aitab edendada kohaliku elu ja aitab kaasa sihtkoha arengule (Bowdin, et al., 2012, lk 74). Tuleviku silmas pidades võiks aga püüelda sammu võrra edasi ja näiteks proovida saavutada erisündmuse (*hallmark event*) tiitel, mis kujutab endast seda, et piirkond on rahva seas tuntud konkreetse fenomeeni järgi (Bowdin, et al., 2012, lk 74). Tamme Traube talu puhul võiks Kiidjärve saada tuntuks, kui veini-ja siidritalu sihtkoht.

Avatud talude päev toimub üks kord aastas ning 2022. aastal võttis sündmusest osa 206 talu (Avatud Talud, n.d). Konkurents on tihe ning, et eristuda teistest ja külastajad sooviksid just Tamme Traubet külastada, tuleb välja selgitada, mis tegurid on olulised ja mõjutavad külastaja sündmusel osalemise valikuid.

Uurimisküsimustele tuginedes koostas autor kvantitatiivse uuringu, mille vastuste põhjal sai sisendi küllastajate demograafiliste näitajate, külasmusmotiivide, küllastajate tajutava sündmuse korralduse ning küllastajale oluliste tegurite kohta sündmuse puhul. Tegurid, mis motiveerivad tulema tagasi, soovitama sõpradele ja lahkuma positiivse emotsiooniga.

Kvantitatiivse uuringu läbi viimisel on omad tugevused ja nõrkused. Uuring sobib hästi olukorras, kus vastajate kätte saamine või intervjuu üles seadmine on raskendatud (Rice et al., 2017, lk 59). Kvantitatiivse uuringu eelis kvalitatiivse ees on, et saab sisendi suuremalt hulgalt inimestelt ning üleüldisema ülevaate rahulolu kohta. (Rice et al., 2017, lk 59, 64). Kuna sündmus toimub korra aastas ja muul ajal on küllastajatega kokku saamise organiseerimine keeruline, osutus uuringumeetoditest sobivaimaks kirjalik küsitlus sündmuse lehel jagatava küsimustikuga. Ankeetküsitluse valikut toetab põhimõte, et soovitakse parandada korraldatava sündmuse üldist kvaliteeti, ehk selgitada välja külasmusmotiive ning külastust mõjutavaid tegureid.

Uuringu läbi viimiseks ja andmete kogumiseks oli kasutusel ankeetküsitlus ning tulemuste välja selgitamiseks kasutati statistilist andmeanalüüsi ja avatud vastuste puhul sisulise kirjeldava statistika meetodit.

Uuringu küsimustik loodi LimeSurvey küsitluskeskkonna ning uuring koosnes 19 küsimusest. Vastamine võttis aega umbes kolm kuni viis minutit ning oli anonüümne. Uuringu ülesehitus koosnes neljast plokist (vt Tabel 1).

Tabel 1 Küsimuste plokid ja kasutatud allikad

Teemaplokk	Küsimused	allikas
Demograafilised näitajad	1.sugu 2.vanus 3.elukoht 4.Kellega külastati	
Sündmuse küllastamise ajendid	5.Hinnang küllastamise ajenditele 6.Hinnang küllastamise eesmärkidele 7.Tajutav sündmuse suunitlus 8. Tajutav sündmuse eesmärk	Snepenger et al., 2006, lk 141

Tajutav sündmuse korraldus	9.Sündmuse eeltöö kvaliteet 10.Millele tulevikus rõhku panna 11.Sündmuse korraldus	Raj et al., 2017, lk 266
Sündmuse rahulolu	12.Kuidas jääd sündmusega rahule 13.Sündmusega seotud tegurite hinnang 14.Sündmusel pakutavate teenuste hinnang 15.Üldine hinnang sündmusele 16.Kas soovitaks sõpradele 17. Kas plaanitakse tagasi tulla 18. Parendusettepanekud	Pai, et al., 2021

Esimeses plokis soovis autor välja selgitada küllastajate demograafilised näitajad, et saada ülevaade, kes sündmusel käivad ja kas kohale tullakse üksnes lähipiirkonnast, või võetakse ette ka pikem sõit sündmuseks osasaamiseks.

Teises küsimuste plokis võeti aluseks Iso-Ahola motivatsiooni teooria meelelahutussündmustega seonduva kohta (Snepenger et al., 2006, lk 141). Kus küsimuste käigus uuriti, mis ajendab ja mis eesmärgiga sündmusi külastatakse.

Kolmanda plokki eesmärk oli toetudes Watts-i põhiideedest koostatud etapikaardile selgitada välja, kuidas küllastajad tajusid sündmuse organiseeritust (Raj et al., 2017, lk 266). Etapikaart koosneb seitsmest punktist, mille ülesehituse põhimõte on, et eelmine punkt toetab järgmist.

Neljas ja viimane plokk sai eeskuju 2021 aastal läbi viidud Macau toidufestivali uuringust. Uuringu käigus prooviti välja selgitada, mis on kõige olulisemad tegurid, mis jätavad küllastajale piisavalt positiivse emotsiooni, et tulla ka järgnevatel kordadel tagasi (Pai, et al., 2021, lk).

Uuringu üldkogum oli Tamme Traube Veini- ja Siidritalu Avatud talude päeva juba külastanud inimesed. Sündmust on läbi viidud kolm aastat ning igal aastal on sotsiaalmeediasse loodud sündmus, kus on olnud võimalik märkida osalemine. Kokku oli kolme aasta peale osalemise ära märkinud 216 inimest ja huvitatud 1089. Reaalne küllastajate arv kolme aasta peale on olnud tunduvalt suurem, kõik ei kasuta

sotsiaalmeediat ning mõned astuvad läbi möödudes. Postitust küsitlusega jagati nii Tamme Traube Talu Facebooki kui ka Instagrami konto lehel mitmeid kordi.

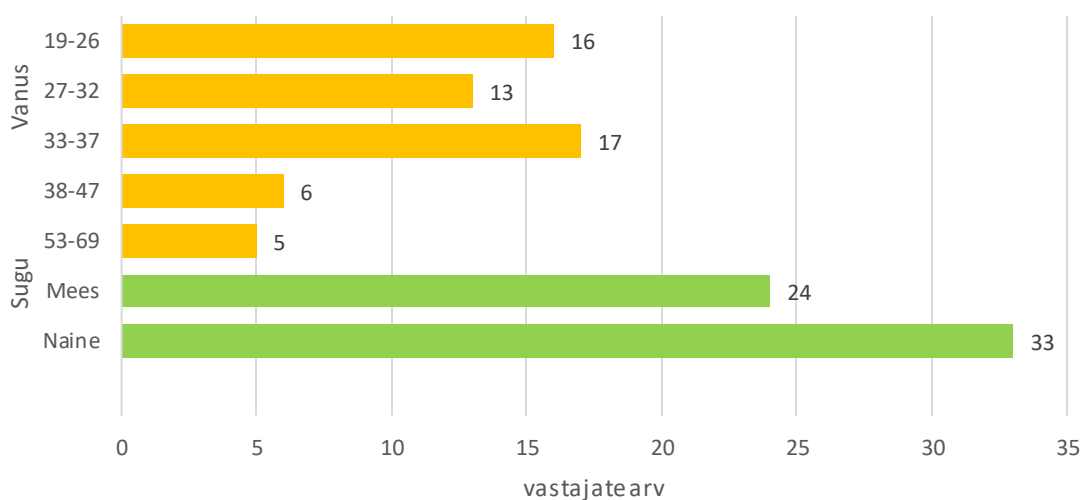
Küsitlus avati vastajatele 27.03.2023 ning vastamisperiood kestis neli nädalat ja lõppes 24.04.2023. Nelja nädala jooksul avas ankeedi 430 inimest, kellest täielikult täitis küsimustiku 57 vastajat. Tulemuste analüüsiks kasutati üksnes täielikult ankeedi täitnud vastajate vastuseid. Uuringu käigus saadud vastuste analüüsimiseks kasutas autor andmetöötlusprogrammi Excelit.

2.2. Uuringu tulemused

Ankeetküsimustiku täitsid täielikult 57 vastajat. Nendest 33 olid naised ning 24 mehed. Vastustest tulenevalt võib etteruttavalt öelda, et siidri- ja veinitalu korraldatav sündmus huvitab rohkem naisi kui mehi.

Vanuseliselt jagunesid vastanud järgnevalt:

- kõige enam ehk 17 vastajat olid vanusevahemikus 33–37;
- kõige vähem vastajaid oli vanusevahemikus 53–69 (n=5);
- 46 inimest vastanutest jäid vanusevahemikku 19-37 aastat;
- üle 37 aasta vanuseid vastajaid oli 11 (vt. Joonis 1).



