

Tartu Ülikool
Loodus- ja tehnoloogiateaduskond
Ökoloogia ja Maateaduste instituut
Geograafia osakond

Magistritöö turismigeograafias

Eesti turismipiirkondade kuvand gümnaasiuminoorte seas

Laura Mägi

Juhendaja: MSc Heli Müristaja

Kaitsmisele lubatud:

Juhendaja:

Osakonna juhataja:

Tartu 2013

Sisukord

Sissejuhatus.....	3
1. Sihtkoha kuvand ja noored sihtkoha sihtrühmana.....	5
1.1. Sihtkoha kuvand.....	5
1.2. Noorte sihtrühma eripärad.....	12
2. Materjal ja meetodid.....	18
2.1. Küsimustiku kujundamine.....	18
2.2. Valimi moodustamise, andmete kogumise ja analüüsimise meetodid.....	21
3. Tulemused.....	23
3.1. Eesti turismipiirkondade struktureerimata kuvand.....	23
3.2. Põhja-Eesti kuvand	25
3.3. Lõuna-Eesti kuvand	30
3.4. Lääne-Eesti kuvand	36
3.5. Noorte reisimotivatsioon ja varasem reisikogemus.....	42
4. Arutelu.....	52
5. Ettepanekud Eesti turismipiirkondade tootearenduseks.....	58
6. Kokkuvõte.....	62
Summary.....	64
7. Kirjandus.....	66
Lisad.....	70

Sissejuhatus

Kasvavas globaalses konkurentsivõttes eristuvad turismisihtkohad üksteisest kordumatu (Phau *et al.* 2010) ning positiivse kuvandiga – ehk „tabamatu konstruktsiooniga”, nagu Tasci *et al.* (2007: 194) seda nimetavad. Kuvand on sobilikuks vahendiks sihtkohtade turundamisel (Beerli, Martín 2004b, Gallarza *et al.* 2002).

Maaailma Turismiorganisatsioon (*United Nations World Tourism Organization*, UNWTO) ennustab noorte põlvkonna osatähtsuse kasvu turismiturul ning 2020. aastaks prognoositakse 300 miljonit noorte tehtavat rahvusvahelist reisi aastas (Fitzgerald *et al.* 2011). Lisaks on oodata kasvu ka noorte siseriiklike reisimiste osas, mida aga rahvusvaheline statistika ei hõlma. Esitatu kohaselt on käesoleva magistritöö teemaks „Eesti turismipiirkondade kuvand gümnaasiuminoorte seas“.

Uuringus keskendutakse gümnaasiuminoortele kui noortepõlvkonna alamsegmentidele. Tänapäeva noorte põlvkonnana käsitletakse Pendergast (2010) järgi aastatel 1982-2002 sündinud noori. Gümnaasiuminoorte kaasamine uuringusse on tingitud mitmest asjaolust: esiteks pole noored ühesugused tarbijad, nende reisikäitumise mõistmiseks on vajalik hõlmata erinevaid segmente antud põlvkonnast (Huang, Petrick 2010). Teiseks pakub tänapäeva noorte tarbimismustrite analüüsimine teadmisi tuleviku turisminõudluse muutuste osas (Glover 2010). Kolmandaks on noori akadeemilistes turismiuuringutes vähe käsitletud (Chen *et al.* 2013, Gherrissi-Labben, Johnson 2004).

Antud magistritöös on seatud eesmärgiks esitada Eesti turismipiirkondade osas tootarenduslikke ettepanekuid lähtuvalt gümnaasiuminoorte kuvandist. Eesmärgi täitmiseks on töös tõstatatud uurimisküsimus: millised võtmekomponendid kujundavad gümnaasiuminoorte kuvandit Eesti turismipiirkondadest?

Käesolevas töös on püstitatud testimiseks kaks hüpoteesi.

H1- Gümnaasiuminoorte reisimotivatsioon mõjutab märkimisväärselt turismipiirkonna emotsionaalse kuvandi komponente.

H2- Gümnaasiuminoorte varasem reisikogemus uuritavates turismipiirkondades mõjutab märkimisväärselt turismipiirkondade kuvandikomponentide hinnanguid.

Eesmärgi saavutamiseks on seatud järgnevad ülesanded:

- määratleda turismipiirkondade kuvandit kujundavad komponendid kriitilise teoreetiliste mudelite ja konteseptuaalse raamistiku hindamise abil. Lisaks analüüsida noorte turismiteemalist teaduskirjandust konteksti pakkumiseks;
- selgitada välja gümnaasiuminoorte Eesti turismipiirkondade kuvandit kujundavad võtmekomponendid. Lisaks uurida gümnaasiuminoorte reisimotivatsiooni;
- esitada turismiarendajatele ettepanekuid vastavale sihtrühmale suunatud toodete arendamisel.

Antud uuring koosneb viiest peatükist. Sissejuhatav osa hõlmab sihtkoha kuvandit ning noorte põlvkonda. Materjali ja meetodite peatükk käsitleb ankeedi koostamist ning uuringu läbiviimist. Töö tulemuste osa annab ülevaate sagedus-, korrelatsioon- ja kontentanalüüsi ning T-testide rakendamisel saadud tulemustest. Arutelu peatükk selgitab uuringu tulemusi. Järelduste ja ettepanekute osa kajastab turismiarendajatele esitatud tootearenduslikke ettepanekuid.

Autor soovib tänada kõiki, kes magsitritöö valmimisele kaasa aitasid. Eriline tänu kuulub juhendaja Heli Müristajale osava suunamise ning professionaalsete nõuannete eest. Samuti avaldatakse tänu Kandela Õunale heade soovitude ja abi eest andmeanalüüsi osas. Lisaks soovitakse tänada Külli Loopmanni, kelle asjakohased märkused olid abiks töö kirjutamisel. Autor tänab ka oma perekonda igakülgse toetuse ja kannatlikkuse eest.

1. Sihtkoha kuvand ja noored sihtkoha sihtrühmana

1.1. Sihtkoha kuvand

Sihtkoha kuvand on kujutluspilt ehk ettekujutus sihtkohast, mis mõjutab turisti käitumist (Byon, Zhang 2010, Chen, Tsai 2007, Echtner, Ritchie 2003, Tasci *et al.* 2007) nii sihtkoha valikul, reisi ajal kui reisijärgselt (Tasci, Gartner 2007).

Sihtkoht võib olla virtuaalne või füüsiline ruum (Saraniemi, Kylänen 2011). Jenkins *et al.* (2011) väitel on sihtkoht kindel koht, näiteks teemapark aga ka suur- või väikelinn, regioon, saar, riik, rahvusriik või rahvusvaheliselt määratletud piirkond.

Sihtkoha kuvandil on mitmeid definitsioone, millest igaüks kirjeldab erinevaid aspekte sihtkoha kuvandist (Tasci *et al.* 2007). Samas puudub Beerli, Martin (2004a,b) ja Echtner, Ritchie (2003) väitel aga definitsioonides selgus ja kontseptuaalne raamistik (Gallarza *et al.* 2002, Tasci, Gartner 2007).

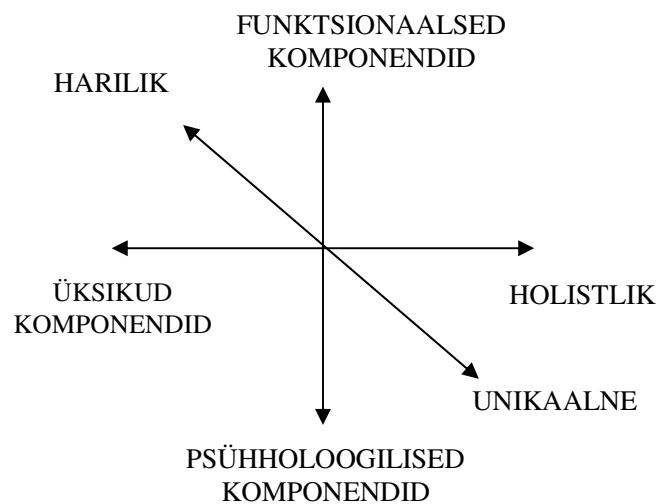
Sihtkoha kuvand on huvipakkuv ka teistele distsipliinidele nagu näiteks geograafiale, psühholoogiale (Echtner, Ritchie 2003, Pearce, Packer 2013, White 2004, White 2005), antropoloogiale, semiootikale, turundusele (Gallarza *et al.* 2002) ja sotsioloogiale (Tasci *et al.* 2007).

Lisaks aruteludele sihtkoha kuvandi defineerimise ja olemuse teemal on käimas debatilised sihtkoha kuvandi struktuuri üle. Ühelt poolt väidetakse sisemine struktuur olemasolevaks, teisalt väidetakse struktuuri tõestamatust (Lai, Li 2012). Teisisõnu puudub süstematiseeritud struktuur kontseptualiseerimisel ja toimimisel (Tasci *et al.* 2007). Lähtuvalt esitatust on sihtkoha kuvandialaseid uuringuid kritiseeritud ka ateoreetilistena (Gallarza *et al.* 2002, Tasci *et al.* 2007).

Sihtkoha kuvandi kontseptualiseerimine on olemuselt valiv või lisav (Gallarza *et al.* 2002). Varasemalt kontseptualiseeriti sihtkoha kuvandit tunnusoonte tähenduses, tänapäeval käsitletakse sihtkoha kuvandit holistliku väljenduse võtmes (Echtner, Ritchie 2003). Holistlikkus, üldise ettekujutusena sihtkohast (Stepchenkova, Morrison 2008) võimaldab sügavamalt mõistmist, kuna sihtkoha kuvand on interaktiivne süsteem

arusaamadest, arvamustest, tunnetest, visualiseerimisest ja kavatsustest sihtkoha suhtes (Tasci *et al.* 2007).

Echtner ja Ritchie (2003) kontseptualiseerivad sihtkoha kuvandit läbi kolme dimensiooni ehk telje: üksikud komponendid-holistlik, funktsionaalne-psühholoogiline, harilik-unikaalne. Mudel on esitatud joonisel 1.



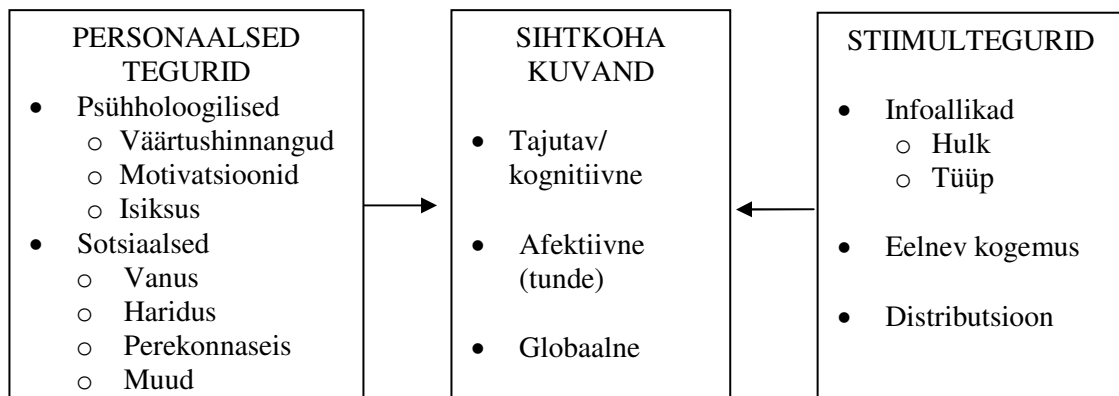
Joonis 1. Sihtkoha kuvandi komponendid. Allikas: Echtner, Ritchie (2003: 43).

Joonisel 1 toodud funktsionaalne-psühholoogiline telg on otseselt vaadeldavatest ja mõõdetavatest kuvandi komponentidest, näiteks maastikuvaated, atraktsioonid – otseselt mõõtmatu, abstraktsemate, psühholoogiliste komponentideni, näiteks kohalike sõbralikkus, sihtkoha turvalisus. Shani, Wang (2011) selgitavad antud mudelit nii, et ühele poole funktsionaal-psühholoogilist telge jääb sihtkoha füüsilisusel põhinev ettekujutus ja teisele poole holistlik, suhtumuslik (positiivne-negatiivne) komponent (Tasci *et al.* 2007) ehk üldine ettekujutus sihtkohast. Holistlik komponent näitab, kuidas sihtkohta ettekujutuses liigitatakse ja millised on stereotüüpsed ettekujutused sihtkohast (Stepchenkova, Morrison 2008).

White (2004) suhtub kriitiliselt mudelis toodud holistlikku komponenti, tõstatades küsimuse, kas holistlikkus ilmneb ettekujutuses jõuliselt või tõrjutult. Viimasel juhul võib autori väitel olla tegu lihtsalt ettekujutusega, mis ei erine oluliselt sihtkoha füüsilisuse ettekujutusest. Samas väidavad aga Beerli, Martin (2004a), et holistlik komponent väljendub selgemalt siis, kui ollakse sihtkohaga rohkem tuttavamad.

Echtner, Ritchie (2003) esitavad mudelil (vt joonis 1) üksikkomponent-funktsionaalseks komponendiks kliima, hinnataseme ja ööelu. Üksikkomponent-psühholoogilise komponendina esitatakse sõbralikke kohalikke, üldist turvalisust. Samas kui holistlik-funktsionaalne komponent on autorite järgi ettekujutus sihtkoha füüsilisusest (nt. külad, mäed) ning holistlik-psühholoogiline komponent üldine tunne sihtkoha suhtes või sihtkohaga seonduv atmosfäär. Mudeli harilik-unikaalse telje komponentide alusel võrreldakse kõiki sihtkohti ja liigitatakse komponente kas harilikeks või unikaalseteks (aura, sündmused, tunded). Harilikud või unikaalsed komponendid võivad sisaldada nii funktsionaalseid kui ka psühholoogilisi komponente (Shani, Wang 2011).

Joonisel 1 esitatud telgedest lähtuvat kuvandikomponentide jaotust ei saa käsitleda jäigana, kuna Echtner, Ritchie (2003) väitel on psühholoogiliste ja funktsionaalsete komponentide erisus ebaselge. Shani, Wang (2011: 132) määratlevad antud komponentidevahelist ebaselgust „halli alana”.



Joonis 2. Sihtkoha kuvandi kujunemine. Allikas: Baloglu, McCleary (1999: 870).

Teine kontseptuaalne mudel, mida kuvandi uurimisel kasutatakse, on Baloglu, McCleary (1999) mudel (vt joonis 2). Mudelist selgub, et sihtkoha kuvand koosneb järgnevast kolmest osast: tajutavast/kognitiivsest, afektiivsest (tunde) ja globaalsest. Käesolevas uuringus kasutatakse lihtsama arusaamise nimel tajutava/kognitiivse kuvandi asemel kognitiivset kuvandit, afektiivse (tunde) kuvandi asemel emotsionaalset kuvandit ja globaalse kuvandi asemel üldkuvandit.

Kognitiivse kuvandi all mõistetakse ettekujutust sihtkoha komponentidest ehk teadmisi sihtkohast (Baloglu, Love 2005, Pearce, Packer 2013, San Martín, Rodríguez del Bosque 2008). Beerli, Martín (2004b) nimetavad kognitiivset kuvandit ka turiste ligimeelitavate komponentide kogumiks. Tasci *et al.* (2007) järgi on kognitiivne kuvand aga loetelu sihtkohaga seoses meenuvast ehk objektiivne reaalsus.

Tunnete ja emotsioonidega seotud kuvand väljendab ettekujutaja tundeid (Baloglu, McCleary 1999, Baloglu, Love 2005) või suhtumisi (Pearce, Packer 2013) kuvandikomponentide suhtes. Emotsionaalne kuvand esitab ettekujutaja subjektiivset ettekujutust sihtkohast (Tasci *et al.* 2007).

Üldkuvand on süntees kahest eelnevast kuvandist, esitades positiivset või negatiivset hinnangut (Beerli, Martin 2004b) või hoiakut. Üldkuvand viitab ka käitumuslikule kavatsusele tulenevalt seotusest psühholoogiaga (White 2004).

Kui varasemalt on domineerivaks olnud sihtkoha kognitiivne struktuur, siis nüüdseks on saanud heaks tavaks kasutada lisaks kognitiivsele ka emotsionaalset ning üldkuvandit. Empiirilisel on tõestatud emotsionaalse kuvandi asukoht kognitiivse ja üldkuvandi vahepealsena (Beerli, Martin 2004 a,b, Shani, Wang 2011).

Mudeli (vt joonis 2) autorid tegid kindlaks uuriv faktor- ja teeanalüüside abil, et kuvandi kujunemist mõjutab kaks süstematiseerivat (Andrade Suárez 2011) tegurit: ettekujutaja personaalsed- ja stiimultegurid. Mudelis esitatud personaalsete teguritena käsitletakse vanust, sugu, haridustaset, perekonnaseisu, sotsiaalset klassi, elukohta, harrastusi. Aga ka Tasci *et al.* (2007) järgi teadmisi religioossete eelistuste, sissetulekute, majandsuliku seisu, sihtkohast distantsi, päritolu regiooni ja varasemate küllastuste kohta. Baloglu ja McCleary (1999) nimetavad antud tegureid „tavakohasteks tarbija iseloomustajateks” (1999: 875), Beerli, Martín (2004a) aga kuvandi ettekujutaja sisemisteks teguriteks.

Sihtkoha kuvandiga on leitud korrelatsioonis olevat elukoharegioon, distants sihtkohast ja külastaja päritolu (Tasci *et al.* 2007). Ülejäänud ülalloetletud tegurite mõju osas kuvandikujunemisele puuduvad ühtsed tulemused. Näiteks leidsid Baloglu, McCleary (1999), et vanus ja haridustase mõjutab sihtkoha kuvandi kujunemist.

Beerli, Martín (2004b) leidsid aga, et vanus ja sugu mõjutavad hinnanguid kognitiivsetele kuvandikomponentidele.

Lisaks eelnevale on mudelis (vt joonis 2) toodud personaalsete teguritena ka reisimotivatsioon, elustiil, identiteet jne. (Beerli, Martín 2004a). Reisimotivatsioon on käitumist suunav jõud (Crompton 1979). Reisimotivatsiooni erinevused on tingitud inimeste sotsiaal-kultuurilistest ning bioloogilistest erisustest (Pearce 2011). Tulenevalt reisimotivatsioonist sorteeritakse ja filtreeritakse sihtkoha valikul alternatiive (Pearce, Packer 2013).

Crompton (1979) järgi koosneb reisimotivatsioon „tõuke” ja „tõmbe” jõust. „Tõuke” jõud väljendub soovis reisida ja „tõmbe” jõud on seotud sihtkoha atraktiivsusega ettekujutajale. Beerli, Martin (2004b) defineerivad reisimotivatsiooni kokkuvõtvalt ihalusena, mis suunab inimesi rahulolu nimel kindlal viisil käituma.

Lähtuvalt sihtkoha kuvanditeemalises teaduskirjanduses valitsevast üldisest arusaamast esitavad Baloglu ja McCleary (1999) mudelis reisimotivatsiooni koos ülalkäsitletud personaalsete teguritega. Antud autorid leidsid, et reisimotivatsioon mõjutab emotsionaalset kuvandit, sama leidsid ka Beerli ja Martín (2004b) uuriv faktoranalüüsi ja teemudelitega ning San Martín, Rodríguez del Bosque (2008) uuriv ja kinnitava faktoranalüüsi abil.

Tulenevalt ülalesitatust soovitavad Baloglu, McCleary (1999), Pearce, Packer (2013) ja San Martín, Rodríguez del Bosque (2008) siduda sihtkoha ettekujutus reisimotivatsiooniga, et paremini mõista turisti otsuseid ja käitumuslikke protsesse.

Mudelis (vt joonis 2) esitatud stiimulteguritena käsitletakse infoallikaid, mis on sihtkoha kuvandi ettekujutust ja hindamist mõjutavad jõud (Beerli, Martín 2004a) ehk mitmete allikate „infovool” (Echtner, Ritchie 2003: 38).

Tasci ja Gartner (2007) käsitlevad sihtkoha kuvandit orgaaniliste (nõudlus), ärgitavate (pakkumine) ja autonoomsete allikate ehk sisendite sünteesina või Byon, Zhang (2010) järgi ka liitkuvandina. Tasci ja Gartner (2007) nimetatavad orgaanilisi allikaid kuvandi vastuvõtjateks, mis filtreerivad infotulva ja moodustavad sihtkoha kuvandi. Teised on

loomult reklaamivad infoallikad. Kolmandad infoallikad loovad üldisi teadmisi sihtkohast, näteks televisioon, popkultuur, ajalehed, ajakirjad, mis pole aga otseselt seotud turismiga (Byon, Zhang 2010). Samas väidavad Beerli, Martín (2004a), et enne külastust kujuneb ettekujutus sihtkohast reklaamivatest ehk teisastest allikatest ning pärast külastust esmaste infoallikate (isikliku kogemuse) põhjal.

Tänapäevastes sihtkoha kuvandiuuringutes on autorid ühel meelel interneti kui peamise infoallika olulisuses, millele viitavad ka Andrade Suárez (2011), Jacobsen, Munar (2012), Reza Jalilvand *et al.* (2012) uuringutulemused. Teiste infoallikate kasutamine kuvandi analüüsimisel on jäänud tagaplaanile.

Kuigi enamik sihtkoha kuvandialaseid turismiuuringuid keskenduvad turistide kuvandikäsitlusele, soovivad Gallarza *et al.* (2002) tähelepanu pöörata kohalike elanike kuvandile oma elukoharegioonist kui turismisihtkohast. Selline lähenemine on kasulik sihtkoha kuvandi kontseptualiseerimisel.

Magistritöö raames läbitöötatud sihtkoha kuvanditeemalisest teaduskirjandusest ilmnes kolme liiki objekte: esimese ja suurema grupi moodustavad turistidest esmakülastajad, teise gruppi kuuluvad turistidest korduvkülastajad, kolmandas eristatakse sise- ja välisturiste. Gallarza *et al.* (2002) jagab objekt muutujaid järgnevalt: kohalikud elanikud, turistid, külastajad ja määramata objektid.

Kuvandiuuringutes on esma- ja korduvturiste eristanud Baloglu, McCleary (1999), Beerli ja Martín (2004a,b), põhjendades eristamist sellega, et korduvkülastajatel on kasutatud infoallikaid raskem meenutada. Samuti uurisid reisikogemuse mõju Baloglu, Love (2005) ja leidsid, et reisikogemus (nii puuduv kui olemasolev) ei tingi kuvandi erinevusi. Aga ka Assaker *et al.* (2011), kes leidsid, et korduvkülastajad soovivad kogeda uudsust, ega kavatse koheselt naasta sihtkohta. Lisaks ka Stepchenkova, Morrison (2008), kelle uuringu tulemusena oli sihtkohas eelnevalt käinutel positiivsem ettekujutus mittekäinutest. Kuid San Martín, Rodríguez del Bosque (2008) eristasid kuvandiuuringus sise- ja välisturiste ja leidsid, et lühem kultuuriline distants tingib positiivsema ettekujutuse sihtkohast.

Erinevused sise- ja välisturistide vahel seisnevad selles, et siseturistidel on rohkem teadmisi sihtkohast, nad külastavad oma elukohariigi sihtkohti (nende reisimine ei ole aga nii geograafiliselt koondatud kui välisturistil) ning nende kulutused transpordile (ja kogu reisile) on madalamad (Pierret 2011).

Sihtkoha kuvand on olemuselt dünaamiline (Gallarza *et al.* 2002), muutuv ajas ja ruumis. Seevastu sihtkoha kuvandialased turismiuuringud on loomult ühekordsed (Tasci *et al.* 2007), mõõtes kuvandit mingil kindlal ajamomendil (Shani, Wang 2011).

Sihtkoha kuvandiuuringutes arendatakse kuvandi mõõtmise skaalad usaldusvärsuse nimel läbi erinevate tasemete: intervjuu, kirjandusülevaate, ekspertide kaasamise, piloottesti, kontentanalüüsi, fookusgrupp intervjuude (Tasci *et al.* 2007) ehk järjestikulise lähenemise kaudu (Shani, Wang 2011). Kuigi autorite järgi on võimalik ka olemuselt teine, lisav lähenemine. Lisava lähenemise korral täiendavad kvantitatiivsed-kvalitatiivsed meetodid üksteist, näiteks läbi avatud vastustega küsimuste.

Struktureeritud ja struktureerimata küsimuste rakendamine on Echtner ja Ritchie (2003) väitel täiuslikum sihtkoha kuvandi mõõtmise meetod. Kuid struktureeritud küsimused väljendavad uurija poolt määratletud kuvandi üldisi tunnusjooni, lihtsustades kuvandi võrdlemist, samas ei stimuleeri nad inimesi mõtlema (Pearce, Packer 2013). Struktureerimata meetodid võimaldavad hõlmata holistlikkust, aurat ja unikaalsuse komponenti (Shani, Wang 2011, Stepchenkova, Morrison 2008), lastes vastajal end vabamalt väljendada (Echtner ja Ritchie 2003).

Pearce, Packer (2013) soovivad täiendada suletud vastustega, numbrilisi skaalasiid korduvate reisiemaliste „lugude vestmisega” (2013: 394) indiviidi mälus andmete loomiseks. Analoogselt viitab Jenkins (1999) sõnaseostuse tüüpi avatud küsimuse parimale ühildavusele suletud vastustega, olles „aknaks” (1999: 8) stereotüüpsesse kuvandisse. Sarnaselt soovivad Baloglu, Love (2005) paigutada avatud vastusega küsimused enne struktureeritud küsimuste osa, et vältida skaaladel esitatud kuvandikomponentide mõjusid avatud vastustele.

Mitmed autorid on viidanud probleemidele seotuna kuvandi mõõtmise skaaladega. Beerli, Martin (2004a) väidavad, et skaaladel kasutatavad komponendid ei ole homogeenised ja koostasid sihtkoha komponente hõlmava üheksadimensioonilise raamistiku (vt lisa 1). Antud raamistikku rakendati käesoleva uuringu küsimustiku koostamisel. Byon ja Zhang (2010) lisavad uuringutes kasutatavate skaalade valiidsuse osas kolm probleemset asjolu: liigse uuriva faktoranalüüsi kasutamise analüüsimisel, skaalade testimise üliõpilaste valimil ja sihtkoha spetsiifilise kuvandi nõude.

Struktureeritud küsimustes on kuvanditeemalistes teadusartiklites kasutatud kuvandikomponentide hindamiseks 7- või 5-pallilist Likerti-tüüpi skaalasid. Dolnicar ja Grün (2013) väitel on kuvandiuuringud „tüütud” (2013: 6) ja soovivad kasutada vähim aega kuluvaid jah-ei tüüpi vastustega küsimusi või Likerti- 5-pallilist skaalat. Emotsionaalse kuvandi mõõtmise meetodina kasutatakse semantilise diferentsiaali järgnevaid nelja bipolaarset skaalat: virgutav-unine, meeldiv-ebameeldiv, huvitav-igav, lõõgastav-piinav. Kuigi Baloglu, McCleary (1999) soovivad kõiki nelja skaalat kasutada suurima usaldusväarsuse nimel korraga, on Beerli, Martín (2004a,b) rakendanud kahte skaalat.

Käesolevas uuringus järgitakse Shani ja Wang (2011) soovitusi integreerida omavahel Echtner, Ritchie (2003) ja Baloglu, McCleary (1999) mudelid, et saavutada täiuslikumat ettekujutust sihtkohast.

Käesoleva magistritööga uuritakse gümnaasiuminoorte kui potentsiaalsete siseturistide turismipiirkondade kuvandit kujundavaid võtmekomponente. Eelnevas peatükis analüüsitakse hõlmab seatud eesmärgi saavutamise kuvanditeemalist valdkonda. Magistritöö järgnev teema keskendub noortele turismikontekstis, eesmärgiga paremini mõista noorte kui tulevaste siseturistide erinevusi teistest põlvkondadest.

1.2. Noorte sihtrühma eripärad

Generatsioon on grupp samal ajaperioodil sündinud sarnase elukogemusega inimesi (Glover 2010, Pendergast 2010). Moscardo, Benckendorff (2010) hinnangul on põlvkondade erisuste kontseptsioon sobivaks vahendiks selgitamiseks ja ennustamiseks muutusi turistide käitumismustrites.

Noorte alauuritus turismivaldkonnas on Gherrissi-Labben, Johnson (2004) ja Moscardo, Benckendorff (2010) väitel tingitud kahest asjaolust: esmalt seotuna ebaoluliseks turusegmentiks pidamisest ja teisalt noorte seostamisest negatiivsete stereotüüpidega (halb käitumine, madal kulutusvõime). Samas rõhutatakse aga noorte turismituru suurust (Glover 2010, Loda, Coleman 2010, Pennington-Gray, Blair 2010).

Noored kui potentsiaalsed turistid, ei ole mitte ainult potentsiaalne sihtgrupp, vaid ka ostujõud (Chen *et al.* 2013). Noored omavad pikaajalisemat väärtust sihtkohale ealiselt vanematest turistidest (Gherrissi-Labben, Johnson 2004). Lähtuvalt esitatust on vajalik uurida noori majanduslikus ning sotsiaal-kultuurilises võtmes (Mura 2010).

Gherrissi-Labben, Johnson (2004) väitel on noorte turistide vanus erinevalt määratletav. Jennings *et al.* (2010) ja Moscardo, Benckendorff (2010) väitel jääb uuritavate noorte turistide vanus harilikult 15. ja 30. eluaasta vahele.

Tabel 1. Kokkuvõte elavatest generatsioonidest. Allikas: Pendergast (2010: 2), autori tõlge ja arvutused.

