

TARTU ÜLIKOOLI

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Kristeli Kahro

**TURISMITEENUSTE ARENDAMINE
MAAPIIRKONNAS PRANGLI SAARE NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Lektor Erika Jeret

Pärnu 2013

Soovitan suunata kaitsmisele

(juhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud "...."..... 2013. a.

TÜ Pärnu kolledži turismiosakonna juhataja

Heli Müristaja

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

.....
(töö autori allkiri)

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Turismiteenuste arendamine maaturismi ettevõttes	6
1.1. Turismimajanduse olemus ja selle olulisus	6
1.2. Maapiirkonnas pakutavate turismiteenuste olemus	9
1.3. Koostöövõimalused ja viisid maapiirkonnas asuvate ettevõtjate vahel ning ettevõtjate ja omavalitsuse vahel	15
2. Prangli saarel pakutavate turismiteenuste hetkeolukord	21
2.1. Ülevaade pakutavatest turismiteenustest	21
2.2. Ülevaade koostööst ja koostöövõimalustest Prangli saarel	24
3. Teenuste arendamise ja koostöövõimaluste väljaselgitamine läbiviidud uuringute põhjal	35
3.1. Uuringu eesmärk ja meetodika	35
3.2. Ankeetküsitluse uuringu tulemused	37
3.3. Uuringul põhinevad järeldused, ettepanekud ja rakenduskava	49
Kokkuvõte	55
Viidatud allikad	57
Lisad	61
Lisa 1. Harjumaa ja Viimsi valla paiknemine Eesti kaardil	61
Lisa 2. Teenusepakkujate asukohad Prangli saarel	62
Lisa 3. Prangli Mardi Puhketalu	63
Lisa 4. Praaga talu puhkemaja	63
Lisa 5. Prangli Lõunaranna puhkekeskus	64
Lisa 6. Ülesaare kämping	64
Lisa 7. Prangli Reisid OÜ pakettreisi üks osa – autoekskursioon	65
Lisa 8. Prangli talurahvamuuseum	65

Lisa 9. Prangli puukoda.....	66
Lisa 10. Ankeetküsitlus.....	66
Lisa 11. Intervjuu majutusteenuse pakujatega	71
Lisa 12. Turismialaste ettepanekute rakenduskava.....	73
Summary	76

SISSEJUHATUS

Üha enam peavad turismiettevõtted tegelema tootearendusega ning vaid ühe teenuse pakkumisest sihtkohas ei piisa. Ettevõtjad peavad leidma uusi lahendusi, arendama uusi turismitooteid, -teenuseid ja -pakette. Eesti turismiettevõtetel oleks uute toodete ja teenuste väljatöötamisel vajalik senisest rohkem arvestada erinevate külastajarühmade ootuste ja vajadustega, samas ka sihtkoha eripäradega ning looduslike ressursidega. Eristumaks teistest sihtkohtadest, on vajalik leida uuenduslikke viise turismitoodete ja –teenuste arendamisel, kvaliteedi ja klienditeeninduse parendamisel ning kõrgema lisandväärtuse saavutamisel. Senisest enam peaksid toeks olema turismivaldkonna uuringud ning nende tulemustele tuginevad arendustegevused (Eelnõu 2012: 4).

Käesolev lõputöö on koostatud teemal „Turismiteenuste arendamine maapiirkonnas Prangli saare näitel“. Uurimisteema sai valitud seetõttu, et Viimsi vallas ja Prangli saarel puudub praegu turismiarenduskava, mida hakati eelmise aasta sügisel koostama ning valmima peaks see 2013. aasta suve lõpuks. Käesoleva lõputööga kogutud ja analüüsitud andmed lähevad ühe osana Viimsi valla turismiarenduskava lisasse ning antud töö on turismiteenuste arendamisel abiks ka teistele väikesaartele. Koostöös Viimsi vallavalitsusega selgus, et sihtkoha edukama arengu nimel oleks esmavajalik uurida pakutavaid turismiteenuseid. Kuna sihtkoha kvaliteet on kujundatav sealsete majutusasutuste õige õhkkonna ja teenindusega, süstemaatilise ja taskukohase transpordi või infrastruktuuriga ning lisateenuste pakkumise võimalustega (Nihalani 2012: 3), siis Prangli saarel sihtkohana on suurimaks eesmärgiks turismiteenuste arendamine. Erasektor on leidnud lisateenimise võimaluse majutusasutuste loomise näol, mistõttu tekib neid Prangli saarele üha juurde. Vallavalitsus on vastutav regulaarse laevaliikluse eest Prangli saarele, mis on tänu vallavalitsuse toetusele soodsa hinnaga ning infrastruktuuri parandused lõppesid saarel 2012. aasta sügisel. Prangli saare kui sihtkoha arendamiseks on vajalik teostada ka uuring turismiteenuste pakkumise kohta, mida varem ei ole tehtud.

Töö eesmärgiks on uuringu tulemustele tuginedes teha ettepanekuid Prangli saare turismiteenuste arendamiseks. Eesmärgi saavutamiseks on vajalik mitmete ülesannete täitmine. Esmalt anda teoreetiline ülevaade maaturismiteenuste arendamise eripäradest ning koostöö olulisusest maapiirkonnas. Toetudes teoreetilistele lähtekohtadele viia läbi kaks uuringut, millest põhiuuring viiakse läbi *Tourest 2013* raames siseturistidele mõeldud ankeetküsitlustega, selgitamaks välja inimeste teadlikkus Prangli saare olemasolust, Prangli saare olemasolust teadlike, kuid saarel mitte käinud inimeste põhjused, miks nad ei ole saart veel külastanud ning külastanud klientide rahulolu pakutavate teenustega. Toetavaks uuringuks on intervjuu kõikide Prangli saare turismiteenuse pakkujatega, mille alusel kaardistatakse hetkeolukord ja selgitatakse välja koostöövõimalused. Mõlema uuringu tulemuste alusel hinnatakse Prangli saare ettevõtjate vahelise koostöö võimalikkust ning ettevõtjate koostöö võimalikkust omavalitsusega. Seejärel esitatakse uuringust tulenevad järeldused ja ettepanekud turismiteenuste edasiseks arendamiseks.

Töö koosneb kolmest osast. Esimene osa annab teoreetilise ülevaate turismiteenustest, vaba aja veetmise võimalustest maapiirkonnas ning koostöö olulisusest turismiteenuste arendamisel maaturismi ettevõtetes. Teine peatükk koosneb Prangli saare ja sealsete olemasolevate turismiteenuste tutvustusest ning kolmas peatükk annab ülevaate läbi viidud uuringutest, tehakse järeldused ja esitatakse ettepanekuid. Töö lisades on ära toodud illustreeriv materjal ning küsitluste vormid. Töö koostamisel on kasutatud eesti- ja võõrkeelseid raamatuid, artikleid ja internetiallikaid.

1. TURISMITEENUSTE ARENDAMINE MAATURISMI ETTEVÖTTES

1.1. Turismimajanduse olemus ja selle olulisus

Maailma Turismiorganisatsiooni (*World Tourism Organisation*, lühend *WTO*) käsitluse kohaselt on turism sotsiaalne, kultuuriline ja majanduslik nähtus, mis kaasneb inimeste liikumisega ühest riigist või sihtkohast teise väljaspool nende inimeste igapäevast keskkonda puhkuse, äri või muudel eesmärkidel (Understanding Tourism: Basic 2008). Statistiliselt kategoriseeritakse turiste ka külastuseesmärgi järgi: puhkuse ja vaba aja veetmise eesmärk – sisaldab puhkust, spordi- ja kultuuriturismi, sõprade ja sugulaste külastust; teised turismi eesmärgid – hõlmab õppereise ja terviseturismi; äriline ja professionaalne eesmärk – hõlmab endas kohtumisi, konverentse, lähetusi ning äriturismi (Warn 2001: 5). Kõik inimesed vajavad puhkust ja stressirohkest keskkonnast eemale pääsemist. Nii nagu inimeste soovid on väga erinevad, on seda ka tänapäeval võimalused puhkamiseks ja puhkuse veetmiseks. Mõni puhkaja naudib looduslähedust ja vaikust, teine tegevusterohket linna- või kultuuripuhkust ning kolmas otsib eksootikat ja adrenaliini maakera kaugematest piirkondadest. Puhkust veedetakse nii lumistel mägedel aktiivselt sportides, kui ka kuumal rannaliival päikesepaistet nautides.

Lebe ja Milfelner (2006: 1137) on kaasaegset turismisihtkohta kirjeldanud kui atraktiivset sihtkohta koos hästitoimiva avaliku ja erasektori koostööga, mis põhineb jätkusuutliku ja vastutustundliku turismi arendamises, mis lisaks tagab ka uute töökohtade ja püsivate sissetulekute tekkimise piirkonda. Maaturismi mõiste on väga lai (*Rural tourism; Countryside tourism*) ning seda on kirjeldatud väga erinevalt. EL statistiliste andmete saamiseks ja eristamiseks on maaturismi defineeritud ka kui „inimese reisisitegevusi ja peatumist maapiirkonnas, ilma massiturismita, väljaspool nende inimeste igapäevast elukeskkonda vähem kui ühe aasta jooksul meeletahutuslikul, ärilisel või muul otstarbel“ (Lebe, Milfelner 2006: 1141). Kõige lihtsamalt on maaturismi sõnastanud ameeriklased, võttes ökoturismi (peetakse

maaturismi üheks vormiks) propageerival kodulehel maaturismi lühidalt kokku kui „ühendavat lüli inimese ja looduse vahel, edendades kohaliku kogukonna kultuuri ja takistades sealse kultuuri väljasuremist“ (Rural Tourism 2012). Kuigi on väga erinevaid võimalusi maaturismi määratlemiseks, on siiski laialt levinud arusaam, et maaturism on igasugune turism, mis toimub maapiirkonnas (Gelbman, Sofer 2011: 5).

Kokkuvõtlikult võib maaturismi määratleda järgmiselt (Abiks RAK meetme 3.3 taotlejale 2005: 8):

- Toimub maapiirkonnas
- On funktsionaalselt maapiirkonnale omane – väikeettevõtlus, loodus, vahetu kontakt ümbritseva keskkonnaga, kultuuripärandi kaasamine, traditsioonilised tegevused ja inimkooslused;
- On mastaabilt maapiirkonda sobiv – väikesemahuline nii kasutatavate ehitiste ja objektide kui teenindavate ja teenindatavate arvu poolest;
- On iseloomult traditsiooniline – kasvab mõõdukalt ja orgaaniliselt ning on seotud kohalike elanike igapäevase eluga;
- Kasutab oma piirkonnale omast kooslust – keskkonda, majandustegevust ja pärandit.

Turism aitab otseselt kaasa regionaalsele arengule ja piirkondade arenguerinevuste vähendamisele, olles üheks olulisemaks majandustegevuseks maapiirkondades (Turismarengukava koostamise ettepanek 2012: 1). Eesti maainimesed leiavad üha enam endas soovi ja tahet oma majandustegevuse mitmekesistamiseks. Maaturismialane tegevus pakub uusi ja põnevaid arengusuundi, võimalust suurendada oma sissetulekut ja luua pereliikmetele töökohad. Teiste Euroopa riikide kogemused näitavad, et maaturismil on head tulevikuväljavaated. Järjest rohkem inimesi eelistab puhkust ja vaba aega maal veeta, mis annab suurepärase võimaluse maaturismil ja sellega tegelevatel ettevõtjatel areneda. Sellised võimalused aitavad kaasa maamajanduse kasvule, arengule ja elu jätkusuutlikkusele maal. Aastal 2005 oli juba hulk näiteid maal edukalt tegutsevatest turismitaludest, mis on leidnud endale lisateenistuse või täielikult spetsialiseerunud maaturismi teenuste pakkumisele (Abiks RAK meetme 3.3 taotlejale 2005: 2). Maaturismi majutusteenuse pakkujaid on MTÜ Eesti Maaturism koduleheküljel praegu kokku juba 242, nendest 64 on puhkeküla nime all, 36

kodumajutuse, 66 puhkemaja, 15 hosteli, 48 külalistemaja, 3 motelli, 22 hotelli ning üks külaliskorteri nime all (Majutused 2013). Eesti Maaturismi koduleheküljelt kajastab vaid liikmelisusega nõustunud ettevõtjaid.

2012.a. esimesel kaheksal kuul ööbis Eesti majutusettevõtetes 673 274 siseturisti. Nende arv kasvas 25 503 võrra ehk 4% võrreldes 2011.a. sama perioodiga. Nende poolt veedetud ööde arv oli 1,22 miljonit (kasv samuti 4%). Pärast majanduskriisist tingitud nõudluse vähenemist on siseturistide ööbimiste arv majutusettevõtetes alates 2009. aastast järk-järgult kasvanud (Eesti ja Euroopa turism 2012: 3).

2012.a. esimesel kaheksal kuul kasvasid siseturistide ööbimised puhkusereisidel 3%, tööreisidel 6% ja muudel reisidel 2%. Absoluutarvudes kasvasid kõige rohkem siseturistide ööbimised Harjumaal (+32%), mis on paljuski seotud voodikohtade arvu tunduva kasvuga alates 2011.a. suvest. Tallinnas, kus 2011. aastal kasvasid siseturistide ööbimised absoluutarvudes kõige rohkem, on need 2012.a. veidi vähenenud (-4%). Kasv on jätkunud aga näiteks Pärnus, Tartus, Lääne-Virumaal ja Läänemaal, mis ka 2011.a. samal perioodil suuremat kasvu näitasid (*ibid*).

Eurooplaste välisreisid ja kulutused välisreisidele 2012.a. kasvasid 2%, kuid tulenevalt reiside keskmise kestuse mõningasest lühenemisest jäi ööbimiste koguarv samaks. Kulutused reisi kohta jäid samuti 2011.a. tasemele. Reiside keskmise kestuse mõningane lühenemine on pikeemaajaline trend ja tuleneb 1-3 ööbimisega reiside osatähtsuse kasvust (Turismiarenduskeskuse ja partnerite... 2012).

Turism täidab jätkuvalt olulist rolli Eesti üldises majandusarengus, kuna turismiturul toimuv on tihedalt seotud teiste majandussektoritega. Statistikaameti suhteliselt värsketel andmetel annab turism koos kaudsete mõjudega 6,1% Eesti sisemajanduse koguproduktist, umbes samas proportsioonis võib hinnata ka turismi olulisust Eesti tööhõivele (Turismarengukava koostamise ettepanek 2012: 1). Turismiarenduskeskuse ja partnerite tegevuskavade infopäeval selgitati riikliku turismiarendukava 2014 – 2020 eesmärke, milleks on 5,5 miljonit välituristide ööbimist ja 2,1 miljonit siseturistide ööbimist. Turismiteenuste ekspordi eesmärgiks on 1,7 miljardit eurot (Turismiarenduskeskuse ja partnerite... 2012).

Maaelanike elatustase on palju madalam, kui seda on linnaelanikel, mistõttu turismi arendamine maapiirkonnas on eriti oluline. Vähene sissetulek peredel, kes elavad maal, põhjustab sotsiaalseid ja poliitilisi konflikte, vähendab noorte hariduse rahastamisvõimalusi ning põhjustab eraldatust ühiskonnast. Kõige olulisem on tõsta maapiirkonnas elavate inimeste elatustaset uute töökohtade loomise näol. Üks ja kõige mõjuvam tegevussuund elatustaseme tõstmiseks on turismi arendamine sellistes piirkondades. Turismi arendamine aitab kaasa keskkonna säästvate arengule ning maaelu ja sealse kultuuripärandi säilimisele. Maal turismi arendamist vaadatakse üha enam kui päästerõngast, mis suurendab majanduslikku elujõulisust äärealadel, stimuleerib sotsiaalset taaselustamist ja parandab elutingimusi maapiirkondades (Napierala, Maik, Zukow 2011: 16).

1.2. Maapiirkonnas pakutavate turismiteenuste olemus

Ettevõtluse Arenduse Sihtasutuse turundusplaani koostamise juhendis käsitletakse turismitoote, -paketi, ja -teenuse mõisteid järgnevalt (Turundusplaani koostamise juhendmaterjal 2005: 3-4):

- Turismitoode on kas turismipakettide või teenuste kogum koos teenuse pakkumise viisiga, seda iseloomustab ühtne või ühine tunnusjoon või -märk. Tervikliku külastuselamusena põhineb turismitoode teenuste kogumi füüsilistel teguritel ja/või kogemuslikel elementidel.
- Turismipakett koosneb vähemalt kolmest turismiteenusel. Paketis pakutavad komponendid ei pea kuuluma pakkujale – turismiettevõtja võib nt kombineerida enda pakutavat majutusteenust turistidele konverentside, ekskursioonide ja giiditeenuse organiseerimisega, kui ostab nimetatud teenuse sisse teistelt turismi ettevõtetelt.
- Turismiteenus on üksik teenus, mis teeb võimalikuks ja toetab külastuselamuse kogemist. Teenus on näiteks transport, majutus ja toitlustus, massaaž, saunateenus jms.

Sõltumata sellest, kas tooted on eestipäraselt haruldased või mitte, peavad need vastama elujõulise toote kriteeriumitele. Elujõulised turismitooted koosnevad tavaliselt mitmetest omavahel seotud komponentidest – transport, teenused, atraktsioonid

(vaatamisväärsused), informatsioon ja turundus. Nende osade kombineerimisel moodustub kliendile huvi pakkuv toode (Käsiraamat loodusturismi ettevõtjale 2007: 21).

Peale toodete on oluline ka pakettimine. Eduka paketi koostamisel tuleks arvestada järgmiste aspektidega (Käsiraamat loodusturismi ettevõtjale 2007: 21):

- Sihtrühmadele temaatiliste marsruutide reklaamimine kogemustele toetudes.
- Koolitage giidid vastavateks võimalikult kõrgetele standarditele (keeloskus ja teadmised).
- Premeerige kohalikke spetsialiste, et nad teeniksid oma kogemuste jagamisest majanduslikku tulu.
- Struktureeritud ja vaba aeg marsruuti läbides.
- Looge emotsionaalne kiindumus sihtkohta (keskkonda ja elanikesse).
- Müüge unistusi, tooge kätte uusi kogemusi.

Reisipaketid koosnevad tavaliselt kolmest põhielemendist: transport, majutus ning tegevused.

Turismiteenus hõlmab järjepidevat klientide vajaduste ja ootuste rahuldamist. Mõistmaks teenuste kvaliteeti, tuleb erinevate teenuste omadusi analüüsida, sh. teenuste immateriaalsust, kaduvust, tootmise ning tarbimise lahutamatus ja säilitamatust. Teenuste immateriaalsus tähendab, et seda ei saa enne tarbimist näha, tunda ega mingit moodi testida. Teenuste kaduvus tähendab, et seda ei saa säilitada tuleviku jaoks, tootmise ning tarbimise lahutamatus tähendab, et turismiteenust toodetakse ja tarbitakse samaaegselt, mis tähendab, et tarbija on osa tootmissüsteemist. Säilitamatus tähendab, et seda ei saa ladustada ning turismiteenus on suures osas inimestevahelised suhted, kus töötajate sooritusel on tihedas seoses klientide rahuloluga (Ivanovic 2008: 208-209).

Turismiettevõtjate vältimatu eeltingimus on aru saada, mis äratav inimestes huvi või uudishimu. Ärilistel eesmärkidel tuleb inimestega ja nende huvidega tihti manipuleerida, et äratada nendes uudishimu turismiettevõtte vastu, mille tagajärjel turist ettevõtet külastaks (Ateljevic, Page 2009: 13). Samas tuleb alati meeles pidada, et klienti ei tohi petta, vastasel korral ei tule ta enam tagasi ning räägib oma negatiivsest kogemusest ka teistele.

Lisaks eelnevale on oluline teada, mida peavad lojaalsed kliendid kõige tähtsamaks, kas parimat hinna- ja kvaliteedisuhet, parimat hinnapakumist või kõrgtasemelist teenust infrastruktuuri näol (Tsiotsou, Goldsmith 2012: 152). Iga organisatsioon püüdleb selle poole, et nende kliendid oleksid rahul ja õnnelikud ja mitte ainult ei otsustaks ise tagasi tulla vaid oma positiivsest kogemusest rääkides, motiveeriks ka teisi sihtkohta või organisatsiooni külastama. Klientide rahulolu on otseselt seotud toodete ja teenuste pakkumisega konkreetse ettevõtte poolt nii, et see vastaks klientide ootustele. Tänapäeval tiheda konkurentsiga turul, kus erinevad teenused jagavad sama turusegmenti, on klientide rahulolu võtmesõnaks. Tarbija üldine hinnang teenuse kasulikkusele põhineb sellel, mida klient on saanud ja mida ta on pidanud selleks vastu andma. Enamus läbi viidud uuringuid hindavad rahalises vääringus makstavat hinda. Muud kulud nagu aeg, kognitiivne aktiivsus ja jõupingutused käitumises tuleks lisada, kui kaalutakse seda, millest klient peab loobuma, et midagi saada. Sheth, Newman ja Grossi mudel näitab, et neli olulisemat väärtuste kategooriat, mida kliendid hindavad, on funktsionaalne, emotsionaalne, sotsiaalne ja tunnetuslik väärtus. Kliendi lojaalsus on oluline eesmärk kliendisuhete turundamisel, sest see muutub järjepidevaks ning pühendunuks suhteks teenuseosutajatega. Kliendid, kellel on teenusepakkujaga positiivne ja tõhus kontakt ning kes usuvad teenusepakkuja heatahtlikkusse, soovivad oma kogemusi selle teenusepakkujaga suurendada ning eelistavad just seda teenusepakkujat teistele teenusepakkujatele (Dasgupta 2011: 41-47). Peale positiivse ja tõhusa kontakti on teenuste kvaliteet turisti rahulolu tagamiseks üks olulisematest teguritest. Mõju kvaliteedile tuleneb kolme teguri kooslusest, milleks on infrastruktuuri kvaliteet, majutuse kvaliteet ja asukoha kvaliteet. Sihtkoha kvaliteet on kujundatav sealsete majutusasutuste õige õhkkonna ja teenindusega, lisateenuste pakkumise võimaluste ning süstemaatilise ja taskukohase transpordi või infrastruktuuriga (Nihalani 2012: 3).

Vastavalt Grönroosile koosneb teenus tehnilisest ja funktsionaalsest komponendist, ehk protsessist ja tulemusest. Protsess viitab sellele, kuidas seda teenust osutatakse ja ka sellele, kuidas mõjuvad vastastikku klient ning teenusepakkuja. Tulemus seevastu sõltub sellest, mida on antud ja seega keskendub rohkem teenuse käegakatsutavale osale (Sautter, Leisen 1999: 317).

Kvaliteetse protsessi ja parima tulemuse saavutamiseks on oluline külastajale tervikliku külastuselamuse pakkumine. Turismitoode on terviklik külastuselamus, mis koosneb erinevatest toodetest ja teenustest, mida külastaja oma reisi ajal tarbib. Turismitoode tugineb füüsilistele, emotsionaalsetele ja elamuslikele elementidele ning viisile, kuidas neid külastajale pakutakse. Turismitoode põhineb puhtal keskkonnal, kohaliku kultuuri ja kogukonna positiivsel esitlemisel ning pakub külastajale midagi unikaalset – identiteet, mis erineb konkurentidest. Turismitoote kvaliteedi kujundab klienditeekonna terviklik kvaliteet (Turismiarenduskeskuse ja partnerite... 2012). Erinevalt teistest majandusharudest, kus toodete kasulikkus või väärtus on selgemalt määratletud ja seda kõike juba enne toote tarbimist, põhineb turismitoote väärtus rohkem turistide arusaamadel ja huvidel. Mitte kunagi ei teki olukorda, kus mõni turismitoode või –teenus võiks mõjuda sarnaselt kõikidele klientidele (Ateljevic, Page 2009: 13).