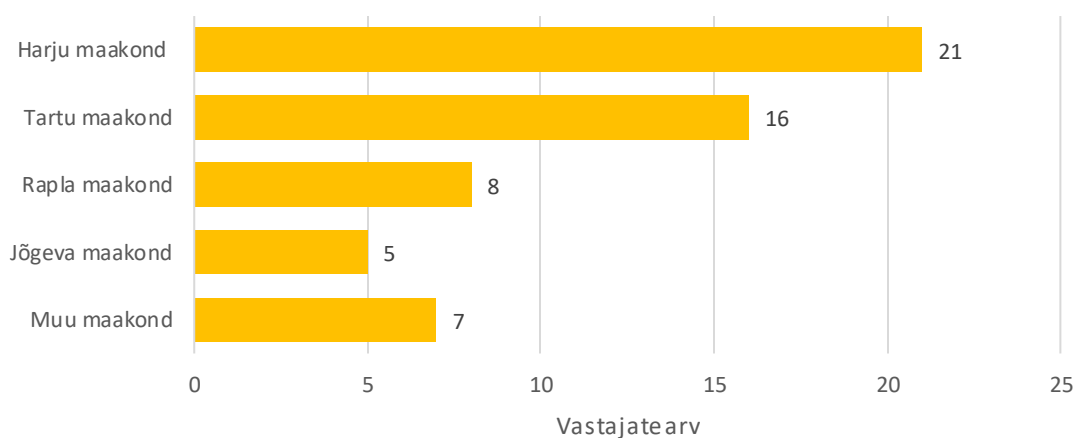
Joonis 1. Vastajate jaotus soo ja vanuse järgi

Vastajate seast oli kõige enam inimesi Harju maakonnast (n=21), millele järgnes Tartu maakond 16 vastajaga (vt. joonis 2). Piirkonnad, kus vastajaid oli ainult üks või polnud üldse, on koondatud vastuse muu alla (n=5).

Arvestades, et Tamme Traube veini ja siidritalu asub Põlva maakonnas, on ootamatu, et kõige suurem osakaal külastajatest, kes küsimustikule vastasid, on Harju maakonnast. Harjumaa kaugus Tamme Traube talust on umbes 200 km, ehk sündmust külastanud inimesed olid valmis võtma ette pika teekonna. Samuti oli üllatav, et vastanute seas oli vaid 1 inimene, kes märkis oma elukohaks Põlva maakond. Sihtkoha lähedust arvestades oleks eeldanud, et sealsest piirkonnast vastajaid on kõige enam või vähemalt rohkem kui üks inimene.

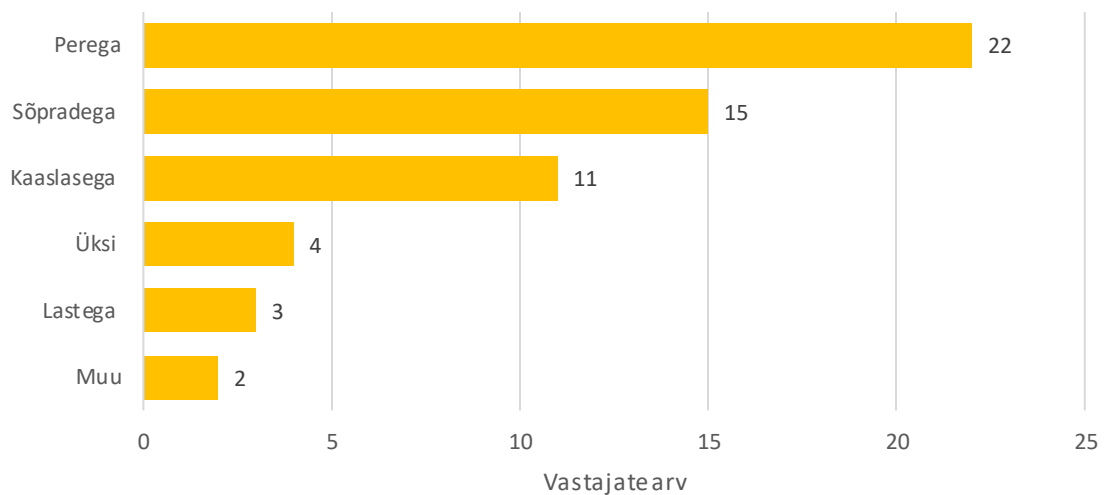
Neljas maakonnas oli vastanute arv suurem kui üks. Nendeks maakondadeks olid Harjumaa, Tartumaa, Raplamaa ja Jõgevamaa. Kui Tartumaa välja jätta, siis kõigist teistest maakondadest vastajad asuvad sihtkohast umbes 90 km- 219 km kaugusel, mis omakorda tähendab seda, et parimal juhul reis Tamme Traube talusse võttis aega 1tund ja kaugemaist punktist nagu Tallinn umbes 2,5 tundi.

Küsimustiku vastustest tõusis esile, et kaugematest kohtadest vastajad oli nooremapoolsed inimesed ja sihtkohale lähemal asuvad inimesed üle keskea või keskealised. Harjumaalt vastajatest olid 16 inimest vanusevahemikus 19- 33 eluaastat. Samas üle 50 aastastest vastajatest, keda oli kokku neli, olid kolm inimest lähiümbrusest (Tartumaalt) ning üks kaugemalt (Tallinn) (vt. Joonis 2).



Joonis 2. Vastajate arv elukoha järgi

Töö autor küsis ankeetküsimustikus, kellega koos vastaja Tamme Traube talu külastas. Vastusteks olid ette antud variandid järgmised: üksi, sõpradega, lastega, kaaslasega, perega, muu. Kui koondada antud vastusevariandid suuremaks grupiks, siis on näha, et sündmust külastanud inimeste grupid on peamiselt omavahel lähedased inimesed (n=51) ja vaid üksikud vastanutest külastasid sündmust üksinda (n=4). Vastustest selgus, et kõige enam külastati sündmust sõprade ja kaaslastega (n= 26) ning pere ja lastega (n=25). Nende vastanute sooline jaotus, kes külastasid sündmust koos perega, oli võrdne nii naiste kui ka meeste seas. Mõlemal puhul oli 11 vastajat. Üksi külastas sündmust kolm meesterahvast ja üks naisterahvas. Muu all oli välja toodud, et külastati nii sõprade, laste kui ka elukaaslasega. Üks vastajatest sündmust ei külastanud (vt. Joonis 3).

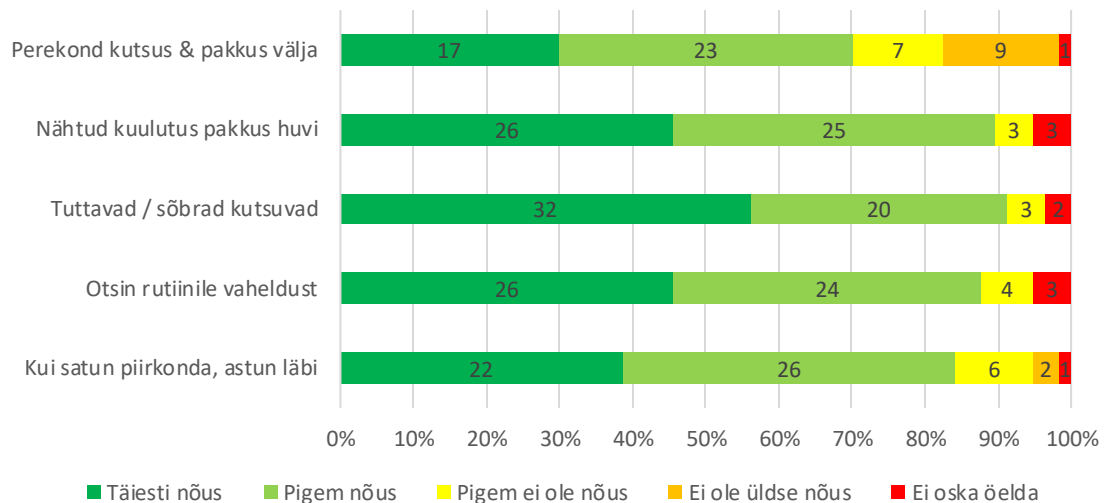


Joonis 3. Vastajate arv kellega sündmust külastati

Küsimustikus uuriti, mis ajendas vastajaid Tamme Traube talu külastama. Vastajad said ette väited, kus igale väitele tuli anda hinnang (täiesti nõus, pigem nõus, pigem ei ole nõus, ei ole üldse nõus, ei oska öelda (vt. lisa 1). Vastustest selgus, et enamjaolt motiveerisid sündmust külastama perekond ja tuttavad/sõbrad. 57st vastajast 40 olid täiesti nõus või pigem nõus väitega, et perekond kutsus ja pakkus välja talu külastamise avatud talude päeval. Samas 16 inimest vastanutest märkis, et perekondlik ajend külastamise põhjusena puudub, ehk vastasid pigem ei ole nõus või ei ole üldse nõus. Sellega, et sõbrad ja tuttavad motiveerisid neid üritusel osalema olid pigem nõus ja täiesti nõus 52 inimest.