Sünniaastad	Generatsiooni nimi	Vanusevahemik aastal 2013
1901-1924	G.I.	89+
1925-1942	Vaikiv	71-88
1943-1960	Beebi Boomerid	53-70
1961-1981	Generatsioon X	32-52
1982-2002	Generatsioon Y	11-32
2003-	Generatsioon Z	10.aastased või nooremad

Pendergast (2010) väidab põlvkondade ajavahemiku olevat 20-22 aastat, mis on esitatud põlvkondade ajaraamistikuna tabelis 1, koos magistritöö autori poolsete arvutustega. Tabelis on käesolevas töös käsitletav noortepõlvkond esitatud Y-generatsiooni nime all, seega on noortepõlvkonna algus- ja lõpuaastaks 1982-2002. Antud magistritöös uuritavate gümnaasiuminoorte kui noortepõlvkonna alamsegmenti vanuseline koosseis on 16-18 eluaastat ning nende sünniaastad on 1995-1997.

Benckendorff, Moscardo (2010) defineerivad noortepõlvkonda „uue kultuurina” (2010: 38). Nad on sündinud infoajastul ühiskonda, mille tunnusjooneks on globaliseerumine (Pendergast 2010) ja tarbimisühiskond (Huang, Petrick 2010). Viimane tingib noorte kaubamärgiteadlikkuse ja rohked tarbimisahvatlused ning-

vajadused, eelkõige pidevaks tehnoloogiliseks uuenduseks (Jennings *et al.* 2010, Pendergast 2010, Pennington-Gray, Blair 2010).

Noortepõlvkond on mõjutatav sõprade, tuttavate arvamusest. Neile on iseloomulik tegelemine mitmete asjadega korraga ja seda kahekordsel kiirusel. Tänapäeva noorte põlvkond ei tunnista geograafilisi piire, nad elavad digitaalses kogukonnas (Pendergast 2010), mistõttu on neile tähtis reisimisel ligipääs sidevahenditele (Jennings *et al.* 2010). Geograafiliste piiride kadumine ja avatus kõigele uuele on muutnud nad haritumaks põlvkonnaks (Loda, Coleman 2010, Pendergast 2010). Noorte teadmine ei põhine enam aastatepikkusel õppimisel ega oskuste omandamisel, vaid jagatud teadmistel ja infol veebikeskkonnas (Pendergast 2010).

Lähtuvalt esitatust iseloomustavad Chen *et al.* (2013) noori haritud reisijatena, kes eelistavad kultuuriliselt erinevaid sihtkohti, reisides sageli ja kaugele, olles avatud kõigele uuele ning omades rohkelt vaba aega. Samas soovivad nad saavutada rahulolu hetkega ja naudinguid eimillestki, olles seega harjunud nõudma, nägemata seoseid jõupingutuste ja tulemuste vahel (Fountain, Charters 2010).

Gherrissi-Labben, Johnson (2004) täheldasid risttabelite analüüsi tulemusena uut trendi – noorte enesemääratlust keskklassi hulka. Autorid selgitavad seda nähtust noorte, eelkõige nende vanemate, majandusliku olukorra paranemisega. Noorte sõltuvusele vanematest ja majanduslikule ebakindlusele viitab ka Pendergast (2010).

Noorte enesemääratlust keskklassi hulka, nagu ka kõrged ootused ja nõudlikkus teenuse ja toote kvaliteedi osas (Fountain, Charters 2010, Jennings *et al.* 2010) ning üldine seesmine ebakindlus on seotud muutustega üleminekul täiskasvanuikka. Üleminek täiskasvanuikka võtab antud generatsiooni puhul aga kauem aega kui eelnevatel põlvkondadel, mistõttu seisneb noortepõlvkonna erilisus kaitstuses vanemate ja kogukonna poolt (Pendergast 2010).

Noortepõlvkonna kauast vanematekodus viibimist toetavad ka Benckendorff, Moscardo (2010) pikaajalise uuringu tulemustega läbi dispersioonanalüüsi. Analüüsist selgus, et noored teevad lühikesi reise koos vanematega (perekonnaga), mistõttu on neil ka vähene üksinda reisimise kogemus. Noortepõlvkonna reisimisele koos

vanematega viitavad ka Glover (2010) ja Lewis *et al.* (2010) seoses lapsepõlve reisikogemuste akumulatsiooniga ning kogemuste lisamisega iseseisvale reisimisele.

Seotuna iseseisva reisimisega on Huang, Cai (2011) täheldanud Hiina üliõpilaste hulgas trendi ülikoolilõpetamist ja täiskasvanu ellu astumist tähistada koolilõpureisimisega. Intervjuudel põhineva uuringu analüüsist selgus alla nädala kestvate reise tegemine kodumaistesse, lähedalasuvatesse sihtkohtadesse. Sama trendi täheldasid ka Lewis *et al.* (2010), samuti intervjuude tulemustest. Uuringust selgus, et noored, mõjutatuna sõpradest ja moes olevatest sihtkohtadest, reisivad enesetõestamise ja eakaaslaste silmis tõsiseltvõtmise eesmärgil.

Sõprade olulisuseni noorte kontekstis jõudsid ka Kim *et al.* (2007), tuues noorte reisipõhjustena välja sõprade, sugulaste külastamise, vaatamisväärsustega tutvumise ja koolivaheajareisimise. Sõprussidemete olulisust noorte turistide hulgas kinnitavad ka Gherrissi-Labben, Johnson (2004) noorte festivalituristide uuringus.

Kolmanda noortega seotud trendi esitab Glover (2010), täheldades Austraalia noorte intervjuudel põhinevast uuringust, et noored külastavad nädalalõppudel kodumaiseid sihtkohti. Autor ennustab antud trendi jätkuvust tulevikuski, sest noored on lojaalsed oma sihtkohale (Gherrissi-Labben, Johnson 2004).

Mitmed autorid (Benckendorff, Moscardo 2010, Glover 2010, Phau *et al.* 2010) väidavad, et noortepõlvkond hindab turismiga seoses väärtust raha eest ehk rahulolu. Fountain, Charters (2010) uurisid antud generatsiooni veiniturismi kontekstis. Intervjuude ja vaatluse põhjal selgus noorte ihalus täieliku kogemuse järele, õpivalmidus tundmatuma teema valdamiseks kogu kogemusest saadava naudinguga suurendamise eesmärgil, samas ka lõbu ja lõõgastuse vajadus.

Noortepõlvkonna õpihuvi kinnitavad ka Chen *et al.* (2013), leides peakomponent- ja uuriv faktoranalüüside põhjal, et noored on huvitatud kohalikust kultuurist, elustiilist ja pärandist. Lin *et al.* (2012) leidsid, et noored soovivad avardada oma silmaringi, kuid on samas teadlikud riskidest seotuna võõrsil töötamise ja sealse turvalisusega.

Jennings *et al.* (2010) toovad intervjuudest esile järgmised noorte reisijate kuus vajadust reisikvaliteedi hindamisel:

- vajadused personaalse ehk isikult isikule lähtuva teeninduse järele (personaalne sidusus);
- vajadus sotsiaalseks interaktsiooniks vajalike ruumide ja võimaluste järele (sotsiaalne sidusus);
- vajadus nn. „suust suhu” informatsiooni jagamise järele, tänapäevaseks „sõna veebis” järele (globaalne sidusus) ehk elektroonilise suulise info (Reza Jalilvand *et al.* 2012) järele;
- vajadus kestvate kvaliteetiga seotud mälestuste järele (vastastikseosed);
- vajadus lõbu järele;
- vajadus mitmete kogemuste korruga edastamise järele.

Loetelust viimane tuleneb noortepõlvkonna olemusest lahendada mitut ülesannet korruga (Pendergast 2010). Jennings *et al.* (2010) väitel on noored teadlikud oma põhivajadustest, hinnates Gherrissi-Labben, Johnson (2004) uuringust tulenevalt kõrgelt majutusasutustes puhtust ja mugavust.

Sarnaselt Jennings *et al.* (2010) uuringuga, tõestasid ka Lewis *et al.* (2010) elektroonilise suhtluskeskkonna olulisust, leides, et noored jagavad reisijärgseid muljeid saavutustena sotsiaalses suhtluskeskkonnas. Interneti olulisus noortele selgus ka Phau *et al.* (2010) ja Gherrissi-Labben, Johnson (2004) uuringutest. Vastupidiste tulemusteni jõudsid aga Benckendorff, Moscardo (2010) leides, et noored turistid kasutavad vähe interneti infoallikana. Samuti on leidnud Loda, Coleman (2010), et traditsiooniline ajakirjandus on elujõuline infoallikas 18-24. aastaste noorte seas.

Kui noorte reisisihtkoha valik tulenes sõprade soovitudest, mida kinnitasid ka Huang, Cai (2011) ja Lewis *et al.* (2010), siis noorte reisimist suunav jõud (ajend) ehk motivatsioon on erinevatest noorteteemalistest uuringutest lähtuvalt erinev.

Noorte reisimotivatsiooniks on rohked tegevused sihtkohas, nagu selgus Fountain, Charters (2010) uuringust. Teisisõnu on noortele atraktiivne sihtkoht, kus on mitmeid

atraktsioone ehk „kogemuste Rootsi laud” (Jennings *et al.* 2010: 66). Samuti on noortele oluliseks reisimotivatsiooniks vaba aeg (Huang, Cai 2011).

Noorte soovi kogeda reisil võimalikult palju, toetavad ka Kim *et al.* (2007) ja Lin *et al.* (2012). Kim *et al.* (2007) uuringust ilmnes läbi kinnitava faktoranalüüsi peamise tõukemotivatsioonina teadmised, lisaks ka seiklused ja sport. Lin *et al.* (2012) küsimustikul põhinevast Aasia üliõpilaste uuringust selgus peamise reisimotivatsioonina õppimine aga ka poodlemine, toit ja kogemused võõras kultuuris.

Traditsiooniliselt on noorte reisimotivatsiooniks peetud lõbu ja meelelahutust, mis ilmnes ka Kim *et al.* (2007), Huang, Cai (2011), Gherrissi-Labben, Johnson (2004) ja Jennings *et al.* (2010) uuringutulemustest. Moscardo, Benckendorff (2010) väitel on lõbu ja meelelahutus aga seotud noorte negatiivsete stereotüüpide kujunemisega. Hesse, Tutenges (2011), Knox (2009), Mura (2010) iseloomustavad noorte „metsikut” käsitumismustrit väljaspool kodumaad kaitsmata seksuaalvahekordade, seksiteenuste ostmiste, pidutsemise ning narkootikumide ja alkoholi tarvitamise kaudu.

Glover (2010) esitab versiooni noortegeneratsiooni kui tulevikuturistide käitumisest aastal 2020, mil põlvkonna liikmed on vanuses 30-40. Antud generatsiooni turisminõudlus on tulevikus seotud esmalt ülalmainitud nädalaõpu siseturismi jätkuva trendiga, kuna hind ja praktiline meel on tänapäeva noorte puhul määravad. Teisalt on turisminõudlus seotud tulevikus pideva unikaalsuse otsingutega, mis on aga globaliseerumise tõttu üha raskem. Noored tulevikuturistidena peavad oluliseks väärtust raha eest ja võrdlevad erinevaid reisipakkumisi internetiallikes. Kuigi autori prognoos noorte turisminõudluse osas on Austraalia- keskne, viitab ta ennustuse üldistatavusele teistes kontekstides.

Ülaltoodu on noortepõlvkonna iseloomustus. Sihtkoha arendajatele tootearenduslike ettepanekute esitamiseks viidi läbi gümnaasiuminoorte seas uuring ja testiti järgnevaid varasematest uuringutest tulenevaid hüpoteese: H1- gümnaasiuminoorte reisimotivatsioon mõjutab märkimisväärselt turismipiirkonna emotsionaalse kuvandi komponente ja H2- gümnaasiuminoorte varasem reisikogemus uuritavates turismipiirkondades mõjutab märkimisväärselt turismipiirkondade kuvandikomponentide hinnanguid.

2. Materjal ja meetodid

2.1. Küsimustiku kujundamine

Käesoleva magistritöö eesmärgiks on esitada Eesti turismipiirkondade osas tootearenduslikke ettepanekuid. Eesmärgi täitmiseks on vajalik selgitada välja, millised võtmekomponendid kujundavad gümnaasiuminoorte kuvandit Eesti turismipiirkondadest. Antud uurimisküsimusele vastamiseks viidi läbi kuvandialane turismiuuring gümnaasiuminoorte seas. Uuringu küsimustik on esitatud magistritöö lisas 2.

Uuringus käsitletakse Eesti turismipiirkondadena Põhja-Eestit (välja arvatud Tallinn), Lõuna-Eestit ja Lääne-Eestit (välja arvatud Pärnu). Turismipiirkond on harilikult elukohast erinev koht, kuhu isik reisib (Jenkins *et al.* 2011). Eesti turismipiirkondadeks jagamine võimaldab nende kuvandit omavahel võrrelda.

Pärnu välja arvamine Lääne-Eestist on tingitud uuringu valimist ja magistritöö teemast. Pärnu gümnaasiuminoortest moodustatud valimi ettekujutus Lääne-Eestist koos Pärnuga liigituks teiste uurimisteemade alla (näiteks kohalike elanike suhtumine turismi või kohalike ettekujutus oma elupaigast kui turismipiirkonnast). Tallinna väljaarvamine Põhja-Eesti turismipiirkonnast on tingitud Tallinna käsitlemisest iseseisva sihtkohana. Tulenevalt magistritöö mahuga seotud piirangutest ei kajastata uuringus pealinna.

Ankeediga koguti andmeid samaaegselt nii kvantitatiivselt kui kvalitatiivselt, kasutades suletud vastusega ja avatud vastusega küsimusi. Teisisõnu kasutati poolstruktureeritud küsimustikku.

Küsimuste ja väidete valik ankeeti põhineb kirjandusülevaatel ja Beerli, Martín (2004a) esitatud sihtkoha kuvandi mõõtmise skaala üheksal dimensioonil (vt lisa 1). Gümnaasiuminoortel palutakse vastata samadele väidetekogumikele iga kolme Eesti turismipiirkonna korral.

Küsimustik on jaotatud järgnevas viieks osaks:

- sihtkoha kuvandi holistilik komponent;

- sihtkoha kognitiivne, emotsionaalne ja üldkuvand;
- vastajate reisimotivatsioon;
- vastajate varasem reisikogemus uuritavates turismipiirkondades;
- vastajate sotsiaal-demograafilised näitajad.

Turismipiirkonna kuvandi holistliku väljenduse hõlmamiseks on vajalik kaasata struktureerimata meetodit (Echtner, Ritchie 2003), mistõttu lisati ankeeti avatud vastusega küsimus. Küsimuse kujundamisel lähtuti White (2005) uuringu tulemustest ja Echtner, Ritchie (2003) nõuannetest. Avatud vastusega küsimuse paigutamine esimeseks küsimuseks on tingitud Baloglu, Love (2005) uuringus esitatud soovitusel.

Ankeedis läheneti holistliku komponendi kätkestamiseks järgnevalt: „Palun kirjutage 3 esimest sõna, mis Teile meelde tuleb seoses uuritavate Eesti turismipiirkondadega”. Kokku pidi vastaja kirjutama üheksa sõna, iga turismipiirkonna kohta kolm.

Lisaks avatud küsimusele holistliku dimensiooni hõlmamiseks kasutati kuvandi komponentide mõõtmiseks kolme erinevat skaalat: kognitiivne, emotsionaalne ja üldkuvandi skaala. Ankeedis rakendati 5-palli Likerti skaalaid, lähtuvalt Dolnicar, Grün (2013) soovitusel. Kognitiivse kuvandi komponentide osas on 5-palli Likerti skaala vastavus järgmine: 1= ebaoluline, 3= vahel ebaoluline/vahel oluline, 5= väga oluline, lisati ka „ei oska öelda” valik.

Kognitiivse dimensiooni 18. väite kujundamisel lähtuti Baloglu, McCleary (1999), Beerli, Martín (2004a,b), Byon, Zhang (2010), Echtner, Ritchie (2003), Gallarza *et al.* (2002) soovitustest. Ankeeti lisatud kognitiivse kuvandi komponendid jagati viieks rühmaks.

- looduslikud ressursid (3 muutujat);
- üldine- ja turismiinfrastruktuur (2 muutujat);
- ajaloolis-kultuurilised ressursid (4 muutujat);
- vaba aeg ja rekreatsioon (5 muutujat);
- sotsiaal-majanduslik keskkond (4 muutujat).

Emotsionaalse kuvandi komponentide mõõtmise meetod seisnes kahe emotsioonidest lähtuva sõnapaari hindamisel 5-palli Likerti skaalal ehk semantilise diferentsiaali

skaalal. Sarnaselt Beerli, Martín (2004a,b) ja Baloglu, McCleary (1999) on käesolevas uuringus kasutatud emotsioonidel põhinevat kahte binaarset sõnapaari: huvitav-igav ja meeldiv-ebameeldiv.

Kolmanda skaala kujundamisel üldise ettekujutuse hõlmamiseks esitati üks küsimus hindamiseks 5-palli skaalal, kus 1= negatiivne ja 5= positiivne, kuid väärtus 3= vahel negatiivne/vahel positiivne ja valikuvariant „ei oska öelda”. Ankeeti lisati järgnev küsimus: „Milline on Teie üldine ettekujutus uuritavatest Eesti turismipiirkondadest?”.

Reisimotivatsiooni valikul kasutati alusraamistikuna Baloglu, McCleary (1999) ja Beerli, Martín (2004a,b) uuringuid. Samas lisati noorte reisiajendeid Kim *et al.* (2007), Lewis *et al.* (2010), Lin *et al.* (2012) uuringutest. Alusraamistiku ja noorteteemalise reisimotivatsiooni sünteesina on ankeedis kajastatud järgmised viis reisimotivatsiooni rühma:

- lõõgastus ja põgenemine argirutiinist (3 muutujat);
- põnevus ja seiklus (5 muutujat);
- teadmised (4 muutujat);
- sotsiaalne motivatsioon (3 muutujat);
- prestiiž (2 muutujat).

Kokku koosneb reisimotivatsiooni osa 17. reisiajendist nõustumise väljendamiseks 5-palli skaalal, lisaks pakutakse valikuvariandina „muu”. Lõõgastus ja põgenemine argirutiinist on seotud sooviga leida vaikust, rahu ja puhata turismipiirkonnas. Põnevuse ja seikluse otsingud reisiajendina on seotud vajadusega leida nii meeldivaid tegevusi, kui ka olla füüsiliselt aktiivne turismipiirkonnas. Teadmiste reisimotivatsioon põhineb soovil rikastada teadmisi turismipiirkonna ajaloolis- ja sotsiaalkultuurilises valdkonnas. Sotsiaalne reisiajend on seotud suhtlemise sooviga. Prestiiž reisiajendina on seotud sooviga kas erineda või sarnaneda eakaaslastega.

Lisaks ülalkäsitletud reisimotivatsioonile on ankeedis küsimused veel vastajate soo ja vanuse ning varasema reisikogemuse kohta uuritavates turismipiirkondades. Uuritavad on tänapäeva noorte generatsiooni alampõlvkond, mistõttu on nende vanuskoosseis ühetaoline. Esitatu kohaselt ei käsitleta vanusest tulenevaid erisusi noorte

turismipiirkondade ettekujutuste osas. Ankeeti lisati vanust kajastav küsimus parema noortegeneratsiooni alamsegmentide ülevaate saamise nimel.

2.2. Valimi moodustamise, andmete kogumise ja analüüsimise meetodid

Andmete kogumiseks kasutati eesmärgipärast klastervalimi meetodit. Valim moodustati Pärnu gümnaasiumiõpilastest, hõlmates 10.-12. klassi õpilasi. Valimi kavandatud suuruseks oli 300 gümnaasisti. 10.-12. klassides õppivate koolinoorte arv Eestis on 31 028 õpilast (Servinski jt. 2012). Teades üldkogumit, on valimi N= 300 korral usaldusnivool 95%, veapiiriks 5,63% (Macorr Research 2012). Poolstruktureeritud ankeedil põhineva uuringu valimiks on noortepõlvkonna alamgeneratsioon, hõlmates noori vanuses 16-18 eluaastat.

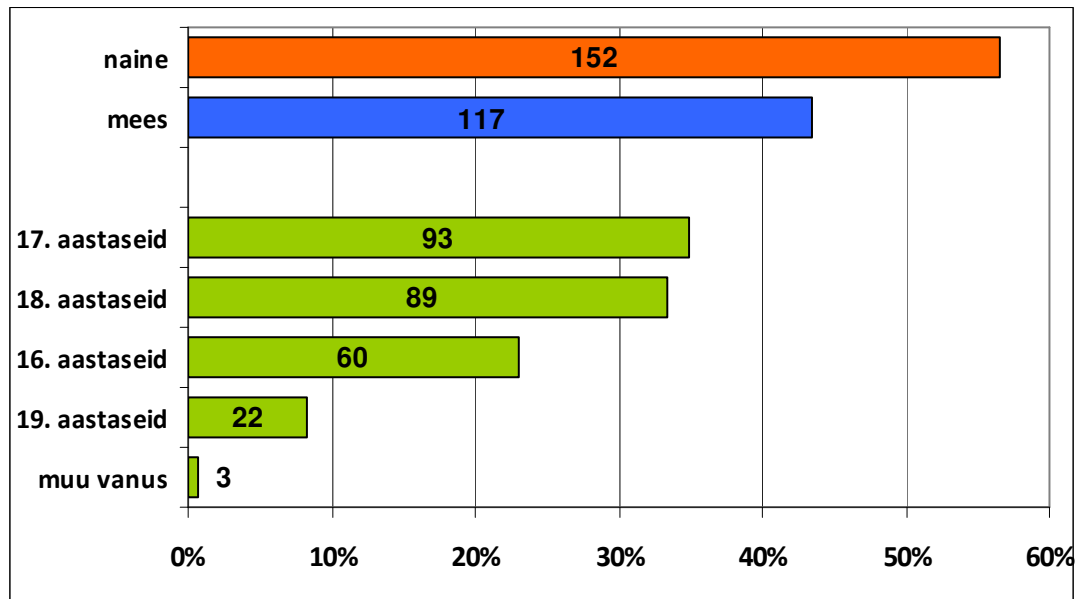
Uuring viidi läbi Pärnu neljas koolis: Hansagümnaasiumis, Koidula Gümnaasiumis, Sütevaka Humanitaargümnaasiumis ja Ülejõe Gümnaasiumis. Välja jäeti Vene Gümnaasium (muukeelsed õpilased), Täiskasvanute Gümnaasium (õpilaste ebasobiv vanus) ja Ühisgümnaasium (ei soovinud olla uuringusse kaasatud). Kokku kaasati uuringusse 11 gümnaasiumiosa klassikomplekti.

Põhiuuringule eelnes pilootuuring kümne gümnaasiuminoore hulgas vanuses 17-18. Pilootuuringus osalenud noored olid informeeritud, et nad osalevad põhiuuringule eelnevas etapis. Pilootuuringu eesmärk oli selgitada välja küsimustiku kitsaskohad ning määrata selle täitmisele kuluv aeg. Vastavalt ettepanekutele tehti küsimustikus parandusi.

Põhiuuring kavandati ajavahemikku 18.02-1.03.2013. Gümnaasiuminoorte poolt täidetav küsimustik jaotati klassides noortele kas aineõpetajate, õppealajuhataja või uuringu läbiviija poolt. Ankeetide täitmise järel tagastati need uuringu läbiviijale ning suunati edasi andmetöötlusesse.

Uuringus osales 271 noort, ehk 90% kavandatud valimist. Uuritavaid ei saanud kaasata 100%, kuna uuringu läbiviimise ajal oli gripihaiguspuhang, mistõttu oli ka gümnaasiuminoorte hulgas palju puudujaid. Uuringu käigus kogutud 271st ankeedist üks eemaldati, kuna vastajat tabas ankeedi täitmisel terviserike ning tema uuringus

osalemine tuli katkestada. Analüüsimiseks jäi seega 270 täidetud ankeeti. Uuringus osalenud gümnaasiuminoorte sooline ja vanuseline jaotuvus on esitatud joonisel 3.



Joonis 3. Uuringus osalenud gümnaasiuminoorte sooline ja ealine jaotuvus.

270st osalejast 57% olid naissoost ja 43% olid meessoost, üks vastaja oli jätnud soo märkimata, seega osales kokku 269 nais- ja meesgümnasisti (vt joonis 3). Uuringus osalenud jagunesid vanusest lähtuvalt viide rühma. Jooniselt 3 selgub, et enim oli vastajate hulgas 17. aastaseid, 93 õpilast (35%) ja 18. aastaseid, 89 õpilast (33%), kuigi 17. ja 18. aastaste vanuserühma esindatus uuringus on peaaegu võrdne. Kolmanda suurema vanuserühma moodustasid 16. aastased, 60 õpilast (23%). Esindatud oli ka 19. aastaste gümnasistide rühm, 22 isikuga (8%). Muu vanuserühma kuulusid kaks õpilast, kes olid 15. aastased (1%) ja üks õpilane, kes oli 20-aastane. Vanus oli märkimata kahel korral.

Andmed esitati töötlusesse objekt-tunnus maatriksina. Andmete analüüsimisel kasutati kirjeldava statistika meetodina sagedusanalüüsi, seoste leidmiseks rakendati korrelatsioonanalüüsi. Üldistava statistika meetoditena tarvitati T-teste. Andmetöötlus teostati Microsoft Excel 2003 keskkonnas. Avatud vastusega küsimuse analüüsimise meetodina rakendati kontentanalüüsi, mille käigus grupeeriti tekstilised muutujad. Seejärel kasutati sagedusanalüüsi meetodit.

3. Tulemused

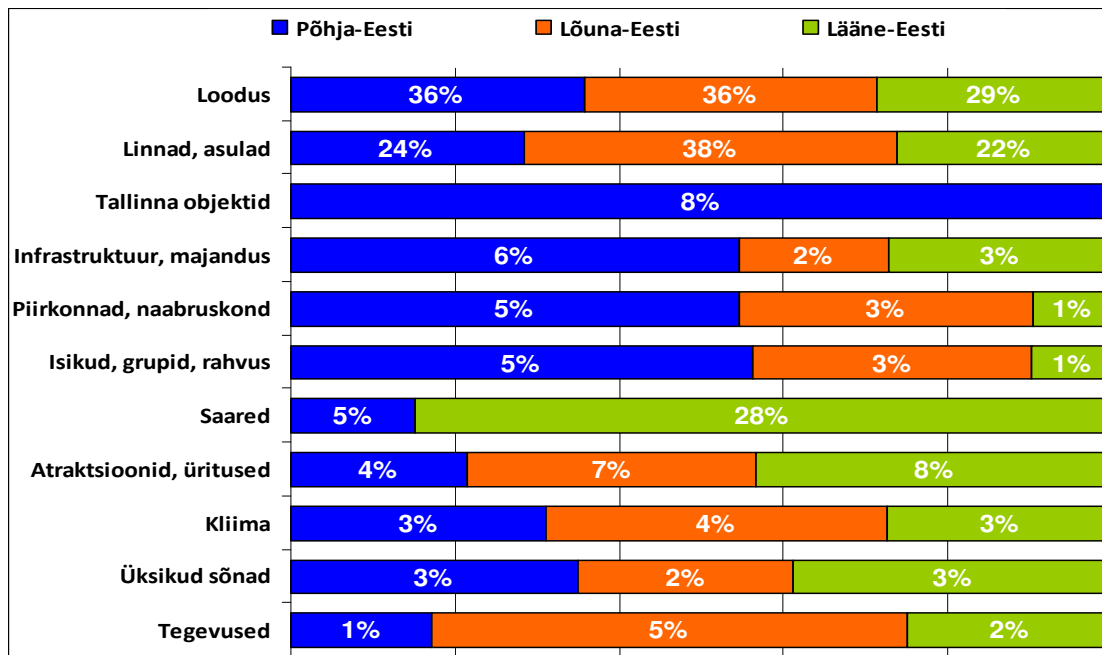
3.1. Eesti turismipiirkondade struktureerimata kuvand

Struktureerimata kuvandi esitamiseks grupeeriti kontentanalüüsis gümnaasiuminoorte Eesti turismipiirkondade avatud kuvandikomponentide nimekirja vastused 11. rühma. Gümnasistide märgitud vastuste osas ilmsid kokkulangevused uuringus käsitletud loodusressursi, üldise- ja turismiinfrastruktuuri ning reisimotivatsiooni puhul. Tulemusi kajastab joonis 4. Alljärgnevalt tuuakse noorte soo põhjal välja suurema protsendilisi ettekujutuse erinevusi, ülejäänud on leitavad lisa 3.

Jooniselt 4 selgub, et enim seostus turismipiirkondadega loodus ja maastik. Põhja-Eesti seendus meesgümnasistidele rohkem loodusega (42%), naisgümnasistidele aga linnade ja asulatega (26%) (vt lisa 3). Põhja-Eesti looduse osas oli sagedasemini mainitud: pankrannik, meri (Soome laht), joad – Jägala, Keila ja Valaste, paekivi, rand ja mets.

Lõuna-Eesti ettekujutus seendus rohkem meesgümnasistidele looduse (37%) ja asulate, linnadega (41%). Seevastu naisgümnasistide osakaalud olid sarnased mõlema komponendi korral, vastavalt 35% ja 36% (vt lisa 3). Lõuna-Eesti loodusest toodi enim välja märksõnad: Suur Munamägi, mäed, loodus, järved, maastik, mets, Emajõgi ja põllud. Lääne-Eesti puhul olid mees- ja naisgümnasistide osakaalud nii looduse kui asulate, linnade korral sarnased (vt lisa 3). Lääne-Eesti looduse osas esitati järgnevad kuvandikomponendid: rand, meri, rannik, sood, rabad, mets, loodus, liiv ja kadakad.