Turismisektor, mis hõlmab mitmeid teenusepakkujaid erasektorist, kuhu kuuluvad peale ühe kindla teenuse pakujate (nt toitlustus-, majutus-, ja transporditeenus) ka sellised pakujad, kes hoolitsevad reisija kogu puhkuse vajaduste eest (nt pakettreiside korraldajad). Turist tajub pakettreisi kui kogemust, mis on kättesaadava hinnaga. Pakettreis sisaldab sihtkoha olulisemaid elemente, kuhu alla kuuluvad sihtkoha viis olulisemat komponenti: sihtkoha vaatamisväärsused, erinevad rajatised ja teenused, ligipääsetavus, sihtkoha kuvand ning hind. Turismitoode on jagatud kaheks tasandiks: a) üldtasand, mis viitab turistide tervikelamusele b) spetsiifiline tasand, mis viitab ühe ettevõtte pakutavale konkreetsele tootele (Ateljevic, Page 2009: 12).

Pakettreisi määratletakse kui reisi, mis on planeeritud ning makstud enne reisile asumist, sisaldades ühtset hinda mitme teenuse eest. Üldjuhul kuulub pakettreisi sisse transport ja majutus, kuid tihti ka väiksemad väljasõidud sihtkohas ning toitlustus. Pakettreisi on määratletud ka kui vähemalt kahest või enam elemendist koosnevat reisi, kuhu võib kuuluda transport, majutus, toitlustus, sihtkoha vaatamisväärsused ning muud rajatised ja teenused. Pakettreisi korral ei tea tarbijad üldjuhul üksikute teenuste maksumust, sest nad on ostnud paketi selle kokku pannud reisibüroolt või –korraldajalt. Üha enam eelistatakse tervikelamust pakettreisi näol ning seda reisimise viisi armastavad eelkõige need inimesed, kes soovivad vabaneda vastutusest reisi õnnestumise ees, kellel ei ole aega või tahtmist oma reise ise planeerida. Pakettreisid on populaarsed, sest muudavad

reisimise inimestele lihtsamaks ja mugavamaks, samas aitavad suurendada reisimist sihtkohta madalhooajal, vähendades seega sesoonsust (Patterson 2006: 141).

Maapiirkonnad on välja töötanud üksikutest teenustest koosnevad kompleksed paketid, mida pakutakse erinevates maaturismi propageerivates internetikeskkondades (puhkaeestis.ee, maaturism.ee). Pakettide väljatöötamiseks ei ole alati vaja kaasata spetsialiste, tasub uurida erinevate ettevõtete internetilehekülgi. Eestimaa Looduse Fond on andnud häid ideid, kust alustada maapiirkonnas turismipaketi arendamist ja reklaamimist, sest üha olulisemaks muutub säästva turismi arendamine. Paketi koostamisel tuleb hinnata ettevõtte võimalusi olenevalt keskkonnatingimustest, asukohast ja ettevõtja enda soovidest, seejärel teha selgeks, mil moel ja kellele soovitakse seda pakkuda ja kuidas kavatsetakse oma ettevõtet reklaamida. Külaliste võõrustamine ei ole pelgalt tehniline tegevus, mille puhul täpsusest ja kalkulatsioonidest piisab heade tulemuste saavutamiseks. Reaalses elus mängivad olulist rolli innukus, inspiratsioon, tahe ja julgus riskida ning katsetada asju, mille peale teised ei ole veel tulnud. Teisisõnu, tuleb leida midagi isikupärast ja ainulaadset, mis suudab klienti üllatada ning rõõmu pakkuda (Soovitusi talu turismipaketi... 2013).

Kui pakkuda kliendile vastavalt tingimustele (nt ilmastik, maastik, loodus jne) erinevaid pakette, vähendab see ka hooajalisust, teisisõnu sesoonsust. Hooajalisus on ajaline tasakaalutus turismimajanduses. Seda näitavad erinevad tegurid, milleks võib olla külastajate arv, külastajate kulutused, liiklustihedus maanteel või mõne muu transpordiliigi kasutustihedus, tööhõive või vaatamisväärsuste külastustihedus. Mida enam on sihtkoht spetsialiseerunud, seda hooajalisem on selle külastatavus. Suurlinnad kogevad hooajalisust vähem, kuna pakuvad mitmekesisemaid võimalusi (Weidner 2006: 5), kui maapiirkonnad.

Hooajalisus turismi nõudluses on üks kõige järjekindlam ja enam peavalu tekitav poliitiline küsimus, seda eelkõige äärealadel, külma kliimaga tingimustes, kus tuleb panna märkimisväärset rõhku nii hooaja pikendamise peale kui ka uute turgude väljaarendamisele väljaspool kõrghooaega. Hooajaline nõudlus on probleemiks nii avalikus kui ka erasektoris. On vähe sihtkohti, kus nõudlus ei ole muutuv vastavalt selgelt määratletud hooaja mudelile. Hooajalisus on asjaolu, mis mõjutab pakkujapoolset käitumist turismimajanduses, sealhulgas turunduses (pakettimine,

turustamine, hinnakujundus); tööturul (töötajate värbamine, vastavate oskuste olemasolu, tööhõive jätkusuutlikkus); ettevõtluse rahastamisel (rahavoog, hinnakujundus, investeeringud); sidusrühmade juhtimine (tarnijad, vahendajad) ning teisel toimingutel (Baum, Lundtorp 2001: 1). Hooajalisuse vastu aitab eelkõige pakettimine, kuid ka ilmastikule vastavate toodete arendamine. Leidub mitmeid näiteid sellest, kuidas on koostatud spetsiaalselt talviseid tingimusi arvestades erinevaid pakette või suusa- ja tõukekelgumatku (tõukekelgumatk „Viimse Reliikvia radadel“; „Tõukekelguretk maalilises Taevaskojas“ (Aktiivne puhkus 2013)).

Loodus-, öko- ja rekreatsiooniturismi peetakse tavapäraselt maaturismi üheks osaks. Loodusturism meelitab loodushuvilisi mitmel erineval põhjusel. Loodusturism ja maaturism hõlmavad väga mitmekesiseid tegevusi, sealhulgas matkamist, linnuvaatlust, telkimist, merelisi tegevusi, kalapüüki, looma- või linnujahti, loodusfotograafiat, parkide, niitude ja randade külastust ja veel palju muud. Vaatamata soodsatele looduslikele tingimustele ei ole selline turismi liik paljudes riikides veel piisavalt arenenud. Arengu puudumine tuleneb enamjaolt vähesest lisateenuste olemasolust, halvast infrastruktuurist ning kohaliku kogukonna ebapiisavast loovusest ürituste ja teenuste arendamise osas (Ateljevic, Page 2009: 10).

Turism on tihedalt seotud ka vaba aja veetmise, ehk rekreatsiooniga, kuna suur osa turismialasest tegevusest toimub vabal ajal. Vaba aega defineeritakse kui mistahes lõõgastavat tegevust pärast kohustusi (töö, kool vms.). Rekreatsioon on meelelahutuse üks osa, mis hõlmab kõiki tegevusi töövälisel ajal (Warn 2001: 4).

Rekreatsiooni maal võib jagada kahte gruppi: aktiivne ja passiivne rekreatsioon. Passiivne puhkus on see, kui inimene ei pea end füüsiliselt pingutama, selleks on nt autosõit, pikniku pidamine, päevitamine, raadio kuulamine, jalgpalli mängu vaatamine staadionil või mõne suurürituse külastus.

Rekreatiivsed tegevused looduspõhises turismis sh ka maaturismis on aktiivsed ja tegevused toimuvad tihti välitingimustes või sisaldavad erinevaid tegevusi välitingimustes. Maaturism ja rekreatiivsed tegevused maapiirkonnas kasutavad sageli samu ressursse ja teenuseid. Aktiivse turismi tegevused ei ole alati loodusele kahjulikud, kui neid on edendatud säästvalt ja kus maaressursside kasutus ei ole loodusele

pöördumatult kahjulik, näitena võib tuua jalgrattasõidu, jalutamise, matkamise ja orienteerumise, mis on maapiirkondades ka laialdaselt levinud aktiivsed tegevused. Samas on leitud, et rekreatiivsed tegevused on säästva turismi arendamiseks väga olulised vähendades turismi negatiivset mõju keskkonnale ning suurendades sotsiaalset, keskkonnavalast ja majanduslikku kasu. Läbi erinevate sportlike ja rekreatiivsete tegevuste saab arendada kohalikku kultuuri ja sellega seotud tegevusi, mille tulemuseks on alternatiivsed marsruudid ning paranenud ligipääsetavus erinevatesse kohtadesse (Warn 2001: 4).

1.3. Koostöövõimalused ja viisid maapiirkonnas asuvate ettevõtjate vahel ning ettevõtjate ja omavalitsuse vahel

Sihtkoha arenguvõime on otseses seoses omavalitsuse ja teenusepakkujate omavahelise koostööga. Kohalik omavalitsus on sihtkoha eest vastutav organisatsioon, kellel on volitus arendada ja edendada turismi erinevates valdkondades vaba aja või rekreatiivsete tegevuste kaudu ja vajalike planeerimisotsuste abil. Selleks, et saaks luua sihtkohale sobilikke vaba aja veetmise võimalusi (sh korraldada sobilikke üritusi), tuleb teha koostööd kohalike ettevõtjatega (Ashworth, Goodall 1990: 210). Et koostöö oleks efektiivne ja pikaajaline, tuleks leida üks vastutav isik, luua vastav osakond või organisatsioon, kes vastutaks omavalitsuse ja ettevõtjate hästitoimiva suhtluse eest.

Kohalikud teenusepakkujad sageli ei märka, et kõige paremateks koostööpartneriteks oleksid teised kohalikud ettevõtted. See, kes alguses võib tunduda konkurendina, võib osutuda väärtuslikuks koostööpartneriks. Pakkudes teistele kohalikele ettevõtetele väikest komisjonitasu (eriti majutus- ning transpordiettevõtetele), on võimalik mõlema ettevõtte tuntust suurendada ning käivet tõsta. Ettevõtte äri võimalused suurenevad märgatavalt tänu kohalikul ning regionaalsel tasandil toimivale võrgustikule (Käsiraamat loodusturismi ettevõtjale 2007: 29).

Säästva arengu mõistet määratletakse kui arengut, mis vastab tänapäeva vajadustele, seadmata ohtu tulevaste põlvkondade võimalusi oma vajaduste rahuldamiseks. Säästev areng pakub alternatiivi senistele arengukavadele, mis ei ole nii praktilised, kuna need on üles ehitatud ilma, et oleks arvestatud sihtkoha eripärade ja keskkonnakahjustusega, mida massiline turism endaga kaasa toob (Dodds, Graci 2008: 7). Kõik turismiasjalised

sh valitsus, omavalitsus ning ettevõtjad peaks jälgima oma tegevuse säästlikkust looduse suhtes. Kiirendamaks üleminekut säästvale tarbimisele ja tootmisele, et edendada sotsiaalset ja majanduslikku arengut, takistada loodusvarade seisundi halvenemist, saastamist ning jäätmete tekkimist on vaja omavalitsuse või riiklikke algatusi. Säästev areng ei aita kaasa mitte ainult majanduskasvule, vaid aitab vähendada vaesust äärealadel (United Nations Conference... 2012: 2-3).

Organisatsiooni ärikultuur koosneb hoiakutest, kogemustest, uskumustest ja väärtustest organisatsioonis. Organisatsioonis ning saarte puhul sihtkohtades on kultuur see, mis oma eripärase käitumisega võivad mõjutada sihtkoha arengut. Keskkonnaküsimuste eraldamine teistest sihtkoha aspektidest, sobimatus praeguse sihtkohakultuuriga ja igas sihtkohas eksisteeriv bürokraatia on mõjutanud säästva turismi põhimõtete rakendamist (Dodds, Graci 2008: 8). Iga organisatsioon peab hoolitsema selle eest, et tema ettevõtte sobiks vastavasse keskkonda ning tegevused oleksid esindatava žanriga kooskõlas.

Lisaks keskkonnaküsimustele on suureks väljakutseks jätkusuutliku turismi arendamisel see, et paljud sihtkohad ei oska mõõta oma tegevuste tulemuslikkust. On raske teha adekvaatseid otsuseid, kui pole teada, kuidas erinevad tegevused mõjuvad sihtkohale. Ilma seireta kui palju turiste sihtkohta ja millisel aastaajal külastavad ning mida nad seal teevad, on väga raske välja töötada pikaajalisi strateegiaid turismi arendamisel. Kui seda ei tehta, siis ei ole üllatav, et tulemuseks on planeerimise puudumine. Paljud sihtkohad leiavad, et on raske mõõta turismi mõju keskkonnale, kuna nad ei valda erinevaid mõõtmise ja seire tehnikaid. Vaatamata juhiste, mis on saadaval erinevate turismiuuringute ja külastatavuse teostamiseks ja uurimiseks, oleks oluline välja töötada koostöös sidusrühmadega vajalikud näitajad konkreetse sihtkoha jaoks. Sellised indikaatorid aitavad tuvastada ohumärke, määrata ressursside olukorda, analüüsida mõjusid ja tagajärgi ning teha edusamme sihtkoha arendamisel (Dodds, Graci 2010: 62-63).

Selleks, et teenusepakkujad teaksid milliseid teenuseid luua, mille vastu turul huvi on ja mida soovitakse osta, tuleb aru saada sihtrühma soovidest sihtkoha ja teenuste osas. Üks viis mõjurite väljaselgitamiseks on uurida lähemalt „kliendi teekonda”. Turisti teekond viitab kõikidele reisiga seotud aspektidele – alustades sellest, kui klient hakkab otsima sobivat puhkusekohta kuni reserveerimisprotseduurini, edasi reisimine, sihtkohta

saabumise kogemus, aja planeerimine reisiväsimusest puhkamiseks ning meenutusteks, unustamatute mälestuste loomine mälestusesemete ning suveniiride ostudega ning lõpuks reisijärgne ülevaade. Selle hindamisprotseduuri käigus on võimalik teada saada, mida sihtrühm soovib ning kuidas neid teenindada planeerimise ja reisi kestel, ning see viib unikaalse teeninduse kontseptsiooni juurde ehk miks keegi ostaks just siit ja mitte konkurentide käest. Tehtud analüüs annab ülevaate sellest, mida praegu pakutakse ning mida tulevikus tuleks pakkuda, et vastata klientide praegusele ning tulevasele nõudlusele. Sellise lünga täitmine on harva üksinda saavutatav, mis tähendab, et tuleb koostööd teha suure hulga sidusrühmade esindajatega nii vabaihendustest kui ka era- ja avalikust sektorist (Käsiraamat loodusturismi ettevõtjale 2007: 18-19).

Sihtkoha arendamise puhul on tihtilugu arendamisse kaasatud mitu sidusrühma. Sidusrühmadeks võivad olla aktsionärid, turistid, töötajad, koostööpartnerid, meedia, ettevõtted, valitsus ja selle allasutused jne. Igal sidusrühmal on sihtkohast oma enda, tihti kordumatu, visioon. Maaturismi kontekstis töötavad sidusrühmad tihedalt koos, ühe võimul oleva sidusrühma olulised otsused mõjutavad kõikide sidusrühmade toimetulekut. Erimeelsused ja võimuvõitlused sidusrühmade vahel tekitavad suuri konflikte (Dodds, Graci 2010: 62-63). Konfliktide vältimiseks peaksid turismi planeerijad ennetavalt kaaluma riskantseid ettevõtmisi, mis mõjutavad erinevaid rühmasid, enne arendustegevusega jätkamist. Arendustegevused mõjutavad tervet kogukonda, seda eriti väikese territoriaalse sihtkoha puhul.

Turismi majanduslikule tähtsusele vaatamata vaieldakse selle üle, kas turism ikka toob tõeliselt kasu kõikidele turismist mõjutatud isikutele ning kas kohalikel elanikel sihtkohas on turismi arendamisel sõnaõigust, või saavad nad reageerida vaid tagajärgedele, mis nende koduses keskkonnas ilmnevad. Väljastpoolt sihtkohta pärit arendajate planeerimisotsuseid, mis mõjutavad elanikkonda, on sageli kritiseeritud (Sautter, Leisen 1999: 313). Selleks, et arendustegevus oleks mitmekülgne ning ei koosneks vaid väljastpoolt sihtkohta pärit arendajatest, tuleks arendustegevusse kaasata erinevaid sidusrühmasid.

Üha paremini mõistetakse kui oluline on turismi planeerimisse kaasata sidusrühmasid. See on suurendanud koostöö olulisust turismisektoris, et koondada erinevaid huve esindavaid inimesi ning arendada seeläbi turismipoliitikat. Turismi planeerimise

koostööviisid sisaldavad näost näkku suhtlemist sidusrühmade vahel, kes võivad olla nii avalikust, poolavalikust, era- või vabatahtlikust sektorist, sealhulgas ka surve- ja huvigrupid. Survegrupid, osana huvigruppidest, on surve erivormide alusel üldjoontes klassifitseeritud kolmeks: äriis-institutsionaalsed grupid - avaldavad valitsusele survet kitsa omakasu, kasumi või oma positsioonide tugevdamise nimel; kategooriakaitse grupid - moodustatakse laiade rahvastikukategooriate kaitseks ja heaolu edendamiseks nt ametiühingud, talurahvaliidud, veteranide grupid jne ning edendamisgrupid – viivad edasi üritust, mis ei too neile mingit kohest või käegakatsutavat tulu. Survegrupid ei oma selget organisatsioonilist vormi (Poliitilised institutsioonid 1998). Eduka koostöö tulemusena on võimalik leida kõikide osapoolte jaoks rahuldav tulemus, kuidas tuleks turismi sihtkohas arendada. Koostöö kasvu üheks peamiseks põhjuseks turismisektoris on usk, et sihtkoht või organisatsioon, kus mitmed sidusrühmad teevad koostööd, saavutab konkurentsieelise, ühendades teadmisi, oskusi, kapitali ning muid ressursse. Aina levinum on arvamus, et turismi arengu otsustusprotsessi sihtkohas ei tohiks jätta vaid riigi või kohaliku omavalitsuse otsustada, vaid sinna tuleks kaasata palju erinevaid sidusrühmasid, kes suudaksid kaitsta oma huve (Bramwell, Lane 2000: 1-2). Tõhus juhtimine nõuab üheaegset tähelepanu kõikidele huvitatud sidusrühmadele. Clarkson (1995: 117) rõhutab, et kasvõi juba ühe sidusrühma lahkumine arendusotsuste tegemisest võib olla arendustegevuse läbikukkumise põhjuseks.

Lisaks sidusrühmadele on ettevõtjatel oluline arendada sellised partneritevahelisi suhteid, kus igal koostööpartneril on erinevad ülesanded ja kohustused, mis aitavad saavutada üldeesmärki turismisektori jätkusuutlikkuse suunas (Dodds, Graci 2008: 10). Samas tuleb pakkuda ka kliendile täisväärtuslikku teenust, mida võimaldab omavaheline koostöö (erinevate pakettide koostamise, tootearenduse vms näol).

Erilist tähelepanu kirjanduses on saanud kahest osast koosnev grupp, ehk düaad, milleks on elanik ja turist. Turisti-elaniku koostoime pakub huvitavat uurimisvõimalust, seda eriti veel maapiirkonnas, kuna nende gruppide hoiakud ja arvamusel turismiettevõtete osas võivad olla väga erinevad. Üks osa elanikest arvab, et turismimajandus ja selle arendamine parandab üldist elukvaliteeti sihtkohas, samas teine osa elanikest leiab, et turistid on sissetungijad ja häirivad ning õõnestavad kogukonna iseloomu ja terviklikkust (Sautter, Leisen 1999: 312 - 313). On väidetud, et kohalik kogukond

kannatab turistide poolt tekitavaid ebamugavusi vaid senikaua, kuni ta saab ise turistide kulutustest kogukonnas mingisugust rahalist kasu. Vastasel korral kohalik kogukond ei toeta turismi tegevusi selles piirkonnas ning ajapikku võib välja kujuneda kogukonna vaenulik suhtumine turistide vastu (Sirakaya-Turk, Uysal, Hammitt, Vaske 2011: 16). Kõige edukam on selline turistide kooslus, mis hindab kohalikku kultuuri ning kohalike inimestega suhtlemist ja kohalik kogukond sarnaselt turistile naudib oma kultuuri jagamist turistidega. Sellise koosluse puhul hinnatakse tehnilistest aspektidest enam funktsionaalseid aspekte teenuse kvaliteedis. Olukorras, kus kohalik kogukond ei ole turismimajanduse arendamise poolt, püüab omavalitsus sulandada turiste ja kohalikku elanikkonda sihtkohas, võimaldades sihtkoha suuremat lõimumist ning kaasamist sotsiaal- ja kultuuriellu. Kultuuri arendamine tähendab ka turisti suuremat võimalust erinevatest sündmustest osa võtta, mis tähendab, et turist kogeb ning õpib kohalikku kultuuri paremini tundma (Sautter, Leisen 1999: 313). Maapiirkonnas turismi arendamine ning kogukonna otsus, kas nad on selle poolt või vastu, jääb just omavalitsuse kanda. Selgitades turismi positiivseid külgi ning aidates kohalikul kogukonnal kultuuri- ning sotsiaalelu arendada, jõuaks kohalik omavalitsus töö käigus staadiumini, kus elanikkond leiab, et turism ei oma vaid negatiivset mõju.

Selleks, et turist teaks kohaliku kogukonna sotsiaalset käitumist, aitaks määratleda mis on ja mis ei ole sotsiaalselt vastuvõetav, on vajalik tutvuda sealsete inimeste kultuuriliste eripäradega (Carlsen, Butler 2011: 91). Kaugematele külastajatele on abiks Hofstede Ida- ja Lääne-kultuuride käitumise eripärad (Hofstede: 1980).

Klaster on geograafiliselt lähestikku paiknevate ühe valdkonna tootmisele spetsialiseerunud ettevõtete ja institutsioonide (ülikoolide, agentuuride, kaubanduskodade) kooslus, mis teeb koostööd ja samas konkureerib sisemiselt. Klasteril on stimuleeriv mõju (Ida-Virumaa turismiklaster 2010: 5):

- Paremale tööjõu- ja partnerivalikule;
- Spetsiifilisele informatsiooni ligipääsule;
- Toetus innovatsioonile ja täiendavus, pidevale tootmisprotsessi arendamisele;
- Paremale motivatsioonile ja tulemuste hindamisele;
- Uute töökohtade loomisele;
- Suuremale tootlikkusele läbi uute pakkujate, tootjate, oskuste ja informatsiooni;

- Paremale kvaliteedile. Firmad, töötades klatri sees, suudavad paremini vastata klientide soovidele;
- Regiooni maine kasvule;
- Ühisele turundusele.