Suur hulk vastajatest kinnitavad Iso-Ahola motivatsiooniteooria, mille põhjal tekib soov meelelahutuse järgi siis, kui otsitakse pääseteed rutiinist. Nimelt 50 inimest olid täiesti nõus või pigem nõus väitega, et nad külastasid Tamme Traube talu igapäeva elule vahelduse leidmise eesmärgil. Üksnes 4 kõigist vastajatest, et olnud selle väitega pigem nõus ning kolm ei osanud antud väitele vastata.

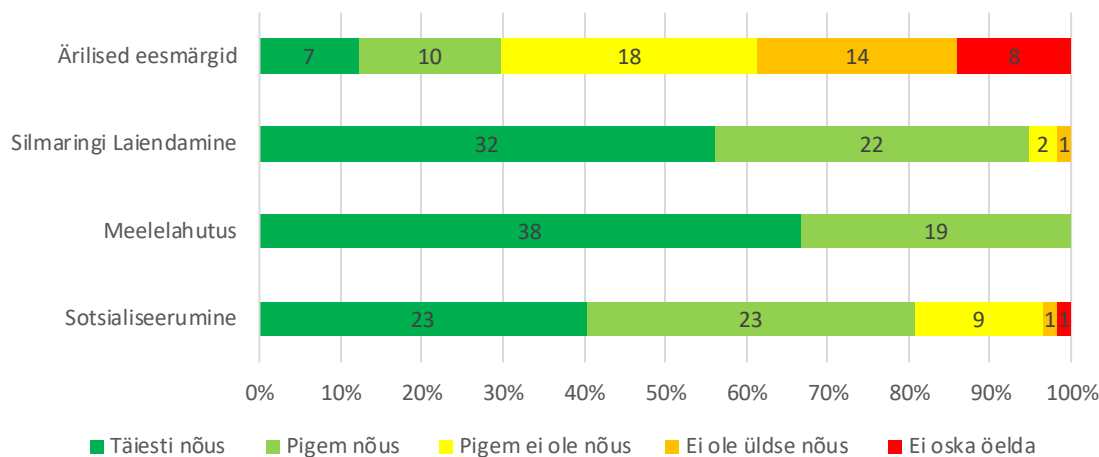
Suur hulk vastajatest (n=51) märkisid, et nähtud kuulutus pakkus huvi ning see ajendas neid külastama Tamme Traube talu ning 48 vastajat kinnitasid, et talu külastamise ajendiks on see, kui nad satuvad Tamme Traube talu lähedal asuvasse piirkonda. 8 vastajat märkisid, et piirkonda sattudes nad pigem uuesti talu ei külasta ning üks inimene ei osanud küsimusele vastata (vt. Joonis 4).



Joonis 4. Sündmuse külastamise ajendid

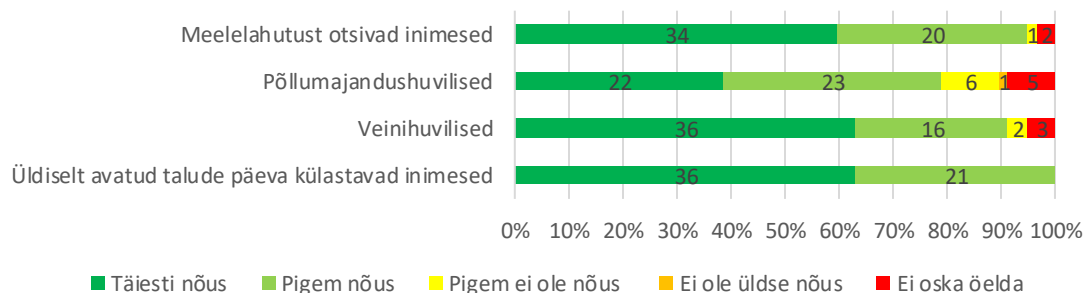
Kõige enam külastati Tamme Traube talu avatud talude sündmust meelelahutuslike eesmärkidel. Kõikidest vastajatest 38 olid selle väitega täiesti nõus ning 19 vastajat pigem nõus. 54 vastajat kinnitasid, et talu külastamise üheks eesmärgiks oli silmaringi laiendamine ja 46 inimest tegid seda sotsialiseerumise eesmärgil. Ärulistel eesmärkidel külastas sündmust 17 vastajat. Nendest 9 inimest olid sündmust külastamas kaaslaste ja sõpradega, 4 vastajat üksi ja 4 vastajat peredega. Huvitav selle juures on see, et 8 inimest märkisid, et nad ei tea, kas sündmuse külastamise eesmärk nende jaoks oli äriiline või mitte. Nendest 5 inimest olid sündmust külastamas oma sõprade/ kaaslastega ning 3 perega. Kõik need, kes külastasid sündmust üksinda vastasid, et tegid seda muuhulgas ka

ärilistel eesmärkidel. Sotsialiseerumise ja silmaringi laiendamise eesmärk puudus mõlemal juhul ühel inimesel (vt. Joonis 5).



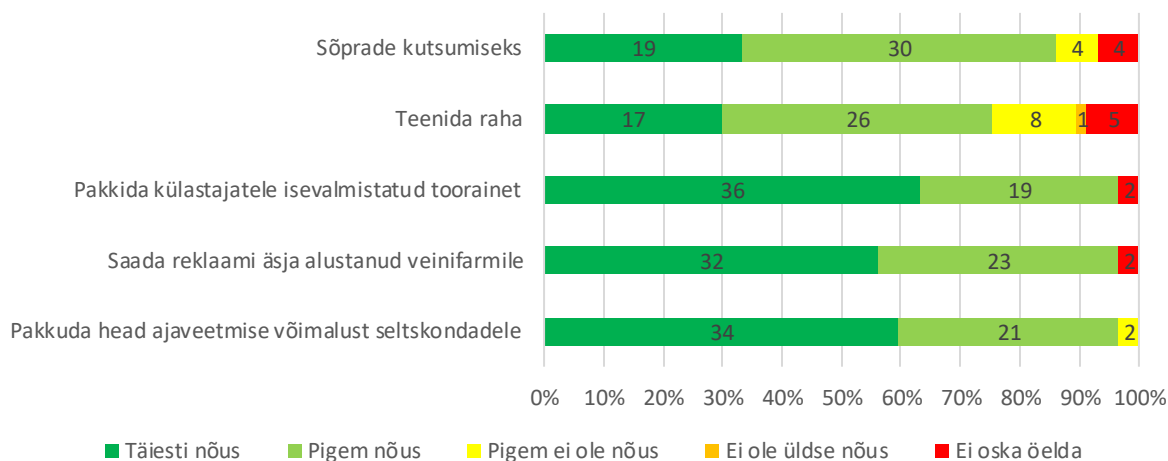
Joonis 5. Sündmuse küllastamise eesmärgid

Tamme Traube talu küllastanud ning küsimustikule vastanud inimesed märkisid, et sündmus oli suunatud eelkõige nendele inimestele, kes muidu ka avatud talude päevadel osalevad. Väitega oli täiesti nõus 57st vastajast 36 ning pigem nõus 21 vastajat. Samuti tajusid ja märkisid vastajad, et sündmus on suunatud meelelahutust otsivatele inimestele (n=54), veinihuvilistele (n=52) ja põllumajandushuvilistele (n=43). 2 vastajat leidsid, et üritus ei ole suunatud veinihuvilistele ning 3 ei osanud sellele vastata. Samuti ei näinud 12 vastajat sündmuse seost põllumajandusega avardamine (vt. Joonis 6). Kui vaadata, kes nendeks vastajateks on, siis saab luua seoses nende ürituste küllastamise eesmärkidega. Vastajate näol oli enamjaolt tegu nende inimestega, kes märkisid Tamme Traube talus käimise eesmärgiks meelelahutus ja sotsialiseerumine ning üksikutel juhtudel ka silmaring.