Joonise 4 põhjal seendus gümnasistide ettekujutuses Põhja-Eesti eelkõige loodusega ning vähem asulate ja linnadega, viimaste osas leidsid enim märkimist: Narva, Keila, Maardu, Rakvere, Paldiski, Viimsi, Loka. Lõuna-Eestiga seonusid linnad ja asulad isegi rohkem kui piirkonna looduslik külg. Enim märkimist leidnud linnad ja asulad Lõuna-Eestis olid: Otepää, Tartu, Võru, Valga, Põlva. Sarnaselt Põhja-Eestile, seonus noortele Lääne-Eesti ettekujutus eelkõige loodusega, kuid tuginedes joonisele 4, on näha ka linnade ja asulate võrdlemisi suur osakaal ettekujutuses. Lääne-Eesti (v.a. Pärnu) enim mainitud linnad ja asulad on: Haapsalu ja Kuressaare.



Joonis 4. Gümnaasiuminoorte struktureerimata kuvand Eesti turismipiirkondadest.

Tallinna objektid kuvandikomponendina on esitatud joonisel 4 seetõttu, et näidata „keskuse” mõju ettekujutustes. Tingitult magistritöös käsitletavatest turismipiirkondadest ja uuringu mahule seatud piirangutest jäetakse Tallinn Põhja-Eesti kuvandist välja.

Põhja-Eesti ettekujutuses väljendus infrastruktuur ja majandus järgnevalt: sadam, laevad, paadid, kruisid, teed ja transport (tihe liiklus, halvad teed). Sarnaselt eelnevaga, väljendus noorte ettekujutuses Lääne-Eesti infrastruktuur laevade ja praamiga. Lõuna-Eesti osas koosnes antud komponent (kruusa) teedest ja majutusasutustest ning suusakuurordist ja -keskusest.

Vaadeldes joonist 4, selgub, et Lääne-Eesti seondub lisaks eespool esitatule ka saartega: saared (sõnana) ja Saaremaa, Hiiumaa, Kihnu, Muhu, Vormsi. Lääne-Eesti saared kerkisid esile võrdsel määral nii nais- kui meesgümnaasistide ettekujutusest (28%) (vt lisa 3). Saared on meenunud noortele veel seoses Põhja-Eestiga, enim märgituteks on: saared (sõnana), Naissaar ja Pakri.

Jooniselt 4 ilmneb, et noortele meenub Eesti turismipiirkondadega ka isikud, grupid ja rahvused. Noorte ettekujutuses on Põhja-Eesti esitatud mitmete poliitikute ning

menubänd „Põhja-Tallinn” kaudu. Lõuna-Eesti korral meenus noortele rahvuslik-kultuuriline külg: setod, murrakud aga ka lätlased.

Joonisel 4 esitatu kohaselt on suurema osakaaluga komponendiks ka atraktsioonid ja üritused, mis seonduvad noortele Lääne-Eesti puhul Haapsalu lossi ja promenaadiga, Valge Daami, Soomaa rahvuspargi, tuulikute ja Kaali kraatriga. Naisgümnaasistide hulgas on rohkem neid, kellele seonduis Lääne-Eesti (10%) ja Lõuna-Eesti (9%) atraktsioonidega (vt lisa 3). Esitatud Lõuna-Eesti atraktsioonid olid looduslikud: Piusa koopad ja ürgorg, Taevaskoda ning Ööbikuorg. Põhja-Eestis märgitud atraktsioonid olid aga inimtekkelised: tuhamäed ja kaevandused.

Noortele seonduvad Lääne-Eestit ettekujutades erinevad tegevused, näiteks matkamine, purjetamine ja seiklustegevused. Tegevused ilmnevad noortel ka Lõuna-Eesti korral, väljendatuna suusatamises, spordis ja seiklustegevustes. Kui mainitud tegevused on olemuselt kõik positiivsed, siis Põhja-Eesti puhul leidis märkimist tegevusena aga „enesetapud ja Türisalu pank”.

Järgnevalt antakse lühiülevaade joonisel 4 kajastuvatest, kuid vähem märkimist leidnud kuvandikomponentidest. Naaberpiirkondade osas meenus noortele Põhja-Eesti korral Soome, Lääne- ja Lõuna-Eesti puhul Läti. Kliima osas tundus Põhja-Eesti noortele külma, karge ja tuulisena. Lõuna-Eesti ja Lääne-Eesti olid aga suviselt päikselised ja soojad. Sõnauhendite ja sõnade osas esitati Lääne-Eesti kuvand koduga, Põhja-Eesti puhul aga kauguse ning pealinnaga ning Lõuna-Eesti korral sõnadega nagu ilus, kauge ja kultuur.

3.2. Põhja-Eesti kuvand

Põhja-Eesti turismipiirkondade kuvandianalüüsiks jagati vastajad kahte gruppi: mees- ja naisgümnaasistid. Koostati tabel 2, milles on reastatud kuvandikomponendid lähtuvalt naisgümnaasistide vastuste keskväärtustest kahanevas järjekorras. Lisaks on esitatud kuvandikomponentide statistilise erinevuse olulisusetõenäosused, mis on leitud T-testi abil.

Tabeli 2 kohaselt ei õnnestunud olulisusnivool 0,05 tõestada gümnaasiuminoorte hinnangute statistiliselt olulist erinevust emotsionaalse kuvandi kummagi kuvandikomponendi ja üldkuvandi osas. Samas leiti uuritud kahe grupi puhul statistiliselt oluline erinevus kuue kognitiivse kuvandikomponendi korral: „turvalisus”, „puhtus”, „rand”, „ostlemine”, „vesilõbustus” ja „kultuuriüritused”.

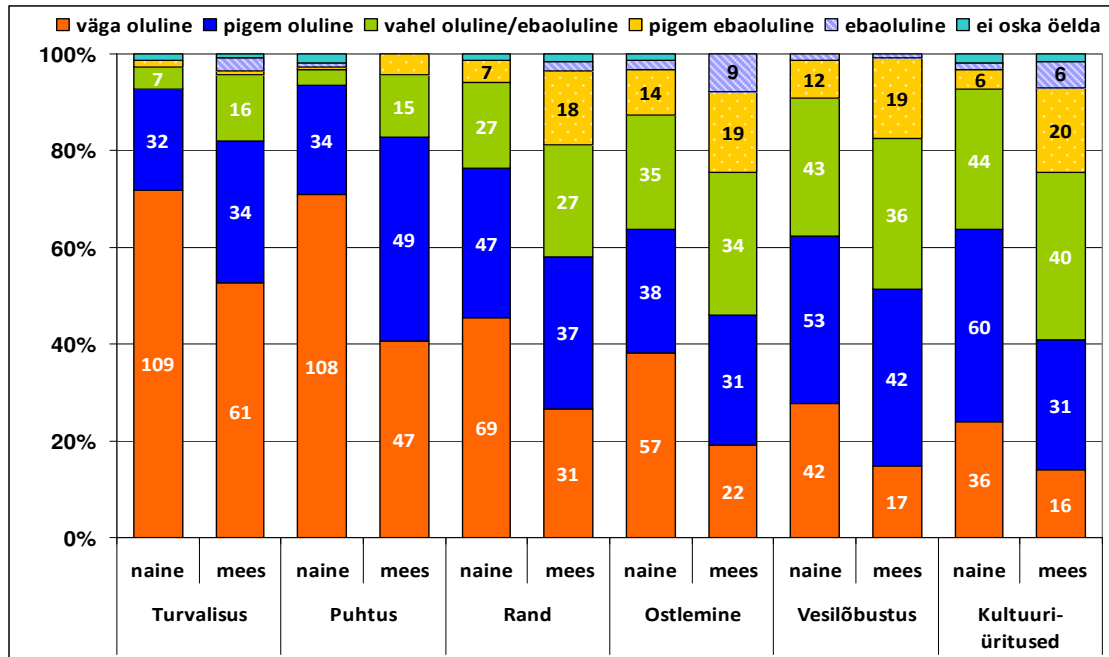
Tabel 2. Erinevused mees- ja naisgümnaasistide Põhja-Eesti kognitiivses, emotsionaalses ja üldkuvandis.

	Kuvandikomponent	Naisgümnaasistide vastuste keskväärtaus	Meesgümnaasistide vastuste keskväärtaus	Statistiline olulisus <i>p</i>
KOGNITIIVNE	Turvalisus	4,59	4,26	0,002**
	Puhtus	4,57	4,19	0,000***
	Õõbimisvõimalused	4,53	4,44	0,330
	Kohalike sõbralikkus ja külalislakhus	4,40	4,23	0,110
	Teed ja transpordiühendus	4,35	4,28	0,526
	Rand	4,13	3,61	0,000***
	Seiklustegevused	4,10	3,96	0,183
	Ostlemine	3,85	3,33	0,000***
	Vesilõbustus	3,80	3,48	0,004**
	Õõelu	3,76	3,65	0,435
	Kultuuriüritused	3,75	3,22	0,000***
	Erinevad maastikuvaated	3,63	3,64	0,962
	Sportimisvõimalused	3,52	3,54	0,848
	Mitmekesine looduskeskkond	3,48	3,43	0,701
	Ajaloolised vaatamisväärsused	3,26	3,33	0,613
	Ligitõmbavad väikelinnad ja külad	3,17	3,35	0,228
	Kohalik ajaloolis-kultuuriline taust	3,16	2,91	0,081
	Muuseumid	3,01	2,94	0,553
	EMOTSIO-NAALNE	Meeldiv-ebameeldiv	3,25	3,18
Huvitav-igav		3,17	3,08	0,636
ÜLDKUVAND		3,08	3,21	0,448

*Olulisustõenäosus olulisusnivool $\alpha = 0,05$, kus * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$

Kõigi ülalloetletud kuvandikomponentide puhul olid naisgümnaasistide hinnangud keskväärtausete järgi kõrgemad. Leitud statistiliselt olulisi kuvandikomponente käsitletakse uuringus gümnaasiuminoorte Põhja-Eesti kuvandi võtmekomponentidena.

Järgnevalt analüüsitakse tabelis 2 toodud statistiliselt oluliselt erinevaid kuvandikomponente sisulisemalt, tuues välja nende protsendilise jaotuvuse ja vastuste hajuvuse hinnangu. Gümnaasiuminoorte hinnagutest lähtuvate trendide paremaks selgitamiseks koostati joonis 5, kus kajastatakse vastajate soost lähtuvaid hinnanguid tabelis 2 toodud analüüsitavatele kuvandikomponentidele. Vältimaks joonise lugematuks muutumist, on joonisele märgitud gümnaasistide väikseim hulk kuus, kuid alla kuue vastajaga hinnangud on leitavad lisa 4.



Joonis 5. Gümnaasiuminoorte hinnangud Põhja-Eesti kuvandikomponentidele.

Tuginedes tabelis 2 esitatule, on kõrgema vastuste keskväertustega „turvalisus”. Naisgümnaasistide hinnang on tõlgendatav kui „pigem oluline”, kaldudes „väga olulise” poole, meesgümnaasistide hinnangud on statistiliselt oluliselt madalamad ($p=0,002$), jäädes vasustevariandi „pigem oluline” juurde. Üle poole vastanutest, 63% hindavad „turvalisust” „väga oluliseks” (vt lisa 4). Naisgümnaasistide seas (vt joonis 5) on „turvalisuse” „väga oluliseks” pidavate vastajate arv suurem (72%). Pooled meesgümnaasistidest, ehk 53% hindavad samuti „turvalisust” Põhja-Eesti kontekstis „väga oluliseks”. Ka standardhälve näitab naisgümnaasistide vastuste puhul väiksemat varieerumist kui meestel, vastavad näitajad on 0,82 ja 1,01.

Tabeli 2 põhjal on gümnaasistide hinnang Põhja-Eesti kuvandikomponendile „puhtus” „olulise” ja „väga olulise” vahel. Üle poole noortest, ehk 58% hindavad Põhja-Eesti

kuvandikomponendina „puhtust” „väga oluliseks” (vt lisa 4). Naisgümnaasistidele on „puhtus” „väga oluline” (71%), meesgümnaasistidele „puhtus” „väga oluline” ei ole, alla poole hindavad seda „pigem oluliseks” (42%) või „oluliseks” (41%), nende hinnangud on ka statistiliselt oluliselt madalamad ($p=0,000$) (vt joonis 5). Vaadeldes naisgümnaasistide standardhälvet (0,91), siis on märgata vastuste suuremat hajuvust kui meesgümnaasistidel (0,82).

Põhja-Eesti kuvandikomponenti „**randa**” on alla poole noortest (vt lisa 4) hinnanud „väga olulisena” (37%) ja „pigem olulisena” (31%). Vaadeldes joonisel 5 ja lisa 4 toodud hinnangute erinevusi lähtuvalt soost, ilmneb aga selge trend, kus peaaegu pooled naisgümnaasistidest (45%) hindavad „randa” „väga oluliseks”. Naisgümnaasistide hinnangud on ka statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,000$) ja ühtsemalt koondunud (1,08), kui meesgümnaasistidel (1,18).

Järgmine kuvandikomponent lähtuvalt tabelis 2 esitatule on „**ostlemine**”, mida on hinnanud „väga oluliseks” Põhja-Eesti kuvandi kontekstis alla poolte gümnaasistidest (30%). Teiste hinnangute osakaalud ei küündi 30%-ni. (vt lisa 4). Vaadeldes joonisel 5 esitatud hinnangute jaotust lähtuvalt soost, siis on „ostlemine” „väga oluline” naisgümnaasistidele (38%), nende hinnangud on statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,003$) meesgümnaasistide hinnangutest (vt lisa 4). Naisgümnaasistide standardhälve näitab väiksemat vastuste hajuvust (1,17), kui meesgümnaasistidel (1,19).

Tabelis 2 esitatud keskväärtuste tõlgendamine viitab, et „**vesilõbustus**” kuvandikomponendina on gümnaasistidele „pigem oluline”, mida arvab enim vastanutest (36%). Lisis 4 toodust nähtub aga, et „vesilõbustus” on „pigem oluline” rohkem meesgümnaasistidele (37%), kui naisgümnaasistidele (35%). Meesgümnaasistide hulgas on vähem neid, kes arvavad „vesilõbustuse” olevat „väga olulise” (15%), kui naisgümnaasistide hulgas (28%). Samas näitab aga standardhälve naisgümnaasistide hinnangute suuremat varieeruvust (0,98), kui meesgümnaasistidel (0,97). Joonis 5 toob esile naisgümnaasistide suurema osakaalu hinnangu „väga olulise” juures, nende hinnangud on ka statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,004$) meesgümnaasistidest.

Tabeli 2 järgi nähtub „**kultuuriürituste**” hindamine „vahel olulise/ebaolulisena”. Lisis 4 esitatud andmetest ilmneb, et antud kuvandikomponent on

gümnaasiuminoortele „pigem oluline” (34%) või „vahel oluline/ebaoluline” (32%). Joonisel 5 toodud soolisest võrdlusest on näha naiste selgem eristumine, kus 40% naistest arvab „kultuuriüritused” olevat „pigem olulised”, samas kui suuremale osale meestest (35%) on antud komponent „vahel oluline/ebaoluline” (vt lisa 4). Meesgümnaasistide hinnangud on statistiliselt oluliselt madalamad ($p=0,000$) ja varieeruvad (1,15), kui naisgümnaasistide vastused (1,03).

Korrelatsioonimaatriksist (vt lisa 5) nähtuvad olulisemad seosed on esitatud tabelis 3. Esitatud seosed jäävad keskmise tugevusega seose vahemikku, ehk 0,4-0,7, kuid tabelis 3 on toodud parema arusaamise nimel ainult need seosed, mille korrelatsioon on suurem kui 0,5. Tugevaid ega väga tugevaid seoseid uuritud tunnuste vahel ei olnud. Maatriksist ilmnenuid keskmised seosed olid kõik positiivsed. Seosed on reastatud kahanevas järjekorras. Tabelis 3 toodud korrelatsioonikordajate põhjal leitakse olulisusnivool 95% usaldusintervallid, saamaks paremat ettekujutust üldkogumi korrelatsioonikordajast. Kõik seosed on olulised olulisuse nivool 0,05.

Tabel 3. Seosed Põhja-Eesti kuvandikomponentide vahel.

Tunnus	Tunnus	Korrelatsiooni-kordaja r	95% usaldus-intervall
Huvitav-igav	Meeldiv-ebameeldiv	0,67	$\pm 0,07$
Puhtus	Turvalisus	0,64	$\pm 0,07$
Muuseumid	Ajaloolised vaatamisväärsused	0,62	$\pm 0,08$
Erinevad maastikuvaated	Mitmekesine looduskeskkond	0,55	$\pm 0,09$
Kohalike sõbralikkus ja külalislahkus	Puhtus	0,52	$\pm 0,09$
Ostlemine	Õöelu	0,51	$\pm 0,09$

Tabelis 3 esitatud positiivne seos „huvitav-igav” ja „meeldiv-ebameeldiv” näitab seda, et need gümnaasiuminoored, kes hindasid Põhja-Eesti „huvitavaks”, hindasid ka Põhja-Eesti „meeldivaks”. Sarnaselt, need noored, kes hindasid Põhja-Eesti „igavaks”, hindasid ta ka „ebameeldivaks”. Tegemist on emotsionaalse kuvandi komponentidevaheliste seostega.

Vaadeldes korrelatsioonimaatriksit (vt lisa 5), selgub, et gümnaasiuminoorte Põhja-Eesti kognitiivne kuvand on nõrgas seoses emotsionaalse kuvandiga, kuna leitud seos jääb vahemikku $0,34 \pm 0,11$. Sarnaselt on gümnaasiuminoorte kognitiivne kuvand

nõrgas seoses Põhja-Eesti üldkuvandiga ($0,25 \pm 0,11$). Keskmise tugevusega ($0,47 \pm 0,10$) on seotud Põhja-Eesti emotsionaalne ja üldkuvand.

Tabeli 3 järgi on neile noortele, kellele on oluline „puhtus” oluline ka „turvalisus” ja „kohalike sõbralikkus ja külalislakkus” Põhja-Eesti kuvandis.

Tabeli 3 alusel ilmneb, et gümnaasiuminoorte hinnangute keskväärtused olid madalamad „muuseumide” kuvandikomponendi korral. Antud seos näitab, et need, kes annavad madalaid hinnanguid „muuseumidele”, ei hinda „väga oluliseks” ka „ajaloolisi vaatamisväärsusi” oma turismipiirkonna ettekujutuses.

Sarnaselt näitavad tabelis 3 esitatud vastajate gruppide keskväärtused „keskmisi” hinnanguid Põhja-Eesti ettekujutuses „erinevate maastikuvaadete” ja „mitmekesise looduskeskkonna” osas. Antud komponentide seos näitab, et neile, kellele on „erinevad maastikuvaated” olulised hindavad ka „mitmekesist looduskeskkonda” oluliseks.

Komponentide „ostlemine” ja „ööelu” vaheliste seoste korral on tegemist hedonismiga. Teisisõnu neile noortele, kellele meeldib ostelda, neile meeldib ka ööelu nautida.

Kokkuvõtvalt on Põhja-Eestisse reisimisel noortele oluline tutvuda ajaloo, puhata looduses, ostelda ning nautida ööelu, tundes end turvaliselt koos sõbralike kohalikega. Seosed kognitiivsete kuvandikomponentide vahel olid keskmise tugevusega. Noorte emotsioonid Põhja-Eesti vastu on seotud nõrgalt kognitiivse ettekujutusega. Tunnetega seotud kuvand on aga keskmise tugevusega seoses üldkuvandiga, ehk mida meeldivamana ja huvitavamana või ebameeldivamana ja igavamana Põhja-Eestit tuntakse, seda positiivsem või negatiivsem tundub ta ka turismipiirkonnana.

3.3. Lõuna-Eesti kuvand

Lõuna-Eesti turismipiirkondade kuvandianalüüsiks koostati mõlema vastajate grupi tulemustest tabel 4, milles on reastatud kuvandikomponendid naisgümnasistide vastuste keskväärtuste kohaselt kahanevas suuruses. Lisaks on esitatud T-testidest leitud kuvandikomponentide olulisustõenäosus.

Tuginedes tabelis 4 toodule, ei õnnestunud olulisusnivool 0,05 tõestada gümnaasiuminoorte hinnangute statistiliselt olulist erinevust emotsionaalse kuvandi kummagi komponendi ja üldkuvandi osas. Kuid leiti uuritud kahe grupi puhul statistiliselt oluline erinevus järgmise kaheksa kognitiivse kuvandikomponendi puhul: „puhtus”, „turvalisus”, „ööbimisvõimalused”, „kohalike sõbralikkus ja külalislahkus”, „rand”, „vesilõbustus”, „kultuuriüritused” ja „ostlemine”.

Tabel 4. Erinevused mees- ja naisgümnaasistide Lõuna-Eesti kognitiivses, emotsionaalses ja üldkuvandis.

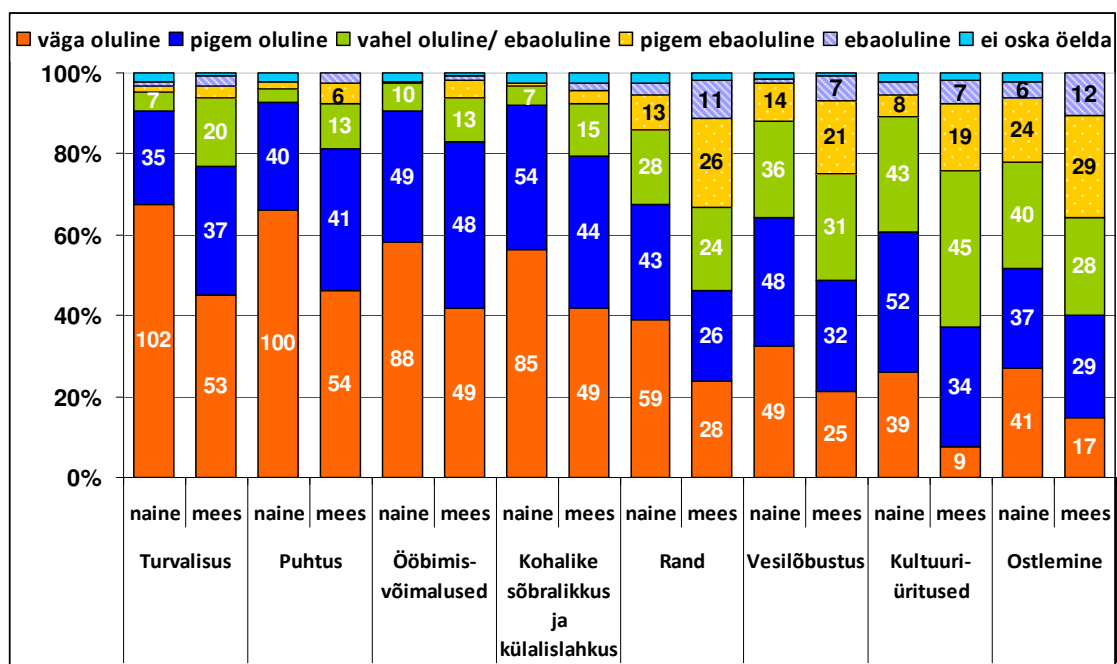
	Kuvandikomponent	Naisgümnaasistide vastuste keskväärts	Meesgümnaasistide vastuste keskväärts	Statistiline olulisus <i>p</i>
KOGNITIIVNE	Puhtus	4,51	4,17	0,002**
	Turvalisus	4,48	4,11	0,002**
	Ööbimisvõimalused	4,42	4,16	0,015*
	Kohalike sõbralikkus ja külalislahkus	4,40	4,07	0,005**
	Rand	4,40	4,23	0,000***
	Seiklustegevused	4,21	4,05	0,192
	Teed ja transpordiühendus	4,20	4,03	0,194
	Erinevad maastikuvaated	4,01	4,11	0,438
	Mitmekesine looduskeskkond	4,01	4,07	0,619
	Vesilõbustus	3,81	3,38	0,001***
	Ööelu	3,71	3,53	0,253
	Kultuuriüritused	3,69	3,11	0,000***
	Sportimisvõimalused	3,65	3,64	0,955
	Kohalik ajaloolis-kultuuriline taust	3,57	3,17	0,167
	Ligitõmbavad väikelinnad ja külad	3,52	3,53	0,969
	Ostlemine	3,49	3,08	0,005**
	Ajaloolised vaatamisväärsused	3,28	3,27	0,934
	Muuseumid	2,92	2,90	0,864
EMOTSIO-NAALNE	Meeldiv-ebameeldiv	3,97	3,84	0,454
	Huvitav-igav	3,84	3,83	0,894
ÜLDKUVAND		4,23	4,14	0,491

*Olulisustõenäosus olulisusnivool $\alpha=0,05$, kus * $p<0,05$, ** $p<0,01$, *** $p<0,001$

Sarnaselt Põhja-Eesti analüüsitulemustele, olid kõigi loetletud kuvandikomponentide osas naisgümnaasistide hinnangud keskväärtsuste järgi kõrgemad. Leitud statistiliselt

olulisi kuvandikomponente käsitletakse uuringus gümnaasiuminoorte Lõuna-Eesti kuvandi võtmekomponentidena.

Järgnevalt analüüsitakse tabelis 4 esitatud statistiliselt oluliselt erinevaid kuvandikomponente põhjalikumalt, tuues välja nende protsendilise jaotuvuse ja vastuste hajuvuse. Hindamiseks gümnaasiuminoorte vastuste trende esitatakse joonis 6, kus kajastatakse vastajate soost lähtuvaid hinnanguid tabelis 4 toodud analüüsitavatele kuvandikomponentidele. Vältimaks joonise lugematuks muutumist, on joonisel kajastatud vähimaks noorte arvuks kuus. Alla kuue vastajaga hinnangud on esitatud andmetabelis lisa 4.



Joonis 6. Gümnaasiuminoorte hinnangud Lõuna-Eesti kuvandikomponentidele.

Tabeli 4 alusel on noorte hinnangud „puhtuse” osas kõrgemad, olles „väga olulise” ja „pigem olulise” vahel. Standardhälbed näitavad meesgümnaasistide vastuste suuremat hajuvust (0,99), kui naisgümnaasistidel (0,92). Üle pooltele vastanutele (57%) on „puhtus” väga oluline. Jooniselt 6 on märgata naisgümnaasistide suuremat osakaalu „puhtuse” väga oluliseks hindamisel (66%). „Puhtus” on naisgümnaasistidele Lõuna-Eesti ettekujutustes statistiliselt oluliselt kõrgemalt hinnatud ($p=0,002$), kui meesgümnaasistidele. Vaadeldes joonist 6, ilmneb, et meeste osakaal „väga olulise” hinnangu juures on väiksem kui naiste osakaal, olles (46%) (vt lisa 4).

Üle poole vastanuist (58%) on hinnanud Lõuna-Eesti ettekujutustes „**turvalisust**” „väga oluliseks” (vt lisa 4). Vaadeldes tabelis 4 esitatud vastuste keskväärtusi, on näha naisgümnaasistide hinnangute kaldumist „väga olulise” suunas, samas kui meesgümnaasistide keskväärtus on tõlgendatav „pigem olulisena”. Standardhälve näitab naisgümnaasistide hinnangute vähesemat varieerumist (0,99), kui meesgümnaasistidel (1,04). „Turvalisuse” osas on naisgümnaasistide seas rohkem neid, kes hindavad antud komponenti „väga oluliseks” (67%). Naisgümnaasistide hinnangud on statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,002$) meesgümnaasistidest. Meeste osakaal hinnangu „väga olulise” korral jääb alla poole, olles 45% (vt lisa 4).

Hinnates tabelis 4 toodud gümnaasistide vastuste keskväärtusi „**ööbimisvõimaluste**” komponendile, ilmneb, et noortele on Lõuna-Eestis reisides „ööbimisvõimalused” „pigem olulised”. Joonis 6 kohaselt on naistele „ööbimisvõimalused” „väga olulised”. Standardhälve näitab meesgümnaasistide vastuste suuremat varieeruvust (0,95), kui naisgümnaasistidel (0,93). Pooled vastanutest (51%) hindavad „ööbimisvõimalusi” väga oluliseks. Naisgümnaasistide osakaal on „väga olulise” hinnangu juures suurem, 58%, kuid meesgümnaasistide hinnangud on statistiliselt oluliselt madalamad ($p=0,015$) (vt lisa 4). Meesgümnaasistide madalamat hinnangut näitab ka nende suurem osakaal „pigem olulise” hinnangu puhul (41%), (vt lisa 4).

Joonise 6 järgi on naisgümnaasistide osakaal suurem „**kohalike sõbralikkus ja külalislahkuse**” „väga oluliseks” hindamisel, sama hinnang selgub ka tabelis 4 toodud vastuste keskväärtuste tõlgendamisel. Standardhälbed näitavad naisgümnaasistide vastuste vähesemat hajuvust (0,95), kui meesgümnaasistidel (1,12). Lisas 4 toodust selgub, et poolte noorte (50%) hinnanguks antud komponendi osas on „väga oluline”. Naisgümnaasistide osakaal on antud hinnangu juures suurem (56%), meeste osakaal antud hinnangu korral jääb alla poole (42%) (vt lisa 4). Meeste osakaal on suurem „pigem olulise” hinnangu korral. Naisgümnaasistide hinnang „kohalike sõbralikkus ja külalislahkus” on statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,005$), kui meesgümnaasistidel.