Klatri moodustamine või mikroettevõtete koostöö võib tugevdada teatud võrgustike koostoimet, vähendada väikeettevõtete sõltuvust suurtest ettevõtetest ja suurendada ligipääsu erinevatele turgudele. Kui ettevõtjad suhtleksid naaberettevõtetega ja moodustaksid ühtse sotsiaalseid väljavaateid esindava ühenduse, siis oleks neil rohkem häält ka kohalikus kogukonna poliitikas. Sellised võrgustikud on ettevõttele mingil määral ka sotsiaalseks kapitaliks ebakindla tuleviku vastu (Cave, Ryan, Panakera: 2007: 437). Eestis on väga tugevat koostööd klatri moodustamisel teinud Ida-Virumaa, kus 2009. aasta oktoobris 29 koostööpartnerit sõlmisid koostöölepe Ida-Virumaa turismiklatri moodustamiseks. Turismiklatri käivitamise põhieesmärgiks oli oluliselt suurendada Ida-Virumaa turismiettevõtete ja teenusepakkujate külastatavust välituristi poolt. Ida-Virumaa turismiklaster (IVTK) on Ida-Virumaa ettevõtjatest, turismi- või turismivaldkonnaga seotud teenusepakkujatest, omavalitsustest jm avaliku sektori organisatsioonidest ja muudest partnerorganisatsioonidest koosnev klaster, mille missiooniks on toetada partnerite võimekust pakkuda parimat turismiteenust. Klatri visiooniks on pakkuda kõige mitmekülgsemaid ja kontrastiderohkemaid turismielamusi Eestis. Seda iseloomustab (Ida-Virumaa turismiklaster 2010: 5):

- Pakutavad turismiteenused on uuenduslikuimad Eestis;
- Klatri partnerite käsutuses olevad pädevused ja oskusteave;
- Klatri juhtimine põhineb tõhusal ja otstarbekal informatsiooni vahendamisel;
- Erinev pärand (rahvuskultuurid, tööstus, ajalugu, loodus, meri jm) on aktiivselt kasutusel turistide ligitõmbava ressursina.

Lähtuvalt nendest visioonidest, tuleks positiivsed tulevikueesmärgid läbi kaaluda kõikidel koostööd tegevatel turismiettevõtetel ja omavalitsusel, eesmärgiga saavutada sarnaselt Ida-Virumaaga ühtne visioon sihtkohast ning töötada ühtsete eesmärkide nimel. See loob koostöötegijate vahele ühtsustunde, arendab teenuseid ning laiendab pakutavate toodete valikut külalisele. Ühtse võrgustiku loomine aitab sihtkoha kitsaskohti paremini välja tuua ning ka efektiivsemalt nendele lahendust leida.

2. PRANGLI SAAREL PAKUTAVATE TURISMITEENUSTE HETKEOLUKORD

2.1. Ülevaade pakutavatest turismiteenustest

Viimsi vald (algselt Uianre, Vianre) pindalaga 73 km² paikneb Harjumaa põhjaosas, moodustades maakonna kogupindalast 1,7% (vt Lisa 1). Viimsi vald asutati 1919. aastal ja taastati külanõukogu asemel taas 1990. aastal. Kaunis loodus, meri ja pealinna lähedus on teinud Viimsi valla oma 17 673 elanikuga (seisuga 1. jaanuar 2013) Harjumaa rahvarikkaimaks. Viimsi valla 73 km² kogupindalast hõlmab 47 km² Viimsi poolsaar ning 26 km² saared – Naissaar, Prangli, Aksi, Tiirloo, Keri, Kräsuli, Seinakari, Kumbli, Pandju, Vullikrunn, Sillikrunn, Sepakari, Hanekari, Lookari ja Lahesaar. Saartest on püüasustusega Naissaar ja Prangli (Viimsi vald 90 2009: 11).

Prangli saar asub Soome lahes, Viimsi poolsaarest vähem kui 10 km kaugusel. Koos Aksi (ehk Väike-Prangli) ja Keri saarega moodustab ta ühtse aheliku. Saare pindala on 6,44 km² ning kaugus Tallinnast on 19 km. Enim kasutatud veeteie pikkus mandri ja saare vahelise ühenduse pidamiseks Leppneeme ja Kelnase sadama vahel on 18 km. Prangli saar on üks kaheksast püüasustusega väikesaartest Eestis (Prangli saare arengukava 2007: 6-7).

Prangli saarel asub muuseum, puukoda ja neli registreeritud majutusasutust (vt Lisa 2). Kõik majutusteenust pakuvad ettevõtted pakuvad sarnaseid teenuseid: majutust, toitlustust (kokkuleppel), iseseisvat söögitegemise võimalust, turismireise saare vaatamisväärsuste juurde, giiditeenust, pakutakse naabersaarte (Aksi, Keri) külastamise võimalust, saunateenust, transporti saarel. Lisaks pakuvad osad majutusasutused merel kalapüügil osalemise võimalust, veesuusatamist, jalgrattarenti ning õhtuse tantsupeo korraldamist (Intervjuud teenusepakujatega 26.03.2013 – 10.04.2013).

Prangli saare majutusasutustest Prangli Mardi puhketalu (vt Lisa 3) pakub koos lisakohtadega majutust 25 inimesele ning asub Prangli Lääneotsa külas. Puhketalu on tegutsenud alates 2004. aastast, ning on kõige kauem tegutsenud majutusteenust pakkuv ettevõtte Prangli saarel. Ettevõtte pakub majutusteenust, kus on iseseisev söögi valmistamise või grillimise võimalus ning pesemisvõimalus, lisateenusena toitlustusteenust (kokkuleppel), sauna- ning transporditeenust, autoekskursioone ja naabersaarte (Keri ja Aksi) külastust. Prangli Mardi puhketalu kavandab laiendustöid talus ning teenuste puhul on kliendi soovil pakutud ka viktoriinide ja spordivõistluste korraldamist ja läbiviimist ning sõudmismatku (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013).

Praaga talu puhkemaja (vt Lisa 4) pakub koos lisakohtadega majutust 36 külalisele ning asub samuti Lääneotsa külas. Praaga puhkemaja alustas oma põhitegevust 2010. aastal. Ettevõtte pakub majutust soovi korral koos hommikusöögiga, olemas on pesemisvõimalused ning õues on grillimise ja toiduvalmistamise võimalus, lisateenusena pakub ettevõtte saunateenust (-ka infrapunasauna), toitlustusteenust, transporditeenust saarel, meretransporditeenust saarele ja tagasi, naabersaarte (Keri, Aksi) külastust. Teenuseid juurde ei kavandata, pigem uuendamist, näiteks kui senimaani on kala kliendile lauale toodud, siis nüüd plaanitakse anda turistile võimalus kalapüügil kaasas käia (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013).

Prangli Lõunaranna puhkekeskus (vt Lisa 5) pakub majutust koos lisakohtadega 31 inimesele ning asub Idaotsa külas. Sarnaselt Praaga puhkemajaga alustas Prangli Lõunaranna puhkekeskus oma tegevust kolm aastat tagasi. Ettevõtte pakub majutusteenust, hinna sisse kuulub sauna kasutamine, majas on kööginurk, pesemisvõimalused ja väline grillimisvõimalus, lisateenusena pakub ettevõtte ekskursioone, meretransporti, teiste väikesaarte külastust (Keri, Aksi, Rammu, Aegna), veesuusatamist, kalapüügil kaasaskäimist, tantsuõhtut bändi või lõõtsamehega. Võimaluse tekkides plaanitakse välilava, kus suviti nädalavahetusesti toimuksid tantsuõhtud (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013).

Ülesaare kämping (vt Lisa 6) pakub majutust 24 külastajale ning asub Kelnase külas. Majutusteenuse pakkumisega alustas ettevõtte 2011. aastal, majutusteenuse hinna sisse kuulub väliköögi kasutamine, pesemisvõimalused, lisateenusena saunad (palksaun,

maasaun või saun küla keskel), toitlustus (kokkuleppel), ekskursioonid saarel ja transporditeenus. Lisaks planeeritakse Ülesaarele kámpingumajakeste kõrvale ka peamaja, kuhu tulevad tualetid, pesuruumid, suur toitlustussaal või baar ning infolaud. Hetkel on majutusasutusel küla keskel ka väike kiosk „Must Luuk“, kust suviti saab osta suupisteid ning karastusjooke (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013).

Lisaks majutusasutustele pakuvad Prangli saarel turismiteenuseid ka Prangli Reisid OÜ, Prangli puukoda ning Prangli saarte muuseum. Prangli Reisid OÜ asub Muugal ning kontorit Prangli saare peal ei ole. Prangli Reisid on spetsialiseerunud pakettreiside koostamisele, pakkudes kliendile täisteenus, mis saab alguse ning samuti lõppeb Tallinna kesklinnas (vt Lisa 7). Prangli Reisid OÜ on ainuke omalaadne teenusepakkuja, kuna ükski teine kohalik pakkuja ei korralda pakettreise algusega Tallinna kesklinnast, mis on turistile väga mugav võimalus Prangli saarele pääsemiseks, ilma, et turist peaks muretsema, kuidas jõuda Leppneeme sadamasse, kust käib regulaarse tegev laev „Vesta“ Pranglile. Sellise mugava paketi tõttu saab Prangli saart üha enam külastada ka väliturist, kellel võib olla keeruline leida ise tee Leppneeme sadamasse ja sealt Pranglisse. Samuti pakub Prangli Reisid OÜ transporti Leppneeme sadamasse mistahes Eestimaa otsast ning juhul kui liinilaeva kohad on täis, organiseerib saarele pääsemise muu alusega. Saare peal pakub Prangli Reisid OÜ kastiautoekskursioone, jalgsimatku, loodusmatku, maastikumänge ja giiditeenust nii eesti inglise, soome kui ka vene keeles. Lastele korraldatakse mereröövli, aardejahi ja loodusõppe mängu ning näomaalinguid. Lisaks sellele pakutakse seminari korraldamise võimalust Prangli rahvamajas ning aktiivse puhkuse tarvis veespordi tegevusi (purjelauaga sõitmine, veesuusatamine, lohesurf). Prangli Reisid OÜ korraldab kliendi soovil ka piknikke või grillpidusid ning koostöös teiste ettevõtetega saarel organiseerib toitlustuse mõnes turismitalus või rahvamajas. Ostes teenuse sisse pakub ettevõtte ka poolepäevaseid reise naabersaartele (Keri ja Aksi) ning kalastamist kohalike kalameestega (Ekskursioonid Prangli saarele 2013). Uusi teenuseid Prangli saarele ei plaanita ning kõik praegused teenused on vaid ettetellitavad, mistõttu kliendile, kes ei osta pakettreise Pranglisse, võib autori arvates tegevusi puhkuse veetmiseks liiga väheks jääda (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013).

Prangli saarte muuseum ja sinna alla kuuluv talurahvamuuseum (vt Lisa 8) asuvad Lääneotsa külas. Muuseum pakub kahes muuseumihoones (loodus- ja talurahvamuuseum) vaatamist nii loodus- kui ka ajaloo huvilistele. Loodusmuuseumis on püsiekspositsioon Prangli saare loomadest, lindudest, iidsest hülgepüügist ja linnujahist. Talurahvamuuseumis on püsiekspositsioon, mis kujutab Prangli ja Aksi saare rannarahva elu mitme sajandi vältel (Prangli saarte muuseum 2013). Lisaks muuseumikülastusele, pakutakse muuseumis ka teisi turismiteenuseid, nagu nt giiditeenus muuseumis, ürituste korraldamine, on korraldatud isegi pulmi ja traditsioonilisi võrgukudumise õpetusi, saab kasutada arvutit ja interneti. Tulevikus soovitakse hakata pakkuma kohvikuteenust, kuid mitte varem kui kümne aasta pärast (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013).

Prangli puukoda (vt Lisa 9) asub Idaotsa külas ning pakub külastajatele unikaalseid puidust suveniire ja käsitööesemeid (kaltsuvaipu, linasid, puidust mööblit). Lisaks koha peal ostmisele saab neid tooteid tellida ka interneti teel. Lisaks omanäolistele käsitööesemete soetamisele saab Prangli Puukojas hobuseid näha ning nendega ratsutada, talviti korraldatakse ka reesõite. Lisaks on plaanitud laiendada toodete valikut puukojas – kootud linased kangad, kirikangad, treitud kaubad, kausid ja karikad. Teenuste osas laiendusi ei plaanita (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013).

Kõik saarel asuvad ettevõtted on pereettevõtted, kus ettevõtte juhatajaks on peremees või perenaine. Koos vastutatakse kogu ettevõtte eest ning hoitakse korras nii territooriumi kui hooneid.

2.2. Ülevaade koostööst ja koostöövõimalustest Prangli saarel

Ettevõtjad teevad kõik mingil määral omavahel koostööd. Kui tuleb suurem grupp, keda ühte majutusasutusse ära ei mahuta, saadetakse osa grupist teise majutusasutusse, või kui külastajategrupp soovib muuseumisse ja puukotta minna pärast lahtiolekuaegu, siis tullakse vastu ja tehakse selleks ajaks asutused uuesti lahti. Kõige enam teeb saare teenusepakkujatega koostööd Prangli Reisid OÜ, võttes mitmeid teenuseid Prangli saare teenusepakkujate käest (majutus, toitlustus, meretransport, ekskursioonid, muuseumi külastus jne). Intervjuudest selgus, et see on ka ainuke koostöö vorm, mida ettevõtjad

omavahel teevad. Suuremat koostööd teenuste ja teenusepakettide arendamisel ei tehta, iga ettevõtja arendab tegevusi üksi, nii kuidas talle hetkel õigem tundub (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013).

Järjest rohkem inimesi eelistab puhkust ja vaba aega maal veeta, mis annab suurepärase võimaluse maaturismil ja sellega tegelevatel ettevõtjatel areneda. Sellised võimalused aitavad kaasa maamajanduse kasvule, arengule ja elu jätkusuutlikkusele maal (Abiks RAK meetme 3.3 taotlejale 2005: 2). Intervjuuküsimusele teenusepakkujatega „Kas plaanite ka uuendusi oma ettevõttesse või pakutavatesse teenustesse?“ vastati, et olulisi uuendusi lähitulevikus ei plaanita. Koguni kolm teenusepakkujat lisas, et saarel ei ole vajagi teenustega üle pingutada, et inimesed tulevad ainuüksi looduse tõttu kohale (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013). Sellega ei saa aga täielikult nõustuda, üha enam ootavad kliendid tervikelamust, atraktsioone ja tegevusi. Klientide nõudmised teenustele ja teenuste kvaliteedile kasvavad ajaga. Nagu peatükis 1.2 on välja toodud, on Ateljevic ja Page (2009: 10) öelnud, et loodusturism ja maaturism hõlmavad väga laialdasi tegevusi (nt matkamine, linnuvaatlus, telkimine, merelised tegevused, kalapüük, looma- või linnujaht jm) ning vaatamata soodsatele looduslikele ressurssidele, ei ole selline turismi liik paljudes kohtades veel piisavalt arenenud. Ateljevic ja Page (*ibid*) leiavad, et arengu puudumine tuleneb eelkõige vähestest lisateenuste olemasolust, halvast infrastruktuurist ning kohaliku kogukonna ebapiisavast loovusest ürituste ja teenuste arendamisel. Ka Prangli saarel ei ole maa- ega loodusturism veel piisavalt arenenud, kuigi looduslike ressursse ja mitmekesisust jätkub.

Eesti Maaturismi koduleheküljel on maaturismi teenusepakkujaid kokku praegu juba 242 (Majutused 2013), kuid see ei kajasta siiski kõiki maaturismi teenusepakkujaid, vaid ainult selle katusorganisatsiooniga liitunud ettevõtteid. Prangli saare teenusepakkujatest ei ole ükski esindatud. Viimsi vallavalitsuse arengukava ümarlual, mis toimus 11. märtsil 2013, rõhutas ümarlaueri Esta Tamm mitmel korral, et väikeettevõtted k.a. Prangli saare teenusepakkujad, liituksid Eesti Maaturismi ühinguga ja oleksid seeläbi esindatud ühingu kodulehel, mis teeb teenusepakkujad kergemini leitavaks. Arvestama peab, et liikmelisus on tasuline ning nõuab ettevõtjate rahaliste ressursside kasutamist. Samas tuleks kaaluda selle katusorganisatsiooniga liitumist,

kuna Eesti Maaturismi kodulehekülj viib kokku maaturismist huvituvad inimesed teenusepakkujatega üle Eesti.

Turism on väga tihedalt seotud vaba aja veetmisega, kuna suur osa turismialasest tegevusest toimub vabal ajal. Rekreatsiooni maal võib jagada kahte gruppi: aktiivne ja passiivne rekreatsioon (Warn 2001: 4). Prangli saare teenusepakkujad pakuvad enamjaolt passiivset rekreatsiooni (autoekskursioonid, võrgukudumise õpituba, kalapüügil kaasas käimine jne), aktiivseid vaba aja veetmise võimalusi on saare peal vähem (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013). Looduspõhises turismis sh ka maaturismis on paljud pakutavad teenused aktiivsed ja tegevused toimuvad tihti välitingimustes või sisaldavad erinevaid tegevusi välitingimustes (jalgrattasõit, jalutamine, matkamine ja orienteerumine) (Warn 2001: 4), loodusturism ei ole pelgalt looduse nautimine aktiivsete tegevusteta. Prangli saarel pakutakse küll jalgrattarenti, kuid koha, kuhu sõita, peab külastaja ise leidma. Pranglis on kõik tingimused jalgrattamatkade, orienteerumismängude jms korraldamiseks olemas, kuid keegi hetkel ei paku neid. Ka Prangli saarel oleks võimalus välja arendada oma „Romantiline rannatee“ nagu seda on teinud Pärnumaa. Kuigi Pärnumaa „Romantiline rannatee“ ei ole kindel tee või rada, on see teekond Pärnumaal, mis viib rändaja ligi 250 km pikkust rannajoont mööda Varbla kadakate vahelt Kabli ja Treimani liivarandadeni Läti piiri ääres (Romantiline rannatee 2013).

Eelnevaga seonduvalt on Prangli saar oma suuruse kohta väga mitmekesise loodusega, kus ühes saare osas näeb kadastikulisi rannaniitusid, teises saare osas lagedaid liivaluidetega randasid ning ei puudu saarelt ka kiviklibulised rannad. Küldest läänes ja kohati ka saare edelaosas esineb soostunud soometsi, eelkõige noori lodustuvaid sanglepikuid kunagistel heina- ja karjamaadel (Viimsi vald 90 2009: 55). Ka Prangli mitmekesises looduses saaks külastajatele koostada meeldiva matkamarsruudi. See ei sobiks küll läbimiseks jalgrattaga, kuid saar on piisavalt väike, et jalgsi mere äärt mööda saarele ühe päevaga ring peale teha, nautida üksildasi randasid ja päikeseloojanguid, pidada piknikku vabas õhus ja jalutada mööda idüllilist kaluriküla. Jalgrattasõiduks on teed piisavalt tugeva pinnasega metsades ja külade keskel.

Minnes loodusmatkadelt üle marsruutidele, mis tutvustavad kohalikku kultuuri ja eluolu, on üheks paremaks näiteks Seto Külävüü. Seto Külävüü turismimarsruut peegeldab seto

kultuuri omapära ja selle erinevaid kihte – seto keelest seto toidukultuurini (Turismimarsruut Seto Külävüü 2013). Prangli saar oma eripäraste ürituste, keelemurde, kaluriküla eluolu ning kohaliku kala- ja linnutoiduga võiks nii mõnelegi huvi pakkuda ning ka sellest saaks väga omalaadse turismimarsruudi teha. Eeskujuks Pranglile võiks olla ka MTÜ Setomaa Turismi koduleheküljel olevad paketid, kus kohalikud maaturismiteenuse pakkujad on koostanud valmis paketid mida kliendile pakkuda.

Turist tajub pakettreise kogemusena, mis on talle kättesaadava hinnaga (Ateljevic, Page 2009: 12). Saare teenusepakkujatest pakuvad vaid Praaga talu puhkemaja ja Prangli Reisid OÜ pakettreise, sisaldades mitut teenust ühtse hinna eest. Praaga talu puhkemaja pakub Eesti ametlikul turismiinfo kodulehel (Puhkaeestis.ee) tursapüügile lisaks kolme pakettreise „Ühepäevane merereis Prangli saarele“, „Merereis Prangli saarele ööbimisega“ ning klassiekskursioon „Kaks päeva Prangli saarel“. Paketid koosnevad üldjuhul merereisist saarele ja tagasi, ööbimisega paketid sisaldavad majutust Praaga talus, asjade transporti sadamast majutusasutusse või piknikukohta (kui tegu on päevareisiga), muuseumi külastust, ekskursiooni saarel, grilli ja lõkkepuude kasutust ning hommikusööki. Lisaks saab tellida ka lõuna- ja õhtusööke (Puhka Eestis kodulehekülje... 2013). Teised teenusepakkujad saarel üldjuhul pakettreise ei korralda, vaid ainult juhul, kui inimene ise spetsiaalselt seda küsida oskab. Samas peaksid ka teised teenusepakkujad mõtlema pakettide koostamise ja müümise peale (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013).

Pakettimisega alustamiseks tuleks algusest peale teha kindlaks enda poolt pakutava teenuse põhiline ja kõige perspektiivikam osa ning edaspidi sellele keskenduda. Näiteid külastajatele pakutava kohta maapiirkonnas (Soovitusi talu turismipaketi... 2013):

- Matkarada maalilises piirkonnas
- Talutööde demonstreerimine – loomakasvatus, viljakasvatus, mesindus jne
- Talutööde omal käel järeleproovimine
- Tootmistehnoloogiate demonstreerimine
- Uurimisretk talu ümbruse loodusväärtuste ja objektide juurde – taimed, loomad, linnud
- Harivad mängud
- Talu toodete maitsmine ja ostmine

Valitud pakett seotakse hiljem loogiliselt nende inimrühmade väljaselgitamisega, kes võiksid olla huvitatud talu külastamisest. Patterson (2006: 141) on öelnud, et pakettreisid on populaarsed, kuna muudavad reisimise inimestele lihtsamaks ja mugavamaks, samas aitavad suurendada reisimist sihtkohta madalhooajal.

Madalhooajaga seoses huvitas töö autorit ka ettevõtete teenuste pakkumine madalhooajal. Mitte ükski teenusepakkuja ei paku pakettreise madalhooajal, millest võib järeldada, et hooajalisus on ka Prangli saare puhul üks kõige järjekindlamaid küsimusi. Muuseum ja puukoda on madalhooajal avatud ainult ettetellimisel. Majutusteenuse pakkujatest kaks on avatud ka madalhooajal, kuid omanikud lisasid, et kedagi lihtsalt ei käi madalhooajal. Üks majutusteenuse pakkuja näeb tulevikuvaates hooajalisuse vähendamise plaane, kuid hetkel madalhooajal teenust ei paku ning üks majutusteenuse pakkuja ei plaanigi madalhooajal teenust pakkuda (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013). T. Baum ja S. Lundtorp'i (2001: 1) väite kohaselt on hooajalisust kõige enam tunda äärealadel, külma kliimaga tingimustes. Sellistes tingimustes tuleb panna märkimisväärset rõhku nii hooaja pikendamise peale kui ka uute turgude väljaarendamisele (väljaspool kõrghooaega). On vähe sihtkohti, kus nõudlus ei ole muutuv vastavalt selgelt määratletud hooaja mudelile. Pakettimine on üks viis hooajalisust sihtkohas vähendada.

Intervjuudest turismiteenuse pakkujatega tuli mitmel korral välja, et teenusepakkujad tegelevad üksinda oma ettevõtte arendamisel, saarel puudub ühine eesmärk ja siht, mille poole püüelda (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013). Peatükis 1.2 käsitletakse mikroettevõtete või klastrite moodustamise teoreetilisi lähtekohti. Näitena on toodud Ida-Virumaa turismiklastri moodustamine, kuhu kuulub 29 koostööpartnerit. Klastreid saab moodustada ka väiksemal territoriaalsel alal, nagu seda võiks Viimsi vald olla. Klastrite moodustamine aitab üles ehitada ühtse visiooni sihtkohast ning töötada ühtsete eesmärkide nimel. Heaks näiteks võib lugeda organisatsiooni Ehedad Elamused Lahemaal, kuhu kuulub 15 pereettevõtet, kes ühiselt on välja töötanud erinevad aktiivsed ja passiivsed vaba aja tegevused. Ka Prangli saarel on vajalikud ressursid selleks, et korraldada erinevaid (spordi) laagreid, loodusreise ja õpitubasid.