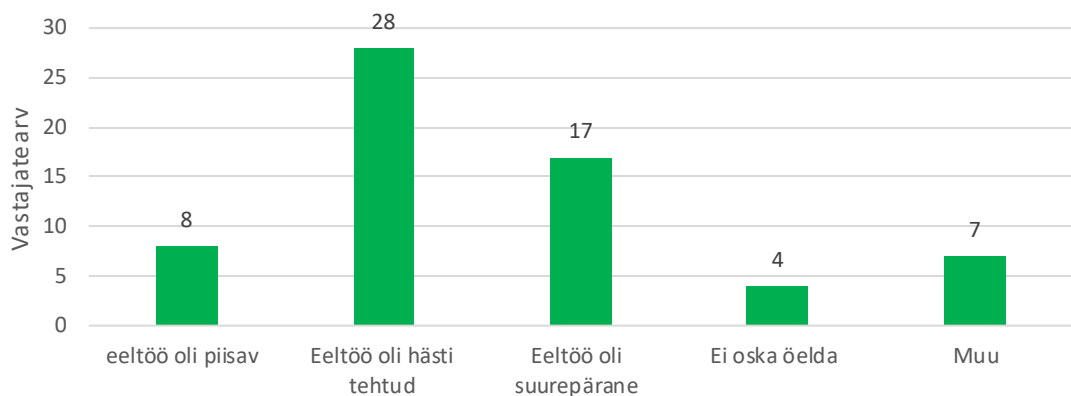
Joonis 6. Küllastaja taju sündmuse suunitlusele

Küsimusele, mis eesmärgil Tamme Traube talu avatud talude päeva läbi viis, leidsid enamik vastajad, et nendeks on isevalmistatud tooraine pakkumine, veinifarmile reklaami tegemine ning seltskondadele ajaveetmise võimaluse pakkumine. Vähem nähti sündmuse toimumise eesmärkidena raha teenimist ja sõprade kutsumist külla. Ligi 13 vastajat, ei osanud eesmärke kajastavatele küsimusele vastata ning 14 vastajat ei nõustunud väidetega, et sündmuse eesmärk on teenida raha (n=8), sõpru külla kutsuda (n=4) ja ajaveetmise võimaluse pakkumine (n=2)(vt. Joonis 7). Need vastajad, kes tundsid, et sündmuse eesmärk ei olnud raha teenimine ei nõustunud ka selle väitega, et selle sündmuse külastamise eesmärk on äriiline (n=7).



Joonis 7. Külastajatele tajutav sündmuse eesmärk

Küsimusele, kuidas hinnati sündmuse eeltööd vastati kõige enam, et eeltöö oli tehtud hästi (n=28). Vastajatest 17 märkis ära, et eeltöö oli suurepärase, kaheksa arvas, et eeltöö oli piisav, neli ei osanud vastata. Eeltöö oli puudulik ei märgitud ära ühegi vastaja poolt. Lisaks vastusele sai jätta ka kommentaari avatud tekstina. Välja oli toodud nii positiivseid kui ka negatiivseid asju, kuid kohati rääkisid erinevad kommentaarid üksteise vastu. Ühel puhul toodi välja, et võrreldes eelneva aastaga oli toidumenüü läinud kallimaks ning rohkema raha eest sai vähem toodangut. Samas oli järgnev kommentaar jäetud, et nii toit kui ka pakutav tooraine oli taskukohane ja hea. Välja tasub veel tuua kommentaarid, kus mainitakse kahel korral, et oli hästi korraldatud ning oli tunda, et on ettevalmistustega vaeva nähtud (vt. Joonis 8).



Joonis 8. Küllastajate hinnang sündmuse eeltööle

30 vastanut esitasid ettepanekuid, mida järgnevatel aastatel paremini ettevalmistuse osas teha. Nendest 17 vastajast tõid välja sisulisi ettepanekuid, mida sündmuse korraldamisel arvesse võtta. Sisuliste ettepanekute tegijaid olid need vastajad, kes hindasid, et eeltöö oli hästi või suurepäraselt tehtud (n=16) ning eeltöö oli piisavalt tehtud (n=1).

Sisulistest ettepanekutest toodi kõige enam välja, et rohkem võiks olla tegevusi erinevatele sihtrühmadele ja lastele. Laste tegevuste olulisust põhjendati sellega, et see annaks võimaluse vanematel rohkem sündmust nautida. Selle sisulisi ettepanekuid esitati 10 vastaja poolt. Järgnevalt toodi välja, et alal võiks olla rohkem laudadega istumiskohti, pikniku alasid ja paiku, kus lihtsalt omaette olla või müüdavaid tooteid nautida (n=3). Kolmel korral toodi välja, et rohkem võiks olla valikutes mittealkohoolseid jooke ning müüdavate toodete hinnad võiksid olla madalamad, sest farmi näol pole tegu kogunud ja maineka ettevõttega. Üksikute kommentaaridena toodi välja, et sündmuse toimumise koht võiks olla rohkem kaunistatud ning talutuure võiks toimuda vähem, et peremees saaks sündmusel ka külalistega tuuride väliselt rohkem tegeleda (vt. Tabel 2).

Tabel 2 Ettepanekud sündmuse arendamiseks (n=17)

Ettepanek	Sõprade ja kaaslastega ürituste küllastajad	Perede ja lastega küllastajad	Kokku
Rohkem tegevusi lastele	2	5	7
Istumiskohad, piknikualad, kohad, kus lamada ja omaette olla	3		3
Rohkem erinevaid tegevusi, erinevatele	2	1	3

vanuserühmadele (sh. õhtujuht, artistid)			
Hinnad odavamaks	2		2
Alkoholivabade jookide pakkumine		2	2
Dekoratsioonid, et ala oleks huvitavam	1		1
Vähem talutuure, et peremees saaks teiste külalistega aega veeta		1	1

Vastajatel paluti hinnata sündmuse korraldust ning põhjendada oma vastuseid, kui sündmuse korraldus tundus halb, väga halb või enamvähem. Kõik 57 vastajat märkisid, et sündmuse korraldus oli hea (n=35) või väga hea (n=22). Küsimusele sai jätta kommentaare, mida kasutas kuus ankeedi täitjat. Kommentaaridena toodi välja, et korraldus ja läbiviimine oli hea, kuid alati saab paremini ja arenemisruumi veel on.

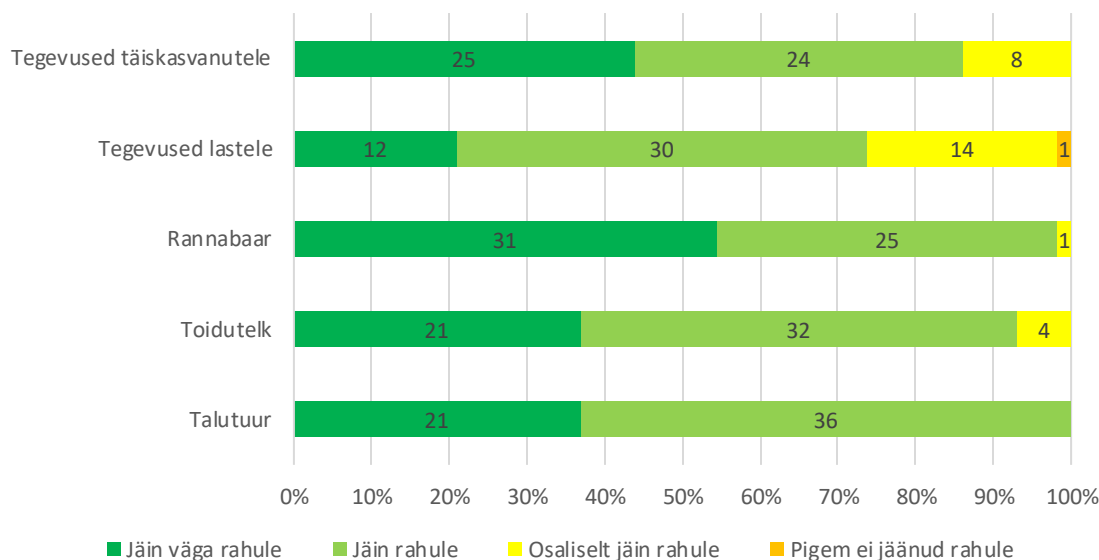
Nende vastajate rahulolu, kes hindasid sündmuse korraldust heaks oli madalam, kui nende rahulolu, kes hindasid sündmuse korraldust väga heaks. Väga rahul oli sündmusega 33 vastanut. Pigem rahul valiku märkisid ära 23 sündmuse külastajat, nii ja naa valis vastuseks üks inimene. Kui väga hea hinnangu korraldusele andnud inimeste seas tundsid 19 inimest end väga rahulolevana ja 3 pigem rahulolevana, siis nende seas, kes hindasid sündmuse korraldust heaks tundsid 20 inimest, et nad olid pigem rahul, 14 inimest et väga rahul ja üks nii ja naa (vt. Joonis 9).

Töö autor palus rahulolu puudutavale küsimusele jätta kommentaare, kui vastaja tunneb, et ta rahulolu sündmusega oli madal. Hoolimata sellest, et ükski vastaja, ei valinud, et ta pigem ei olnud rahul või ei olnud rahul, olid kuus inimest siiski omapoolsed kommentaarid pannud. Kõik kommentaarid olid positiivse sisuga ja sarnased. Toon järgnevalt välja mõned näited: „väga äge sündmus“, „läheksin teinekordki“, „väga tore oli“ ja muude sarnaste välja ütlemistega.

Peremehe ja korraldusmeeskonna poolt organiseeritud ajaveetmise ja toitlustusega seotud tegevused said vastajatelt kõrge hinnangu. Kõige rohkem positiivset tagasisidet sai läbi viidav talutuur. Vastajatest 21 jäid talutuuriga väga rahule ning 36 jäid talutuuriga rahule. Küllastajate rahulolu oli kõrge ka rannabaariga. 56 vastajat jäid rahule või väga rahule.

53 vastajat olid rahul või väga rahul toidutelgiga. Nendest neljast vastajast, kes olid pigem rahul, olid kolm toonud küsimustikus eelpool välja, et alkoholivabade jookide ja lastele mõeldud jookide valik võiks olla rikkalikum.