Noortest enim (39%) on arvanud „**ranna**” olevat „väga olulise”, kuid jooniselt 6 on näha naisgümnaasistide suurem osakaal „väga olulise” hinnangu juures (39%) (vt lisa 4). Naisgümnaasistide kõrgemad hinnangud „rand” osas on ka statistiliselt olulised ($p=0,000$), kuigi standardhälbed näitavad naisgümnaasistide vastuste suuremat

varieerumist (0,89) meesgümnaasistidest (0,81). Meesgümnaasistide osakaal „väga olulise” hinnangu juures on 24%, samuti on nende hulgas rohkem neid, kellele on „rand” „pigem ebaoluline” (22%) (vt lisa 4).

Vaadeldes joonisel 6 toodud nais- ja meesgümnaasistide hinnangute erinevusi „**vesilõbustuse**” osas, siis on märgata naiste suhteliselt võrdset osakaalu hinnangute „pigem olulise” (28%) või „väga olulise” (28%) korral (vt lisa 4). Meesgümnaasistide hinnangud on „vesilõbustusele” statistiliselt oluliselt madalamad ($p=0,001$) ja rohkem varieeruvad (1,22), kui naisgümnaasistidel (1,11). Tabeli 4 alusel on meesgümnaasistide vastuste keskväärtused tõlgendatavad „vahel olulise/ebaolulisena”, kuid naisgümnaasistide vastuse keskväärtus kaldub „pigem olulise” suunas. Nii mees- kui naisgümnaasistide osakaal on suurim hinnangu „pigem oluline” juures – 30% (vt lisa 4).

Tuginedes joonisele 6 selgub, et naisgümnaasistide seas on rohkem neid, kellele „**kultuuriüritused**” on „pigem olulised” (34%) (vt lisa 4). Meesgümnaasistid on kahtlevamal seisukohal, hinnates antud komponenti „vahel olulise/ebaolulisena”, nende hinnangud on ka statistiliselt oluliselt madalamad ($p=0,000$). Naisgümnaasistide vastuste keskväärtus on kõrgem kui meesgümnaasistide vastav näitaja (vt tabel 4), kuigi keskväärtused on sarnaselt tõlgendatavad „pigem olulisena”. Standardhälbed näitavad naisgümnaasistide vastuste suuremat varieerumist (1,13), kui meesgümnaasistidel (1,07).

Tabeli 4 põhjal ilmneb naisgümnaasistide vastuste kõrgem keskväärtus kuvandikomponent „**ostlemine**” osas. Joonisel 6 on näha naisgümnaasistide osakaalude suhteliselt võrdne jagunemine hinnangute „väga oluline”, „pigem oluline” ja „vahel oluline/ebaoluline” vahel. Standardhälve näitab meesgümnaasistide vastuste väiksemat hajumist (1,23), kui naisgümnaasistidel (1,26). Lisas 4 toodud andmete kohaselt on „ostlemise” osas vastajate osakaal võrdne kahe hinnangu puhul – „vahel oluline/ebaoluline” ja „pigem oluline”, olles 25%. Naisgümnaasistide hulgas on aga rohkem neid, kes hindavad „ostlemist” „väga oluliseks” (27%), samuti on nende hinnangud statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,005$). Meesgümnaasistide hulgas on rohkem neid, kellele on võrdselt „ostlemine” „pigem ebaoluline” (25%) ja „pigem oluline” (25%) (vt lisa 4).

Seoste leidmiseks Lõuna-Eesti kuvandikomponentide vahel koostati **korrelatsioonimaatriks** (vt lisa 5). Leitud olulisemad seosed on esitatud alljärgnevas tabelis 5. Seosed jäävad tugeva ja keskmise tugevusega seose vahemikku, ehk 0,4-0,7, kuid tabelis 5 on esitatud paremaks mõistmiseks ainult need seosed, mille korrelatsioon on suurem kui 0,5. Maatriksist leitud keskmised ja tugevad seosed olid kõik positiivsed. Seosed on reastatud kahanevas järjekorras. Tuginedes tabelis 5 toodud korrelatsioonikordajatele, leitakse olulisusnivool 95% usaldusintervallid, et saada paremat ülevaadet üldkogumi korrelatsioonikordajast. Kõik seosed on olulised olulisuse nivool 0,05.

Tabel 5. Seosed Lõuna-Eesti kuvandikomponentide vahel.

Tunnus	Tunnus	Korrelatsiooni-kordaja <i>r</i>	95% usaldus-intervall
Meeldiv-ebameeldiv	Huvitav- igav	0,78	±0,05
Mitmekesine looduskeskkond	Erinevad maastikuvaated	0,76	±0,05
Turvalisus	Puhtus	0,73	±0,05
Ajaloolised vaatamisväärsused	Muuseumid	0,72	±0,06
Ajaloolised vaatamisväärsused	Kohalik ajaloolis-kultuuriline taust	0,61	±0,08
Muuseumid	Kohalik ajaloolis-kultuuriline taust	0,60	±0,08
Muuseumid	Kultuuriüritused	0,59	±0,08
Kultuuriüritused	Kohalik ajaloolis-kultuuriline taust	0,59	±0,08
Õöelu	Ostlemine	0,57	±0,08
Puhtus	Kohalike sõbralikkus ja külalislahkus	0,56	±0,08
Sportimisvõimalused	Seiklustegevused	0,54	±0,09
Rand	Ostlemine	0,51	±0,09
Teed ja transpordiühendus	Õöbimisvõimalused	0,51	±0,09

Tabelis 5 toodud tugev seos „meeldiv-ebameeldiv” ja „huvitav-igav” on emotsionaalse kuvandi komponentidevaheline seos. Antud seos näitab, et neile noortele, kellele tundub Lõuna-Eesti meeldiv tundub ta ka huvitav. Sarnaselt, neile noortele, kellele Lõuna-Eesti tundub ebameeldiv tundub piirkond ka igavana. Lisas 5 esitatud korrelatsioonimaatriksist ilmneb, et seosed gümnaasiuminoorte kognitiivse ning emotsionaalse kuvandi vahel jäävad vahemikku $0,31 \pm 0,11$. Teisisõnu on need ettekujutused nõrgalt seotud. Samuti selgub, et üldkuvand on kognitiivse kuvandiga nõrgalt seotud, kuna seos jääb vahemikku $0,24 \pm 0,11$. Seosed üldkuvandi ja emotsionaalse kuvandi vahel on aga keskmise tugevusega ($0,43 \pm 0,10$).

Tabeli 5 alusel on esitatud seostest näha Lõuna-Eesti erinevus teistest Eesti turismipiirkondadest, mis väljendub looduse ja maastikuvaadete olulisuses gümnaasiuminoortele, samuti ajaloolise tausta ning muuseumide-vaatamisväärsuste korrelatsioonis.

Tabelist 5 ilmneb noorte huvi aktiivsete tegevuste vastu Lõuna-Eestis. Lisaks selgub veel, et need noored, kes hindavad teid ja transpordivõimalusi oluliseks peavad oluliseks ka Lõuna-Eestis ööbimisvõimalusi. Turvalisuse ja puhtuse olulisus tuleneb ilmselt uuritavate vanusest. Samuti selgub, et need noored, kes hindavad „ööelu” ja „randa” olulisemaks Lõuna-Eesti ettekujutuses, peavad lugu ka „ostlemisest”, antud komponentide väärtustamine on ilmselt omistatav naisgümnaasistidele.

Kokkuvõtvalt saab väita, et noored soovivad reisida mitmekesise loodusega turvalisse Lõuna-Eestisse, et avardada oma silmaringi, tutvudes kohaliku ajaloolis-kultuurilise taustaga. Samas on neile oluline ka füüsiline aktiivsus ning meelelahutuslikud tegevused aga ka kohalike sõbralik suhtumine. Sarnaselt Põhja-Eestiga, mõjutavad nõrgalt Lõuna-Eestiga seonduvad emotsioonid nagu meeldiv või ebameeldiv, huvitav või igav, aga ka üldine hinnang (positiivne-negatiivne) noorte kognitiivset ettekujutust.

3.4. Lääne-Eesti kuvand

Lääne-Eesti turismipiirkondade kuvandianalüüsiks koostati kahe vastajate grupi tulemustest tabel 6, milles on reastatud kuvandikomponendid lähtuvalt naisgümnaasistide vastuste keskväärtustest kahanevas järjekorras. Lisaks on esitatud T-testide abil leitud kuvandikomponentide olulisustõenäosused.

Tabeli 6 kohaselt ei õnnestunud olulisusnivool 0,05 tõestada gümnaasiuminoorte hinnangute statistiliselt olulist erinevust emotsionaalse kuvandi kummagi komponendi ja üldkuvandi osas. Teisisõnu ei ole nimetatud kuvandi hinnangud üldkogumile üldistatavad. Samas leiti kahe grupi puhul statistiliselt oluline erinevus järgneva kaheksa kognitiivse kuvandikomponendi puhul: „**kohalike sõbralikkus ja külalislahkus**”, „**puhtus**”, „**rand**”, „**turvalisus**”, „**ööbimisvõimalused**”, „**teed ja transpordiühendus**”, „**kultuuriüritused**”, „**ostlemine**”. Nagu eelenevategi turismipiirkondade analüüsimisel, leiti ka Lääne-Eesti korral kõigi loetletud

kuvandikomponentide puhul, et naisgümnaasistide hinnangud on keskväärtuste järgi kõrgemad. Samuti käsitletakse statistiliselt oluliselt erinevaid kuvandikomponente gümnaasiuminoorte Lääne-Eesti kuvandi võtmekomponentidena.

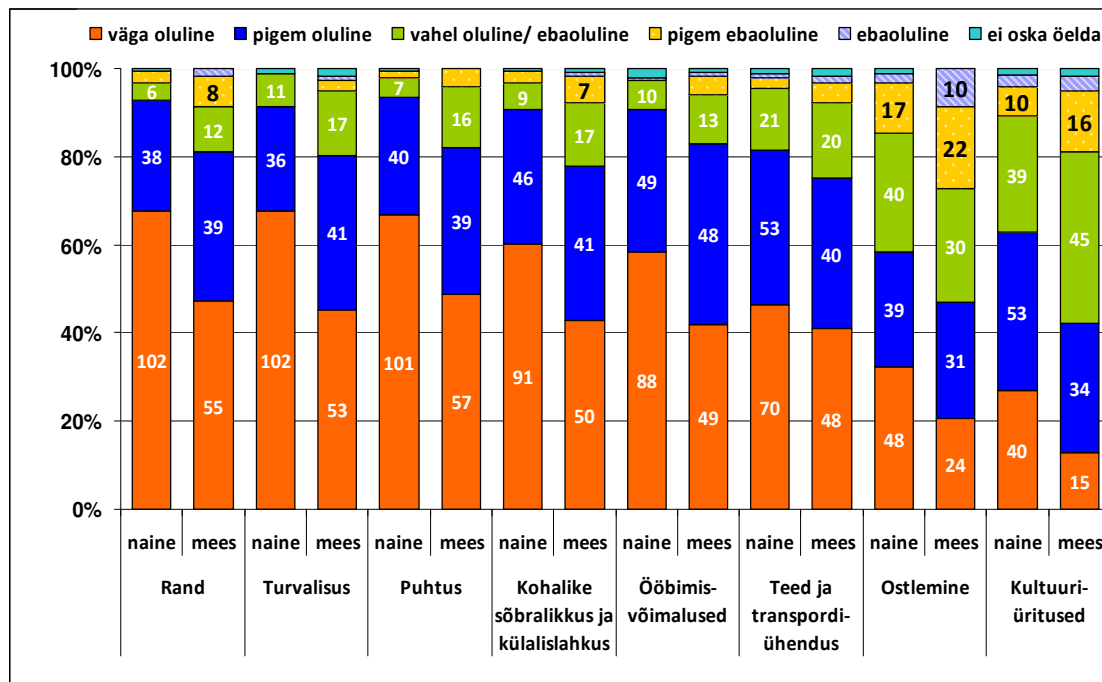
Tabel 6. Erinevused mees- ja naisgümnaasistide Lääne-Eesti kognitiivses, emotsionaalses ja üldkuvandis.

	Kuvandikomponent	Naisgümnaasistide vastuste keskväärtus	Meesgümnaasistide vastuste keskväärtus	Statistiline olulisus <i>p</i>
KOGNITIIVNE	Kohalike sõbralikkus ja külalislahkus	4,63	4,10	0,001***
	Puhtus	4,57	4,26	0,001***
	Rand	4,56	4,18	0,000***
	Turvalisus	4,48	4,12	0,001***
	Õõbimisvõimalused	4,42	4,18	0,014**
	Teed ja transpordiühendus	4,27	4,03	0,017*
	Seiklustegevused	4,14	3,96	0,092
	Vesilõbustus	4,03	3,78	0,064
	Mitmekesine looduskeskkond	3,86	3,85	0,905
	Erinevad maastikuvaated	3,81	3,81	0,974
	Õõelu	3,78	3,67	0,435
	Kultuuriüritused	3,74	3,29	0,001***
	Ostlemine	3,71	3,32	0,004**
	Sportimisvõimalused	3,70	3,62	0,599
	Ajaloolised vaatamisväärsused	3,50	3,24	0,420
	Ligitõmbavad väikelinnad ja külad	3,37	3,49	0,426
	Kohalik ajaloolis-kultuuriline taust	3,24	3,20	0,747
	Muuseumid	3,11	3,02	0,498
	EMOTSIO-NAALNE	Meeldiv-ebameeldiv	3,67	3,71
Huvitav-igav		3,62	3,61	0,967
ÜLDKUVAND		4,01	3,86	0,195

*Olulisustõenäosus olulisusnivool $\alpha = 0,05$, kus * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$

Järgnevalt analüüsitakse tabelis 6 toodud statistiliselt oluliselt erinevaid kuvandikomponente süviti, tuues välja nende protsendilise jaotuvuse ja vastuste hajuvuse. Allpool esitatakse gümnaasiuminoorte hinnangutest ilmnunud trendide paremaks hoomamiseks joonis 7, kus kajastatakse vastajate soost lähtuvaid hinnanguid tabelis 6 toodud analüüsitavatele kuvandikomponentidele. Vältimaks joonise

lugematuks muutumist, on vähimaks joonisele kantud gümnaasistide hulgaks kuus, kuid alla kuue vastajaga hinnangud on leitavad lisa 4.



Joonis 7. Gümnaasiuminoorte hinnangud Lääne-Eesti kuvandikomponentidele.

Tabel 6 kohaselt on kuvandikomponentidest kõrgema keskväärtusega „**kohalike sõbralikkus ja külalislahkuse**” korral üle poole vastajate (52%) hinnanguks „väga oluline”. Naisgümnaasistide osakaal on suurim hinnangu „väga oluline” juures (60%) (vt joonis 7), võrrelduna 43%-lise meesgümnaasistide osakaaluga sama hinnangu korral (vt lisa 4). Meesgümnaasistide hinnang on ka statistiliselt oluliselt madalam ($p=0,001$) ja hajuvam (1,01) naisgümnaasistidest (0,81).

Lääne-Eesti ettekujutuses peavad üle poole vastajatest (59%) „**puhtuse**” komponenti „väga oluliseks” (vt lisa 4). Vaadeldes soost lähtuvat hinnangute jagunemist, on joonisel 7 näha, et naisgümnaasistidest üle poole (66%) hindas „puhtust” „väga oluliseks”, nende hinnangud on ka vähem hajuvad (0,74) ning statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,001$). Samas on „puhtus” „väga oluline” ka peaaegu pooltele meesgümnaasistidele (49%). Kuid meesgümnaasistide hulgas rohkem neid, kes hindavad „puhtust” „pigem oluliseks” (33%), samuti on nende hinnangud rohkem hajuvad (0,85) (vt lisa 4).

Jooniselt 7 selgub, et naisgümnaasistidele on „**rand**” „olulisem” (67%), mis nähtub ka tabelis 6 esitatud naisgümnaasistide keskväärtuse tõlgendamisest „pigem olulisena”, kaldudes „väga olulise” poole. Meesgümnaasistide osakaal jääb alla poole (47%), kuid nende osakaal on suurem hinnangu „pigem olulise” juures (33%) (vt lisa 4). Meesgümnaasistide hinnangud on ka statistiliselt oluliselt madalamad ($p=0,000$) ja rohkem hajuvad ($0,99$), kui naisgümnaasistidel ($0,79$).

Üle poole vastanutest (68%) hindas Lääne-Eesti ettekujutuses „**turvalisust**” „väga oluliseks” (vt lisa 4), kuid tabeli 6 järgi näitavad keskväärtused, et „turvalisus” on „pigem oluline”. Jooniselt 7 selgub, et naisgümnaasistide seas on rohkem neid, kellele „turvalisus” on „väga oluline” (67%) (vt lisa 4). Naisgümnaasistide vastused on vähem hajunud ($0,99$). Meesgümnaasistide hinnangud on statistiliselt oluliselt madalamad ($p=0,001$) ja rohkem varieeruvad ($1,04$), olles tabelis 6 esitatud keskväärtuse järgi tõlgendatav „pigem olulisena” (35%). Samas nähtub lisast 4, et meesgümnaasistide seas on rohkem neid, kellele „turvalisus” on „väga oluline” (45%).

Joonisel 7 toodud mõlema grupi vastuste osakaalude järgi ilmneb, et noortele on „**öobimisvõimalused**” „väga olulised” (52%) (vt lisa 4). Kuigi tabelis 6 esitatud keskväärtused on tõlgendatavad mõlema grupi puhul „pigem olulisena”, näitab hinnangute analüüs lähtuvalt vastajate soost, et üle pooltele naisgümnaasistidele on „öobimisvõimalused” „väga olulised” (58%). Naisgümnaasistide hinnangud on ka statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,014$) ja vähem hajuvad ($0,85$). Meesgümnaasistide seas on vähem neid, kellele „öobimisvõimalused” on „väga olulised” (44%), samuti on nende vastused rohkem hajuvad ($0,89$) (vt lisa 4).

Tabelis 6 selgub keskväärtuste tõlgendamisel, et „**teed ja transpordiühendus**” on noortele „pigem oluline”. Joonis 7 esitab naisgümnaasistide suuremat osakaalu hinnangu „väga olulise” juures (49%). Meesgümnaasistide seas on vähem neid, kes hindavad „teid ja transpordiühendusi” „väga oluliseks” (40%), neile on „teed ja transpordiühendus” „pigem oluline” (30%) või „vahel oluline/ebaoluline” (25%) (vt lisa 4). Meesgümnaasistide hinnangud on ka statistiliselt oluliselt madalamad ($p=0,017$), aga ka rohkem varieeruvad ($0,98$), kui naisgümnaasistidel ($0,89$).

Vaadeldes joonisel 7 esitatud noorte hinnanguid, ilmneb, et enamikule noortest ei ole „**kultuuriüritused**” „väga olulised”, mida näitab ka tabelis 6 toodud vastuste keskväärtuste tõlgendamine „vahel olulise/ebaolulisena” ehk noored on kahtleval seisukohal „kultuuriürituste” olulisuse osas. Naisgümnaasistide hinnangute standardhälve näitab vastuste suuremat hajuvust (1,10), kui meesgümnaasistidel (1,08). Sooline võrdlus näitab aga, et naisgümnaasistide osakaal on suurim hinnangu „pigem olulise” korral (35%), meesgümnaasistide osakaal aga „vahel olulise/ebaolulise” juures (38%) (vt lisa 4). Naisgümnaasistide hinnangud on ka statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,001$) meesgümnaasistide hinnangutest.

Jooniselt 7 ilmneb, et gümnaasiuminoorte hinnangud „**ostlemise**” osas on jagunenud sarnaselt „vahel olulise/ebaolulise” (26%), „pigem olulise”(26%) ja „väga olulise” (27%) vahel (vt lisa 4), sama näitab ka tabelis 6 esitatud keskväärtuste tõlgendamine. Sarnane osakaalude jagunemise trend jätkub ka vastuste analüüsimisel lähtuvalt soost, kus nais- ja meesgümnaasistide osakaalud on võrdsed (26%) nii hinnangu „vahel olulise/ebaolulise” kui ka „pigem olulise” korral (vt lisa 4). Kuigi vastanute osakaalude jagunemine on suhteliselt sarnane, näitab naisgümnaasistide vastuste standardhälve väiksemat varieeruvust (1,17), kui meesgümnaasistidel (1,23). Naisgümnaasistide hinnangud on statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,004$).

Seoste leidmiseks Lääne-Eesti kuvandikomponentide vahel koostati **korrelatsioonimaatriks** (vt lisa 5). Leitud olulisemad seosed on esitatud tabelis 7. Leitud seosed jäävad tugeva ja keskmise tugevusega seose vahemikku ehk vastavalt 0,4-0,9, kuid tabelis 7 on selgemaks arusaamiseks toodud ainult need seosed, mille korrelatsioon on suurem kui 0,5. Maatriksist ilmnenuid keskmised ja tugevad seosed olid kõik positiivsed. Seosed on reastatud kahanevas järjekorras. Lähtuvalt tabelis 7 toodud korrelatsioonikordajatest, leitakse olulisusnivool 95% usaldusintervallid, edastamaks paremat ülevaadet üldkogumi korrelatsioonikordajast. Kõik seosed on olulised olulisuse nivool 0,05.

Tabelis 7 esitatud „huvitav-igav” ja „meeldiv-ebameeldiv” on emotsionaalse kuvandi komponentidevaheline seos. Korrelatsioonimaatriksist ilmneb (vt lisa 5), et noorte kognitiivne Lääne-Eesti kuvand on emotsionaalse kuvandiga nõrgalt seotud, kuna seosed jäävad vahemikku $0,32\pm 0,11$. Samuti nähtub maatriksist, et noorte kognitiivne

ning üldkuvand on ka nõrgalt seotud, seosed jäävad vahemikku $0,28 \pm 0,03$. Kuid sarnaselt Põhja- ja Lõuna-Eestile, on üldine ettekujutus Lääne-Eestist keskmises korrelatsioonis ($0,44 \pm 0,12$) emotsionaalse kuvandiga.

Tabel 7. Seosed Lääne-Eesti kuvandikomponentide vahel.

Tunnus	Tunnus	Korrelatsiooni-kordaja <i>r</i>	95% usaldus-intervall
Muuseumid	Ajaloolised vaatamisväärsused	0,72	$\pm 0,05$
Huvitav-igav	Meeldiv-ebameeldiv	0,71	$\pm 0,06$
Erinevad maastikuvaated	Mitmekesine looduskeskkond	0,70	$\pm 0,06$
Puhtus	Turvalisus	0,66	$\pm 0,07$
Kohalike sõbralikkus ja külalislahkus	Puhtus	0,59	$\pm 0,08$
Turvalisus	Ööbimisvõimalused	0,57	$\pm 0,08$
Seiklustegevused	Sportimisvõimalused	0,57	$\pm 0,08$
Kohalik ajaloolis-kultuuriline taust	Ajaloolised vaatamisväärsused	0,56	$\pm 0,08$
Vesilõbustus	Seiklustegevused	0,56	$\pm 0,08$
Ostlemine	Ööelu	0,55	$\pm 0,09$
Kohalik ajaloolis-kultuuriline taust	Muuseumid	0,53	$\pm 0,09$
Ööbimisvõimalused	Teed ja transpordiühendus	0,52	$\pm 0,09$
Turvalisus	Teed ja transpordiühendus	0,51	$\pm 0,09$
Kultuuriüritused	Muuseumid	0,51	$\pm 0,09$
Kohalik ajaloolis-kultuuriline taust	Kultuuriüritused	0,51	$\pm 0,09$

Tabelis 7 esitatud seostest selgub, et need gümnaasiuminoored, kes soovivad tutvuda Lääne-Eesti muuseumide ning kohaliku ajaloolis-kultuurilise taustaga on huvitatud ka Lääne-Eesti ajaloolistest vaatamisväärsustest ning sihtkohas toimuvatest kultuuriüritustest. Sarnaselt on osadele gümnaasiuminoortele Lääne-Eesti loodusressursid olulised. Lisaks looduslike ressursside ja silmaringi avardavatele seostele, nagu kohalik ajalugu ning kultuur, ilmnesid seosed ka aktiivsete tegevuste – spordi, seiklustegevuste ning vesilõbustuse vahel. Need noored, kellele on turvalisus oluline hindasid oluliseks ka puhtust, ööbimisvõimalusi ja teid ning transporti. Ilmselt on selline tulemus seotud uuritavate ealise iseärasusega.

Nagu ka eelnevate analüüsitud Eesti turismipiirkondade korral, nii on ka Lääne-Eesti puhul osadele noortele oluline nii ööelu nautimine kui ostlemine. Samuti selgub

tabelist 7, et gümnaasistid hindavad Lääne-Eestis oluliseks ööbimisvõimalusi, kuid seda nii turvalisuse kui ligipääsetavuse kontekstis.

Kokkuvõtvalt huvituvad noored Lääne-Eestis nii ajaloolisest taustast kui looduskeskkonnast. Samas hindavad nad oluliseks kohalike elanike sõbralikkust, turvalisust ning puhtust. Samuti on olulised aktiivsed tegevused, aga ka lõõgastavad ja meelelahutuslikud. Noortele on Lääne-Eestis reisimisel oluline transpordi ja ööbimisvõimalustega seonduvalt turvalisus. Kuigi tabelist 7 ilmnenuid seosed olid tugevad kognitiivsete kuvandikomponentide vahel, on kognitiivne kuvand siiski nõrgalt seotud sellega, kui huvitav või igav, aga ka meeldiv või ebameeldiv on Lääne-Eesti. Lääne-Eesti kognitiivne kuvand on seotud nõrgalt positiivse või negatiivse ettekujutusega. Samas on emotsionaalne kuvand keskmises korrelatsioonis noorte üldkuvandiga (positiivne-negatiivne) Lääne-Eestist.

3.5. Noorte reisimotivatsioon ja varasem reisikogemus

Gümnaasiuminoorte **reisimotivatsiooni** olulisushinnangute keskväärtustest ja statistilisest olulisustõenäosusest koostati tabel 8. Hinnangute keskväärtused on esitatud naisgümnaasistide vastuste keskväärtusest lähtuvalt kahanevas järjekorras.

Tabelis 8 on leitud uuritud kahe grupi puhul statistiliselt oluline erinevus kaheksa reisimotivatsiooni puhul: „**lõbu**”, „**meelelahutus**”, „**vaimne ja füüsiline puhkus**”, „**avastada uusi paiku**”, „**tuttavate paikade külastus**”, „**teha huvitavaid asju**”, „**külastada sõpru/tuttavaid**”, „**külastada sugulasi**”, „**tutvuda uute inimestega**”, „**õppida uusi asju**”, „**näha võimalikult palju**”. Statistiliselt olulise erinevusega motivatsioonide käsitletakse antud uuringus noorte reisimise võtmemotivatsioonina.

Reisimotivatsiooni korral oli valitud vastuseks „muu” 17 korda. Enamus vastuseid ühtisid uuringus käsitletavate reisiajenditega, kuid kolme nimetatut ei saanud liigitada etteantute hulka, need olid järgmised: „olla koos kallimaga”, „olla koos perega” ja „vanemad sunnivad”. Kaks esimest on Maslow vajaduste hierarhia kuuluvuse ja armastuse vajaduse kihitegurit. Viimane võib olla aga seotud uuritava ealise „maailmavaatega”.

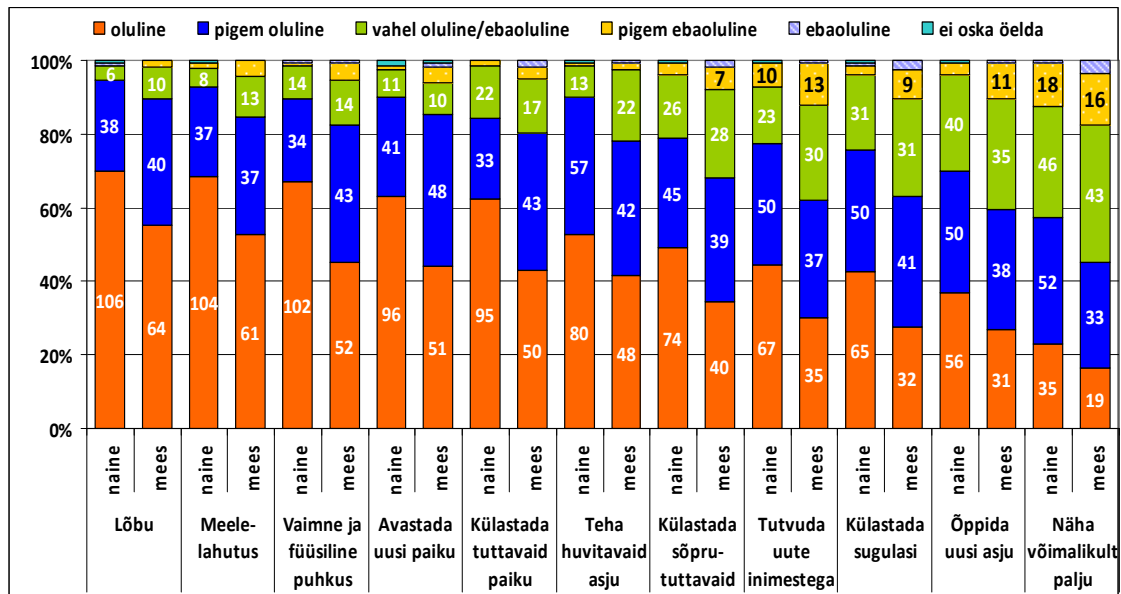
Tabel 8. Gümnaasiuminoorte reisimotivatsioon.