Dodds ja Graci (2008: 8) on öelnud, et organisatsiooni ärikultuur koosneb hoiakutest, kogemustest, uskumustest ja väärtustest organisatsioonis. Organisatsioonis ning saarte

puhul sihtkohtades on kultuur, mis oma eripäraste käitumistega võivad mõjutada sihtkoha arengut või osalemist erinevates programmides ja projektides. Uurides teenusepakkujate tulevikuplaane ja eristumistaktikat, leidsid paljud teenusepakkujad, et nad ei peagi üksteisest väga erinema, et saarel ei saa pakkuda kõiksugust teenust, mida mandril (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013). Samas unustavad teenusepakkujad, et organisatsiooni, antud juhul on kõikide ühisosa maaturism ja maaturismi teenused, ei saagi oma ärikultuuri maaturismipõhistest teadmistest eraldi üles ehitada.

Uurides intervjuueeritavatelt grupi suurust, kes nende majutusasutust külastab, sai intervjuueerija ühtlasi teada ka, et teenusepakkujad ei mõõda oma tegevuste tulemuslikkust (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013). Dodds ja Graci (2010: 62-63) on öelnud, et ilma seireta, kui palju külastajaid sihtkohas mis aastaajal käib ning mida nad seal teevad, on väga raske välja töötada pikaajalisi strateegiaid turismi arendamisel. Kui seda ei tehta, siis ei ole üllatuseks, et tulemuseks on planeerimise puudumine ning puuduvad vajalikud teadmised turismi ja –teenuste arendamiseks. Ka sellest võib tuleneda Prangli saare teenusepakkujate vähene aktiivsus teenuste uuendamisel ja väljaarendamisel.

Üha paremini mõistetakse, kui oluline on turismi planeerimisse kaasata erinevaid sidusrühmasid (nt turistid, töötajad, ettevõtjad, koostööpartnerid, meedia, valitsus). Turismi planeerimise koostööprojektid toovad kokku kindla sihtkoha huvide eest seisvad inimesed, kellel endal on erinevad huvid (Sautter, Leisen 1999: 313). Ühest tehtud intervjuust selgus, et murekohti, mida üheskoos arutada, jõudmaks kõiki osapooli rahuldava tulemuseni, on küll. Samas puudub inimene, kes vastutaks ja organiseeriks sidusrühmade tekkimist ning seejärel koosolekuid. Intervjuudest selgus, et teenusepakkujad ootavad rohkem arendamistegevusi ja omavalitsuse huvi sihtkoha arendamisel (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013), samas kui omavalitsus omakorda ootab ettepanekuid ja jõupingutusi arengu nimel ettevõtjatelt (Intervjuu Viimsi vallavalitsusega 26.04.2013).

Viimsi vallal ja Prangli saarel puudub turismiarendukava, kuid selle koostamisega alustati 2012. aasta sügisel. Arengukava keskendub Eesti turismile kõige iseloomulikumatele teemadele tuginevate turismivormide – linnaturism, kultuuriturism

(sh toit ja sport), loodus- ja mereturism ning terviseturism – arendamisele. Olulisemateks sihtrühmadeks on konverentsi- ja ärituristid ning pered (Turismiarengukava koostamise ümarlaud 11.03.2013). Kommunikatsiooni- ja arendusjuht leidis, et Prangli saarel nähakse eelkõige loodus- ja mereturismi arendamise võimalusi, kuid tegelikult olevat saarel kõik turismivormid olemas. Samas lisas, et Viimsi vallavalitsus ei saa keskenduda vaid Pranglile, on ka teisi väikesaari ning poolsaar, mille huvidega tuleb arvestada. Prangli on üks osa tervikust ja tervik on see, mis lõppkokkuvõttes peab arenema (Intervjuu Viimsi vallavalitsusega 26.04.2013).

Ümarlaua koosolekule, kus arengukava turismivormidest ja sihtrühmadest kõneldi ning vajalikke sisendeid arutleti, olid kutsutud ka kõik Prangli saare majutusteenuse pakkujad. Kohal käisid Praaga talu puhkemaja ja Ülesaare kämpingu esindajad. Läbi Skype-i võttis koosolekust osa ka Prangli Mardi puhketalu, kes kahjuks suuremat osa koosolekust tehniliste probleemide tõttu ei kuulnud (selgus intervjuu käigus). Esindamata oli vaid Prangli Lõunaranna puhkekeskus. Kõikidele osalejatele saadeti ümarlaua järel protokoll, kuhu oli kõikidel osalenutel võimalik lisada probleemseid ja arendamist vajavaid küsimusi.

Ümarlaua lõpus oli koht, kus hakati turismiarengukava tarbeks sisendeid kirjutama. Prangli saare majutusteenuse pakkujad, kes kohal käisid, sellest aktiivselt osa ei võtnud, kuid intervjuudest selgus mitmeid asju, mis vajavad ka Prangli saare peal arendamist turismi jätkusuulikkuse eesmärgil. Küsimusele, kuidas vald toetab turismi arendamist Prangli saarel, vastasid seitsmest ettevõtjast viis, et ei toeta üldse, mõni lisas, et kui toetab, siis ainult transpordiga mandrilt saarele, aga see pidavat ka rohkem saare elanike jaoks olema, kui turismi arendamise eesmärgil. Kolmel korral mainiti ka suurema liinilaeva kasutuselevõttu, kuid olulist toetust valla poolt arendamisel ei olevat. Kuuest Prangli saarel asuvast ettevõtjast kaks lisasid, et vald pigem takistab turismi arendamist, takistades detailplaneeringute kehtestamist ja vastu võtmist (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013). Samas kui vallavalitsus kutsub ettevõtjaid kokku ümarlauale, et rääkida probleemsetest aspektidest, mis vajavad tulevikus kindlasti lahendamist, ei räägi ükski ettevõtja problemaatilistest aspektidest Prangli saarel. Siinkohal tasub kindlasti mainida seda, et kui asjadest ei kõnelda avalikult, ei saagi midagi paremaks muuta.

Küsimusele, kuidas vald saaks paremini aidata, tuli väga palju ettepanekuid, mis kõik tuleks kirjutada turismiarenduskavasse, et tulevikus oleks võimalik neid ettepanekuid ka teostada. Seda, kas ettevõtjad need ka järele saadetud ümaralauaprotokolli kirjutasiid, pole töö autorile teada. Pooled intervjuueeritavatest leidsid, et liinilaeva tihedam graafik suviti oleks väga vajalik, vaid üks teenusepakkujat leidis, et saarele ei peagi rohkem külastajaid saama, saavad need, kes enne broneerivad, teised peavad järgmist aastat ootama (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013). Siinkohal tasub ümarlual öeldu ülesmärkimist: „investeerides infrastruktuuri, tulevad turismiettevõtted ja teenusepakkujad ise kohale“ (Turismiarenduskava koostamise ümarlaud 11.03.2013), see tähendab, et parandades liiklust mandri ja saare vahet, külastaks Prangli saart rohkem inimesi. Kui sihtkohta külastab rohkem inimesi, tekib nõudlus ka erinevate teenuste järele. Seda kinnitas ka üks väga sisukas intervjuu teenusepakkujaga, kes leidis, et saarel saab teenuseid arendada vaid siis, kui külastajatel on paremad võimalused saarele pääsemiseks. Intervjuueeritav lisas, et kui Viimsi vallavalitsus saab aru, et see on ainuke viis kohaliku kogukonna väljarände peatamiseks, töökohtade loomiseks ja kohalike elukvaliteedi parandamiseks, siis hakkab Prangli saarel turism ja sealsed teenused arenema (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013). Lebe ja Milfelner (2006: 1137) on kaasaegset turismisihtkohta kirjeldanud kui atraktiivset sihtkohta koos hästitoimiva avaliku ja erasektori koostööga, mis põhineb jätkusuutliku ja vastutustundliku turismi arendamises, mis lisaks sellele tagab uute töökohtade ja püsivate sissetulekute tekkimist piirkoda. Tihedam laevagraafik ja suurema seltskonna pääsemine Pranglisse on esmatahtis, siis tulevad turismiatraktsioonid ise juurde. Kui Pranglisse saaks tulla rohkem külastajaid, tekiks ka suurem nõudlus nt praegu puuduolevate toitlustusteenuse pakkujate järele. Samas ei paku turism lähitulevikus kindlasti aastaringset sissetulekut.

Turismiteenuse pakkujad leidsid, et turistidel on võimalus erareiside tellimiseks, kui liinilaevaga saarele ei pääse, samas tõdeti, et väiksema grupi puhul muutub erareisi tellimine liiga kulukaks (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013). M. Nihalani (2012: 3) on öelnud, et sihtkoha kvaliteet on kujundatav sealsete majutusasutuste õige õhkkonna ja teenindusega, lisateenuste pakkumise võimaluste ning süstemaatilise ja taskukohase transpordiühendusega. Eeldades, et majutusasutused on vastutavad enda pakutava majutusteenuse kvaliteedi eest ja teevad seda hästi, jääb

Pranglis puudu lisateenuste pakkumise võimalustest ja nagu uuringust selgus (need kes liinilaevaga ei pääse), ka taskukohasest transpordiühendusest. Üks majutusteenuse pakkuja tuli välja ideega, et kohalikud, kes pakuvad ka meretransporti, võiksid mõne suvise suurürituse raames kuulutada lisareisid välja, et mitu väiksemat seltskonda kokku panna ja ühe reisiga saarele tuua ja samuti ära viia. Sellisel juhul tuleb turistile reisi hind mõistlik ning ettevõtjale kasulik, võidavad kõik osapooled. Senimaani seda taktikat rakendatud või rakendada püütud veel ei ole (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013).

Vastuseks küsimusele kuidas vald saaks efektiivsemalt toetada turismi arendamist, pakuti mitmel korral välja infotahvli püstitamist Kelnase sadamasse, kus oleks kõikide teenusepakkujate koondinfo ning kontaktandmed või turismiinfopunkti arendamist Prangli saarel. Paljud intervjuueeritavad leidsid, et puudu on Prangli oma turistikaart, kuhu oleks märgitud kõik vaatamisväärsused, majutusasutused ja olulisemad teenusepakkujad. Osad intervjuueeritavad lisisid, et turistid eksivad tihti ära, kuna neil pole ei kaarti saarest ega saarel korralikku viidastust (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013). Ka ümarlual oli viidastusest juttu ning seal leiti, et sihtkohas võiks olla ühtne visuaalne identiteet. Prangli saarel on nt kahte erinevat viidastust, millest üks on puidust, sobides hästi Prangli saare looduslikku keskkonda ning teine plekist, mida esineb vaid Kelnase sadama läheduses.

Lisaks eelnevale leidsid teenusepakkujatest kaks, et Viimsi vallavalitsus võiks aidata reklaami ja reklaammaterjalide koostamise ja väljaandmisega. Üks teenusepakkuja arvas, et on hetkel ainuke, kes Prangli saare infolehti on lasknud toota (Intervjuud teenusepakkujatega 26.03.2013 – 10.04.2013). Samas peab tõdema, et teadaolevalt ei ole ükski teenusepakkuja sellealast koostööd teiste teenusepakkujatega senimaani veel teinud ega vallavalitsusele sellealast koostööd pakkunud. Jagades turunduskulud seitsme ettevõtte peale ära, lisaks vallavalitsuse toetus, ei tuleks turunduskulud nii suured, kui üksi tehes. Ka ümarlual oli teemaks ühtse suure asja turundamine, milleks on äärmiselt vajalik ettevõtjate omavaheline koostöö. Seda eriti veel väikese sihtkoha puhul, kus tegelikult ettevõtjad omavahel võiksid leida lahenduse turismitrükiste või turismikaardi koostamiseks. Vallavalitsus leidis, et sellise asja koostamine peaks toimuma ikka koostöös ja kõiki kulusid vald enda kanda kindlasti ei võtaks, mingis osas

peaksid ettevõtjad ka ise sellesse panustama (Intervjuu Viimsi vallavalitsusega 26.04.2013).

Viimsi vallavalitsusel puudub hetkel eraldi inimene, kes vastutaks turismi arendamise eest. Lisaks oma igapäevastele tööülesannetele, kuulub ka turismi arendamine kommunikatsiooni- ja arendusjuhi vastutusalasse. Mingil määral on kaasatud ka abivallavanem, kelle vastutusalas on kommunaalvaldkond, saared ja ehitus. Turismi arendamine on vallavalitsusele suhteliselt uus mõiste, kuid lähitulevikus ei nähta vajadust eraldi turismitöötaja palkamise järele, kuna turismi arendamine ei ole Viimsi valla prioriteet (Intervjuu Viimsi vallavalitsusega 26.04.2013).

Kuna turismiarenduskava on Viimsi vallavalitsuses alles koostamisel, puudub ka konkreetne inimene, kes vastutaks Prangli saarel turismi arendamise eest. Esmaseks ülesandeks on sellealane valdkond luua, mille järel saab hakata otsima inimesi, kes selle eest vastutaks. Hetkel on ehitusjärgus Prangli saarele plaanitav uus ja suurem liinilaev, mis peaks parandama mandri ja saare vahelist ühendust. Lisaks on erinevad turismialased projektirahastused toodud ka Prangli saarele, kuid millised projektid, oskab täpsustavalt öelda Esta Tamm, kes on projektide kirjutamise raames Viimsi vallavalitsuse poolt aeg-ajalt värvatud. Sellega turismi arendamine saarel piirdub (Intervjuu Viimsi vallavalitsusega 26.04.2013).

Viimsi vallavalitsuse kommunikatsiooni- ja arendusjuht leidis, et hetkel on Prangli saarel piisavalt turismiteenuseid, kuna laevaliiklus reguleerib külastajate arvu. Samas nentis, et parandada vajav kitsaskoht on siiski laevaliiklus, mis peaks kõrghooajal olema tihedam. Kuna aga turismi arendamine on alles algjärgus ja täpsemad regulatsioonid puuduvad, on vara öelda, kas laevagraafiku tihendamine oleks lahendus (Intervjuu Viimsi vallavalitsusega 26.04.2013).

Sautter ja Leisen (1999: 312 - 313) leiavad, et on olemas kaht sorti elanikke, üks osa elanikest arvab, et turismimajandus ja selle arendamine parandab üldist elukvaliteeti sihtkohas, samas teine osa elanikest leiab, et turistid on sissetungijad ja häirivad ning õõnestavad kogukonna iseloomu ja terviklikkust. Intervjuust kommunikatsiooni- ja arendusjuhiga selgus, et tihedam graafik jääb ka kohaliku kogukonna taha, kuna nad arvavad, et seal ei peagi rohkem rahvast käima.

Teada on, et õige asjaajamine turismimajanduses arendab sihtkohta ja sealse kogukonna elukvaliteeti, luues juurde ka uusi töökohti. Kui teenusepakkujad leidsid, et turismiinfopunkti olemasolu Pranglis oleks vajalik, siis vallavalitsus ei ole kindel, et saare pealt sellise inimese leiaks, kes sellega tegeleda saaks, kuna töö on hooajaline. Varasemalt on pakutud hooajalisi töid, millest kohalik elanik on tihti loobunud ning ei ole initsiatiivi ega soovi üles näidanud (Intervjuu Viimsi vallavalitsusega 26.04.2013).

Viimsi vallavalitsus leiab, et kui turismi arendada, siis ainult läbi koostöö, kuid samas massturismi, mis toimub Pärnus või Jürmalas, ei saa Viimsisse mitte kunagi, kuna seal ei ole nii suuri randasid ning lisaks oleks kohalik elanikkond selle vastu. Viimsi valla jaoks on oluline nišiturism, kus turismiettevõtjad teevad omavahel koostööd. Nišiturismi puhul on kõige positiivsem just see, et ettevõtjad pakuvad sama teenust ka elanikule. Turismi arenguga paralleelselt areneb ka kohaliku elaniku elukvaliteet (Intervjuu Viimsi vallavalitsusega 26.04.2013).

3. TEENUSTE ARENDAMISE JA KOOSTÖÖVÕIMALUSTE VÄLJASELGITAMINE LÄBIVIIDUD UURINGUTE PÕHJAL

3.1. Uuringu eesmärk ja metoodika

Ankeetküsitluse eesmärgiks oli välja selgitada siseturisti teadlikkus Prangli saare olemasolust, teadliku, kuid Pranglit mitte külastanud klientide põhjused, miks nad seda veel teinud ei olnud ning külastanud klientide rahulolu sealsete pakutavate turismiteenustega. Lisaks küsiti klientide käest, millised teenused on kõige olulisemad tervikliku ja nauditava puhkuse veetmiseks, võrdlemaks neid teenuseid Pranglil pakutavaga. Eesmärgi saavutamiseks viidi läbi kvantitatiivne uuring, mille meetodiks oli ankeetküsitlus ja kvalitatiivne uuring, mille meetodiks oli poolstruktureeritud intervjuu. Ankeetküsitluse kaudu kogutud andmetega teostatakse kirjeldav analüüs. Intervjuu andmetega viidi läbi sisuanalüüs.

Põhiuuringuks oli kvantitatiivne uuring. Uuringu meetodite valikul lähtuti turismi, rekreatsiooni ja vaba aja veetmise põhilisematest uurimismeetoditest. Küsimuste koostamisel lähtuti teoreetilistest lähtekohtadest. Ankeedile tehti pilootuuring enne selle kasutuselevõttu autori tuttavate seas, kellest enamus olid Prangli saart ka külastanud. Ühe päeva jooksul täideti üksteist ankeeti, mille põhjal muudeti ja tehti parandusi ankeedis, et ankeet sisaldaks andmete väljaselgitamiseks vajalikke küsimusi. Pilootuuringu ankeete ei kasutatud analüüsil ega järelduste tegemisel.

Ankeetküsitlusega teostatud uuring inimeste teadlikkuse kohta Prangli saare olemasolust ja külastanud klientide rahulolu pakutavate turismiteenustega. Ankeetküsitlus viidi läbi kõigil kolmel turismimesi *Tourest 2013* toimumise päeval 15. kuni 17. veebruar 2013. Turismimesi külastas kolme päeva jooksul kokku 36 316 inimest, mis on seni absoluutne rekordarv (Rahvusvaheline turismimesi *Tourest 2013*). Kui palju külastajaid käis „Puhka Eestis“ hallis, kus ankeetküsitlus läbi viidi, pole teada, mistõttu pole teada ka antud ankeetküsitluse üldkogumi suurus. Antud uuringu puhul

jäävad vastajad tulemuste analüüsimisel anonüümseteks ja tulemusi kasutatakse üldistatud kujul. Uuring koostati LimeSurvey keskkonnas, seega viidi uuring läbi täielikult interneti vahendusel. Ankeete internetikeskkonnas täideti 15. veebruarist kuni 17. veebruarini ning külastajatele, kes ei soovinud *Tourestil* koha peal vastata ning loovutasid oma elektronposti aadressi, saadeti ankeedi link, mille kaudu oli võimalus ankeete täita kuni 22. veebruarini kodus. Küsitlusankeedis (vt Lisa 10) oli kuni 19 küsimust, vastavalt sellele, kas inimene on Prangli saart külastanud või ei. Küsimused jagunesid enamjaolt valikvastustega küsimusteks, seda mitmel põhjusel – vältimaks teemast kõrvalekaldumist, organisatsioon (Viimsi vallavalitsus), kellega koostöös uuring läbi viidi, soovis rohkem valikvastustega küsimusi ning kuna küsimusi oli palju ning messiklientidel aega enamjaolt vähe, otsustati ankeetküsitluse jätta vaid mõningad avatud küsimused.

Kokku koguti 142 ankeeti, millest üks oli mittetäielik ning mida analüüsis ei kasutatud. 141 tagasisaadud täielikust ankeedist sisaldasid 49 ankeeti infot Prangli saare turismiteenuste kohta, mistõttu tulemused, kokkuvõtted ning analüüs Prangli saare turismiteenuste kohta baseerub 49 vastatud ankeedil. Koostöös Viimsi vallavalitsuse kommunikatsiooni- ja arendusjuhiga leiti, et selline ankeetide arv võiks olla küll suurem, kuid segamata juhuslikku valimit mugavusvalimiga ning jäädes *Touresti* vastanute juurde, mis esindab üldpilti Eestist, tuleb teha järeldused ja üldistused 49 ankeedi kohta. Prangli saare kohta võiks selline arv olla siiski arvestatav.

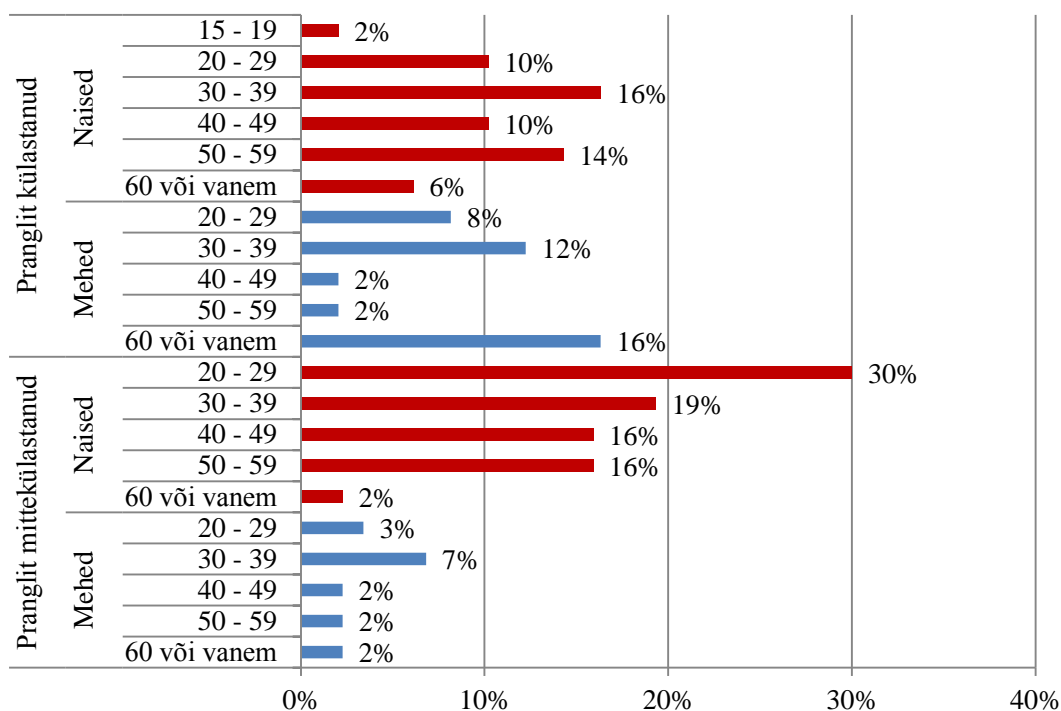
Ankeetküsitluste tulemuste esmase analüüsi järel teostati intervjuu Prangli saare kõigi seitsme turismiteenuse pakkujaga ning lisaks veel ka Viimsi valla kommunikatsiooni- ja arendusjuhiga. Kvalitatiivne uuring oli toetavaks ja aitas välja selgitada ettevõtjate soovid ja ootused ning plaanid teenuste uuendamisel, samas aitas välja tuua kitsaskohti, mis vajavad lahendamist enne teenuste arendamist.

Intervjuud võimaldavad uurida tundlikke teemasid, koguda väga detailset informatsiooni ning on paindlikud, kui tekib vajadus lisaküsimuste järele. Intervjuu viidi läbi kõigi seitsme teenusepakkujaga, selgitamaks välja kas ettevõtjad teevad omavahel koostööd ja millised on plaanid tulevikuks.