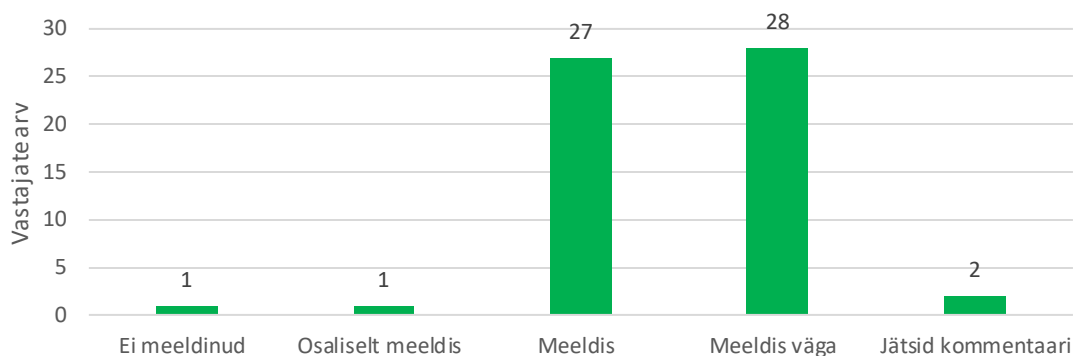
Kõige vähem olid vastajad rahul tegevustega, mida pakutakse nii täiskasvanutele kui ka lastele. Selle suunalisi ettepanekuid tehti ka küsimustikus varem. Nimelt 17 vastajast 10 tõid välja, et tegevusi võiks nii täiskasvanutele kui ka lastele rohkem olla (vt. Tabel 1). Kui osalist rahuolu toodi täiskasvanute tegevuste osas välja 8 vastaja poolt, siis laste tegevuste osas suisa 14 vastaja poolt. Üks vastajatest märkis, et ei jäänud lastele mõeldud tegevustega rahule. Lastele suunatud tegevuste madal rahuolu hinne ning kommentaarid olid eelkõige esitatud nende vastajate poolt, kes külastasid talu peredega (vt. Joonis 11, Tabel 2).



Joonis 11 Hinnang sündmusel pakutavale

Vastajatel paluti anda üldine hinnang, kuidas jääd Tamme Traube Avatud talude päeva sündmusega rahule. Vastajatel oli võimalik jätta omapoolne kommentaar, kui soovis väljendada, mis ei meeldinud. Ankeedi täitjatest 28 märkis, et sündmus meeldis

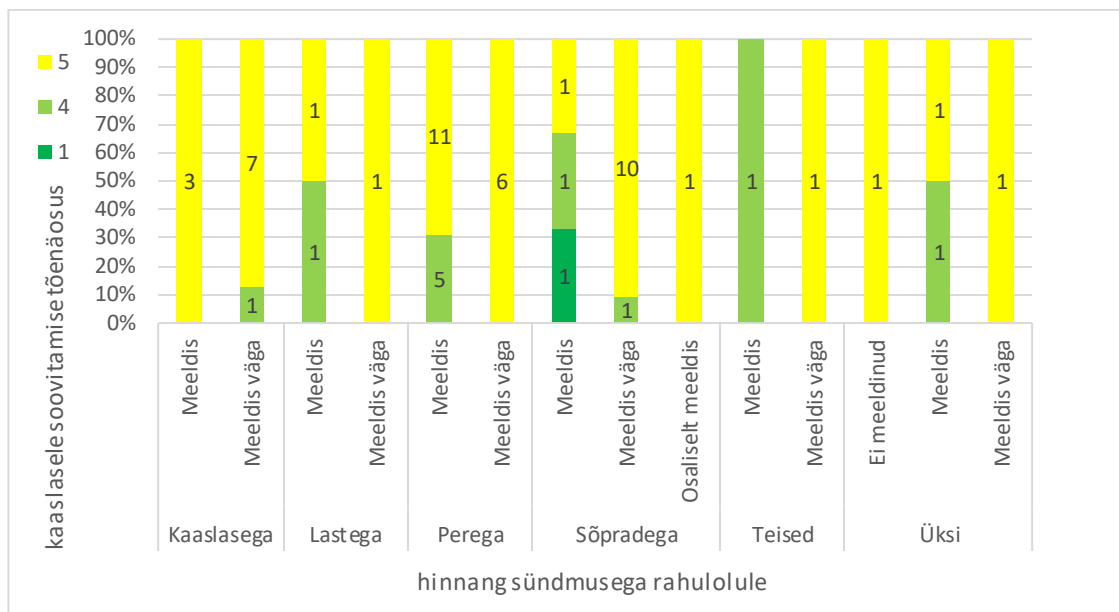
väga, 27 vastajat valis vastuseks meeldis, ühele vastajale meeldis osaliselt ja ühele vastajale ei meeldinud. Kaks vastajat jätsid ka omapoolse kommentaari. Ühel puhul toodi välja, et korraldusmeeskond on suure töö ära teinud ning teine vastaja ütles, et ei ole veel sündmusele jõudnud, kui nüüd on plaani võetud (vt. Joonis 13).



Joonis 12 Üldine sündmuse kogemus

Küsimusele kui suure tõenäosusega soovitaks Tamme Traube Avatud talude päeva sündmust sõpradele paluti vastata viie palli skaalal. Vastus üks tähendas, et ei soovitaks üldse ning viis tähendas, et soovitaks kindlasti. Kokku 57st vastajast valis vastuse soovitaks kindlasti 45 külastajat. Hinde neli andis 11 inimest ning üks vastaja tõdes, et ei soovitaks sõpradele talu külastamist üldse.

Huvitav selle juures on see, et kuigi ettepanekuid tehti suures osas just laste tegevuste puudumise osas, siis lastega ja peredega talu külastanud vastajad on märkinud, et neile sündmus, kas meeldi või meeldis väga ning nad soovitaksid sündmuse külastamist oma tuttavatele. Samas üksi sündmust külastanud vastaja on öelnud, et sündmus talle ei meeldinud, kuid tuttavatele kindlasti soovitaks selle sündmuse külastamist. Üks vastanutest, kes külastas sündmust koos sõpradega on märkinud, et sündmus meeldis talle, kuid ta kindlasti ei soovitaks seda oma tuttavatele (vt joonis 13)



Joonis 13 Sündmusega rahulolu ja kaaslastele soovitamise hinne

Küsimusele, kas juba sündmust külastanud isik plaanib ka tulevikus Tamme Traube avatud talude päeva sündmusest osa võtta, märkis 46 vastuseks jah kindlasti, 10 vastas võibolla ja üks jättis vastuse, et ei plaani. Võimalus oli ka jätta kommentaare, kuid antud küsimuse puhul sisukaid kommentaare välja ei toodud.

Uuringu lõpetuseks oli avatud vastusega küsimus, mille puhul paluti sündmust külastanud isikutel tuua välja mõtteid ja ideid, kuidas tõsta edasiste sündmuste kvaliteeti. Küsimusele vastanud kõik 25inimest tõid mitmelgi korral välja vastusena kõik on hästi, või et ei oska midagi soovitada. 14 vastanut jätsid täpsema kommentaari, milles olevaid soovitusi saab edaspidiste korralduste raames kasutada.

Vastajad soovitasid :

- alkoholivabade jookide valik võiks olla suurem;
- lastel võiks olla rohkem tegevusi;
- õhtusel ajal võiks olla tegevust näiteks mõni esineja;
- majutuse võimalus võiks olla, et saaks nautida ja viibida kohapeal paar päeva;
- veinifarmile iseloomulikud tegevused võiks olla (paljajalu viinamarjade pressimine, vaadist värsket veini laskmine);
- toitlustuse menüü võiks olla rikkalikum, et erideediga inimestel oleks ka valikuid;

- sündmuse reklaamimisele tuleks rohkem tähelepanu pöörata, et see jõuaks kõigi huvilisteni.

2.3. Järeldused ja ettepanekud

Käesoleva uuringu eesmärgiks oli anda sisend Tamme Traube veini- ja siidritalule, et kuidas ollakse rahul tänase Avatud talude päeva raames toimuva sündmusega ning millele tuleks edaspidi pöörata rohkem tähelepanu, et läbi viidav sündmus oleks ja jääks atraktiivseks kõigile külastajatele. Sündmust külastanud inimeste arv ning vastajate kogus on võrdlemisi väike, millest tulenevalt võib tõlgendada Bowdini klassifikatsiooni põhjal on hetkel tegemist veel kohaliku ja kõige väiksema sündmusega (Bowdin, et al., 2012, lk74).

Järgnevates lõikudes analüüsib autor uuringust saadud tulemusi samas järjestuses nagu oli koostatud uuringu küsimustik. Esimene plokk oli välja selgitamaks demograafilised näitajad. Teises plokkis sai ülevaate sündmuse külastamise ajendite ja eesmärkide kohta. Kolmandas küsimusteplokkis sai ülevaate sündmuse tajutavast korraldusest ning neljas ja viimane plokk andis sisendi sündmusega rahule jäämise kohta.