Motivatsioon	Naisgümnaasistide vastuse keskväärtaus	Meesgümnaasistide vastuse keskväärtaus	Olulisustõenäosus <i>p</i>
Noored reisiksid, et...			
oleks lõbus	4,61	4,43	0,022*
meelt lahutada	4,58	4,33	0,005**
puhata vaimselt ja füüsiliselt	4,55	4,22	0,001***
põgeneda argirutiinist	4,49	4,09	0,101
avastada uusi paiku	4,48	4,21	0,007**
külastada tuttavaid paiku	4,45	4,16	0,018*
teha huvitavaid asju	4,40	4,17	0,009**
külastada sõpru/ tuttavaid	4,23	3,93	0,007**
külastada sugulasi	4,13	3,78	0,002**
tutvuda uute inimestega	4,13	3,79	0,003**
õppida uusi asju	4,01	3,75	0,013**
olla niisama	3,78	3,72	0,683
näha võimalikult palju	3,67	3,41	0,003**
külastada kohti, kus sõbrad ei ole käinud	3,58	3,39	0,195
panna end proovile seiklustegevustes- ja mängudes	3,53	3,60	0,655
sportida	3,39	3,56	0,302
külastada kohti, kus sõbrad on käinud	3,38	3,23	0,306

*Olulisustõenäosus olulisusnivool $\alpha=0,05$, kus * $p<0,05$, ** $p<0,01$, *** $p<0,001$

Gümnaasiuminoorte reisimotivatsiooniga seotud trendide visualiseerimiseks koostati joonis 8, mis on esitatud allpool. Joonis 8 kajastab vastajate soost lähtuvaid hinnanguid tabelis 8 toodud analüüsitava reisimotivatsioonile. Sarnaselt eelnevate joonistega, on vähimaks joonisele kantud noorte hulgaks kuus, kuid alla kuue vastajaga hinnangud on esitatud lisas 6. Järgnevalt analüüsitakse tabelis 8 toodud statistiliselt olulisi reisiajendeid.

Jooniselt 8 ilmneb, et suurem osa noortest (63%) on hinnanud „lõbu” reisiajendina „oluliseks” (vt lisa 6). Tabelis 8 toodud hinnangute keskväärtaus on naisgümnaasistidel kõrgem, olles tõlgendatav „pigem olulise” (25%) ja „väga olulise” (70%) hinnangu vahepealsena (vt lisa 6). Naisgümnaasistide hinnangud on statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,022$). Meesgümnaasistide vastuste keskväärtaus näitab „lõbu” olemist „pigem olulise” reisiõhjusena (34%) (vt lisa 6), kuid algandmetabelist on näha, et üle poolte meesgümnaasistidest (55%) reisiksid selleks, et lõbutseda. Standardhälbed on mõlema uuritava grupi korral samad, 0,73, ega näita hinnangute varieerumist.



Joonis 8. Gümnaasiuminoorte reisimotivatsioon.

Üle poolte vastanud noortest (61%) reisiksid, et meelt lahutada, mida näitab ka joonisel 8 suur vastajate osakaal „meelelahutuse” „oluliseks” hindamisel. Vaadeldes aga noorte arvamuste jagunemist soost lähtuvalt, on näha, et suurem osa naistest peavad reisimist „meelelahutuse” eesmärgil „väga oluliseks”, samas kui meeste osakaal on antud hinnangu puhul madalam (52%). Meesgümnaasistide hulgas on ka rohkem neid, kellele on reisimine meelelahutuslikel eesmärkidel „pigem oluline” (34%), samuti on nende vastused rohkem hajuvad (0,84) (vt lisa 6). Naisgümnaasistide hinnangud „meelelahutusele” on statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,005$) ja vähem hajuvad (0,75).

Joonisel 8 selgub, et suur osa noori reisib selleks, et „**puhata vaimselt ja füüsiliselt**” (57%). Tabelis 8 toodud vastuste keskväärtused näitavad, et naisgümnaasistidele on „vaimne ja füüsiline puhkus” „pigem olulise” (29%) ja „olulise” (62%) vahepalne (vt lisa 6). Naisgümnaasistide hinnangud on vähem hajuvad (0,74) ja statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,001$). Meesgümnaasistide vastused on rohkem varieeruvad (0,89). Meesgümnaasistidest alla poole (44%) peab „oluliseks” reisipõhjuseks „vaimset ja füüsilist puhkust”, kuid kahevahel oleval seisukohal on meesgümnaasistide osakaal suurem (37%) (vt lisa 6).

„**Avastada uusi paiku**” on järgmine jooniselt 8 nähtuv reisimotivatsioon, mille korral on vastajate seas rohkem neid, kes hindavad seda „oluliseks” (55%) (lisa 6). Tabeli 8 järgi näitavad keskväärtused, et naisgümnasistid reisivad rohkem selleks, et „avastada uusi paiku” (63%), meesgümnasistidele on see reisieesmärk aga „olulise” (41%) ja „pigem olulise” (44%) vahepelane (vt lisa 6). Naisgümnasistide hinnangud on ka statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,007$). Meesgümnasistide vastuste suuremat varieeruvust näitab ka standardhälve (0,94), kui naisgümnasistide vastav näitaja (0,86).

Joonise 8 kohaselt on noorte osakaal sarnane eelnevalt analüüsitud „uute paikade avastamise” ning käesoleva komponendi – „**tuttavate paikade külastamise**” hindamisel „oluliseks” (54%) (vt lisa 6). Tabelis 8 toodud hinnangute keskväärtused näitavad, et naisgümnasistidele on reisiril „külastada tuttavaid paiku” „pigem olulise” (22%) ja „olulise” (63%) vahepealne, samuti on nende vastused vähem varieeruvad (0,79) (vt lisa 6) ja hinnangud antud komponendile statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,018$). Meesgümnasistide hinnangud on rohkem hajuvad (0,92) ning tabelis 8 esitatud keskväärtus näitab, et „tuttavate paikade külastamine” on neile „pigem oluline” reisiripõhjus (37%). Samas on aga ka meesgümnasistide seas rohkem neid, kes soovivad reisisid külastada kohti, kus nad on varem käinud (43%) (vt lisa 6).

Tuginedes joonisele 8, hindavad peaaegu pooled noortest (48%) (vt lisa 6) reisiril „**huvitavate asjade tegemist**” „oluliseks”. Tabelis 8 esitatud hinnangute keskväärtused on nii nais- kui meesgümnasistide korral tõlgendatavad, et neile on reisiril „teha huvitavaid asju” „pigem oluline”. Samas nähtub aga jooniselt 8, et naisgümnasistide seas on rohkem neid, kes peavad „huvitavate asjade tegemist” reisirimisel „oluliseks” (53%), kui meesgümnasistide seas (41%) (vt lisa 6). Meesgümnasistide vastused on statistiliselt oluliselt madalamad ($p=0,009$) ja rohkem varieeruvad (0,86), kui naisgümnasistidel (0,77).

Tabelis 8 toodud keskväärtused näitavad, et naisgümnasistidele on „**tuttavate ja sõprade külastamine**” reisiril „pigem oluline” (30%), samas kui meesgümnasistidele on see „vahel oluline/ebaoluline” (24%) (vt lisa 6). Kuid joonis 8 toob välja, et pea pooltele naisgümnasistidele (49%) (vt lisa 6) on „tuttavate ja sõprade külastamine” reisirimisel „oluline”. Meesgümnasistide arvamused on ka rohkem hajuvad (0,99),

kui naisgümnaasistidel (0,93). Meesgümnaasistide hinnangud reisil „sõprade ja tuttavate küllastamisele” on ka statistiliselt oluliselt madalamad ($p=0,007$).

Vaadeldes joonisel 8 esitatut, ilmneb, et naisgümnaasistide seas on rohkem neid, kellele on reisimisel „**uute inimestega tutvumine**” „oluline” (44%) või „pigem oluline” (34%) (vt lisa 6). Võrreldes aga tabelis 8 esitatud keskväärtustest tulenevaid hinnanguid reisil uute kontaktide loomisele lähtuvalt soost, selgub, et naisgümnaasistidele on selline tegevus „pigem oluline” (vt tabel 8). Naisgümnaasistide vastused on vähem varieeruvad (0,98) ja statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,003$). Meesgümnaasistide vastused on rohkem hajuvad (1,09), nende hulgas on ka rohkem neid, kellele „uute inimestega tutvumine” on reisimisel „pigem ebaoluline” (11%) (vt lisa 6).

Joonise 8 põhjal selgub, et noorte osakaalud on reisil „**sugulaste küllastamise**” osas suhteliselt võrdsed nii „olulise” (36%), kui „pigem olulise” (34%) korral (vt lisa 6). Tabelis 8 toodud keskväärtuste tõlgendamine näitab naisgümnaasistide seas „sugulaste küllastamist” „olulisemana” (43%), kui meesgümnaasistide seas (27%) (vt lisa 6). Naisgümnaasistide hinnangud on ka statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,002$) ja vähem hajuvad (0,94), kui meesgümnaasistidel (1,02).

Reisimisel oma oskuste arendamine läbi „**uute asjade õppimise**” on lähtuvalt joonisel 8 esitatust sarnaste naisgümnaasistide osakaaludega nii „olulise” (32%), kui ka „pigem olulise” (33%) puhul. Meesgümnaasistide vastavad osakaalud hinnangu „pigem olulise” (32%) ja kahtleva seisukoha ehk „vahel olulise/ebaolulise” (30%) korral on samuti sarnased (vt lisa 6). Standardhälbed näitavad meesgümnaasistide vastuste suuremat varieeruvust (0,99), kui naisgümnaasistidel (0,93), lisaks on meesgümnaasistide hinnangud statistiliselt oluliselt madalamad ($p=0,013$).

Joonise 8 alusel on naisgümnaasistide hulgas rohkem neid, kellele on reisimisel „**näha võimalikult palju**” „pigem oluline” (34%) ja „oluline” (23%) (vt lisa 6). Naisgümnaasistide hinnangud on statistiliselt oluliselt kõrgemad ($p=0,003$) ja vähem hajuvad (0,98). Meesgümnaasistidele on reisimisel võimalikult palju näha „vahel oluline/ebaoluline” (37%), nende vastused on ka rohkem varieeruvad (1,03) (vt lisa 6). Sellist olukorda iseloomustab ka tabelis 8 kajastuvate gruppide keskväärtuste

tõlgendamine, millest ilmneb, et reisimisel „näha võimalikult palju” on noortele „vahel olulise/ebaolulise” ning „pigem olulise” vahepealne.

Hüpoteesi: gümnaasiuminoorte reisimotivatsioon mõjutab märkimisväärselt turismipiirkonna emotsionaalse kuvandi komponente – kontrollimiseks leitakse korrelatsioonikordajad ja nende olulisusehinnangud esmalt **Põhja-Eesti** korral. Tulemused esitatakse tabelis 9. Seoste leidmiseks koostati korrelatsioonimaatriks, mis on toodud lisa 7.

Tabelist 9 nähtuvad seosed Põhja-Eesti emotsionaalse kuvandi ning noorte reisimotivatsiooni vahel on väga nõrgad, kuid positiivsed. Tugevaid seoseid ei leitud, samas on lisa 7 esitatud korrelatsioonimaatriksist näha ka negatiivseid seoseid, kuid need ei olnud statistiliselt olulised ning jäid olematu seose vahemikku.

Tabel 9. Gümnaasiuminoorte emotsionaalse Põhja-Eesti kuvandi seosed reisimotivatsiooniga.

Emotsionaalne Põhja-Eesti kuvand	Reisimotivatsioon	Korrelatsiooni-kordaja <i>r</i>	Statistline olulisus <i>p</i>
Huvitav-igav	Avastada uusi paiku	0,21	0,001***
Huvitav-igav	Külastada kohti, kus sõbrad on käinud	0,21	0,001***
Huvitav-igav	Külastada sugulasi	0,17	0,004**
Huvitav-igav	Külastada kohti, kus sõbrad ei ole käinud	0,16	0,010**
Meeldiv-ebameeldiv	Teha huvitavaid asju	0,15	0,016*
Meeldiv-ebameeldiv	Uute asjade õppimine	0,14	0,018*
Huvitav-igav	Panna end proovile seiklustegevustes ja mängudes	0,14	0,020*
Meeldiv-ebameeldiv	Külastada kohti, kus sõbrad ei ole käinud	0,13	0,031*

Olulisustõenäosus olulisusnivool $\alpha=0,05$ on * $p<0,05$, ** $p<0,01$, *** $p<0,001$

Tabel 9 näitab üldist trendi gümnaasiuminoorte Põhja-Eesti emotsionaalse kuvandi ning reisimotivatsiooni vahel, kus need noored, kes soovivad avastada uusi paiku või külastada kohti, kus sõbrad on/ei ole käinud, kujutavad piirkonda ette ka huvitavamana. Nendele noortele, kellel elavad sugulased Põhja-Eestis ning nad soovivad neid külastada, on piirkond samuti huvitavam. Samas on Põhja-Eesti meeldivam neile, kes peavad lugu uute ja huvitavate asjade õppimisest. Sarnaselt need,

kes soovivad osaleda seiklusmängudes ja -tegevustes hindavad Põhja-Eestit ka huvitavamaks.

Alati on võimalik aga ka vastupidine lähenemine. Neile noortele, kes ei soovi osaleda seiklustegevustes, külastada sugulasi, ega käia paikades, kus sõbrad on/ei ole käinud tundub Põhja-Eesti igavamana. Sarnaselt on piirkond neile noortele ka ebameeldivam, kes ei soovi seal midagi uut õppida. Vastavalt tabelile 9 saab väita, et Põhja-Eesti osas hüpoteesi tõestada ei õnnestunud, leitud seosed on positiivsed, kuid nõrgad.

Testimaks püstitatud hüpoteesi kehtivust **Lõuna-Eesti** kontekstis leitakse sarnaselt eelnevalt analüüsitud turismipiirkonnale, korrelatsioonikordaja ning seose statistiline olulisus, mida kajastab tabel 10. Lõuna-Eesti seosekordajad esitavad nõrku seoseid ning on positiivsed, negatiivseid seoseid ei esinenud. Seoste leidmisel aluseks olnud korrelatsioonimaatriks on esitatud lisas 7.

Tabel 10. Gümnaasiuminoorte emotsionaalse Lõuna-Eesti kuvandi seosed reisimotivatsiooniga.

Emotsionaalne Lõuna-Eesti kuvand	Reisimotivatsioon	Korrelatsiooni-kordaja <i>r</i>	Statistiline olulisus <i>p</i>
Meeldiv-ebameeldiv	Lõbu	0,19	0,001***
Meeldiv-ebameeldiv	Avastada uusi paiku	0,19	0,002**
Meeldiv-ebameeldiv	Teha huvitavaid asju	0,18	0,003**
Meeldiv-ebameeldiv	Panna end proovile seiklustegevustes ja mängudes	0,18	0,003**
Huvitav-igav	Avastada uusi paiku	0,18	0,002**
Huvitav-igav	Teha huvitavaid asju	0,15	0,013**
Huvitav-igav	Panna end proovile seiklustegevustes ja mängudes	0,15	0,014**
Meeldiv-ebameeldiv	Sportimine	0,14	0,022*
Meeldiv-ebameeldiv	Puhata vaimselt ja füüsiliselt	0,13	0,030*
Meeldiv-ebameeldiv	Meelelahutus	0,13	0,000***
Huvitav-igav	Uute inimestega tutvumine	0,13	0,034*

Olulisustõenäosus olulisusnivool $\alpha=0,05$ on * $p<0,05$, ** $p<0,01$, *** $p<0,001$

Tabeli 10 järgi on gümnaasiuminoortele Lõuna-Eesti kui turismipiirkonna meeldivus-ebameeldivus seotud „lõbu” saamisega. Neile noortele, kelle ettekujutus Lõuna-Eestist põhineb soovil olla füüsiliselt aktiivne läbi sportlike tegevuste ja põnevuse ning uute paikade avastamise, on ka Lõuna-Eesti meeldivam.

Sarnaselt saab tabelis 10 esitatu põhjal välja tuua, et neile noortele, kelle ettekujutus Lõuna-Eestist seondub meelelahutuslike ürituste ning -tegevustega ning tõenäoliselt seal ka uute kontaktide loomisega, on ettekujutus ka meeldivam. Nii nagu Põhja-Eesti korral on ka Lõuna-Eesti puhul osade noorte ettekujutuses piirkond ebameeldivam, kui seal puuduvad neile huvitavad paigad, mida avastada, või tegevused, mida teha.

Tabeli 10 kohaselt ei õnnestunud püstitatud hüpoteesi tõestada. Leiti seosed Lõuna-Eesti emotsionaalse kuvandi ning noorte reisimotivatsiooni vahel, kuid need seosed on nõrgad, ega oma märkimisväärset mõju antud turismipiirkonna kuvandile.

Selleks, et kontrollida hüpoteesi paikapidavust **Lääne-Eesti** puhul, koostati sarnaselt eespool analüüsitud turismipiirkondadele korrelatsioonimaatriks (vt lisa 7), millest leitud seoste statistilist olulisust kontrolliti. Tulemused on esitatud tabelis 11.

Tabel 11. Gümnaasiuminoorte emotsionaalse Lääne-Eesti kuvandi seosed reisimotivatsiooniga.

Emotsionaalne Lääne-Eesti kuvand	Reisimotivatsioon	Korrelatsiooni-kordaja <i>r</i>	Statistiline olulisus <i>p</i>
Huvitav-igav	Panna end proovile seiklustegevustes ja mängudes	0,26	0,000***
Huvitav-igav	Avastada uusi paiku	0,23	0,000***
Huvitav-igav	Sport	0,21	0,000***
Meeldiv-ebameeldiv	Sport	0,19	0,002**
Huvitav-igav	Külastada sugulasi	0,18	0,003**
Meeldiv-ebameeldiv	Külastada sugulasi	0,17	0,007**
Meeldiv-ebameeldiv	Külastada sõpru/tuttavaid	0,16	0,010**
Huvitav-igav	Õppida uusi asju	0,16	0,009**
Huvitav-igav	Teha huvitavaid asju	0,15	0,013**
Huvitav-igav	Külastada sõpru/ tuttavaid	0,15	0,013**
Huvitav-igav	Külastada kohti, kus sõbrad on käinud	0,15	0,014**
Meeldiv-ebameeldiv	Külastada paiku, kus sõbrad on käinud	0,14	0,018*
Huvitav-igav	Puhata vaimselt ja füüsiliselt	0,13	0,030*
Huvitav-igav	Külastada kohti, kus sõbrad ei ole käinud	0,13	0,028*
Huvitav-igav	Näha võimalikult palju	0,13	0,036*

Olulisusnivool $\alpha=0,05$ on * $p<0,05$, ** $p<0,01$, *** $p<0,001$

Leitud seosed Lääne-Eesti tunnetega seotud kuvandi ja gümnaasiuminoorte reisimotivatsiooni vahel on positiivsed. Seosed on väga nõrgad ja nõrgad.

Korrelatsioonimaatriksist (vt lisa 7) on näha ka negatiivne seos, kuid selle statistilist olulisust ei õnnestunud tõestada.

Tabelist 11 nähtub sarnane trend eelnevalt analüüsitud Lõuna-Eesti tajutava kuvandi ja reisimotivatsiooni osas, kus aktiivsed tegevused turismipiirkonnas on seotud positiivsema/negatiivsema ettekujutusega. Neile noortele, kellele meeldib osaleda põnevust ja avastamisrõõmu pakkuvates, sportlikes tegevustes on Lääne-Eesti ettekujutuses ka huvitavam.

Sarnaselt Põhja-Eestiga, on noortele, kellel elavad sugulased või sõbrad/tuttavad Lääne-Eestis, piirkonnast ka meeldivam või huvitavam ettekujutus. Samuti selgub tabelist 11, et noortele, kellele on oluline külastada sõpradega sarnaselt samu paiku, või külastada kohti, kus sõbrad ei ole käinud, on Lääne-Eesti huvitavam. Lisaks selgub, et noortele, kes soovivad vaimselt ja füüsiliselt puhata, tundub Lääne-Eesti samuti huvitavamana. Kuid neile noortele, kellele pole olulised sportlikud, aktiivsed tegevused, õppimisvõimalused, ega kellegi külastamine tundub piirkond igavamana ja ebameeldivamana. Seosed Lääne-Eesti emotsionaalse kuvandi ja reisimotivatsiooni vahel on nõrgad, mistõttu püstitatud hüpoteesi ei õnnestunud tõestada ka Lääne-Eesti kontekstis.

Kokkuvõtvalt saab väita, et reisimotivatsiooni ja emotsionaalse kuvandi korral on tegemist psühholoogilise seosega, mistõttu on korrelatsioonikordaja madal. Nõrk korrelatsioon näitab lineaarsete seoste puudumist ning ilmselt on tunnuste vahel keerulisemad seosed. Lähtuvalt esitatust ei mõjuta reisimotivatsioon märkimisväärselt gümnaasistide emotsionaalset kuvandit ning seega ei õnnestunud hüpoteesi tõestada.

Magistritöös püstitatud teise **hüpoteesi** kontrollimiseks kasutati T-teste, et analüüsida Põhja-Eesti, Lõuna-Eesti ja Lääne-Eesti kuvandikomponentide ja gümnaasiuminoorte reisikogemuste seoseid. Analüüsimisel leiti, et Põhja-Eesti „ajaloolised vaatamisväärsused” on vähem huvitavad neile noortele, kes ei ole Põhja-Eestis reisinud ($p=0,023$). Samas hindavad need noored, kes on Lääne-Eestis reisinud „ostlemist” olulisemaks ($p=0,005$) ja „randa” vähem oluliseks ($p=0,004$), kui need noored, kes Lääne-Eestis reisinud ei ole. Teisisõnu ei ole „rand” põhiatraktsioonina korduvkülastajatele enam nii atraktiivne, vaid nad soovivad uusi kogemusi.

Lisaks leiti, et need noored, kes ei ole Põhja-Eestis eelnevalt reisinud peavad „turvalisust” ($p=0,000$) ja „puhtust” ($p=0,006$) Põhja-Eesti puhul olulisemaks, kuid neile on Põhja-Eesti ebameeldivam ($p=0,001$) ja igavam ($p=0,000$), kui neile, kes on seal juba käinud. Põhja-Eestit näevad igava turismipiirkonnana ka need noored, kes pole reisinud Lääne-Eestis ($p=0,001$). Samas on Põhja-Eesti „turvalisus” olulisem neile noortele, kes ei ole reisinud Lõuna-Eestis ($p=0,001$). Kokkuvõtvalt on Põhja-Eesti üldine ettekujutus negatiivsem nende noorte puhul, kes seal reisinud ei ole ($p=0,000$) ning nende noorte puhul, kes ei ole reisinud Lääne-Eestis ($p=0,000$). Teisisõnu on Põhja-Eesti negatiivsem ja igavam neile, kel reisikogemus uuritavates piirkondades väiksem. Noored, kes on Põhja-Eestis reisinud, teavad mida oodata, mistõttu on nende hinnangud ka positiivsemad.

Vaadeldes järgnevalt reisikogemuse mõju Lõuna-Eesti kuvandikomponentidele, leiti, et need noored, kes ei ole reisinud Põhja-Eestis peavad Lõuna-Eestisse reisima minnes „ööbimisvõimalusi” ($p=0,001$) ja „turvalisust” ($p=0,000$) olulisemaks nendest, kes on Põhja-Eestis reisinud. Noored, kes pole Lõuna-Eestis varem käinud eeldavad, et seal on head võimalused „ostlemiseks” ($p=0,021$) ja et seal on „turvaline” ($p=0,000$), kuid neile tundub Lõuna-Eesti olevat ebameeldiv ($p=0,017$). Kokkuvõtvalt on aga nende noorte üldine ettekujutus Lõuna-Eestist positiivsem ($p=0,019$), kes on seal varem käinud. Teisisõnu on noortel, kel väiksem reisikogemus Eesti turismipiirkondades ka vähem teadmisi Lõuna-Eesti majutusvõimalustest ning nad tunnevad end ebakindlamalt piirkonda reisimisel. Tõenäoliselt on noorte ebakindlusega seotud ka soov „ostelda”, mis on neile ilmselt igapäevasem ja tuttavam tegevus.

Hinnates Lääne-Eesti kuvandikomponentide ja reisikogemuse mõjusid, ilmnas, et „turvalisus” on olulisem neile noortele, kes varem ei ole käinud Põhja-Eestis. Lääne-Eesti tundub igavam piirkonnana neile, kes pole seal varem reisinud ($p=0,011$) ning nende üldine ettekujutus on ka negatiivsem ($p=0,008$). Teisisõnu ei ole piirkonnas mittereisinutel ettekujutust Lääne-Eesti pakutavast, mistõttu tundub neile piirkond ka igavana ja negatiivseks.

Tuginedes ülalesitatule saab väita, et gümnaasiuminoorte varasem reisikogemus turismipiirkondades mõjutab märkimisväärselt hinnanguid kognitiivse, emotsionaalse ja üldkuvandi komponentidele.

4. Arutelu

Käesolevas uuringus selgitati sagedus-, korrelatsioon- ja kontentanalüüsi ning T-testide abil välja võtmekomponendid, mis kujundavad gümnaasiuminoorte kuvandit Eesti turismipiirkondadest. Lisaks uuriti ka noorte reisimotivatsiooni. Naisgümnaasistide hinnangud turismipiirkondade kuvandi võtmekomponentide ja reisimotivatsiooni osas olid keskväärtuste järgi kõrgemad kui meesgümnaasistide puhul. Naisgümnaasistide oluliselt kõrgemad hinnangud kuvandikomponentidele võivad tõenäoliselt olla tingitud sellest, et meesgümnaasistidele ei olnud antud uuringu teema paeluv.

Kontseptuaalsest vaatenurgast lähtuvalt selgus, et avatud vastus täiendas ja selgitas suletud vastustega küsimusi. Sarnaselt eelnevate uuringutega leiti, et gümnaasistide kuvandit sai mõõta kolmest osast koosnevana: kognitiivse, emotsionaalse ja üldkuvandina.

Kuvandikomponentide „turvalisuse” ja „puhtuse” kõrge väärtustamine noorte hulgas viitab sellele, et nad on üles kasvanud ebakindlas maailmas ning elavad oma vanusest lähtuvalt praegu turvaliselt vanematekodus. Sarnasele tulemusele, kus noored hindavad reisimisel puhtust ning turvalisust jõudsid Jennings *et al.* (2010). Aga ka Gherrissi-Labben, Johnson (2004), eelkõige puhtuse väärtustamisele seoses majutusega. Samuti järeldasid Moscardo, Benckendorff (2010) oma uuringus, et noortel on kõrgemad nõudmised turvalisusele, mistõttu nad eelistavad reisida koos vanematega. Kuid teistsuguse tulemuse turvalisuse osas said Chen *et al.* (2013), leides, et noored hindavad „turvalisuse” komponendi vähem oluliseks ega tunne hirmu „tundmatute ja võõraste” asjade suhtes. Tõenäoliselt tulenevad erinevad uuringutulemused „turvalisuse” ja „puhtuse” väärtustamise osas uuritavate noorte vanusest lähtuvatest põhivajadustest.

Turismipiirkonnas tehtavate tegevuste osas näitavad uuringu tulemused, et noored eelistavad kõikides analüüsitud Eesti piirkondades „ostelda”, külastada „kultuuriüritusi” ning veeta puhkust „rannas”, kuid Põhja- ja Lõuna-Eesti ettekujutuses lisanduvad ka „vesilõbustused”. Analoogsele tulemusele, kus noorte generatsioon

eelistab sihtkohas linnapuhkust (ostlemine ja ööelu) ning hindab ranna olemasolu väga vajalikuks jõudsid ka Huang ja Petrick (2010). Sarnaselt järeldeb Gherrissi-Labben, Johnson (2004) uuringust, et noored eelistavad õhtuse meelelahutusena kultuuriüritusi, eelkõige seondvalt muusikaga (festivalid, kontserdid jne). Kuna käesolevas uuringus on leitud võtmekomponendid statistiliselt oluliselt kõrgemalt hinnatud naisgümnaasistide hulgas, siis looduslike ning kultuuriliste ressursside osas jõudsid sarnasele tulemusele ka Beerli ja Martín (2004a), leides, et naiste ettekujutuses on antud kuvandikomponendid meeldivamad.

Lisaks selgus käesoleva uuringu tulemusena, et noored hindavad oluliseks „öobimisvõimalusi” reisides Lääne- ja Lõuna-Eestisse, mis viitab noorte soovile piirkondades kauem peatuda ja seal ka ööbida. Samas hindavad noored ka kõrgelt „kohalike sõbralikkust ja külalislahkust” ning Lääne-Eesti korral ka ligipääsetavust ehk „teid ja transporti”, millega seoses hinnati oluliseks ka „turvalisust”. Viimased on ilmselt seotud sooviga reisida Lääne-Eestis mandrist kaugemale – saartele. „Turvalisus” viitab aga saarte külastamiseks kasutatavale praamile, mis ei ole noortele igapäevaseks liiklusvahendiks. Huang ja Cai (2011) järeldasid samuti oma uuringust, et noorte kodumaise sihtkoha valik sõltub ligipääsetavusest.