3.2. Ankeetküsitluse uuringu tulemused

Esimeste küsimuste grupp käsitles vastaja üldistatud andmeid, sugu, vanust, elukohta. Kuigi selline ankeedi ülesehituse vorm ei ole soovitatav ning parem oleks isikuandmed ankeedi lõppu jätta, tuli selle uuringu käigus siiski vastupidiselt teha, seda veebipõhise küsitluskeskkonna LimeSurvey veebibrauseri vea tõttu. Esimeste küsimuste gruppi kuulusid üldised küsimused ka Viimsi valla ja Prangli saare olemasolu kohta. Küsimus Viimsi valla kohta ei olnud antud uurimuse tarvis küll vajalik, kuid Viimsi vallavalitsuse sooviks oli mõningad küsimused lisada ning mõned küsimused oma nägemuse järgi muuta.

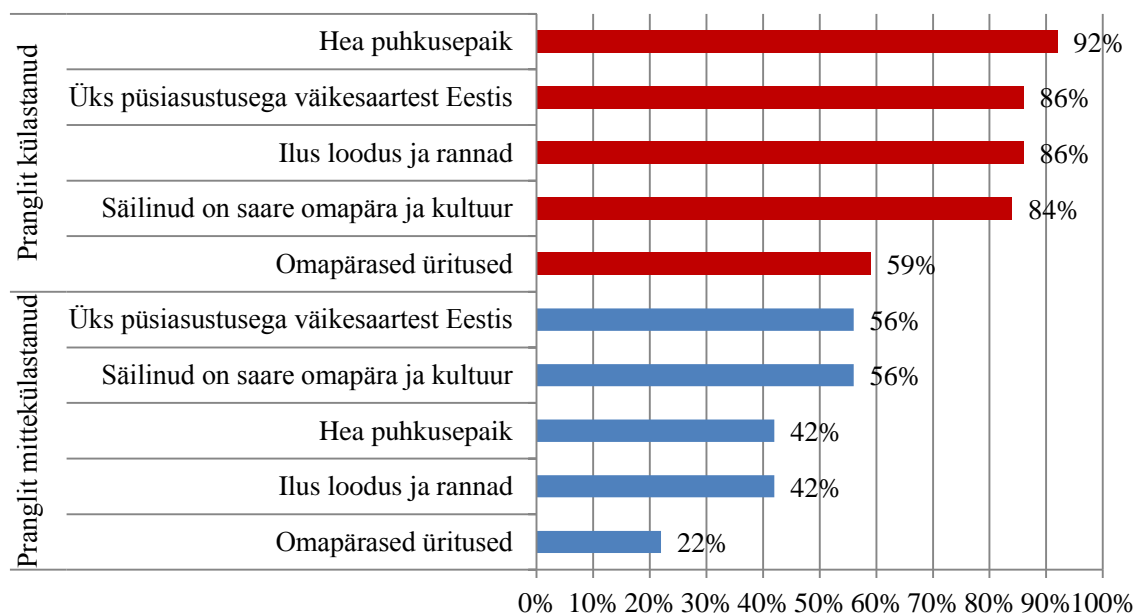
141st vastajast 104 olid naised (74%) ja 37 mehed (26%). Vastanutest neli inimest (3%), kes kõik olid pärit Tallinnast, ei olnud üldse teadlikud Prangli saare olemasolust, seega 141st vastajast 137 (97%) teadis, et selline saar on olemas. Prangli saart külastanute arv oli 49, kellest 29 olid naised (59%) ning 20 mehed (41%), sellist vahekorda võib pidada võrdseks suhteks soolises arvestuses (49 vastaja puhul peaks olema 22 meest ja 26 naist) (Eesti statistika 2013). Võrreldes omavahel Pranglit külastanud ja mittekülastanud naiste ja meeste vanuselist osakaalu (vt Joonis 1), siis külastanud naiste vanuseline osakaal on üsna võrdne, kõige enam 16% vastanutest olid vanuses 30 – 39 eluaastat. Vastanutest Pranglit külastanud meeste vanuseline ülekaal oli selgelt 60 või vanemate meeste seas (16%). Seda näitas ka küsimuse nr 10 (millistel eesmärkidel olete Prangli saart külastanud) vastused, et paljud vastajad olid saart külastanud enam kui 20 aastat tagasi, mil reis Pranglisse oli tööalane ning teenuste puudumise tõttu nad teenuseid hinnata ei saanud, v.a. laevaliiklust.



Joonis 1. Pranglit külastanud meeste ja naiste ning mittekülastanud meeste ja naiste vanuseline jaotus (autori koostatud).

Järgmisena tahtis töö autor teada, mida Pranglit külastanud vastajad ja Pranglit mittekülastanud, kuid saare olemasolust teadlikud vastajad teavad Prangli saarest (vt Joonis 2). See, et Prangli on hea koht puhkamiseks, teadis külastanud vastajatest 92%, mis on väga kõrge tulemus, millest võime järeldada, et kliendid teavad, et saarel on neile pakkuda sobivaid puhkamisvõimalusi. Võrdselt teadsid Pranglit külastanud vastajad, et see on üks püriasustusega väikesaartest Eestis (86%) ning et seal on ilus loodus ja kaunid rannad (86%). Et saarel on säilinud omapära ja sealne kultuur, teadis 84% külastanutest. Omapärastest üritustest teadis 59% külastanud inimestest. 20% saart külastanud vastajast lisasid veel, mida nad saarest teavad. 8% (4 vastajat) vastasid, et seal on ilus loodus, 4% (2 vastajat) et seal on kirik ning üks vastaja mainis ära ka maagaasi leiukoha. Saart mitte külastanud, kuid saarest teadlikud inimesed teadsid võrdselt et see on üks püriasustusega väikesaartest Eestis (56%) ning et seal on säilinud saare omapära ja kultuur (56%). Alla poole (42%) saart mittekülastanutest teadsid, et see on hea puhkusepaik (42%) ning seal on ilus loodus ja rannad (42%). Teadlikkus ei olnud suur, kuna vastajad polnud saart ise külastanud ning enamus vastajate vastustest saare looduse ja kultuuri kohta põhinesid tuttavate öeldul. 22% saart mittekülastanutest

teadsid, et saarel korraldatakse omapäraseid üritusi. 12% lisavastuste andjatest 8% vastasid, et ei tea saarest mitte midagi, kuna pole infot otsinud ning teadsid lihtsalt seda, et see saar on olemas. 2% teadsid, et keegi nende tuttavatest on saart külastanud.

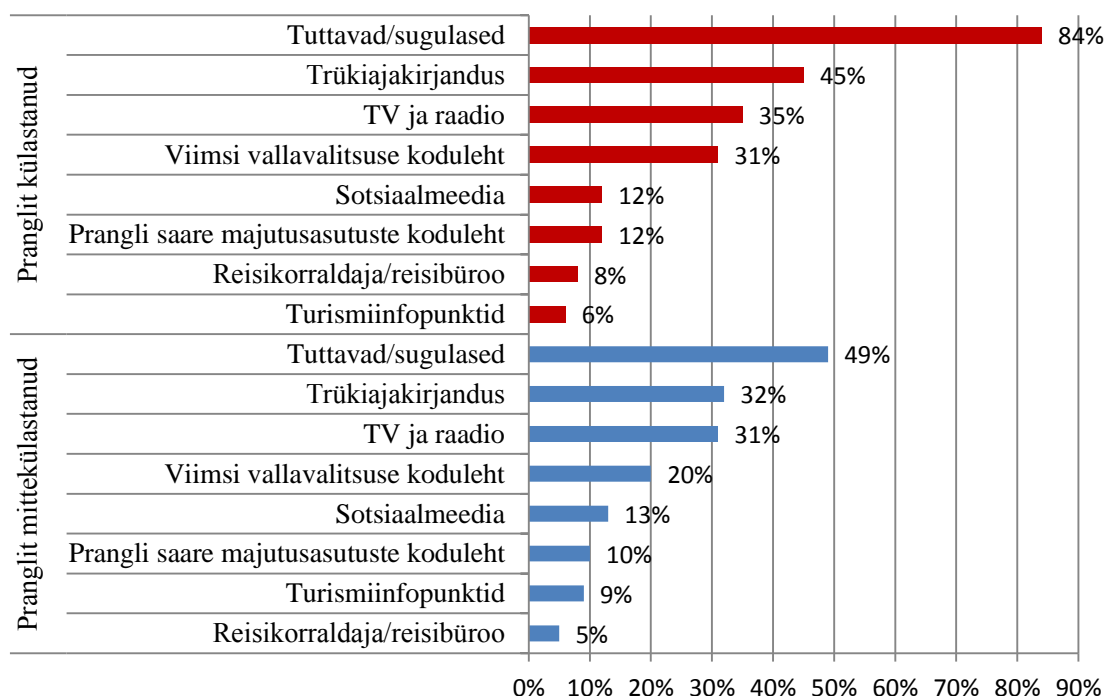


Joonis 2. Pranglit külastanud ja mittekülastanud vastajate teadlikkus Prangli saare eripära kohta (autori koostatud).

Prangli saart külastanud ja mittekülastanud respondentide informatsiooniallikad, kust nad seni infot Prangli saare kohta on saanud, jaotub üsna võrdselt (vt Joonis 3). Kõige enam saadakse infot sugulastelt ja tuttavatelt. 84% Pranglit külastanutest sai informatsiooni eelkõige sugulaste ja tuttavate käest. Sellele järgnes trükiajakirjandus, mille kaudu oli infot saanud 45% saart külastanud vastanut. 35% ja 31% külastanud vastajast said informatsiooni Prangli saare kohta vastavalt televisiooni ja raadio teel ning Viimsi vallavalitsuse kodulehelt. Võrdselt 12% vastajaist said infot nii sotsiaalmeedia kui ka Prangli saare majutusasutuste kodulehtedelt. Kõige vähem infot on saadud reisikorraldajatelt või –büroodelt (8%) ja turismiinfopunktidest (6%).

18% külastanud vastajatest otsustasid lisada, kust nad veel on infot saanud Prangli saare kohta ning võrdselt 4% vastati, et infot on saadud kohalikelt inimestelt (2 vastajat), samuti tuli välja, et brošüüridest (samuti 2 vastajat) ja töö käigus (2 vastajat). Saart mittekülastanud vastajad reastasid infoallikad sarnaselt külastanud vastajatega, millest võime järeldada, et Prangli saarele teeb kõige enam reklaami suust-suhu liikuv info.

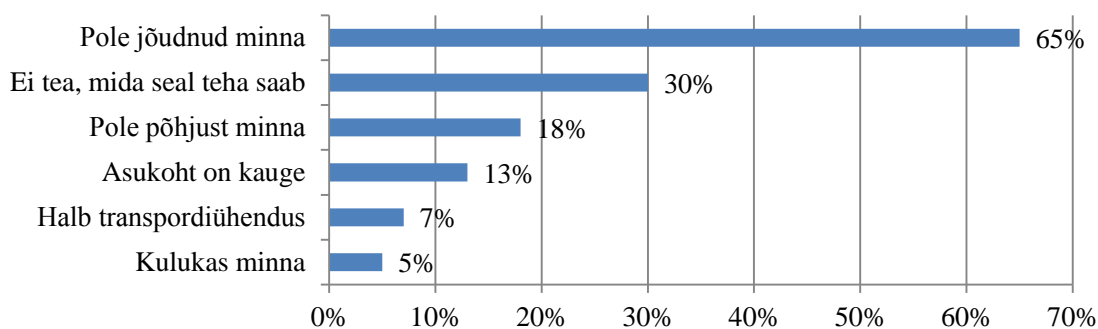
Saart mittekülastanutest peaaegu pooled (49%) said infot Prangli saare kohta tuttavatelt ja sugulastelt. 32% olid kuulnud Prangli olemasolust trükiajakirjanduse kaudu ning 31% televisiooni või raadio teel. Viimsi vallavalitsuse kodulehelt leidis infot 20% saart mittekülastanud vastajast ning 13% sotsiaalmeedia kaudu. Majutusasutuste kodulehelt said infot saare kohta 10% ning turismiinfopunktist ja reisikorraldajalt/reisibüroolt vastavalt 9% ja 5%. 20% mittekäinutest lisisid veel, kust on infot Prangli saare kohta saadud. Nendest kõige populaarsem vastus oli (10%), et ei olegi infot otsitud, mistõttu pole seda ka leitud. 5% (4 vastajat) mittekäinutest said infot saare kohta koolist ning 2% (2 vastajat) leidsid internetist.



Joonis 3. Pranglit külastanud ja mittekülastanud inimeste informatsiooniallikad (autori koostatud).

Viimsi valla saartest on enim külastatud Naissaar (54%), seejärel Prangli (36%). Aksi ja Keri saart on külastatud vähem (10%) ning enamjaolt on kahe väiksema saare külastajateks just sellised vastajad, kes on käinud nii Naissaarel kui ka Prangli saarel, millest võime järeldada, et väiksemate saarte külastus on toimunud algusega kas Pranglilt või Naissaarelt. 35 % vastanutest ei olnud külastanud ühtegi Viimsi valla saart.

92-lt Prangli saart mittekülastanud inimestelt uuriti lisaks põhjuseid, miks nad ei ole saart külastanud. Valida sai mitu valikut, et teada oleksid kõik põhjused, miks saar on veel külastamata (vt Joonis 4). Kõige enam vastati, et saarele pole jõudnud minna (65%), sellele järgnes põhjus, et pole teada, mida seal üldse teha saab (30%) ning pole põhjust minna (18%). Vähem valiti põhjuseks, et asukoht on kaugel (13%) ning transpordiühendus saarega on halb (7%), seda, et saarele minek on kulukas, arvas 4 inimest (5%) ning ükski vastaja ei arvanud, et saarel oleks halb maine. Lisati veel, et ei tea kuidas sinna minna ning et reisi organiseerimine on tülikas, samas oli põhjuseks toodud ka see, et kui tekkis soov saarele minna, olid laeval kohad broneeritud ning seetõttu jäi saarel käimata.

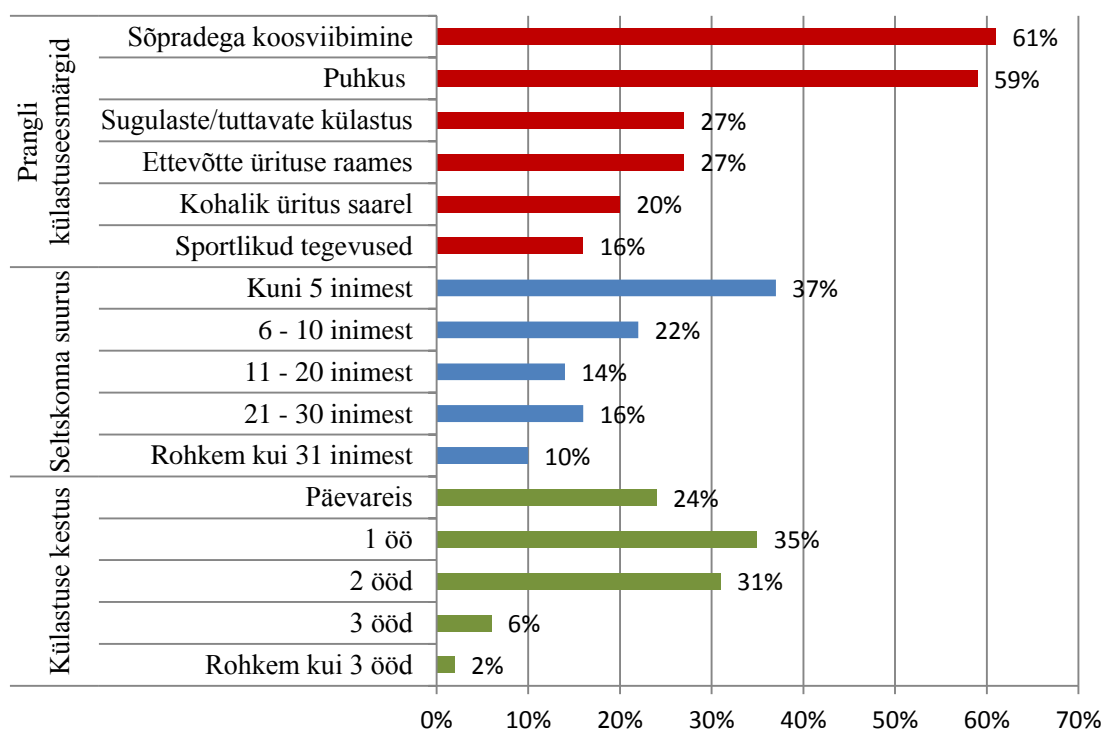


Joonis 4. Prangli saart mittekülastanute põhjused, miks nad ei ole Pranglit veel külastanud (autori koostatud).

Kolmas küsimustiku osa oli suunatud Prangli saart külastanud inimestele. Selle osa esimese küsimusega sooviti välja selgitada külastuse eesmärgid (vt Joonis 5). Enim vastanutest külastasid Prangli saart sõpradega koosviibimise ja puhkuse käigus, vastavalt 61% ja 59%. Sarnaselt külastati saart sugulaste/tuttavate külastuse eesmärgil (27%) kui ka ettevõtte ürituse raames (27%). Vähem on saart külastatud kohaliku saare ürituse raames (20%) ja sportlike tegevuste raames (16%), muudest põhjustest (18%) toodi sagedamini välja tööalased põhjused (6%) ning seenel ja marjul käimised (4%).

Järgmisena soovis autor teada saada seltskonna suurus, kellega Prangli saart (viimati) külastati (vt Joonis 5). Keskmise seltskonna suurus jääb vahemikku 6-10 inimest, seda kinnitasid ka intervjuud majutustevõtete juhtidega, kus neljast kolm ütlesid keskmiseks külastajate suurusks 10-15 inimest, vaid üks intervjuueeritavatest vastas, et

seltskonna suurus on tavaliselt üle 20. Vastanutest kõige enam külastati Pranglit kuni viieliikmelise seltskonnaga (37%), 22% vastanutest külastas Pranglit 6-10-liikmelise seltskonnaga. 11-20-liikmelise grupiga külastas 14% vastanutest ning 21-30 inimesest koosneva grupiga käis Pranglil 16% vastanutest. Seltskonnaga, mille suurus oli rohkem kui 31 inimest, külastas vastanutest 10%. Uuringust selgus, et päevareise eelistab väiksema suurusega seltskond, kuni 5 inimest, samas kui suuremad seltskonnad eelistavad saarel viibida 1 öö.

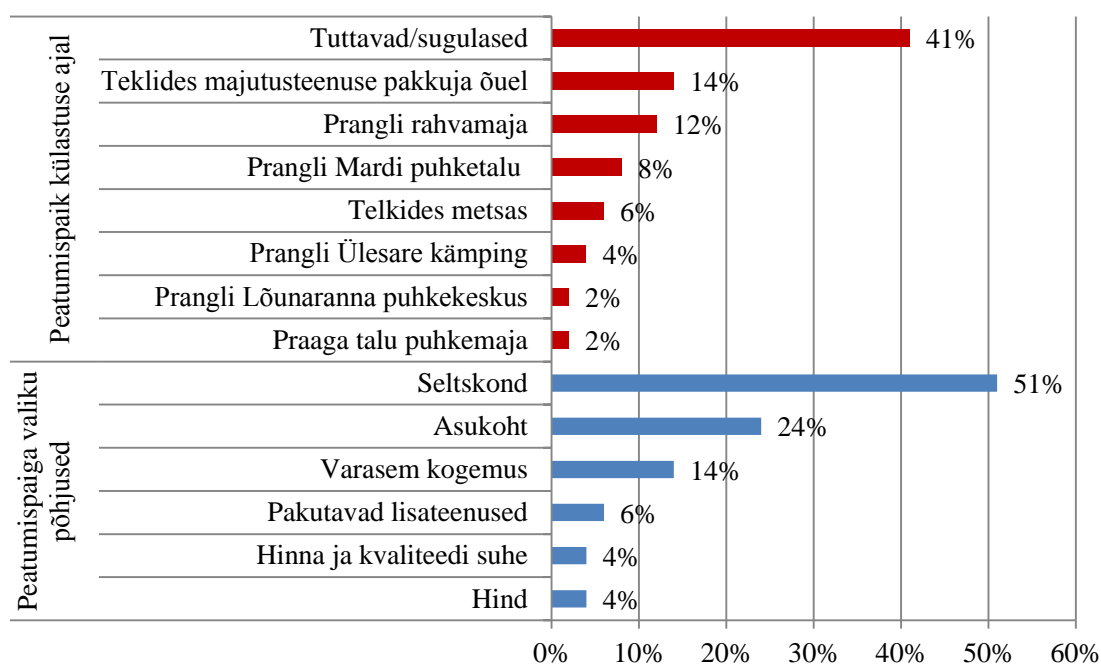


Joonis 5. Prangli saare külastuse eesmärk, seltskonna suurus ja külastuse kestus (autori koostatud).

Küsimusele kus peatusite külastuse ajal (vt Joonis 6), juhul kui tegu oli ööbimisega reisiga, vastati kõige enam, et peatuti tuttavate/sugulaste juures (41%), millest võime järeldada, et inimestel puudub suures osas info Prangli saarel turismiteenuseid pakkuvatest ettevõtetest või on saarele suvila soetanud inimesed toonud kaasa ka oma tuttavad. Sellele järgnes telkides mõne külalistemaja, rahvamaja või tuttava õuel (14%). Kolmandana oli populaarne rahvamaja kasutamine ööbimiskohana (12%), nende vastanute puhul oli tegu suurema seltskonnaga, 21 – 30 inimest või rohkem kui 31 inimest. Selline seos tekib seetõttu, et Prangli rahvamaja majutab enamjaolt vaid grupe ning ei tegele üksikisikute majutamisega, samuti olid selle valiku teinud vastajad

lisanud ka info, et valik sai tehtud ürituse raames. Prangli Mardi Puhketalus ööbis 8% vastanust. Metsas telkides ja Prangli Ülesare kámpingus ööbis vastavalt 6% ja 4% vastanutest. Prangli Lõunaranna puhkekeskuses ja Praaga talu puhkemajas ööbis kummaski 2% vastanutest. Muu alla oli lisainfona kirjutatud kaks korda (4%), et ööbiti sadamas, oma alusel. Samas oli vastatud ka, et ei mäleta, millise majutusasutusega tegu oli ning ühe vastaja puhul oli tegu Prangli koolimajas ööbimisega.

Järgmisena tahtis töö autor teada, mis sai peatumispaiga valikul määravaks (vt Joonis 6). Nagu ka eelmise küsimuse tulemused näitasid, peatuti kõige sagedamini tuttavate/sugulaste juures, mistõttu oli ka sellele küsimusele kõige sagedamini vastatud, et peatumispaiga valikul sai määravaks seltskond (51%). Sellele järgnes 24%-ga asukoha olulisus, varasem kogemus sai otsustavaks 14% vastanutele. Vähem valiti, et määravaks said pakutavad lisateenused (6%), hinna ja kvaliteedi suhe (4%) ja hind (4%). Muu alla (12%) oli selgituseks pandud, et ööbimiskoht oli tasuta, grupijuht otsustas ööbimiskoha üle ning mõnel korral otsustati peatumispaik ürituse raames.



Joonis 6. Prangli saart külastanud turistide peatumispaigad ning põhjused peatumispaiga valikule (autori koostatud).

Selgitamaks välja külastanud turistide hinnangut Prangli saarel pakutavatele teenustele, kaardistas töö autor kõik teenused, mida Pranglis tegutsevad ettevõtjad pakuvad.