Demograafilisi näitajaid ilmestavad plokkis oli kokku neli küsimust, millega tehti selgeks sugu, vanus, elukoht ning kellega sündmust külastati. Tulemustest selgus, et külastajate seas oli rohkem naisterahvaid, kõige rohkem külastajaid oli vanusevahemikus 33-37. Demograafiliste näitajate analüüsi tulemused toetavad Donald Getzi (2008, lk 403) avaldatud artiklit, et sündmused motiveerivad inimesi reisima.

Kõige enam sündmust külastanud inimesi ei olnud üldse ümbruskonnast vaid pidid Tamme Traube avatud talude päeva külastamiseks ette võtma küllaltki pika teekonna. Kõige enam vastanud külastajaid oli pärit Harjumaalt, mis asub enam kui 200km kaugusel. Tuginedes UNWTO turismidefinitsioonile (UNWTO. n.d) võib öelda, et kõikide külastajate puhul on tegemist siseturistidega, sest liigutakse väljaspoole igapäevast elukeskkonda. Samuti joonistus küllaltki selgelt välja, et sündmust külastatakse peamiselt juba tuttavate isikutega. Peamiselt käidi sündmusel koos pere või sõpradega. Üksi sündmust külastanud inimesi oli vähe ning neljast üksi külastajast oli

kolm meest ning üks naine, mille põhjal võib järeldada, et meesterahvad on altimad ka üksi sündmustel käima.

Demograafilise ploki vastuste põhjal soovitaks Autor Tamme Traube talul leida võimalusi muuta sündmus rohkem atraktiivseks kõikidele vanusegruppidele, et ühtlustuksid külastajate arvud erinevates vanusegruppides. Säärane lähenemine annab rohkem võimalusi saada suust suhu turundust ning tulevaste sündmuste raames rohkem potentsiaalseid külastajaid. Samuti joonistub vastajate demograafilisi näitajaid vaadates välja, et praegult on külastajad enamjaolt pärit neljast maakonnast. Kuna vastajaid oli võrdlemisi vähe, siis täpset üldistust teha ei saa, kuid autor soovib sellegipoolest talu peremehel leida võimalusi jõuda rohkematesse piirkondadesse.

Külastajate vastustest ilmestus välja Iso-Ahola reisimotivatsiooni definitsiooni kinnitus, kus on välja toodud, et peamiselt tekib inimestel reisisoov, kui otsitakse rutiinile vaheldust (Snepenger et al., 2017, lk 141). Antud väitega olid kõige enam nõus naissoost külastajad. Samuti joonistus teise ploki küsimustikust välja, et kõige enam ajendavad inimesi sündmusi külastama sõbrad, pere ja tuttavad. Küll aga selgus teises küsimuste plokis, et paljud vastanutest külastasid sündmust üksnes seetõttu, et sattusid piirkonda. Siinkohal soovitaks talu peremehel arendada sündmust niiviisi, et inimesed külastaksid piirkonda just seetõttu, et seal on toimumas antud sündmus. Antud plokis võib järeldada, et Iso-Ahola külastuse motivatsiooni teooria peab paika. Välja toodud ajendid ja eesmärgid tähendasid kõik igapäevarutiinist väljumist ning vastustest lähtudes on näha, et vastajad olid variantidega kõige enam täiesti nõus või pigem nõus. Ei ole üldse nõus vastuste osakaal oli üksnes suurem äriliste eesmärkide puhul.

Küsimustikust selgus, et sündmuse eeltöö ja läbi viimine oli talul pigem piisavalt hästi läbi mõeldud. Vastajatele oli tajutav, kellele on sündmus suunatud ning mis on sündmuse eesmärk. Vaid mõned üksikud vastused ilmestasisid, et poldud päris ühel nõul, või ei osatud üldse vastata. Samuti selgus, et vastajate hinnangul oli sündmuse eeltöö tehtud pigem hästi üldiselt oldi sündmusega rahul. Toetudes Watts'i sündmuse ülesehituse seitsmest punktist koosnevale etapikaardile (Raj et al., 2017, lk 266), võib öelda, et nii mõnigi asi oli õnnestunud ja korrektselt läbi mõeldud.

Soovitustena, kuidas võiks edaspidi sündmus olla parem ja atraktiivsem, toodi välja, et suurendada tuleks söögi- ja joogivalikut, luua juurde rohkem piknikualasid, panna suuremat rõhku kaunistamisele või atmosfääri parendamisele ning mõelda juurde tegevusi lastele. Kuna suurem osa vastajatest külastas sündmust perega, siis tegevuste juurde organiseerimine lastele on oluline, et ka edaspidi olla atraktiivne sihtkoht perega reisijatele.

Pai ja teiste Macau (Pai, et al., 2021) toidufestivalil läbi viidud uuringus kajastus, et oluline on külastaja heaolu ja mugavus. Seega soovib autor Tamme Traube talu peremehel kõiki välja toodud ideid proovida rakendada edasiste sündmuste raames. Pai ja teiste läbi viidud uuringus jõuti ka järeldusele, et kui külastaja on sündmusega rahul, siis tõenäosus, et soovib tulla ka järgmine kord, on suurem. Tamme Traube avatud talude päeva külastajad jäid enamjaolt sündmusega rahule ning see kajastus ka selles, et soovitakse tulla tagasi ka tulevastele sündmustele.

Avatud vastusena toodi välja ideid, mida sündmuskorraldus võiks arvesse võtta edasiste sündmuste raames. Palju mainitakse ära, et rohkem tegevust tuleks planeerida lastele, et vanematele jääks vaba aega talus pakutava kogemiseks. Juurde tuleks luua majutusvõimalused, et soovi korral saaks koha peal nautida pakutavaid veine ja siidreid ilma, et peaks muretsema rooli istumise pärast. Planeerida tuleks ka õhtused tegevused, kus oleks võimalik sotsialiseeruda ja mõnda esinejat nautida. Rikastada tuleks menüüid, kus oleks valikus ka toidud näiteks taimetoitlastele või eridieedil olevatele inimestele. ning rõhku tuleks pöörata rohkem reklaamile, sest küsimuste vastustest tuli välja, et toimuv sündmus ei jõua eriti inimesteni.. Edasised toimingud võiksid Tamme Traube talu peremehel olla saadud tagasiside analüüsimine ning välja toodud puuduste likvideerimine, et järgnev sündmus edukamalt läbi viia.

KOKKUVÕTE

UNWTO definitsiooni järgi sotsiaalne, kultuuriline ja majanduslik fenomeen turism jääb inimestele alati atraktiivseks valdkonnaks. Sündmusi külastavad kultuurituristid, kelle eesmärgiks on omandada uusi kogemusi, liikuda ringi ning avastada materiaalseid ja mittemateriaalseid vaatamisväärsusi on sündmuse läbi viiatele oluline sihtrühm, kelleni tee leidmise nimel tuleb näha vaeva. Tamme Traube talus korraldatava Avatud talude päevade sündmus aitab suuresti kaasa nii talu enda kui ka sihtkoha lähiümbruse arengule. Sündmust külastava inimese kaudu on võimalik talul teenida kasumit arengu tarbeks ning sealjuures kasvab ka külastaja teadlikus piirkonnast.

Tamme Traube talus toimuvaid sündmusi võib eelkõige kategoriseerida suuruse järgi kui kõige väiksemat tüüpi sündmust- kohalik sündmus. Kohalikul sündmusel on rahvaarv väike ning aitab kaasa kogukonna tunde tekitamisele. Tulenevalt talu eripärast ja tegevusvaldkonnast võib aga järeldada, et pikas plaanis on eesmärk jõuda erisündmuseni, kus kuuldes Tamme Traube või Kiidjärve nime, teatakse kohe, et tegemist on veini- ja siidritaluga seotud sündmusega.

Oluline rõhk eduka sündmuse korraldamisel on planeerimisel. Eeltöö jooksul tuleb paika saada korrektne korraldusplaan, millest lähtudes sündmus õnnestub. Variante sündmuse korraldamise planeerimiseks on erinevaid. Ühe näitena on autor välja toonud Wattsi seitsmest punktist koosnevale etapikaardile tuginemine, kus tuleb määratleda eesmärgid, teha põhjalik uurimistöö, läbi viia teostatavusuuring, teha riskianalüüs ja arenguplaan, määratleda peamised huvirühmad, sooritada korrektne projektijuhtimine ja selle juurutamine ning hilisem sündmuse hindamine ja tagasisidestamine. Sündmuse korralduse planeerimisel tuleb arvesse võtta erinevad sisemised ja välimised tegurid, mis võivad mõjutada projekti ülesehitust ja läbi viimist.