Põhja-Eesti ettekujutuse korral on märgata nii ajaloolise, kui ka loodusega seonduvate komponentidevaheliste seoste ilmnemist, kuid siiski tagasihoidlikumalt kui teiste turismipiirkondade korral. Põhja-Eestis noored ööbida ei soovi, kuid nad soovivad seal ostelda ning ööelu nautida, mis on ilmselt seotud suutmatusega eraldada pealinna Põhja-Eesti ettekujutusest. Lisaks „ostlemisele” ja „ööelule” Põhja-Eestis, lisanduvad veel aktiivsed sportlikud ning seikluslikud tegevused, mis viitavad „huvitavate asjade tegemisele” kui reisiajenditele. Tõenäoliselt on Põhja-Eesti noortele nädalalõpu turismipiirkond, seda eelkõige pealinna mõju tõttu. Noorte seas nädalalõpu veetmise trendi täheldas ka Glover (2010), ennustades samas selle jätkuvust tulevikuski.

Kui Lõuna-Eesti ettekujutuses kerkisid esile esmalt loodusressurssidevaheline korrelatsioon, millele järgnes seosed ajaloolis-kultuuriliste komponentide vahel, siis Lääne-Eesti korral oli olukord vastupidine. Lääne-Eestis on noortel olulisem ajaloo ning kultuuriga seonduv, mis viitab nende soovile koguda teavet ja laiendada silmaringi. Noored soovivad reisides „avastada uusi paiku” ning „õppida uusi asju”,

millele osutavad ka looduslike ning ajalooliste komponentidevahelised tugevad ja keskmise tugevusega seosed. Samuti soov külastada kaugemaid (Lõuna-Eesti) ning eriilmelisemaid turismipiirkondi (Lääne-Eesti saared). Sarnasele tulemusele jõudsid ka Kim *et al.* (2007) ja Chen *et al.* (2013), leides, et noored soovivad reisirõõluses laiendada oma silmaringi ning Lin *et al.* (2012) leidsid veel lisaks teadmiste motivatsioonile noorte reisirõõluseks võõra kultuuri.

Reisimisel „võimalikult palju näha” on seostatav noortepõlvkonna õpihimuga ning avatusega kõigele uuele, teisalt aga viitab see soovile saada nn. „väärust raha eest” ja „täielikku kogemust”. Noorte soovile kogeda kõike võimalikku (mitmeid kogemusi korraga) oma raha eest järeldasid ka Jennings *et al.* (2010) ja Fountain, Chartes (2010).

Kuigi „õõelu” võtmekomponendina esile ei kerkinud, ilmnes „õõelu” keskmise tugevusega korrelatsioon „ostlemise” komponendiga kõigi uuritavate turismipiirkondade korral. Antud seose puhul on tegemist hedonismiga, milles naudingud ja lõbu on seatud reisimisel eesmärgiks. Tõenäoliselt tuleneb seos noorte uuritavate vanusele iseloomulikest käitumismustritest. Sarnaselt Fountain, Chartes (2010) ja Jenning *et al.* (2010), leiti ka käesolevas uuringus, et noorte generatsioon soovib kogeda reisimisel „lõbu”. Samas võib järeldada, et noortele tähendab „vaimne ja füüsiline puhkus” nii silmaringi avardamist kui ka erinevaid tegevusi Eesti turismipiirkondades.

Noorte soov „külastada tuttavaid paiku” reisirõõluseks viitab „turavalisuse” komponendi olulisusele ning sellega seonduvalt ka „kohalike sõbralikkusele ning külalislahkusele”. Selliste seoste põhjus on ühest küljest seotud lapsepõlve reisirõõlusega, nagu järeldasid Glover (2010) ja Lewis *et al.* (2010), teisalt aga noorte sihtkoha lojaalsusega, selgudes ka Gherrissi-Labben, Johnson (2004) uuringust.

Lisaks ilmnemise uuringus järgmised noorte reisiajendid: „sõprade/tuttavate külastamine”, „sugulaste külastamine” ning „uute inimestega tutvumine” – need kõik on seotud noorte sotsiaalsete vajadustega. Kui loetletutest esimene reisirõõluseks viitab noortepõlvkonna puhul suurt rolli omavatele sõpradele, siis teine on suunatud turvalisusele ning peresidemete olulisusele. Reisimisel „uute inimestega tutvumise”

olulisus on seotud noorte suhtlemisvajadusega. Sarnaseid järeldusi tuttavate ja sugulaste külastamise osas said ka Kim *et al.* (2007).

Noorte struktureerimata kuvand Eesti turismipiirkondadest põhineb peamiselt piirkondade looduslikul iseärasusel ning linnadel ja asulatel. Lisaks kerkis esile ka piirkondadega seonduv infrastruktuur. Põhja-Eesti ettekujutuses on pankrannik loodusliku atraktsioonina. Infrastruktuuri osas seostus noortele sadam ning asulate ja linnadega Narva. Samas on Lõuna-Eestis ühendatud looduslik eripära piirkonna atraktsioonidega – Suure Munamäe, Piusa koobastega. Lisaks seonduvad noortele veel teed ja majutusasutused ning linnana Otepää. Lääne-Eesti seondus ettekujutuses looduskomponendi – saartega, kuid ajalooliste atraktsioonidega seoses Haapsaluga. Infrastruktuurile viitas sadam ning praam. Kui Lõuna-Eesti korral leidis mainimist seiklus- ning sportlikud tegevused, siis Lääne-Eestis lisaks spordile ka matkamine. Põhja-Eesti korral leidis mainimist aga Türisalu pank ning sellega seonduv „aura”. Sarnasele tulemusele, kus negatiivne maine ja teataval määral hirmutunnet mõjub noortele hoopis ligitõmbavana jõudis ka Mura (2010).

Käesolevas töös uuriti, kas noorte reisimotivatsioon mõjutab märkimisväärselt hinnanguid emotsionaalsele kuvandile. Kõikide turismipiirkondade puhul olid leitud seosed reisimotivatsiooni ning emotsionaalse kuvandi hinnangute vahel nõrgad, kuna tegemist on psühholoogiliste seostega. Samas olid leitud seosed positiivsed (vt lisa 6). Tõenäoliselt on noorte hinnangutele rohkem mõjureid ning tunnuste vahel keerulisemad seosed. Tulenevalt leitud, ei õnnestunud püstitatud hüpoteesi tõestada. Reisimotivatsiooni mõju emotsionaalsele kuvandile on, kuid mitte märkimisväärne. Järgnevalt esitatakse lühidalt hüpoteesi tõestamisel leitud.

Põhja-Eesti osas selgus, et noorte reisiajendid nagu „põnevus ja seiklus”, „teadmised”, „prestiiž” ja „sotsiaalsed” on seotud noorte hinnangutega emotsionaalsele kuvandile. Teisisõnu teeb Põhja-Eesti neile huvitavaks sõpradelt saadav info põnevatest, avastamisest ja külastamisest väärivatest paikadest. Prestiiž on antud uuringu kontekstis käsitletav noorte vajadusena erineda või sarnaneda eakaaslastega turismipiirkondade külastamise osas. Samuti seisneb noortele Põhja-Eesti huvitavus sugulaste külastamises. Lisaks on Põhja-Eesti huvitavus seotud ka noorte sooviga end vaimselt

täiendada ja füüsiliselt proovile panna, õppides uusi asju seiklustegevustes või rahulikumat viisil.

Noorte reisiajendid, mis on seotud hinnangutega Lõuna-Eesti emotsionaalsele kuvandile on järgmised: „seiklus ja põnevus”, „sotsiaalsed” ning „lõõgastus ja põgenemine”. Tõlgendatult tähendab see, et Lõuna-Eestit hindavad noored meeldivaks ja huvitavaks, sest seal on „lõbus” ja vähem meeldivaks kui piirkond „lõbuga” ei seostu. „Lõbu” seisneb neile ühest küljest aktiivsetes sportlikes ning enese proovile panemisega seotud tegevustes. Teisalt soovivad noored Lõuna-Eestisse reisides seal vaimselt ja füüsiliselt puhata, meelt lahutada ja luua kontakte uute inimestega.

Lääne-Eesti emotsionaalne kuvand leiti olevat mõjutatud järgnevatest reisiajenditest: „seiklus ja põnevus”, „sotsiaalsed” ja „prestiiž” ning „lõõgastus ja põgenemine”. Teisisõnu on noortele Lääne-Eesti seda huvitavam, mida rohkem põnevust pakkuvaid ning sportlikke tegevusi seal on. Samuti on Lääne-Eesti seda meeldivam ja huvitavam, kui noortel on seal sõpru ja sugulasi, keda külastada.

Samas leidub alati noori, kellele ülalootetud tegevused turismipiirkondades olulised pole ning nende hinnangul on uuritavad piirkonnad igavamad ja ebameeldivamad.

Kuigi käesolevas uuringus hüpoteesi tõestada ei õnnestunud, leidsid Baloglu, McCleary (1999) reisimotivatsiooni „lõõgastus ja põgenemine”, Beerli, Martín (2004a,b) „teadmiste” ja San Martín, Rodríguez del Bosque (2008) „lõbu” mõju emotsionaalsele kuvandile.

Magistritöös uuriti samuti, kas gümnaasiuminoorte varasem reisikogemus mõjutab märkimisväärselt kuvandikomponentidele antud hinnanguid. Püstitatud hüpoteesi õnnestus tõestada, sest leiti, et need, kel puudub reisikogemus Põhja-Eestis hindasid kognitiivse kuvandi komponentidest oluliseks nii „turvalisust” kui „puhtust” ning vähem oluliseks Põhja-Eesti „ajaloolisi vaatamisväärsusi”. Samas olid nende emotsionaalsele kuvandile antavad hinnangud madalamad ja neil oli ka üldine ettekujutus Põhja-Eestist negatiivsem.

Lõuna-Eesti korral hindasid „ostlemist” ja „turvalisust” olulisemaks need noored, kes polnud Lõuna-Eestis käinud. Sarnaselt hindasid Lõuna-Eestis mittekäinud emotsionaalse kuvandi ebameeldivamaks ja igavamaks nagu ka üldkuvandi negatiivsemaks.

Lääne-Eesti korral leiti sarnaselt eelnevate piirkondadega, et tunnetega seotud ning üldkuvandile antavad hinnangud on madalamad nende noorte seas, kes pole enne Lääne-Eestis reisinud.

Olukord, kus varasema reisikogemuse puudumine uuritavates piirkondades tingib negatiivsema ettekujutuse ning väljendub ebameeldivates ning igavates emotsioonides võib olla seotud noorte vähese teadlikkusega piirkonna turismiressurssidest.

„Turvalisuse” olulisus puuduva reisikogemuse korral viitab asjaolule, et need, kes on juba sihtkohas mitmeid kordi käinud, on sealse olukorraga tuttavad. Analoogsele tulemusele, kus puuduva reisikogemuse korral hinnatakse kõrgemalt kognitiivse kuvandi komponentidest „turvalisust” ja „puhtust”, samas aga madalamaks ning negatiivsemaks emotsionaalse kuvandi komponente ning üldkuvandit, jõudsid ka Beerli, Martín (2004 a,b). Samuti selgus Stepchenkova, Morrison (2008) uuringust, et turismipiirkonnas eelnevalt käinute hinnangud kognitiivsetele kuvandikomponentidele olid kõrgemad ning nende üldine ettekujutus turismipiirkonnast oli positiivsem. Lähtuvalt esitatust leidis kinnitust, et reisikogemus mõjutab märkimisvääselt kognitiivseid, emotsionaalse ja üldkuvandi hinnanguid.

Magistritöö käesolevas peatükis analüüsiti ja võrreldi valikuuringu tulemusi ning selgitati, kuidas töös seotud eesmärgid on täidetud. Järgmises peatükis esitatakse ettepanekuid turismipiirkondade arendajatele.

5. Ettepanekud Eesti turismipiirkondade tootearenduseks

Antud uuringus selgitati välja gümnaasiuminoorte Eesti turismipiirkondade kuvandi võtmekomponendid. Lisaks uuriti noorte reisimotivatsiooni. Leitud võtmekomponendid ja reisiajendid viitasid noorte generatsioonile omistatud iseloomulikele käitumis- ja tarbimismustritele. Käesoleva uuringu praktiline väärtus seisneb soovituslike ettepanekute esitamises Eesti turismipiirkondade kuvandi kujundamiseks ning turundamiseks lähituleviku siseturistidele.

Tulenevalt gümnaasiuminoorte Põhja-, Lõuna- ja Lääne-Eesti kuvandit kujundavatest võtmekomponentidest ning seostest kognitiivsete kuvandikomponentide vahel, peaksid turismiarendajad rõhutama turismipiirkondade kuvandi kujundamisel piirkonna turvalisusele. Turvalisuse aspekti tuleks vaadelda koos puhtuse ning kohalike sõbralikkuse ning külalislahkusega. Antud komponentide korral on tõenäoliselt tegemist noorte eest lähtuvate põhivajadustega, oma nooruse tõttu ei ole alamsegmentidele veel kõrgemad vajadused olulised. Teisisõnu tuleks noortele edastada sõnum, et neid oodatakse külla, nende eest hoolitsetakse ning nende turvalisus on tagatud.

Tuginedes analüüsist ilmnenuid Põhja-Eestiga seonduvatele meelelahutuslikele tegevustele, nagu ööelu, ostlemine, kultuuriüritused, aga ka rand ja vesilõbustus – saavad turismiarendajad kujundada Põhja-Eestile meelelahutusel põhineva turismipiirkonna kuvandi. Kuigi tõenäoliselt on antud komponentide esilekerkimine seotud noorte suutmatusega eraldada Tallinn Põhja-Eesti ettekujutusest.

Uuringust ilmnes, et noored reisiksid Põhja-Eestisse õppimise ja uute kohtade avastamise, enese proovile panemise ning prestiiži eesmärgil. Arvestades ka korrelatsioonanalüüsi tulemustega, on turismiarendajatel võimalik töötada välja turismitooteid, sidudes noorte õppimise soovi Põhja-Eesti ajaloolise kontekstiga või looduskeskkonnaga. Sarnaselt saavad turismiarendajad struktureerimata kuvandist ilmnenuid loodusliku komponendi – pankranniku – ühendada seiklustel ja põnevusmängudel põhinevaks turismitooteks. Turismiarendajatel on vajalik koguda lisaandmeid, et saada aimu noorte seas väljaspool pealinna populaarsetest kohtadest

ning kohtadest, mida soovitakse Põhja-Eestis külastada. Tulenevalt struktureerimata kuvandist, leiti, et Narva on enim mainitud linn Põhja-Eestis, mida võiks tutvustada noortele nii meelelahutuslikus kui ajaloolises kontekstis, aga ka põnevusega seonduvalt.

Lähtudes reisikogemuse mõjust Põhja-Eesti kuvandikomponentidele, peaksid turismiarendajad arvestama, et Põhja-Eesti on negatiivsem neile, kes pole seal käinud. Samuti peaksid turismiarendajad arvestama, et Põhja-Eesti tutvustamisel seal mittekäinutele, ei ole otstarbekas rõhutada ajalooga seonduvat, vaid tuleks läheneda ajalootemaatikale läbi piirkonna turvalisuse prisma.

Samamoodi kui Põhja-Eesti ettekujutuse korral, leiti uuringus ka Lõuna-Eesti olevat piirkond, kus noored soovivad ostelda, puhata rannas, nautida ööelu ja kultuuriüritusi – lubades turismiarendajatel esitada noortele Lõuna-Eestit meelelahutusliku turismpiirkonnana. Oluline erinevus seisneb ööbimisvõimalustes kui kuvandi võtmekomponentides, mistõttu saab välja töötada Lõuna-Eestis mitmepäevaseid ööbimistega reisipakkumisi. Lähtuvalt kuvandi komponentidevahelistest seostest peaksid turismiarendajad tähelepanu juhtima ööbimispaikade ligipääsetavusele.

Lõuna-Eesti kuvandi komponentidevaheliste seoste analüüsist selgus, et Lõuna-Eesti ettekujutus koosneb nii loodusel põhinevatest kui ajaloolis-kultuurilistest komponentidest. Noorte struktureerimata kuvand näitas looduslike atraktsioonide ja kultuurilise mitmekesisuse esilekerkimist. Tuginedes tulemustele, on ka tulevikuturg huvitatud piirkonna looduslikust ning kultuurilisest eripärast, kuid turismiarendajad peaksid arvestama antud generatsiooni soovi kogeda mitmeid kogemusi korraga. Lähtuvalt esitatust peaks pakutavaid turismielamusi järjepidevalt uuendada või täiendada.

Lõuna-Eesti reisimotivatsiooni analüüsimisel ilmnis esmalt noorte soov olla füüsiliselt aktiivne läbi sportlike ja põnevust pakkuvate tegevuste. Teisalt selgus noorte soov puhata, meelt lahutada ning uusi tutvusi sõlmida. Lähtuvalt esitatust saavad turismiarendajad noorte tähelepanu köitmiseks kujundada Lõuna-Eestile nii aktiivseid-sportlikke kui ka meelelahutusel põhinevaid tooteid. Turismiarendajad peaksid lähenema Lõuna-Eesti kuvandi kujundamisele „lõbu”, meelelahutuse ning

seikluslikkuse vaatenurgast, unustamata turvalisuse aspekti. Viimane on oluline ligimeelitamiseks esmakülastajat, kelle ettekujutus Lõuna-Eestist on negatiivsem. Esmakülastajale oleks efektiivne rõhutada ostuvõimalusi, kuna nad hindavad neid olulisemaks kui kordukülastajad. Noorte struktureerimata kuvandi põhjal on turismiarendajatel võimalik reklaamida ostlemisega seonduvalt Otepääd ja Tartut.

Noorte ettekujutus Lääne-Eestist on sarnane Lõuna-Eestile, kuid erinevus seisneb selles, et noored ei hinda Lääne-Eesti puhul vesilõbustust oluliseks. Nimetatud asjaolul võib olla tingitud sellest, et antud uuringus paluti noortel Lääne-Eestit kujutada ette Pärnuta. Lähtuvalt esitatust oleks turismiarendajatel Lääne-Eesti kuvandi kujundamisel vajalik vähem tähelepanu pöörata vesilõbustusega seonduvatele atraktsioonidele ning suunata ressursid pigem meelelahutuslikele komponentidele nagu ostlemine ja kultuuriüritused. Samas pole vähem olulised ka looduslikud komponendid. Struktureerimata kuvandist selgus saarte eristumine piirkonnast ning kuvandi komponentidevahelisest seosest ilmnis ligipääsetavuse korrelatsioon turvalisusega. Tuginedes esitatule, peaksid turismiarendajad enim suunama noorte tähelepanu eelkõige turvalisele praamiühendusele mandri ja saarte vahel. Sarnaselt Lõuna-Eestiga on noortele oluline ka Lääne-Eestis ööbimisvõimalustele ligipääsetavus, mistõttu tuleks turismiarendajatel viidata teede ja transpordiga seonduvale ööbimisega turismitoote väljatöötamisel.

Vastupidiselt Lõuna-Eestile, leiti Lääne-Eesti puhul, et noortele on oluline ajaloolis-kultuuriline vaatenurk ning alles seejärel looduslik aspekt ja aktiivse puhkuse veetmise võimalused ning meelelahutus. Reisimotivatsiooni analüüs näitas noorte soovi reisida Lääne-Eestisse, et olla füüsiliselt aktiivsed, külastada sõpru/sugulasi, avardada silmaringi ning sarnaneda või erineda külastatavate kohtade poolt eakaaslastest. Järelduvalt on turismiarendajatele väljakutseks esitada Lääne-Eestit ajaloo ja kohaliku kultuuri võtmes, millele tuleks kogemuste rikastamise nimel lisada loodusteema või sportlikud tegevused. Sarnaselt Põhja-Eestiga, vajavad turismiarendajad lisaandmeid noortele populaarsete ja unikaalsete paikade osas nii Lõuna- kui Lääne-Eestist, et ühendada need ajaloolis-kultuurilise, loodusel või sportlikel tegevustel põhineva turismielamusega.

Uuringus leiti, et need, kes pole Lääne-Eestis käinud hindavad piirkonda igavaks ja nende üldine ettekujutus piirkonnast on negatiivne. Esitatu põhjal saavad turismiarendajad esmakülastajas huvi äratamiseks pakkuda võimalikult erinevaid, kas piirkonna ajaloolis-kultuurilisel teemal põhinevaid või füüsilist aktiivsust nõudvaid tegevusi. Samuti ka loodusliku eripära või meelelahutusega seonduvaid turismitooteid, unustamata turvalisuse aspekti. Noorte struktureerimata kuvandist lähtuvalt saavad turismiarendajad ühendada mitmekesiseid turismitooteid Haapsalu või saartega.

Tehtud ettepanekute rakendamisel peaksid turismiarendajad arvestama ka asjaoluga, et kuvandi osad ei ole võrdsed Eesti turismipiirkondade ettekujutuses. Gümnasistide kognitiivne kuvand on nõrgas korrelatsioonis emotsionaalse (meeldiv-ebameeldiv või huvitav-igav) ja üldise (positiivne-negatiivne) kuvandiga. Teisisõnu ei ole võtmekomponentide olulisus tugevas seoses turismipiirkonna meeldivusega, huvitavusega ega ka üldkuvandiga. Keskmise tugevusega seosed emotsionaalse kuvandi ning üldkuvandi vahel näitavad, et mida meeldivam, huvitavam on turismipiirkond, seda positiivsem on üldine ettekujutus. Samuti on võimalik vastupidine lähenemine, kus piirkonna tundumine ebameeldivamana või igavamana on seotud negatiivsema üldise ettekujutusega. Lahendus negatiivsemate emotsioonide ning üldise ettekujutuse ümberkujundamiseks peitub noortele suunatud informatsioonis (nt. piirkondade reklaam lähtuvalt võtmekomponentidest).

Samuti tuleks Eesti turismipiirkondade turundamisel ja kuvandi kujundamisel arvestada asjaoluga, et noortele ei ole kõik leitud reisiajendid ning kuvandi võtmekomponendid võrdselt „väga olulised”. Tingitult hinnangute varieerumisest võib osutada vajalikuks turundada mõnda komponenti intensiivsemalt.

Lisaks oleks turismiarendajatel vajalik koguda lisaandmeid, et teada saada, kellega noored reisivad (vanemad, pereliikmed, sugulased, sõbrad, kallim), kuna käesolevas uuringus antud teemat ei käsitletud.

Antud peatükis esitati töö resultaatidest järeldades turismiarendajatele soovituslikke ettepanekuid tootearenduse osas. Järgnev peatükk võtab kokku magistritöö tulemused ja ülesannete täitmise. Samuti tuuakse välja tööga seotud piirangud ning antakse soovitusi edaspidisteks uuringuteks.

6. Kokkuvõte

Käesolev magistritöö keskendub noorte generatsiooni alamsegmendi, gümnaasiuminoorte, Eesti turismipiirkondade kuvandit kujundavatele võtmekomponentidele. Andmeanalüüsimisel rakendati sagedus-, korrelatsioon- ja kontentanalüüsi ning T-teste.

Struktureeritud küsimustikku lisati turismipiirkondade unikaalsuse kätkemiseks avatud vastusega küsimus. Selgus, et avatud vastus täpsustas kvantitatiivselt mõõdetavat kuvandit. Sarnaselt eelnevate uuringutega leiti, et noorte kuvandit on võimalik mõõta kolmest osast koosnevana: kognitiivse, emotsionaalse ja üldkuvandina.

Tuginedes kirjandusülevaatele kontrolliti kahte hüpoteesi. Esiteks testiti seoseid turismipiirkondade emotsionaalse kuvandi ja reisimotivatsiooni vahel. Tulemused näitasid nõrku seoseid, mistõttu reisimotivatsiooni mõju emotsionaalsele kuvandile ei ole märkimisväärne ning hüpoteesi ei õnnestunud tõestada. Teiseks kontrolliti seoseid reisikogemuste ja kuvandikomponentide vahel uuritavate turismipiirkondade võtmes. Ilmnes, et reisikogemused mõjutavad märkimisväärselt noorte hinnanguid kuvandikomponentidele. Seega leidis teine hüpotees tõestamist.

Uuringust selgus, et gümnaasiuminoorte kuvandit kujundavad nii Põhja-Eesti, Lõuna-Eesti kui Lääne-Eesti korral samad kognitiivse kuvandi järgmised võtmekomponendid: „turvalisus”, „puhtus”, „rand” ja „ostlemine” ning „kultuuriüritused”. Lääne-Eesti ja Lõuna-Eesti kuvandit kujundab lisaks loetletule ka „kohalike sõbralikkus ja külalislahkus” ning „ööbimisvõimalused”. Põhja-Eesti ja Lõuna-Eesti korral ka „vesilõbustus”, Lääne-Eesti osas „teed ja transpordiühendus”.

Kuvandi komponentidevahelistest seostest ilmnes, et Põhja-Eesti seondub noortele ajaloolise tausta, loodusressursi, ööelu nautimise ja ostuvõimalustega; Lõuna-Eesti aga loodusliku ressursiga, ajaloolise- ja kultuurilise komponendiga, samuti meelelahutuse ja spordiga. Lääne-Eesti osas kerkis noorte ettekujutuses esile piirkonna ajalooline ja kultuuriline külg, seikluslikud ja sportlikud tegevused. Lõuna- ja Lääne-Eesti korral on olulised ka ööbimisvõimalused ja neile ligipääsetavus.

Noortepõlvkonna alamsegmenti reisimotivatsiooni osas leiti, et nad hindavad reisimisel lisaks meelelahutusele ja lõbule ka õppimist ja suhtlemist ning füüsilist aktiivsust – sportlikke ja seikluslikke tegevusi.

Turismipiirkondade tootearendusel peaks lähtuma turvalisuse, puhtuse ning külalislahkuse kuvandikomponentidest. Esmakülastajas huvi äratamiseks oleks vajalik rõhutada turismipiirkondade meelelahutuslikku külge. Samuti on oluline juhtida tähelepanu turvalisuse aspektile. Korduvkülastajatele peaks suunama nii looduslikul kui ajaloolisel ressursil põhinevaid, füüsilist aktiivsust ja põnevust pakkuvaid, kuid ka teadmiste laiendamisega seotud tegevusi.

Uuringu tulemused võimaldavad turismiarendajatel kujundada turismipiirkondadele noortele atraktiivse kuvandi ja reklaamida piirkondi vastavalt noorte ettekujutusele. Uuringu tulemuste kasutamine lubab turismiarendajatel suunata ressursse otstarbekamalt.

Uuringu piirangud seisnevad selles, et tulemused on omistatavad noorte generatsiooni alampõlvkonnale, ega ole sobilikud ealiselt vanematele/noorematele noorte generatsiooni liikmetele. Lisaks ei ole tulemused ka omistatavad teisest kultuuriruumist pärinevatele sama vanuserühma noortele, kuna uuriti ainult eesti keelt kõnelevaid gümnaasiuminoori.

Käesolevas uuringus ei käsitletud noorte kasutatavaid infoallikaid kuvandi kujunemisel, kuna tegemist on internetipõlvkonnaga. Edaspidistes uuringutes võiks vaadelda elektrooniliste infoallikate ja -suhtluskeskkondade rolli noorte kuvandi kujundamisel. Samuti võiks uurida teistest kultuuridest pärinevate noorte ettekujutust Eesti turismipiirkondadest.

Summary

THE IMAGE OF ESTONIAN TOURISM DISTRICTS AMONG SECONDARY SCHOOL STUDENTS

Laura Mägi

The purpose of the study is twofold. The first is to find out the key components of the secondary school student's image of Estonian tourism districts. The second, practical aim is to give product development suggestions for destination marketers.

Using a sample of 270 students, the data were collected to count youth's images of three Estonian tourism districts: North-Estonia, South-Estonia and West-Estonia. According to the conceptualization of tourism destination image formation, an open-ended question was adopted to the structured questionnaire to capture the unique feature of the destinations. The methods used in data analyses were: frequency, correlation analyzes and T-tests, in addition content analyze was also conducted for open-ended question.

Based on the theoretical framework it was tested if the affective (emotional) image is significantly influenced by travel motivations. It followed from correlation matrix that connections are weak between affective (emotional) destination image and travel motivations and therefore there is no significant influence to the affective (emotional) destination image. The first hypothesize was not supported. Secondly, it was hypothesized if the travel experience has significant influence to the evaluation of tourism destination cognitive, affective (emotional) and overall images. It revealed that the missing travel experiences make more unpleasant and boring images of the tourism destinations, and the overall perception towards destination is more negative too. Second hypothesize was supported.

According to the content analyze with grouping method it was found that the open-ended question added more information to the structured tourism districts images. For example it provides the main places and towns, but also attractions and activities which associated youth's tourism districts.

The findings from the research showed that key components which form secondary school student's image of Estonian tourism districts are following: "Security", "Cleanliness", "Beach", "Shopping", "Cultural event" in all analyzed destinations. In addition to the listed key components "Water amusement" turn out in the case of North- and South-Estonia. "Overnight opportunity", "Hospitality and friendliness of the local residents" in the case of South- and West-Estonia and "Roads and transport connection" in the case of West-Estonia. Correlation matrix showed that North-Estonia's image is related to nature and history components as well as nightlife and shopping activities. Youth's image of South-Estonia is related to nature. In the case of West-Estonia, the culture/history theme is most important; nature comes second, also the active/sportive theme.

The research outcome in the case of youth travel motivations is similar with previous studies. Findings showed that youth generation sub segment want to be physically active, want to learn, communicate and rest. Also the fun as travel motivation appeared, respectively.

Based on the abovementioned findings, several suggestions for tourism managers were offered. Suggestions were tourism product and districts image development oriented, providing districts to be more cost effective and competitive.