Seejärel lasti iga teenust, mida klient on kasutanud, hinnata 4-palli süsteemis, millest number 1 tähistas „ei ole rahul“, number 2 „pigem ei ole rahul“, 3 „pigem rahul“, 4 „rahul“ ning valikus oli ka vastus „ei oska öelda“ (vt Joonis 7). Vastust „ei oska öelda“, ei saa pidada tõseks, kuna küsimus ei olnud piisavalt hästi formuleeritud. Vastajad vastasid tihti „ei oska öelda“ kõikide selliste teenuste kohta, mida nad ei olnud üldse tarbinud, ei mäletanud enam muljet või ei tahtnud hinnangut anda.

Vastajatest 14 (29%) ei olnud kasutanud ühtegi teenust, mis tähendab, et saarele tuldi oma alusega, mitte liinilaeva või muu renditud transpordivahendiga. Vastajatest 32 (65%) kasutas saarele saamiseks liinilaeva, mida hinnati enamasti vastustega „pigem rahul“ ja „rahul“ vastavalt 16 (33%) ja 15 inimest (31%), vaid üks vastaja ei olnud liinilaevaga rahul. Meretransporti saarele purjelaeva, kaatri või mõne muu rendialusega hindas 12 inimest (24%) hindega 4 ehk „rahul“, 3 inimest (6%) hindas „pigem rahul“ ning üks inimene (2%) hindas „pigem mitte rahul“.

Korraldatud turismireise vaatamisväärsuste juurde hindas 14 inimest (29%), kellest 7 (14%) olid teenusega „pigem rahul“ ning 6 (12%) „rahul“, vastajatest üks (2%) ei olnud teenusega rahul. Giiditeenust võõrkeeles hindas vastajatest vaid kolm (6%), kellest 2 (4%) olid teenusega „rahul“ ning üks (2%) „pigem ei olnud rahul“ ja giiditeenust eesti keeles kasutas 8 vastanut (16%), kellest 7 (14%) oli teenusega „rahul“ ning üks (2%) „pigem rahul“.

Puukoja külastust hindasid 6 (12%) inimest, kellest 6 (12%) olid teenusega „pigem rahul“ ning üks (2%) „väga rahul“. Muuseumi külastust hindasid 15 inimest (31%), kellest 7 (14%) olid teenusega „rahul“, 6 (12%) olid „pigem rahul“, kaks vastajat pigem ei olnud teenusega rahul ja üldse mitte rahul.

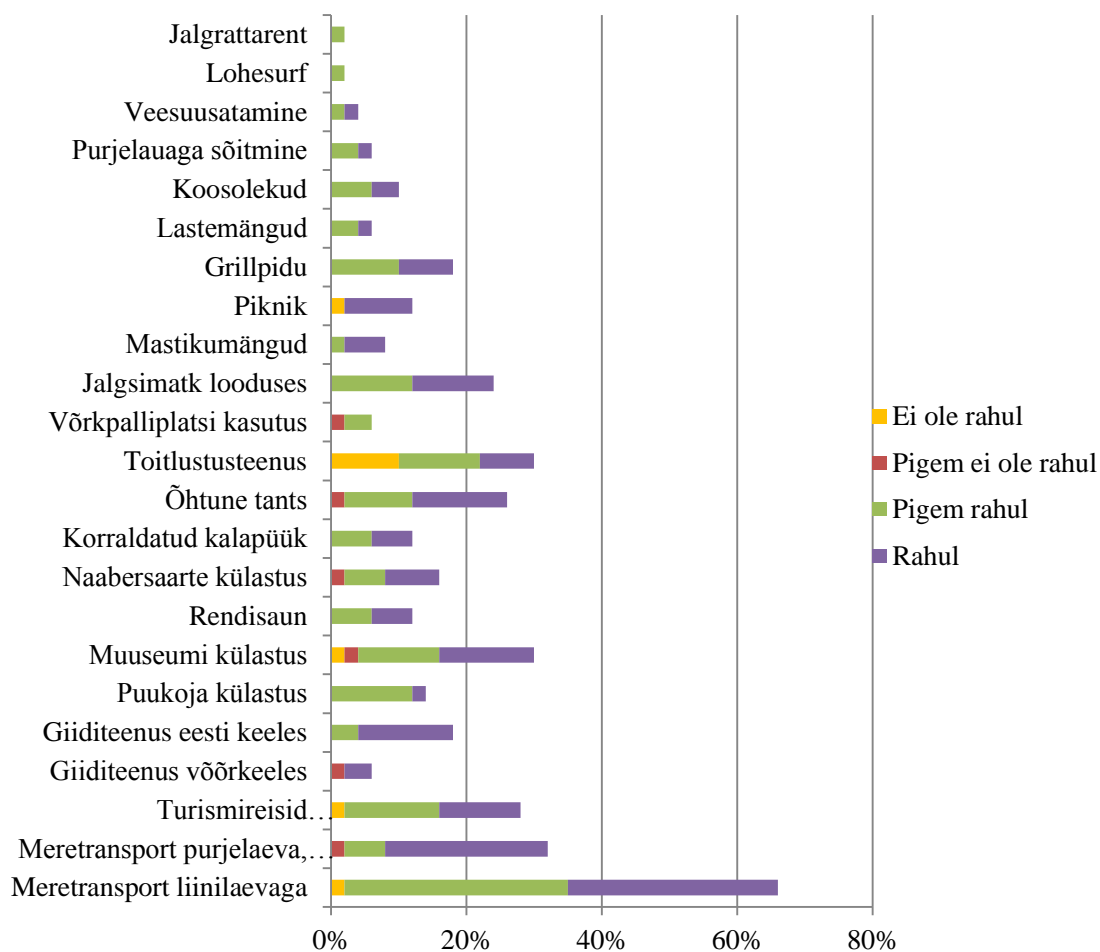
Rendisauna kasutasid vastanutest 6 (12%) inimest, millega oldi võrdselt nii „rahul“ (6%) kui „pigem rahul“ (6%). Naabersaarte külastuse teenust kasutas vastanutest 8 inimest (16%), kellest 4 (8%) oli teenusega „rahul“, 3 (6%) oli „pigem rahul“ ning üks (2%) „pigem ei olnud rahul“. Korraldatud kalapüüki kasutas vastanutest 6 (12%) inimest, millega võrdselt oldi nii „rahul“ (6%) kui ka „pigem rahul“ (6%). Õhtust tantsu bändi või lõõtsamehega hindas 13 vastajat (27%), kellest 7 (14%) olid „rahul“, 5 (10%) „pigem rahul“ ning üks (2%) „pigem ei olnud rahul“.

Toitlustusteenust hindas 15 (31%) vastanut, kellest 6 (12%) olid teenusega „pigem rahul“, 5 (10%) „ei olnud rahul“ ning 4 olid teenusega „rahul“. Majutusasutuse võrkpalliplatsi kasutas 3 (6%) vastanut, kellest 2 (4%) hindas teenust „pigem rahul“ ning üks (2%) „pigem ei ole rahul“. Korraldatud jalgsimatka looduses hindas 12 inimest (24%), millega oldi võrdselt nii „rahul“ kui „pigem rahul“. Korraldatud maastikumängu hindas vastajatest 4 inimest (8%), kellest 3 (6%) olid „rahul“ ning üks (2%) „pigem rahul“.

Korraldatud piknikku ning grillipidu hindasid vastavalt 6 (12%) ja 9 inimest (18%) . Piknikuga olid „rahul“ 5 inimest (10%) ja üks (2%) „ei olnud rahul“. Grillipeoga olid 5 (10%) „pigem rahul“ ning 4 (8%) „rahul“. Korraldatud lastemängu olid kasutanud vastanutest 3 inimest (6%), kellest 2 (4%) olid teenusega „pigem rahul“ ning üks (2%) „rahul“. Korraldatud koosolekut kasutas vastanutest kokku 5 inimest (10%), kellest 3 (6%) olid teenusega „pigem rahul“ ning 2 (4%) „rahul“.

Purjelauaga sõitsid Pranglis vastanutest kokku 3 (6%), kellest 2 (4%) olid teenusega „pigem rahul“ ning üks (2%) „rahul“. Veesuusatamist ning lohesurfi kasutasid vastanutest vastavalt 2 (4%) ja üks inimene (2%). Veesuusatamist hindas üks vastajatest (2%), et on „rahul“ ning teine (2%) „pigem rahul“, lohesurfi hinnati (2%) „pigem rahul“ vastusega. Vastanutest üks inimene (2%) rentis Prangli saare külastuse ajal jalgratast ning hindas teenust „pigem rahul“. 4 vastanut (8%) valisid vastusevariandiks „ei kasutanud ühtegi teenust“.

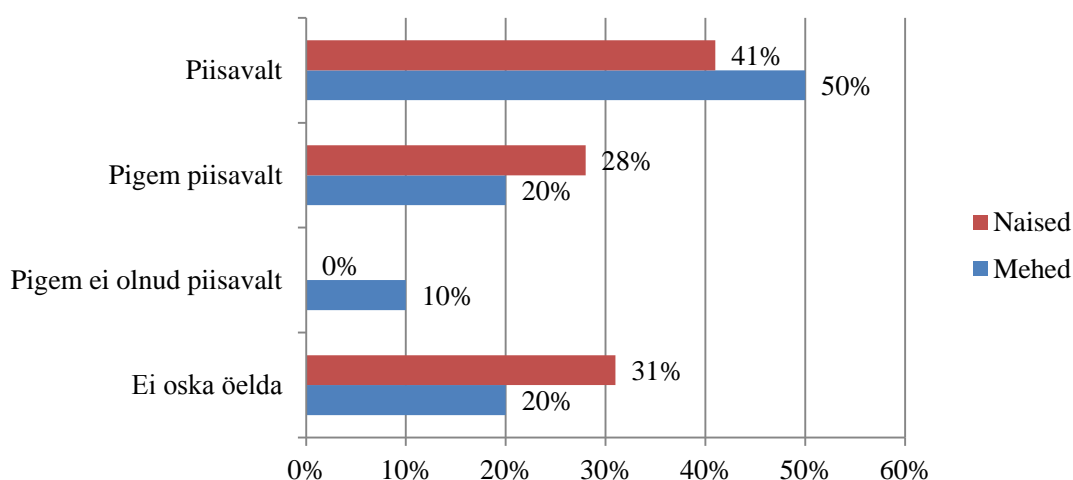
10% kõikidest vastajatest (5 vastajat) ei olnud toitlustusteenusega üldse rahul (vt Joonis 7). Prangli saare puhul on selline negatiivne tulemus ka õigustatud. Viiest vastajast 4 olid Pranglisse tulnud nii, et ööbiti sugulaste/tuttavate juures või oma alusel, millest võime järeldada, et saarel otsiti toitlustusvõimalust või vähemalt poodigi, kust süüa osta. Kohalikus kaupluses puuduvad autori hinnangul tihtilugu esmatarbekaubadki. See tähendab, et saarele tulevad külalised, kes ei ole eelnevalt toitlustusteenust tellinud või oma sööki kaasa võtnud, peavad leppima küpsiste, kartulikrõpsude ja isegi palja vorsti söömisega. Suviti on avatud ka kiosk „Must Luuk“, kust saab osta karastusjooke ja suupisteid, aga korralikku sooja toitu saarelt ilma ettetellimiseta ei saa.



Joonis 7. Külastajate hinnang kasutatud teenustele (autori koostatud).

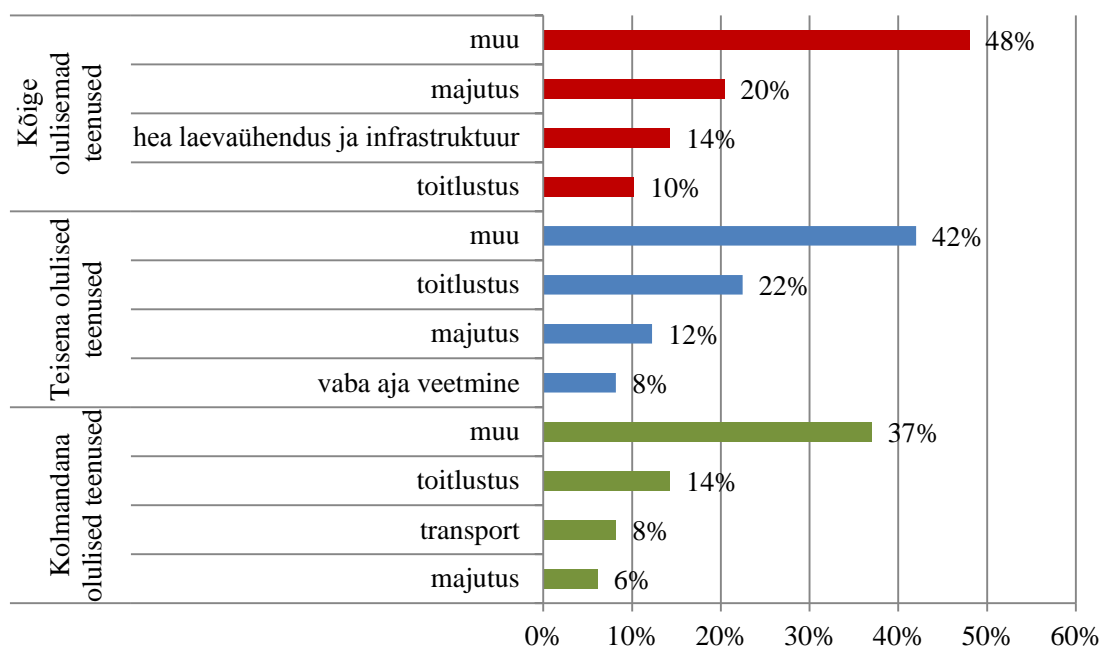
Ankeetküsitlusega sooviti ühtlasi teada saada, kas respondentide jaoks on Prangli saarel piisavalt vaba aja veetmise võimalusi (vt Joonis 8). Pooled vastanud meestest (10 vastanut) ja 41% naistest (12 vastanut) leidsid, et Prangli saarel on „piisavalt“ vaba aja veetmise võimalusi. Samas tekib küsimus, mille järgi teenuste „piisavust“ hinnati, kuna 12-st naisest, kes valisid vastusevariandi, et Pranglis on „piisavalt“ vaba aja veetmise võimalusi, kasutasid pooled (6 vastajast) ainult ühte teenust loetletust. Ülejäänud aeg kulus mittekorraldatud puhkusele – rannas, omapäi matkates, tuttavatega lobisedes vms ja rohkem kui ühte teenust polnudki vaja. 20% meestest (4 vastanut) ja 28% naistest (8 vastanut) leidis, et Prangli saarel on „pigem piisavalt“ vaba aja veetmise võimalusi. Samas on ka see tulemus kaheldav, kuna 8-st vastanud naisest üks märkis vastuseks, et ei kasutanud ühtegi teenust, 3 märkis, et kasutas vaid ühte teenust. 50% vastanutest kasutas ühte või vähem teenust, kuid hindasid „pigem piisavalt“ vastusega. Seda, et

Prangli saarel „pigem ei ole piisavalt“ vaba aja veetmise võimalusi arvasid 10% meestest (2 vastanut) ja naiste seas vastanud puudusid.



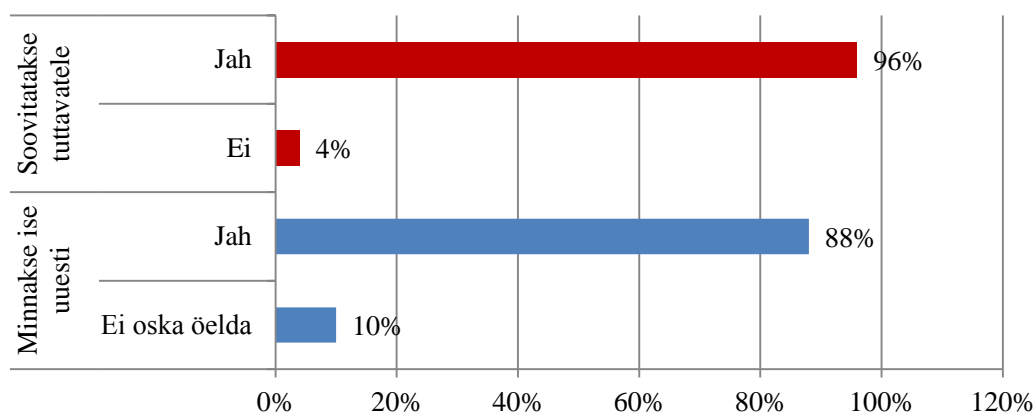
Joonis 8. Vastanud naiste ja meeste hinnang vaba aja veetmise võimaluste piisavusele (autori koostatud).

Edasi sooviti teada saada kuni viis teenust, mis on vastaja jaoks kõige olulisemad, et puhkus oleks terviklik ja nauditav, alustades kõige olulisemast (vt Joonis 9). Kõige tihedamini peeti majutust (20%) olulisimaks teenuseks, et puhkus oleks terviklik ja nauditav. Sellele järgnesid hea infrastruktuur ja laevühendus (14%), toitlustusvõimalused (10%), looduskeskkond ning reisiseltskond. Vastanutest 4 inimest ei vastanud üldse sellele küsimusele. Olulisuselt teisel kohal oli kõige tihedamini toitlustus (22%), sellele järgnes majutus (12%), vaba aja veetmise võimalused (8%) ja transport. 8 inimest jätsid teise lahtri tühjaks, mis tähendab, et nad märkisid vaid ühe kõige olulisema teenuse. Kolmandana järjestati olulisimaks toitlustus (14%) seejärel transport (8) ning majutus (6%) lisati teeviitade ja info olemasolu olulisusele. Vastanutest 17 jätsid kolmanda lahtri tühjaks ning kirjutasid vaid kaks olulisemat teenust. Neljandana oluliseks märgiti kohalikud vaatamisväärsused ning üritused. Samas oli märgitud kahel korral oluliseks ka teeninduse kvaliteet. Neljanda lahtri jätsid täitmata 31 respondenti. Viiendaks oluliseks teguriks peeti vaba aja veetmise võimalusi ning sportimisvõimalusi või spordivahendite laenutust. Ka transporti mainiti kahel korral. 36 respondenti jätsid 5. lahtri täitmata.



Joonis 9. Küllastajate hinnang olulisematele turismiteenustele, et puhkus oleks terviklik ja nauditav (autori koostatud).

96% (47 inimest) vastajatest soovitsid saart küllastada ka oma tuttavatel ning 88% (43 inimest) küllastaksid Prangli saart ka tulevikus (vt Joonis 10). 97% vastanud naistest (28 naist) ja 95% vastanud meestest (19 meest) soovitsid saart küllastada ka oma tuttavatel. Üks (3%) vastanud naistest ja üks vastanud meestest (5%) ei soovitsid tuttavatel saart küllastada. 86% naistest (25 naist) ja 90% meestest (18 meest) küllastaksid Prangli saart uuesti, 10% nii mehi (2 meest) kui naisi (3 naist) ei oska öelda, kas nad küllastaksid saart uuesti.



Joonis 10. Külasthanud vastajate soovitusel Prangli saart ka tuttavatel külastada ja nende soov ise tulevikus uuesti saarele minna (autori koostatud).

Viimasena paluti vastajatel põhjendada miks nad külastaksid/ei külastaks Pranglit tulevikus. Mitmel korral põhjendati, et külastajad tuleksid tagasi, kuna seal on mitmekesine ja ilus loodus (16%) ning seal on hea puhata ja lõõgastuda (12%), vastati ka, et saar on omapärane, eksootiline ja saarel on oma suuruse kohta küllaltki palju vaatamisväärsusi (10%). Tihti lisati, et reis saarele jäi liiga lühikeseks ning ei jõutud kõikjal käia, mistõttu on soov saarele naasta. Mõnel korral lisati, et soovitakse näha saarel toimunud muutusi, kuna käidi saarel viimati 20 aastat tagasi. Välja oli toodud ka see, et mandril olevad piirangud saarel ei kehti, et saarel on kogukonna oma reeglid, kuid samas miinusena lisati mootorsõidukite rohkus saarel. 5 (10%) vastanut ei osanud öelda, kas nad külastaksid Pranglit uuesti või mitte ning põhjuseks toodi, et saar oli tühi või et minnakse siis, kui seal toimub mõni huvitav üritus. Mitte ükski vastaja ei öelnud, et ta Pranglit enam ei külastaks. Üks respondent (2%) jättis sellele küsimusele vastamata.

3.3. Uuringul põhinevad järeldused, ettepanekud ja rakenduskava

Läbiviidud uuringud andsid palju informatsiooni käsitletava teema kohta ning töid välja ilmsed kitsaskohad maapiirkonna ja sealsete turismiteenuste arendamisel, millest töö algusjärgus puudusid töö autoril teadmised.

Infot Prangli saare kohta saadakse kõige enam tuttavatelt/sugulastelt ja see käib nii Prangli saart külastanud kui ka mittekülastanud inimeste kohta. Selline tulemus näitab selgesti, et üks parimatest kanalitest positiivse sõnumi edastamisel on nõ suust-suhu reklaam ehk inimesed räägivad oma headest kogemustest edasi. Teisest küljest on see ilmselge märk saare kui reisisihi vähesest turundamisest teiste allikate kaudu. Ettevõtjatel on võimalik kasutada erinevaid internetiallikaid, nii tasuta kui tasulisi, kuid neid kasutatakse vähe. Viimsi vallavalitsuse kodulehel ei ole turismialast infot, mis annaks selge ülevaate nii saartel kui poolsaarel asuvatest majutus- ja toitlustusasutustest ning pakutavatest lisateenustest.

Prangli saart külastavad erinevas vanuses külalised, kelle eesmärkideks on eelkõige sõpradega koosviibimine ja puhkus ning seda looduslikult kaunis kohas. Prangli saart külastatakse enamjaolt väikse seltskonnaga ning saarel viibitakse keskmiselt 1,25 ööd. Küsitlus viidi läbi veebruari kuus *Tourest 2013* messi raames, mis tähendab, et küsitleti ka selliseid inimesi, kes külastasid Prangli saart u 20 aastat tagasi, mistõttu ei mäletatud täpset seltskonna suurust ning puudusid ka igasugused turismiteenused saarel. Tulevikus tuleks küsitlusi läbi viia külastaja tagasisõidul Pranglist mandrile liinilaev „Vesta“ peal, mil külastaja hindab ning mäletab külastust kõige värskemalt ning ei teki olukordi, kus turismiteenuseid tuleb hinnata 20 aasta taguse kogemuse põhjal.

Seda, et külastajad viibivad Prangli saarel keskmiselt 1,25 ööd, näitasid ankeetküsitluste tulemused ja sellega nõustusid ka teenusepakkujad. Ühtlasi selgus, et tihti hindavad inimesed vaba aja veetmise võimalusi koguni olulisuselt teisel kohal olevaks. Selleks, et pikendada külastaja viibimist Prangli saarel, tuleks kujundada teenused nii, et külalisel jätkuks tegevusi mitmeks päevaks. Kuna aga tegevusi saarel pakutakse vähe, on ka külastuse aeg lühike. Ka intervjuudest selgus, et külastust aitaks pikendada erinevate teenuste olemasolu.

Uuringust selgus, et Prangli saart külastatakse kõige enam puhkuse veetmiseks ning sõpradega koosviibimiseks, mis tähendab, et kliendirühmad võib jaotada puhkajad ja peolised. Teenuste loomisel tuleks arvestada nende kliendirühmade eripäradega. Sõltuvalt külastuse eesmärkidest, on klientidel erinevad vajadused ja ootused, mistõttu saaks koostada paketid just nende kliendirühmade huve arvesse võttes. Lisaks

arvestades Prangli saare looduslikku mitmekesisust, koostada teenuste pakette ka loodushuvilistele, pakkuda loodusmatku või õppereise kooliperedele.