Eduka sündmuse läbi viimiseks on vaja inimesi. Mõneti võib lausa hinnata läbi viidava sündmuste edukust tulenevalt osalejate arvust. Vähene osavõtt võib viidata sellele, et

inimestel puudub huvi või on korraldus ja läbi viimine puudulik. Sellest tulenevalt on vaja viia põhirõhk küllastajate heaolule. Olulised punktid on atmosfäär, asukoht, sündmus ise ja mugavustunne. Samuti on sündmuse läbi viimise kvaliteet oluline tegur küllastaja rahulolu tagamisel. Teenindus ja pakutavad teenused ning lisandväärtused peavad tekitama küllastajas piisavalt positiivseid emotsioone ja unikaalseid kogemusi, et oleks põhjust jagada sõpradega ning tulla tagasi ka järgmiste sündmuste raames.

Uuringu eesmärgiks oli välja selgitada tegurid, mis mõjutavad Tamme Traube talu küllastanud inimeste sihtkoha valikut Avatud Talude päevade raames. Uuringu läbi viimiseks kasutati küsimustiku, mis koosnes 18 küsimusest. Küsimustiku koostamisel võeti aluseks Iso-Ahola motivatsiooniteooria (Snepenger et al., 2017, lk 141), Watts'i seitsmest punktist koosnev etapikaart (Raj et al., 2017, lk 66) ja Pai jt. läbi viidud uuring Macau toidufestivalil (Pai jt, 2021).

Uuringu valimi moodustasid Tamme Traube Avatud Talude päevade sündmust juba küllastanud inimesed. Uuringuperiood oli vahemikus 27.03–25.04 ning selle aja jooksul avas küsimustiku kokku 430 inimest, kellest osaliselt täitis küsimustiku 373 ning täielikult 57 inimest. Andmete analüüsis kasutas autor üksnes täielikult ankeedi täitnud inimeste vastuseid. Küsimustik oli loodud Limesurvey keskkonnas ning andmete analüüsimiseks kasutati Excelit. Küsimustiku jagati Tamme Traube facebooki, instagrami ja juba toimunud sündmuste lehel.

Vastanutest olid 33 naised ning 24 mehed. Vastajad olid vanusevahemikus 19–69, kõige enam vastanuid oli vanuses 33–37 ning kõige enam vastanuid oli pärit Harju maakonnast. Kõige rohkem küllastati sündmust pere, sõprade ja kaaslasega.

Välja toodud sündmuse küllastamise ajendid, mis olid koostatud tuginedes Iso-Ahola motivatsiooniteooriale olid vastajatele tajutavad ning peamiselt küllastati meelelahutuse ja silmaringi laiendamise eesmärkidel. Samuti oli tajutav Watts'i etapikaardile tuginedes koostatud küsimuste osa, kus kinnitati, et sündmuse eesmärk ja suunitlus olid tajutavad.

Kõrgelt hinnati ka sündmuse läbi viimist ning sündmusega kaasnevaid tegureid nagu teenindus, külalislahkus, asukoht, sisu ja atmosfäär. Peamiselt soovitakse tulla tagasi ka järgmine kord ning soovitatakse ka sõpradele.

Lähtuvalt uuringutulemustest andis töö autor talu peremehele tagaside ettepanekute näol Tamme Traube Avatud talude päeva sündmuse arendamiseks. Mõelda tuleks juurde tegevusi lastele, luua rikkalikum menüü nii toidu kui ja joogivalikus, korraldada õhtused tegevused esineja näol ning pakkuda küllastajatele majutust.

Lõputöö eesmärk sai täidetud ning uuringu käigus selgus, et üldine tagasiside vastajate poolt on pigem positiivne. Sellest võib järeldada, et sündmuse ülesehitusel ja läbi viimisel on lähtutud õigetest punktidest. Edasise arengu ja sündmuse paremaks muutmiseks tuleb täide viia ideed, mis tulid välja uuringu käigus ning jätkata tööd vähemalt samas vaimus.

VIIDATUD ALLIKAD

- Augustine, A., & Viswanathan, B. (2021). A study on changes in tourist behaviour during pandemic. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, 10(8). <https://www.researchgate.net/publication/354023211>
- Avatud Talud*, (n.d.). Retrieved from: <https://www.avatudtalud.ee/et/nimekiri>
- Bowdin, A. J., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2012). *Events Management*. New York: Routledge
- Brida, J. G., Risso, W., A., (2009). Tourism as a factor of long-run economic growth: An empirical analysis for Chile. *European Journal of Tourism Research*, 2(2). 178-185. Retrieved from: <https://doi.org/10.54055/ejtr.v2i2.36>
- 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)
- Cady, S., H., Wheeler, J., V., Brodke, M., De Wolf, J., J.. (2011). Mission, vision, and values: What do they say?. *Organization Development Journal*, 29(1). 63-78. https://www.researchgate.net/publication/259265396_Mission_vision_and_values_What_do_they_say
- Colombo, A., & Marques, L. (2020). Motivation and experience in symbiotic events: an illustrative example grounded in culture and business events. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 222-238. [doi:10.1080/19407963.2019.1657437](https://doi.org/10.1080/19407963.2019.1657437)
- EAS. (2021). Eesti turism 2020. Allikas: https://static.visitestonia.com/docs/3637056_stat-2020-17-03.pdf
- Euroopa Kontrollikoda. (2021). Eriaruanne. ELi toetus turismile: vajadus uue strateegilise suunitluse ja parema rahastamisviisi järele. https://www.eca.europa.eu/lists/ecadocuments/sr21_27/sr_eu-invest-tourism_et.pdf
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 403-428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>

- Inforegister, (n.d). Retrieved from: <https://www.inforegister.ee/14134388-TAMME-TRAUBE-OU>
- Jones, M. (2017). *Sustainable event management*. New York: Routledge
- Lee, J. (2014). Visitors' emotional responses to the festival environment. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/285263337_Visitors'_Emotional_Responses_to_the_Festival_Environment
- Lohman, G., Panasso Netto, A. (2017). *Tourism theory. Concepts, models and systems*. CAB International. shorturl.at/chsC5
- Madray, J.S (2020), The Impact of COVID-19 on Event Management Industry, *International Journal of Engineering Applied Sciences and Technology*, Vol. 5, Issue 3, ISSN No. 2455-2143, Pages 533-535, Retrieved from: <https://ssrn.com/abstract=3689499>
- Mihajlović, I., Vidak, M., (2017). The Importance of Local Events for Positioning of Tourist Destination, *European Journal of Social Sciences Education and Research*, Vol. 5, Issue 4, ISSN No. 2312-8429, Pages 144-155, Retrieved from: https://revistia.com/files/articles/ejser_v4_i4_17/Iris.pdf
- Pai, C.-K., Lee, T., & Kang, S. (2021). Examining the Role of Service Quality, Perceived Values, and Trust in Macau Food Festival. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. <https://doi.org/10.3390/ijerph18179214>
- Raj, R., Walters, P., & Rashid, T. (2017). *Events Management: Principles and Practice*. London: SAGE Publication Ltd
- Rice, S., Winter, S. R., Doherty, S., & Milner, M. (2017). Advantages and disadvantages of using internet-based survey methods in aviation-related research. *Journal of Aviation Technology and Engineering*, 7(1), 58–65. <https://doi.org/10.7771/2159-6670.1160>
- Riigi Teataja. (n.d). Meetmed koroonaviiruse SARS-CoV-2 leviku tõkestamiseks. Loetud aadressil: <https://www.riigiteataja.ee/viitedLeht.html?id=7>
- Snepenger, D., King, J, Marshall, E, Uysal, M, (2006) *Journal of Travel Research*, Modeling Iso-Ahola's Motivation Theory in the Tourism Context, Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/249701095_Modeling_Iso-Ahola's_Motivation_Theory_in_the_Tourism_Context

- Smith L.J. S, (1994), *Annals of Tourism Research*, The tourism product, Volume 21, Issue 3, 582-595, ISSN 0160-7383, Retrieved from: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90121-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90121-X)
- Statistikaament. (2022). *TU51: EESTI ELANIKE ÖÖBIMISEGA SISEREISID*. [andmebaas]. https://andmed.stat.ee/et/stat/majandus__turism-ja-majutus__eesti-elanike-reisimine/TU51/table/tableViewLayout2
- Teoli, D., Sanvictores, T., & An, J. (2019). *SWOT Analysis*. StatPearls Publishing. <https://europepmc.org/article/med/30725987>
- UNWTO. (n.d). *Glossary of Tourism Terms*. Retrieved from: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- UNWTO. (2020). *International Tourism Highlights*. <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>
- UNWTO. (2017). *Tourism and Culture*. Retrieved from: <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>
- UNWTO. (2022). *Tourism Recovery Accelerates to Reach 65% of Pre-pandemic Levels*. Retrieved from: <https://www.unwto.org/news/tourism-recovery-accelerates-to-reach-65-of-pre-pandemic-levels#:~:text=Despite%20growing%20challenges%20pointing%20to,1.8%20trillion%20recorded%20in%202019.>
- Viviers, P.-A., & Slabbert, E. (2014). Should arts festivals focus on push or pull factors in marketing efforts? *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. <http://inx.lv/gTVF>
- Wu, Y.-C., & Lin, S.-W. (2022). Efficiency evaluation of Asia's cultural tourism using a dynamic DEA approach. *Socio-Economic Planning Sciences*, 84. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1016/j.seps.2022.101426>
- Yuan, J., Cai, L. A., Morrison, A. M., & Linton, S. (2005). An analysis of wine festival attendees' motivations: A synergy of wine, travel and special events? *Journal of Vacation Marketing*, 11(1), 41–58. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1177/1356766705050842>

Lisa 1. Küsimustik

Käesolev uuring on koostatud Tamme Traube talu meeskonna poolt ning küsimustikule vastamine võtab aega umbes 4-5 minutit. Nüüdseks oleme mõned aastad osalenud Tamme Traube taluga Avatud talude päevade sündmusel ning plaanis on ka tuleval suvel osa võtta. Seega oleksime tänulikud, kui vastaksite väikesele küsimustikule, mille eesmärgiks on muuta Tamme Traube Avatud talude päev kõigile osalejatele meeldivaks ja meeldejäävaks sündmuseks.