Limitations are connected with sample. Due to the sample of this research (youth generation sub segment as fixed age group), findings can not be generalized to older or younger members of the youth generation. Secondly the sample captures only Estonian language speaking youth imagines and does not include youth with different cultural background.

Suggestions for the future studies is related with the online information sources and communication environments used by youth in the formation of districts image. Future studies could also focus on the district image perceived by youth with other cultural background.

7. Kirjandus

1. **Andrade Suárez, J.M.**, 2011. The impact of secondary information sources on the formation of the tourist image: the case of rural tourism in Galicia. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 2: 72-94.
2. **Assaker, G., Vinzi, E.V., O'Connor P.**, 2011. Examining the effect of novelty seeking, satisfaction, and destination image on tourists' return pattern: A two factor, non-linear latent growth model. *Tour. Manage.*, 32: 890-901.
3. **Baloglu, S., Love, C.**, 2005. Association meeting planners' perceptions and intentions for five major US convention cities: the structured and unstructured images. *Tour. Manage.*, 26: 743-752.
4. **Baloglu, S., McCleary, W.K.**, 1999. A model of destination image formation. *Ann. Tour. Res.*, 26: 868-897.
5. **Beerli, A., Martín, D.J.**, 2004a. Factors influencing destination image. *Ann. Tour. Res.*, 31: 657-681.
6. **Beerli, A., Martín, D.J.**, 2004b. Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis – a case study of Lanzarote, Spain. *Tour. Manage.*, 25: 623-636.
7. **Benckendorff, P., Moscardo, G.**, 2010. Understanding Generation- Y Tourists: Managing the Risk and Change Associated with a New Emerging Market. In: P. Benckendorff, G. Moscardo and D. Pendergast (Editors), *Tourism and Generation Y*. CABI Publishing, Wallingford, pp. 38- 46.
8. **Byon, K.K., Zhang, J.J.**, 2010. Development of a scale measuring destination image. *Market. Intell. Plann.*, 28: 508-532.
9. **Chen, F.-C., Tsai, D.**, 2007. How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tour. Manage.*, 28: 1115-1122.
10. **Chen, J.-H., Chen, J.-P., Okumus, F.**, 2013. The relationship between travel constraints and destination image: A case study of Brunei. *Tour. Manage.*, 35: 198-208.
11. **Crompton, L.J.**, 1979. Motivations for Pleasure Vacation. *Ann. Tour. Res.* VI (4): 408-424.
12. **Dolnicar, S., Grün, B.**, 2013. Validly Measuring Destination Image in Survey Studies. *J. Travel Res.*, 52: 3-14.
13. **Echtner, C., Ritchie, B.**, 2003. The Meaning and Measurement of Destination Image. *J. Tour. Stud.*, 14: 37-48.
14. **Fitzgerald, D., Jorda, P., Egido, L.**, 2011. The Power of Youth Travel. In: J. Blanco (Management), Report by UNWTO-WYSE Travel Confederation, AM Reports, Vol.2. pp. 38.

15. **Fountain, J., Charters, S.**, 2010. Generation Y as Wine Tourists: Their Expectations and Experiences at the Winery- cellar Door. In: P. Benckendorff, G. Moscardo and D. Pendergast (Editors), *Tourism and Generation Y*. CABI Publishing, Wallingford, pp. 47-57.
16. **Gallarza, G.M., Saura, G.I., Carcía, C.H.**, 2002. Destination image: Towards a Conceptual Framework. *Ann.Tour. Res.*, 29: 56-78.
17. **Gherrissi-Labben, T., Johnson, C.**, 2004. Developing the image of the "Young Tourist": Details from Swiss festivals. *Tourism Review*, 59: 25-33.
18. **Glover, P.**, 2010. Generation Y's Future Tourism Demand: Some Opportunities and Challenges. In: P. Benckendorff, G. Moscardo and D. Pendergast (Editors), *Tourism and Generation Y*. CABI Publishing, Wallingford, pp. 155-163.
19. **Hesse, M., Tutenges, S.**, 2011. Young tourists visiting strip clubs and paying for sex. *Tour. Manage.*, 32: 869-874.
20. **Huang, (Zhuowei), J., Cai, A.L.**, 2011. Destination choice model for transitional travel: College students in China. *Tour. Manage.*, 32: 697-699.
21. **Huang, C.-Y., Petrick, F. J.**, 2010. Generation Y's Travel Behaviours: a Comparison with Baby Boomers and Generation X. In: P. Benckendorff, G. Moscardo and D. Pendergast (Editors), *Tourism and Generation Y*. CABI Publishing, Wallingford, pp.27-37.
22. **Jacobsen, S.Kr.J., Munar, M.A.**, 2012. Tourist information search and destination choice in a digital age. *Tourism Management Perspectives*, 1: 39-47.
23. **Jenkins, J., Dredge, D., Taplin, J.**, 2011. Destination Planning and Policy: Process and Practice. In: Y. Wang, A. Pizam (Editors), *Destination Marketing and Management: Theories and Applications*. CABI Publishing, Wallingford, pp. 21-38.
24. **Jenkins, H.O.**, 1999. Understanding and Measuring Tourist Destination Images. *Int. J. Tourism Res.*, 1: 1-15.
25. **Jennings, G., Cater, C., Lee, S-Y., Ollenburg, C., Ayling, A., Lunny, B.**, 2010. Generation Y: Perspectives of Quality in Youth Adventure Travel Experiences in an Australian Backpacker Context. In: P. Benckendorff, G. Moscardo and D. Pendergast (Editors), *Tourism and Generation Y*. CABI Publishing, Wallingford, pp.58-72.
26. **Kim, K., Oh, K.-I., Jogaratnam, G.**, 2007. College student travel: A revised model of push motives. *J. Vacat. Mark.*, 13: 73-85.
27. **Knox, D.**, 2009. Mobile Practice and Youth Tourism. In: P., Pons Obrador, M., Crang, P., Travlou (Editors), *New Directions in Tourism Analyses: Cultures of Mass Tourism*. Ashgate Publishing Group, Farnham, Surrey, pp. 143-155.
28. **Lai, K., Li, Y.**, 2012. Core-periphery structure of destination image: Concept, Evidence and Implication. *Ann. Tour. Res.*, 39: 1359-1379.
29. **Lewis, C., Kerr, G., Pomeroy, A.**, 2010. Self-identity and Social Norms in Destination Choice by Young Australian Travellers. *Tour. Stud.*, 10: 265-283.

30. **Lin, H-Y., Lee, C-Y., Wang, C-S.**, 2012. Analysis of motivation, travel risk, and travel satisfaction of Taiwan undergraduates on work and travel overseas programmes: Developing measurement scales. *Tourism Management Perspectives*, 2-3: 35-46.
31. **Loda, D.M., Coleman, C.B.**, 2010. Adjusting Attitudes Using Traditional Media: Magazines Can Still Move Millennials. In: P. Benckendorff, G. Moscardo and D. Pendergast (Editors), *Tourism and Generation Y*. CABI Publishing, Wallingford, pp.119-130.
32. MaCorr: Research Solutions Online [<http://www.macorr.com/sample-size-calculator.htm>], viimati vaadatud 18. 01.2013.
33. **Moscardo, G., Benckendorff, P.**, 2010. Mythbusting: Generation Y and Travel. In: P. Benckendorff, G. Moscardo and D. Pendergast (Editors), *Tourism and Generation Y*. CABI Publishing, Wallingford, pp.16-26.
34. **Mura, P.**, 2010. 'Scary . . . but I like it!' Young tourists' perceptions of fear on holiday. *J. Tour. Cult. Change.*, 8: 30-49.
35. **Pearce, L. P., Packer, J.**, 2013. Minds on the move: new links from psychology to tourism. *Ann. Tour. Res.*, 40: 386-411.
36. **Pearce, L.P.**, 2011. Travel Motivation, Benefits and Constraints to Destinations. In: Y. Wang, A. Pizam (Editors), *Destination Marketing and Management: Theories and Applications*. CABI Publishing, Wallingford, pp. 39-52.
37. **Pendergast, D.**, 2010. Getting to Know the Y Generation. In: P. Benckendorff, G. Moscardo and D. Pendergast (Editors), *Tourism and Generation Y*. CABI Publishing, Wallingford, pp. 1-15.
38. **Pennington-Gray, L., Blair, S.**, 2010. Nature- based Tourism in North-America: is Generation Y the Major Cause of Increased Participation? In: P. Benckendorff, G. Moscardo and D. Pendergast (Editors), *Tourism and Generation Y*. CABI Publishing, Wallingford, pp. 73-84.
39. **Phau, I., Shanka, T., Dhayan. N.**, 2010. Destination image and choice intention of university student travellers to Mauritius. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.*, 22: 758-764.
40. **Pierret, F.**, 2011. Some points of Domestic Tourism. [<http://www2.unwto.org/en/agora/some-points-domestic-tourism>], viimati vaadatud 25.04.2013.
41. **Reza Jalilvand, M., Samiei, N., Dini, B., Manzari, Y.P.**, 2012. Examining the structural relationships of electronic word of mouth, destination image, tourist attitude toward destination and travel intention: An integrated approach. *J. of Destination Marketing & Management*, 1: 134-143.
42. **San Martín, H., Rodríguez del Bosque, A. I.**, 2008. Exploring the cognitive–affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation. *Tour. Manage.*, 29: 263-277.
43. **Saraniemi, S., Kylänen, M.**, 2011. Problematizing the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches. *J. Travel Res.*, 50: 133-143.

44. **Servinski, M., Kivilaid, M., Tischler, G.,** 2012. Valik andmeid omavalitsusüksuste kohta. E., Narusk (Toimetaja), Eesti piirkondlik areng 2012. Nov. Statistikaamet, Tallinn, lk. 182-217.
45. **Shani, A., Wang, Y.,** 2011. Destination Image Development and Communication. In: Y. Wang, and A. Pizam (Editors), Destination Marketing and Management. CABI Publishing, Wallingford, pp. 130-148.
46. **Stepchenkova, S., Morrison, M., A.** 2008. Russia's destination image among American pleasure travelers: Revisiting Echtner and Ritchie. *Tour. Manage.*, 29: 548-560.
47. **Tasci, A.D.A., Gartner, C.W., Cavusgil, T.S.,** 2007. Conceptualization and Operationalization of Destination Image. *J. Hosp. Tour. Res.*, 31: 194-223.
48. **Tasci, A.D.A., Gartner, C.W.,** 2007. Destination Image and Its Functional Relationships. *J. Travel Res.*, 45: 413-425.
49. **White, J.C.,** 2004. Destination image: to see or not to see? *Int. J. of Contemp. Hosp. Manag.*, 16: 309-314.
50. **White, J.C.,** 2005. Destination image: to see or not to see? Part II. *Int. J. of Contemp. Hosp. Manag.*, 17: 191-196.

Lisade nimistu

Lisa 1. Sihtkoha kuvandit määravad komponendid

Lisa 2. Eesti turismipiirkondade kuvandiuuringu küsimustik

Lisa 3. Eesti turismipiirkondade struktureerimata kuvand

Lisa 4. Eesti turismipiirkondade kuvandikomponendid

Lisa 5. Seosed turismipiirkondade kuvandikomponentide vahel

Lisa 6. Gümnaasiuminoorte reisimotivatsioon

Lisa 1. Sihtkoha kuvandit määravad komponendid

Looduslikud ressursid	Üldine infrastruktuur	Turismi-infrastruktuur
Kliima	Maanteede, lennujaamade, sadamate arengutase, kvaliteet	Hotellid ja muu majutus
• Temperatuur		• Voodikohtade arv
• Sademed	Transpordirajatised	• Järgud/ märgised
• Niiskus	Tervishoiuteenuste areng	• Kvaliteet
• Päikesepaiste tundides	Telekommunikatsioonide arengutase	Restoranid
Rannad	Infrastruktuuri areng	• Arv
• Merevee kvaliteet	Ehitussektori arengutase	• Kategooriad
• Liiva- või kivirannad		• Kvaliteet
• Rannaala pikkus		Baarid, diskoteegid, klubid
• Randade ülerahvastatus		Sihtkoha ligipääsetavus
Looduslik rikkus		Ekskursioonid sihtkohas
• Looduskaitsealad		Turismiinfopunktid
• Järved, mäed, kõrbed jne.		Turismiinformatsiooni võrgustik
Floora ja fauna unikaalsus ja mitmekesisus		
Vaba aeg ja rekreatsioon	Kultuur, ajalugu, kunst	Majandus/poliitilised tegurid
Teemapargid	Muuseumid, ajaloolised ehitised monumendid jne.	Poliitiline stabiilsus
Meelelahutus ja sport	Festivalid, kontserdid jne.	Poliitiline kalduvus
• Golf, kalastus, jaht, suusatamine jne	Käsitöö	Majanduslik arengutase
• Veepargid	Gastronoomia	Turvalisus
• Loomaaiad	Folkloor	• Kuritegevuse määr
• Matkamine	Religioon	• Terrorirünnakud
• Seiklustegevused	Elustiilid ja tavad	Hinnad
• Kasiinod		
• Ööelu		
• Ostlemine		
Loomulik elukeskkond	Sotsiaalne keskkond	Koha atmosfäär
Maastikuvaadete kaunidus	Kohalike sõbralikkus ja külalislahkus	Luksuslik
Linnade ja külade atraktiivsus		Moodne
Puhtus	Vaesus ja inimõigused	Koha hea maine
Ülerahvastatus	Elukvaliteet	Perele orienteeritud sihtkoht
Õhu- ja lärmisaaste	Keelebarjäär	Eksootiline
Liiklusummikud		Müstiline
		Lõõgastav
		Stressirohke
		Nauditav, lõbus
		Meeldiv
		Igav
		Atraktiivne või huvitav

Allikas: Sihtkoha kuvandit määravad komponendid. Beerli, Martin (2004 a: 659), autori tõlge.

Lisa 2. Eesti turismipiirkondade kuvandiuringu küsimustik

Hea gümnaasiumiõpilane!

Antud küsimustik on koostatud, et selgitada välja Teie ettekujutus Eesti turismipiirkondadest. Uurimistulemusi rakendatakse Eesti turismi arendustegevuses.

Ankeedile vastamine on anonüümne ning vastuseid kasutatakse üldistatud kujul Laura Mägi turismigeograafia magistritöös „Eesti turismipiirkondade kuvand gümnaasiuminoorte seas”.

Ankeedi täitmine on vabatahtlik, tagastada võib ka täitmata ankeete. Ankeedi täitmiseks kulub 5-10 minutit. Enamikele küsimustele on antud ette vastusevariandid, valige nende hulgast Teie arvates kõige sobilikum ja tähistage see vastavas ruudus ristikesega (X). Etteantud vastusevariantide puudumisel palun kirjutage oma arvamus vastusena.

Täna Teid juba ette,

Laura Mägi

1. Palun kirjutage 3 esimest sõna, mis Teile tuleb meelde seoses

Põhja - Eestiga (välja arvatud Tallinn).....

Lõuna-Eestiga.....

Lääne- Eestiga (välja arvatud Pärnu).....

2. Hinnake palun järgneva loetelu olulisust/mitteolulisust kui Te reisiksite Põhja-Eestisse. Põhja-Eestit ettekujutledes jätke palun Tallinn välja. Sobilik vastus märkige ruudus ristiga (X).

A		eba- oluline 1	pigem ebaoluline 2	vahel ebaoluline/ vahel oluline 3	pigem oluline 4	väga oluline 5	ei oska öelda
1.1	Mitmekesine looduskeskkond						
1.2	Erinevad maastikuvaated						
1.3	Rand						
2.1	Teed ja transpordiühendus						
2.2	Õõbimisvõimalused						
3.1	Ajaloolised vaatamisväärsused						
3.2	Muuseumid						
3.3	Kultuuriüritused						
3.4	Kohalik ajaloolis- kultuuriline taust (elustiil, kombed, folkloor, käsitöö)						
4.1	Sportimisvõimalused						
4.2	Seiklustegevused						
4.3	Vesilõbustus						
4.4	Õõelu						
4.5	Ostlemine						
5.1	Turvalisus						
5.2	Puhtus						
5.3	Kohalike sõbralikkus ja külalislahkus						
5.4	Väikelinnad ja külad						

3. Palun märkige oma eelistuste tugevus. Esitatud on kaks vastandlikku sõnapaari, mis seostuvad Eesti turismipiirkondadega. Sobilik vastus tähistage ristiga (X).

Põhja-Eesti (välja arvatud Tallinn) oleks Teie jaoks turismipiirkonnana...

AFA1	meeldiv	5	4	3	2	1	ebameeldiv	ei oska öelda	
AFA2	huvitav	5	4	3	2	1	igav	ei oska öelda	

4. Milline on Teie üldine kujutus Põhja-Eestist (välja arvatud Tallinnast), kui turismipiirkonnast? Palun märkige rist (X) sobivama vastusega ruutu.

AO	negatiivne	pigem negatiivne	vahel negatiivne/ vahel positiivne	pigem positiivne	positiivne	ei oska öelda

5. Hinnake palun järgneva loetelu olulisust/mitteolulisust kui Te reisiksite Lõuna-Eestisse. Sobilik vastus märkige ruudus ristiga (X).

B		eba- oluline 1	pigem ebaoluline 2	vahel ebaoluline /vahel oluline 3	pigem oluline 4	väga oluline 5	ei oska öelda
1.1	Mitmekesine looduskeskkond						
1.2	Erinevad maastikuvaated						
1.3	Rand						
2.1	Teed ja transpordiühendus						
2.2	Õõbimisvõimalused						
3.1	Ajaloolised vaatamisväärsused						
3.2	Muuseumid						
3.3	Kultuuriüritused						
3.4	Kohalik ajaloolis- kultuuriline taust (elustiil, kombed, folkloor, käsitöö)						
4.1	Sportimisvõimalused						
4.2	Seiklustegevused						
4.3	Vesilõbustus						
4.4	Õõelu						
4.5	Ostlemine						
5.1	Turvalisus						
5.2	Puhtus						
5.3	Kohalike sõbralikkus ja külalislakhus						
5.4	Väikelinnad ja külad						

6. Palun märkige oma eelistuste tugevus. Esitatud on kaks vastandlikku sõnapaari, mis seostuvad Eesti turismipiirkondadega. Sobilik vastus tähistage ristiga (X).

Lõuna-Eesti oleks Teie jaoks turismipiirkonnana...

AFB1	meeldiv	5	4	3	2	1	ebameeldiv	ei oska öelda	
AFB2	huvitav	5	4	3	2	1	igav	ei oska öelda	

7. Milline on Teie üldine kujutus Lõuna-Eestist kui turismipiirkonnast, palun märkige rist (X) sobivama vastusega ruutu.

BO	negatiivne	pigem negatiivne	vahel negatiivne/ vahel positiivne	pigem positiivne	positiivne	ei oska öelda

8. Hinnake palun järgneva loetelu olulisust/mitteolulisust, kui Te reisiksite Lääne-Eestisse. Lääne-Eestit ettekujutledes jätke palun Pärnu välja. Sobilik vastus märkige ruudus ristiga (X).

C		eba- oluline 1	pigem ebaoluline 2	vahel ebaoluline /vahel oluline 3	pigem oluline 4	väga oluline 5	ei oska öelda
1.1	Mitmekesine looduskeskkond						
1.2	Erinevad maastikuvaated						
1.3	Rand						
2.1	Teed ja transpordühendus						
2.2	Õõbimisvõimalused						
3.1	Ajaloolised vaatamisväärsused						
3.2	Muuseumid						
3.3	Kultuuriüritused						
3.4	Kohalik ajaloolis- kultuuriline taust (elustiil, kombed, folkloor, käsitöö)						
4.1	Sportimisvõimalused						
4.2	Seiklustegevused						
4.3	Vesilõbustus						
4.4	Õõelu						
4.5	Ostlemine						
5.1	Turvalisus						
5.2	Puhtus						
5.3	Kohalike sõbralikkus ja külalislakhus						
5.4	Väikelinnad ja külad						

9. Palun märkige oma eelistuste tugevus. Esitatud on kaks vastandlikku sõnapaari, mis seostuvad Eest turismipiirkondadega. Sobilik vastus tähistage ristiga (X).

Lääne-Eesti (välja arvatud Pärnu) oleks Teie jaoks turismipiirkonnana...

AFC1	meeldiv	5	4	3	2	1	ebameeldiv	ei oska öelda	
AFC2	huvitav	5	4	3	2	1	igav	ei oska öelda	

10. Milline on Teie üldine kujutus Lääne-Eestist kui turismipiirkonnast (välja arvatud Pärnu), palun märkige rist (X) sobivama vastusega ruutu.

CO	negatiivne	pigem negatiivne	vahel negatiivne/ vahel positiivne	pigem positiivne	positiivne	ei oska öelda

11. Palun andke oma hinnang järgnevatele reisimotiividele (reisimise põhjustele). Teile sobilikud vastused märkige ruutudes ristiga (X).

M	Te reisiksite, et ...	eba- oluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ vahel ebaoluline	pigem oluline	oluline	ei oska öelda
1.1	...puhata vaimselt ja füüsiliselt						
1.2	...põgeneda argiritiinist						
1.3	...olla niisama						
2.1	...tegeleda huvitavate asjadega						
2.2	...tegeleda spordiga						
2.3	...panna end proovile seiklustegevustes ja -mängudes						
2.4	...oleks lõbus						
2.5	...saaks meelt lahutada						
3.1	...õppida uusi asju						
3.2	...avastada uusi paiku						
3.3	...näha võimalikult palju						
3.4	...külastada tuttavaid kohti						
4.1	...külastada sõpru/ tuttavaid						
4.2	...külastada sugulasi						
4.3	...tutvuda uute inimestega						
5.1	...külastada kohti, kus sõbrad on käinud						
5.2	...külastada kohti, kus sõbrad pole käinud						
6	Muu.....						

12. Millistes järgnevates turismipiirkondades olete reisinud? Teile sobilikud vastused tähistage palun ristiga (X).

Põhja-Eestis (välja arvatud Tallinn)

jah []

ei []

Lõuna-Eestis

jah []

ei []

Lääne-Eestis (välja arvatud Pärnu)

jah []

ei []

13. Palun kirjutage oma vanus

14. Palun märkige oma sugu:

Mees []

Naine []

SUUR TÄNU KOOSTÖÖ EEST!

Lisa 3. Eesti turismipiirkondade struktureerimata kuvand

Koondtabel gümnaasistidele Põhja-Eestiga seonduvatest sõnadest

	Linnad, asulad		Saared		Loodus, maastik		Kliima		Tallinna objektid		Isikud, grupid, rahvused		Infrastruktuur ja majandus		Tegevused		Atraktsioonid, üritused		Piirkonnad, naabruskond		Sõnad		Kokku	
	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%
naine	78	26%	17	6%	94	32%	11	4%	27	9%	13	4%	14	5%	4	1%	14	5%	18	6%	6	2%	296	100%
mees	44	20%	9	4%	94	42%	6	2%	12	5%	15	7%	19	9%	3	1%	5	2%	8	4%	8	4%	223	100%
Kokku	122	24%	26	5%	188	36%	17	3%	39	8%	28	5%	33	6%	7	1%	19	4%	26	5%	14	3%	519	100%

Koondtabel gümnaasistidele Lõuna-Eestiga seonduvatest sõnadest

	Linnad, asulad		Loodus, maastik		Infrastruktuur ja majandus		Isikud, grupid, rahvused		Tegevused		Atraktsioonid, sündmused		Kliima		Piirkonnad ja naabruskond		Sõnad		Kokku	
	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%
naine	120	36%	115	35%	8	2%	12	4%	17	5%	29	9%	13	4%	7	2%	9	3%	330	100%
mees	101	41%	91	37%	1	0%	9	4%	9	4%	9	4%	10	4%	11	4%	4	2%	245	100%
Kokku	221	38%	206	36%	9	2%	21	3%	26	5%	38	7%	23	4%	18	3%	13	2%	575	100%

Koondtabel gümnaasistidele Lääne-Eestiga seonduvatest sõnadest

	Linnad, asulad		Loodus, maastik		Kliima		Infrastruktuur ja majandus		Tegevused		Saared		Atraktsioonid, sündmused		Isikud, grupid, rahvused		Piirkonnad, naabruskond		Sõnad		Pärnu objektid		Kokku	
	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%	arv	%
naine	72	22%	95	29%	7	2%	8	2%	3	1%	92	28%	31	10%	2	1%	3	1%	9	3%	2	1%	324	100%
mees	53	22%	66	28%	8	3%	9	4%	8	3%	67	28%	15	6%	3	1%	2	1%	10	4%			241	100%
Kokku	125	22%	161	29%	15	3%	17	3%	11	2%	159	28%	46	8%	5	1%	5	1%	19	3%	2	0%	565	100%

Lisa 4. Eesti turismipiirkondade kuvandikomponendid

Gümnaasiuminoorte hinnangud Põhja-Eesti kuvandikomponendile „turvalisus”

	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine	2		2	7	32	109		1%	0%	1%	5%	21%	72%	0%	152	100%
mees	1	3	1	16	34	61	1	1%	3%	1%	14%	29%	52%	1%	117	100%
Kokku	3	3	3	23	66	170	1	1%	1%	1%	9%	25%	63%	0%	269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Põhja-Eesti kuvandikomponendile „puhtus”

	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine	3	1	1	5	34	108		2%	1%	1%	3%	22%	71%	0%	152	100%
mees			5	15	49	47	1	0%	0%	4%	13%	42%	40%	1%	117	100%
Kokku	3	1	6	20	83	155	1	1%	0%	2%	7%	31%	58%	0%	269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Põhja-Eesti kuvandikomponendile „rand”

	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	ei oska öelda	eba- oluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine	2		7	27	47	69		1%	0%	5%	18%	31%	45%		152	100%
mees	2	2	18	27	37	31		2%	2%	15%	23%	32%	26%		117	100%
Kokku	4	2	25	54	84	100		1%	1%	9%	20%	31%	37%		269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Põhja-Eesti kuvandikomponendile „ostlemine”

	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine		4	26	38	54	29	1	0%	3%	17%	25%	36%	19%	1%	152	100%
mees	1	4	17	33	31	30	1	1%	3%	15%	28%	26%	26%	1%	117	100%
Kokku	1	8	43	71	85	59	2	0%	3%	16%	26%	32%	22%	1%	269	100%

Lisa 4. järg

Gümnaasiuminoorte hinnangud Põhja-Eesti kuvandikomponendile „vesilõbustus”

	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine	2	12	43	53	42		1%	8%	28%	35%	28%	0%	152	100%
mees	1	19	36	42	17	2	1%	16%	31%	36%	15%	2%	117	100%
Kokku	3	31	79	95	59	2	1%	12%	29%	35%	22%	1%	269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Põhja-Eesti kuvandikomponendile „kultuuriüritused”

	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine	3	2	6	44	60	36	1	2%	1%	4%	29%	39%	24%	1%	152	100%
mees	2	6	20	40	31	16	2	2%	5%	17%	34%	26%	14%	2%	117	100%
Kokku	5	8	26	84	91	52	3	2%	3%	10%	31%	34%	19%	1%	269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lõuna-Eesti kuvandikomponendile „puhtus”

	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine	3		3	5	40	100	1	2%	0%	2%	3%	26%	66%	1%	152	100%
mees		3	6	13	41	54		0%	3%	5%	11%	35%	46%	0%	117	100%
Kokku	3	3	9	18	81	154	1	1%	1%	3%	7%	30%	57%	0%	269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lõuna-Eesti kuvandikomponendile „turvalisus”

	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine	3	2	2	7	35	102	1	2%	1%	1%	5%	23%	67%	1%	152	100%
mees	1	3	3	20	37	53		1%	3%	3%	17%	32%	45%	0%	117	100%
Kokku	4	5	5	27	72	155	1	1%	2%	2%	10%	27%	58%	0%	269	100%

Lisa 4 järg

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lõuna-Eesti kuvandikomponendile „öobimisvõimalused”

	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %
naine	3	1		10	49	88	1	2%	1%	0%	7%	32%	58%	1%	152	100%
mees	1	1	5	13	48	49		1%	1%	4%	11%	41%	42%	0%	117	100%
Kokku	4	2	5	23	97	137	1	1%	1%	2%	9%	36%	51%	0%	269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lõuna-Eesti kuvandikomponendile „kohalike sõbralikkus ja külalislahkus”

	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %
naine	4		1	7	54	85	1	3%	0%	1%	5%	36%	56%	1%	152	100%
mees	3	2	4	15	44	49		3%	2%	3%	13%	38%	42%	0%	117	100%
Kokku	7	2	5	22	98	134	1	3%	1%	2%	8%	36%	50%	0%	269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lõuna-Eesti kuvandikomponendile „rand”

	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %
naine	4	4	13	28	43	59	1	3%	3%	9%	18%	28%	39%	1%	152	100%
mees	2	11	26	24	26	28		2%	9%	22%	21%	22%	24%	0%	117	100%
Kokku	6	15	39	52	69	87	1	2%	6%	14%	19%	26%	32%	0%	269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lõuna-Eesti kuvandikomponendile „vesilõbustus”

	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %
naine	2	2	14	36	48	49	1	1%	1%	9%	24%	32%	32%	1%	152	100%
mees	1	7	21	31	32	25		1%	6%	18%	26%	27%	21%	0%	117	100%
Kokku	3	9	35	67	80	74	1	1%	3%	13%	25%	30%	28%	0%	269	100%

Lisa 4 järg

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lõuna-Eesti kuvandikomponendile „kultuuriüritused”