Kõige vähem oldi rahul toitlustusteenusega, mis on saarel suureks probleemiks. Intervjuudest selgus, et vajalikke toiduaineid kohalikust poest ei ole saada. Kaup tellitakse vastavalt kohalike tellimustele. Seega turist, kes saab erinevate allikate kaudu informatsiooni, et saarel asub toidupood, tegelikult sealt süüa osta ei saagi. Kohalikus poes ei ole esmatarbekaupu, et saarel söönuks saada ning puuduvad ka avalikud toitlustuskohad. Toit tuleb kas majutusasutuselt ette tellida või ise kaasa võtta. Kohalikud ettevõtjad on kaalunud avaliku toitlustuskoha teenuse loomist, kuna nõudlus on suur, kuid rahalised ressursid puuduvad ning ühtlasi väidavad nad, et see ei tasu ennast ära enne, kui saarele saab tulla rohkem külastajaid.

Ankeetküsitlusest tuli välja veel, et Prangli saarele ei saagi palju rohkem inimesi tulla, kuna liinilaeva kohad on suviti tihti täis ning erareisi tellimine väiksemale grupile liiga kulukas. Seda kinnitasid ka intervjuueeritavad, et saarele tulemise nõudlus on suurem, kui on kohtade arv regulaarreise tegeval liinilaeval. Paljud intervjuueeritavad pakkusid välja liinilaeva graafiku tihendamist kõrghooajal. Esiailgu Viimsi vallavalitsus laevaliiklust ei planeeri tihendada, kuna järgmisest aastast hakkab saare ja mandri vahet sõitma suurem liinilaev, mis osaliselt peaks parandama saarele pääsemise võimalusi. Samas ei ole see kindlasti probleemi täielik lahendus. Pakutud lahendust liinilaeva graafiku tihendamise näol Viimsi vallavalitsus lähitulevikus siiski ei kaalu, sest valla puuduvad hetkel rahalised ressursid. Prangli saare ettevõtjatel jällegi ei tasu turismiteenuseid arendada enne, kui on piisavalt külastajaid.

Koostööd saarel tehakse vaid suuremate gruppide majutamisel, mil üks majutusteenuse pakkuja kõiki külastajaid ära ei mahuta. Samas puudub igasugune koostöö pakettimisel või uute teenuste väljatöötamisel. Ettevõtjatel puuduvad rahalised ressursid nt toitlustuskoha loomiseks, kuid selle alast koostööd ei ole keegi kaalunud.

Üldine siht turismi arendamises Eesti mõtmes on konverentsi- ja ärituristid ning pered. Prangli saarel on rohkesti looduslikke võimalusi pereturismi arendamiseks, kuid tegevusi lastele pakutakse saarel minimaalselt ning puuduvad igasugused atraktsioonid lastele. Intervjuueeritavatest vaid üks leidis, et ka lastele oleks vaja atraktsioone või

erinevaid meelelahutuslikke ettevõtmisi. Projektide vahendusel raha taotlemine oleks sellisel juhul väga hea lahendus, kuid siia maani ei ole seda keegi veel teinud.

Intervjuudest selgus, et teenusepakkujad ootavad omavalitsuse suuremat panust turismi arendamisel, samas ei ole sellest avalikult räägitud ega kitsaskohti, mis takistavad teenuste arendamist, välja toodud. Intervjuust kommunikatsiooni- ja arendusjuhiga selgus, et omavalitsus ootab omakorda rohkem ettepanekuid ettevõtjatelt, kuid on selgelt välja öelnud, et turismi arendamine ei ole omavalitsuse eelistatud suund. Vallavalitsus on avatud koostööle ja leiab, et omavaheline koostöö on arendamisel väga oluline. Omavalitsus on seisukohal, et arendades kohaliku elaniku elukvaliteeti, areneb paralleelselt ka turism, kuid suuremat rõhku sellele ei panda.

Edasisteks tegevusteks ning jätkusuutlikuks arenguks Prangli saarel on äärmiselt vajalik, et omavalitsus hindaks turismimajanduse olulisust tänapäeval ning selle olulisust maapiirkonnas. Turismimajandus on ainuke majandusharu mis võib Pranglile veel töökohti luua ja seeläbi vähendada väljarännet mandrile. Turismi arendamine maapiirkonnas tõstab sealsete inimeste elukvaliteeti, vähendab väljarännet maalt linna, aitab säilitada sealset kultuuripärandit ning tagab sihtkoha säästva arengu. Maal turismi arendamine on päästerõngas, mis suurendab majanduslikku elujõulisust, stimuleerib sotsiaalset taaselustamist ning parandab elutingimusi maapiirkonnas. Senikaua kui ei ole omavalitsus leidnud neid positiivseid omadusi turismi arendamises, ei ole Prangli saar ka üldiselt võimeline jätkusuutlikuks arenguks. Saarepealne elanikkond vananeb ning noored lahkuvad maalt linna, kuna seal on paremad elatusvõimalused.

Ettevõtjate huvi turismi arendamise vastu Prangli saarel tuleneb soovist oma elukvaliteeti ning sissetulekut suurendada. Uurimusest lähtuvalt tuleks Prangli turismiteenuste arendamise nimel tegeleda alljärgnevate aspektidega, mida kajastab rakenduskava (Lisa 12). Esmalt tuleks luua Viimsi vallavalitsuses osakond, mis vastutaks turismi arendamise eest Viimsi vallas, seejärel soovitatakse palgata inimene, kes hakkaks ühise eesmärgi nimel ja koostöö toimimisega seotud tegevusi juhtima. Turismi arendamise juhi vastutusalaadeks oleksid terviklik sihtkoha arendamine, sealhulgas teenuste arendamise suunamine ning koostöö koordineerimine. Sellise juhi palkamine eeldaks, et tegemist on inimesega, kes on sellel alal kogunud ning tunneb hästi keskkonda ja sealseid võimalusi. Esialgu võib tunduda juhi palkamine ja osakonna

loomine liigse kulutusena, kuid turismimajanduse olulisuse tunnustamine ja selle oskuslik arendamine toob endaga kaasa uued arengusuunad ning pakub tööd suurele hulgale elanikkonnale.

Lisaks sellele, et turismi arendamise juht koordineerib tööd mandril, koordineeriks ta tööd ka saartel. Tänu sellele korraldataks koosolekuid või moodustatakse sidusrühm, kes vastutaks teatud piirkonna arenguvajaduste väljaselgitamise eest turismi arendamise eesmärgil.

Ettevõtjatele tuleks korraldada teenuste arenduskoolitusi, mille järel oskaksid nad paremini hinnata, kes on nende kliendid ja millest nad huvituksid, ning milliseid võimalusi saar teenusepakkujatele aktiivse puhkuse korraldamiseks annab. Luua tuleks ka ühine tegevuskava, mille käigus püstitatakse selged prioriteedid, konkreetne ajakava ning finantseerimisplaan. Tegevuskava täitmise eest vastutavad kõik selles osalenud ettevõtjad ning edukaks täideviimiseks on vajalik järjepidevalt koosolekute korraldamine.

Teenuste arendamist juhib turismi arendamise juht või tema poolt määratud inimene. Teenuste arendamine peab sisaldama iga teenuse põhjalikku analüüsi, vajalike ressursside loendit teenuste loomiseks ja/või arendamiseks ning pakkumiseks. Välja peab tooma orienteeruva kuupäeva ja teenuse pakkumise ajavahemiku millal teenust hakatakse pakkuma. Lähtuvalt uuringutulemustest tuleks esmalt arendada selliseid teenuseid, millest saarel on kõige suurem puudus, sh toitlustus. Seejärel tuleks arendada aktiivseid tegevusi, sh tuleb ära kasutada saare looduslikku mitmekesisust. Kui teenused on välja arendatud, tuleks koostada terviklik pakett, arvestades kliendirühmade eripäradega.

Uute pakettide puhul on soovitatav korraldada nõ proovipakkumisi, kus paketti palutakse katsetama tulla erinevatel kliendirühmadel ning pärast külastuselamust palutakse põhjalikku tagasisidet pakettide kohta. Nii uute pakettide raames, kui ka sihtkoha turunduse raames on vajalik teha pidevat turundustööd, kus oma panuse annab nii omavalitsus kui ettevõtted saarel. Teenuste arendamisel ja pakettide koostamisel oleks vajalik ka projektirahastus. Selleks tuleks kirjutada projekt EASile ning taotleda raha nt „Tootearenduse toetuse programmist“. Samas pakub EAS erinevaid koolitusi ja

toetuseid ettevõtete võimekuse arendamiseks ning koostööks. Ka selliste projektide kirjutamisest võiks Pranglile abi olla.

Teenuste arendamisel tuleb arvesse võtta ka võimalikke riske ja tekkida võivaid piiranguid. Arengut võivad pidurdada sotsiaalsete ja finantsressursside puudujääk, koostööpartnerite ühisosa puudumine ning külaelanike vastutegevus arendustegevustele. Lisaks võib lubade ja vajalike detailplaneeringute taotlemisel tekkida vastuolusid looduskaitsealadega.

KOKKUVÕTE

Käesoleva lõputöö uurimisülesanneteks oli anda teoreetiline ülevaade maaturismiteenuste arendamise võimalusest ning koostöö olulisusest maapiirkonnas; uurida klientide rahulolu Prangli saarel pakutavate teenuste kohta; kaardistada Prangli saare ettevõtjate hetkeolukord, nende omavahelised koostöövõimalused, kui ka koostöövõimalused omavalitsusega ning eesmärgiks oli saadud tulemuste põhjal esitada ettepanekuid teenuste arendamiseks. Eesmärk ja uurimisülesanded said täidetud.

Teoreetilisest käsitlest selgus kui oluline on teenuste mitmekesisus maapiirkonnas, nende võimalikult lihtne pakkumine kliendile ning aktiivne olemus. Teenuste ostmisel on külastajale oluline mugavus, valikuvõimalus, teenuste kvaliteet, omapära ja terviklikkus. Terviklik pakett, mida kliendil on mugav soetada, koosneb erinevatest osadest, mille hulka kuuluvad näiteks majutus, toitlustus ning mitmekülgsed rohkem või vähem aktiivsed vaba aja veetmise võimalused.

Teenuste loomisel on oluline tähelepanu pöörata kliendirühma vajadustele. Vastavalt kliendirühmale tuleks koostada ka terviklik teenus ehk pakett. Iga teenus peaks olema omanäoline ja huvitav, mida Prangli saare looduslikult mitmekesine keskkond ning sealne kohalik kultuur ka pakub. Maapiirkonnas saab mitmekesist teenustevalikut pakkuda vaid siis, kui sealsed ettevõtjad omavahel koostööd teevad. Samas ei saa ning finantsiliselt ei tasu ka ära ettevõtjatel uusi teenuseid luua senikaua, kuni omavalitsus ei toeta turismi arendamist sihtkohas. Kuna turismi arendamine Viimsi vallas ei ole vallavalitsuse prioriteet, ei pöörata sellele ka suuremat tähelepanu.

Töö teises osas kirjeldati teenuste pakkumise hetkeseisu Prangli saarel ning ettevõtjate tulevikuplaane teenuste arendamise osas. Ükski teenusepakkuja ei plaani uusi teenuseid oma ettevõttes, vaid mõni üksik neist lisab uuendusi juba pakutavatele teenustele. Lisaks käsitleti ka ettevõtjate omavahelist senist koostööd, mis on saare peal väga vähene. Peatükis antakse ülevaade erinevatest koostöövõimalustest turismiteenuste väljaarendamisel, mida saare omapära võimaldab.

Uuringutest selgus, et kõige enam ollakse rahulolematud toitlustusteenuse pakkumisega, mis leidis kinnitust ka intervjuude käigus. Toitlustusteenus Pranglis on vaid ettetellimisel majutusasutustest ja kuigi kohapeal on olemas kauplus, ei pakuta seal vajalikke esmatarbekaupu. Olemas on ka kiosk „Must Luuk“ mis pakub kergemaid suupisteid, kuid korralik toitlustuskoht saarel puudub. Paljud teenusepakkujad leidsid, et sellise teenuse järele on suur nõudlus, kui mitte ühelgi ei jätku raha sellise koha loomiseks ja teenuse pakkumiseks. Ilmnes ka tõsiasi, et enne ei tasu sellise teenuse pakkumine saarel ära, kui sinna ei pääse rohkem külastajaid. Uuringust tuli ühtlasi välja, et Pranglit külastavad enam peolised ja puhkajad, kes hindavad looduse ilu. Teenuste ja pakettide väljatöötamisel tuleks arvestada just nende kliendirühmade soovide ja ootustega.

Uuringute põhjal esitati järeldused ja ettepanekud, millele toetudes on võimalik teenuseid arendada ning koostööd edukamalt teha. Ettevõtjatel soovitati avameelsemalt probleemidest rääkida, ettepanekuid teha ning ära kasutada saare looduslike ressursse teenuste loomisel ning pakkumisel. Vallavalitsusel soovitati turismi arendamisse tõsisemalt suhtuda, seda eelkõige seetõttu, et turismimajandus on ainuke võimalus maapiirkonna jätkusuutlikkuse tagamiseks, omapära säilimiseks ja elukvaliteedi tõstmiseks.

Töö tulemusi arvesse võttes on teenuste edasise arendamise nimel vaja teha suuremat koostööd ettevõtjatel omavahel kui ka omavalitsusel ettevõtjatega. Parim võimalus selleks oleks vallavalitsuses vastava osakonna loomine või turismi arendamise juhi palkamine, kes vastutaks vajalike eelduste eest, et ettevõtjatel oleks võimalik teenuseid arendada. Samas oleks turismi arendamise juhi ülesandeks suunata ettevõtjaid ka omavahelisele suuremale koostööle ning anda vajalikud teadmised tootearendusest ja pakettimisest.

Käesolev töö võib olla nii teooria, teostatud uuringute kui ka ettepanekute kaudu abivahendiks sihtkohtadele, kus puudub senine koostöö ning nägemus arenguvajadustest. Järgnevalt tuleks uurida, kuidas sihtkohta maapiirkonnas tervikuna arendada ning kuidas omavalitsust paremini kaasata turismi arendamisse.

VIIDATUD ALLIKAD

Abiks RAK meetme 3.3 taotlejale - Maaturismiettevõtlusega alustajale. 2005.

Põllumajandusministeerium. [http://www.agri.ee/public/abiks_taotlejale_3.3.pdf]

15.12.2012

Aktiivne puhkus. Puhka Eestis kodulehekülgl.

[<http://www.puhkaeestis.ee/et/otsing/aktiivne-puhkus?q=t%C3%B5uke#container-search>] 13.03.2013

Ashworth, G., Goodall, B. 1990. Marketing tourism places. London: Biddles Ltd.

Ateljevic, J., Page, S. J. 2009. Tourism and Entrepreneurship. Oxford: Elsevier Ltd.

Baum, T., Lundtorp, S. 2001. Seasonality in tourism. Oxford: Elsevier Science Ltd.

Bramwell, B., Lane, B. 2000. Tourism Collaboration and Partner: Politics, Practice and Sustainability. Suurbritannia: Biddles Ltd.

Carlsen, J., Butler, R. 2011. Island Tourism: Towards a Sustainable Perspective.

Cambridge: CABI International.

Cave, J., Ryan, C., Panakera, C. 2007. Cultural Tourism Product: Pacific Island

Migrant Perspectives in New Zealand. Journal of Travel Research, Vol. 45 (4), pp. 435-443.

Clarkson, M. B. E. 1995. A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. Academy of Management Review 20:92 117.

Dasgupta, D. 2011. Tourism Marketing. New Delhi: Dorling Kindersley Ltd.

Dodds, R., Graci, S. 2008. Innovations and Barriers to Achieving Sustainable Tourism in Island Destinations. Facilitating Sustainable Innovations: Sustainable Innovation as a Tool for Regional Development.

[<https://gin.confex.com/gin/viewHandout.cgi?uploadid=181>] 12.03.2013

Dodds, R., Graci, S. 2010. Sustainable Tourism in Island Destinations. London: Earthscan.

Eelnõu 2012. Eesti riiklik turismiarenduskava 2014-2020 Eelnõu. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium.

[http://www.mkm.ee/public/turismiarenduskava_eelnou_2014_2020_191212.pdf]
29.11.2012.

Eesti ja Euroopa turism 2012. Ülevaade Eesti ja Euroopa turism 2012 (Uuendatud 12.03.2012). Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus.

[http://static2.visitestonia.com/docs/510580_eesti-turism-2012.pdf] 11.02.2013.

Eesti kaart.

[http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/f2/Eesti_viimsi_vald.png]
20.04.2013

Eesti statistika. Statistikaamet. [<http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/Saveshow.asp>]
13.03.2013.

Ekskursioonid Prangli saarele. Prangli Reisid OÜ koduleheküljel.

[<http://www.pranglireisid.ee/eksursioonid-prangli-saarele/prangli-island-tours>]
26.04.2013.

Gelbman, A., Sofer, M. 2011. New Directions in Contemporary Rural Tourism. Journal of Tourism Challenges and Trends, Vol. 4.1, pp. 5-7.

Hofstede, G. 1980. Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values.

Ivanovic, M. 2008. Cultural tourism. Cape Town: Juta & Company Ltd.

Ida-Virumaa turismiklaster. 2010. SA Ida-Viru Ettevõtluskeskus.

[http://www.ivek.ee/wp-content/uploads/2012/06/ivtk_strateegia-2011-2020-tegevuskava-2011-2013.pdf] 20.03.2013.

Käsiraamat loodusturismi ettevõtjale. 2007. SA Lõuna-Eesti Turism.

[<http://www.eas.ee/images/doc/ettevotjale/turism/looduspuhkus/loodusturismi%20ettev6tja%20kasiraamat%202007.pdf>] 07.05.2013.

Lebe, S. S., Milfelner, B. 2006. Innovative organisation approach to sustainable tourism development in rural areas. The International Journal of Systems & Cybernetics, Vol. 35 (7/8), pp. 1137-1141.

Majutused. Eesti maaturismi koduleheküljel.

[<http://www.maaturism.ee/index.php?id=ee&maakond=&teema=Majutused&liik=&otsing=>] 02.04.2013

Mardi puhketalu kodulehekülj.

[<http://www.mardipuhkemaja.ee/galerii/displayimage.php?album=1&pos=9>]

24.04.2013.

Napierala, M., Maik, W., Zukow, W. 2011. Selected Problems of Tourism, Recreation and Protection of Human Health. Radom: Radom University.

Nihalani, M. 2012. Eco-Tourism Service Quality and Ethical Practices: A Case Study of Tourist Satisfaction on the Desert Triangle of Rajasthan. Norderstedt: Grin Verlag.

Patterson, R. I. 2006. Growing Older: Tourism and Leisure Behaviour of Older Adults. Trowbridge: CAB International.

Poliitilised institutsioonid. 1998. Eesti Haldusjuhtimise Instituut.

[<http://www.riigikantselei.ee/arhiiv/atp/Koolitus/oppematerjal/polinst.htm>] 18.02.2013.

Praaga talu pukemaja kodulehekülj. [<http://www.praagapuhkemaja.com/galerii.html>]

25.04.2013.

Prangli puukoja kodulehekülj. [<http://www.pranglipuukoda.ee/new-page-9.htm>]

25.04.2013.

Prangli saare arengukava. 2007. Viimsi vallavolikogu.

[http://www.viimsivald.ee/public/Prangli_AK_10_08_final_.pdf] 9.12.2012.

Prangli talurahvamuseum. Prangli saarte muuseumi kodulehekülj.

[<http://www.prangli.ee/>] 18.03.2013.

Prangli Turismiühistu Ülesaare kämpingu kodulehekülj.

[<http://www.prangli.com/teenused/majutus-ulesaare-kampingus>] 25.04.2013.

Puhka Eestis kodulehekülje otsing Prangli.

[http://www.puhkaeestis.ee/et/otsing?q=prangli&utm_medium=button_search&utm_campaign=header&utm_source=ve] 26.04.2013

Rahvusvaheline turismimess Tourest.

[http://tourest.eu/index.php?&e_id=54&p_id=&s=5&e=1&lang=est] 13.03.2013.

Romantiline rannatee. Romantiline rannatee kodulehekülj.

[<http://www.rannatee.ee/parnumaa>] 25.03.2013.

Rural Tourism. Ecotourism in America.

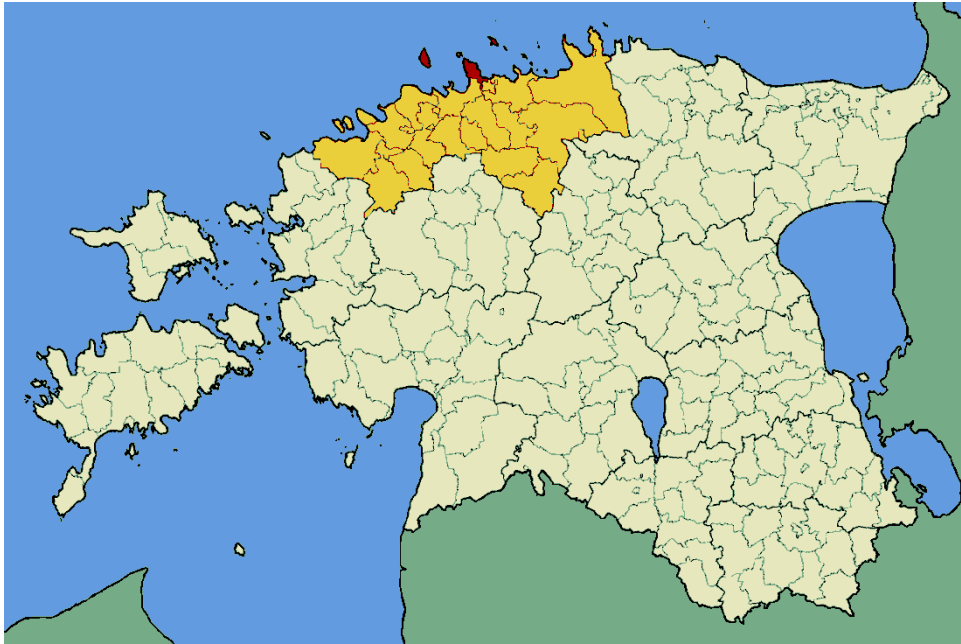
[<http://www.ecotourisminamerica.com/tools/definitions/>] 21.12.2012.

Sautter, T. E., Birgit, L. 1999. Managing Stakeholders: a Tourism Planning Model. Annals of Tourism Research, Vol. 26 (2), pp. 312-328.

- Sirakaya-Turk, E., Uysal, M., Hammitt, W., Vaske, J. J.** 2011. Research Methods for Leisure, Recreation and Tourism. Cambridge: CAB International.
- Soovitusi talu turismipaketi arendamiseks ja reklaamimiseks. Eestimaa Looduse Fond kodulehekülg. [<http://www.elfond.ee/et/teemad/teised-teemad/saeaestev-areng/maaelu-programm/demofarm/materjalid/soovitusi-talu-turismipaketi-arendamiseks-ja-reklaamimiseks>] 12.03.2013
- Tsiotsou, R. H., Goldsmith, R. E.** 2012. Strategic Marketing in Tourism Service. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Turismiarenduskeskuse ja partnerite tegevuskavade infopäev. 2012. Riiklik turismiarenduskava 2014 - 2020. Tallinn. 13.12.2012
- Turismiarenduskava koostamise ettepanek. 2012. Eesti riikliku turismiarenduskava 2014 - 2020 koostamise ettepanek. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. [<https://valitsus.ee/UserFiles/valitsus/et/valitsus/arenduskavad/arenduskavade-koostamise-ettepanekud/Eesti%20riikliku%20turismiarenduskava%202014-2020%20koostamise%20ettepanek.pdf>] 11.02.2013.
- Turismimarsruut Seto Külavüü. MTÜ Setomaa Turism. [<http://www.setoturism.ee/>] 25.03.2013.
- Turundusplaani koostamise juhendmaterjal. 2005. Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus. [http://www.eas.ee/images/doc/Avalikule_ja_mittetulundussektorile/Kulastuskeskkond/turundusplaani%20koostamise%20juhend.pdf] 17.04.2013
- Understanding Tourism: Basic Glossary 2008. World Tourism Organization. [<http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>] 11.12.2012.
- United Nations Conference on Sustainable Development. 2012. Outcome of the Conference. [http://www.unep.fr/scp/pdf/10YFP_english.pdf] 30.04.2013.
- Viimsi vald 90. 2009. Viimsi vallavalitsus. Tartu: OÜ Greif.
- Warn, S.** 2001. Recreation and Tourism: A Changing Industry. Great Britain: Epics.
- Weidner, S.** 2006. Seasonality in Tourism: A Review of Seasonality of Hotel Accommodation in New Zealand. Norderstedt: Grin Verlag.