Küsimustikule vastamine on anonüümne.

1. Sugu?
 - a. Mees
 - b. Naine
2. Vanus? (avatud vastus, number)
3. Päritolu maakond? (rippmenüü)
 - a. Põlva maakond
 - b. Võru maakond
 - c. Valga maakond
 - d. Tartu maakond
 - e. Viljandi maakond
 - f. Jõgeva maakond
 - g. Pärnu maakond
 - h. Järva maakond
 - i. Rapla maakond
 - j. Ida-Viru maakond
 - k. Lääne-Viru maakond
 - l. Harju maakond
 - m. Lääne maakond
 - n. Hiiu maakond
 - o. Saare maakond
4. Kellega sündmust külastasite?
 - a. Üksi

- b. Sõpradega
- c. Lastega
- d. Kaaslasega
- e. Perega
- f. Muud

5. Palun andke oma hinnang allolevatele sündmuse küllastamise ajendite väidetele.

	Täiesti nõus	Pigem nõus	Pigem ei ole nõus	Ei ole üldse nõus	Ei oska öelda
Kui satun piirkonda, astun läbi					
Otsin Rutiinile vaheldust					
Tuttavad / sõbrad kutsuvad					
Nähtud kuulutus pakkus huvi					
Perekond kutsus & pakkus välja					

6. Palun andke oma hinnang allolevatele sündmuse küllastamise eesmärkide väidetele.

	Täiesti nõus	Pigem nõus	Pigem ei ole nõus	Ei ole üldse nõus	Ei oska öelda
Sotsialiseerumine					
Meelelahutus					
Silmaringi laiendamine					
Ärilised eesmärgid					

7. Palun hinnake, kellele on Teie arust Tamme Traube avatul talude päeva sündmus suunatud

	Täiesti nõus	Pigem nõus	Pigem ei ole nõus	Ei ole üldse nõus	Ei oska öelda
Üldiselt avatud talude sündmust küllastavatele inimestele					
Veinihuvilistele					
Põllumajanduhuvilistele					
Meelelahutust otsivatele inimestele					

8. Palun andke oma hinnang, mis on Teie arust Tamme Traube avatud talude sündmuse eesmärk?

	Täiesti nõus	Pigem nõus	Pigem ei ole nõus	Ei ole üldse nõus	Ei oska öelda
Pakkuda head ajaveetmisvõimalust seltskondadele					
Saada reklaami äsja alustanud veinifarmile					
Pakkuda küllastajatele isevalmistatud toorainet					
Teenida raha					
Sõbrad kutsuvad					

9. Kuidas hindate pealtnäha sündmuse jaoks tehtud eeltöö kvaliteeti?
- a. Eeltöö oli puudulik
 - b. Eeltöö oli piisav
 - c. Eeltöö oli hästi tehtud
 - d. Eeltöö oli suurepärane
 - e. Ei oska öelda
10. Millele võiks korraldusmeeskond tulevaste sündmuse raames rohkem tähelepanu pöörata? (Avatud vastus)
11. Kuidas hindate sündmuse korraldust? (Palun põhjendagu, mis oli puudu, kui korraldus polnud teie jaoks hea või väga hea)
- a. Korraldus oli väga halb
 - b. Korraldus oli halb
 - c. Korraldus oli enamvähem
 - d. Korraldus oli hea
 - e. Korraldus oli väga hea
12. Kuidas jäite sündmusega rahule? (Palun põhjendage, kui ei olnud sündmusega rahul)
- a. Ei olnud rahul
 - b. Pigem ei olnud rahul
 - c. Nii ja naa
 - d. Pigem olin rahul
 - e. Olin väga rahul

13. Hinnake järgmiseid sündmusega seotud tegureid 5 palli skaalal, 1 väga halb, 5 väga hea.

	Väga halb	Halb	Enamvähem	Hea	Väga hea
Teenindus					
Külalislahkus					
Asukoht					
Sündmuse sisu					
Atmosfäär					

14. Kuidas jäite sündmustel rahule järgnevatae punktidega?

	Ei jäänud üldse rahule	Pigem ei jäänud rahule	Osaliselt jäin rahule	Jäin rahule	Jäin väga rahule
Talutuur					
Toidutelk					
Rannabaar					
Tegevused lastele					
Tegevused täiskasvanutele					

15. Kuidas hindate Tamme Traube talu avatud talude päevade sündmust

- a. Ei meeldinud üldse
- b. Ei meeldinud
- c. Osaliselt meeldis
- d. Meeldib
- e. Meeldis väga

16. Kui suure tõenäosusega soovtaksite Tamme Traube talu külastamist sõpradele?

(1 - Ei soovitaks üldse, 5 - Kindlasti soovitaks)

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5

17. Kas plaanite tulevikus ise veel külastada Tamme Traube talu avatud talude päevade sündmust? (sai jätta kommentaari)

- a. Ei
- b. Võibolla
- c. Jah kindlasti

18. Mida oskaksite veel soovitada sündmuse paremaks muutmiseks? (avatud vastus)

RESUME

DEVELOPMENT OF AN EVENT PRODUCT ON THE EXAMPLE OF THE TRAMME TRAUBE VINEYARD

Taavi Ainsaar

In a constantly changing environment, the tourism sector has been a significant factor in economic growth. Over the 10-year long period before COVID-19, there was continuous growth within the tourism sector and there were more people travelling and spending on tourism related attractions each year. With COVID-19 pandemic spreading, all of this was put on stop to keep disease spreading. People were not able to travel as much, and tourism companies were forced to come up with alternative ways to survive. International travel was mainly prohibited but within the country's borders people were still able to move around and visit attractions that were not affected by COVID-19 restrictions. Recovering from restrictions takes time and now when COVID-19 pandemic is over, we have still not reached the pre pandemic numbers in the tourism sector. Due to restrictions being constantly changing over time, it gave tourism related companies chance to throw some events and with it, people to visit these events. Competition in the tourism sector is tight and service providers in the sector need to find ways to distinguish themselves from their competitors. To keep up with competition it is important to consider customers' needs and offer them the best possible services, so they wish to come back and recommend them to friends. The name of the thesis is "Development of an event product on the example of the Tamme Traube vineyard". The purpose of this study was to find out factors that affect visiting different events Tamme Traube vineyard holds.

To conduct the study, the author prepared theoretical overview of cultural events, prepared, and conducted research among visitors and based of the results, gave recommendations to Tamme Traube vineyard on what to consider with upcoming events

to attract visitors. Prepared research questionnaire was shared on Tamme Traube social media accounts during a four-week period starting from 27.02.2023 until 24.04.2023. During the four-week period 57 respondents replied to a full questionnaire. Shared Questionnaire was put together relying on Iso-Ahola motivation theory, Watt's seven step stage map and already conducted study on Macau's food festival.

Analysis of the results showed that Tamme Traube vineyard goals for events are understandable to visitors and people who visited event had pleasant experience. The services vineyard offered during the event were given good feedback and people were satisfied with overall planning. Some recommendations for upcoming events were given regarding how to be more attractive to wider audience in upcoming events.

As the result of analyzed data, the author of the thesis gave owner of the vineyard recommendations based on the feedback given. Things that were pointed out during the research were that there should be more attractions for kids, the menu should be improved, performers for the evening should be organized and possibilities to stay overnight should be provided. Respondents' number was low and overall feedback was good but as per received feedback, owner of vineyard still has room for improvement to throw even better events.

Lihtlitsents lõputöö elektroonseks avaldamiseks

Mina, Taavi Ainsaar

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „SÜNDMUSTOOTE ARENDAMINE TAMME TRAUBE TALU NÄITEL“, mille juhendaja on Tiina Tamm, MSc reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commonsi litsentsiga CC BY NC ND 4.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Taavi Ainsaar

19.05.2023