	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %
naine	3	5	8	43	52	39	2	2%	3%	5%	28%	34%	26%	1%	152	100%
mees	2	7	19	45	34	9	1	2%	6%	16%	38%	29%	8%	1%	117	100%
Kokku	5	12	27	88	86	48	3	2%	4%	10%	33%	32%	18%	1%	269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lõuna-Eesti kuvandikomponendile „ostlemine”

	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %
naine	3	6	24	40	37	41	1	2%	4%	16%	26%	24%	27%	1%	152	100%
mees		12	29	28	29	17	2	0%	10%	25%	24%	25%	15%	2%	117	100%
Kokku	3	18	53	68	66	58	3	1%	7%	20%	25%	25%	22%	1%	269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lääne-Eesti kuvandikomponendile „kohalik ajaloolis-kultuuriline taust”

	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %
naine	1	6	31	52	38	22	2	1%	4%	20%	34%	25%	14%	1%	152	100%
mees	1	4	18	49	36	8	1	1%	3%	15%	42%	31%	7%	1%	117	100%
Kokku	2	10	49	101	74	30	3	1%	4%	18%	38%	28%	11%	1%	269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lääne-Eesti kuvandikomponendile „puhtus”

	ei oska öelda	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	ei oska öelda	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %
naine	1	2	7	40	101	1	1%	1%	5%	26%	66%	1%	152	100%
mees		5	16	39	57		0%	4%	14%	33%	49%	0%	117	100%
Kokku	1	7	23	79	158	1	0%	3%	9%	29%	59%	0%	269	100%

Lisa 4 järg

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lääne-Eesti kuvandikomponendile „rand”

	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %
naine	1		4	6	38	102	1	1%	0%	3%	4%	25%	67%	1%	152	100%
mees		2	8	12	39	55	1	0%	2%	7%	10%	33%	47%	1%	117	100%
Kokku	1	2	12	18	77	157	2	0%	1%	4%	7%	29%	58%	1%	269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lääne-Eesti kuvandikomponendile „turvalisus”

	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %
naine	2			11	36	102	1	1%	0%	0%	7%	24%	67%	1%	152	100%
mees	2	1	3	17	41	53		2%	1%	3%	15%	35%	45%	0%	117	100%
Kokku	4	1	3	28	77	155	1	1%	0%	1%	10%	29%	58%	0%	269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lääne-Eesti kuvandikomponendile „ööbimisvõimalused”

	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %
naine	1		3	16	41	88	3	1%	0%	2%	11%	27%	58%	2%	152	100%
mees		1	3	22	39	52		0%	1%	3%	19%	33%	44%	0%	117	100%
Kokku	1	1	6	38	80	140	3	0%	0%	2%	14%	30%	52%	1%	269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lääne-Eesti kuvandikomponendile „teed ja transpordiühendus”

	ei oska öelda	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	ei oska öelda	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %	
naine		2		24	51	74	1	1%	0%	16%	34%	49%	1%	152	100%
mees		1	5	29	35	47		1%	4%	25%	30%	40%	0%	117	100%
Kokku		3	5	53	86	121	1	1%	2%	20%	32%	45%	0%	269	100%

Lisa 4 järg

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lääne-Eesti kuvandikomponendile „kultuuriüritused”

	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %
naine	2	4	10	39	53	40	4	1%	3%	7%	26%	35%	26%	3%	152	100%
mees	2	4	16	45	34	15	1	2%	3%	14%	38%	29%	13%	1%	117	100%
Kokku	4	8	26	84	87	55	5	1%	3%	10%	31%	32%	20%	2%	269	100%

Gümnaasiuminoorte hinnangud Lääne-Eesti kuvandikomponendile „ostlemine”

	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	ei oska öelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	väga oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %
naine	2	3	17	40	39	48	3	1%	2%	11%	26%	26%	32%	2%	152	100%
mees		10	22	30	31	24		0%	9%	19%	26%	26%	21%	0%	117	100%
Kokku	2	13	39	70	70	72	3	1%	5%	14%	26%	26%	27%	1%	269	100%

Lisa 5. Seosed turismipiirkondade kuvandikomponentide vahel

Korrelatsioon Põhja-Eesti kuvandikomponentide ning gümnaasiuminoorte vanuse ja soo vahel

	mitmekesine looduskeskkond	erinevad maastikuvaated	rand	teed ja transpordiühendus	ööbimisvõimalused	ajaloolised vaatamisväärsused	muuseumid	kultuuriüritused	kohalik ajaloolis-kult. taust	sportimisvõimalused	seiklus-tegevused	vesi-löbustus	ööelu	ostlemine	turvalisus	puhtus	kohalike sõbralikkus ja külalislahkus	ligitõmbavad väikelinnad ja külad	meeldiv-ebameeldiv	huvitav-igav	üldkuvand	vanus	sugu
mitmekesine looduskeskkond	1																						
erinevad maastikuvaated	0,55	1																					
rand	0,06	0,15	1																				
teed ja transpordiühendus	0,03	0,00	0,20	1																			
ööbimisvõimalused	0,15	0,12	0,30	0,37	1																		
ajaloolised vaatamisväärsused	0,20	0,17	-0,11	-0,05	0,07	1																	
muuseumid	0,31	0,21	-0,06	-0,01	0,06	0,62	1																
kultuuriüritused	0,18	0,20	0,11	0,14	0,18	0,21	0,43	1															
kohalik ajaloolis-kultuuriline taust	0,23	0,24	-0,01	0,06	0,00	0,32	0,41	0,46	1														
sportimisvõimalused	0,04	-0,05	0,21	0,16	0,08	0,02	0,02	0,11	0,19	1													
seiklustegevused	0,21	0,12	0,16	0,03	0,15	0,11	0,07	0,22	0,17	0,44	1												
vesilöbustus	0,03	0,05	0,37	0,11	0,24	0,01	-0,01	0,09	0,02	0,31	0,39	1											
ööelu	-0,16	-0,06	0,25	0,28	0,31	-0,05	-0,15	0,22	0,07	0,20	0,19	0,36	1										
ostlemine	-0,17	-0,13	0,30	0,31	0,22	-0,01	-0,01	0,24	0,01	0,23	0,09	0,31	0,51	1									
turvalisus	0,16	0,17	0,13	0,37	0,38	0,06	0,10	0,17	0,08	-0,01	0,06	0,05	0,18	0,25	1								
puhtus	0,19	0,17	0,18	0,29	0,28	0,07	0,04	0,09	0,06	0,06	0,08	0,07	0,18	0,19	0,64	1							
kohalike sõbralikkus ja külalislahkus	0,18	0,22	0,24	0,21	0,33	0,02	-0,02	0,09	0,11	0,13	0,07	0,14	0,20	0,19	0,40	0,52	1						
ligitõmbavad väikelinnad ja külad	0,24	0,30	0,12	0,06	0,13	0,21	0,17	0,14	0,20	0,08	0,19	0,19	0,21	0,00	0,10	0,19	0,25	1					
meeldiv-ebameeldiv	0,13	-0,02	0,13	0,13	0,09	0,03	0,03	0,11	0,12	0,08	0,11	0,08	0,15	0,11	0,16	0,15	0,17	0,26	1				
huvitav-igav	0,10	0,06	0,08	0,04	0,11	0,08	0,06	0,11	0,15	0,06	0,08	0,04	0,06	0,03	0,14	0,13	0,10	0,34	0,67	1			
üldkuvand	0,12	0,05	0,04	0,09	0,02	0,20	0,10	0,10	0,11	0,09	0,20	0,01	0,11	0,07	0,00	0,04	0,07	0,25	0,41	0,47	1		
vanus	0,10	0,08	0,01	0,03	-0,04	0,14	0,07	0,02	0,04	-0,05	0,11	0,13	0,06	-0,06	-0,03	0,04	-0,03	0,12	0,06	0,07	-0,01	1	
sugu	-0,02	0,00	-0,23	-0,04	-0,06	0,03	-0,04	-0,24	-0,11	0,01	-0,08	-0,16	-0,05	-0,21	-0,18	-0,21	-0,10	0,07	-0,02	-0,03	0,05	-0,06	1

Lisa 5 järg

Korrelatsioon Lõuna-Eesti kuvandikomponentide ning gümnaasiuminoorte vanuse ja soo vahel

	mitmekesine	erinevad	rand	teed ja	ööbimis-	ajaloolised	muuseumid	kultuuri-	kohalik	sportimis-	seiklus-	vesi-	ööelu	ostlemine	turvalisus	puhtus	kohalike	ligitõmbavad	meeldiv-	huvitav-	üldkuvand	vanus	sugu
	loodus-	maastiku-		transpordi-	võimalused	vaatamis-		üritused	ajaloolis-	võimalused	tegevused	lõbustus					sõbralikkus ja	väikelinnad ja	ebameeldiv	igav			
	keskkond	vaated		ühendus		väärsused			kult. taust								külastajate	külad					
mitmekesine looduskeskkond	1																						
erinevad maastikuvaated	0,76	1																					
rand	0,09	0,06	1																				
teed ja transpordiühendus	0,09	0,06	0,35	1																			
ööbimisvõimalused	0,30	0,28	0,27	0,51	1																		
ajaloolised vaatamisväärsused	0,31	0,29	0,04	0,11	0,12	1																	
muuseumid	0,26	0,25	0,13	0,16	0,12	0,72	1																
kultuuriüritused	0,27	0,28	0,09	0,22	0,19	0,45	0,59	1															
kohalik ajaloolis-kultuuriline taust	0,42	0,36	0,01	0,10	0,16	0,61	0,60	0,62	1														
sportimisvõimalused	0,07	0,02	0,16	0,33	0,18	0,09	0,09	0,12	0,10	1													
seiklustegevused	0,21	0,16	0,19	0,19	0,19	0,19	0,20	0,22	0,23	0,54	1												
vesilõbustus	0,01	0,05	0,44	0,21	0,12	0,10	0,17	0,17	0,05	0,36	0,49	1											
ööelu	0,01	-0,01	0,37	0,31	0,39	0,00	0,01	0,18	0,04	0,32	0,27	0,34	1										
ostlemine	-0,07	-0,03	0,51	0,33	0,32	0,03	0,10	0,14	-0,04	0,27	0,23	0,36	0,57	1									
turvalisus	0,22	0,19	0,23	0,45	0,44	0,15	0,20	0,27	0,16	0,10	0,16	0,12	0,25	0,33	1								
puhtus	0,25	0,23	0,23	0,45	0,41	0,12	0,15	0,24	0,16	0,17	0,23	0,16	0,25	0,27	0,73	1							
kohalike sõbralikkus ja külastajate	0,26	0,25	0,17	0,27	0,44	0,16	0,15	0,27	0,28	0,13	0,27	0,08	0,23	0,16	0,46	0,56	1						
ligitõmbavad väikelinnad ja külad	0,34	0,33	0,09	0,02	0,05	0,44	0,37	0,33	0,46	0,12	0,27	0,11	0,11	0,03	0,13	0,17	0,27	1					
meeldiv-ebameeldiv	0,15	0,10	0,00	0,00	0,09	0,08	0,04	0,10	0,14	0,13	0,22	0,06	0,06	0,07	0,15	0,18	0,26	0,17	1				
huvitav-igav	0,19	0,16	0,06	0,07	0,25	0,07	0,01	0,15	0,17	0,13	0,19	0,14	0,11	0,01	0,19	0,16	0,31	0,12	0,78	1			
üldkuvand	0,24	0,19	0,00	0,03	0,07	0,09	0,11	0,17	0,21	0,12	0,20	0,09	0,06	-0,03	0,10	0,08	0,20	0,14	0,43	0,40	1		
vanus	0,14	0,10	0,01	0,10	0,12	0,10	0,05	0,02	0,03	0,04	0,07	0,07	0,00	-0,03	0,07	0,09	0,05	0,08	-0,05	0,06	-0,02	1	
sugu	0,03	0,05	-0,23	-0,08	-0,13	-0,01	-0,01	-0,25	-0,09	0,00	-0,08	-0,18	-0,07	-0,16	-0,18	-0,17	-0,16	0,00	-0,05	-0,01	-0,04	-0,06	1

Lisa 5 järg

Korrelatsioon Lääne-Eesti kuvandikomponentide ning gümnaasiuminoorte vanuse ja soo vahel

	mitmekesine looduskeskkond	erinevad maastikuvaated	rand	teed ja transpordiühendus	ööbimisvõimalused	ajaloolised vaatamisväärsused	muuseumid	kultuuriüritused	kohalik ajaloolis-kult. taust	sportimisvõimalused	seiklus-tegevused	vesilõbustus	ööelu	ostlemine	turvalisus	puhtus	kohalike sotsiaalsus ja külalislakus	ligitõmbavad väikelinnad ja külad	meeldiv-ebameeldiv	huvitav-igav	üldkuvand	vanus	sugu
mitmekesine looduskeskkond	1																						
erinevad maastikuvaated	0,70	1																					
rand	0,21	0,20	1																				
teed ja transpordiühendus	0,13	0,06	0,32	1																			
ööbimisvõimalused	0,22	0,26	0,35	0,52	1																		
ajaloolised vaatamisväärsused	0,26	0,25	0,06	0,16	0,21	1																	
muuseumid	0,24	0,26	0,01	0,14	0,25	0,72	1																
kultuuriüritused	0,18	0,15	0,15	0,18	0,24	0,43	0,51	1															
kohalik ajaloolis-kultuuriline taust	0,33	0,29	0,09	0,06	0,13	0,56	0,53	0,51	1														
sportimisvõimalused	0,15	0,10	0,33	0,23	0,18	0,18	0,13	0,12	0,18	1													
seiklus-tegevused	0,20	0,17	0,42	0,30	0,34	0,16	0,14	0,23	0,13	0,57	1												
vesilõbustus	0,08	0,09	0,46	0,22	0,31	0,08	0,08	0,17	0,10	0,35	0,56	1											
ööelu	0,00	0,02	0,42	0,31	0,35	0,03	0,08	0,27	0,12	0,31	0,39	0,44	1										
ostlemine	-0,03	-0,02	0,26	0,36	0,30	0,07	0,04	0,12	0,07	0,24	0,31	0,34	0,55	1									
turvalisus	0,25	0,21	0,35	0,51	0,57	0,20	0,19	0,21	0,18	0,13	0,26	0,19	0,29	0,36	1								
puhtus	0,24	0,15	0,34	0,40	0,43	0,21	0,17	0,17	0,15	0,21	0,25	0,19	0,32	0,34	0,66	1							
kohalike sotsiaalsus ja külalislakus	0,26	0,23	0,26	0,24	0,35	0,20	0,14	0,22	0,25	0,07	0,23	0,15	0,23	0,20	0,48	0,59	1						
ligitõmbavad väikelinnad ja külad	0,36	0,33	0,17	0,09	0,08	0,36	0,34	0,30	0,40	0,18	0,27	0,17	0,13	0,04	0,14	0,20	0,34	1					
meeldiv-ebameeldiv	0,06	0,03	0,22	0,10	0,08	0,15	0,07	0,09	0,20	0,21	0,26	0,13	0,20	0,06	0,07	0,13	0,20	0,25	1				
huvitav-igav	0,20	0,10	0,23	0,05	0,12	0,12	0,12	0,20	0,23	0,20	0,32	0,14	0,21	0,08	0,13	0,16	0,26	0,22	0,71	1			
üldkuvand	0,26	0,14	0,24	0,09	0,10	0,13	0,09	0,16	0,11	0,20	0,28	0,15	0,10	0,03	0,01	0,04	0,06	0,20	0,44	0,40	1		
vanus	0,16	0,10	-0,03	0,05	0,01	0,03	0,04	0,05	0,02	0,02	0,09	0,03	0,02	-0,03	0,03	0,00	0,00	0,09	0,05	0,09	0,11	1	
sugu	-0,01	0,00	-0,21	-0,13	-0,14	-0,05	-0,04	-0,20	-0,02	-0,03	-0,10	-0,11	-0,05	-0,16	-0,21	-0,19	-0,19	0,05	0,01	0,00	-0,08	-0,06	1

Lisa 6. Gümnaasiuminoorte reisimotivatsioon

Reisimotivatsioon „lõbu”

	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine	1	1		6	38	106		1%	1%	0%	4%	25%	70%	0%	152	100%
mees			2	10	40	64	1	0%	0%	2%	9%	34%	55%	1%	117	100%
Kokku	1	1	2	16	78	170	1	0%	0%	1%	6%	29%	63%	0%	269	100%

Reisimotivatsioon „meelelahutus”

	ei oska öelda	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	ei oska öelda	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine	1	2	8	37	104		1%	1%	5%	24%	68%	0%	152	100%
mees		5	13	37	61	1	0%	4%	11%	32%	52%	1%	117	100%
Kokku	1	7	21	74	165	1	0%	3%	8%	28%	61%	0%	269	100%

Reisimotivatsioon „vaimne ja füüsiline puhkus”

	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine	1	1	14	34	102		1%	1%	9%	22%	67%	0%	152	100%
mees	1	5	14	43	52	2	1%	4%	12%	37%	44%	2%	117	100%
Kokku	2	6	28	77	154	2	1%	2%	10%	29%	57%	1%	269	100%

Reisimotivatsioon „avastada uusi paiku”

	ei oska vastata	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel olluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine	2		2	11	41	96		1%	0%	1%	7%	27%	63%	0%	152	100%
mees	1	1	5	10	48	51	1	1%	1%	4%	9%	41%	44%	1%	117	100%
Kokku	3	1	7	21	89	147	1	1%	0%	3%	8%	33%	55%	0%	269	100%

Lisa 6 järg

Reisimotivatsioon „külastada tuttavaid paiku”

	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine		2	22	33	95		0%	1%	14%	22%	63%	0%	152	100%
mees	2	4	17	43	50	1	2%	3%	15%	37%	43%	1%	117	100%
Kokku	2	6	39	76	145	1	1%	2%	14%	28%	54%	0%	269	100%

Reisimotivatsioon „tegeleda huvitavate asjadega”

	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine	1		1	13	57	80		1%	0%	1%	9%	38%	53%	0%	152	100%
mees		1	2	22	42	48	2	0%	1%	2%	19%	36%	41%	2%	117	100%
Kokku	1	1	3	35	99	128	2	0%	0%	1%	13%	37%	48%	1%	269	100%

Reisimotivatsioon „külastada sõpru/tuttavaid”

	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine	1		5	26	45	74	1	1%	0%	3%	17%	30%	49%	1%	152	100%
mees		2	7	28	39	40	1	0%	2%	6%	24%	33%	34%	1%	117	100%
Kokku	1	2	12	54	84	114	2	0%	1%	4%	20%	31%	42%	1%	269	100%

Reisimotivatsioon „külastada sugulasi”

	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	ei oska öelda	eba- oluline	pigem eba- oluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vasta- mata	Kokku arv	Kokku %
naine	1	1	4	31	50	65		1%	1%	3%	20%	33%	43%	0%	152	100%
mees		3	9	31	41	32	1	0%	3%	8%	26%	35%	27%	1%	117	100%
Kokku	1	4	13	62	91	97	1	0%	1%	5%	23%	34%	36%	0%	269	100%

Lisa 6 järg

Reisimotivatsioon „õppida uusi asju”

	ei oska õelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vastamata	ei oska õelda	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %
naine	1		5	40	50	56		1%	0%	3%	26%	33%	37%	0%	152	100%
mees		1	11	35	38	31	1	0%	1%	9%	30%	32%	26%	1%	117	100%
Kokku	1	1	16	75	88	87	1	0%	0%	6%	28%	33%	32%	0%	269	100%

Reisimotivatsioon „näha võimalikult palju”

	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vastamata	ebaoluline	pigem ebaoluline	vahel oluline/ ebaoluline	pigem oluline	oluline	vastamata	Kokku arv	Kokku %
naine	1	18	46	52	35		1%	12%	30%	34%	23%	0%	152	100%
mees	4	16	43	33	19	2	3%	14%	37%	28%	16%	2%	117	100%
Kokku	5	34	89	85	54	2	2%	13%	33%	32%	20%	1%	269	100%

Lisa 7. Seosed emotsionaalse kuvandi ja reisimotivatsiooni vahel

Korrelatsioon Põhja-Eesti emotsionaalse kuvandi ning gümnaasiuminoorte reisimotivatsiooni vahel

	puhata vaimselt ja füüsiliselt	põgeneda argirutiinist	olla niisama	teha huvitavaid asju	sport	osaleda seiklus- tegevustes ja mängudes	löbu	meele- lahutus	õppida uusi asju	avastada uusi paiku	näha võimalikult palju	külastada tuttavaid paiku	külastada sõpru/ tuttavaid	külastada sugulasi	tutvuda uute inimestega	külastada kohti kus sõbrad on käinud	külastada kohti kus sõbrad ei ole käinud	meeldiv- ebameeldiv	huvitav- igav
puhata vaimselt ja füüsiliselt	1																		
põgeneda argirutiinist	0,45	1																	
olla niisama	0,08	0,13	1																
teha huvitavaid asju	0,19	0,24	0,34	1															
sport	0,10	0,07	0,13	0,33	1														
osaleda seiklustegevustes ja -mängudes	0,08	0,11	0,19	0,48	0,59	1													
löbu	0,21	0,19	0,26	0,35	0,18	0,32	1												
meelelahutus	0,14	0,24	0,24	0,34	0,13	0,25	0,75	1											
õppida uusi asju	0,15	0,18	0,07	0,29	0,24	0,44	0,31	0,35	1										
avastada uusi paiku	0,16	0,19	0,03	0,17	0,04	0,29	0,35	0,33	0,46	1									
näha võimalikult palju	0,15	0,17	0,04	0,25	0,10	0,21	0,23	0,28	0,40	0,54	1								
külastada tuttavaid paiku	0,06	0,09	0,15	0,28	0,23	0,32	0,12	0,17	0,42	0,35	0,48	1							
külastada sõpru/tuttavaid	0,15	0,06	0,07	0,24	0,16	0,21	0,22	0,27	0,24	0,30	0,35	0,51	1						
külastada sugulasi	0,21	0,14	0,10	0,26	0,16	0,22	0,15	0,14	0,31	0,20	0,36	0,51	0,74	1					
tutvuda uute inimestega	0,13	0,24	0,14	0,41	0,27	0,33	0,27	0,40	0,40	0,33	0,38	0,43	0,49	0,35	1				
külastada kohti kus sõbrad on käinud	0,04	0,15	0,09	0,24	0,28	0,33	0,16	0,29	0,40	0,28	0,31	0,41	0,37	0,43	0,39	1			
külastada kohti kus sõbrad ei ole käinud	0,02	0,19	0,04	0,21	0,20	0,32	0,21	0,29	0,39	0,37	0,42	0,40	0,31	0,31	0,37	0,74	1		
meeldiv-ebameeldiv	0,06	0,12	0,04	0,15	0,08	0,12	0,09	0,06	0,14	0,09	0,09	-0,01	0,01	0,08	0,02	0,09	0,13	1	
huvitav-igav	0,09	0,07	0,09	0,10	0,09	0,14	-0,01	0,04	0,11	0,21	0,10	0,06	0,09	0,17	0,04	0,21	0,16	0,67	1

Lisa 7 järg

Korrelatsioon Lõuna-Eesti emotsionaalse kuvandi ning gümnaasiuminoorte reisimotivatsiooni vahel

	puhata	põgeneda	olla	teha	sport	osaleda seiklus-	löbu	meele-	õppida	avastada	näha	külastada	külastada	külastada	tutvuda	külastada kohti	külastada kohti	meeldiv-	huvitav-	
	vaimselt ja	argirutiinist	niisama	huvitavaid		tegevustes ja		lahutus	uusi	uusi	võimalikult	tuttavaid	sõpru/	sugulasi	uute	kus sõbrad on	kus sõbrad	ebameeldiv	igav	
	füüsiliselt			asju		mängudes			asju	paiku	palju	paiku	tuttavaid		inimestega	käinud	ei ole käinud			
puhata vaimselt ja füüsiliselt	1																			
põgeneda argirutiinist	0,45	1																		
olla niisama	0,08	0,13	1																	
teha huvitavaid asju	0,19	0,24	0,34	1																
sport	0,10	0,07	0,13	0,33	1															
osaleda seiklustegevustes- ja mängudes	0,08	0,11	0,19	0,48	0,59	1														
löbu	0,21	0,19	0,26	0,35	0,18	0,32	1													
meelelahutus	0,14	0,24	0,24	0,34	0,13	0,25	0,75	1												
õppida uusi asju	0,15	0,18	0,07	0,29	0,24	0,44	0,31	0,35	1											
avastada uusi paiku	0,16	0,19	0,03	0,17	0,04	0,29	0,35	0,33	0,46	1										
näha võimalikult palju	0,15	0,17	0,04	0,25	0,10	0,21	0,23	0,28	0,40	0,54	1									
külastada tuttavaid paiku	0,06	0,09	0,15	0,28	0,23	0,32	0,12	0,17	0,42	0,35	0,48	1								
külastada sõpru/tuttavaid	0,15	0,06	0,07	0,24	0,16	0,21	0,22	0,27	0,24	0,30	0,35	0,51	1							
külastada sugulasi	0,21	0,14	0,10	0,26	0,16	0,22	0,15	0,14	0,31	0,20	0,36	0,51	0,74	1						
tutvuda uute inimestega	0,13	0,24	0,14	0,41	0,27	0,33	0,27	0,40	0,40	0,33	0,38	0,43	0,49	0,35	1					
külastada kohti kus sõbrad on käinud	0,04	0,15	0,09	0,24	0,28	0,33	0,16	0,29	0,40	0,28	0,31	0,41	0,37	0,43	0,39	1				
külastada kohti kus sõbrad ei ole käinud	0,02	0,19	0,04	0,21	0,20	0,32	0,21	0,29	0,39	0,37	0,42	0,40	0,31	0,31	0,37	0,74	1			
meeldiv-ebameeldiv	0,13	0,12	0,02	0,18	0,14	0,18	0,19	0,13	0,09	0,19	0,12	0,07	0,06	0,02	0,11	0,05	0,07	1		
huvitav-igav	0,08	0,03	0,08	0,15	0,09	0,15	0,09	0,05	0,10	0,18	0,06	0,03	0,09	0,05	0,13	0,07	0,08	0,78	1	

Lisa 7 järg

Korrelatsioon Lääne-Eesti emotsionaalse kuvandi ning gümnaasiuminoorte reisimotivatsiooni vahel

	puhata	põgeneda	olla	teha	sport	osaleda seiklus-	löbu	meele-	õppida	avastada	näha	külastada	külastada	külastada	tutvuda	külastada kohti	külastada kohti	meeldiv-	huvitav-	
	vaimselt ja	argirutiinist	niisama	huvitavaid		tegevustes ja		lahutus	uusi	uusi	võimalikult	tuttavaid	sõpru/	sugulasi	uute	kus sõbrad on	kus sõbrad	ebameeldiv	igav	
	füüsiliselt			asju		mängudes			asju	paiku	palju	paiku	tuttavaid		inimestega	käinud	ei ole käinud			
puhata vaimselt ja füüsiliselt	1																			
põgeneda argirutiinist	0,45	1																		
olla niisama	0,08	0,13	1																	
teha huvitavaid asju	0,19	0,24	0,34	1																
sport	0,10	0,07	0,13	0,33	1															
osaleda seiklustegevustes- ja mängudes	0,08	0,11	0,19	0,48	0,59	1														
löbu	0,21	0,19	0,26	0,35	0,18	0,32	1													
meelelahutus	0,14	0,24	0,24	0,34	0,13	0,25	0,75	1												
õppida uusi asju	0,15	0,18	0,07	0,29	0,24	0,44	0,31	0,35	1											
avastada uusi paiku	0,16	0,19	0,03	0,17	0,04	0,29	0,35	0,33	0,46	1										
näha võimalikult palju	0,15	0,17	0,04	0,25	0,10	0,21	0,23	0,28	0,40	0,54	1									
külastada tuttavaid paiku	0,06	0,09	0,15	0,28	0,23	0,32	0,12	0,17	0,42	0,35	0,48	1								
külastada sõpru/tuttavaid	0,15	0,06	0,07	0,24	0,16	0,21	0,22	0,27	0,24	0,30	0,35	0,51	1							
külastada sugulasi	0,21	0,14	0,10	0,26	0,16	0,22	0,15	0,14	0,31	0,20	0,36	0,51	0,74	1						
tutvuda uute inimestega	0,13	0,24	0,14	0,41	0,27	0,33	0,27	0,40	0,40	0,33	0,38	0,43	0,49	0,35	1					
külastada kohti kus sõbrad on käinud	0,04	0,15	0,09	0,24	0,28	0,33	0,16	0,29	0,40	0,28	0,31	0,41	0,37	0,43	0,39	1				
külastada kohti kus sõbrad ei ole käinud	0,02	0,19	0,04	0,21	0,20	0,32	0,21	0,29	0,39	0,37	0,42	0,40	0,31	0,31	0,37	0,74	1			
meeldiv-ebameeldiv	0,02	0,04	0,00	0,05	0,19	0,07	0,07	0,04	0,07	0,06	0,08	-0,03	0,16	0,17	0,05	0,14	0,03	1		
huvitav-igav	0,13	0,09	0,04	0,15	0,21	0,26	0,09	0,05	0,16	0,23	0,13	0,04	0,15	0,18	0,07	0,15	0,13	0,71	1	

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputööüldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina Laura Mägi, sünnikuupäev: 21.10.1981

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose Eesti turismipiirkondade kuvand gümnaasiuminoorte seas

mille juhendaja on MSc Heli Müristaja,

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.

Tartus, 17.05.2013