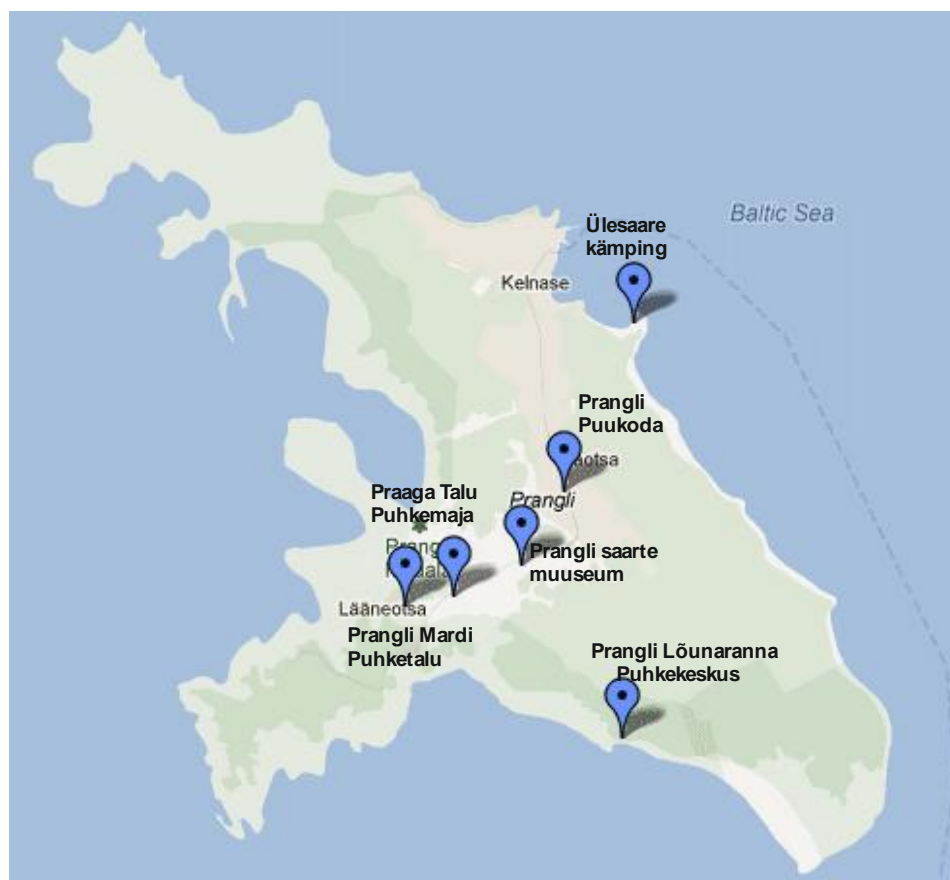
LISAD

Lisa 1. Harjumaa ja Viimsi valla paiknemine Eesti kaardil



Allikas: Eesti kaart

Lisa 2. Teenusepakkujate asukohad Prangli saarel



Allikas: Google Maps (ettevõtete asukohad märgitud autori poolt).

Lisa 3. Prangli Mardi Puhketalu



Allikas: Mardi puhketalu kodulehekülg

Lisa 4. Praaga talu puhkemaja



Allikas: Praaga talu pukemaja kodulehekülg

Lisa 5. Prangli Lõunaranna puhkekeskus



Allikas: Autori foto

Lisa 6. Ülesaare kämping



Allikas: Prangli Turismühistu Ülesaare kämpingu kodulehekül

Lisa 7. Prangli Reisid OÜ pakettreisi üks osa – autoekskursioon



Allikas: Prangli Reisid OÜ kodulehekül

Lisa 8. Prangli talurahvamuseum



Allikas: Prangli talurahvamuseumi kodulehekül

Lisa 9. Prangli puukoda



Allikas: Prangli puukoja kodulehekülg

Lisa 10. Ankeetküsitlus

Lugupeetud vastaja!

Olen Kristeli Kahro, Tartu Ülikooli Pärnu kolledži tudeng ning palun Teie abi Viimsi valla turismiarenduskava koostamise raames tehtava uuringu läbiviimiseks. Uuring on ka minu diplomitöö üheks osaks. Uuringu eesmärgiks on välja selgitada klientide teadlikkus Prangli saare olemasolu kohta ning hinnangut pakutavatele teenustele. Vastamine võtab aega umbes 10 minutit, sõltuvalt Teie kogemustest ning sisaldab kuni 19 küsimust.

1. Sugu:

Naine Mees

2. Vanus:

15 – 19 40 – 49
 20 – 29 50 – 59
 30 – 39 60 või vanem

Lisa 10 järg

3. Kus linnas/vallas Te elate?

4. Mida teate Viimsi vallast?

- See on mereäärne vald
- Seal on ujumisrannad, ujulad ja spaa
- Viimsi vallas on Tallinna lähisaared (Aksi, Naissaar, Prangli, Keri)
- Viimsi on hea koht elamiseks
- Sea on ilus loodus
- Seal on palju elanikke (valla suuruse kohta)
- Seal on mitmeid muuseume
- Seal on mitmeid restorane
- Seal on palju üritusi
- Muu:

5. Kas olete teadlik Prangli saare olemasolust?

- Jah Ei

Kui vastasite 5ndale küsimusele „Jah“, palun jätkake:

6. Mida teate Prangli saarest?

- See on üks püeiasustusega väikesaartest Eestis
- Seal on hea puhata
- Seal on säilinud saare omapära ja kultuur
- Seal on omapäraseid üritusi
- Seal on ilusad ujumisrannad ja loodus
- Muu:

7. Kust olete leidnud infot Prangli saare kohta?

- Trükiajakirjandusest
- Tuttavatelt/sõpradelt
- TV ja raadio
- Reisikorraldajalt/reisibüroolt
- Sotsiaalmeedia
- Turismiinfopunktist
- Viimsi valla kodulehelt
- Muu:
- Prangli saarel olevate majutusasutuste kodulehelt

8. Milliseid valikus olevaid Viimsi valla saari olete külastanud?

- Prangli
- Aksi ja/või Keri
- Naissaar
- Ei ole ühtegi nendest külastanud

Lisa 10 järg

Kui valisite ükskõik millise valikvastuse, aga Pranglit ei valinud, jätkake küsimusega 9.

Kui valisite ka Prangli, jätkake küsimusega 10.

9. Miks Te pole Prangli saart külastanud?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Asukoht on kaugel | <input type="checkbox"/> Halb maine |
| <input type="checkbox"/> Sinna minemine on kulukas | <input type="checkbox"/> Pole jõudnud minna |
| <input type="checkbox"/> Halb transpordiühendus | <input type="checkbox"/> Pole põhjust minna |
| <input type="checkbox"/> Ei tea, mida seal teha saab | <input type="checkbox"/> Muu: |

10. Millistel eesmärkidel olete Prangli saart külastanud?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Puhkus | <input type="checkbox"/> Ettevõtte üritus |
| <input type="checkbox"/> Sportlikud tegevused | <input type="checkbox"/> Tuttavate/sõprade külastus |
| <input type="checkbox"/> Sõpradega koosviibimine | <input type="checkbox"/> Kohalik saare üritus |
| <input type="checkbox"/> Muu: | |

11. Kui suur oli seltskond, kellega viibisite (viimati) Prangli saarel?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Kuni 5 inimest | <input type="checkbox"/> 21 – 30 inimest |
| <input type="checkbox"/> 6 – 10 inimest | <input type="checkbox"/> Rohkem kui 30 inimest |
| <input type="checkbox"/> 11 – 20 inimest | |

12. Kaut viibisite (viimati) Prangli saarel?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Teguts oli päevareisiga | <input type="checkbox"/> 3 ööd |
| <input type="checkbox"/> 1 öö | <input type="checkbox"/> Rohkem kui 3 ööd |
| <input type="checkbox"/> 2 ööd | |

13. Kus peatusite külastuse ajal? (Kui olete mitut peatumispaika kasutanud, märkige palun kõik)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Prangli rahvamajas | |
| <input type="checkbox"/> Prangli Ülesaare kämpingus (Prangli Turismiühistu) | |
| <input type="checkbox"/> Prangli Mardi puhketalus | |
| <input type="checkbox"/> Praaga talu puhkemajas | |
| <input type="checkbox"/> Prangli Lõunaranna puhkekeskuses | <input type="checkbox"/> Tuttavate/sõprade juures |
| <input type="checkbox"/> Telkides külalistemaja, rahvamaja, tuttavate õuel | |
| <input type="checkbox"/> Telkides metsas | |

Lisa 10 järg

Muu:

14. Mis määras peatumispaiga valiku?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Hind | <input type="checkbox"/> Seltskond |
| <input type="checkbox"/> Hinna ja kvaliteedi suhe | <input type="checkbox"/> Varasem kogemus |
| <input type="checkbox"/> Asukoht | <input type="checkbox"/> Muu: |
| <input type="checkbox"/> Pakutavad lisateenused | |

15. Palun hinnake neid turismiteenuseid, mida kasutasite saare külastamise ajal 4-pallisüsteemis (1 – ei ole rahul, 2 – pigem ei ole rahul, 3 – pigem rahul, 4 – rahul ning 5 ei oska öelda):

	1	2	3	4	Ei oska öelda
Meretransport saarele liinilaevaga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meretransport saarele purjelaevaga, kaatri või muu alusega	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Korraldatud turismireisid saare vaatamisväärsuste juurde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giiditeenus võõrkeeles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Puukoja külastus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muuseumi külastus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rendisaun	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naabersaarte külastus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Korraldatud kalapüük	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Õhtune tants bändi või lõõtsamehega	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Toitlustusteenus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Majutusasutuse võrkpalliplatsi kasutus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Korraldatud jalgsimatk looduses	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maastikumängud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Korraldatud piknik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Korraldatud grillipidu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Korraldatud lastemängud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Koosolekute korraldamine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Purjelauaga sõitmine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veesuusatamine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lisa 10 järg

Lohesurf

Jalgrattarent

Ei kasutanud ühtegi teenust

16. Kas Prangli saarel oli Teie jaoks piisavalt vaba aja veetmise võimalusi?

Piisavalt

Pigem piisavalt

Ei oska öelda

Pigem ei ole piisavalt

Ei ole piisavalt, põhjendage:

17. Märkige, millised teenused on Teie jaoks kõige olulisemad, et puhkus oleks terviklik ja nauditav, alustage kõige olulisemast ja märkige kuni 5 teenust:

1.
2.
3.
4.
5.

18. Kas soovitaksite oma tuttavatel saart külastada?

Jah Ei

19. Kas külastaksite Prangli saart ka tulevikus? Palun põhjendage oma vastust.

Jah, sest

Ei, sest

Ei oska öelda

Lisa 11. Intervjuu majutusteenuse pakkujatega

1. Mis aastast Teie majutusasutus külastajaid vastu võtab?
2. Kas pakute majutust ka madalhooajal?

Kui jah, siis mis aeg on Teie ettevõtte jaoks madalhooaeg ja kui palju on madalhooajal külastajaid?

Kui ei, siis mis kuud on madalhooaja kuud?

3. Kui suure seltskonnaga Teie majutusasutust kõige enam külastatakse?
4. Milliseid teenuseid hetkel külastajatele pakute ning milliseid neist kõige enam kasutatakse?
5. Kas kavandate ka uusi teenuseid või olemasolevate teenuste uuendamist?
6. Mis on Teie arvates Teie ettevõtte tugevused ja nõrkused?
7. Mida olete teinud eristumiseks teistest sarnastest pakkujatest? (Miks klient peaks just Teie ettevõtet eelistama teistele?)
8. Mida oleks Teie ettevõttel pakkuda, et külastajaid piirkonda meelitada?
9. Kas olete varem teinud koostööd turismi arendamisel teiste turismiteenuseid pakkuvate ettevõtetega saarel/mandril? Milles koostöö seisnes ja mis valdkonnas koostööd tehti?

Kui jah, kuidas hindate koostöö tulemusi?

Kui ei, siis miks ei ole koostööd tehtud ja kas plaanitakse teha?

10. Kas koostöö teiste ettevõtetega võiks muuta Prangli saare turistidele atraktiivsemaks?

Kui jah, siis kuidas?

11. Mis on Teie jaoks oluline koostööd tehes? Millega peaksid koostööpartnerid kindlasti arvestama?
12. Kas pakute teenuseid ka ühtse paketi raames (teenustekomplekse)?

Kui jah, siis:

Millistest teenustest pakett koosneb?

Mis põhimõttel toimus paketi koostamine (millest lähtuti paketi koostamisel, kelle soovitustest, millistest uuringutest lähtuvalt just selline pakett koostati?)

Kuidas toimub paketi müümine? (Kes on juhtpartner paketis? (Kas müüvad kõik paketis osalejad või ainult üks kokkulepitud ettevõtte või hoopis keegi vahendaja (reisibüroo))

Lisa 11 järg

13. Millised probleemid vajaksid Teie arvates esmajoones lahendamist, et oleks võimalik pakkuda teenuseid ühtse pakulina?

14. Majutusteenuse pakkujad pakuvad palju sarnaseid lisateenuseid (ekskursioonid, transport, toitlustus jne.) – kas see on tekitanud probleeme? Milliseid?

Kui jah, siis mis oleks lahendus?

15. Kas Teie arvates mõjuksid ettevõtjate ühised huvid ja eesmärgid ning koostöö külaelule tervikuna positiivselt?

Kui jah, siis kuidas?

16. Kas turismi arendamine saarel on kogukonnale meeltemööda? Aga teenusepakkujatele?

17. Kas kogukond on kaasatud turismi arendamisse?

Kui jah, siis kuidas on kaasatud?

Kui ei, siis kas turismi arendamine ilma eelneva kogukonnaga arutlemist on tekitanud probleeme kogukonna jaoks?

18. Kas Pranglile on tekkinud uusi töökohti tänu turismi arendamisele?

Kui jah, siis milliseid?

19. Läbiviidud ankeetküsitlusest selgus, et keskmiselt ööbiti Pranglis 1,25 ööd, mis tähendab, et enamjaolt viibitakse saarel vaid 1 öö. Millest võib tuleneda nii lühiajaline saarel viibimine?

20. Kuidas omavalitsus toetab turismi arendamist saarel ning kas olete toetusega rahul?

Kuidas võiks paremini/efektiivsemalt toetada?

21. Läbiviidud ankeetküsitlusest selgus, et suvisel ajal on tekkinud probleeme saarele saamisega – liinilaeva kohad on täis. Kuidas saaks seda probleemi lahendada?

Lisa 12. Turismialaste ettepanekute rakenduskava

Arendustegevus	Tähtaeg	Teostaja	Vastutaja	Ressursid	Tulemuste mõõtmiste indikaatorid
Turismiarenduskava koosolekud	September 2012- August 2013	Viimsi vallavalitsus	Abivallavanemad ja kommunikatsiooni- ja arendusjuht	Töötajad, tööaeg, koosolekutel osalejad (ettevõtete esindajad)	Koosolekute käigus märgitakse ühiselt vajalikke sisendeid turismiarenduskava tarvis
Turismiosakonna loomine Viimsi vallavalitsusse	Oktoober- November 2013	Viimsi vallavalitsus	Abivallavanemad ja kommunikatsiooni- ja arendusjuht	Töötajad, tööaeg, omavalitsuse palgakulu	täielikult turismi arendamisele spetsialiseerunud osakonna loomine
Turismiarenduse juhi palkamine	November 2013	Viimsi vallavalitsus	Personali eest vastutav isik	töötaja, tööaeg, omavalitsuse palgakulu	töö jaoks kompetentne inimene on palgatud/ on omandanud vajalikud teadmised
Koosolek Prangli saare teenusepakkujatega	November 2013	Viimsi vallavalitsus	Turismiarenduse juht	töötajad, tööaeg, ettevõtete juhid	Kokku on kogutud teenusepakkujate ideed ja mõtted turismiteenuste arendamiseks
Prangli saare ettevõtjate turismiteenuste arendamise koolitus	Detsember 2013	Viimsi vallavalitsus	Turismiarenduse juht	töötaja, tööaeg, ettevõtete juhtide ajakulu	Ettevõtete juhid on omandanud teadmised turismiteenuste arendamise osas

Lisa 12 järg

Prangli saare teenusepakkujate tegevuskava loomine, ajakava- ja finantsplaneerimine	Jaanuar 2014	Viimsi vallavalitsus	Turismiarenduse juht	töötaja, tööaeg	Ideed ja mõtted on analüüsitud, tegevuskava koostatud, ressursid kaardistatud ning ajakava olemas
Prangli saare tervikliku teenuse/paketi loomine	Jaanuar 2014	Viimsi vallavalitsus	Turismiarenduse juht	töötaja, tööaeg	Külastajatele on kokku pandud tervikteenus, määratud on juhtpartner ja müügikohad
Prangli saare sihtkoha ja paketi reklaam	Alates veebruar 2014 (pidev)	Prangli saare ettevõtte, Viimsi vallavalitsus	Ettevõtete juhid, turismiarenduse juht	reklaamikulud, töötaja tööaeg, ettevõtjate aja ja rahakulu	Tehakse sihipärast reklaami
Prangli saare teenuste loomine ja edasiarendamine	Veebruar - Juuni 2014	Prangli saarel asuvad ettevõtte	Iga ettevõtte juht vastutab oma teenuse eest	ettevõtjate ajakulu	Parendatakse ja luuakse uusi teenuseid
Prangli saare erinevate teenuste pakettide loomine, nende valikuvõimaluste tagamine külastajatele	Veebruar - juuni 2014	Prangli saarel asuvad ettevõtte	Ettevõtete juhid vastutavad ühiselt ning iga teenusepakkuja vastutab oma teenuse eest	ettevõtjate ajakulu	külastaja saab ise valida, millest tema pakett koosneb, vajadusel pakutakse ka selliseid teenuseid, mida igapäevaselt ei kasutata

Lisa 12 järg

Ühisprojekti kirjutamine EASile	Märts - August 2014	Prangli saarel asuvad ettevõtted, Viimsi vallavalitsus	Ettevõtete juhid, turismiarenduse juht	ettevõtjate ajakulu, töötaja, ajakulu	Prangli saare turismiteenuseid arendav projekt EASile on koostatud
Projektirahade abil uute teenuste loomine ja arendamine, Viimsi turismiarendukava 2014 - 2020 rakendamine	2014 - 2020	Prangli saarel asuvad ettevõtted, Viimsi vallavalitsus	Ettevõtete juhid, turismiarenduse juht	ettevõtjate ajakulu, töötaja, ajakulu	Viimsi valla turismiarendukava 2014 - 2020 rakendamine sh. projekti raames kirjutatud turismiteenuste arendamine on ellu viidud

SUMMARY

DEVELOPMENT OF TOURISM SERVICES IN RURAL AREAS USING THE EXAMPLE OF PRANGLI ISLAND

Kristeli Kahro

The topic of this dissertation is: „Development of Tourism Services in Rural Areas Using the Example of Prangli Island“. The underpinning reason for the topic was that Viimsi municipality and Prangli Island currently do not have a tourism development plan; work on compiling it started in autumn 2012 and will be finished in August 2013. Data collected and analysed in this dissertation will be part of the tourism development plan of Viimsi municipality and the dissertation will also help other small islands to develop their tourism services. Cooperation with Viimsi Municipality Government revealed that it is essential to study tourism services which are offered on Prangli Island for a successful development of tourism in a rural area.

Service quality impacts tourist satisfaction. The impact of the quality arises from a combination of the access quality, accommodation quality and the service quality (Nihalani 2012: 3). The private sector has found opportunities to provide more and more accommodation service on Prangli Island, Viimsi Municipality Government is responsible for the regular vessel traffic, which is affordable due to local government support and repair of infrastructure was completed in autumn 2012. To develop Prangli Island as a destination and tourism services therein, it is necessary to carry out the first ever study of the tourism services provided there.

The aim of this dissertation is to make suggestions based on results of the study and interviews with service providers and municipality government staff in order to improve cooperation between entrepreneurs themselves and between the entrepreneurs and the municipality government. In order to achieve these goals following tasks were set:

- To provide a theoretical overview of rural development peculiarities and the importance of cooperation;

- A review of the current situation of services provided on the island;
- A online survey among domestic tourists to identify their satisfaction with the services provided;
- Interviews with all the service providers on Prangli and with the Communication and Development Manager in Viimsi Municipality Government;
- Analyses of the survey conducted and interviews;
- Suggestions based on the survey and the interviews.

The research methods used are both quantitative and qualitative. Quantitative questionnaire had mostly closed questions, with some open questions as well. The results were analysed using descriptive analysis. The online survey was made using the LimeSurvey environment. Semi-structured interview was used as a qualitative interview method. The results were analysed using content analysis.

The paper consists of three chapters. The first one contains theoretical discussions about tourism services and the importance of cooperation in developing tourism services. The second focuses on all tourism services provided currently on Prangli and the third chapter gives a review of the method of the research, analyses the results. It also makes suggestions how to further develop services, activities and how to improve cooperation with Viimsi Municipality Government. Different illustrative materials such as pictures, questionnaires, interviews and a plan of actions are presented in appendices.

The conducted questionnaire showed that most clients were dissatisfied with the catering service offering, which was also confirmed by the interviewees. Catering service is available only when preordered from accommodation establishments and despite the fact that there is a shop on Prangli, it does not supply the necessary basic necessities in required quantities. Many service providers felt that there is high demand for catering service, but none of them have financial resources to create such place. It appeared that catering service is not financially feasible without more visitors on the island, but more visitors can only come when the municipality government supports tourism development by more frequent ship services in the high season.

The results of the research showed that entrepreneurs have to talk openly about different problems, make suggestions to the municipality government and develop tourism

services according to the natural resources the island has. Viimsi Municipality Government was recommended to consider developing tourism seriously, especially when the tourism industry is the only way to ensure the sustainability in rural areas, uniqueness of the destination and to improve quality of life of the local community.

The research results prove it is necessary to encourage cooperation between entrepreneurs and between the entrepreneurs and municipality government. The best option would be to establish a corresponding department or post to Viimsi Municipality Government who would be responsible for creating prerequisites for the entrepreneurs to be able to develop tourism services and also supervise cooperation.

The theoretical part, results of the survey and the conclusions thereof could be helpful for developing new tourism services on Prangli Island and other island destinations. The author established the topics to be investigated in the future could be the following: How to develop an entire destination more efficiently and how to involve Viimsi Municipality Government more closely in the development of Prangli Island.

Mina Kristeli Kahro (sünnikuupäev: 27.06.1989)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose
Turismiteenuste arendamine maapiirkonnas Prangli saare näitel, mille juhendaja on
Lektor Erika Jeret,

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.

Pärnu "...." 2013. a.